

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH

Zeszyty

PRASOZNAWCZE

RADA REDAKCYJNA

Kazimierz Kałol (Warszawa), Ignacy Krasicki (Warszawa), Tadeusz Kupis (Warszawa), Władysław Loranc (Warszawa), Henryk Markiewicz (Kraków), Stanisław Mojkowski (Warszawa), Kazimierz Romaniuk (Warszawa), Paweł Rybicki (Kraków), Józef Skrzypek (Warszawa), Zbigniew Tempski (Warszawa)

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Franciszek Adamski, Paweł Dubiel (redaktor naczelny), Bolesław Garlicki, Tomasz Goban-Klas, Jan Kalkowski, Edward Kamiński, Edmund Król, Zofia Lewartowska (sekretarz redakcji), Teresa Lisicka, Władysław Maślowski, Julian Maślanka, Bogdan Michalski, Walery Pisarek, Henryk Siwek

WSPÓLPRACOWNICY ZAGRANICZNI

Aleksander F. Bieżnoy — prof. dziennikarstwa, Uniwersytet im. Żdanowa (Leningrad); Michael E. Bishop — doc. dziennikarstwa, Uniwersytet Północnej Karoliny (USA); Roger Clausse — prof. dziennikarstwa (Belgia); Tomás Dersi — Stowarzyszenie Dziennikarzy Węgierskich (Budapeszt); Władimir W. Kielnik — kand. nauk, wykładowca Wydziału Dziennikarskiego Uniwersytetu Uralskiego (Swierdłowski); Vladimir Klimeš — prof. Uniwersytetu im. Karola (Praga); Aleksander L. Miszuris — doc. Wydział Dziennikarski Uniwersytetu im. Lomonosowa (Moskwa); Dmytro Pryluk — doc., Wydział Dziennikarski Uniwersytetu im. Szewczenki (Kijów); J. P. Prochorow — starszy pracownik naukowy, Wydział Dziennikarski Uniwersytetu im. Lomonosowa (Moskwa); Karl-Heinz Röhr — doc., Sekcja Dziennikarska Uniwersytetu im. Karola Marksa (Lipsk); Stefan B. Stanczew — prof. dziennikarstwa Uniwersytetu w Sofii.

REDAKCJA STYLISTYCZNA ARTYKUŁÓW: Barbara Danak
REDAKCJA STYLISTYCZNA RECENZJI I INFORMACJI: Anna Maliszewska

KOREKTA: Barbara Danak

ADRES REDAKCJI: 31-150 Kraków, Rynek Kleparski 4, I piętro, tel. 275-00

Krakowskie Wydawnictwo Prasowe RSW „Prasa—Książka—Ruch”, Kraków 1974. Nakład 1050+20 egz. Ark. wyd. 19. Ark. druk. 12,75. Papier offset. 100×70, III kl., 70 g, z Fabryki Papieru we Włocławku. Numer został redakcyjnie zamknięty i oddany do składu w listopadzie 1973. Podpisano do druku i druk ukończono w lutym 1974. Zam. 2475/74. S-56.
Nr indeksu 38414. Cena 30,— zł.
Prasowe Zakłady Graficzne RSW „Prasa—Książka—Ruch”, Kraków, ul. Wielopole 1.

SPIS TREŚCI

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

A. F. Bierendeńoj: O obiektywnych prawidłowościach działania prasy	5
Walery Pisarek: Typologia programów telewizyjnych	23
Barbara Daleszak-Wajdzik: Rozważania o wywiadzie prasowym	33

DYSKUSJE

Dyskusja o wywiadzie dziennikarskim	45
Bogdan Michalski: Wyprzedaż remanentów...?	57
Jerzy Mikułowski Pomorski: Czy Gerbner naprawdę ma rację?	65
Is Gerbner really right?	73

PROBLEMY NASZEGO DZIENNIKARSTWA

Zbigniew Tempicki: Kształcenie i doskonalenie kadr dziennikarskich w Polsce	81
Edward Nastalek: Publicysta rolny — „dyletant z cenzusem”	89
Obyczaje: O nagrodach, laureatach, patronach i jurorach (Paweł Dubiel)	99

PRASOZNAWSTWO ZA GRANICĄ

Karl-Heinz Röhr: Dysertacje dziennikarskie w Lipsku	101
---	-----

MATERIAŁY

Sondaże OBP: Opinie czytelników o cenach dzienników (Henryk Siwek)	111
Potrzeby czytelnicze odbiorców prasy codziennej (Zbigniew Bajka)	113
Materiały do Słownika publicystów i dziennikarzy polskich	115
Korespondencja: (Sławomir Folfasiński)	120

PRASA NA ŚWIECIE

Zbigniew Klejn: Prasa i dziennikarstwo w Rumunii	121
Jacek Wódz: Prasa belgijska	125

RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Teodor Ostrowski: Pufne wieści z oświeconej Warszawy. Gazetki pisane z roku 1782 (Marian Tyrowicz) s. 131; Jan Józef Lipski: Warszawscy „pustelnicy” i „bywalscy” t. I i II (Czesław Lechicki) s. 133; 25 lat prasy na Ziemiach Zachodnich i Północnych (Józef Mądry) s. 135; Aleksander Kumor: Telewizja (Teoria, percepcja,	
---	--

wychowanie) (*Walery Pisarek*) s. 137; Żanry sowietskoy gazjety (*Jacek Maziarski*) s. 139; J. M. de Melo: Estudios de journalismo comparado (*Henryk Stanisław Konarski*) s. 141; Deutsche Zeitungen des 17. bis 20. Jahrhunderts. Band 2 (*Jerzy Centkowski*) s. 143; Jean-Louis Servan-Schreiber: Le pouvoir d'informer (*Tomasz Goban-Klas*) s. 145; Axel Gryspeerdt: Télévision et participation à la culture (*Irena Doroz-Dąbrowska*) s. 147; Ben H. Bagdikian: The Information Machines. Their Impact on Men and the Media (*Walery Pisarek*) s. 149; Les communications de masse — l'univers des mass media (*Tomasz Goban-Klas*) s. 150.

Noty o polskich nowościach wydawniczych	152
Noty o wydawnictwach zagranicznych	154
Nabytki biblioteki OBP (III kwartał 1973) (<i>Jadwiga Piskozub, Danuta Wągiel</i>)	155

W CZASOPISMACH

Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego, t. XII z. 3 i 4 (*Czesław Lechicki*) s. 159; *Żurnalistika*, rocznik 1972 (*Danuta Wągiel*) s. 161; *Journalism Quarterly*, zima 1972 — wiosna 1973 (*Zygmunt Dąbek*) s. 162;

Artykuły z czasopism krajowych	166
Artykuły z czasopism zagranicznych	167

KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA

Posiedzenie Rady Naukowej OBP (<i>Władysław Masłowski</i>)	170
Międzynarodowa konferencja w Dubrowniku (<i>Tomasz Goban-Klas</i>)	172
Międzynarodowa współpraca i wymiana kulturalna tematem spotkania w Poznaniu (<i>Józef Mądry</i>)	173
Zielonogórska sesja prasoznawcza (<i>Barbara Kolowca</i>)	175
O typologii programu telewizyjnego (<i>Walery Pisarek</i>)	176

INFORMACJE Z KRAJU I ZE ŚWIATA

Kronika prasy polskiej (1 lipca — 30 września 1973)	179
Korespondenci zagraniczni prasy polskiej (stan w dniu 31 XII 1973)	181
Informacje	183
Peżyome	189
Summary	197

A. F. BIERIEŻNOJ
(Leningrad)

O OBIEKTYWNYCH PRAWIDŁOWOŚCIACH DZIAŁANIA PRASY

Dziekan Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Żdanowa w Leningradzie, prof. Bierieżnoj jest cenionym teoretykiem i historykiem prasy radzieckiej. Autor wielu prac z tego zakresu, publikował także w ZESZYTACH PRASOZNAWCZYCH (najważniejsza rozprawa — o Lenińskiej teorii prasy nowego typu, nr 28—29). Niniejsze studium, napisane specjalnie dla naszego pisma, stanowi ważny przyczynek do wszechstronnych badań prasoznawców radzieckich nad teorią współczesnej prasy.

Współczesna ludzkość jest świadkiem, uczestnikiem, a przede wszystkim obiektem niewidocznej ale nieustannej walki ideowej, stanowiącej cechę charakterystyczną i w dużej mierze decydującej o całym życiu społeczeństw.

Na propagandę wydaje się ogromne sumy. Zwiększenie jej efektywności stanowi główny cel dla tych, którzy walczą przeciw nam. Jest to zupełnie zrozumiałe, ponieważ — jak mówił amerykański filozof Siley — bez najwyższego poziomu techniki propagandy idei, kapitalizm musiałby szybko skapitulować. Z myślą o osiągnięciu doskonałości środków technicznych i zwiększeniu efektywności swojej propagandy, kapitaliści sięgają po najnowsze osiągnięcia nauki i myśli technicznej. Wciągają filozofów i socjologów, psychologów i lingwistów, rozbudowują sieć instytutów naukowo-badawczych, unowocześniają system kierowania propagandą. Całe sztaby specjalistów poszukują intensywnie najlepszych form „prawdopodobnych i przekonujących idei”.

Teoretycy zagraniczni publikują coraz więcej prac poświęconych istocie, zasadom, kształtowi propagandy, zawierających wnioski najwygodniejsze dla kierowniczej elity. Z drugiej strony, w sposób

prymitywnie kłamliwy przedstawiają oni propagandę komunistyczną. Nie dysponując własną koncepcją zgodną z rzeczywistym zamówieniem społecznym, nie cofają się przed oczernianiem samej istoty naszego oddziaływania na masy. Jest to równocześnie kierunek ich starań o poprawę wyników własnej propagandy jak i metoda walki przeciwko nam. Same rozważania o propagandzie odgrywają ważną rolę propagandową.

Nie od dziś wiadomo, że antynarodową treść swej propagandy burżuazja starała się zawsze i stara nadal ukryć pod osłoną demagogicznych słów o bezklasowości, bezpartyjności, demokracji, obiektywizmie, informacyjności itp. Cały ten zestaw gołosłownych a ściślej nieprawdziwych zapewnień jest szeroko stosowany przez burżuazyjnych teoretyków. Jest stałą, dawno wynalezioną i niekiedy skuteczną bronią. Hasła ogólnodemokratyczne mają swoje źródła w tym okresie ruchu wyzwolenczego, kiedy burżuazja rozpoczynała walkę z feudalizmem jako siła najbardziej postępową i demokratyczną. Później — już w warunkach niepodzielnego panowania ekonomicznego i politycznego — zachowano je jedynie dla utrzymania wpływu na masy. Hasła ogólnodemokratyczne, „czysta demokracja” występująca w charakterze odrębnej partii burżuazyjnej, jak wskazywał Engels¹⁾ są główną ostoją kontrrewolucji i stanowią groźne niebezpieczeństwo po zwycięstwie proletariatu. Równocześnie w miarę słabnięcia duchowych wpływów burżuazji — jak pisał Lenin — „wszędzie i zawsze uciekała się ona i będzie uciekać do najgorszych kłamstw i oszczerstw”²⁾. Czym silniejsze stawało się panowanie burżuazji, czym więcej ograniczała ona swobody demokratyczne i prawa polityczne, tym częściej sięgała do demagogii. Dalszy rozwój podobnych stwierdzeń towarzyszył zawsze głębokiej reakcji politycznej w okresie rozwoju imperializmu, a w szczególności koncentracji środków propagandy w rękach państwa i ograniczonego kręgu elity finansowej, pełnemu podporządkowaniu tych środków klasie posiadaczy.

Twierdzenia te przybrały szczególnie podstępny charakter w czasach współczesnych. Dlatego też nieprzypadkowo zwracamy na nie uwagę, starając się dotrzeć do sedna sprawy.

Jest to zresztą tylko jeden z kierunków głoszonych przez praktyków i teoretyków burżuazyjnych na temat charakteru ich propagandy.

Niezależnie od korzyści osiągananej przez burżuazję przy pomocy rozpowszechniania podobnych tez, istota kwestii tkwi w tym, jakie cele społeczno-polityczne przyświecały burżuazji i obronie czyich interesów mają służyć. W momentach zagrożenia panująca burżuazja zrzuca całkowicie maskę demokratyczną. Tak było w dniach Komuny Paryskiej, w Rosji po 3 lipca, a tym bardziej po Październiku 1917. Tak było w Niemczech w 1933 roku, tak było zawsze, kiedy przed burżuazją stawał dylemat: być albo nie być. W 1871

¹⁾ K. Marks, F. Engels: Dzieła t. 36, s. 217—218.

²⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 25, s. 362.

roku francuska burżuazja rzuciła wszystkie swoje siły przeciw komunardom i rozprawiła się z nimi. W lipcu 1917 podobnie próbowała działać burżuazja rosyjska. Po utracie władzy w październiku 1917 rozpętała wojnę domową i wezwała na pomoc interwentów. W Niemczech, aby uniemożliwić zwycięstwo mas pracujących, imperialiści zawarli ugodę z faszystami. Do tej pory nie ścisły całkiem wypowiedzi na temat zadań i celów propagandy o jawnie faszystowskim zabarwieniu.

Rozwój poglądów burżuazji na propagandę w ogóle i na prasę w szczególności, biegnie od demokracji i postępu (do zwycięstwa nad absolutyzmem) poprzez fałszywe hasła i zapewnienia (w czasie panowania burżuazji) ku coraz silniejszej reakcji politycznej, ku maskowanemu lub jawnemu faszystwowi. Przykładem mogą być doświadczenia przedwojennych Niemiec, a także dostarczają go wypowiedzi wrogów komunizmu. Faszyzm w zakresie propagandy oznacza bezpośrednie podporządkowanie jej dyktatowi, rozpowszechnianie cynicznych kłamstw. W ten właśnie sposób postępowali przywódcy III Rzeszy. Znane są wypowiedzi Hitlera i Goebbelsa o tym, że propaganda nie ma metody fundamentalnej, a jej celem jest pozyskanie mas przy użyciu dowolnych środków. Zadaniem propagandy w wersji Goebbelsa było doprowadzanie do agresywnej psychocyzy, oddziaływanie na tłum, sianie nienawiści i podejrzeń. Podstawę stanowiła hitlerowska „teoria” wielkiego kłamstwa, oparta na głębokiej pogardzie dla narodu.

Tą samą drogą rozwija się obecnie propaganda reakcyjna, poglądy niemieckich faszystów są studiowane i stosowane. Goebbelsowskie sformułowania można odnaleźć w wydanych w USA „Wypisach wojny psychologicznej”: „Sztuka prawdy polega nie na mówieniu prostych kłamstw, ale na wyborze tego, co potrzebne, z domieszką prawdy, którą audytorium chce usłyszeć”. Podobnie w książce M. Czukas „Propaganda dojrzewa”: „Umyślne fałszowanie faktów jest nieodłącznym elementem pracy propagandysty... celem wszelkiej działalności propagandowej może być kłamstwo... zadaniem propagandysty jest wprowadzanie w błąd”. „Działalność propagandowa — mówi ten autor — jest to kontrolowane rozpowszechnianie świadomie fałszywych poglądów w celu pobudzania ludzi do działania, zgodnie z wcześniej ustalonymi założeniami zainteresowanych grup”. M. Czukas oświadcza otwarcie, że „propagandysta kłamie także wtedy, gdy mówi prawdę... jest zupełnie nie zainteresowany prawdą, ponieważ jego głównym zadaniem jest sianie iluzji”³⁾. Stąd i tytuły w jego książce: „Tworzenie iluzji”, „Gra na emocjach”, „Manipulacje oddziaływania na jednostkę”, „Manipulowanie grupami społecznymi, strategia i taktyka” itp.

Poglądy i codzienna praktyka brużuazyjnych działaczy propagandy, prasy — zgodnie z tymi założeniami — chociaż nie zawsze w jednakowym nasileniu, niemniej rozwijają się w wyznaczonych

³⁾ W. I. Tokmań, W. W. Czerwiakow: Obyknowiennaja łoż. Izd. Znanije, 1969, s. 6—10.

kierunkach. Z jednej strony jest to subtelne i coraz bardziej wyrafinowane okłamywanie ludzi, imitowanie obiektywizmu itp. W tym wypadku stawia się za cel oddziaływanie na myśli i świadomość ludzi przy pomocy pozorów prawdy i argumentacji, aby skierować je na kłamliwą drogę wyznaczoną przez dziennikarzy burżuazyjnych. Z drugiej strony jest to dążenie do oddziaływania przede wszystkim na emocje czytelników lub słuchaczy. Na koniec — specjalnie charakterystyczne przy zaostrej walce klasowej, brutalne, niemaskowane wypowiedzi o istotnych celach i zadaniach propagandy i prasy. Wszystko to ma zapewnić niewolnicze podporządkowanie mas. Walka o efektywność propagandy w takich właśnie celach obejmuje wszystkie te kierunki i koncepcje.

Silne środki propagandowe w wielkich państwach coraz bardziej koncentrują się w rękach elity, podporządkowane władzom politycznym i wojskowym. Pracę ich w rosnącym stopniu organizuje i prowadzi samo państwo imperialistyczne. Nie ma już miejsca dla swobód demokratycznych i tzw. świadomości społecznej, ponieważ swobody zachowały się tylko w słowach, a świadomość społeczną fabrykuje się w duchu wygodnym dla burżuazji, gdyż swoje własne przekonania imperialiści podają jako przekonania wszystkich. Jednakże społeczeństwo (a głównie klasy uciskane) coraz ostrzej protestuje przeciwko takiemu porządkowi. To właśnie pogłębienie władzy wielkiego kapitału decydującego o koncentracji środków ideologicznego oddziaływania na masy oraz nacisk polityczny reakcji z jednej strony, a zaostrenie walki klasowej z drugiej, zmusza do maksymalnej precyzji w demaskowaniu celów, zasad, metod i form działania zmonopolizowanej prasy, podporządkowanej klasom rządzącym.

Teoretycy i praktycy krajów kapitalistycznych mówią coraz głośniej o konieczności pełnego podporządkowania propagandy i kultury interesom klas rządzących (o bezpartyjności już się nie mówi) i precyzują metody, z pomocą których można i trzeba podporządkować masy interesom burżuazji. Zwiększenie efektywności propagandy politycznej pozostaje — ich zdaniem — w prostej zależności od wciągnięcia jej w krąg polityki państwa. Mówi się o ześrodkowaniu jej w rękach specjalnego organu rządowego.

Wypowiadając różne punkty widzenia, formułując ogólne poglądy na miejsce, charakter i zadania propagandy, nawet czołowi teoretycy i praktycy burżuazyjni z racji ograniczenia światopoglądu pozbawieni są możliwości odkrycia i badania tych problemów z uwzględnieniem wszystkich warunków społeczno-politycznych i nie są w stanie ustalić obiektywnych praw, rządzących prasą. Każda próba w najlepszym razie nie wychodzi poza ramy burżuazyjnego liberalizmu lub demokratyzmu, a najczęściej wykazuje wyraźnie albo wyrafinowanie burżuazyjnego kłamstwa albo prymitywną, faszystowską tendencyjność. Na rezultatach badań i wnioskach teoretyków burżuazyjnych ciąży codzienna praktyka otaczającej ich prasy. Pozbawieni naukowo-teoretycznej, prawidłowej, społeczno-politycznej metody przy ocenie zjawisk i procesów zachodzących w społec-

czeństwie, nawet najbardziej rzetelni badacze mimo woli obracają się tylko w granicach analizy założeń, metod i form dziennikarstwa. Wyłącznie w tym widzą zadanie uczonego, co oznacza, że posługują się materiałem powierzchownym, drugorzędnym. Kwestie istotne uchodzą z pola widzenia.

Tak więc burżuazyjni teoretycy mogą dostrzec w naturze i praktyce prasy panowanie subiektywizmu, pełną zależność propagandy, prasy od mocodawców a nawet wykonawców. U podstaw podobnych sądów może jednak tkwić nieprawidłowy kąt widzenia problemów podstawowych, istoty, natury, funkcji i zadań prasy, gdyż odkrycie, badanie a głównie rozpowszechnianie pojęć o prawach rządzących propagandą jest nierozzerwalnie związane z obnażaniem klasowej istoty społeczeństwa, niewygodnym dla burżuazji. Prawidłowości te można odkryć i w pełni zrozumieć tylko przy zastosowaniu metody marksistowsko-leninowskiej. W innym wypadku powstaje tylko pozór teorii i nauki, który zaciemnia to co dla prasy istotne.

Tym ważniejsze staje się wszechstronne badanie prasy jako fenomenu społecznego dla nas, dysponujących tą metodą. Służy to także realizacji naszej propagandy jak i lepszemu zrozumieniu propagandy naszych przeciwników ideowych.

*

Charakter, cele i formy naszej propagandy, jej zasady opierają się na przoduującym, rewolucyjnym, naukowo uargumentowanym poglądzie. Jej zadania podporządkowane są realizacji zasadniczych politycznych i społecznych dążeń mas, silnych swoją świadomością. Jej sednem jest niewzruszona, głęboko uzasadniona prawda rozpatrywana przez pryzmat obiektywnych praw rozwoju historii i pojmowania nieuniknionego zwycięstwa ideałów komunizmu. Jeśli celem i ideałem propagandy burżuazyjnej jest wprowadzanie w błąd i manipulacja świadomością społeczną — to propaganda komunistyczna wychodzi z przeciwstawnych założeń. W służącej najlepszym celom i natchnionej wielkimi ideami walce klasowej, w budowie nowego społeczeństwa można liczyć na powodzenie tylko wtedy, gdy ma się za sobą politycznie zorientowane i wszechstronnie poinformowane masy, rozumiejące w pełni swoją rolę i swoje cele, formy i metody walki. Stąd właśnie wynika konieczność politycznego i ekonomicznego kształcenia ludzi pracy, stanowiących większość społeczeństwa. Stąd też wywodzi się popularyzacja najlepszych form organizacyjnych i doświadczeń produkcyjnych kolektywów i jednostek, a także upowszechnienie ich. Emocje grają przy tym rolę wtórną choć ważną, ponieważ bez nich — jak podkreślał Lenin — nie może istnieć ani zostać przyswojona żadna prawda. One tworzą patos, rozplamieniają i pobudzają do życia. Mimo to, nie one w naszej propagandzie są jej „fundamentalną metodą”.

Tym sposobem w samym charakterze naszej prasy, służącej uświadamianiu mas i ich interesom, prowadzącej swoją działalność przy aktywnej pomocy mas, kryją się ogromne możliwości twórczego oddziaływania na czytelników, z myślą o rozpowszechnieniu idei i jej

praktycznej realizacji. My także musimy starać się o efektywność naszej propagandy, jej siłę oddziaływania, ponieważ sama słuszność sprawy nie zapewni zwycięstwa i nie uodparnia przeciw obcym wpływom. Aktywnie lansowane kłamstwo w określonych sytuacjach może okazać się silniejsze od prawdy, znajdującej się w stanie biernym. W staraniach o podniesienie efektywności naszej propagandy i prasy ważne miejsce zajmują prawidłowe pojęcia o jej naturze i miejscu w społeczeństwie, o jej specyfice i obiektywnych kanonach. Specjalne znaczenie ma tutaj zgłębienie leninowskich wskazań, odkrycie możliwości prasy stworzonej przez Lenina.

W tym zakresie radzieckie prasoznawstwo uczyniło sporo, uwaga dla problemów prasy zwiększa się. Przyczyną jest niezwykła aktualność tematu. Po to aby zrozumieć i ocenić istotę tego zjawiska życia społecznego i broni w walce politycznej, odkryć jej prawa, niezbędne jest oddzielenie kwestii subiektywnych od obiektywnych, tego co działa chwilowo od tego co występuje stale. Konieczne jest wniknięcie w fundamentalne zasady klasowe propagandy.

Każdy, kto przystępuje do wydawania czasopisma już na wstępie stawia przed nim określone zadania i w zależności od nich dobiera warianty form i zasady działania. U podstaw wyboru leży stosunek do przyszłych czytelników, a ściślej stosunek wydawcy do narodu, co w ostatecznym rachunku uwarunkowane jest klasowymi pozycjami wydawcy (skrytego lub jawnego). To czy zamierza on podporządkować myśli swego czytelnika interesom klas pracujących względnie czy chce jemu (czytelnikowi) pomóc w kulturalnym lub politycznym rozwoju, ześrodkować jego dążenia na walce o swoje prawa, to czy widzi w narodzie swego wroga czy pomocnika, bierną czy aktywną siłę — wszystko to znajduje bezpośrednie odbicie w każdym rysie, funkcjach i ogólnym ukierunkowaniu gazety. I tak jak w społeczeństwie istnieją różne tendencje polityczne stanowiące wyraz interesów klasowych, tak jak istnieją różne punkty widzenia na zjawiska, procesy i perspektywy życia — tak też istnieją różne obozy w prasie. Jej działacze pozostają bowiem pod wpływem różnych grup politycznych i społecznych (jak wskazywał Lenin — nie da się żyć w społeczeństwie i być wolnym od społeczeństwa), a także otwarcie występują po stronie takich grup. Tak np. w pełni rozwoju feudalizmu istniała prasa krzewicieli oświaty z całą ich nienawiścią do despotyzmu i troską o uciemżonego człowieka pracy; powstaje i rozwija się prasa burżuazyjna ze swoimi hasłami ogólnodemokratycznymi i pogonią za pieniądzem. W nim także mimo prześladowań działa prasa warstw półproletariackich, jak to miało miejsce w czasie wielkiej rewolucji burżuazyjno-demokratycznej. Są to nieuniknione prawa historii.

Zrozumienie tego ma doniosłe znaczenie, gdyż nietrudno stracić jasne rozeznanie w niektórych jakościowych podstawach prasy przy przejściu społeczeństwa od jednej do drugiej formacji społeczno-ekonomicznej. Przy różnych społeczno-historycznych przemianach charakter prasy (jej podstawy klasowe, zasady i cechy) nie przechodzi zasadniczych zmian, a jedynie rozwija się. Tak było np. po zwycię-

stwie Wielkiej Rewolucji Październikowej w Rosji, kiedy w zupełnie zmienionych warunkach zaczęła istnieć z jednej strony prasa partii komunistycznej, z drugiej — prasa burżuazyjna. Obie zachowały — i nie mogło być inaczej — charakterystyczne metody, choć warunki ich działania oraz zadania zmieniły się diametralnie.

Tak więc aby prawidłowo zrozumieć miejsce i rolę prasy jako całości, pojedynczego tytułu, jego zasad a nawet form i metod działania, niezbędne jest doszukanie się ich klasowych podstaw. Należy przy tym stale pamiętać, że burżuazja ukrywa komu i jakim celom służy jej prasa, przede wszystkim stara się ukryć jej klasową naturę, ukierunkowanie i cele.

Nie każdy z wydawców jednak uwzględniał istniejące warunki ustalając charakter swego pisma, rozpatrywał poglądy na prasę i na wymagania w stosunku do niej w kontekście działających wokół niego innych organów prasowych. Tym niemniej sumując wyrywkowe wypowiedzi i opierając się równocześnie na teorii marksistowsko-leninowskiej możemy uzyskać w pełni dokładny obraz teoretycznych podstaw każdego z obozów prasy. W wypowiedziach możemy także wyodrębnić to co jest charakterystyczne dla prasy jako całości, jej ogólne założenia, prawa i możliwości obok tego, co jest typowe dla prasy danego obozu. Tak np. już A. I. Hercen, wielki rosyjski rewolucjonista i demokrat zauważył, że prasa, propaganda wyraźnie — jak mówił — dzieli się na dwie części: „Z jednej strony słowo, rada, analiza, zdemaskowanie, teoria; z drugiej — wychowanie, wyznaczanie dróg, wewnątrznych i zewnętrznych korelacji”⁴⁾, to znaczy: prasa, propaganda posiada zdolność występowania także jako praktyczny a nie tylko ideowy ośrodek organizacji. Od poglądów na prasę jako na sposób rozpowszechniania oficjalnych wiadomości i uchwał rządowych, czyli — wg terminologii współczesnej — jako na kanał informacji, do włączenia jej w system politycznej nadbudowy z jednej strony i od pojmowania jej znaczenia jako trybuny, krzewiciela oświaty i zasad komunizmu, do oceny jej jako ostrej broni walki klasowej i partyjnej, środka rewolucyjnego wychowania i wciągania mas do wystąpień przeciw klasom panującym — taka jest w ogólnym zarysie istota i dynamika rozwoju prasy.

Przedstawiciele obozu rewolucyjno-demokratycznego jako pierwsi wyznaczyli drogę do ostrych podziałów ideowych. Oni jako pierwsi dostrzegli istnienie i rozwój partyjności, wystąpili w roli aktywnych partyjnych bojowników w wychowywaniu mas i walce z despotyzmem widzieli swój główny cel. Wiadomości o wydarzeniach, możliwości oświatowe prasy w każdym z obozów prasowych przechodziły przez odmienny filtr i uzyskiwały różną interpretację.

Z rozwojem walki klasowej i pojawieniem się tendencji politycznych, z rozgraniczeniem obozów przy ich równoczesnym ideowym i organizacyjnym zespoleniu, postępuje dalsze kształtowanie się partyjnych zasad i ideologii, przemyślenie partyjnych poglądów i postępowania, ponieważ autentyczna partyjność to przynależność

⁴⁾ A. I. Hercen: Połn. sobr. socz. T. 18, s. 313.

i środek wysoko rozwiniętych form walki klasowej. Dlatego właśnie tylko Marks i Engels działający w epoce rozwoju kapitalizmu z całym jego klasowym antagonizmem i walką klasową, mogli odkryć zasadnicze prawidłowości prasy. Marks zaraz na wstępie swej publicystycznej i redaktorskiej pracy, stojąc jeszcze nie na proletariackich a na rewolucyjno-demokratycznych pozycjach pisał, że prasa rządzi się swoimi wewnętrznymi prawami, których nie może i nie powinna samowolnie się pozbywać. Nie można jej narzucać tego co jej obce⁵⁾.

Marks również szybko zorientował się, że za prasą stoją klasy decydujące o jej pozycji, od których jest ona w pełni uzależniona. Następnie niezwykle precyzyjnie wykazał, że klasa władająca środkami produkcji materialnej rozporządza też środkami produkcji duchowej i dlatego „myśli tych, którzy nie mają środków produkcji duchowej zostają całkowicie podporządkowane klasie panującej”⁶⁾. Co za tym idzie, charakterystyki stosunków produkcyjnych, baza ekonomiczna określa także charakter propagandy, umacnia panowanie określonej ideologii. Zależność prasy od bazy uwidacznia się również w tym, że w warunkach prywatnej własności, produkcji kapitalistycznej ona sama staje się środkiem produkcji, przemysłem, który może dawać i daje dochody wydawcom. Dlatego też w określonym stopniu podlega ona ogólnym prawom kapitalizmu.

W pracach Marksa i Engelsa zostały zanalizowane i w praktyce potwierdziły się główne zasady i cechy prasy komunistycznej. Niezwykle cenną dla pojęcia prasy była też teoria twórców naukowego komunizmu, teoria o bazie i nadbudowie, o roli mas w historii oraz o aktywnym oddziaływaniu idei rewolucyjnych na masy i procesy historyczne.

Marks nie patrzył na naród jako na jednorodną i jedyną w swoich dążeniach bezkształtną masę. Nazywając pojęcia o jedności „narodu”, o nieistnieniu walki klasowej wewnątrz narodu iluzjami drobno-mieszczańskimi, Lenin pisał: „Używając słowa naród nie zacierać tym słowem różnicy klas a łączyć w całość określone elementy, które mogą doprowadzić rewolucję do końca”⁷⁾. Głównymi częściami składowymi były proletariat i chłopstwo, chociaż w okresach wystąpień rewolucyjnych mogła do nich dołączyć się także drobna burżuazja. Zdaniem Marksa i Engelsa w warunkach feudalizmu pierwszym zadaniem prasy demokratycznej było „podkopanie się pod wszystkie zasady istniejącego porządku”. Zadanie to jest również aktualne dla prasy komunistycznej w warunkach panowania burżuazji. Istnienie różnych partii w tym wypadku i konieczność dalszego zaostrzenia walki klasowej, ujawniającej się głównie w walce tych partii między sobą spowodowała to, że zadaniem prasy partyjnej stała się obrona interesów swojej partii i maksymalne starania o obalenie poglądów drugiej partii. Zaostrzenie walki międzypartyjnej dało przewagę partii komunistycznej jako najbardziej rewolucyjnej, reprezentującej interesy najszerszych kręgów ludzi pracy.

⁵⁾ Marks, Engels: Dzieła zebrane t. 1, s. 17.

⁶⁾ Marks, Engels: Dzieła zebrane t. 3, s. 46.

⁷⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 2, s. 147.

Równocześnie Marks i Engels zamienili *Nową Gazetę Reńską* w ośrodek organizacji proletariatu, w walczącą partię rewolucyjną.

Tym sposobem rosyjscy rewolucyjni demokraci oraz Marks i Engels już w połowie ubiegłego wieku sprecyzowali zasadnicze wskazówki odnośnie do prasy jako zjawiska życia społecznego. Oni odkryli jej zasady, funkcje i cechy, oni też zebrali doświadczenia w zakresie działania skrajnie rewolucyjnej prasy. Tym niemniej rozwiązywali oni te problemy w innych warunkach historycznych i społecznych, a na poglądach rosyjskich rewolucjonistów zaciążyła także zrozumiała w tych warunkach ograniczoność spojrzenia, ich zatrzymanie się przed materializmem historycznym. Hercen, odkrywając organizatorskie możliwości propagandy świadomie ignorował je. Mimo to z tego co już powiedziano wynika, że prasa rządzi się ogólnymi prawidłowościami, a niektóre z nich odkryto dość dawno. Warto też pamiętać, że odkryć tych dokonali właśnie przedstawiciele kierunku rewolucyjnego, którzy te prawidłowości wykorzystywali dla swoich celów, chociaż nie do końca. Wiele jednak wniosków poprzedników Lenina zapomniano lub skażono i on dopiero, działając już w nowych warunkach i w innym celu, musiał odnawiać to, co było już wiadome, względnie odkrywać na nowo.

Ani jeden działacz państwowy, ani jeden rewolucjonista i uczonec, ani w ogóle nikt nie poświęcał tyle uwagi, sił, twórczego zapału teorii i praktyce prasy, ile poświęcał jej Lenin. Historia po prostu nie zna podobnego przykładu. Twórca i kierownik partii komunistycznej i państwa radzieckiego, rozwiązujący zadania o gigantycznej złożoności i rozmachu, był też twórcą prasy nowego typu — jej organizatorem i kierownikiem, publicystą i teoretykiem. Widział w niej bowiem najostrejsze narzędzie walki, środek propagandy, agitacji i organizacji, po prostu nie wyobrażał sobie swej pracy, pomyślnego działania partii komunistycznej i państwa bez prasy.

Lenin stworzył harmonijną naukę o prasie, odkrył jej naturę, ustalił jej zasady, cechy, funkcje i formy. Twórca państwa radzieckiego, pozostawił niewyczerpane doświadczenia teoretyka, organizatora, kierownika i publicysty. Przede wszystkim wykazał klasowy charakter i nierozłączność historii prasy z historią ruchu wyzwolenieckiego, niewzruszoność marksistowskiego fundamentu ideowego i jawną partyjność gazety. Jest to prosta i rzetelna prawda, choć czasem ciężka i gorzka: ludowość i demokratyzm, internacjonalizm i narodowe równouprawnienie, patriotyzm — określające wszelką jej działalność, to podstawowe zasady funkcjonowania prasy. Widział on w gazecie ważny ośrodek organizacji politycznej, środek masowej propagandy, agitacji i organizacji, broń w walce z politycznymi przeciwnikami i brakami we własnym środowisku. Masowość i popularność, operatywność i partyjność rewolucyjna to niezbędne wartości i główne wymagania Lenina wobec prasy. Każda ze stron działalności prasy, jej ważniejsze czy mniej ważne cechy, najmniejszy drobiazg w dziennikarstwie przyciągały jego uwagę i wszędzie odnaleźć można ślad jego geniuszu. Dlatego też słowa Lenina, oceny, osobiste do-

świadczenie mogą okazać się pomocne przy rozwiązywaniu naszych obecnych problemów.

Świetna znajomość historii i współczesnego Leninowi stanu prasy, poglądów i praktycznych doświadczeń działaczy różnych obozów a także zgłębienie specyfiki prasy pozwoliły mu zrozumieć i zbadać jej możliwości i prawa. W oparciu o tę wiedzę odkrył on i wykorzystał w praktyce tkwiącą w jej naturze maksymalną efektywność, formułował nowe, ogólne prawa, rozwijał zasady nowej prasy komunistycznej. Dzięki temu też uzyskał optymalne wyniki.

Działalność Lenina rewolucjonisty, teoretyka i praktyka prasy rozwijała się jednak w warunkach rozkwitu imperializmu z jednej strony, a burzliwego rozwoju masowych ruchów rewolucyjnych z drugiej strony. Epoka zaostrzonej do maksimum walki klasowej, czemu służyła także stworzona przez Lenina prasa, zwiększała rolę czasopism cieszących się uwagą zarówno rewolucjonistów, jak i reakcji. Na dziennikarskie poglądy Lenina nie mogły pozostać bez wpływu specyficzne, rosyjskie warunki polityczne i społeczno-ekonomiczne — monarchiczna forma rządów i przeżytki feudalizmu w ekonomice oraz świadomości wielu ludzi. Wszystko to doprowadziło Lenina do wniosku sformułowanego jeszcze na wstępie jego światowo-historycznej działalności. Znaczenie tego wniosku trudno przecenić, gdyż tkwi w nim sama istota roli i miejsca prasy w danej sytuacji — przy braku swobód demokratycznych (zebrań, związków zawodowych, parlamentu itp.). „Zastąpić to wszystko dosłownie wszystko musi — dopóki nie wywalczyliśmy politycznej wolności — gazeta rewolucyjna, bez której niemożliwa jest u nas *żadna* szeroka organizacja całego ruchu proletariackiego”⁸⁾. Centralnym punktem całej rewolucyjnej działalności propagandowej, agitacyjnej i organizatorskiej „może i powinien być tylko *organ partii*”⁹⁾. Te założenia kierowały Leninem — organizatorem i kierownikiem *Iskry*, która okazała się twórcą i organem partii. Niezależnie od takiej wyjątkowo wysokiej oceny organu rewolucyjnego jako takiego należy zwrócić uwagę i na to, że Lenin podkreślał rolę takiego organu specjalnie w reakcyjnych, antydemokratycznych warunkach. Jego zdaniem, także po wywalczeniu swobód demokratycznych, rola prasy rewolucyjnej pozostaje bardzo ważna, gdyż demokracja „nie likwiduje walki klasowej a czyni ją tylko świadomą, wolną, jawną”¹⁰⁾, a zadanie prawdziwych rewolucjonistów polega na tym, by walczyć o stopniowy rozwój walki, aby ją doprowadzić do końca.

Później, po zwycięstwie rewolucji, Lenin wskazywał na możliwości zorganizowania przez burżuazję najgorszej kontrrewolucji wokół prasy, gdyż — jak mówił — podkreślając tym samym jedną z ważniejszych obiektywnych możliwości prasy: „Prasa jest ośrodkiem i podstawą politycznej organizacji”¹¹⁾, dlatego też rozszerzanie w otocznym wrogami Związku Radzieckim wolności prasy oznaczałoby pozwolenie na polityczne zespolenie się burżuazji.

⁸⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 4, s. 198.

⁹⁾ Op. cit.

¹⁰⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 22, s. 78.

¹¹⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 44 s. 86.

Głębokie poglądy na prasę w najszerszym pojęciu widoczne są zwłaszcza w dziełach związanych z jej historią. Rozpatrując prasę w nierozdzielnej łączności z całym procesem społeczno-historycznym Lenin główną rolę w jej kształtowaniu się przypisywał jedynie ruchowi wyzwolenicznemu i rewolucyjnemu, którego etapy rozwoju określają też etapy prasy. Tak np. w artykule „Z przeszłości prasy robotniczej w Rosji” Lenin pisał: tylko rozumiejąc, że prasa robotnicza jest „nierozzerwalnie związana z historią ruchu demokratycznego i socjalistycznego, można naprawdę rozumieć dlaczego prace przygotowawcze i samo powstanie prasy robotniczej miało właśnie taki a nie inny przebieg”¹²⁾. Dlatego też etapy rozwoju prasy robotniczej całkowicie pokrywają się z etapami rozwoju ruchu wyzwolenczego, którego charakter określa treść, kierunek i formy działania takiej prasy.

A jednak „gdy tylko powstał *masowy* ruch robotniczy w Rosji (1895—1896 r.) od razu zaznacza się podział na kierunek marksistowski i oportunistyczny”¹³⁾. Przyczyną tego były „głębokie społeczne, klasowe korzenie takiego właśnie a nie jakiegokolwiek innego podziału i wewnętrznej walki między socjaldemokratami”¹⁴⁾. Rozwój ruchu wyzwolenczego pozostawia głęboki ślad także w historii prasy reakcyjnej. Wsławiony jako liberał obszarnik i dziennikarz „Katków w czasie pierwszego demokratycznego przypływu w Rosji (początek 60-tych lat XIX w.) nawrócił do nacjonalizmu, szowinizmu i wściekłego czarnoseciństwa”¹⁵⁾. Podobną drogę przeszedł także wydawca gazety *Nowoje Wriemia* Suworin w czasie drugiej fali demokratycznej.

Jak z tego wynika, leninowska koncepcja zawiera w sobie to co typowe dla prasy w ogóle a komunistycznej w szczególności. Bazała ona na niewzruszonej podstawie klasowej i nierozdzielności prasy i ruchu wyzwolenczego. Wyjaśnia to sferę tych prawidłowości prasy, które charakteryzują jej ukierunkowanie polityczne, obejmuje przede wszystkim to co wiąże się z takimi jej zasadami jak ideowość komunistyczna i partyjność. Te zasady właśnie, mające swoje źródło w klasowych pozycjach wydawców tworzą jasną, klasową linię podziału między obozami prasy. I chociaż w ślad za Leninem my otwarcie głosimy ideowość i partyjność naszej prasy, a burżuazja odżegnuje się od jednej i drugiej, w praktyce swojej prasy atakując nas, uważa nasze zasady za ciężki grzech — my wiemy, że partyjność to idea proletariacka, zaś bezpartyjność podobnie jak bezideowość to **idea burżuazyjna**. Zapominanie o tym, odstępstwo od tego, osłabianie tych zasad oznacza ustępowanie przed burżuazją. Istnieje bowiem tylko alternatywa: albo proletariacka albo burżuazyjna ideologia. Trzeciej możliwości nie ma.

Pozornie bardziej skomplikowana była sprawa z zasadami prawdziwości, ludowości i demokratyzmu, albowiem wszystkie te terminy są stosowane przez przedstawicieli skrajnie różnych obozów prasy.

¹²⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 20, s. 253.

¹³⁾ Op. cit. s. 254.

¹⁴⁾ J.w.

¹⁵⁾ Op. cit. s. 231.

I czym jaśniej ujawniała się rola ludowych, pracujących mas w rozwoju społeczeństwa i ruchu wyzwoleniczym — a wzrost takiej roli jest także jedną z prawidłowości stopniowego rozwoju historycznego ludzkości — tym większą uwagę poświęcali tym masom przedstawiciele wszystkich klas i partii. W rzeczywistości jednak dalsza zamiana terminów już nie mogła nastąpić. Tym niemniej podobny kamuflaż był szczególnie podstępny, ponieważ wszystko w prasie zależało od stosunku do narodu. Dlatego też niezwyklej wagi nabrały zagrania „pod naród” i jakoby w jego imieniu przy równoczesnym wyciszeniu istnienia klas, ich interesów klasowych w społeczeństwie. Obecnie jak i dawniej, ale obecnie w sposób szczególny wszelka kontrrewolucja, zwłaszcza w krajach socjalistycznych szczególnie głośno krzyczy o narodzie i ludowości. Rozwój demokracji w tych krajach stwarza sprzyjające warunki dla takiej propagandy. Jaskrawym przykładem może być Czechosłowacja gdzie kontrrewolucja tak silnie podkreślała słowo „naród”, przeciwstawiając go klasowości, partyjności itp.

Jeśli więc w zasadach prasy najwyraźniej odbija się oblicze klasowe i polityczne ukierunkowanie, to właśnie mówiąc o nich burżuazja daje upust demagogii. Jest to prawidłowe i zrozumiałe, ale nie zawsze oczywiste. Ogólne obiektywne możliwości i prawidłowości prasy przejawiają się szczególnie w jej funkcjach.

Słynną leninowską formułę: gazeta to nie tylko kolektywny propagandysta, kolektywny agitator, ale także kolektywny organizator — stosuje się niekiedy tylko do naszej prasy, a sens organizatorskiej funkcji gazety coraz częściej sprowadza się do organizującej siły słowa. Jest to nieprawidłowe rozumienie jednej z obiektywnie istniejących możliwości prasy i równocześnie błąd niebezpieczny dla naszej praktyki, ponieważ prowadzi do osłabienia siły naszej prasy i do niedoceniań przeciwników.

W rzeczywistości — czy Lenin kiedykolwiek mówił jakoby wszystkie te funkcje: propaganda, agitacja i organizacja odnosiły się tylko do gazety socjaldemokratów? Nie. W samym sformułowaniu niezwykle wyraźnie odbija się istota gazety, to co jest dla niej charakterystyczne w ogóle.

Każdy choć trochę zorientowany w dziennikarskiej praktyce i w zasadach propagandy wie dobrze, że w piśmie wszystko ma swój ładunek polityczny i spełnia określoną rolę. I artykuł prosto i tendencyjnie omawiający aktualne problemy czy też inny, różniący się obiektywnym — wydawałoby się — bezstronnym naświetleniem, i krzykliwe ogłoszenia czy też niczym nie wyróżniające się tytuły, i miejsce publikacji na kolumnie, i wyciszenie względnie pełne przemilczenie przy ocenie faktów i problemów — wszystko to nie jest przypadkowe, lecz podporządkowane pozycji wydawcy lub redaktorów, wszystko zależy od celu i kierunku wydawnictwa. W politycznej gazecie nie może być c z y s t o informacyjnego lub rozrywkowego materiału, każdy wypełnia określoną rolę propagandową lub agitacyjną, a tym samym służy określonym klasom. Modelując w swoisty sposób pojęcie czytelników, skupiając ideowo swych stronników, przygotowując ich do walki i wzbogacając doświadczeniem, słowo

występuje jako organizator, ono „także jest działaniem”¹⁶⁾. Podporządkowanie jednemu celowi publikacji różnych pod względem tematu, gatunku, stylu itp. zwiększa ten wpływ. Okresy zaostrenia walki klasowej lub też okresy skrajnej reakcji zwiększają tę organizującą siłę słowa, sprzyjając przekształceniu go w działanie. „Sytuacja ta jest bezsporna w zastosowaniu do historii w ogóle względnie do tych epok historii kiedy nie ma jawnych politycznych wystąpień mas, a tych ostatnich żaden pucz nie zamieni ani sztucznie nie wywoła”¹⁷⁾. W chwili „kiedy rozpoczął się moment rewolucyjny”, kiedy masy i klasy rozpoczęły otwartą walkę — „wtedy ograniczanie się *po staremu* do słowa nie dając *otwartego hasła* przejścia do czynu, wtedy wykręcanie się od działania powoływaniem się na psychiczne warunki czy na propagandę jest brakiem życia, martwością, rezonerstwem lub wręcz zdradą rewolucji”¹⁸⁾.

Wszystko to zostało jednak przewidziane przez Lenina w związku z analizą dwu taktyk socjaldemokratów i było skierowane przeciw wleczeniu się w ogonie ruchu rewolucyjnego, przedstawiciele której to taktyki liczyli wyłącznie na słowo, na propagandę bez „otwartego hasła”. Lenin pracę socjaldemokratów zawsze dzielił na propagandową, agitacyjną i organizatorską i nigdy nie kwestionował żadnej z tych funkcji. Nawet w okresach reakcji i ciszy rewolucyjnej. „O wiele trudniej i o wiele słuszniej — mówił on — być rewolucjonistą kiedy *jeszcze nie ma* warunków dla otwartej, masowej walki rewolucyjnej, trudniej bronić interesów rewolucji (propagandowo, agitacyjnie i organizacyjnie) w warunkach nie rewolucyjnych”¹⁹⁾. Zdaniem Lenina gazecie, prasie przypadała w tym ważna rola, ponieważ dostrzegł on w niej od razu środek nie tylko ideowego ale i praktycznego zespolenia zwolenników. „Rola pisma — pisał w artykule „Od czego zacząć?” — nie ogranicza się jedynie do samego tylko rozpowszechniania idei, politycznego wychowania i pozytywnego politycznych sprzymierzeńców”²⁰⁾. Ujawniał tym samym jej rolę w tworzeniu partii. Nieco później w artykule „Rewolucyjne dni” określał jej miejsce w rozwoju wydarzeń rewolucyjnych: „Pisać historię współczesności i starać się ją pisać tak aby nasz opis życia pomagał bezpośrednim uczestnikom ruchu i bohaterom — proletariuszom tam na miejscu działania — pisać tak aby sprzyjać rozszerzeniu ruchu, świadomemu wyborowi środków, sposobów i metod walki, służących osiągnięciu najlepszych rezultatów przy najmniejszej utracie sił”²¹⁾. Realizacja praktyczno-organizacyjnych zadań z pomocą gazety przedstawiona jest niezwykle precyzyjnie w znakomitym, szeroko znanym artykule „Od czego zacząć?”.

Mówiąc o tej funkcji gazety nie można zapominać, że możliwości jej oddziaływania organizatorskiego (jak i jej wpływ przy pomocy

¹⁶⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 2, s. 59

¹⁷⁾ J.w.

¹⁸⁾ J.w.

¹⁹⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 41, s. 87.

²⁰⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 5, s. 19.

²¹⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 9, s. 208.

słowa, propagandy i agitacji) ograniczają lub rozszerzają te idee społeczne i polityczne, które ona rozpowszechnia.

Prasa wyrażająca prawdziwe interesy mas pracujących może też osiągnąć największy sukces w przyciąganiu zwolenników, w ideowym i organizacyjno-praktycznym ich zespoleniu. Także w swoim środowisku, nawet starając się przeciwnie na swoją stronę okłamanych przedstawicieli innych klas o analogicznym położeniu, może działać także prasa burżuazyjna, reakcyjna. Zależnie od sytuacji, na różnych etapach rewolucji może się wysuwać na pierwszy plan lub słabnąć ta czy inna funkcja, ale żadna z nich nie może zniknąć całkowicie. Dysponując swoimi obiektywnie istniejącymi możliwościami, gazeta wypełnia rolę kolektywnego propagandysty, agitatora i organizatora. Przypomnijmy tu leninowskie słowa w związku z gazetą: „**sama przez się będzie się kształtować stała organizacja**“²²⁾. Obiektywne prawa nie mogą być w pełni ignorowane, ale mogą zostać osłabione i wtedy prasa traci wiele ze swej siły.

Odkrycie, rozwój i transformacja organizatorskiej funkcji prasy są szczególnie uzasadnione historycznie. I jeśli np. w okresie konspiracyjnym ważną rolę organizującą spełniało „zadanie techniczne” (zabezpieczenie wydania gazety, kolportaż itp.), to w latach władzy radzieckiej, kiedy obowiązki te przejęły państwowe przedsiębiorstwa, miejsce agentów zajęli korespondenci robotniczo-chłopski, których celem było dostarczenie materiałów gazecie a zwłaszcza świecenie przykładem, rozpowszechnianie optymalnych wzorów pracy, nieustanna walka z brakami.

Wskazanie na organizatorską funkcję prasy jest odkryciem, którego nie można i nie wolno nie docenić. Podkreślmy przy tym praktyczną stronę organizatorskiej funkcji prasy. W prasie leninowskiej realizowała się ona poprzez działalność agentów *Iskry*, korespondentów *Prawdy* w latach 1912—1914, korespondentów robotniczych i chłopskich w czasach radzieckich. Korespondenci ci występowali zawsze nie tylko, a raczej nie tyle jako autorzy, co jako przewodnicy linii gazety, bojownicy o jej zwycięstwo.

W. I. Lenin odkrywając i rozumiejąc specyfikę prasy zrealizował praktycznie jej tak ważną funkcję jak upowszechnienie doświadczeń, propaganda poczynań, nadał tej funkcji szczególny rozmach. Jak wiadomo jest naszym przywilejem, iż po odkryciu jakiegoś prawa, opierając się na jego przemysleniach, możemy celniej działać, osiągając lepsze efekty. Jest to ważne i w tym wypadku kiedy interesujemy się organizatorską funkcją prasy, przejawiającą się niezależnie od nas. Zrozumienie ogólnych praw zjawiska, jego specyfiki, pozwoliło Leninowi odkryć taką możliwość jak propaganda doświadczeń. I jeśli wydawca nie może kompletnie — powiedzmy — zlikwidować organizatorskiej funkcji choć może ją zwiększyć lub zmniejszyć, to propagowanie lub niepropagowanie doświadczeń, krytyka braków itp. jest całkowicie podporządkowana jego woli. Tym ważniejsze i bar-

²²⁾ W. I. L e n i n: Dzieła t. 5, s. 19 (podkreślenie A. B.).

dziej nowatorskie było leninowskie odkrycie i wykorzystanie tej możliwości prasy.

W funkcjach prasy — jak powiedziano — w sposób najbardziej określony i jasny występują ogólne, obiektywne prawa. Wydawca wykorzystując istniejące warunki wypełnia ją pożądaną treścią, ukierunkowuje, może też w sprzyjającej sytuacji aktywnie oddziaływać na jej potencjalną siłę, to znaczy — ogólne prawidłowości (w danym wypadku funkcje) mogą deformować się zależnie od określonych celów i warunków. Klasowe podejście przenika nie tylko treść i system funkcjonalny, lecz nawet formy i metody działania prasy. Wykorzystując swe gazety w celach propagandy, agitacji i organizacji, burżuazja stara się to ukryć, głosząc jakoby wyłącznie informacyjne i oświatowe funkcje prasy. Zdając sobie sprawę z istnienia niektórych ogólnych prawidłowości funkcji prasy, nie możemy zapominać ani na chwilę o klasowych pozycjach pisma i prasy jako całości.

Warunki w których działał Lenin określiły charakter i treść jego twórczości i działalności. Jako wyraziciel podstawowych interesów mas pracujących, jako bojownik o nie wystąpił w charakterze autentycznego ludowego wodza i teoretyka. Prasa stworzona przez niego była przede wszystkim w samej swej istocie prasą rzeczywiście ludową. Jej orientacja na klasę robotniczą jako najbardziej zespoloną organizacyjnie i nastrojoną rewolucyjnie stanowiła jej szczególną siłę, stwarzała najlepszą możliwość realizacji postawionych celów. Rozwój i umocnienie się imperializmu pociągnęło za sobą koncentrację w rękach jednostek korporacji nie tylko przemysłu i finansów, tworzenie najbardziej reakcyjnych systemów w organach państwowych, ale również reakcyjność propagandy, prasy. Działo się tak dlatego, gdyż zacieśniał się krąg ludzi dysponujących środkami produkcji (a przecież kto je posiada ten kieruje także ideowym życiem społeczeństwa) i także dlatego, że podobna koncentracja następowała i następuje w samej prasie, zaś jej bezpośredni twórcy coraz mocniej wiążą się z elitą finansową i przemysłową.

Lenin dostrzegł to i ocenił pierwszy, wyciągając własne wnioski, służące określeniu charakteru jego prasy.

Z drugiej strony epoka rozwoju rewolucji proletariackich, silnego napięcia walk klasowych, czemu zawsze towarzyszy powstanie i nieustępliwa walka partii (partyjność jest nieuniknionym satelitą rozwiniętych form walki klasowej), uświadomienie sobie przez masy pracujące ich misji historycznej nadawało prasie szczególnie ostry ładunek polityczny. Stawała się koniecznością prasa bardzo aktywna, ofensywna, określona partyjnie, bliska masom pod względem celów, formy, nawet tonu, działająca tylko w interesach tych mas.

Bojowa aktywność i polityczna pryncypialność stanowią sens prasy stworzonej przez Lenina. Już na wstępie swej działalności wskazywał on, że zadaniem partii jest stworzenie takiego systemu prasy, który sprzyjałby podciągnięciu słabo kwalifikowanych robotników do poziomu średniego, a średnich do poziomu przodującego. Lenin miał na celu także szerokie zadania oświatowe partii, uważając

za warunek zainteresowanie robotników życiem politycznym i walką. Wszystko to w imię walki politycznej, rozwoju świadomości politycznej i zespolenia ludzi pracy. Pragnął uzbroić masy nie tylko drogą zrozumienia idei i celów, ale też konkretnymi metodami i formami walki. Burżuazyjni teoretycy i praktycy dziennikarstwa wówczas i teraz twierdzili, że rola prasy ogranicza się do informacji, że publicystyka nie wymaga naukowego podejścia, że żyje ona jeden dzień itp. Ten sam punkt widzenia podtrzymują różnorodni oportuniści, kładli na niego nacisk już w latach radzieckich trockiści. Trocki starał się kierować wysiłki radzieckich dziennikarzy jedynie na informowanie czytelników. Radek twierdził, że zadaniem prasy radzieckiej nie jest uczenie życia lecz studiowanie go.

Lenin wzywał do pomocy walczącym, do uczenia się ich metod walki „które mogą przy najmniejszej utracie sił dać największe i najlepsze rezultaty”²³⁾. Nawoływał swoich stronników do szybkiej zmiany wydarzeń, do podążania za nimi, „wyciągania wniosków, czerpania z doświadczeń współczesnej historii nauk, które przydadzą się jutro gdzie indziej”²⁴⁾. Bardzo to zasadnicza różnica. W latach władzy radzieckiej Lenin stale podkreślał, że prasa jest niezastąpiona w ekonomicznym wychowaniu mas, w upowszechnianiu optymalnych doświadczeń i w walce z brakami. Wskazywał jak wykorzystać ją w charakterze narzędzia budownictwa nowego życia.

Jak w soczewce ogniskują się zasadnicze, obiektywne prawidłowości prasy w leninowskiej nauce o jej partyjności i funkcjach. Polityczne pozycje, występowanie w imieniu mas pracujących pozwalały Leninowi mówić o tym z całą dokładnością. Nie — zależność od portfela i nie rozrywki zblazowanej gwiazdy a służba proletariatu, nie — brak oblicza i bezpartyjność a występowanie w roli organu partii uważał on za cel naszej prasy. Stanowiska jawnie partyjnego wymagał od prasy wszystkich kierunków.

W swojej znakomitej formule o gazecie jako o propagandyście, agitatorze i organizatorze Lenin zawarł także cele oświatowe i informacyjne. Wyraża się w niej sama istota przy równoczesnym podkreśleniu jej pierwiastka kolektywnego, a propaganda jest wyniesiona na pierwszy plan. Propagandę i agitację rozpatrywał on z bardziej aktywnych pozycji niż jego poprzednicy.

W ten sposób ścisłość klasowych pozycji znajdująca wyraz w głoszonych jawnie ideach i przynależności partyjnej, pierwiastek aktywności różnie przejawiający się wobec mas, stronników i wrogów, ten właśnie pierwiastek aktywności jest istotą prasy stworzonej przez Lenina, jest tym co pozwala odkryć i rozwinąć obiektywne prawa prasy w ogóle, a rewolucyjnej w szczególności.

Jest to niewzruszony fundament naszej prasy, to co zabezpieczało i będzie zabezpieczać jej osiągnięcia w pracy z masami.

Dzięki pełnemu ujawnieniu przez Lenina praktycznych, organiza-

²³⁾ W. I. Lenin: Dzieła t. 9, s. 219.

²⁴⁾ Op. cit.

cyjnych możliwości gazety prasa nasza zajęła szczególnie ważne miejsce wśród form oddziaływania ideologicznego, duchowego i praktycznie organizacyjnego. Po zwycięstwie rewolucji socjalistycznej, która stworzyła nowy typ państwa, w którym gospodarzem są masy pracujące, a kierującą siłą partia komunistyczna, prasa znalazła się wśród transmisji umożliwiających wzajemne oddziaływanie między partią i narodem. Prasa zachowała przy tym możliwość występowania z jednej strony jako zjawisko życia duchowego (literatura, sztuka, nauka) a z drugiej — działalności praktycznej (rady, Komsomoł, związki zawodowe). W takiej sytuacji nie znajduje się prasa w żadnym kraju kapitalistycznym. Jest to argument przekonujący, że ustalenie i zbadanie ogólnych prawidłowości może przynieść owoce tylko w tym wypadku, gdy wiodącą nicią tych dążeń będzie podejście klasowe i konkretne historyczne. Warto tu przypomnieć słowa twórcy naszej prasy Lenina o tym, że ludzie zawsze byli i zawsze będą głupimi ofiarami kłamstwa w polityce, dopóki nie nauczą się rozróżniać interesów klasowych wśród różnych frazesów, obietnic, świadczeń moralnych, religijnych, politycznych i społecznych.

Leninowskie maksymy o prasie, konkretne wskazówki i doświadczenie dziennikarskie twórcy KPZR są nadal aktywnie rozwijane. Aktywność ta rośnie. Wydano szereg antologii jego prac o prasie i wspomnień o jego redaktorskiej i publicystycznej działalności. Ukazały się książki, broszury i artykuły poświęcone odrębnym epizodom i faktom z dziennikarskiej pracy Lenina, analizuje się idee o ogólnym lub częściowym charakterze, bada się ważniejsze strony jego nauki o prasie jako całości, śledzi się rozwój tradycji kierowanych przez niego organów we współczesnym dziennikarstwie radzieckim i zagranicznym. Badacze odnajdują wciąż nowe tematy, zgłębiają już znany materiał.

Charakterystyczną cechą prac w latach ostatnich jest ich analityczny charakter, dążenie autorów do badania dzieł i myśli Lenina na szerokim tle wypadków historycznych i publikacji tamtych lat, kiedy te dzieła i myśli dopiero się pojawiły, ale z uwzględnieniem obecnych osiągnięć nauk społecznych a w szczególności prasoznawstwa. Pogłębia się również ten temat, któremu poświęcony jest niniejszy artykuł.

Temat leninowski jest wiodącym w badaniach zespołów, katedr i wydziałów dziennikarstwa na uniwersytetach radzieckich, specjalnych katedr wyższych szkół partyjnych i Akademii Nauk Społecznych. Teoretyczne i praktyczne znaczenie tych prac jest niezwykle doniosłe, lecz wymaga jeszcze rozszerzenia i pogłębienia. Badania niektórych problemów prasy prowadzi się bez ostatecznego uwzględnienia leninowskich poglądów i wskazówek. Takie braki w teorii muszą odbić się na praktyce dziennikarskiej. Droga do usunięcia tych braków prowadzi przez surowe stosowanie leninowskich nauk o prasie.

Żyjemy w warunkach dalszej koncentracji kapitału, rozwoju imperializmu i nasilonej militaryzacji. Żyjemy także w warunkach

rozwijającego się ruchu proletariackiego, demokratycznego i anty-imperialistycznego. Procesy, u źródeł których Lenin zaczynał budowę swojej prasy, aktywnie rozwijają się. Tym bardziej konieczne jest zachowanie leninowskich wskazań i rozwijanie ważniejszych jakości prasy przez niego stworzonej.

W ślad za Marksem i Leninem zabiegać o zrozumienie ogólnej specyfiki prasy, odkrywać, wyjaśniać i szeroko stosować jej ogólne prawa — to zadanie niezwykle ważne, ale i trudne. Wynika ono z wytycznych KPZR, która na XXIV Zjeździe podkreśliła z całą mocą praktyczne znaczenie dla budowy komunizmu badań i wykorzystania obiektywnych praw rozwoju społecznego, wzrostu aktywności i podniesienia wysokiej rangi naszej propagandy.

Tłumaczyła Zofia Lewartowska

WALERY PISAREK

TYOLOGIA PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH

W dniach 13—16 września 1973 odbyła się w Budapeszcie międzynarodowa konferencja poświęcona typologii programów telewizyjnych. Narada została zorganizowana wspólnie przez UNESCO oraz Węgierskie Radio i Telewizję. Drukowany tu tekst wygłosił — jako referat w wersji angielskiej — dyrektor OBP, dr hab. W. Pisarek. Opracowanie zamieszczamy na zasadzie pierwodruku.

1. Za punkt wyjścia tych rozważań przyjmuję dwa pozornie wykluczające się wzajemnie twierdzenia:

- skonstruowanie takiej typologii programów telewizyjnych, która by mogła służyć różnym celom, jest zadaniem praktycznie niewykonalnym;
- skonstruowanie uniwersalnej typologii programów telewizyjnych, która by mogła służyć różnym celom, jest rzeczą nieodzownie i pilnie potrzebną.

Każde z tych twierdzeń wymaga kilku słów komentarza.

1.1. Jakiegokolwiek sensowne uporządkowanie jakiegokolwiek zbioru elementów może być dokonywane tylko według cech przysługujących tym elementom. Wartość każdego uporządkowania zależy natomiast w znacznym stopniu od tego, czy cechy uwzględnione w trakcie porządkowania są rzeczywiście istotne. Ale z kolei istotność jakiegokolwiek cechy jest zwykle względna, bo może się zmieniać w zależności od punktu widzenia, systemu wartości, potrzeb itp. podmiotu poznającego.

Doświadczenie uczy, że wytwory kultury znacznie trudniej poklasyfikować niż zjawiska przyrody. Typologię zawartości programów telewizyjnych dodatkowo komplikuje fakt, że telewizja w jeszcze większym stopniu niż tradycyjne środki przekazu sprzyja po pierwsze zacieraniu granic między uznanymi z dawien dawna kategoriami

i gatunkami wyrażania się, po drugie zaś powstawaniu nowych, pośrednich kategorii i gatunków. Przyznają to zgodnie badacze na Wschodzie ¹⁾ i na Zachodzie ²⁾.

Typologii programów telewizyjnych potrzebują (i konstruują ją doraźnie dla własnych potrzeb) kierownicy instytucji telewizyjnych w różnych krajach, politycy, działacze społeczni, a także badacze komunikowania masowego. Przy różnych okazjach interesują się oni jednak różnymi aspektami zawartości programów telewizyjnych. W zależności od zmieniających się przedmiotów ich aktualnego zainteresowania inne cechy programów telewizyjnych nabierają ważności.

1.2. W dobie, kiedy coraz powszechniej zwycięża przekonanie, że nasza planeta jest wspólnym domem całej ludzkości, na całym świecie we wszystkich dziedzinach życia pogłębia się zainteresowanie rozwojem innych krajów i chęć porównywania własnej działalności z ich działalnością. W zakresie telewizji co najmniej równie ważna jest możliwość porównywania liczb posiadanych rozgłośni i stopnia nasycenia odbiornikami, co możliwość porównywania struktury programów. Warunkiem takiego porównania jest oczywiście przyjęcie jednolitej typologii. Cóż bowiem z tego, że w niektórych krajach transmituje się program 20 godzin na dobę z kilkuset radiostacji do odbiorników posiadanych przez prawie każdą rodzinę, jeżeli połowę nadawanego programu wypełniają reklamowe śmieci.

Uniwersalna typologia programów telewizyjnych jest ponadto niezbędnym warunkiem jakichkolwiek metodologicznie poprawnych porównawczych badań nad komunikowaniem masowym na międzynarodowym poziomie. Niewielką wartość mają wnioski o preferencjach różnych mediów w poszczególnych krajach, jeżeli nie są oparte na znajomości struktury zawartości programów telewizyjnych.

1.3. Biorąc pod uwagę teoretyczne trudności związane z opracowaniem uniwersalnej i metodologicznie poprawnej typologii zawartości programów telewizyjnych oraz praktyczną jej potrzebę, należy szukać rozwiązania w trzech kierunkach:

- a) ograniczyć się do ustalenia niewielkiej liczby najważniejszych szerokich kategorii; bowiem w praktyce poszczególne typologie opracowywane dla różnych celów przez różnych badaczy tym bardziej różnią się między sobą, im bardziej są szczegółowe;
- b) zastosować w typologii kilka podziałów tak, aby każdy z nich był dokonany wedle innego kryterium; celem ostatecznym byłaby typologia wieloaspektowa oparta na podziale krzyżowym;
- c) uwzględnić możliwości szczegółowego podziału każdej z głównych kategorii; pozwoliłoby to zaspokoić zróżnicowane potrzeby różnych badaczy przy jednoczesnym zachowaniu nie zmienionych głównych kategorii typologii ogólnej.

¹⁾ A. Kumor: *Telewizja. Teoria, percepcja, wychowanie*. Warszawa 1973, s. 282 i nast.

²⁾ U. Magnus: *Zur Frage der Typologie von Sendeformen in Hörfunk und Fernsehen. Rundfunk und Fernsehen* 1967 nr 1, s. 41 i nast.

Propozycja praktycznej, uniwersalnej typologii programów telewizyjnych, jaką zamierzam przedstawić w dalszym ciągu tych rozważań, stanowi realizację powyższych postulatów. Opiera się ona na porównawczej analizie dziesiątków typologii stosowanych dla różnych celów w poszczególnych krajach³⁾ oraz na doświadczeniach w zakresie analizy zawartości gazet i czasopism⁴⁾. Zgodnie z wyjąciową tezą nie spodziewam się, by proponowana typologia mogła zaspokoić potrzeby wszystkich badaczy i praktyków (tak np. niewiele da przedstawicielom estetyki); ale miarą jej użyteczności będzie jej zdolność do zaspokojenia możliwie wielu zróżnicowanych potrzeb.

2. Wobec wspomnianej na wstępie względności wszelkich typologii i konieczności ich stosowania w badaniach i działalności praktycznej trudno się dziwić, że tak bardzo różnią się one między sobą. Różnice między poszczególnymi typologiami stosowanymi z różnych okazji i w różnych krajach są często tak znaczne, że praktycznie uniemożliwiają porównywanie ze sobą struktury zawartości programu różnych stacji telewizyjnych. Przyczyną tych różnic są nie tylko rzeczywiste różnice zawartości, ale znacznie częściej to, że poszczególne typologie zostały opracowane w różnych okolicznościach w celu zaspokojenia różnych potrzeb.

Wydaje się, że wiele stacji telewizyjnych stosuje typologię zawartości swoich programów odpowiednio do własnej struktury organizacyjnej. To znaczy, że poszczególne kategorie typologii odpowiadają poszczególnym działom redakcyjnym: za programy dla młodzieży uważa się to wszystko, co przygotowuje Dział Programów Młodzieżowych; jeżeli zaś jakaś stacja ma Dział Programów Ekonomicznych, to jest rzeczą wysoce prawdopodobną, że i w stosowanej przez nią typologii znajdzie się kategoria „Programy ekonomiczne”.

Ponieważ działalność telewizji we wszystkich krajach bywa przedmiotem kontroli (w różnych formach) ze strony rządów i społeczeństw, stacje telewizyjne wprowadzają do swych typologii kategorie obejmujące programy o szczególnie dużej użyteczności społecznej, a mianowicie programy oświatowe, popularnonaukowe, kulturalne czy polityczne. Wyodrębnienie tych kategorii w zawartości programów ułatwia ocenę, w jakim stopniu telewizja służy interesom publicznym społeczeństwa, w którym działa.

2.1. Dallas Smythe⁵⁾, poddając krytyce stosowane typologie programów telewizyjnych, zwrócił uwagę na ich metodologiczną niepopraw-

³⁾ Jako źródła informacji o tych typologiach służyły m. in.: *Annuario RAI* 1968. Roma 1968; *BBC Handbook* 1968. London 1968; *NHK Handbook* 1969. Tokio 1969; *ORF-Almanach*. Wien 1971; *Rocznik Polskiego Radia i Telewizji* 1967. Warszawa 1969; *Z anteny PR i ekranu TV, rocznik* 1971. Warszawa 1971; H. Żebrowska: *Radio i telewizja w NRD*. Warszawa 1970.

⁴⁾ Odnosi się to zwłaszcza do doświadczeń Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie, które znalazły wyraz m. in. w publikacjach: I. Tetelowska: *Szkice prasoznawcze*. Kraków 1972 oraz P. Dubiel: *Niektóre metodologiczne problemy obszarowej analizy tła*. *Otázky Žurnalistiky* 1971, s. 28—32.

⁵⁾ W: *Proceedings of the Symposium on the International Flow of Television Programmes*. Tampere 1973.

ność. Wykazał, co zresztą nie było rzeczą trudną, że poszczególne kategorie zawartości wyodrębnione są według różnych kryteriów uwzględniających różne aspekty przekazów. Jeżeli w tej samej rozłącznej typologii znajdujemy kategorie: WIADOMOŚCI, PROGRAMY DLA MŁODZIEŻY i SPORT, to trudno dociec, do której kategorii zostały zaliczone wiadomości sportowe nadane w ramach programów dla młodzieży.

Weźmy dla przykładu strukturę typologiczną programów telewizji austriackiej. Obejmuje ona 16 następujących kategorii:

- | | |
|--|------------------------------------|
| 1. informacja polityczna, publicystyka | 9. muzyka |
| 2. filmy fabularne | 10. oświata |
| 3. sport | 11. transmisje spektakli z teatrów |
| 4. kultura | 12. programy dokumentalne |
| 5. rozrywka | 13. programy religijne |
| 6. teatr telewizyjny | 14. reklama |
| 7. filmy telewizyjne | 15. zapowiedzi, przerwy, wstawki |
| 8. aktualności | 16. różne. |

Większość tych określeń nazywających poszczególne kategorie jest na tyle wieloznaczna, że bez dodatkowych wyjaśnień nie sposób z całą pewnością orzec, jakie cechy przekazu decydują o zaliczeniu go do tej a nie innej kategorii. Tym trudniej odpowiedzieć na pytanie, na jakiej podstawie twórcy tejże typologii wprowadzili do niej większość kategorii. Tak na przykład, trudno dociec, jaka cecha decyduje o zaliczeniu danego przekazu do kategorii nazwanej „informacja polityczna, publicystyka”. Można bowiem tę kategorię rozumieć jako kategorię tematyczną (= „przekazy telewizyjne poświęcone zagadnieniom politycznym”), jeśli położymy nacisk na wyrazie „polityczna”; można przyjąć że kategoria ta została wyodrębniona przynajmniej częściowo wedle kryterium formalnego (= „przekazy telewizyjne o formie wiadomości i komentarzy”); można również uznać tę kategorię za wyodrębnioną częściowo wedle kryterium funkcji społecznej (= „przekazy, których celem jest informowanie i komentowanie wydarzeń”), jeśli położymy nacisk na wyrazach „informacja” i „publicystyka”.

Z 16 wymienionych wyżej kategorii chyba tylko 3 wyodrębniają się na podstawie jednego kryterium. Są to kategorie „sport” i „kultura” wydzielone według kryterium tematycznego (oczywiście tylko wówczas, gdy pojęcie kultury będziemy rozumieli na tyle wąsko, że wyłączymy z niej sport) oraz kategoria „rozrywka” wydzielona na zasadzie funkcji społecznej przekazów. Każda z pozostałych 13 kategorii opiera się — podobnie jak pierwsza — na 2 lub 3 kryteriach.

Najczęściej wykorzystane jest kryterium formy; występuje ono, w kategoriach: „informacja...”, „film fabularny”, „teatr telewizyjny”, „film telewizyjny”, „transmisje spektakli z teatru”, „programy dokumentalne”; jeśliśmy przez formę rozumieli również tworzywo przekazu albo środki wyrażania, należałoby tu jeszcze dopisać kategorię „muzyka”. Drugim co do częstości wykorzystywania jest kry-

terium funkcji społecznej; należą tu kategorie: „informacja, publicystyka”, „rozrywka”, „aktualności”, „oświata”, „programy dokumentalne”, „reklama”. Miejsce trzecie przypada kryterium tematyki; opierają się na nim kategorie: „informacja polityczna”, „sport”, „kultura”, „oświata”, „programy religijne”. Niemal równie często korzysta się z kryterium stopnia zaangażowania warsztatu telewizyjnego do produkcji poszczególnych programów⁶); jako przykłady mogą tu posłużyć kategorie: „film fabularny”, „teatr telewizyjny”, „film telewizyjny”, „transmisje spektakli z teatrów”.

2.2. Na podstawie analizy typologii stosowanych w innych telewizjach listę tych 4 kryteriów łatwo można powiększyć. I tak niektóre kategorie typologii stosowanej w BBC oparte są na kryterium zamierzonej publiczności (np.: „programy dla szkół”, „programy dla zagranicy”) i języka przekazu (np. „programy w języku walijskim”); W wielu typologiach uwzględnia się kryterium zasięgu terytorialnego (np. „programy lokalne”, „programy ogólnokrajowe”) oraz kryterium komunikatora (np. „wypowiedzi ważnych osobistości”). Do tych kryteriów stosowanych w działalności praktycznej przez menadżerów telewizji, dodatkowe propozycje dorzucają badacze. Podsuwają oni kryterium postawy komunikatora wobec rzeczywistości (pozwala ono całość przekazów telewizyjnych podzielić na odtwarzające, przetwarzające i wytwarzające⁷), kryterium artystyczności vs dziennikarskości (wedle którego przeciwstawia się programy publicystyczno-informacyjne artystyczno-widowiskowym⁸) czy też kryterium stopnia i rodzaju konwencjonalizacji (otrzymujemy podział na programy o konwencjach służebnych vs niezależnych, oraz o konwencjach maskowanych vs manifestowanych⁹).

2.3. Podsumowując powyższe rozważania, przypomnijmy wymienione dotychczas kryteria wydzielenia kategorii programów telewizyjnych:

1. Forma
2. Tematyka
3. Funkcja społeczna (zamierzona)
4. Stopień zaangażowania warsztatu telewizyjnego
5. Publiczność (zamierzona)
6. Język przekazów
7. Zasięg terytorialny
8. Komunikator
9. Postawa komunikatora wobec rzeczywistości
10. Artystyczność (fikcjonalność) vs dziennikarskość (autentyczność)
11. Stopień i rodzaj konwencjonalizacji.

⁶) Kryterium to uważa za podstawowe P. Wert; por.: Podstawy typologii widowiska telewizyjnego. (W:) Styl i kompozycja. Warszawa 1965.

⁷) S. Kuszewski: Widowisko telewizyjne. Warszawa 1971.

⁸) E. Bagirow (red.): Żanry telewidenija, Moskwa 1967.

⁹) A. Kumor: Telewizja...; jak wyżej.

3. Uchwyciwszy szereg ważniejszych — jak sędzę — kryteriów systematyzowania przekazów telewizyjnych, można przystąpić do ich selekcji. I tak, przyjmując, że częstość korzystania z jakiegoś kryterium (wnioskujemy o niej według częstości używania w typologiach kategorii wyodrębnionych na podstawie tego właśnie kryterium) dowodzi jego praktycznej użyteczności, można uznać za niewątpliwie użyteczne kryteria formy, tematyki, funkcji, stopnia zaangażowania warsztatu telewizyjnego, publiczności, zasięgu terytorialnego oraz dziennikarskości. Do tych siedmiu kryteriów wypada dodać kryterium języka, które dla charakterystyki zawartości programów niektórych stacji telewizyjnych jest nieodzowne.

Z pozostałych trzech kryteriów można zrezygnować, bo albo dokonany według nich podział będzie się w znacznym stopniu pokrywał z podziałami opartymi na innych kryteriach (np. kryterium postawy komunikatora wobec rzeczywistości bliskie jest kryterium artystyczności-dziennikarskości), albo też zastosowanie danego kryterium wymagałoby specjalnych kwalifikacji od personelu kategoryzującego (np. kryterium stopnia i rodzaju konwencjonalizacji).

Dzięki zastosowaniu wybranych 8 kryteriów oparta na nich typologia będzie w stanie odpowiedzieć na wszystkie pytania nieco zmodyfikowanej formuły Lasswella: Kto, co mówi, jak, do kogo, w jakim celu. Mimo wszystkich krytyk, z jakimi się ona spotkała w ubiegłym 10-leciu, uważam ją za użyteczną jako punkt wyjścia w porządkowaniu problematyki komunikowania masowego.

Relacje między pytaniami formuły Lasswella a wybranymi kryteriami przedstawiałyby się następująco:

	Kto?	Co?	Jak?	Do kogo?	W jakim celu?
Kryteria:	Stopień zaangażowania warsztatu telewiz. + Artystyczność vs dziennikarskość	Tematyka	Forma (tworzywo) + Język	Publiczność wg cech demograficznych + Zasięg terytorialny	Funkcja społeczna

3.1. Kryterium stopnia zaangażowania własnego warsztatu pozwala podzielić programy danej stacji telewizyjnej na 5 kategorii:

- a) programy wyprodukowane (i utrwalone na taśmie filmowej) nie tylko (lub nie przede wszystkim) dla telewizji której rola ogranicza się wyłącznie do mechanicznego przekazywania (np. filmy fabularne przeznaczone w zasadzie dla kin);
- b) programy wyprodukowane (i utrwalone na taśmie filmowej lub magnetycznej) dla telewizji przez różne wyspecjalizowane instytucje (też telewizyjne); rola danej stacji ogranicza się — jak poprzednio — również wy-

- łącznie do mechanicznego przekazywania (np. telewizyjne filmy fabularne, oświatowe i dokumentalne, reklama);
- c) programy transmitowane bezpośrednio z innych stacji telewizyjnych (krajowych lub zagranicznych);
 - d) własne transmisje różnych wydarzeń (np. transmisje z zawodów sportowych, teatrów, koncertów, obrad parlamentu, zgromadzeń publicznych);
 - e) programy produkowane przez własny zespół danej stacji (np. własne spektakle teatralne i estradowe, pogadanki, dyskusje);
 - f) inne.

3.2. Kryterium artystyczności-dziennikarskości dzieli wszystkie programy telewizyjne na dwie duże grupy w zależności od tego, czy te programy tworzone są przede wszystkim przez artystę czy przez dziennikarza-publicystę. Zgodnie z tym kryterium można wyróżnić:

- a) programy artystyczne, kreujące rzeczywistość, oparte na fikcji (np. spektakle teatralne i estradowe, koncerty, filmy fabularne);
- b) programy informacyjno-publicystyczne, odbijające bezpośrednio autentyczną rzeczywistość (np. dzienniki, programy dokumentalne i popularnonaukowe);
- c) inne (ewentualnie łącznie z reklamą).

3.3. Kryterium tematyki następuje najczęściej trudności. Po pierwsze dlatego, że nie wszystkie programy dadzą się według niego klasyfikować (np. muzyka), po drugie zaś dlatego, że w zakresie tematyki szczególnie istotną rolę odgrywa to, komu i jakim celom typologia ma służyć. Bądź co bądź systematyzacja tematyki przekazów telewizyjnych jest w gruncie rzeczy systematyzacją całej rzeczywistości. Z tego względu można tu wyodrębnić tylko bardzo szerokie kategorie:

- a. polityka
- b. ideologia (ewentualnie też religia)
- c. gospodarka (przemysł, rolnictwo, handel)
- d. stosunki społeczne
- e. kultura i sztuka (programy o kulturze i sztuce, bez prezentacji wytworów sztuki, jak filmy, teatr itp.)
- f. nauka
- g. przyroda, geografia, podróże
- h. sport (łącznie z widowiskami sportowymi)
- i. życie prywatne człowieka (też życie rodzinne)
- j. różne — mieszane
- k. inne; w tej kategorii winny się znaleźć oprócz tych programów, które się nie mieszczą w żadnej z poprzednich kategorii, także wszystkie programy artystyczne (patrz 3.2.) oraz reklama; można również wydzielić osobną kategorię „pozostałe” i tam zaliczyć prezentację wytworów sztuki oraz reklamę.

3.4. W przeciwieństwie do kryterium tematyki, kryterium formy nie przysparza większych kłopotów. Dopuszcza ono bardzo szczegółową systematyzację zawartości programów telewizyjnych. Tutaj

jednak ograniczymy się do najwyższego poziomu, rozumiejąc przez formę tworzywo, czyli środki wyrazu, jakimi się posługują twórcy programów. Na tej podstawie wyróżnimy:

- a. programy słowne (np. dyskusje, pogadanki)
- b. programy filmowe (np. filmy fabularne, reportaże)
- c. programy teatralne (też opera, balet)
- d. programy muzyczne
- e. widowiska (np. spektakle estradowe, cyrk)
- f. inne.

3.5. Kryterium j ę z y k a, w jakim nadawane są programy, nie budzi wątpliwości. Poszczególne kategorie wyodrębnione wedle tego kryterium odpowiadałyby językom, w jakich nadawane są programy danej stacji telewizyjnej. Można wprowadzić dopuścić zasadniczy podział na (a) programy nadawane w języku urzędowo panującym w danym kraju i na (b) programy nadawane w innych językach. Ale i ten podział nie może mieć charakteru uniwersalnego ze względu na kraje o 2 lub 3 językach urzędowych (np. Belgia, Szwajcaria).

3.6. Na pytanie, do kogo adresowany jest program telewizyjny pomagają odpowiedzieć dwa kryteria: kryterium zamierzonej publiczności określonej jej cechami demograficzno-społecznymi oraz kryterium zasięgu terytorialnego odbioru danego programu. Zgodnie z pierwszym wydaje się rzeczą pożyteczną wydzielenie następujących kategorii:

- a. programy dla wszystkich potencjalnych odbiorców
- b. programy dla dorosłych (np. filmy od lat 18)
- c. programy dla dzieci (oprócz programów dla szkół)
- d. programy dla młodzieży (oprócz programów dla szkół)
- e. programy dla szkół
- f. programy dla kobiet
- g. programy dla rolników
- h. programy dla innych specjalnych publiczności (np. dla wojska).

Zdaję sobie sprawę, że wymienione tu kategorie zostały wyróżnione na różnych podstawach. Niektóre odwołują się do wieku odbiorców, inne do zawodu, inne do płci. Mimo teoretycznej słabości tego zbioru kategorii, wydaje się on praktycznie użyteczniejszy niż ewentualny podział ściśle logiczny, w którym pojawiłyby się puste kategorie odbiorców, nie mające programów specjalnie do nich adresowanych.

3.7. Jasne i nie wymagające komentarzy kryterium zasięgu terytorialnego prowadzi do podziału programów telewizyjnych na:

- a. programy międzynarodowe (np. transmisje z olimpiady)
- b. programy narodowe
- c. programy regionalne
- d. programy miejskie
- e. inne.

3.8. Trudnościom związanym z określeniem kategorii tematycznych chyba dorównują — a może nawet je przewyższają — trudności związane z systematyzacją funkcji przekazów w komunikowaniu masowym. Wśród tysięcy publikacji omawiających funkcje prasy, radia czy telewizji, trudno znaleźć choćby dwie, które by niezależnie od siebie rozwiązywały ten problem tak samo. Pisząc o funkcjach, różni autorzy ujmują je to jako intencję komunikatora, to znów jako zadania przekazów, to znów jako metodę komunikowania, to znów jako rodzaj lub zakres oddziaływania środków masowych. Ponieważ zaś nie ma takiej dziedziny życia, na którą by środki masowe nie mogły wywierać wpływu, lista funkcji prasy tak rozumianych jest praktycznie nieograniczona.

W takiej sytuacji możliwe są do przyjęcia dwa rozwiązania. Można potraktować funkcje przekazów telewizyjnych jako funkcje znaków w komunikowaniu (symboliczna, impresywna, ekspresywna). W takim wypadku mielibyśmy 3 główne kategorie:

- programy służące informowaniu o rzeczywistości,
- programy służące przekonywaniu i komentowaniu,
- programy służące głównie celom artystycznym,
- inne.

Taki podział wnosi jednak niewiele, jeżeli już przewidziano w typologii podział według kryterium artystyczności vs dziennikarskości.

Można także — i to rozwiązanie, choć metodologicznie budzi wątpliwości, jest chyba praktycznie słuszniejsze — uznać, że funkcje programów telewizyjnych bliskie są zadaniom, jakie te programy mają do spełnienia w społeczeństwie. Uwzględniając tylko najważniejsze zadania, należałoby w takim wypadku wyróżnić następujące kategorie:

- a. programy informujące (służące rozpowszechnianiu bieżących, aktualnych wiadomości)
- b. programy komentujące (też: propagandowe)
- c. programy oświatowe
- d. programy rozrywkowe (też: prezentacja wytworów artystycznych)
- e. reklama
- f. inne.

4. Przedstawiony tu projekt uniwersalnej typologii programów telewizyjnych wymaga jeszcze kilku słów komentarza.

— Po pierwsze, każdy przekaz telewizyjny powinien być charakteryzowany za pomocą każdego z ośmiu wybranych kryteriów. Oznacza to, że np. film „Wojna i pokój”, nadany w I programie Telewizji Polskiej, zaliczony zostanie kolejno do kategorii:

3.1a, 3.2a, 3.3k, 3.4b, 3.5a (tzn. w polskiej wersji językowej), 3.6a, 3.7b, 3.8d.

Dzięki temu, krzyżując ze sobą poszczególne podziały, można uzyskać wielostronną informację o programach mieszczących się w każdej kategorii; np. jak się przedstawiają programy dla młodzieży pod względem zaangażowania warsztatu rozgłośni telewizyjnej w ich

produkcję, jaką ich część wypełnia muzyka, jaka jest ich tematyka itp.

— Po drugie, w zależności od potrzeby każda z wyróżnionych kategorii może podlegać podziałowi na szczegółowe sub-kategorie; np. w kategorii 3.1a możemy wyróżnić sub-kategorie: „programy wyprodukowane za granicą” i „programy produkcji krajowej”. Zwłaszcza każda z kategorii wymienionych w 3.4 prosi się o podział na subkategorie odpowiadające gatunkom przekazów telewizyjnych.

— Po trzecie wreszcie, nie wszystkie podziały uwzględnione w proponowanej tu typologii mają tę samą wagę dla działalności praktycznej. Gdyby z jakichkolwiek powodów trzeba było liczbę zastosowanych kryteriów zmniejszyć do minimum, rezygnacja nie powinna objąć kryteriów dających odpowiedzi na pytania co? jak? i do kogo?, a więc kryteriów tematu, formy i publiczności. W takim wypadku jednak należałoby jeszcze dodatkowo określić udział reklamy w całości programu.

Zdają sobie sprawę, że powyższa typologia pomija wiele istotnych aspektów, wśród nich np. kwestię zasadniczą dla badań komunikowania masowego, a mianowicie, czyim interesom służą bezpośrednio poszczególne przekazy. Można by to ujawnić, wprowadzając na przykład kryterium źródła finansowania poszczególnych programów (kto płaci za ich produkcję i transmisję?). Małe jednak prawdopodobieństwo, by instytucje telewizyjne w większości krajów zgodziły się na ujawnienie tych faktów.

BARBARA DALESZAK-WAJDZIK

ROZWAŻANIA O WYWIADZIE PRASOWYM

Artykuł został opracowany na podstawie pracy magisterskiej pt. „Próba teorii wywiadu prasowego”, napisanej pod kierunkiem prof. dra Jana Trzynałdowskiego na Uniwersytecie Wrocławskim. W niniejszej publikacji autorka przyjęła założenia znacznie skromniejsze niż w pierwotnym opracowaniu; jak pisze w liście do redakcji, artykuł ma być „jedynie próbą dodania czegoś do toczącej się dyskusji” o gatunku. W myśl tej intencji redakcja przeprowadziła dyskusję (drukowaną obok) o wywiadzie, której stenogram przekazano autorce artykułu. B. Daleszak-Wajdzik uznała, iż dyskusja nie wymaga z jej strony komentarza.

Etymologia pojęcia. Geneza i ewolucje pojęcia

Stanisław Sierotwiński w „Słowniku terminów literackich”¹⁾ podał następującą definicję słowa „wywiad”:

„Wywiad (interview) — Rozmowa przeprowadzona przez dziennikarza z budzącą zainteresowanie osobą (np. pisarzem) celem opublikowania w czasopiśmie, składa się z celowo sformułowanych pytań i uzyskanych na nie odpowiedzi, może dotyczyć jakiejś okazji (np. jubileuszu, nagrody), szczegółów biograficznych, wspomnień, wrażeń z podróży, planów, zamierzeń, poglądów na określoną sprawę”.

Podobną definicję sformułował Michał Szulczewski w artykule pod tytułem „Informacja”²⁾:

¹⁾ S. Sierotwiński: Słownik terminów literackich. Teoria i nauki pomocnicze literatury. Wrocław—Warszawa—Kraków 1966, s. 318.

²⁾ M. Szulczewski: Informacja. W: Teoria i praktyka dziennikarstwa. Wybrane zagadnienia. Warszawa 1964, s. 96.

„Wywiad stanowi publikację rozmowy przeprowadzonej przez dziennikarza z człowiekiem reprezentującym coś w danej dziedzinie. Przez reprezentowanie rozumieć tu można zarówno zajmowanie wybitnej pozycji w zakresie jakichś spraw publicznych (politycznych, gospodarczych itp.) jak i posiadanie autorytetu ze względu na swą twórczość artystyczną czy naukową, pracę zawodową lub też na innego rodzaju osiągnięcia (np. sportowe). Rozmowa zaprezentowana odbiorcy w formie krótkich pytań dziennikarza i dłuższych z reguły odpowiedzi interlokutora ma na celu dostarczenie czytelnikowi autorytatywnych informacji z danej dziedziny. W zależności od rodzaju rozmówcy i zakresu omawianych problemów różnie kształtować się może charakter wywiadu — od czysto informacyjnego, do formy, w której występują nader wyraźnie elementy publicystyki”.

Obydwaj autorzy interpretują słowo „wywiad” w najnowszym i najpopularniejszym obecnie znaczeniu. Początkowo „wywiad” nazywał jedynie zjawisko zasięgania informacji, dowiadywania się o czymś, zaś gatunek prasowy (publikowaną rozmowę) nazywano w XIX wieku — interwiewem.

W „Słowniku etymologicznym języka polskiego”³⁾ znajdujemy następujące wyjaśnienie:

„wywiad — od psł. vedeti + przedrostek „wy” — wyrażający dokonanie czynności. Wywiad — od wywiedzieć się „dowiedzieć się, zbadać”. B. Linde w swoim słowniku⁴⁾ podaje pod hasłem „wywiad”: „wywiadywanie się, dochodzenie, staranie by się wywiedzieć, by odkryć, wysledzić, śledztwo”.

Pierwotnie stosowane było to słowo przede wszystkim dla określenia czynności zbierania informacji strategicznych w innym kraju. Ludziom, którzy tę czynność wykonywali, nadano miano wywiadowców. W początkach XX wieku rozszerza się zakres znaczeniowy tego wyrazu. Wywiad w rozumieniu strategicznym schodzi na dalszy plan, a główne znaczenie wiąże się ze zbieraniem informacji przez dziennikarzy. Jednocześnie słowem „wywiad” zaczyna się nazywać coraz popularniejszy w prasie a następnie w radiu i telewizji gatunek dziennikarski noszący uprzednio nazwę „interwiew”. W wydanym w 1968 r. „Słowniku języka polskiego”⁵⁾ podane jest obok znanych wcześniej znaczeń także nowe:

„1) rozmowa przeprowadzona dla uzyskania informacji, 2) rozmowa przedstawiciela prasy, radia lub telewizji z kimś wybitnym, znanym, z przedstawicielem władzy; opublikowany tekst takiej rozmowy”.

Dla rozgraniczenia dwóch ostatnich znaczeń wprowadzony został w niniejszej pracy podział dodatkowy: przez „wywiad prasowy” bę-

³⁾ A. Brückner: Słownik etymologiczny języka polskiego. Warszawa 1957, s. 615 i 637.

⁴⁾ B. Linde: Słownik języka polskiego, t. 4. Lwów 1860, s. 642.

⁵⁾ Słownik języka polskiego. Praca zbiorowa. t. 10. Warszawa 1968, s. 315.

dziemy rozumieć produkt końcowy pracy dziennikarza, w postaci rozmowy opublikowanej w prasie. Czynności przygotowawcze, a więc zbieranie materiału poprzez bezpośrednią rozmowę z informatorem, bez względu na środek przekazu, nazwiemy „wywiadem dziennikarskim”.

Obecnie słowo „wywiad” stosowane jest również w innych dziedzinach; używają go socjologowie, psycholodzy, działacze społeczni, lekarze. Dlatego dla uniknięcia nieporozumień dodaje się do niego przymiotnik precyzujący, określający znaczenie, o które chodzi.

Odmiany wywiadu

W zależności od masowych środków komunikowania, przez które publikacja dociera do odbiorcy, zawartości treściowej, metody przygotowania, a nawet rodzaju czasopisma czy programu, można wyróżnić wiele odmian wywiadu. Stosując jako kryterium podziału formę w jakiej wywiad przekazywany jest odbiorcy, można wyróżnić dwie główne grupy: dźwiękowe i drukowane. Podział ten daje się rozszerzyć następująco:

- a) wywiad bezpośredni przed audytorium,
- b) wywiad telewizyjny,
- c) wywiad radiowy,
- d) wywiad prasowy.

Odmiany wywiadu w powyższym zestawieniu zostały uszeregowane w gradacji od najbogatszej w środki przekazu do najuboższej pod tym względem. Omówmy najważniejsze cechy tych odmian.

Wywiady przeprowadzane bezpośrednio przed audytorium, gdzie jedynym środkiem technicznym jest mikrofon stosowany dla zwiększenia słyszalności głosu, są najbardziej komunikatywne. Osobisty kontakt uczestników rozmowy, tzn. dziennikarza i jego interlokutora z odbiorcami, ułatwia właściwe rozumienie treści zawartej w wywiadzie. Dla odbiorcy dziennikarz jest człowiekiem wyręczającym go w stawianiu pytań, na które chciałby otrzymać odpowiedź. Gdy wywiad przeprowadzany jest na tej samej sali, słuchacze odnoszą wrażenie czynnego uczestnictwa w rozmowie. Uczucie to zwiększa możliwość autentycznego włączenia się do wywiadu przez stawianie dodatkowych pytań. W zależności od tematu wywiad taki może przeobrazić się w swobodną rozmowę, a nawet pogawędkę. Ta odmiana wywiadu stosowana jest przede wszystkim w tzw. spotkaniach z ciekawymi ludźmi, przy okazji konkursów, quizów, imprez sportowych. Najczęściej przeprowadza się takie wywiady „na żywo”, bez uprzedniego przygotowania. Zawierają one najwięcej elementów improwizacji.

Drugą odmianą wywiadu, posiadającą podobne do poprzedniej walory, jest wywiad telewizyjny. Dzięki wizji odbiorca odnosi wra-

zenie bezpośredniego kontaktu z jego uczestnikami. Potęguje się ono, gdy rozmówcy podczas wypowiedzi zwracają się do kamery. Istnieją trzy metody przygotowywania wywiadów emitowanych przez telewizję. W zależności od tego, w jaki sposób powstaje wywiad, kształtuje się jego charakter. Stosunkowo najrzadziej nadawane są wywiady uprzednio nie przygotowane. Powstają one w trakcie emisji programu, niejako na oczach telewidzów, podczas transmisji z imprez np. sportowych. Dziennikarz zadaje pytania dotyczące wydarzeń przed chwilą oglądanych, przygotowań do widowiska, szczegółów biograficznych przedstawianej osoby itp. Odpowiedzi rozmówcy są przeważnie krótkie, niekiedy jednowyrazowe, ograniczają się do przytaknięcia lub zaprzeczenia. Taka rozmowa, która jest częścią składową sprawozdania z imprezy, nie porusza ważnych, wymagających dłuższego omówienia problemów, może je jedynie sygnalizować. Jedną z najważniejszych przyczyn niedopracowania tego typu wywiadów jest swoistość transmisji telewizyjnych, w których dominującą rolę odgrywa wizja. Ta przewaga wizji nad fonią powoduje, że komentarz wraz z towarzyszącym mu wywiadem schodzi na dalszy plan. Krótka rozmowa dziennikarza z uczestnikiem imprezy nie spełnia wszystkich warunków klasycznego wywiadu, nie ma nawet przejrzystej kompozycji. Jednak wszelkie usterki łagodzi w tym przypadku atmosfera napięcia emocjonalnego zarówno rozmówców jak i odbiorców i ona decyduje o wartości wywiadu.

Ale przeprowadzanie wywiadów „na żywo” w innych programach jest ryzykowne. Grozi zatraceniem właściwej, logicznie uzasadnionej konstrukcji, zbaczaniem z zasadniczego tematu przez dygresje czy też powstaniem kłopotliwej sytuacji w przypadku zaskoczenia rozmówcy nieprzewidzianym pytaniem. Aby uniknąć takich błędów, utrudniających przekazanie treści w zaplanowanej formie, przygotowuje się starannie wywiad przed nadaniem programu. Najczęściej stosowane są dwie metody, które kolejno omówimy.

Pierwsza z nich, to ustalenie na piśmie wszystkich pytań i odpowiedzi. Po każdym pytaniu dziennikarza rozmówca recytuje odpowiedź lub odczytuje ją z kartki. W rezultacie cały program, nawet najciekawszy tematycznie, traci wartość, jest sztuczny, pozbawiony swobody i nie pełni zaplanowanych funkcji. Metoda ta wymaga jednak najmniejszego wysiłku i dlatego mimo protestów ze strony telewidzów i krytyków jest często stosowana. Wywiady telewizyjne z różnych powodów muszą być uprzednio wyreżyserowane, ale jednocześnie powinny zachować pozory swobodnej rozmowy. Efekt taki osiąga się wówczas, gdy dziennikarz przed nadaniem audycji nakreśli rozmówcy koncepcję programu, poda treść pytań i określi przybliżony czas przeznaczony na odpowiedź. Już w czasie emisji wypowiedzi komponowane są na gorąco, mają walory improwizacji, która ożywia i ubarwia program przez wprowadzenie dodatkowego elementu, jakim jest zaangażowanie emocjonalne uczestników rozmowy. W tym częściowo improwizowanym programie słownictwo jest bogatsze niż w tekście pisanym, język bardziej zbliżony do potocznego, a tym samym rozmowa jest swobodniejsza i bliższa od-

biorcy. Nie rażą wtrącone wyrazy żargonowe czy gwarowe, które nawet uatrakcyjniają audycję.

Podobne do omówionych efekty otrzymuje się przez przygotowywanie wywiadów metodą prób przed programem. Uczestnicy komponują wstępnie swoje wypowiedzi i — pomimo że rozmowa jest improwizowana — pozbywają się tremy przed kamerą.

Omówione wyżej odmiany wywiadów, tzn. bezpośredni i telewizyjny, mają jedną wspólną cechę. Oprócz wyrażania treści za pomocą słów mają dodatkowe walory dzięki temu, że odbiorca jest naocznym świadkiem przeprowadzanej rozmowy. Duże znaczenie odgrywa w niej gestykulacja i mimika. Właściwe i oszczędne dysponowanie tymi środkami dodatkowo uatrakcyjnia i wzbogaca przekazywaną treść. W telewizji stosowana jest także w zależności od tematu ilustracja wywiadu za pomocą filmu lub zdjęć. W trakcie rozmowy wyświetlany jest film przedstawiający zjawiska, ludzi i przedmioty, o których aktualnie jest mowa. Dzięki temu zabiegowi zwiększa się treść poznawcza wywiadu.

Trzecią z wymienionych odmian jest wywiad radiowy, będący jedną z najpopularniejszych form radiowych. Jest on uboższy od poprzednich o efekty wizualne. Uwaga odbiorców jest więc całkowicie skupiona na tekście i jego formie. To co w telewizji przekazuje obraz, w radiu należy wyrazić opisem. Stąd też wypowiedzi są dłuższe, zawierają więcej elementów opisu i opowiadania. Inne jest również słownictwo. Język musi być bardziej plastyczny, działający na wyobraźnię słuchaczy. Wypowiedzi powinny być konstruowane jasno, z pełnych, logicznie połączonych zdań.

Metody przygotowywania wywiadów radiowych zbliżone są do telewizyjnych. Tak więc podobnie powstają wywiady „na żywo”, odczytywane, a także kompromisowa metoda improwizowanych odpowiedzi po wcześniejszym zapoznaniu się z treścią pytań. Najczęściej jednak stosowany jest inny sposób. Rozmowę przeprowadza się bez przygotowania, a jej przebieg zostaje utrwalony na taśmie magnetofonowej, która następnie jest odpowiednio montowana przez usuwanie niepotrzebnych fragmentów. Całkowita improwizacja czyni wywiad żywym, plastycznym, swobodnym, a tym samym lepiej odbieranym przez słuchacza. Hipotezę, że teksty improwizowane są łatwiej przyswajane niż odczytywane (więcej elementów utrwała się w pamięci słuchacza i czas pamiętania jest dłuższy) potwierdziły badania przeprowadzone przed kilku laty w Bratysławie⁶⁾. Analizowany był tylko program radiowy, ale wyniki eksperymentu można zastosować do wszystkich tekstów dźwiękowych.

Ostatnią z przedstawianych odmian jest wywiad prasowy, a więc drukowany w prasie. Ma on najbardziej ograniczone możliwości przekazu, gdyż dysponuje jedynie słowem drukowanym. Od poprzednich różni się również procesem powstawania. Dziennikarz najczęściej opracowuje tzw. roboczy zestaw pytań i przekazuje go osobie,

⁶⁾ P. Karvašova: *Słowo mówione a słowo czytane. Zeszyty Prasoznawcze* 1967 nr 1.

z którą zamierza przeprowadzić wywiad. Po otrzymaniu pisemnych odpowiedzi adiustuje tekst, dokonując poprawek natury formalnej, takich jak zmiany kompozycyjne czy poprawki stylistyczne. Gdy odpowiedzi nie są jasno i poprawnie skonstruowane, nadaje im odpowiednią szatę słowną. Wypowiedzi swego rozmówcy kształtuje tak, aby były dostosowane do profilu pisma i typu czytelnika. Po ostatecznej redakcji tekst zostaje ponownie przekazany osobie, z którą wywiad był przeprowadzany, do zatwierdzenia, czyli autoryzacji. Możliwe jest również, że po swobodnej rozmowie z informatorem, dziennikarz sam formułuje pytania i odpowiedzi, a następnie tekst autoryzuje.

Zatwierdzony wywiad podobnie jak inne publikacje trafia do druku po wielokrotnym sprawdzeniu przez redakcyjny zespół adiustatorów, którego zadaniem jest wychwycenie i usunięcie ewentualnych usterek merytorycznych i formalnych. Nawet najbłahszy błąd w tekście drukowanym rzutuje na wartość całej publikacji. Usterki stylistyczne czy przejęzyczenie w słowie mówionym mają nieporównanie mniejszy ciężar gatunkowy. W radiu czy telewizji głos przebrzmi, w prasie błędny tekst zostaje utrwalony.

Struktura gatunku

Zanim przejdziemy do omówienia cech i funkcji wywiadu, a więc tego, co nas najbardziej interesuje, zastanówmy się, skąd wziął się ten gatunek i co sprawiło, że w stosunkowo krótkim czasie wtargnął do wszystkich środków masowego komunikowania. Zaczątków możemy się doszukiwać w prasie XIX-wiecznej oraz pierwszych radiowych sprawozdaniach z wielkich procesów sądowych i innych ważnych wydarzeń. Autorzy sprawozdań dla zwiększenia ich autentyczności zaczęli posługiwać się dosłownymi fragmentami wypowiedzi osób bezpośrednio zainteresowanych opisywanymi wypadkami. Wstawki te na skutek ich emocjonalnego zaangażowania powiększały atmosferę sensacyjności i przyciągały odbiorców. Z czasem przed mikrofon trafiać zaczęli ludzie ciekawi z racji wykonywanego zawodu, zasłużeni, wybitni twórcy itp. Dzięki swym walorom wywiad znalazł zastosowanie we wszystkich środkach przekazu, umocnił swą pozycję w prasie. Współczesny czytelnik wymaga informacji udokumentowanych, niejako z pierwszej ręki — wymogi te spełnia wywiad. Wiadomości podawane są przez specjalistów danej gałęzi wiedzy. Szybki rozwój nauki, daleko idąca specjalizacja uniemożliwia ogarnięcie przez dziennikarza wszystkich dziedzin życia. Nie jest w stanie dorównać swą wiedzą fachowcom, staje się łącznikiem między ekspertem a czytelnikiem. Formą dziennikarską, która najlepiej spełnia to zadanie jest wywiad, gdzie wypowiedzi przytaczane są dosłownie. Karierę tego gatunku przyspieszyło również to, że zastępuje on w pewien sposób bezpośrednią rozmowę czytelnika czy słuchacza z popularną postacią, a potrzebę takiej rozmowy odczuwa wielu ludzi. Wyrećca ich w tym dziennikarz, który z listów do re-

dakcji, rozmów i korespondencji otrzymywanej przez daną osobę wyławia interesujące odbiorców tematy.

Dziennikarz piszący wywiad znajduje się w analogicznej sytuacji jak twórca reportażu, który staje się niejako „oczyma czytelnika”, zastępując jego obecność gdzieś w dalekiej Afryce; w wywiadzie staje się „ustami czytelnika” w rozmowie z popularnym człowiekiem.

O poczytności wywiadu poza wyżej wymienionymi czynnikami decyduje także specyficzna, atrakcyjna forma publikacji. Układ graficzny właściwy wywiadowi — podział na pytania i odpowiedzi — wyróżnia go wizualnie spośród innych gatunków prasowych.

Tytuł najczęściej sygnalizuje temat, może być zwięzłą metaforą, porównaniem czy kalamburem. Gdy postać rozmówcy jest powszechnie znana, wystarczy podać jej imię i nazwisko lub pseudonim. Nad wywiadem często (przy stałych rubrykach) widnieje hasło lub tytuł wiodący. Jeżeli postać jest mniej popularna, konieczne jest dokładniejsze jej przedstawienie. Można tego dokonać w krótkiej notce biograficznej na wstępie lub w pierwszych wypowiedziach.

Układ graficzny drukowanej rozmowy nie zawsze jest jednokowy. Najczęściej pytania i odpowiedzi przeplatają się wzajemnie i w takim wypadku każda odpowiedź jest odrębną wzmianką, a poprzedzające pytanie zastępuje tytuł sygnalizujący treść. Konstrukcja ta ulega zmianie, gdy wywiad przeprowadzany jest jednocześnie z kilkoma osobami, lub pod stałą winietą na te same pytania co pewien czas odpowiadają różni ludzie. Wówczas wszystkie pytania drukuje się w pierwszej części i oznacza kolejnymi numerami. Poniżej zamieszczone są odpowiedzi z numerami pytań, do których się odnoszą. Jeżeli rozmówców jest kilku, odpowiedzi układa się według jednego z poniższych schematów:

I. Poszczególne osoby odpowiadają na kolejne pytania:

$$\begin{array}{l} \underline{A - 1, 2, 3, \dots} \\ \underline{B - 1, 2, 3, \dots} \\ \underline{C - 1, 2, 3, \dots} \end{array}$$

II. Odpowiedzi kolejnych rozmówców na poszczególne pytania grupuje się razem:

$$\begin{array}{l} \underline{1 - A, B, C, \dots} \\ \underline{2 - A, B, C, \dots} \\ \underline{3 - A, B, C, \dots} \end{array}$$

gdzie: 1, 2, 3 — numery pytań,

A, B, C — symbole rozmówców.

Pierwsza metoda jest prostsza. Stosowanie drugiej jest kłopotliwe dlatego, że przytaczając odpowiedzi musimy nazwiska rozmówców zastąpić symbolami lub używać ich inicjałów. Znaczenie skrótów należy podać przed tekstem.

Istotne dla całej konstrukcji jest właściwe ustalenie kolejności pytań. Mogą być uszeregowane chronologicznie: przeszłość, teraźniejszość, przyszłość. Można tę kolejność przestawić lub nie wprowadzać któregoś elementu. Wybór jednej z możliwości uzależniony jest od tematu. Jednak niezależnie od tego konieczne jest takie skonstruowanie wywiadu, aby jego poszczególne elementy składały się na jednolitą całość. Zwięzłe pytanie ma nie tylko zapowiadać treść następującej po nim wypowiedzi, ale również nawiązywać tematycznie do poprzedniej. Tę jednolitość zapewnia układ elementów w takiej kolejności, aby zachowany był logiczny ciąg myślowy. Efekt ten osiąga się dzięki odpowiedniemu przeredagowaniu pytań już po otrzymaniu tekstu do adiustacji. Pytania stają się wówczas treściowymi pomostami łączącymi całość.

Dla większej przejrzystości stosowane są różne chwytury natury formalnej: oddzielanie pytań i odpowiedzi większym „światłem”, różny krój czcionki, wprowadzenie drugiego koloru itp.

Pod tekstem widnieje imię i nazwisko dziennikarza prowadzącego wywiad, inicjały lub skrót literowy. Poprzedza je najczęściej czasownik „notował” lub „rozmawiał”. Słowa te sygnalizują, że przy powstaniu tej publikacji rola dziennikarza jest mniejsza niż w innych gatunkach, że jest przede wszystkim pośrednikiem między swym rozmówcą a czytelnikiem. Trudno jest więc mówić o jednoosobowym autorstwie wywiadu — obaj uczestnicy rozmowy są jego współtwórcami.

Atrakcyjna forma wywiadu sprawia, że dziennikarze wykorzystują ją chętnie także w publikacjach nie będących wywiadami. Stosując konwencję wywiadu preparują rozmowy fikcyjne. Są to wymyślane dialogi z nierzeczywistymi osobami dla przekazania pewnych treści poznawczych lub uwag krytycznych. Formę tę może dziennikarz zastosować dla uzyskania efektu satyrycznego bądź w przypadku, gdy prawdziwy informator z jakichś powodów nie chce się ujawnić. Podkreślić jednak należy, że publikacje te pomimo wykorzystanej formy nie są wywiadami. Wywiad jest bowiem publikacją autentycznej rozmowy i wprowadzenie do niego fikcji jest sprzeczne z podstawową cechą tego gatunku.

Cechy gatunkowe wywiadu

Obecnie zastanowimy się nad cechami gatunkowymi wywiadu i funkcjami, jakie spełnia w prasie. Wyróżnia się on spośród innych gatunków prasowych nie tylko układem, ale również specyficzną metodą prezentacji omawianych zagadnień. Spróbujemy ustalić najważniejsze cechy wywiadu:

1. Wywiad przeprowadza się z osobą, która wyróżniła się w jakiś sposób, stanowi autorytet w określonej dziedzinie lub jest wyrazicielem opinii publicznej.
2. Treścią wywiadu powinny być rzeczy ciekawe, nowe, aktualne.

3. Omawiane problemy i wydarzenia są prawdziwe i sprawdzalne.
4. W wypowiedziach (przycaczanych dosłownie) zaznacza się indywidualność rozmówcy.

Tematy do wywiadów można czerpać ze wszystkich dziedzin życia: polityki, gospodarki, nauki, kultury, sportu itd. W wywiadzie o charakterze okolicznościowym (jubileusz, nagroda) przedmiotem wywiadu jest człowiek i pytania dotyczą głównie jego biografii. Może się zdarzyć, że przedmiotem wywiadu jest wydarzenie, a wtedy rozmówca, autorytet w danej dziedzinie, jedynie przedstawia, nawiązuje i komentuje.

W ścisłym związku z tematem pozostaje struktura wywiadu, słownictwo a nawet stylistyka. Wiąże się to z tym, że określone gałęzie wiedzy posługują się w dużej mierze terminologią fachową. Język naukowca, sportowca, lekarza, człowieka filmu, teatru itp. posiada szereg swoistych określeń, sformułowań oraz terminów fachowych charakterystycznych dla danego środowiska. W wywiadzie dopuszczalne jest wracanie nazw fachowych z dziedziny, którą rozmówca reprezentuje. Ich ilość uzależniona jest od rodzaju czasopisma. Swobodne posługiwanie się terminologią fachową praktykowane jest jedynie w pismach specjalistycznych, przeznaczonych dla wąskiego kręgu odbiorców. W czasopiśmie popularnym konieczna jest korekta, usunięcie mniej znanych wyrazów lub wyjaśnienie ich metodą opisową. Od wywiadu wymaga się, aby napisany był językiem przystępnym, poprawnym, choć niekoniecznie literackim. Wtrącanie przez rozmówcę wyrażenia żargonowe i gwarowe nie obniżają wartości publikacji, a nawet zwiększają jej autentyzm i bezpośredniość. Praktyka wykazuje, że zasługi na polu zawodowym nie zawsze idą w parze z erudycją rozmówcy, w takim przypadku obowiązek poprawnego sformułowania wypowiedzi spada na dziennikarza. Naturalnie poprawki powinny dotyczyć jedynie strony formalnej, bez naruszania meritum zagadnienia.

Cechy wywiadu uzależnione są nie tylko od tematu i typu rozmówcy, lecz zmieniają się także w zależności od profilu pisma, w jakim są zamieszczane, a co za tym idzie, od typu czytelnika. Dwa wywiady przeprowadzone na ten sam temat z tą samą osobą, będą się znacznie różniły, jeżeli jeden z nich przeznaczony jest np. dla *Polityki*, a drugi dla *Kulis*. Nie chodzi tu bynajmniej o różny poziom umiejętności dziennikarzy; po prostu są to różne typy pism. Inne więc będzie podejście do tematu, inna atmosfera, a nawet wartość treściowa. W *Polityce* podobnie jak w innych centralnych czasopismach społeczno-politycznych i kulturalnych poruszane są problemy o szerszym znaczeniu, interesujące ogół społeczeństwa. Nawet jeżeli omawiany jest przypadek indywidualny, jest on precedensowy lub reprezentatywny dla jakiegoś powszechnego zjawiska. Omawiane zagadnienia traktowane są rzeczowo i wszechstronnie, wnikliwie analizowane i komentowane.

Zupełnie inną formę mają wywiady zamieszczane w *Kulisach*. Przedstawiciele różnych dziedzin wykorzystują okazję do popisa-

nia się swoją elokwencją, błyskotliwością, opowiadają ciekawostki i anegdoty. Często zamieszczane są wywiady o charakterze sensacyjnym. Naturalnie nie jest wykluczone publikowanie innych, traktowanych zupełnie serio wywiadów, jeżeli temat jest natury poważnej.

Polscy dziennikarze nie zawsze mają okazję do rozmów ze sławnymi cudzoziemcami. Chcąc przekazać wywiad z osobą z zagranicy, redakcje nieraz zamieszczają tłumaczenia wywiadów opublikowanych w pismach zagranicznych, podając dokładny adres oryginału. Przedruki takie znajdziemy np. w *Forum*.

Funkcje i cechy zbliżone do wywiadu posiada dyskusja na łamach prasy, w której również wypowiedzi uczestników przytaczane są dosłownie. Zasadniczą różnicą polega na tym, że nie jeden człowiek mówi o wielu sprawach, ale wielu ludzi wypowiada się na jeden temat. Niekoniecznie muszą to być wypowiedzi kontrowersyjne, wystarczy, że wszechstronnie naświetlają poruszane zagadnienia. Najczęściej opublikowanie opinii różnych osób na ten sam temat staje się podstawą do wywołania szerszej dyskusji z udziałem czytelników. Takie publikacje na tematy literatury, kultury, nauki i sztuki zamieszczane są często w *Kulturze*.

Wywiad z osobą znaną czy fachowcem może być zastąpiony listem do redakcji lub artykułem na dany temat, napisanym przez tę osobę. Niemniej, jeżeli to możliwe, preferuje się formę wywiadu. Jego przewaga nad artykułem polega głównie na zwięzłości i lapidarności. Zadawane przez dziennikarza pytania zastępują niezbędne w artykule kompleksy zdań wiążących i ułatwiają przejście z jednego tematu na drugi. Ta oszczędność słowa powoduje, że objętość wywiadu jest przeważnie mniejsza od objętości artykułu — przy tej samej zawartości treściowej. Nie chodzi tu o oszczędność miejsca w gazecie, chociaż i ten czynnik ma swoje znaczenie, ale głównie o łatwość przyswajania treści podanej w skondensowanej formie. Potwierdzają to liczne ankiety przeprowadzane przez różne redakcje wśród czytelników. Przewaga wywiadu nad listem do redakcji polega z kolei na większym zaufaniu, jakim odbiorca darzy tę formę. List w oczach czytelnika ma charakter subiektywny, prywatny i — co za tym idzie — wiadomości w nim zawarte są mniej wiarygodne. Ta sama treść wyrażona w wywiadzie sprawia wrażenie bardziej obiektywnej i odbierana jest jako oficjalne wystąpienie.

Wywiad jako gatunek publicystyczny

Prasoznawcy dzielą wszystkie gatunki prasowe na dwie grupy: informacji i publicystyki. Do której z nich należy zaliczyć wywiad? Przeanalizujmy definicje obu grup. „Publicystyka — Piśmiennictwo omawiające tematy bieżące: polityczne, gospodarcze, społeczne, kulturalne, jego celem jest kształtowanie opinii publicznej”⁷⁾. Informa-

⁷⁾ Patrz przypis nr 1.

cja natomiast w krótkiej, zwięzłej formie przekazuje treści poznawcze, lecz nie omawia ich. Jej funkcją jest informowanie, a więc udzielanie odpowiedzi na pytania: kto? co? gdzie? kiedy? jak?

Omawiając w poprzednich częściach niniejszej pracy najważniejsze wyróżniki wywiadu, mogliśmy zauważyć, że zarówno formalne jak i merytoryczne cechy pozwalają zakwalifikować go do gatunków publicystycznych. Informacja zawarta w wywiadzie pełni rolę uboczną, służy najczęściej do przedstawienia zagadnień, które będą analizowane i komentowane w rozmowie. Inne gatunki publicystyczne pełnią funkcję informacyjną w podobnym stopniu. Przed analizowaniem i komentowaniem konieczne jest powiadomienie o problemie. A jednak Tadeusz Kupis⁸⁾ przy podziale gatunków dziennikarskich sugerując się treścią informacyjną wywiadu zaliczył go do informacji. Michał Szulczewski w artykule „Informacja”⁹⁾ nie klasyfikuje zdecydowanie wywiadu do żadnej grupy, ale stwierdza, że w zależności od tematu mogą w nim dominować cechy którejs z nich. Ten sam autor w „Publicystyce”¹⁰⁾, stosując jako kryterium podziału formę, zalicza do publicystyki dyskusję, bardzo bliski wywiadowi gatunek.

Klasyczny wywiad spełnia wszystkie warunki podane w definicji publicystyki. Nie jest to jednak twierdzenie odkrywcze. Zbigniew Mitzner¹¹⁾ zdecydowanie oddziela wywiad od informacji i zalicza go do większych form dziennikarskich. Podstawowa funkcja publicystyki, jaką jest kształtowanie opinii publicznej, najwyraźniej uwidocznia się w wywiadach z popularnymi postaciami z życia politycznego, gospodarczego, społecznego. Ich autorytet ma gwarantować odbiorcy słuszność wyrażanych poglądów. Wywiad zawiera omówienie, komentarz, argumentację — czytelnik musi się do nich ustosunkować, zając określone stanowisko, a więc czytając kształtuje swoją opinię na dany temat.

Do publicystyki należy zaliczyć również te wywiady, w których warstwa informacyjna jest większa. Rozpatrzmy popularną odmianę wywiadów prezentujących, a więc tych, w których przedstawiamy kogoś, kto dokonał czegoś niezwykłego. Pytania będą dotyczyły biografii, owego czynu, który spowodował, że człowiek ten jest prezentowany, jego pracy, zainteresowań i poglądów. Zdawałoby się, że w tym przypadku przeważa funkcja informacyjna, ale opublikowanie tych wiadomości odgrywa jeszcze inną, nieporównanie ważniejszą rolę. Przez ustalenie warunków, przyczyn i skutków omawianego wydarzenia wywiad działa na wyobraźnię, mobilizuje do naśladownictwa. Przedstawiając drogę do sukcesu, kształtuje nie tylko opinię czytelnika, ale również jego osobowość. Wychowuje.

⁸⁾ T. Kupis: Z prac nad systematyką gatunków dziennikarskich. *Kwartalnik Prasoznawczy* 1957 nr 1, s. 57.

⁹⁾ Patrz przypis nr 2.

¹⁰⁾ M. Szulczewski: *Publicystyka*. Warszawa 1961, s. 111.

¹¹⁾ Z. Mitzner: Z zagadnień treści i formy w dziennikarstwie. *Prasoznawstwo* 1956 nr 2, s. 167.

DYSKUSJA O WYWIADZIE DZIENNIKARSKIM

Wywiad dziennikarski jest gatunkiem nie przeanalizowanym jeszcze do głębi przez polskich prasoznawców. Stosowany w różnych odmianach bardzo często w naszych masowych środkach komunikowania, pozostaje kontrowersyjny nie tylko w zakresie teorii, ale także warsztatowych wytycznych dla adeptów zawodu.

Niniejsza publikacja nawiązuje do drukowanego obok artykułu Barbary Daleszak-Wajdzik i jest streszczeniem dyskusji zorganizowanej przez redakcję ZESZYTÓW PRASOZNAWCZYCH. Celem jej jest zobrazowanie stanu wiedzy o wywiadzie dziennikarskim w chwili obecnej, wyjaśnienie niektórych wątpliwości, sprecyzowanie roboczych wskazówek dla praktyków, a także zbliżenie poglądów co do definicji gatunku.

Oba materiały nie wyczerpują tematu, raczej go inicjują — dowodów na poparcie niniejszego stwierdzenia nie brak w tekstach wypowiedzi dyskusyjnych. Spojrzenie prasoznawców, socjologów, prawników i dziennikarzy różni się od siebie, niemniej łącznie rzuca światło na historię, próby systematyzacji, wątpliwości i doświadczenia teorii i praktyki wywiadu dziennikarskiego.

W dyskusji udział wzięli: Stefan Ciepły — publicysta GAZETY KRAKOWSKIEJ, Paweł Dubiel — ZESZYTY PRASOZNAWCZE, Edward Kamiński — ZESZYTY PRASOZNAWCZE, mgr Barbara Kolowca — asystentka Pracowni Badań nad Nadawcą Prasy Ośrodka Badań Prasoznawczych, Zofia Lewartowska — ZESZYTY PRASOZNAWCZE, mgr Władysław Masłowski — kierownik Pracowni Analiz Zawartości Prasy OBP, dr Jacek Maziarski — publicysta POLITYKI, dr hab. Bogdan Michalski — wykładowca zagadnień prawnych w Instytucie Dziennikarstwa UW, dr hab. Walerjusz Pisarek — dyrektor OBP, dr Jacek Wódcz — socjolog i prawnik z Zespołu Badań nad Świadomością Prawną Społeczeństwa Polskiego PAN.

Wprowadzenie: Artykuł Barbary Daleszak-Wajdzik, rozesłany jako podstawa do dyskusji, jest oparty na pracy magisterskiej powstałej na uniwersytecie we Wrocławiu pod kierownictwem prof. J. Trzy-nadlowskiego. W literaturze polskiej niewiele jest pozycji na temat teorii i metodyki przeprowadzania wywiadu prasowego. Zależy nam więc na wyjściu poza tekst, postawieniu własnych propozycji teoretycznych i praktycznych.

Odnosnie do historii gatunku: Przyjmuje się na ogół, że twórcą wywiadu był James Gordon Bennett w połowie XIX w., a pierwszym wywiadem był wywiad Benetta z pocztmistrzem z Buffalo opublikowany w *New York Herald* 13 października 1835, a więc blisko 140 lat temu. Artykuł prof. Nixona w *Journalism Quarterly*, zrecenzowany w *Zeszytach* przesuwają jeszcze wstecz powstanie wywiadu prasowego jako gatunku o 3—4 lata. W PAN-owskim „Słowniku języka polskiego” na który się autorka powołuje, pod hasłem „wywiad”, widnieje dokumentacja m. in. z korespondencji Sienkiewicza. W „Słowniku języka polskiego” Carewiczka, Kryńskiego i Niedźwiedzkiego w tomie z 1919 r. jako pierwsze znaczenie wywiadu jest podane „zasięganie wiadomości”, ale także, że „przedstawiciel prasy miał wywiad u przejeżdżającego ministra co do zamierzonej polityki”.

Nie wiadomo, skąd autorka wzięła twierdzenie, że początków wywiadu możemy się doszukać w r a d i o w y c h sprawozdaniach z procesów sądowych.

W języku polskim wcześniejszą nazwą wywiadu jako gatunku i jako formy dziennikarskiej był „interwjuw”, a nie z angielska „interwju”. W Słowniku warszawskim” jest: interwiew, interwiewista, interwiewowanie.

W. Masłowski: Nie jest prawdą, że wywiad może być tylko przekazem perswazyjnym. Można wyobrazić sobie wywiad „czysto informacyjny” np. z meteorologiem o pogodzie. Także inne wypowiedzi prasowe, bez względu na zewnętrzną formę mogą bądź zbliżać się do przekazu „czysto informacyjnego” bądź „czysto perswazyjnego”. Oczywiście przypadek mieszany jest najczęstszy, o ile w ogóle nie jedyny, gdyż „czystość” przekazu jest pojęciem idealnym.

Przechodzę do spraw istotniejszych. Należałoby wywiad umiejscowić na tle innych rodzajów wypowiedzi dziennikarskich. Próba takiego usytuowania została przedstawiona na diagramie 1. Konstrukcja jego jest oparta na 2 osiach prostopadłych do siebie. Jedna oś, pionowa, przedstawia stopień nasycenia tekstu elementami tekstu relacjonującego lub komentującego oraz elementami rozmowy. Oś pozioma przedstawia stopień nasycenia tekstu elementami przygotowanymi przed publikacją lub emisją, czyli obrazuje przejście od materiałów w całości wcześniej przygotowanych do całkowicie improwizowanych. W rezultacie na utworzonym kwadracie możemy usytuować różne rodzaje tekstów dziennikarskich bez względu na to, czy są to wypowiedzi prasowe, radiowe czy telewizyjne. Na rogach kwadratu mamy opozycyjne względem siebie czy najbardziej od siebie odległe pod względem stopnia nasilenia omawianych cech pozycje dziennikarskie. Przykładowo: artykuł publicystyczny jest tekstem całkowicie przygotowanym przed publikacją i jest całkowicie pozbawiony elementów rozmowy. W rogu przeciwnym znajduje się na żywo prowadzony wywiad radiowy czy telewizyjny, całkowicie improwizowany i złożony wyłącznie z elementów rozmowy. W polach wyróżnionych na diagramie (zresztą dowolnie) znajdują się różne formy pośrednie względem skrajnych form opozycyjnych. Pionowa linia przerywana dzieli zbiór tych wypowiedzi na 2 części: wypo-

Diagram 1: Różne rodzaje wypowiedzi dziennikarskich opartych na tekście

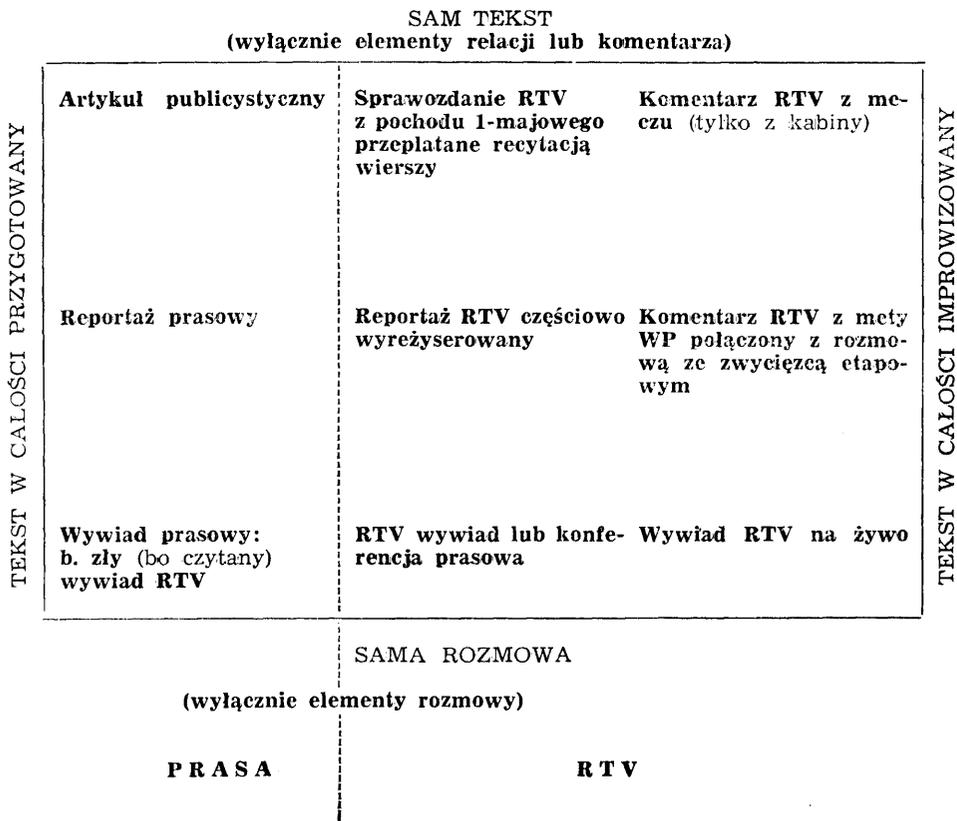


Diagram 2: Różne rodzaje fikcji artystycznej opartej na tekście

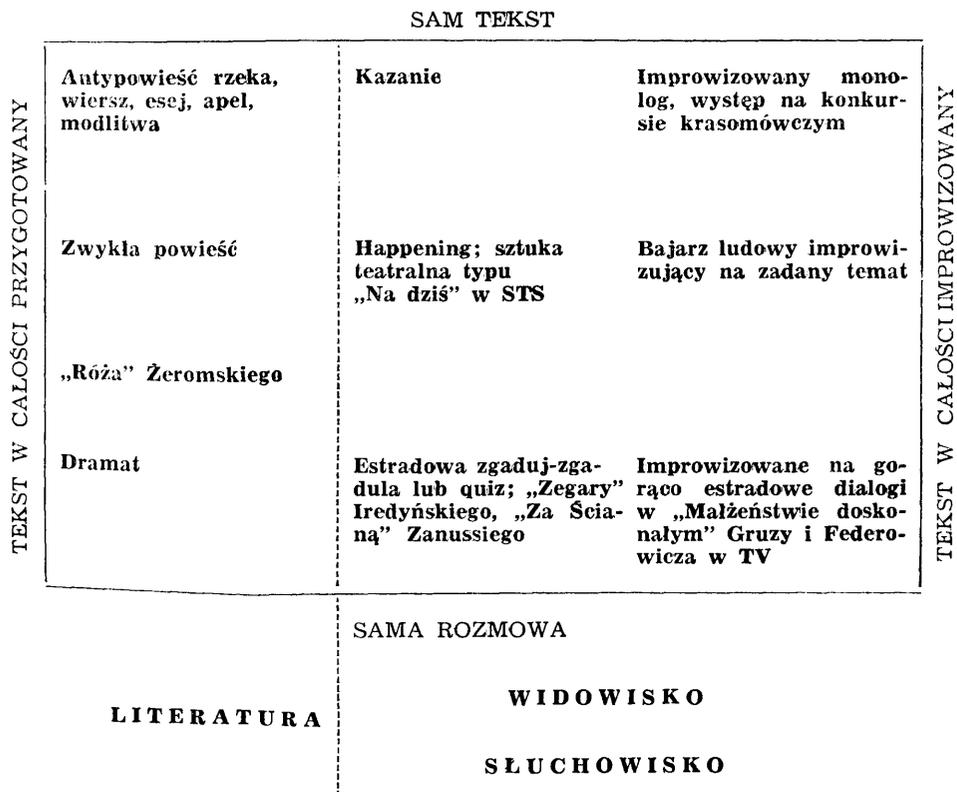
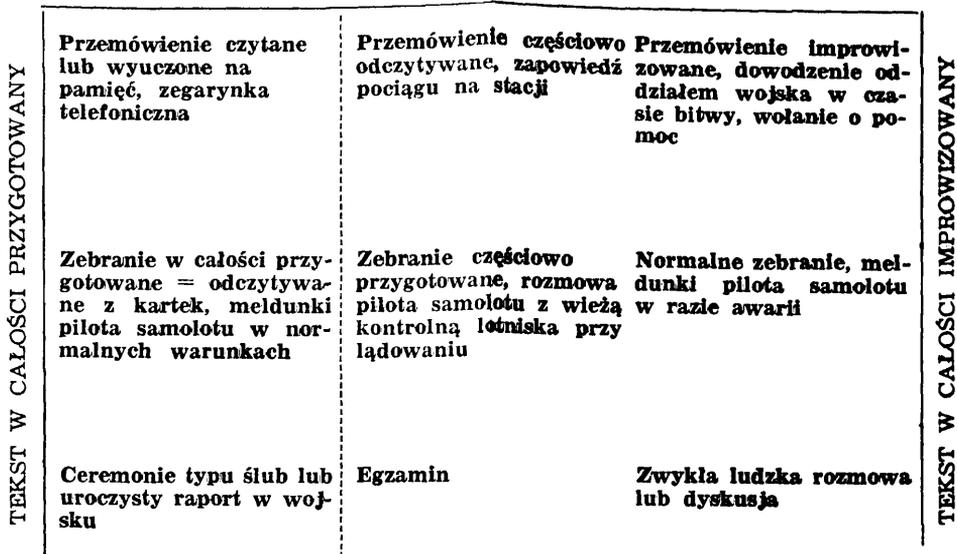


Diagram 3: Przykłady sytuacji z realnego życia opartych na tekście

SAM TEKST
(monolog)

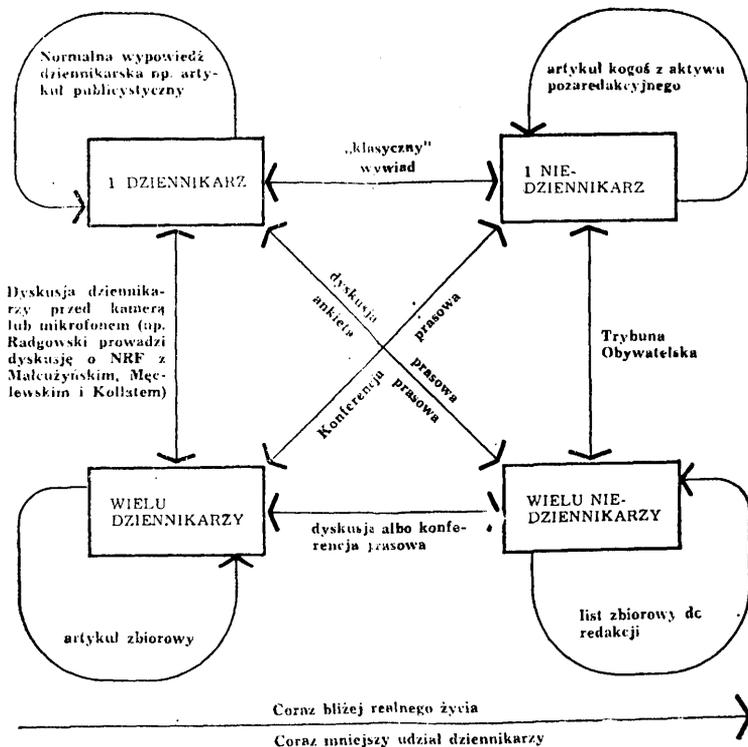


SAMA ROZMOWA
(dialog)

Z GÓRY WIADOMO
O CO CHODZI

CORAZ WIĘCEJ ELEMENTÓW NOWYCH,
ZASKAKUJĄCYCH

Diagram 4: Autorstwo wypowiedzi dziennikarskich (strzałki oznaczają kierunek „dialogu” = wymiany informacji między autorami)



wiedzi z lewej strony występują przede wszystkim w prasie lub są złymi formami radiowo-telewizyjnymi (np. wywiady odczytywane z kartki), wypowiedzi z prawej strony pionowej kreski mogą pojawiać się tylko w audiowizualnych środkach przekazu.

Temu diagramowi — moim zdaniem — odpowiada diagram 2, który zawiera różne rodzaje fikcji artystycznej opartej na tekście. Tu odpowiednikiem np. artykułu publicystycznego byłaby powieść bez elementów rozmowy, odpowiednikiem wywiadu prasowego byłby dramat. Mniej przekonująca jest prawa strona tego diagramu.

Wreszcie diagram 3 przedstawia odpowiedniki omówionych form wypowiedzi prasowych oraz rodzajów fikcji artystycznej w realnym życiu. Wszystkie trzy diagramy złożone jeden na drugim zawierają w tych samych miejscach odpowiadające sobie elementy z realnego życia, z jego odbicia w prasie czy z zakresu fikcji artystycznej. Wychodzą z tego miejscami dość zabawne rzeczy, np. ceremonii ślubu odpowiada dramat i wywiad prasowy.

Drugi problem generalny przedstawiony jest schematycznie na diagramie 4. Autorka artykułu wyróżnia jako ważną cechę wywiadu to, kto jest jego autorem: dziennikarz, grupa dziennikarzy itp., nie prowadzi jednak tego rozumowania do końca. Diagram 4 właśnie to robi i przedstawia wszystkie rodzaje autorstwa wypowiedzi dziennikarskiej wyróżnione ze względu na występowanie 2 cech: 1) tego czy autorem (współautorem) wypowiedzi jest dziennikarz czy inne osoby i 2) tego czy autor (współautor) jest jedną osobą czy grupą osób. W rezultacie otrzymujemy 10 różnych rodzajów wypowiedzi w masowych środkach komunikowania, z tym, że jednym z tych rodzajów jest „klasyczny” wywiad kiedy 1 dziennikarz rozmawia z 1 osobą nie będącą dziennikarzem.

Uwaga na marginesie diagramu 4 (przedstawiona w formie strzałki): im bardziej wypowiedź w środkach komunikowania zbliża się do realnego życia, tym mniejszy jest udział autorski samego dziennikarza. I to chyba dobrze.

J. W ó d z: Jest jedna sprawa kapitalna, bez rozstrzygnięcia której nie posuniemy się teoretycznie: czy mówimy o wywiadzie jako o sposobie postępowania czy jako o wytworze. To są różne rzeczy, pomieszczone w artykule. Stąd za wywiad uznano: rozmowę przed audytorem, tekst pytań przesłanych adresatowi, który na nie sam odpowiada i pod nimi się podpisuje. Raz mamy do czynienia z wytworem, który da się analizować, w którym można wyróżnić np. jakieś wypowiedzi, a w drugim przypadku chodzi o opis sposobu postępowania bez analizy wytworu.

Jest mnóstwo problemów nie poruszonych w artykule, które mniej dotyczą prasoznawczej strony zagadnienia, ale są istotne. Przy innym podejściu istnieją inne możliwości podziału wywiadów np. na takie, w których pyta się na zasadzie pytań prostych lub złożonych. Ale tak możemy analizować wytwór a nie sposób postępowania.

J. M a z i a r s k i: Jeżeli słowo „wywiad” odniesiemy tylko do działalności dziennikarskiej, to ma ono 3 podstawowe znaczenia:

1) czynność zbierania materiału dziennikarskiego; 2) gatunek dziennikarski w tym znaczeniu, w jakim go rozumie autorka, z tym, że chciałbym ten gatunek widzieć w szerszym kontekście. Przecież przylega on do gatunków pokrewnych, ale nie będących wywiadami jak np. dyskusja czy rozmowa, gdzie jest wielu rozmówców, ale nie ma schematu pytanie — odpowiedź, jak np. ankiety, gdzie jest jeden pytający, ale wielu odpowiadających, jak oświadczenia gdzie jest jedno pytanie i jedna odpowiedź — albo nawet pytanie jest tylko domyślne. Wolałbym rozpatrywać wywiad w kontekście form dialogowych, które cechuje wielopodmiotowość. W gatunku wywiadu — specyfikując go wężej — rolę decydującą odgrywa konstrukcja oparta na schemacie zadawanych pytań i udzielanych odpowiedzi, przy czym nie przywiązywałbym w definicji wagi do tego, kim jest rozmówca; 3) jedna z form podawczych, która może występować w obrębie innych gatunków, np. partie dialogowe reportażu, artykułu i innych.

Słowem — w definicji mocniej należy powołać się na formę dialogu, mocniej sięgnąć do historii, wskazując, że pewnymi dopływami, które wpłynęły na rozwój gatunku były historyczne formy publicystyki (jak chociażby typowe dla publicystyki politycznej renesansu formy dialogowe). Początków wywiadu należy szukać w europejskiej tradycji piśmiennictwa politycznego.

Wywiad prasowy, według autorki, obejmuje także wywiad radiowy i telewizyjny, co jest sprzeczne z naszym poczuciem językowym. Wolałbym mówić raczej o wywiadzie dziennikarskim, a określenie „prasowy” zarezerwowałbym dla gatunków występujących w prasie.

Zastanawiając się nad odmianami wywiadu autorka segreguje je według rodzajów środków masowego komunikowania, ale już pierwszy przykład — wywiad przed audytorium — w ogóle nie kwalifikuje się do badań typu prasoznawczego, bowiem w gruncie rzeczy chodzi o różne, często kolokwialne formy wymiany myśli. Mam w ogóle wątpliwości czy rodzaj środka komunikowania jest czynnikiem decydującym o odmianach.

Podział na wywiady improwizowane, ustalane na piśmie lub uprzednio wyreżyserowane jest nieuchwytny i nieprzydatny dla celów badawczych. W artykule jest też sporo twierdzeń formułowanych nazbyt kategorycznie, gołosłownych. Uważam np. iż przesadą jest twierdzenie, że w tv wizja ma przewagę nad fonią. Gwoli prawdy trzeba też stwierdzić, że w redakcjach dokonuje się nie tylko poprawek natury formalnej, ale przeważają merytoryczne. Nie rozumiem dlaczego wywiad ma być szczególnie atrakcyjną formą publikacji. Nie zawsze też w wypowiedziach zaznacza się indywidualność rozmówcy — czasem chodzi po prostu o informację. Poza tym jestem przekonany, że wywiad nie jest formą bardziej skondensowaną, lecz często bywa odwrotnie.

Nie zgadzam się z tezą, że wywiad należy do gatunków publicystycznych. Osobiście najczęściej uprawiam go po to, aby przytoczyć pewne fakty lub poglądy osób, ale nie zawsze jest to równoznaczne z perswazyjnym charakterem publikacji. Wydaje mi się, że w wywiadzie częściej chodzi o funkcje informacyjne.

Uogólniając widziałbym 3 podstawowe funkcje wywiadu i zarazem byłaby to propozycja kategoryzacji odmian gatunkowych (w odróżnieniu od kategoryzacji ze względu na środek przekazu). Otóż wywiad może spełniać przede wszystkim funkcje czysto poznawcze, a więc podawać fakty, informować o wydarzeniach. Po drugie — wywiad może być prezentacją osoby; jest to typowe dla wielu wywiadów Nastulanki, Radomińskiej, Dziedzicówny w „Tele-Echu”. Po trzecie może być prezentacją pewnych problemów, czy starciem poglądów i wówczas mamy do czynienia niewątpliwie z formą publicystyczną. W podziale tych trzech funkcji i różnych ich kombinacji widzę szansę kategoryzacji odmian gatunkowych.

Mówiłem już o gatunkach pokrewnych, ale jeszcze na jedno zwrócić uwagę: wywiad wydaje mi się najbliższym kuzynem reportażu, który w gruncie rzeczy jest rozwiniętym wywiadem dziennikarskim uzupełnionym komentarzami, opisami, opowiadaniem.

S. Ciepły: Jako praktyk dzielę wypowiedź na 2 części: jedną dotyczącą warsztatu publicysty oraz drugą odnoszącą się do dyskutowanego tu tekstu pracy magisterskiej. Mój pogląd na definicję wywiadu: Obie definicje pomijają dość istotny nowy aspekt wywiadu, który pojawił się głównie w prasie socjalistycznej. Autorka pisze o rozmowie z osobą budzącą zaufanie, podobnie formułuje to Szulczewski: z człowiekiem reprezentującym coś w danej dziedzinie. Otóż pojawił się u nas wywiad z tzw. szarym człowiekiem. W tym momencie wywiad zawiera nową funkcję: kreuje osobowość. Ta funkcja jest w moim odczuciu funkcją nową.

Następna sprawa. Autorka zakłada, że najpełniejszy jest wywiad w radiu i tv na żywo, bo wtedy można pokazać wszystko łącznie z wyrazem twarzy rozmówcy. Niekoniecznie, współczesny wywiad prasowy coraz bardziej upodabnia się do stenogramu dla zachowania autentycznych cech rozmowy. Więcej — mówi się, że wywiad złożony z dużych partii tekstowych i krótkich pytań jest nie do czytania, jest trudny.

Ze sprawą zwłaszcza wywiadu radiowego i telewizyjnego wiąże się charakter rozmówcy. A ten bywa różny. Przykład wzięty z programu radia francuskiego, audycji, w której dziennikarz na żywo odbiera telefony i natychmiast odpowiada świadcząc, że istnieje szansa kreowania pewnych nowych autorytetów społecznych, nie związanych bezpośrednio ze sprawowaniem władzy, w osobach dziennikarzy, uczonych itp.

Zgadzam się z red. Maziarskim w sprawie innego podziału wywiadów. Widzę 4 gatunki: 1) wywiad przynoszący pewną informację biograficzną, 2) wywiad poznawczy tłumaczący jakieś zjawiska, zagadnienia, 3) wywiad będący konfrontacją stanowisk. Wreszcie czwarty — wywiad okazjonalny. Ten ostatni jest u nas częsty, dlatego też wróciłbym do definicji Sierotwińskiego, że wywiad składa się z celowo sformułowanych pytań i uzyskanych na nie odpowiedzi. Otóż wywiad okazjonalny przeczy tej definicji, zwłaszcza w części „o celowo sformułowanych pytaniach i odpowiedziach”. Jest to po prostu najczęściej „odfajkowanie” pewnej okoliczności. Na ogół zupełnie nie do czytania.

Chciałbym jeszcze, korzystając z własnych doświadczeń, powiedzieć kilka zdań o warunkach dobrego wywiadu. Obok skrótości stenogramu uważam, że nie należy unikać w napisanym tekście sytuacji, w której „przegrało się” z rozmówcą. Wtedy odbiorca nabiera zaufania do dziennikarza. Druga uwaga praktyczna dotyczy pewnej intymności warunków przeprowadzania wywiadu. Dotyczy to szczególnie radia. Dziennikarz musi znaleźć sytuację, w której rozmówca czuje się najlepiej. Optymalnym miejscem jest miejsce pracy czy zamieszkania rozmówcy.

Osobiście byłbym za tym, aby dziennikarz w wywiadzie był partnerem, który nie tylko pyta, ale i formułuje swe stanowisko. Wywiad bowiem może i powinien pokazywać także indywidualność dziennikarza.

B. K o l o w c a: Wśród cech gatunkowych wywiadu autorka podaje cechy, które moim zdaniem gatunkowymi nie są. Cechą gatunkową jest cecha, która pozwala odróżnić dany gatunek, a więc np. wywiad od innego gatunku dziennikarskiego. Ani terminologia fachowa, ani napisanie językiem poprawnym i przystępnym, ani to, że charakter i cechy wywiadu są uzależnione od profilu pisma nie jest typowe dla wywiadu. Są to cechy typowe i dla innych gatunków dziennikarskich. Dlatego odrębnie powinny być wymienione cechy gatunku wywiadu, a odrębnie te, które są wspólne dla wywiadu i innych gatunków dziennikarskich.

Z. L e w a r t o w s k a: Ograniczę się tylko do luźnych refleksji związanych z aspektem upływu czasu a tym samym zmieniających się warunków, sytuacji i spojrzeń na wywiad dziennikarski. Mankamentem omawianego materiału jest pewien tradycjonalizm ujęcia, wiele sformułowań nie raziłoby jeszcze przed kilku laty. W tej chwili wydają się zbyt proste wobec aktualnego rozwoju gatunku. Ten sam wpływ czasu spowodował, że — w moim pojęciu — nie można w ogóle mówić o wywiadzie bez kontekstu innych form dialogowych, o których wspomniał red. Maziarski. Sądzę, że nie mamy do czynienia z różnymi gatunkami, a z przekształceniem i rozwinięciem tego samego gatunku, ongiś rzadko, w odświeżonych wypadkach stosowanego gatunku prasowego. Zapewne jest to kwestia wpływu audiowizualnych środków przekazu. I nadal porównawczo jest w prasie gatunkiem stosowanym rzadziej. Jego wyraźna obecność w radiu wydaje się w pełni uzasadniona. W telewizji polskiej wręcz króluje i tu już model wydaje się dyskusyjny. Pojawia się mianowicie sprzeczność: statyczne wywiady czy inne formy dialogowe są atelewizyjne, wizja wymaga ła i dynamiki. Tymczasem najprostszyszy, „siedzący” schemat: pytanie — odpowiedź ze zmienną ilością rozmówców, jest podstawą całej naszej publicystyki telewizyjnej, magazynów i serwisów informacyjnych. Wyjątki nie przeczą regule, myślę w tej chwili o programach typu „Trybuny Obywatelskiej” czy nawet „Wszystko za wszystko”. Stanowią — moim zdaniem — dalszy etap rozwojowy form wywiadopodobnych, różnią się bezpośredniością, elementem improwizacji, dynamizmem.

Jak wygląda rola dziennikarza w aktualnych układach? Bez wzglę-

du na to czy chodzi o prasę, radio czy tv staje się odmienna. Z jednej strony brak miejsca na indywidualność dziennikarza, z drugiej zmienia się jego rola. W dialogowych formach dziennikarz coraz bardziej staje się osobą sterującą, równocześnie przekąźnikiem i po trosze filtrem wypowiedzi. Jest to pewne novum godne odnotowania, gdyż zawiera elementy organizatorskiej roli jednostki.

P. Dubiel: Definicja, którą chciałbym się posłużyć pochodzi z encyklopedii prasoznawczej, przygotowanej przez OBP i jest autorstwa J. Trzynadlowskiego: Wywiad to „opisowe, narracyjne lub narracyjno-dialogowe sprawozdanie z osobiście przeprowadzonej rozmowy z osobą w danym przedmiocie kompetentną lub za taką uchodzącą celem przekazania czytelnikom... żywej, bieżącej, autentyzmem nasyconej informacji”. Sądzę, że w tej definicji jest wiele elementów wyjaśniających niedokładności terminologiczne artykułu.

Zachodniemiecki autor Bäuerlein¹⁾ zwrócił uwagę, że postępowanie przy opracowaniu materiału, który potem ukazuje się jako wywiad jest takie samo, jak w przypadku zbierania materiału dla innych, nie tylko dziennikarskich potrzeb. Bäuerlein uważa, że „research” jest podstawą każdej działalności dziennikarskiej. Nasz Wańkowicz też uważa za podstawę „researchowanie”, szperactwo. Ale o tym co jest, a co nie jest wywiadem — pisze Bäuerlein — decyduje sposób wykorzystania materiału; z wywiadem mamy do czynienia, gdy dziennikarz zadał pytania określonej osobie i otrzymał odpowiedzi. Nie sposób się z tym nie zgodzić.

Jeżeli chodzi o genezę, to taki erudyta jak Haacke²⁾ wskazuje, że forma rozmowy znajduje się już w pismach ulotnych reformacji i kontrreformacji i twierdzi, że na przełomie XIX i XX w. interwiew uznano niesłusznie za formę nową.

Sprawa podziału. Netzer³⁾ kwestionuje szereg podziałów; twierdzi, że każdy z nich da się podważyć. Za niepodważalny uważa jedynie podział na wywiad „zur Sache” i wywiad „zur Person”. W pierwszym istotne jest to, co się powiedziało, w drugim — kto mówi. Tu występuje sprawa atrakcyjnego rozmówcy, szczególnie jaskrawo widoczna w tv. Można to znaleźć również w wywiadzie pisanym, gdy istotnym jest, że mówi bohater dnia, a nie to co mówi. W wywiadzie pisanym zawsze jednak istnieje niebezpieczeństwo, iż można po uważnym przeczytaniu stwierdzić, że to jest np. stek nonsensów. Natomiast w ulotnym wywiadzie radiowym lub telewizyjnym przy umiętnym, żywym podaniu może to być odebrane jako ciekawe, poprawne, a nawet głębokie.

Kolejną sprawą jest pojęcie autorstwa i współautorstwa wywiadu. Trzynadlowski widzi sens autorstwa w podwójnej autentyczności: pytającego i odpowiadającego. Haacke sprowadza udział dziennikarza do 2 ról: naocznego świadka, osoby wiarygodnej dla czytelnika — albo tylko stenografa. Pierwsza jest rolą aranżera, inicjatora rozmo-

¹⁾ H. Bäuerlein: Der Redakteur im Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, bei Funk und Fernsehen, Ludwigshafen 1968.

²⁾ W. Haacke: Handbuch des Feuilletons, Bd. II. Emsdetten 1952.

³⁾ H.-J. Netzer: Thesen über das Interview. *Publizistik* 1970 nr 1.

wy, druga zaś to tylko zapis, może nawet nie przerywany pytaniami. Osobiście uważam, że gdyby sprowadzić rolę dziennikarza tylko do roli stenografa, to nie potrzeba w wywiadzie jego pytań, które w pierwszym zdaniu odpowiedzi powtarzają się. Podobnie zresztą inni nasi prasoznawcy⁴⁾ uważają, że dziennikarz jest autorem pytań, ale punkt ciężkości spoczywa na pytanym, który jest autorem wywiadu, podczas gdy dziennikarz jest tylko inspiratorem. Uważam, że punkty ciężkości mogą być różne, chociaż w każdym wywiadzie występuje co najmniej współautorstwo. Za rzecz niezdrową, zwłaszcza w wywiadzie prasowym uważam pełnienie przez dziennikarza roli stenografa, podczas gdy w ekspozycji wywiadu (podpisie) jest on na planie pierwszym.

Sprawa kompetencji odpowiadającego. To też nie moja oryginalna myśl: możemy mieć do czynienia z osobą bezpośrednio lub pośrednio kompetentną. Bezpośrednio kompetentny będzie minister, a pośrednio kompetentny będzie świadek wydarzenia składający relację dziennikarzowi nieobecnemu przy wydarzeniu. Tu powstaje kwestia możliwości komentowania i aktywniejszej roli pytającego. Wegner⁵⁾ powiada, że publicystyczna możliwość wygłaszania własnych przekonań przez dziennikarza w wywiadzie jest ograniczona. Inaczej uważa Netzer; komentując np. znakomite wywiady *Spiegla* (redakcja nazywa je rozmowami) pisze, że dziennikarze wyraźnie sterują rozmówcami i z góry wiedzą, jakie ma być zdanie końcowe — konsekwentnie prowadzą rozmowę do ostatecznego wniosku.

Uważam, że Wegner nie ma racji, natomiast konkretny przykład *Spiegla* trudno uważać za wywiad, to jest rozmowa.

Ciekawa jest koncepcja Netzera, który ogranicza możliwości wywiadu do 4 sytuacji. Dwóch — które nazywa wywiadami namiastkowymi: 1) kiedy reporter nie był przy wydarzeniu i ucieka się do pomocy świadków, 2) gdy wydarzenia nie da się lepiej przedstawić w innej formie dziennikarskiej. Za wywiad klasyczny natomiast uważa takie przypadki, gdy 3) znaczenie treści podkreśla kompetencja osoby wypowiadającej się, lub gdy 4) chodzi o osoby powszechnego zainteresowania a więc gwiazdy, naukowców, polityków itp.

Inny autor, socjolog Edgar Morin podaje 3 klasyczne sytuacje, w których wywiad jest nadużywany: wywiad rytualny tj. quasi-wywiad przeprowadzony z przylatującym ministrem lub zawodnikiem na mecie, po drugie wywiad w sytuacji kiedy dziennikarz nie jest przygotowany i pyta rozmówcę „co pan może mi powiedzieć?“, po trzecie — co autor nazywa przypadkiem bardzo niebezpiecznym — wywiad spontaniczny z ludźmi z ulicy; człowiek zaskoczony plecie najczęściej to, co jego zdaniem będzie najlepiej odpowiadać intencji pytającego.

J. W ó d z: Jedno zdanie. Sprawa wydawała się jasna do momentu kiedy okazało się, że czym innym jest wywiad, a czym innym roz-

⁴⁾ J. Adamczyk, M. Kafel, A. Tewiaszew: Dziennikarstwo. Warszawa 1968.

⁵⁾ J. Wegner: Formy twórczości dziennikarskiej w prasie. (W:) Dziennikarstwo. Zagadnienia i materiały. Warszawa 1969.

mowa. Jako sposoby rozróżniania postawiono tu kierunkowość pytań i publicystyczne zaangażowanie dziennikarza polegające na tym, że dziennikarz również wyraża pewien pogląd. Zwracam uwagę na zwodniczość tego określenia, dlatego, że wyrażenie pewnego poglądu jest absolutnie konieczne do zadania jakiegokolwiek pytania z wyjątkiem pytania o wiek i nazwisko. W każdym razie to jako kryterium podziału jest sprawą wymagającą zastanowienia.

Samo sformułowanie pytania, zadanie go, poprzez kontekst jest również wyrazem pewnej opinii. Często mylimy się mówiąc o podawanej informacji i podawanych ocenach. Ten podział jest bardzo formalny, to tylko kwestia kierunkowości pytań i nic więcej.

P. Dubiel: Dodam anegdotę. Zdarzyło się po pewnej imprezie, że minister rozdawał osobiście uczestnikom bloczki obiadowe, w czym pomagał mu dziennikarz, który zadał mu potem 3 pytania. Odpowiedzi ministra wmontował w sprawozdanie z imprezy. Redaktor naczelny zrobił z tego jednak czołówkę w postaci wywiadu specjalnego dla gazety. Na ten temat rozwinęła się później ogólnopolska dyskusja prasowa. Podczas kolejnego spotkania z dziennikarzami minister wyjaśnia: „To nieporozumienie, nie udzielałem żadnego wywiadu”. „Czy odpowiedzi przekazano nieściśle?” — „Nie, ale to nie był wywiad”. Naczelny nie miał wątpliwości: „Minister był w błędzie, wywiad ma miejsce wtedy, gdy dziennikarz pyta i jako taki otrzymuje odpowiedzi”.

B. Michalski: Jeżeli chodzi o zagadnienia integracyjne, to wspomnę, że w dziedzinie prawa wiele mówiono o wywiadzie, ponieważ powstaje tu 1) problem współautorstwa, 2) problem, czy to jest dzieło łączne czy rozłączne, 3) kwestia ochrony praw udzielającego wywiadu itp. Już w latach międzywojennych powstał na tym tle artykuł Medyńskiego „Ochrona prawna wywiadów prasowych” z 1938 r. Tam już znajdujemy pewne ustalenia teoretyczne na ten temat.

Wydaje mi się, że dążenie do tzw. czystych form jest praktycznie i teoretycznie niemożliwe. Można natomiast mówić o jakiejś grupie gatunkowej, zwanej ogólnie wywiadem, w ramach której mieści się szereg form począwszy od migawki parozdaniowej a kończąc na długich rozmowach. Trzeba by ustalić wpieryw cechy wspólne, związane z konkretnym podgatunkiem i na tej podstawie budować definicję, spełniającą wymogi logiki formalnej.

Kilka kwestii nie może być wyizolowanych bez elementów integracji. To jest po pierwsze kwestia autorstwa wywiadu, rzecz bezsporna od strony prawnej, ale absolutnie sporna jeżeli chodzi o „gatunkologów” literackich czy dziennikarskich. Należałoby też uwzględnić szerzej zagadnienie uprawnień osoby, która udziela wywiadu do czynienia określonych zastrzeżeń. Wiadomo, że każdy autor ma wyłączne prawo do dysponowania swoim dziełem i ochrony praw osobistych, to samo odnosi się do udzielającego wywiadu. Dalej jest kwestia honorariów przy wywiadach. Tu występują spory, bo np. radio ma w cennikach pozycję dla udzielających wywiad, natomiast redakcje prasowe traktują wywiad jako wyłączny dorobek dzienni-

karza i nie chcą płacić osobom, które odpowiadają, chociaż mają podstawy prawne, gdyż to jest dzieło wspólne, za które honorarium można dzielić według jakiegoś kryterium.

Wywiad z racji mego zawodowego odchylenia uważam za formę przesłuchania. Zwłaszcza wywiady *Spiegla* są po prostu czymś w rodzaju cross-egzamination. Z przesłuchaniem wiążą się elementy z zakresu psychologii, z zakresu psychologii zeznań świadków itp. Z tym wiąże się aktywna rola dziennikarza w wywiadzie. Zwrócić należy uwagę, że w razie naruszenia przepisów niezależnie od osoby odpowiadającej może odpowiadać redaktor za dopuszczenie do druku; dziennikarz jeżeli wywiad nie jest autoryzowany lub rozmówca nie zastrzegł sobie, że to musi być w wywiadzie — może być traktowany jako współwinny, jeżeli to jest logiczny kontekst jego pytania.

E. Kamiński: Mam również wątpliwości co do formy wywiadu i rozmowy, ten podział wydaje się zbyt formalny. Jeżeli wywiad potraktujemy jako sztukę zadawania pytań i uzyskiwania odpowiedzi, to nie zawsze pytania muszą mieć formę „co pan sądzi o...”. Można zapytać np.: „Pańscy przeciwnicy sądzą, że pan tego nie dokona”. Jest to pytanie ukryte i to już zaczyna mieć charakter rozmowy. Dlatego widzę niebezpieczeństwa formalnego podziału, rozmowa jest też formą wywiadu.

P. Dubiel: Jeżeli nie ma pytań, obie strony mówią co myślą na jakiś temat — to nie wywiad, a rozmowa.

J. Wódz: Jest to ciągłość strasznie trudna do podzielenia w sposób obiektywny. Zgadzam się, że można wyodrębnić pewne punkty krańcowe, ale postawienie granicy na zasadzie formalnej jest chyba niemożliwe.

S. Ciepły: Sądzę, że można by się oprzeć na definicji wywiadu, że „dziennikarz zadał pytania określonej osobie i otrzymał odpowiedzi” i że „o tym czy coś jest lub nie jest wywiadem decyduje sposób wykorzystania materiału”.

E. Kamiński: Występuje też problem podziału wywiadów na prasowy, radiowy i telewizyjny. Jeżeli sprowadzimy wywiad do zadawania pytań i uzyskiwania odpowiedzi to wszystko wydaje się proste. Ale istnieje przecież specyficzna forma prowadzenia wywiadu telewizyjnego. Odbywa się on w określonych warunkach i w określonych warunkach następuje przekaz treści wywiadu.

Mówiliśmy tu, że nie jest ważne kto rozmawia, tylko o czym rozmawia. Ale jeżeli ktoś jest ulubieńcem publiczności, to jego odpowiedzi nawet niezbyt trafne są sugestywne dla odbiorcy. Ta kwestia też sprawę komplikuje.

J. Maziarski: Na szczęście nie jesteśmy towarzystwem purystów, którzy zeszli się, aby wytyczyć dokładne miedze między polami gatunków. Jest oczywiście, że wszystkie gatunki zazębiają się i mają pewne obszary przejścia. Nie widzę problemu w tym, że niektóre wywiady są jednocześnie rozmowami, a rozmowy — wywiadami.

Po prostu taka jest natura każdego gatunku. Trzeba raczej mówić o pewnej orientacji wywiadu, polegającej na przewadze zdań pytajnych u prowadzącego wywiad i na orientacji rozmowy, która polega na mniejszej ilości pytań i większej ilości stwierdzeń. W sumie nie widzę tutaj problemu teoretycznego a tym bardziej praktycznego. Za całą teorię, moim zdaniem, wystarczy najprostsza definicja, że wywiad jest to szereg odpowiedzi na stawiane przez dziennikarza pytania.

Natomiast sędzę, że są pewne konkluzje praktyczne, do których powinniśmy zmierzać, gdyż istnieje duże zapotrzebowanie dziennikarza na sugestie natury warsztatowej. Otóż wydaje mi się, że nasz wywiad w prasie jest anachroniczny, za mało „zur Sache”. Stara się zbyt często — zapominając o istnieniu radia i tv — przekazać cechy osobowości rozmówcy, co dla prasy jest niewykonalne. Wolałbym czytać w prasie publikacje bardziej informatywne, prezentujące raczej fakty i poglądy niż osoby, sylwetki. Prezentacja osobowości w prasie jest tylko namiastką, często pretensjonalną.

Natomiast w radiu i tv widzę przerost wywiadów i rozmów „zur Sache” — bez wykorzystania możliwości prezentacji sylwetki. W tv główną plagą jest gładzenie, często z kartki, bez wysiłku pokazania człowieka. Zaprzepaszcza to od razu atuty, jakimi tv bije prasę na głowę.

To jeden postulat. Drugi: w naszych wywiadach nie ugruntował się jeszcze proces rezygnacji z frazesów. Ludzie, którzy mają wypowiedzieć się publicznie, są skłonni do wygłaszania płaskich banałów; na istotną treść zostaje niezwykle mało miejsca.

Dalej — w zakresie postulatów praktycznych upominałbym się o zwiększenie aktywności dziennikarza. Jest uderzające, że dziennikarz w wywiadzie często odgrywa rolę pasywną, nawet pozorowaną. W świetle tego, co dokonuje się w innych gatunkach, sytuacja taka jest nie do utrzymania. Myślę, że wywiad będzie ewoluował; podmiot pytający będzie agresywniejszy, w większym stopniu będzie on rzecznikiem opinii gazety lub jakiegoś wyraźnie zaznaczonego punktu widzenia. Należałoby wreszcie dążyć do eliminacji wywiadów o nadmiernie oficjalnym charakterze — przynajmniej tam, gdzie nie jest to konieczne. Te ostatnie sytuacje są doprawdy bardzo nieliczne. Trzeba preferować i popierać tendencje przełamania anachronicznego schematu. W większości gazet europejskich schemat ten został już przełamany — z korzyścią dla atrakcyjności.

J. Wó d z: Nie poruszyliśmy problemów samego formułowania pytań, ich zawartości, a to są sprawy kapitalnej wagi. Pytania muszą z jednej strony prowokować do odpowiedzi a z drugiej nie posiadać ukrytych założeń czy sprzeczności wewnętrznych. A to występuje w wielu wywiadach.

W. Masłowski: Wcale nie jest źle, jeżeli dziennikarz podaje swoją opinię. Nawiazałbym raczej do postulatu red. Maziarskiego, żeby dziennikarz przestał być stenografem. Nie zgadzam się natomiast z red. Ciepłym — jestem przeciwnikiem tworzenia klimatu, w którym rozmówca może się swobodnie wypowiedzieć. Odwrotnie —

w interesie czytelnika — należy prowokować, agresywnie stawiać pytania.

S. Ciepły: W różnych sytuacjach trzeba stosować różne metody.

J. Maziarski: Aby ukazać pożądaną spontaniczną odpowiedź, myślę, że należy wytrącić rozmówcę z szablonu oczekiwań. Wtedy jest nadzieja na uzyskanie ciekawego materiału. Nikomu nie udało się zrobić z nieciekawej rozmowy ciekawego wywiadu.

P. Dubiel: Jeden z teoretyków (A. J. Liehm) jest zdania, że nie można wywiadu przeprowadzić jednorazowo, dziennikarz musi poznać rozmówcę w sytuacjach „pozawywiadowych”. Na koniec twierdzi, że autorem wywiadu jest rozmówca — ale tekst musi od początku do końca napisać dziennikarz tak, jak tego nie potrafi zrobić rozmówca.

E. Kamiński: Zdarza się, że materiał z rozmowy musi zostać napisany od nowa przez dziennikarza. Jak wtedy wygląda sprawa autorstwa?

B. Michalski: Dziennikarz nie jest autorem tego utworu, który nawet został napisany przez niego za rozmówcę, jeżeli tenże figuruje jako osoba, która to powiedziała. Dziennikarzowi natomiast można zapłacić dodatkowo za gruntowne przepracowanie tekstu.

S. Ciepły: A jeżeli dziennikarz musi stonować odpowiedź to czy potem jeszcze ponosi odpowiedzialność?

B. Michalski: W zasadzie autor posiada tzw. niezrzekalne i trwałe prawo do integralności dzieła. Jeżeli coś podaje, to druga osoba nie może tego zmieniać bez jego zgody. Jeżeli odmówi autoryzacji stonowanych fragmentów, to można jedynie tego nie wydrukować. Jeśli się tekstu nie autoryzuje — mamy normalny element ryzyka dziennikarza.

J. Maziarski: Wydaje mi się, że w naszej prasie należy przyspieszać proces podnoszenia standardu wywiadów. Na to dziennikarze mają wpływ. Nie widzę tutaj żadnych zastrzeżeń czy ograniczeń, tylko po prostu dziennikarze muszą się upierać przy swoim zdaniu — nawet pod groźbą, że wywiad się nie ukaże. Mała strata, jeśli nie ukaże się nudny, nie mówiący niczego istotnego wywiad. Natomiast jest nieszczęściem, że codziennie ukazuje się sporo kiepskich, szablonowych wywiadów, bo wytwarza to standard, od którego później trudno odejść. Praca na rzecz zmiany tego standardu leży chyba w zasięgu możliwości dziennikarzy i redakcji. Zależy to w dużym stopniu od wkładu pracy dziennikarza przed pójściem na wywiad. Przygotowanie wywiadu z pytaniami, od których rozmówca nie będzie się mógł wykręcić, wymaga tygodnia, może dwu. Po drugie — zależy to też od nieustępliwości samej redakcji. Rozmówca może nie zgodzić się na publikację. Sądzę, że w wielu wypadkach lepiej jest pogodzić się z tą odmową niż szukać kompromisów, po których z wypowiedzi znikają wszystkie istotne informacje i stwierdzenia, pozostają zaś same frazesy.

BOGDAN MICHALSKI

WYPRZEDAŻ REMANENTÓW...?

W numerze 56 naszego pisma dr J. Parzyński — krakowski dziennikarz i adwokat — opublikował „Aktualne uwagi i wnioski z procesów prasowych”, w których autor uczestniczył jako obrońca dziennikarzy oskarżonych w wyniku ich publikacji. W numerze następnym zabrał głos dr hab. S. Waltoś z UJ, polemizując z tezą, że w obowiązującym systemie przepisów procesy prasowe stają się środkiem szykaną wobec krytykujących dziennikarzy. Obecnie polemikę kontynuuje specjalista problematyki prawa prasowego, dr hab. B. Michalski z Instytutu Dziennikarstwa UW.

We wczesnych latach 1950-tych niewielka choć wpływowa grupa dziennikarzy, wykorzystując ówczesną aurę podjęła kroki w kierunku zabezpieczenia piszącym partykularnie pojmowanego „bezpieczeństwa zawodowego”. Chodziło głównie o praktyczną likwidację prawa jednostki do ochrony czci i sprostowania, niezależnie od tego co i w jakiej formie zostało opublikowane. Szermując w sposób niekiedy demagogiczny argumentami o „ochronie krytyki przed tłumicielami” tudzież o konieczności ochrony „autorytetu” redakcji i dziennikarza (nie można prostować tego co się raz napisało) wywarło istotny nacisk na instytucje stosujące konkretne przepisy. Do roku 1950 nikt bowiem w praktyce jeśli chodzi o dekret prasowy oraz interpretacje art. 255 i 256 kk 1932 nie naruszał zasady praworządności.

W latach późniejszych działo się już znacznie gorzej. „Idea” dziennikarskiej bezkarności znalazła utalentowanego propagatora wśród teoretyków prawa w osobie prof. dra Jerzego Sawickiego. Rezultatem tej działalności było przyczynienie się do interpretacji contra legem art. 255 kk 1932 (co poszło tym łatwiej po niekorzystnych zmianach w sądownictwie po roku 1950). Ochrona czci w Polsce przed przestępstwami prasowymi w latach 1950—1955 była praktycznie zlikwidowana. Nikt też nie traktował serio (w redakcjach) uprawnień do sprostowania.

Zmiany w tej dziedzinie po roku 1956 były stosunkowo wolne i niewielkie, ale stałe; sądy i znaczna grupa teoretyków wyraźnie odcięła się od „osiągnięcia” jakim było pozbawienie jednostki jej uprawnień w stosunku do prasy. Drugie i zmienione wydanie książki J. Sawickiego o ochronie czci (1956) zostało negatywnie przyjęte przez sfery prawnicze¹⁾, mimo dużej reklamy przez prasę. Sądy niższych instancji wykazywały nierzadko wiele zdrowego rozsądku i poszanowania przepisów, ale niekiedy ich wyroki — pod wpływem prasy i niewielkiej grupy teoretyków — były zmieniane przez Sąd Najwyższy na niekorzyść pokrzywdzonych, wyjątkowo i w sytuacjach gdy wina dziennikarza była ewidentna. Jednak i w orzecznictwie SN następowała ewolucja w kierunku zwiększenia ochrony czci jednostki i uczciwej krytyki.

Zwolennicy „minionej bezkarności” nie dali jednak za wygraną i różnymi metodami starali się oddziaływać na rozwój teorii i praktyki także w latach 1960-tych.

Kodyfikacja prawa karnego w dziedzinie ochrony czci (w nawiązaniu do uchwały SN z 1965) przyjęła stanowisko kompromisowe. Odrzucono tzw. „dobrą wiarę” (dowód subiektywnego prawdopodobieństwa), ale wprowadzono obok dowodu prawdy dowód prawdopodobieństwa (jakby zobiektywizowanej dobrej wiary); wyraźnie ustalono, że przeprowadzenie jednego z dowodów wyłącza odpowiedzialność karną za zniesławienie, ale nigdy za zniewagę (dawna obraza), a ponadto w kk znalazła się kwalifikowana forma zniesławienia — oszczerstwo — nieznaną dawnemu kk (trzeba zaznaczyć — sformułowana w sposób mogący nasuwać wątpliwości w teorii i praktyce). W teorii, a także i w praktyce, aktualnie nie neguje się już obowiązywania tych przepisów prawa prasowego z 1938, które nie zostały uchylone przez przepisy późniejsze. Przepisy wprowadzające nowy kpk wyraźnie zresztą potwierdzają to stanowisko w odniesieniu do części proceduralnej po 1938.

W sumie jednak „bezpieczeństwo zawodowe” dziennikarza w Polsce jest obecnie w skali porównawczej z innymi krajami bardzo duże, tak duże, że w przyszłej kodyfikacji należy się liczyć z jego pewnym ograniczeniem na rzecz respektowania praw osobistych obywatela. Jest to zresztą tendencja istniejąca na całym świecie w teorii i praktyce. Zabezpieczanie interesów zawodowych dziennikarza idzie dziś w innym kierunku: ustalenie pojęcia rzetelnej krytyki, anonimat, prawo do informacji, oddanie jurysdykcji spraw prasowych sądom z pominięciem czynników administracyjnych, zwiększenie ochrony praw autorskich oraz ochrony pracy itp. Nikt jednak nie neguje oczywistego i wynikającego z istoty zawodu i ryzyka zawodowego — polemicznego charakteru działalności dziennikarskiej (i konsekwencji tegoż). Publikacja jest swoistym rodzajem prowokacji do swobodnej wymiany zdań i konfrontacji stanowisk

¹⁾ Szczegółowo, wraz z bibliografią, omawiam te zagadnienia w książce „Działalność zawodowa dziennikarza a ochrona czci obywatela w prawie karnym PRL”. Toruń 1966.

w jak najbardziej pełnym zakresie. Prawo zabezpiecza, aby była ona prowadzona na zasadach **równości**, a nie w zakresie dozwolonym przez zainteresowaną redakcję lub inne czynniki (wyłączając rzecz jasna organa z mocy prawa kontrolujące prasę).

Stąd w krańcowych wypadkach istnieje możliwość wniesienia skargi do sądu i prowadzenie tam jakby polemiki, jeżeli inne środki zawiodą. Prawo do skargi w obronie praw osobistych jest prawem podmiotowym jednostki, która wnosząc skargę ponosi ryzyko (b. poważne) przegrania sprawy. Ryzyko to w naszych warunkach jest zwiększone — mimo konsekwentnego przestrzegania przez sądy zasady równości stron — niewspółmiernie większymi możliwościami dziennikarza mającego choćby zgodnie z UZP oparcie w redakcji i wydawnictwie.

Obecnie środowisko dziennikarskie w swej większości zajęło zdecydowane stanowisko w obronie praw jednostki, co widać wyraźnie w orzecznictwie Sądów Dziennikarskich, znacznie bardziej krytycznych wobec piszących niż sądy powszechne.

Dlatego z pewnym zdziwieniem przeczytałem publikację dra Jerzego Parzyńskiego „Aktualne uwagi i wnioski z procesów prasowych” (*Zeszyty Prasoznawcze* 1973 nr 2), będącą moim zdaniem próbą propagowania wprowadzenia praktycznej bezkarności dziennikarza oraz drastycznego i zdecydowanego ograniczenia praw jednostki na rzecz piszących. (Pomijam problem propozycji *de lege ferenda*, z którymi polemizował w n-rze 3/1973 doc. dr hab. Stanisław Waltoś).

Autor „Aktualnych uwag...” pisze z pozycji dziennikarza i adwokata — obrońcy dziennikarzy w procesach prasowych. Szanując prawo każdego do głoszenia własnych poglądów nie wydaje się jednak, aby można było pominąć milczeniem pewne **nierzetelności** warsztatowe podporządkowane propagowaniu i obronie podstawowej tezy autora. Dlatego w polemice z „Aktualnymi uwagami...” warto zwrócić uwagę na sprawę **warsztatową i merytoryczną**.

*

Nie wolno, pisząc o doktrynie polskiego socjalistycznego prawa karnego, powoływać się jedynie na książkę prof. dra J. Sawickiego — bez zaznaczenia choćby, że wyrażone tam poglądy nie były akceptowane przez wielu autorów (wykaz pozycji można znaleźć w bibliografiach ogólnie dostępnych²⁾), a zatem nie mogą być uznane jako jedynie reprezentatywne. Ponadto poglądy J. Sawickiego w latach 1953—1966 uległy pewnej ewolucji m. in. w kierunku ograniczenia nieco dowodu „dobrej wiary” poprzez pewną jej obiektywizację. Wystarczy porównać treść książek o ochronie czci z 1953, 1956 r. i opracowania na tle uchwały SN w sprawie krytyki i ochrony czci z 1965. Publikacje prawne *Zeszytów Prasoznawczych* czyta-

²⁾ Por. B. Michalski: Bibliografia polskiego prawa prasowego. Olsztyn 1968; oraz bibliografia sukcesywnie wydawana przez OBP w Krakowie pod redakcją S. Dzikiego.

ją także prawnicy, którzy powinni otrzymać rzetelny obraz stanu rzeczy, gdyż pomijanie milczeniem wielu spraw może mieć nawet w krańcowych przypadkach niekorzystny wpływ na praktykę. Wiadomo bowiem — o czym pisze też J. Parzyński — że znajomość problematyki prawno-prasowej przez sądy jest daleka od zadowalającej. Pomijam fakt, że tego rodzaju „selektywne” i dowolne wyliczanie autorów może być naruszeniem autorskich praw osobistych osób pominiętych.

Istotnym uchybieniem warsztatowym jest także traktowanie dekretu o prawie prasowym z 1938 jako nieobowiązującego, gdy obecnie w praktyce i wśród większości teoretyków nie neguje się już obowiązującej mocy tych przepisów, a niekiedy nawet akcentuje wyraźnie ich obowiązywanie³⁾. Autor „Aktualnych uwag...” ma prawo do obrony poglądu (a nawet jego propagowania), że dekret prasowy z 1938 r. nie obowiązuje, ale ma równocześnie **obowiązek** zaznaczenia choćby w przypisie, że istnieją też inne poglądy i sprzeczna z jego tezą praktyka.

Zastrzeżenia warsztatowe budzi także przedstawienie samej problematyki procesów, mającej służyć jako uzasadnienie dalszych wywodów autora a zwłaszcza propozycji de lege ferenda. Faktografia jest praktycznie biorąc **żadna** w stosunku do wagi propozycji. Nie wiadomo nawet jakiego rodzaju zarzuty postawili dziennikarze, gdyż autor od razu określa je ogólnie jako krytyczne (co nie wyklucza możliwości zaistnienia ekscesu krytyki), a przy tym (choćby w przypisie) nie podaje minimum źródeł. **Czytelnik zatem nie ma możliwości skontrolowania i oceny omawianych spraw**, nawet w najskromniejszym zakresie. Chaotyczne zaś wskazanie kim byli oskarżyciele prywatni — poprzez wyliczenie zawodów w oderwaniu od konkretnej sprawy i jej okoliczności jest dalszym zaciemnianiem i tak niejasnego obrazu. Podobne zastrzeżenia można wnieść do oderwanego od całości wyliczenia zapadłych wyroków. A przecież wystarczyła jedna tabela, aby przedstawić minimum wymaganej w ramach warsztatowej rzetelności — **informacji**.

Również stwierdzenie, że w żadnym z opisywanych procesów prokurator nie objął oskarżenia w zestawieniu jedynie z treścią art. 50 kpk, także niczego nie wyjaśnia, bo nie wiadomo czy były jakieś wnioski o objęcie oskarżenia, czy odpowiednio powiadomiono prokuratora itp. Nie są te okoliczności bez znaczenia, zwłaszcza w nawiązaniu do propozycji autora o zniesienie trybu prywatno-skargowego w sprawach przestępstw prasowych.

Niedopatrzaniem warsztatowym jest ponadto założenie, że wszystkie publikacje, które spowodowały procesy miały charakter krytyki i były słuszne i społecznie pożyteczne. Analiza danych (b. skąpych) przytoczonych w „Aktualnych uwagach...” nakazywałaby większą ostrożność.

Skoro w opisywanych (fragmentarycznie niestety) 11 sprawach karnych w jednej doszło do ugody, a w dwóch do skazania w I in-

³⁾ Ibidem.

stancji (uniewinnienia w II), zaś w trzech cywilnych aż dwie zakończyły się ugodą a jedna oddaleniem powództwa, to przynajmniej w trzech sprawach racje dziennikarzy były co najmniej wątpliwe (mając wygraną sprawę nie zawiera się raczej ugody), a w dwóch procesach — gdzie doszło do skazań w I instancji — przynajmniej sporne. Stosunek spraw bezspornych do budzących istotne wątpliwości 9 : 5 nie uzasadnia moim zdaniem tezy autora o bezpodstawnym ogólnie wszczynaniu procesów przeciw dziennikarzom. Zwłaszcza, że (znów istotna usterka warsztatowa) autor nie podaje czy w owych dziewięciu sprawach były wnoszone rewizje... Ważna byłaby choćby wzmianka czy w uniewinniających wyrokach nie zwracano jednak uwagi na pewne dziennikarskie uchybienia — nie dające wprawdzie podstaw do skazania (lub zasądzenia), ale stanowiące działania nie zasługujące na aprobatę z etyczno-obyczajowego punktu widzenia. Brak także niezbędnego elementu faktycznego: ustalenia przyczyn wniesienia spraw do sądu przez poszkodowanych. Czy rzeczywiście chodziło tylko o „tłumienie krytyki”?... czy też istniały inne społecznie uzasadnione przesłanki motywacyjne poszkodowanych, jak np. odmowa sprostowania lub polemiki przez redakcje, niedokładności, krytyka niezbyt grzeczna w formie, przeinaczenie wypowiedzi, apodyktyczny ton publikacji, niefachowość dziennikarza itp.

Wreszcie istotnym uchybieniem jest wyciąganie wniosków de lege ferenda b. daleko idących, bez dokonania choćby **najskromniejszej próby** — ustalenia stosunku naruszeń przepisów o ochronie dóbr osobistych przez prasę do ilości wnoszonych spraw sądowych, np. próba kwartalna w jednym dzienniku w kwartale, gdy był jakiś proces. (Według moich fragmentarycznych i nie roszcujących praw do uogólniania badań — dla celów dydaktycznych — z lat 1968—1973, do sądu trafia w Polsce nie więcej niż 5% (około 10—12 rocznie) spraw, które można by wnieść przeciw dziennikarzom z poważnymi szansami na wygranie.)

W „Aktualnych uwagach...” pisze się dużo o tłumieniu krytyki w sposób ogólny ale nie określa się nawet najogólniej **przedmiotu ochrony**. Można odnieść wrażenie, że każda wypowiedź dziennikarska jest krytyką. Tymczasem bez własnego określenia lub podania poglądów innych autorów co to jest krytyka⁴⁾ podlegająca ochronie i stanowiąca okoliczność uchylającą odpowiedzialność prawną, wszelkie dalsze wywody i propozycje nie mogą być traktowane inaczej jak „swobodne improwizacje na tematy prawne...”. Tak samo używanie nieokreślonego bliżej zwrotu „tłumienie krytyki” w kontekście chaotycznych impresji wprowadza jedynie liczne i szkodliwe niejasności.

Ochrona prawna krytyki nie oznacza bowiem „absolutnej **niekarności**” krytyki choć stanowi przesłankę do uchylenia odpowie-

⁴⁾ Choćby w oparciu o znaną autorowi uchwałę SN z 1965, lub propozycje — przeważnie niepełne — głównie J. Sawickiego, A. Banacha, S. Woltera i B. Michalskiego; bez definicji krytyki nie można moim zdaniem mówić o jej ochronie, gdyż potoczne rozumienie pojęcia jest zbyt wieloznaczne.

działności prawnej i nie pozbawia krytykowanego prawa do repliki (krytyka — krytyki) lub stosowania innych środków prawem dozwolonych.

Tłumienie krytyki jest działaniem **bezprawnym**, a takowym nigdy w państwie praworządnym nie będzie korzystanie przez uprawnionych ze swych praw podmiotowych. Dlatego można uznać za tłumienie krytyki np. groźby bezprawne pod adresem dziennikarza, znieważanie go, naciski nieformalnych grup a nieraz i instytucji na redakcję, szkodenie rodzinie itp. naruszenia prawa, etyki lub zasad społecznego współżycia. Oddanie natomiast sporu jednostka — dziennikarz do rozstrzygnięcia właściwemu sądowi to normalna i właściwa reakcja praworządnego obywatela, który uznał, że naruszono jego prawa. Uznanie poszkodowanego nie zawsze jest obiektywnie zasadne, zwłaszcza w tak subtelnej i subiektywnej kwestii jak ochrona czci (wtedy zapadają wyroki uniewinniające lub oddalające powództwo), ale nawet wówczas nie traci takie działanie charakteru prawnego.

Krytyk zawsze musi się liczyć z tym, że zostanie skrytykowany czy to na łamach prasy czy nawet na sali sądowej i to jest jego **zawodowe ryzyko**. Im bardziej rzetelna, udokumentowana i przyzwoita w formie (choć ostra i zjadliwa nawet) będzie jego krytyka, tym mniejsze szanse na proces. Ale na łamach pism spotyka się nie tylko krytykę, lecz i zniesławienia i zniewagi... Nierozdzielanie tych dwóch rodzajów krytyki od „krytyki” jest **n i e r z e t e l n e** — nawet gdyby zdaniem J. Parzyńskiego w opisywanych sprawach taki wypadek nie zaistniał (choć skąd te trzy ugody?); postulaty jego de lege ferenda mają przecież charakter ogólny.

Zastrzeżenia budzi też jednostronne przedstawienie taktyki procesowej stron, mówi się tu bowiem tylko o jednej stronie — oskarżycielu, który ma obrzucać dziennikarza inwektywami jak: nierzetelność, niefachowość, stronnictwo, prywatność. Pomijając to, że nie znamy zarzutów jakie przed procesem i w jego toku **stawiali dziennikarze** (czego nam taktownie oszczędzono), tego rodzaju określenia są elementami dowodzenia przez oskarżyciela prywatnego winy oskarżonego (lub okoliczności obciążających) i mieszczą się w ramach prawem dozwolonej taktyki procesowej. Oskarżony ma przecież pełną możliwość obrony i w ramach defensio procesus — odpłacenia się pięknym za nadobne... W bardzo wielu wypadkach dziennikarze pisząc krytyczny materiał robią to nieprecyzyjnie i nie są przygotowani na ew. proces⁵⁾, stąd obawa środowiska przed procesami, jak też brak wypracowanych metod ochrony tajemnicy zawodowej (m. in. informatorów).

Jeżeli chodzi o stronę merytoryczną zagadnienia czy proces prawowy jest instrumentem tłumienia krytyki — to nasuwa się jeszcze kilka refleksji natury ogólnej.

⁵⁾ Ustalenia z przebiegu dyskusji na zajęciach dydaktycznych na kursach dla dziennikarzy Ośrodka Dziennikarstwa SDP oraz zaocznych studiów dziennikarskich w Warszawie i Wrocławiu.

Istotnym elementem pogrudniowej ochrony jest rozwój ludowładztwa, co m. in. przejawia się w preferowaniu oddolnej krytyki i odrzuceniu „tabu” z minionych lat, że władza i prasa zawsze mają rację. Krytyka oddolna nie polega dzisiaj na krytyce od góry do dołu, ale na swobodnej kontradyktoryjnej wymianie poglądów. Odczuwa to zresztą wyraźnie cała prasa. Powołanie (planowane) sądownictwa administracyjnego umożliwi jednostce krytykę urzędów i władz przez zaskarżanie ich decyzji do sądu i nikt tego nie będzie traktował jako „tłumienia działalności administracyjnej”. Zgodnie z ogólnościwiatowym prądem (prace ONZ) zwiększona będzie ochrona praw osobistych jednostki. Równocześnie stawia się na coraz większy rozwój fachowości i etyki zawodowej. W tej sytuacji nie można stwarzać prasie „immunitetu”, którego wprowadzenie byłoby cofnięciem się prawa i praktyki do wczesnych lat 1950-tych.

Proces prasowy w naszych warunkach najczęściej zagraża dziennikarzowi o niskich kwalifikacjach zawodowych⁶⁾ lub niedbale wykonującemu swój zawód, albo nie przejawiającemu szacunku dla człowieka. I tej grupy dziennikarzy moim zdaniem nie ma sensu bronić, raczej należy umożliwić jej przejście do pracy bardziej dla niej odpowiedniej.

Rzetelni dziennikarze natomiast znowu zdają sobie sprawę z ryzyka procesowego, a niekiedy nawet do sądowej konfrontacji dążą, aby raz jeszcze w pełni przedstawić swe racje i dowody w imię interesu społecznego. Nie zawsze zresztą wygrywają... Margines ryzyka zwłaszcza w dziedzinie ochrony czci zawsze istnieje, bowiem jest to materia wysoce złożona i delikatna, a oceny czynu uzależnione są zbyt często od subiektywnego odczucia jednostki uwarunkowanego wieloma czynnikami⁷⁾.

W dziedzinie relacji krytyka — ochrona praw osobistych jednostki, spraw konfliktowych moim zdaniem nigdy się nie uniknie. Ale można ich ilość poważnie ograniczyć przez **doskonalenie warsztatu dziennikarskiego**, respektowanie prawa do sprostowań i polemik, rozważanie poważnie i samokrytycznie pretensji zainteresowanych... a w razie procesu przystępowania z tak przygotowanym materiałem, aby sąd nie miał wątpliwości po czyjej stronie jest racja — choć nieraz też można proces przegrać. I nie będzie w tym nic dziwnego, bo np. prokuratura choć dysponuje ogromnymi możliwościami także musi pogodzić się z pewnym odsetkiem wyroków uniewinniających.

⁶⁾ Nie bez znaczenia jest też propagowana przez niektórych dziennikarzy teza, iż dziennikarzowi potrzebny jest talent a nie „jakaś tam” wiedza zawodowa.

⁷⁾ Nieprzemysłane negowanie przez niektórych publicystów i teoretyków mocy obowiązującej dekretu prasowego z 1938 r. znacznie utrudnia sytuację procesową dziennikarzy, gdyż sądy nie zawsze zwracają uwagę na przepis art. 51 pp 1938 o właściwości miejscowej w procesach prasowych, sąd w siedzibie wydawcy — i stąd procesy rozpatrują sądy powiatowe z terenu, którego sprawy krytyki dotyczą, najczęściej nie posiadające sędziów mających odpowiednie wiadomości specjalistyczne niezbędne przy procesach prasowych. Jest to tylko jeden z ubocznych wyników „radosnej twórczości” nie opartej o rzetelne badania, przynoszący ujemne skutki dla dziennikarzy — por. B. Michalski Trybunał ostatniej nadziei. Prawo i Życie 1973 Nr 33.

A są sytuacje sporne, w których dopiero orzecznictwo SN kształtuje kierunki rozwiązań.

Dlatego propozycje J. Parzyńskiego, aby ograniczać prawa podmiotowe jednostki na rzecz dziennikarzy — w obecnym klimacie politycznym i stanie rozwoju nauki wydają się być nie do przyjęcia. Nierzetelna zaś warsztatowo forma ich uzasadnienia utrudnia rzeczową i merytoryczną dyskusję nad postulatami de lege ferenda.

Wierzę, że J. Parzyński działał w intencji rozwoju naszego dziennikarstwa, niemniej same dobre chęci w epoce rewolucji naukowo-technicznej nie wystarczą. W chwili gdy na każdym odcinku życia szuka się nowoczesnych lub wyprzedzających istniejące rozwiązania, propozycje J. Parzyńskiego w moim odczuciu są swego rodzaju „wyprzedają remanentów”.

JERZY MIKUŁOWSKI POMORSKI

CZY GERBNER NAPRAWDĘ MA RACJĘ?

W numerze 56 ZESZYTÓW zamieściliśmy artykuł węgierskiego socjologa, dra K. Vargi, poświęcony wpływom komunikowania masowego na odbiorców. Autor oparł się na koncepcji prof. Gerbnera z Annenberg School of Communication w USA. Tezy Gerbnera, rozwinięte przez Vargę, zostały u nas przyjęte jako dyskusyjne, czego wyrazem jest wypowiedź dra J. Mikułowskiego Pomorskiego, socjologa z Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Krakowie.

Treść artykułu Karoly'a Vargi, publikowanego w numerze 2/73 *Zeszytów Prasoznawczych*¹⁾ budzi podziw dla węgierskiego uczonogo za tak otwarte przedstawienie historii swej intelektualnej porażki, jaką poniósł w starciu z bardziej doświadczonym i starszym kolegą. Błyszcząca forma tego artykułu zasługuje na dalsze komplementy.

Problem poruszany przez Autora interesuje mnie od pewnego czasu, pozwalam więc sobie na wypowiedzenie kilku swoich wątpliwości, jakie wywołuje przedstawiony tekst.

Spróbujmy na początek odtworzyć pewne fakty. Karoly Varga, podobnie jak wielu innych prasoznawców, znudzony był bezowocnym udowadnianiem, że środki masowe mają wszechmocną władzę na odbiorcę. Teza ta wydaje się, w świetle praktyki prasowej czy telewizyjnej, mocno przesadzona, zaś śledząc publikacje zagraniczne można wyraźnie dostrzec jej zmierzch. Występując przeciw temu twierdzeniu, poszedł Varga po linii dotychczasowej dyskusji nad skutecznością masowego komunikowania, starając się podważyć wypowiedzianą kiedyś przez Millsa w „*Elicie władzy*” tezę o **zaniku sprzężenia zwrotnego** między nadawcą i odbiorcą. Varga twierdził: dziś ludzie dążą do nawiązywania dialogu z nadawcą. By rozważyć

¹⁾ K. Varga: System i środki komunikowania masowego. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 56, s. 23—34.

takie twierdzenie konieczne jest kilka wyjaśnień: a) na jakiej podstawie zostało ono sformułowane?; b) jaki zasięg ma ten proces?; c) co to znaczy dziś, czyli jakie są jego czasowe wyznaczniki?; d) dlaczego to następuje? W zależności od odpowiedzi na te pytania sądzę, że bylibyśmy w stanie wyobrazić sobie procesy społeczne, o których Varga myślał. Pozostawmy tę sprawę na boku.

Varga — jak pisze — pełen wiary w swą ideę pojechał do Pensylwanii, do Anneberg School of Communication, gdzie w dyskusji z Georgem Gerbnerem został zmuszony do odstąpienia od swych twierdzeń. Całe dążenie odbiorcy do utrzymywania feed-backu z nadawcą nie świadczy — zdaniem Gerbnera — o rosnącej rehumanizacji komunikowania masowego, lecz jest co najwyżej lepszą okazją dla nadawcy, by uzależnić od siebie odbiorcę, wykorzystując przeciwko niemu otrzymywane tą drogą informacje. W istocie i to nie jest potrzebne. Nadawca bowiem i tak wie, co odbiorcę zadowala. Chcąc wyrazić się dobitniej — pisze Varga — „Gerbner wskazał na wielką południową roślinę kwitnącą w jego gabinecie w świetle promieni ultrafioletowych. — Nie proszę tej rośliny o informację o tym, jak się czuje, ale zdobywam dla fachowców wiadomości dotyczące wpływu, jaki miały na nią tutejsze warunki”^{*)}. Otóż sądzę, że to właśnie zdanie najtrafniej ilustruje, że racje Gerbnera nie są zbyt pewne i że być może właśnie Varga był bliższy prawdy, gdy zaczął się zastanawiać nad zdaniem Tamasa Szecskö, że komunikowanie to coś więcej niż przenoszenie informacji. Nie chcę twierdzić, że poglądy węgierskiego prasoznawcy na rolę sprzężenia zwrotnego były zasadne, lecz że przekonanie o pewnej niezależności odbiorcy od nadawcy opierało się na trafnych intuicjach. Cały kłopot polegał na tym, że nie doprowadziło to do **reorientacyjnego podejścia** do badania komunikowania masowego. Skierował się bowiem Varga na teren rozważań już w teorii komunikowania masowego prowadzonych i — jak się wydaje — wyeksploatowanych. Tak więc chcąc nie chcąc, stał się przedstawicielem stanowiska głoszącego rosnącą rolę swobodnych decyzji odbiorcy w procesie komunikowania masowego. Gebner pozostał na trwałej pozycji obrońcy przekonania, że nadawca i polityczna grupa nacisku, która za nim stoi, ma zdecydowany wpływ na to, co odbiorca otrzymuje i przyswaja. Gerbner jest uczonym wybitnym i współczesnym, toteż jest oczywiste, że tezę o omnipotencji środków masowych przyjmuje dziś z dużą ilością zastrzeżeń, dostrzegając skomplikowane uwarunkowania. Nie wszystkie niestety. Twierdzi on, że społeczny konsens, jaki uzyskują treści środków masowych, następuje powoli, że środki masowe „działając długodystansowo mogą tak klimatyzować ludzi, że ich pojęcia wartości zmieniają się niepostrzeżenie” etc.

Kontrowersja między Vargą a Gerbnerem przyjęła, i to zbyt łątwo, znaną już postać sporu o to, kto — nadawca czy odbiorca — decyduje o tym, co jest treścią masowego przekazu. Klasycznym przykładem tej kontrowersji jest od lat prowadzona dyskusja mię-

^{*)} Ibidem, s. 31.

dzy przedstawicielami kierunków arystokratycznego i demokratycznego w badaniach nad kulturą masową³⁾.

Powiedziałem, że przykład rośliny tropikalnej, której wiedza fachowców pozwala żyć w gabinecie Gerbnera i zastosowanie tego do naturalnej sytuacji odbioru komunikowania masowego ujawnia podstawowy błąd, jaki popełnia amerykański uczony. Gdyby zastanowić się nad karierą naukową tego znakomitego badacza, można by przyczyn owego naturalistycznego redukcjonizmu szukać w innych jego pracach. Gerbner na przykład znany jest jako autor badań nad odbiorem komunikowania masowego, prowadzonych metodą **eksperymentu laboratoryjnego**, w którym odbiorców traktuje się, podobnie jak tropikalne rośliny w jego gabinecie, to jest w izolacji od ich naturalnego otoczenia.

Przekonanie o władzy nadawcy nad odbiorcą oparte jest dziś nie tylko, jak przed laty, na technokratycznej wierze w przewagę środków technicznych nad człowiekiem, lecz również, co dobrze ilustruje przykład rośliny, na przekonaniu, że władzę tę daje nadawcy nauka. Ci, którzy zajmowali się przez jakiś czas problemem stosowności nauk społecznych w praktyce, wiedzą, jak skromne są sukcesy naukowych ekspertów w tej mierze⁴⁾. Czyżby badania komunikowania masowego odkrywały naprawdę jakieś nowe prawa panowania nad umysłami, sprzedawane — jako tajemnice — nadawcy? Nikt, kto z praktyką taką się zetknął, nie wierzy w podobny pogląd. Nie znaczy to, że nauka nie może dostarczyć wiedzy praktycznie użytecznej. Czyni to jednak rzadko i nie są to reguły, które dawałyby podstawę do panowania nad umysłami.

Jaki jest powód tych bardzo ograniczonych sukcesów? Moim zdaniem sprawa polega na wadliwej podstawie metodologicznej tych badań, na ich — bądźmy tu nieco prowokacyjni — niemarksistowskim charakterze. Sprawa marksistowskiego myślenia podniesiona została przez Vargę. Sam ocenia swój pomysł, z jakim pojechał do Pensylwanii, jako inteligencją utopię, nazywając podejście Gerbnera marksistowskim. Czy słusznie? Niewątpliwie tak, jeżeli chodzi o podkreślenie, właściwe myśleniu marksistowskiemu, roli klasowo zorientowanych grup interesu w systemie komunikowania masowego. To jednak chyba wszystko. W stanowisku Gerbnera zabrakło bowiem marksistowskiej metodologii. Zatrzymajmy się przy tej sprawie.

Przyjmijmy na początek punkt wyjścia psychologii. W swych rozważaniach o alienacji pracy Marks wyszedł od współczesnego faktu ekonomicznego: **robotnik, aby żyć, musi pracować**, powiada on na wstępie. Lecz aby żyć, człowiek **nie musi odbierać treści komunikowania masowego**. Tylko w nielicznych wypadkach czyta-

³⁾ Por. A. Kłoskowska: *Kultura masowa*. Warszawa 1964.

⁴⁾ Por. szerzej na ten temat: *Applied Sociology, Opportunities and Problems*. Ed. A. W. Gouldner and S. M. Miller, New York — London 1965; *Socjotechnika. Style działania*. KiW, Warszawa 1972; A. Podgórecki: *Praktyczne zastosowania socjologii*. (W:) *Teoria i badania socjologiczne a praktyka społeczna*. Pod red. A. Kwileckiego. PWN, Warszawa 1972, s. 101—118.

nie gazet, słuchanie radia czy oglądanie telewizji należy do obowiązków pracowniczych i wówczas jest faktem ekonomicznym w ludzkim życiu. Dla zwykłego człowieka działalność ta mieści się w sferze zaspokajania tzw. **potrzeb dowolnych**. Pytanie, jakie się nasuwa, brzmi: dlaczego, wobec tego, ludzie odbierają środki masowe?

Niewątpliwie przybliżyła nas do wyjaśnienia tej kwestii twierdzenie, że informacja uzyskana dzięki środkom komunikowania masowego co prawda nie decyduje o naszej egzystencji, lecz bardzo ułatwia życie. Zwrócić wówczas winniśmy uwagę na te — uzyskiwane poprzez media — wiadomości, które pełnią instrumentalną rolę w naszym życiu codziennym. Informacje te pozwalają nam żyć łatwiej i wygodniej. Obserwowana w prasie polskiej praktyka władz komunalnych miasta, by informować za pomocą prasy mieszkańców o wszystkich zmianach w funkcjonowaniu komunikacji, godzin otwarcia instytucji użyteczności publicznej czy przerwach w dostawie elektryczności i gazu jest dobrym przykładem takiej instrumentalnej roli, jaką pełnić może dla nas informacja prasowa. Możliwości tego działania nie są jeszcze wyczerpane, a dokonujący się dziś rozwój prasy lokalnej takie użycie środków masowych będzie zwiększał. Takie informacje, które dotyczą sfery praktycznej życia codziennego człowieka są zwykle ograniczone w swym geograficznym zasięgu. Oczywiście, jeżeli ktoś planuje podróż zagraniczną czy przygotowuje się do egzaminu na studia humanistyczne będzie w sposób instrumentalny korzystał z informacji dotyczących spraw dotyczących się nieraz bardzo daleko od jego miejsca zamieszkania. Lecz takie sytuacje mają nadal charakter wyjątkowy. Przyczyn, dla których ludzie korzystają ze środków masowych, nie sposób ograniczać do konieczności życiowej i instrumentalnej użyteczności. Na pytanie o motywy nie ma, niestety, tylko jednej odpowiedzi. Twierdzenie, że żyjemy w nowoczesnym społeczeństwie, w którym środki masowe pełnią znaczną rolę, jest w tym przypadku niewiele wyjaśniającą tautologią. Współczesny człowiek ulega środkom masowym, ponieważ są one bardzo ważne we współczesnym świecie — oto treść tej formuły.

Póki nie wyjaśnimy sobie, dlaczego ludzie uznają, że środki masowe pełnią ważną rolę w ich życiu, będziemy zadowalać się wyjaśnianiem tego zjawiska czynnikami leżącymi poza sferą świadomej decyzji jednostki. Dwie możliwości, jakie się nasuwają, są już naukowo wyeksploatowane i nie zasługują na kontynuację: jest to albo uciekanie się do teorii instynktów, albo do przekonania o władzy maszyny, wprzęgniętej w system społeczny, nad człowiekiem. Jak długo podstaw dla naszych wyjaśnień poszukiwać będziemy w tych dwu źródłach myślenia, tak długo nic ważnego nie osiągniemy w naszych badaniach. Gerbner proponuje jeszcze koncepcję, nie nową zresztą, o spisku nadawcy i eksperta. Trudno zwłaszcza w naukach społecznych przyjąć ją bez dowodu.

Zapytajmy wobec tego inaczej: jakie czynniki mają decydujący wpływ na to, że ludzie postępują w określony sposób? Cechy i róż-

nice psychiczne nie wyjaśniają nam zadowalająco tego problemu. Odpowiedź musi więc wskazać nam jako przyczynę tych postępowań — obecność innych ludzi i uzależnienie od nich. Ten socjologiczny aspekt zjawiska jest w dotychczasowych badaniach nad komunikowaniem masowym ograniczony głównie do relacji nadawca—odbiorca. Czy słusznie? Nie, dla odbiorcy nadawca jest bowiem, poza wypadkami skrajnej anomii, człowiekiem znacznie bardziej odległym, niż jego rodzina, przyjaciele, ludzie z jego kręgu towarzyskiego, koledzy z pracy, a nawet członkowie większych zbiorowości. Właśnie dla tych ludzi i pod ich kontrolą poznajemy to, co napisała prasa, powiedział radiowy czy telewizyjny spiker. Ulegamy ich presji, jeżeli presja owa zachowań tych dotyczy. Jeżeli nie, zdobywamy informacje poprzez środki masowe, lecz po to, by nimi posłużyć się wówczas, gdy to społecznie okaże się możliwe. Przed nimi wykazujemy się znajomością informacji uzyskanych poprzez środki masowe. Jeżeli zaś nie wykazujemy się tą wiedzą zaraz lub wkrótce: w rozmowach, dyskusjach, sporach, to możemy uzyskiwaną w ten sposób wiedzę akumulować w pamięci dla dalszych społecznych celów, jak nauka, fachowość czy koneserstwo, lub — co często się dzieje — gdy nie ma takiej sposobności społecznego jej spożytkowania, zapominamy o niej. (Badania nad retencją treści komunikowania masowego ukazują, że jedynie około 5⁰/₀ przeczytanych informacji prasowych bywa zapamiętywanych wkrótce po przeczytaniu⁵⁾. Krótko mówiąc, odbiór treści komunikowania masowego ma pewną trwałość dzięki możliwości społecznego spożytkowania zdobywanych w ten sposób informacji. Spożytkowanie to w znacznym stopniu następuje w drodze styczności bezpośrednich.

Varga w swej uprzedniej koncepcji zajmował się problemem sprzężenia zwrotnego. Zastanawiał się między innymi nad tym, w jaki sposób nadawca dowiaduje się, co sądzi odbiorca o jego pracy. Zapomniał przy tym o bardzo istotnym sposobie takiego zwrotnego komunikowania, na który zwrócili już dawno uwagę Rileyowie⁶⁾, w swym nadal nie całkowicie docenianym przez badaczy artykule. Twierdzili oni: sprzężenie zwrotne między odbiorcą i nadawcą jest możliwe dzięki temu, że obaj żyją w tym samym społeczeństwie, a społeczeństwo jest terenem cyrkulacji idei. O wadze tego typu sygnałów dla nadawcy powie nam każdy dziennikarz, który oprócz analiz statystyk sprzedaży i listów do redakcji będzie szczególnie starał się dowiedzieć, co o jego produkcji mówią przedstawiciele władzy, członkowie organizacji społecznych czy po prostu „ludzie w mieście”. Cały sens jednak interakcji, której przedmiotem są treści komunikowania masowego (jak wykazują badania Andrzeja Skowrońskiego z OBP — telewizja jest drugim po pracy przedmiotem rozmów międzyludzkich) polega na tym, że nadawca nie jest zwykłym adresatem tego komunikowania. Ludzie mówią o treściach przekazu, lecz nie po to, by powia-

⁵⁾ Por. dla warunków polskich badania W. Szewczuka.

⁶⁾ J. and M. Riley: *Mass Communication and Social System*. (W:) Merton, Broom and Cottrell (ed.): *Sociology Today*. New York 1959.

domić o tym nadawcę. On, co najwyżej, może podsłuchiwać te rozmowy. Treści komunikowania masowego stały się własnością społeczną, a poszczególne jednostki, grupy, kręgi i zbiorowości używają ich do swych celów. Znajomość tych treści daje niejednokrotnie szanse wejścia w interakcje przez wykazanie się swą kompetencją, dostania się do kręgu pewnych osób, bycia przez nie akceptowanym lub — jak ukazali w swej pracy Thomas i Znaniecki — wyjścia z wąskich parafialnych zbiorowości lokalnych⁷⁾.

Rehumanizacja komunikowania masowego winna mieć, moim zdaniem, charakter metodologiczny, oznaczać ma nadanie problematyce badawczej socjologicznego sensu. Jest to poszukiwanie dla pewnych sądów i idei w społeczeństwie ich — mówiąc językiem Marksa z Tez o Feuerbachu — „ziemskiej podstawy”.

O tym, jak ludzie korzystają z treści komunikowania masowego, nie decyduje ani nadawca, ani nie kształtuje się to w wyniku swobodnych decyzji jednostkowych. Zdanie Williama Stephensona, że „jednostka jest człowiekiem wolnym, kiedy siedzi przed aparatem telewizyjnym lub z gazetą w rękę i to wolnym w stopniu nie znanym dotychczas w historii”⁸⁾ wyraża przekonanie nie mające pokrycia w rzeczywistości. Udział w głoszonej przez Stephensona „podmiotowej zabawie” podczas odbioru treści komunikowania masowego, jest możliwy, jeżeli sposób tej zabawy znajdzie swe odzwierciedlenie w interakcjach z innymi ludźmi. Nie jest też prawdą, że sposób ten dyktuje nadawca. Może tak działać się jedynie wówczas, gdy odbiorca jest gotów ulegać jego propozycjom w oczekiwaniu, że przyniesie mu to coś istotnie nowego w jego życiu. Sytuacje takie zachodzą w okresie początkowego kontaktu odbiorcy z nowym medium. Potem gazeta, radiodbiornik czy telewizor stają się elementami środowiska, a o użytkowaniu przynoszonych przez nie treści decydują stosunki społeczne.

Koncepcja tak przedstawiona nie jest odosobniona. Dziś problematyka ta interesuje znaczną liczbę badaczy, że wymienię bardziej znawansowanych pod tym względem Denisa McQuila, Karla Erica Rosengrena czy pewne studia Elihu Katza⁹⁾.

Nie chciałbym, by zwrócenie uwagi na decydującą rolę między-ludzkich interakcji dla odbioru komunikowania masowego prowadziło do powstania przekonania o swoistym socjologicznym determinizmie. Sądzę jednak, że nauki społeczne uczyniły wystarczający postęp, by uchronić się od XIX-wiecznych symplifyzmów. Prawdziwie socjologiczne podejście, jakie tu jest proponowane,

7) W. J. Thomas, F. Znaniecki: *Polish Peasant in Europe and America*. Boston 1920. Vol. IV.

8) W. Stephenson: *The Play Theory of Mass Communication*. Chicago — London 1967, s. 35.

9) Por. Denis McQuail: *Towards a Sociology of Mass Communication*. London 1969; *Sociology of Mass Communication*, D. McQuail (ed.), Harmondsworth 1972; Elihu Katz, Hadassah Haas, Michael Gurevith: *On Use of the Mass Media for Important Things*. *American Sociological Review*, nr 2 vol. 38, April 1973, s. 164—181.

nie ma oznaczać, że nie zdajemy sobie sprawy z rzeczywistej roli nadawcy i jego jednostkowego odbiorcy w tym procesie. Pierwszy, dzięki środkom masowym, wiedzy fachowców, lecz nade wszystko dzięki bardzo trudnej do przeanalizowania sztuce dziennikarskiej, potrafi na interakcje ludzkie wpływać. Drugi swymi krępowanymi przez obecność innych decyzjami określa, jakimi treściami będzie się interesował. Podejście socjologiczne winno poważnie wzbogacić nasze dotychczasowe spojrzenie.

Na osobne potraktowanie zasługuje kwestia konsensu, jaki uzyskują środki masowe w wielu sprawach. Nie sposób faktu tego kwestionować. Środki masowe, co podkreślają zwłaszcza zwolennicy badań semantycznych, wzbogacają wspólny świat pojęć i idei swych odbiorców. W tym znaczeniu tworzą one fakty kulturowe, w postaci opisanej kiedyś przez Floriana Znanieckiego¹⁰). Nie powinniśmy się jednak spodziewać, że interpretacje tych idei i pojęć są jednakowe i nie zależą od społecznego kontekstu odbiorcy.

Wiadomo jednak, że w wielu kwestiach ludzie bezkrytycznie powtarzają opinie przekazywane przez środki masowe. Czynią to zwykle w tych sprawach, które umykają ich codziennemu potocznemu doświadczeniu (jak wiadomo z licznych badań, na przykład aprobata przez odbiorcę obrazu polityki zagranicznej przedstawionego przez środki masowe jest większa, niż zgoda co do słuszności opinii prasy o sprawach krajowych, ponieważ te ostatnie są przedmiotem częstszej weryfikacji praktycznej lub też nie stały się dotąd przedmiotem sporów. Środki masowe poprzez tworzenie stereotypów ułatwiają człowiekowi orientowanie się we współczesnym świecie. Tu można z powodzeniem stosować historyczne już ustalenia Waltera Lippmanna z jego pracy o opinii publicznej¹¹).

Jednak rola środków masowych w wytwarzaniu społecznego konsensu nie powinna być przeceniana. Nie zweryfikowane przez własne doświadczenie treści ulegają bowiem gwałtownemu odrzuceniu, gdy tylko zostają takiej weryfikacji poddane. Jak sądzę, dlatego wielu młodych intelektualistów Zachodu, kiedy odwiedza nasze kraje, głosi tezę o podobieństwie systemów socjalistycznego i kapitalistycznego, ponieważ przez wiele lat karmieni byli oni wizjami poważnie zniekształcającymi obraz życia w społeczeństwie, które zbudowało swe podstawy industrialne w drodze socjalistycznej rewolucji.

Redakcja w swej nocie do artykułu Vargi podkreśla, jakoby węgierski Autor akcentował tezę, że „faktyczny wpływ komunikowania masowego polega na upowszechnianiu tych samych treści wśród różnych odbiorców, nie zaś na jakościowych różnicach tych treści”. Sam nie odczytałem tej opinii w omawianym artykule. Jeżeli jednak dyskusja ma tych spraw dotyczyć, to ograniczę się jedynie do wyrażenia przekonania, że tendencja do uniwersalizacji i tendencja do różnicowania treści przekazywanych i odbieranych w pewnym sensie konkurują ze sobą w dziejach komunikowania masowego.

¹⁰) F. Znaniecki: Nauki o kulturze. Tłum J. Szacki, Warszawa 1971.

¹¹) W. Lippmann: Public Opinion. New York 1946.

Można wskazać na takie momenty, jak na przykład okres inwazji nakładowej magazynów ogólnoinformacyjnych, gdy tendencja do uniwersalizacji dominowała. Dziś, jak się wydaje, tego typu pisma w znacznej liczbie krajów tracą czytelnika, a zdobywa go prasa specjalistyczna, co z kolei dowodzi przewagi drugiej tendencji. Proces ten, jak się wydaje, ma charakter skokowy. Niewątpliwie świadczy on o tym, że zasięg wspólnej wiedzy posiadanej przez społeczeństwa przemysłowe powiększa się i właśnie ta dochodząca dziś do głosu tendencja wskazuje na postępujące powiększenie zainteresowań, początkowo w pewnych kręgach odbiorców, co może doprowadzić później do jej większej powszechności.

JERZY MIKUŁOWSKI POMORSKI

IS GERBNER REALLY RIGHT?

In the issue No 56 of ZESZYTY PRASOZNAWCZE we published an article of the Hungarian sociologist Dr K. Varga on the influence which the mass media exert on their recipients. The Author based his elaboration on the conception of G. Gerbner of the Annenberg School of Communication, U.S.A. The theses of Gerbner, further developed by Varga, have been accepted by us as controversial, which is proved here by the views presented on the subject by Dr J. Mikułowski Pomorski, a sociologist of the Higher School of Economics, Cracow.

The contents of Karoly Varga's article, published in issue No. 2/73 of *Zeszyty Prasoznawcze*, make one admire the frankness with which the Hungarian scientist presented the history of his intellectual defeat suffered in an encounter with a more experienced and older colleague. The nimble-witted form of that article deserves further compliments.

Being since some time interested with the problem discussed by the Author, I have decided to come here out with a few doubts which came to my mind after I had read the article.

Let us first remind of some facts. Karoly Varga, just like other press researchers, got fed up with the arguments that mass media possess a substantial control over the recipient. In the light of the press or TV practice this thesis seems to be much too far fetched and following the foreign publications one can clearly observe its decline. Opposing that assertion Varga went along the line of discussion — that has been going until now — on the effectiveness of mass media and tried to undermine a thesis on **deterioration of the feed-back** between sponsor and recipient, which Mills had once put forward in his "Elite of Power". Varga stated: the people are

¹⁾ K. Varga: System i środki masowego komunikowania (The System and Media of Mass Communication) *Zeszyty Prasoznawcze* No. 56, pp 23—34.

eager today to establish a contact with the sender. Before one starts considering such a statement a few questions need to be explained: a. on what basis had it been formulated?; b. what is the range of that process?; c. what it means today or in other words what are the time determinants of that process?; d. why it occurs? Depending on replies to those questions we would be able, I think, to imagine the social processes which Varga had in mind. Let us leave that aside.

Varga — as he writes — full of faith in his idea went to Pennsylvania, to Anneberg School of Communication, where in a discussion with George Gerbner was forced to renounce his assertions. The recipient's trend towards a feed-back with sender does not prove — according to Gerbner — a growing rehumanization of mass communication but gives at most a better occasion for the sender to make the recipient, by using against him the information obtained in that way, more dependent on him. In fact this is not even necessary, for the sender so and so knows what satisfies the recipient. To make himself clear — writes Varga — “Gerbner pointed at a southern plant flourishing in his study in the light of infra — red rays. — I do not ask this plant for information how it feels, but obtain for specialists the data concerning the influence the local conditions exerted on the plant”.²⁾ In my belief this very sentence illustrates best that Gerbner's arguments are not too certain and that Varga was perhaps closer to the truth when he began pondering on what Tamas Szecsö had said, that communication is something more than just the transmission of information. I do not want to say that the Hungarian researcher's views on the feed-back role were reasonable, but that the belief in a certain independence of the recipient on the sender was based on an accurate intuition. The trouble is that this did not lead to a **reorientation of the approach** to mass communication research. Instead, Varga turned to the field of meditations and discussions already made in the theory of mass communication and as it seems exploited, and nolens volens became a representative of the opinion proclaiming a growing role of the mass-communication-process' recipient. Gerbner stuck to the position of an advocate of the opinion that sender and the group of pressure behind him have a decisive influence on what the recipient receives and accepts. Gerbner is a distinguished and modern scientist and it is obvious that he is bound to accept the thesis of the omnipotence of mass media with a good many reservations and is aware of some complicated determinations. Unfortunately he does not see them all. He says that the social consensus won by mass media contents makes a slow progress, that the mass medias acting may in the long run condition the people so that their notions of value change unnoticed” etc.

The controversy between Varga and Gerbner too easily assumed the form of a quarrel about that who — sender or recipient —

²⁾ Ibid., p. 31.

decides of the content of communication. A typical example of that controversy is a discussion which has been going on since years between the representatives of aristocratic and democratic trends in research on mass culture.

I have said that the example of a tropical plant which thanks to the knowledge of specialists flourishes in Gerbner's study, and the application of that example to the natural reception of mass communication, reveal the basic mistake made by the American scientist. If one considered the scientific career of that distinguished researcher, the reasons of that naturalistic reductionism could be looked for in his other works. Gerbner is for instance known as the author of a study on mass communication reception made by the method of a **laboratory** experiment in which recipients are treated just like the plant in his study e. g. isolated from their natural surroundings.

The belief in sender's control over the recipient is based today not only, as it was before, on technocratic trust in the technical media's supremacy over the man but also — as it has been best illustrated by the plant's example — on the belief that the sender receives that power of control from the science. Those who have for some time dealt with the problem of the applicability of social sciences in practice realize how modest have been the successes of scientific experts in that respect.⁴⁾ Could it be that the studies of mass communication really reveal some new brains-controlling rules which then, as secrets, are sold to the sender? Nobody who has ever come into touch with practice believes this, although it does not mean that science cannot provide the knowledge that is practically useful. This, however, happens seldom and when it comes to that the rules concerned do not provide a basis for controlling the brains.

What is the cause of those very limited successes? In my opinion the point is that the methodological basis of the research works conducted is a faulty one, that they have — let us be here slightly provocative — no Marxist character. The question of the Marxist way of thinking was raised by Varga. In his own opinion his idea with which he went to Pennsylvania was an intellectual utopia, whereas the approach of Gerbner was a Marxist one. Is this judgement correct? The answer is undoubtedly yes, as regards the emphasizing — characteristic of the Marxist way of thinking — of the role of class oriented groups of bussiness in the mass communication system. That is however probably all there is to it, for the Gerbner's attitude lacked Marxist methodology. Let us stop for a while at that and begin from the starting point of psychology.

In his deliberations on alienation of labour Marx used for a start

³⁾ Comp. A. Kłoskowska: *Kultura masowa (Mass Culture)*, Warszawa 1964.

⁴⁾ Comp. more extensive on the subject: *Applied Sociology, Opportunities and Problems*, ed. A. W. Gouldner and S. Miller, New York — Londyn 1965; as well as: *Socjotechnika. Style działania*. KiW, Warszawa 1972; A. Podgórecki: *Praktyczne zastosowanie socjologii (in:) Teoria i badania socjologiczne a praktyka społeczna*. Ed. by A. Kwilecki. PWN, Warszawa, pp. 101—118.

a contemporary economical fact: **the worker, in order to live, is bound to work** — he says in the introduction. But a man in order to live **does not have** to receive the mass communication contents. Only in isolated cases the radio-listening or TV-watching belong to official duties of some people and thus become an official fact in human life. To an average man that activity remains confined within the sphere of fulfilling the *s. c.* **free needs**. The question that thus arises is: why, then, the people receive the contents of mass media?

No doubt we will be brought closer to the explanation of that question by a statement that the information obtained through mass media — although it does not decide of our existence — makes the life much easier. Then we should pay attention to those news, obtained through mass media, which play an instrumental role in our every-day life. They allow us to live easier and more comfortable. The practice of municipal authorities — observed in Poland — of informing the population, through newspapers, of all changes in the functioning of tram and bus services or opening hours of public institutions, switching-offs of power or gas etc is a good example of an instrumental role that can be played for our benefit by the press information. The possibilities in that respect have not been yet exhausted and the present development of local press will further expand such a use of mass media. The information concerning practical sphere of man's every-day life are usually limited in their geographical scope. It is obvious that if someone makes plans for a foreign trip or prepares for a university exam to study the humanities he will, in an instrumental way, make use of the information concerning things and events which often occur far away from his home. Yet, such situations are still exceptional. The reasons for which people make use of mass media cannot be limited to the life necessities and instrumental utility. The question concerning the motives cannot be, unfortunately, explained by just one answer. The statement that we live in a modern society in which mass media play a significant part remains in that case a not much explaining **tautology**. The contemporary man yields to mass media because their role in contemporary world is very important, is all what that formula says.

So long as we do not find an explanation of the fact why people believe that the mass media play an important part in their life we shall have to be satisfied with explaining that phenomenon by the factors outside of the sphere of conscious decision of an individual. Two possibilities presenting themselves have been already scientifically exploited and do not deserve to be continued. The first refers to the instincts theory, the second — to the belief in control of the machine, harnessed in a social system, over the man. So long as the grounds for our explanations are looked for in those two sources of thinking we shall not be able to come in our studies to any important conclusions. Gerbner suggests also another conception, not a new one in fact, of a common plot of the sender and expert. It can hardly be accepted, particularly in social sciences. without a proof.

Let us then formulate the questions differently: what factors have a decisive influence on the fact that people behave in a definite way? Characteristics and psychical differences do not give us a sufficient explanation of that problem. The answer must then indicate us as a cause of that behaviour the presence of other people and dependence on them. This sociological aspect of the phenomenon discussed has been in the present studies of mass communication chiefly limited to the relation sender-recipient. Is that right? The answer is no, for to the recipient the sender is, except certain cases of extreme **anomia**, a man much more distant than his family, friends, persons of his social circle, colleagues from work and even members of larger communities. These are the people for whom and under whose control we learn of this what the press wrote or a radio or TV announcer said. We yield to their pressure if this pressure refers to that behaviour. If not, we obtain the information through mass media so as to use it when it will be socially possible. We demonstrate before those people our knowledge of the information obtained through mass media. And if we do not manifest that knowledge immediately or soon after we obtain it in conversations, discussions, quarrels, then we may accumulate it in memory for further social purposes such as studies, professional competence or connoisseurship, or — what often happens — when a chance of making a social use of it does not occur we simply forget it (studies on retention of mass communication contents show that only 5% of the press information read are memorized shortly after having been read).⁵⁾ In brief the reception of mass communication contents is characterized by certain retentiveness due to the possibility of social **utilization** of the information thus obtained. This utilization to a large extent occurs by the way of direct contacts.

In his former conception Varga dealt with the feed-back problem. He pondered, among others, on how the sender gets to know what the recipient thinks of his work. At the same time he forgot of a very essential means of such a feed-back communication, that had been already, a long time ago, noted by J. and M. Hileys⁶⁾ in their article which still has not found enough appreciation among the researchers. Their opinion was that the feed-back between recipient and sender is possible because they both live within the same society and the society is a field of the circulation of ideas. How important the signals of that type are to the sender can tell us every journalist who, beside studying the analyses of newspaper sale and the letters to editor, is particularly concerned with what of his production say the authorities, members of social organizations, or simply „the people in town”. Yet the whole sense of interaction whose subject are the mass communication contents (the research conducted at the Press Research Centre in Cracow showed that television programmes are the second — after work — subject of interhuman talks;

⁵⁾ Comp. as applied to Polish conditions the studies of W. Szewczuk.

⁶⁾ J. and M. Riley: *Mass Communication and Social Systems* (in:) Merton, Broom and Cottrel (ed): *Sociology Today*. New York 1950.

comp. the research of Andrzej Skowroński) consists in this that the sender usually is not an addressee of that communication. The people talk of the contents of communication but not with a view to inform of this the sender. He, at most, may listen in to those talks. The mass communication contents became social property and particular individuals, groups, circles and communities use them for their own purposes. The knowledge of those contents often gives a chance of entering into interaction by proving one's competence, of joining a circle of certain persons, of having being accepted by them, or — as shown in the works of Thomas and Znaniecki — of coming out of the parochial, local, provincial communities.⁷⁾

The rehumanization of mass communication should — in my opinion — have a methodological character and signify the attribution of sociological sense to the research problems. It is a search of — speaking the language of Marx, used in his Theses on Feuerbach — an „earthly foundation” for certain judgements and ideas in society.

Of this what use people make of the mass communication contents does not decide the sender, nor is it effected through free individual decisions. The opinion of William Stephenson that „an individual is a free man when he seats in front of a TV set or with a newspaper in his hand and what is more he is free to the extent never before known in history“⁸⁾, finds no confirmation in reality. Participation in what Stephenson calls „a subjective play” in the course of reception of mass communication contents is possible only when the way that play is acted finds its reflection in the interactions with other persons. Neither is it true that the sender dictates that way. This may be so only when the recipient is prepared to succumb to the sender's propositions, expecting that this may bring him really something new into his life. Such situations occur in an early period of the recipient's contact with a new medium. Later, a newspaper, radio or TV set become elements of environment. The utilization of communicated contents is determined by social conditions.

The conception thus presented is not an isolated one. Today in those problems are interested many researchers, to mention only those more advanced in that respect, such as Denis McQuail, Carl Eric Rosengren or Elihu Katz (in some of his studies).⁹⁾

I would not like that the drawing of attention to the decisive role of interhuman relations leads anyone to forming a belief in a specific determinism. Yet I think that social sciences have

⁷⁾ W. J. Thomas, F. Znaniecki: *Polish Peasant in Europe and America*. Boston 1920, vol. IV.

⁸⁾ W. Stephenson: *The Play Theory of Mass Communication*. Chicago—London 1967, p. 35.

⁹⁾ Comp. Denis McQuail: *Towards a Sociology of Mass Communication*. London 1969; *Sociology of Mass Communication*, D. McQuail (ed.), Harmondsworth 1972; Elihu Katz, Hadassah Haas, Michael Gurevitch: *On Use of the Mass Media for Important Things*. *American Sociological Review*, No 2, vol. 38, April 1973, pp. 164—181.

made a sufficient progress to avoid 19th century simplicisms. A truly sociological approach suggested here is not supposed to signify that we are not aware of the role of sender and his individual recipient in that process. The first of the two — thanks to mass media, knowledge of experts, but foremost thanks to journalistic art — very difficult to analyse, is in a position to influence the human interactions. The second — pegged down by the presence of others — determines by his decisions, what contents he will be interested in. A sociological approach should considerably enrich our present view.

The question of consensus gained in many matters by the mass media deserves to be dealt with separately. This fact can hardly be questioned. The mass media, as it has been particularly emphasized by the advocates of semantic studies, enrich the common world of notions and ideas of their recipients. In this regard they create new cultural facts in the form described once by Florian Znaniecki.¹⁰⁾ We should not, however expect that the interpretations of those ideas and notions are the same and do not depend on social context of the recipient.

It is well known that as regards many questions the people uncritically repeat the opinions communicated by mass media. Usually they do this in regard to problems to which one cannot assume an attitude because of the lack of experience (As it has been known from many studies the recipient's approval of the foreign policy image presented by mass media is greater than the consent to the opinion of press on home affairs, because the latter are the subject of frequent practical verification or have not so far become a subject of controversies. By creating stereotypes the mass media help the man in understanding the problems of contemporary world. Here one may successfully apply now historical ascertainments of Walter Lippmann, quoted in his work on public opinion).¹¹⁾

Yet the role of mass media in producing the social consensus should not be exaggerated for the contents verified by one's own experience may be violently repulsed soon after they have been subjected to such a verification. This is I think the reason for which many Western intellectuals when visiting our countries voice the opinions of the similarities existing between socialist and capitalistic systems; this results from the fact that for many years they have been fed on vision seriously distorting the image of life in a society which had built its industrial foundations by the way of socialist revolution.

The Editor, in his note accompanying the Varga's article suggests that the Author emphasized the thesis that „the actual influence of mass communication consists in disseminating the same contents among different recipients, and not in qualitative differences of those contents”. As for myself I have not interpreted the article discussed in this way. If, however, the discussion has to refer to those ques-

¹⁰⁾ F. Znaniecki: *Nauki o kulturze*. Translated by J. Szacki. Warszawa 1971.

¹¹⁾ W. Lippmann: *Public Opinion*. New York 1946.

tions, I will confine myself to only expressing the belief that a tendency to universalization and a tendency to differentiation of the communicated and received contents have been in a way competing one with another throughout the whole history of mass communication. One can mention such moments as for instance the period of the invasion — through the rise of circulation — of general news magazines, at the time when the tendency to universalization was in predominance. Today, as it seems, the papers of that kind are in a great number of countries in regress whereas the specialistic press becomes more and more popular, which proves the preponderance of the other tendency. This process seems to have an uneven character. Still there is no doubt that it proves that the scope of common knowledge possessed by industrial societies extends and that this tendency more and more evident is a proof of the growing interests in specific problems, apparent in the beginning only in certain circles of recipients, what in turn may later lead to a greater universalization of that knowledge.

ZBIGNIEW TEMPSKI

KSZTAŁCENIE I DOSKONALENIE KADR DZIENNIKARSKICH W POLSCE

Problematyka kształcenia, doksztalcenia i doskonalenia kadr dziennikarskich w naszym kraju ma aspekty wielostronne. Obejmuje różne zagadnienia o podstawowym znaczeniu dla zawodu, wiąże się z adaptacją kadr napływających do redakcji i ich stanem wiedzy, z nieustannym rozszerzaniem horyzontów, niezbędnym w dziennikarstwie bardziej niż w jakiegokolwiek innej dyscyplinie specjalistycznej.

Wiadomo, że ukształtowane w PRL założenia dydaktyczne przyczyniły się poważnie do osiągnięcia przez naszą kadrę dziennikarską wyższych kwalifikacji ogólnych i zawodowych. Nie jest równocześnie tajemnicą, że niezależnie od plusów nasze systemy kształcenia trudno uznać za ideał nie wymagający nieustannych korekt. W środowisku mówi się na te tematy tak wiele, że — naszym zdaniem — warto pokusić się o wyciągnięcie konkretniejszych wniosków.

Niniejszym artykułem, poruszającym z założenia jedynie fragment kwestii pragniemy zainicjować na łamach ZESZYTÓW PRASOZNAWCZYCH wymianę zdań. Zapraszamy do dyskusji wszystkich, których głosu nie powinno zabraknąć przy omawianiu sprawy tak ważnej.

Rozrost środków masowej informacji w Polsce Ludowej jest jednym z ważnych mierników szeroko pojętego kulturalnego rozwoju narodu. Polityka partii, starania władz państwowych, działalność środowiska dziennikarskiego stworzyły i rozwinęły system środków masowej informacji do rozmiarów nieznanych wcześniej w naszym kraju. Baza materialno-techniczna — ustawicznie rozbudowywana — sprzyja skutecznej pracy prasy, radia i telewizji. Podstawowym jej warunkiem jest jednak rozwój kadry dziennikarskiej — ludzi, którym dane jest oddziaływać piórem, kamerą i słowem na miliony obywateli.

W Polsce Ludowej pracuje ponad 6500 dziennikarzy prasy, radia i telewizji. Ponad 60 proc. spośród nich ma wyższe wykształcenie. Jest to więc społeczność legitymująca się wysokim przygotowaniem zawodowym. Lecz nie tylko dyplom ukończenia szkoły wyższej decyduje o poziomie kadr dziennikarskich. Od prawie 30 lat dziennikarze działają na pierwszej linii socjalistycznego budownictwa, tkwią mocno pośrodku wydarzeń, które decydują o kształcie naszego życia. Stykają się na co dzień z robotnikami, z atmosferą pracy i inicjatywą. Uczą się życia, kryteriów właściwej oceny. Wiążą się z instancjami partyjnymi, korzystając z ich pomocy i doświadczenia. Słowem — dziennikarze w swoim działaniu utrzymują wysoką ideową temperaturę. Przyczynia się do tego również twórcza organizacja dziennikarska — Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich.

W maju 1972 na IV Plenum ZG SDP omawiano zasady działania systemu kształcenia, doksztalcania i doskonalenia dziennikarzy w Polsce. Na kolejnym V Plenum powzięta została w tej sprawie uchwała ZG SDP. Stwierdza ona, że jednym z celów Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich — jako twórczej organizacji zawodowej — jest rozwój dziennikarstwa polskiego poprzez podnoszenie ogólnych i zawodowych kwalifikacji dziennikarzy. Realizacja tego zadania jest szczególnie aktualna wobec rosnącej społeczno-politycznej roli prasy, radia i telewizji. Uchwała VI Zjazdu Partii wskazuje na konieczność systematycznego doskonalenia form i metod oddziaływania masowych środków informacji. W tej sytuacji niezwykle istotne jest kształcenie i doskonalenie dziennikarzy, którzy wykazywać się powinni znajomością bieżących i perspektywicznych problemów kraju, umiejętnością politycznego myślenia, zaangażowaniem i dobrym opanowaniem wiedzy zawodowej. Wypełnienie tego obowiązku zależy od aktywności zarówno organizacji dziennikarskiej, jak i instytucji prasowych, radiowych i telewizyjnych. ZG SDP stwierdza jednocześnie, że na wszystkich członkach i kandydatach SDP ciąży obowiązek ustawicznego samokształcenia. Podnoszenie kwalifikacji dziennikarskich zależy bowiem w równej mierze od stworzenia przez redakcje dziennikarzom możliwości uczenia się, jak i od ich świadomego uczestnictwa w tym systemie.

Zarząd Główny SDP uważa za celowe działanie jednolitego systemu kształcenia, doksztalcania i doskonalenia kadr dziennikarskich.

W uchwale uznano, że do pracy w dziennikarstwie należy przyjmować wyłącznie osoby posiadające wyższe wykształcenie. Celowe jest, żeby kandydaci do zawodu dziennikarskiego rekrutowali się spośród członków studenckich klubów dziennikarskich. Skupiają one 3000 osób w 15 ośrodkach akademickich Polski i są najlepszym dziennikarskim przedszkolem. Studenci-dziennikarze uczestniczą w seminariach, współpracują z redakcjami, są korespondentami prasy studenckiej. SDP sprawuje wobec studenckiego ruchu dziennikarskiego stałą opiekę oraz współorganizuje studenckie wszechnice dziennikarskie i obozy letnie.

Stałym źródłem dopływu kadr dziennikarskich jest stacjonarne podyplomowe studium dziennikarskie przy Instytucie Dziennikar-

stwa Uniwersytetu Warszawskiego. Opuszcza je co roku około 60 absolwentów, zasilających głównie redakcje warszawskie. Ponieważ zapotrzebowanie na dziennikarzy trzy-czterokrotnie przewyższa tę liczbę, prasa, radio i tv we własnym zakresie starają się o przyływ nowych kadr. Przysposobieni do zawodu w redakcjach, niejako w ruchu młodzi dziennikarze zdobywają kwalifikacje praktyczne. To bardzo ważne, ale niedostateczne. Uchwała ZG SDP stwierdza więc, że młodzi, czynni zawodowo dziennikarze, po ukończeniu 2-letniego, a przed ukończeniem 5-letniego stażu redakcyjnego, powinni być kierowani na dwuletnie zaoczne podyplomowe studia dziennikarskie. Tworzy się je przy instytutach nauk politycznych i społecznych w ośrodkach uniwersyteckich.

Najwcześniej takie studium powstało w Katowicach. Poza dziennikarzami zdecydowano się tu na przyjęcie pewnej liczby osób, które nie pracowały w redakcjach. Spotkało je rozczarowanie, bowiem zaocznie na studium podyplomowym nie można się nauczyć dziennikarstwa. Słuchacz studium zaocznego musi mieć wcześniejsze doświadczenie w pracy dziennikarskiej, w czasie nauki musi też być związany z redakcją. Studium podyplomowe jest bowiem formą doksztalcania, a nie kształcenia dziennikarzy.

Następne zaoczne dziennikarskie studia podyplomowe powstały w 1972 r. w Krakowie i we Wrocławiu. Pomyślane jako placówki regionalne objęły rekrutacją ośrodki dziennikarskie również sąsiednich województw. Studium wrocławskie zajęło się nadto doksztalcaniem pracowników wydawniczych. W 1973 r. działalność rozpoczęło zaoczne studium dziennikarskie w Poznaniu. Trwają prace przy powoływaniu podyplomowych studiów dziennikarskich w Warszawie i Gdańsku oraz nad zmianą charakteru studium w Katowicach. Sieć sześciu zaocznych studiów dziennikarskich można uznać za w pełni wystarczającą. Pracując i równocześnie ucząc się młodzi dziennikarze uzyskują wiedzę niezbędną do wykonywania zawodu. Nauka na studium podyplomowym trwa 3—4 semestry i obejmuje przedmioty zawodowe, polityczne, społeczno-ekonomiczne.

Obok kształcenia i doksztalcania przykładą się dużą wagę do doskonalenia kadr dziennikarskich. Dziennikarz musi dbać o ustawiczne unowocześnianie i pogłębianie wiedzy politycznej i fachowej w ramach swojej specjalizacji w prasie, radiu i telewizji. Wspomniana już uchwała przewiduje, że każdy dziennikarz powracać będzie co 4—5 lat na kursy lub seminaria uzupełniające jego wiedzę.

Przygotowaniem doskonalenia dziennikarzy zajmuje się zwłaszcza organizacja dziennikarska. SDP ma własny Ośrodek Dziennikarstwa, który organizuje doskonalenie dziennikarzy na tematy polityczne, społeczne i gospodarcze stosownie do aktualnych zadań prasy, radio i tv, oraz zawodowe — zależnie od potrzeb redakcji.

Celem doskonalenia organizowanego przez Ośrodek Dziennikarstwa jest:

- systematyczne unowocześnianie politycznej i zawodowej wiedzy dziennikarzy w różnych grupach specjalistycznych, stosownie do podziału na kluby twórcze SDP, których jest 30;

- dostarczenie młodym dziennikarzom wiedzy o prasie, radiu, tv i propagandzie oraz zawodzie dziennikarskim na długofalowych kursach dla młodych dziennikarzy i redaktorów prasy zakładowej;
- wymiana doświadczeń zawodowych między redakcjami.

Działalność Ośrodka nadzoruje Rada Programowa składająca się z wybitnych dziennikarzy, przedstawicieli instytucji prasowych, radiowych i telewizyjnych oraz działaczy społecznych i naukowców. Zbiera się ona kilka razy w roku, żeby ustalić plany Ośrodka, zatwierdzić programy kursów i wytyczyć długofalowe zadania Ośrodka.

Ośrodek organizuje co roku kilkadziesiąt parodniowych seminariów. Dziennikarze spotykają się na nich z ministrami, działaczami politycznymi, naukowcami, specjalistami z różnych dziedzin. Niejako z „pierwszej ręki” otrzymują informacje na interesujące ich tematy. Nierzadko rezultatem seminarium jest skrypt rozsyłany do wszystkich redakcji w Polsce.

Zobaczmy przykładowo jakie kursy i seminaria Ośrodek Dziennikarstwa przygotował na rok szkoleniowy 1973/74. Uwzględniono w nim 22 seminaria dla dziennikarzy następujących specjalności:

- dla dziennikarzy działów łączności z czytelnikami: **Aktualne zagadnienia społeczne;**
- dla publicystów z działów partyjnych;
- dla redaktorów depeszowych: **Aktualne zagadnienia międzynarodowe i krajowe;**
- dla publicystów kulturalnych **Program rozwoju kultury — oraz: Człowiek — Świat — Polityka;**
- dla publicystów ekonomicznych: **Problemy handlu Wschód—Zachód;**
- dla młodych sprawozdawców parlamentarnych;
- dla publicystów polonijnych: **Aktualne problemy Polonii zagranicznej;**
- dla młodych krytyków teatralnych;
- dla publicystów społeczno-politycznych: **Wiedza o ZSRR;**
- dla dziennikarzy związkowych: **Problemy bezpieczeństwa i higieny pracy;**
- dla publicystów ekonomicznych: **Problemy warsztatu dziennikarza-ekonomisty;**
- dla młodych dziennikarzy sportowych;

- dla dziennikarzy zajmujących się zagadnieniami społeczno-prawnymi;
- dla dziennikarzy turystycznych;
- dla dziennikarzy naukowych;
- dla publicystów morskich;
- dla publicystów ekonomicznych: **Nowe teorie zarządzania i organizacji w przemyśle;**
- dla pracowników sekretariatów redakcji: **Adiustacja stylistyczna i techniczna tekstów;**
- dla publicystów lotniczych i wojskowych: **Aktualne problemy lotnictwa;**
- dla dziennikarzy oświatowo-wychowawczych;
- dla krytyków filmowych;
- dla publicystów budowlanych.

Wszystkie seminaria będą organizowane wspólnie z klubami twórczymi SDP lub zainteresowanymi instytucjami centralnymi.

Nadto w roku szkoleniowym 1973/74 odbywać się będą kolejne sesje kursu dla młodych dziennikarzy. Czwarty kurs tego rodzaju zakończony będzie w lutym 1974 r., a piąty — jeśli będzie dostateczna ilość zgłoszeń rozpocznie się w marcu 1974. Przewidziano też dalsze dwie sesje wcześniej rozpoczętego kursu dla publicystów rolnych oraz jedną sesję kursu dla dziennikarzy zajmujących się problemami handlu wewnętrznego i usług. W bieżącym roku rozpocznie się również kurs dla pracowników działów zagranicznych.

Kontynuowany będzie cykl spotkań międzyredakcyjnych „A może i u nas?”. Jesienią 1973 młodzi pracownicy redakcji dyskutowali o swoich doświadczeniach, a tematem spotkania wiosną 1974 będzie praca sekretariatu redakcji tygodnika i miesięcznika.

Łącznie na rok szkoleniowy 1973/74 Ośrodek Dziennikarstwa SDP przewidział 38 różnych imprez szkoleniowych.

Po każdym seminarium przeprowadza się ankiety wśród uczestników. Odpowiadają oni na następujące pytania: Które zajęcia były najlepiej prowadzone i dały najwięcej korzyści (dlaczego)? Które zajęcia były — zdaniem uczestników kursu — przeprowadzone w sposób niezadowolający, ewentualnie które zajęcia były zbędne (dlaczego)? Jakie inne tematy związane z interesującą uczestników kursu specjalnością należałoby uwzględnić w przyszłych seminariach i kursach o podobnej problematyce? Jakie tematy — problemy ważne dla dziennikarzy powinien podjąć Ośrodek Dziennikarstwa na przyszłych seminariach — kursach? Uwagi o warunkach bytowych podczas kursu. Odpowiedzi na te pytania służą do poprawy działal-

ności programowej i organizacyjnej Ośrodka. Propozycję uczestników szkolenia zmierzają do systematycznego powtarzania seminariów o interesującej ich problematyce, przygotowania nowych tematów, rozszerzenia seminariów o zajęcia praktyczne itp.

Ważną rolę w doskonaleniu kadr dziennikarskich spełniają też kluby twórcze SDP. Przygotowują one sesje i spotkania szkoleniowe, zaspokajające bieżące potrzeby rozszerzenia wiedzy dziennikarskiej.

Ta znana od wielu lat w środowisku dziennikarskim forma doskonalenia spotyka się ostatnio z krytyką. Zarzuty dotyczą przede wszystkim charakteru spotkań klubowych, które przeradzają się w konferencje prasowe, oraz sesji wyjazdowych, które — jak się mówi — zbyt często są wyjazdami turystycznymi. Dyskusja powinna przynieść odrodzenie właściwych form pracy klubów twórczych SDP.

Poza Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich doskonaleniem kadr dziennikarskich zajmują się instytucje prasowe i radiowo-telewizyjne. Każda z nich ma swoją specyfikę, która nakłania do przygotowywania dla dziennikarzy własnych imprez szkoleniowych. Ważne jest, żeby nie dublowały one działalności Ośrodka Dziennikarstwa, aby rzeczywiście uwzględniły specyficzne potrzeby radia, tv, agencji prasowej, redakcji dziennika, tygodnika czy miesięcznika.

Potrzeby szkolenia dziennikarzy przy jednoczesnym istnieniu kilkunastu ośrodków prasowych i radiowo-telewizyjnych w Polsce sprawiły, że zaczął się wytwarzać terenowy system doskonalenia kadr dziennikarskich. Na czym on polega?

We Wrocławiu utrwalił się sposób doskonalenia dziennikarzy, polegający na organizowaniu co roku sesji szkoleniowych dla dziennikarzy określonej specjalności. W 1972 r. rozszerzali wiedzę publicyści społeczno-ekonomiczni, w 1973 czynili to dziennikarze zajmujący się tematyką kulturalno-naukową. Podczas czterech tygodniowych sesji w roku dziennikarze z trzech województw: wrocławskiego, opolskiego i zielonogórskiego spotykali się z naukowcami, działaczami i specjalistami, którzy przekazywali im najnowsze informacje z danej dziedziny. Każda sesja uzupełniana jest przedmiotami z zakresu wiedzy o prasie i propagandzie. Jeżeli Wrocław utrzyma się w rytmie, w ciągu 4—5 lat wszyscy dziennikarze wrocławscy, opolscy i zielonogórscy — poza już uczącymi się na studiach zaocznych — wezmą udział w tym szkoleniu. Potem będą mogli znowu wrócić na kolejny kurs.

W lutym 1973 rozpoczęło się doskonalenie dziennikarzy z województwa lubelskiego, olsztyńskiego, rzeszowskiego, kieleckiego i białostockiego. Na początek wybrano cykl zagadnień społeczno-politycznych. Pierwsza sesja odbyła się w Kazimierzu Dolnym, następne w innych ośrodkach. I tu poza zajęciami na tematy społeczno-polityczne omawia się zagadnienia warsztatu dziennikarskiego i pracy redakcji.

Poznań utworzył wieczorowy uniwersytet marksizmu-leninizmu dla dziennikarzy. Połączone tam zostały dwie inicjatywy: partyjna zmierzająca do objęcia szkoleniem ideologicznym maksymalnej liczby dziennikarzy i stowarzyszeniowa, uwzględniająca też tematykę za-

wodową. Kilkudziesięciu dziennikarzy poznańskich rozpoczęło w lutym 1973 zajęcia w WUML, podzielone na cztery części: 1. Teoria i praktyka funkcjonowania partii, 2. Teoria i praktyka propagandy, 3. Polityka gospodarcza PRL, 4. Teoria i praktyka współczesnego dziennikarstwa. Słuchacze spotykają się co tydzień; przewidziane też są sesje wyjazdowe.

Wydawnictwo „Prasa Młodzieżowa i Sportowa” w Warszawie zorganizowało doskonalenie dziennikarzy wybranych przez siebie czasopism. Tematyka: problemy współczesnej młodzieży. Postanowiono odbywać zajęcia co miesiąc przez trzy dni w jednym z ośrodków szkoleniowych pod Warszawą. Pierwsza sesja odbyła się w marcu a ostatnia w grudniu 1973 r.

Katowice, Kielce, Koszalin, Białystok i Opole przygotowały, względnie przygotowują zajęcia szkoleniowe dla dziennikarzy swoich środowisk. Są to na ogół spotkania z naukowcami i działaczami na tematy najbardziej interesujące dziennikarzy. Na przykład: Rola prasy w kształtowaniu opinii publicznej; Działalność zawodowa dziennikarza a ochrona czci obywatela; Rola działalności propagandowej w warunkach narastających procesów rewolucji naukowo-technicznej; Język naszych gazet.

Rodzi się pytanie: czy przy takiej mnogości imprez nie nastąpi inflacja doskonalenia kadr dziennikarskich? Odpowiedzi na to pytanie udzielają pełne listy zgłoszeń na szkolenie i żądania organizacji kolejnych spotkań. Uczestnictwo w sesjach doskonalenia stało się dla dziennikarzy potrzebą, którą chcą zaspokoić. Ważne jest równocześnie, że doskonalenie kadr dziennikarskich nie odbywa się według z góry zarządzanego schematycznego programu. Jest on ustalany w każdym ośrodku stosownie do miejscowych potrzeb. Innym, godnym podkreślenia novum jest wychodzenie z zajęciami poza miasto; dzięki temu łączy się szkolenie z oderwaniem od redakcji i domu, od normalnego, zawsze wypełnionego po brzegi dziennikarskiego życia. Cenne jest również uwzględnianie w problematyce szkolenia tematów warsztatu dziennikarskiego.

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich uważa, że niezbędnym czynnikiem pogłębiania wiedzy dziennikarzy są wyjazdy za granicę. Mogą to być wyjazdy służbowe, wyjazdy klubowe, wymiana między redakcjami w zaprzyjaźnionych krajach, wyjazdy na kursy językowe. Te ostatnie SDP organizuje w ZSRR, NRD, Anglii, Francji i Włoszech. Co roku około 100 dziennikarzy z Polski doskonalili znajomość języków obcych poza granicami naszego kraju. Niezależnie od tego, SDP stara się pomóc dziennikarzom w opanowaniu języków obcych w swoim Ośrodku Dziennikarstwa: 500 osób uczestniczy tam w kursach językowych, korzystając m. in. z laboratorium audio-wizualnego.

Trzeba jeszcze raz podkreślić znaczenie samokształcenia w systemie doskonalenia kadr dziennikarskich. Nic nie pomoże organizowanie seminariów, przygotowywanie skryptów, organizowanie kursów językowych, jeśli dziennikarze nie będą pamiętali o samokształceniu. Istotną rolę spełnia przy tym literatura społeczno-polityczna i zawodowa. SDP nakłoniło przedsiębiorstwo handlu książka-

mi do wysyłania zapowiedzi o nowościach wydawniczych do pewnej części dziennikarzy. Samokształceni służyć też wydawnictwa Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie z serii „Biblioteka Dziennikarza” oraz czasopisma *Zeszyty Prasoznawcze* i *Prasa Polska*.

Polska Ludowa oczekuje stałego, twórczego zaangażowania dziennikarzy w sprawy przyspieszonego rozwoju społeczno-gospodarczego kraju. System kształcenia i doskonalenia — konsekwentnie stosowany i stale ulepszany — służy temu jak najlepiej.

EDWARD NASTAŁEK

PUBLICYSTA ROLNY — „DYLETANT Z CENZUSEM”

W cyklu wypowiedzi naszych publicystów o problemach własnego warsztatu — zabiera głos dziennikarz z wydawanego w Krakowie tygodnika WIEŚCI. Autor zorganizował własny warsztat (wyposażenie, archiwum podręczne) inaczej, niż zalecali to w naszym piśmie wcześniej A. Sroga czy S. Albinowski. Jak widać, metody organizacji sprawnej pracy mogą być różne; o ich wyborze decydują własne doświadczenia, predylekcje i możliwości dziennikarza.

Gdybym miał odpowiedzieć na pytanie, co uważam za najważniejsze w warsztacie publicysty rolnego, odparłbym, że najważniejsi są ludzie. Brzmi to z pewnością pompatycznie, postaram się jednak wykazać, że tak jest w istocie.

Ktokolwiek para się publicystyką rolną i wiejską, wie, jak rozległy i różnorodny obszar tematyczny ona obejmuje. Z konieczności publicysta staje się „omnibusem” piszącym zarówno o sprawach produkcji rolniczej, jak też o obrocie towarowym, budownictwie, mechanizacji, produkcji przemysłowej dla potrzeb rolnictwa, zagadnieniach prawnych, społecznych itd. — wszystkich nawet wymienić nie sposób. Żadna uczelnia nie daje tak rozległej wiedzy, a gdyby nawet taka istniała, to już w momencie opuszczania jej murów absolwent musiałby pogodzić się z faktem, że wiedza ta jest przestarzała. Niedawno jeszcze obowiązujące teorie naukowe składa się do lamusa; zmieniają się ustawy i zarządzenia; przemysł wprowadza coraz to nowe środki do produkcji, a układ stosunków społecznych także podlega przemianom.

Dlatego uważam, że fachowa biblioteka, archiwum z wycinkami, zbiory ustaw, literatura naukowa — spełniać mogą w warsztacie pu-

blicyści rolnego tylko rolę drugoplanową. Zawsze pozostanie on jednak w pewnej mierze „dyletantem z cenzusem” i — jeśli chce uniknąć błędów w swej pracy — musi oprzeć się przede wszystkim na aktualnych wypowiedziach ludzi, znających gruntownie poruszany problem: naukowców, ekonomistów, pracowników instytucji i przedsiębiorstw, a następnie skonfrontować te opinie z rolnikami. Często zresztą postępuje się odwrotnie, sprawdzając, co w opiniach i żądaniach rolników jest słuszne z punktu widzenia nauki, ekonomiki, czy polityki gospodarczej. Nie oznacza to, bym w pracy publicystycznej rezygnował ze źródeł pisanych. Staram się, aby były one jak najaktualniejsze; wykorzystuję zawarte w nich dane liczbowe, informacje, a poglądy konfrontuję z życiem.

Tej metodzie konfrontacji poglądów podporządkowuję od lat cały warsztat publicystyczny i bez wstydu powiedzieć mogę, że ilekroć zyskiwałem uznanie wśród czytelników, zawdzięczałem to głównie wiedzy, doświadczeniu i przemyśleniom moich rozmówców. Wnioski i uwagi, jakie nasuwały mi się w czasie rozmów i pisania artykułów konfrontowałem również do ostatniej chwili. Często, będąc w drukarni, wstrzymywałem kalandrowanie kolumny i przez telefon nękałem ludzi pytaniami dotyczącymi spraw poruszanych w artykule. Nigdy tego nie żalowałem, a nieraz unikałem tą drogą przykrych omyłek i potknięć.

Nigdy też nie wstydzilem się pójść (nawet z gotowym artykułem) do adwersarzy. Nie chodziło o „uzgodnienie tekstu” jako asekurację przed kontratakiem. Uważam, że zasada „audiatur et altera pars” obowiązuje szczególnie w naszym zawodzie, i trudno sobie wyobrazić w pełni obiektywny artykuł nie uwzględniający racji strony krytykowanej. Znam wprawdzie dziennikarzy wzdragających się przed taką konfrontacją, w obawie, że „stępi ona ostrze krytyki”. Z doświadczenia jednak wiem, że często bywa odwrotnie. Ludzie zagrożeni krytyką prasową niejednokrotnie w podnieceniu mówią o sprawach, które w normalnym wywiadzie by pominęły.

I zdumiewam się tylko nad „odwagą” tych dziennikarzy i publicystów, którzy potrafią pisać artykuły, opierając się na wycinkach prasowych, biuletynach i literaturze fachowej — nie badając problemu bezpośrednio w środowisku, nie starając się nawet wysłuchać opinii osób zainteresowanych. Wartość takich publikacji mierzyć można chyba tylko wysokością wierszówki.

Chciałbym tu przestrzec jeszcze przed niebezpieczeństwem kryjącym się w wykorzystywaniu dawnych zapisów, powoływaniu się na niegdysiejsze wypowiedzi, a nawet opinie wyrażone w literaturze fachowej. Pisząc niedawno artykuł o sadownictwie, sięgnąłem do notatek z pobytu w rumuńskiej Rolniczej Stacji Doświadczalnej w Murfatlarze. Wynikało z nich, że sadownicze zagospodarowanie zbcocy daje znaczne korzyści. Ale notatki pochodziły sprzed kilku lat. Sięgnąłem więc z kolei do *Nowego Rolnictwa* i tam znalazłem artykuł naukowca, potwierdzający tę opinię i sugerujący, że i w naszych warunkach powinniśmy się oprzeć na doświadczeniach rolnictwa rumuńskiego, a także innych krajów, prowadzących gospodarkę sadow-

niczą na stokach. Uważałem, że dalsza konfrontacja jest zbędna, bo artykuł pochodził od fachowca i zamieszczony był w jednym z ostatnich numerów. Podałem więc ów wniosek pod rozwałkę czytelników. I chybiłem. Okazało się, że ocena takiej gospodarki w omawianych krajach jest obecnie krytyczna, na co słusznie zwrócił mi uwagę dyrektor Instytutu Sadownictwa w Brzeznej, dr Eberhard Makosz, w liście do redakcji.

Jeszcze gorsze komplikacje może spowodować powołanie się na fragment rozmowy czy wywiadu udzielonego kiedyś dziennikarzowi. Sytuacja, do której odnosiła się wypowiedź, mogła przecież diametralnie się zmienić; mogły się zmienić również poglądy rozmówcy i — choć nam nieraz taka wypowiedź może pasować jak ulał — lepiej z niej zrezygnować, jeśli się nie ma pewności, że i dziś nasz rozmówca myśli tak samo, jak wówczas.

Z tego, co napisałem, wysnuć można podstawowe wnioski: jak najwięcej rozmów, konfrontacji poglądów, ich aktualizacji, aby na tej podstawie ukształtować swój osąd i przekazać go czytelnikowi.

O czym tu pisać?

Przyznam, że często irytują mnie pytania kolegów „o czym by tu napisać?”. Sam nigdy nie miałem trudności ze znalezieniem tematu; przeciwnie, najczęściej brakowało czasu, aby zająć się choćby tymi najpilniejszymi sprawami. Oczywiście, siedząc za redakcyjnym biurkiem tematu się nie wyduma, chyba że sięgnie się do klasycznego repertuaru żelaznych pozycji, takich jak brak części zamiennych do maszyn rolniczych czy cementu. Wprawdzie pewne tematy „podpowiada” publicyście kalendarz, jednak najistotniejsze jest znalezienie w nich głównego problemu, który można rozwinąć. Nadejście pory sianokosów może inspirować do przeprowadzenia z naukowcem wywiadu na temat strat pokarmowych w razie opóźnienia prac lub wartości paszowej kiszzonek. Wykopki mogą skłaniać do rozważań na temat prac hodowlanych zmierzających do podniesienia zdrowotności ziemniaków itd.

Chciałbym tu — na marginesie — zwrócić uwagę na swoistość odbioru słowa pisanego przez rolników. Często, jako dziennikarz, zbieram ciągi za moich kolegów, którzy dosłownie, w formie niemal nakazów, przekazują rolnikom zalecenia władz i instancji. Nic bardziej nie irytuje rolnika, niż artykuł pisany w formie imperatywnej, w dodatku z podaniem terminów — kiedy siał, a kiedy zbierać. Ani te terminy nie pasują do każdego gospodarstwa, ani rolnik nie sieje dlatego, że jest nakaz. Natomiast rzetelne wyjaśnienie, dlaczego np. intensywne odmiany pszenicy należy wysiewać wcześniej — każdy rolnik przyjmie z uznaniem.

Ale samo zaglądnienie do kalendarza nie wystarcza w doborze tematów. Nieocenioną wręcz ich „kopalnią” są wszelkiego rodzaju narady wiejskie, gminne, powiatowe i wojewódzkie. Wszędzie tam, gdzie w dyskusji wypowiadają się ludzie bezpośrednio związani

z produkcją rolną, można wytropić problem. Narzekamy wprawdzie nieraz na owe „nasiadówki”, ale o ileż uboższa byłaby nasza publicystyka, gdybyśmy na nich nie bywali.

Ważne jest również utrzymywanie stałego kontaktu z instytucjami obsługującymi rolnictwo, zakładami naukowymi, radami narodowymi i instancjami partii politycznych, związków branżowych itd. Można w kalendarzu ustalić sobie terminarz takich okresowych rekonesansów, aby bieżąco być zorientowanym zarówno w zadaniach jak trudnościach ich realizacji przez poszczególne placówki. Z tego też da się niejeden temat „wykroić”.

Szczególnie przydatne — a nawet konieczne — jest zasięganie informacji i opinii radnych, przedstawicieli władz, a zwłaszcza posłów, zasiadających w komisjach sejmowych. Mogą oni sugerować przeprowadzenie sondażu opinii środowiska wiejskiego na temat projektów ustaw czy spraw będących aktualnie przedmiotem rozważań poselskich. Pomocny jest przy tym również Biuletyn Sejmu.

Wreszcie sam fakt wydania ustawy czy zarządzenia stanowi inspirację tematyczną. Trzeba przecież sprawdzić, jak są one wprowadzane w życie i jaki wywołują oddźwięk. Przyznam otwarcie, że sceptyczna natura nakazywała mi zawsze spodziewać się nadgorliwości i przegięć w wykonywaniu nowych — choćby najślusniejszych — ustaw. Piętnowanie takich zjawisk jest konieczne, gdy „nadgorliwi” wprowadzają nowe akty prawne metodami sprzecznymi ze zdrowym rozsądkiem czy praworządnością. Bo tą właśnie drogą uzyskuje dziennikarz społeczne poparcie dla decyzji władz. Niejednokrotnie okazuje się przy tym, że ustawy i rozporządzenia (zwłaszcza dotyczące rolnictwa) mają luki, pozwalające na różnorodną ich interpretację. Uzyskanie prawidłowej wykładni od kompetentnego przedstawiciela władz i przekazanie jej czytelnikom, należy wówczas do naszego dziennikarskiego obowiązku.

Ale niejednokrotnie też wieś nie akceptuje jakiegoś zarządzenia. To dowód, że pominięto w nim istotny czynnik. Jaki? Na to pytanie mogą przede wszystkim dać odpowiedź rolnicy, i stąd konieczność zasięgnięcia ich opinii.

Można to zrobić drogą korespondencyjną — pisząc do znanych sobie światłych gospodarzy, ale jeszcze lepiej pojechać do nich i po prostu pogawędzić. Taki krąg „doradców” przydałby się każdemu publicyście rolnemu, który podejmuje bardziej skomplikowane problemy. Podkreślam: nie chodzi o „żelaznych korespondentów”. Z reguły spotykałem wśród nich ludzi, pragnących za wszelką cenę pisać i ujrzeć swe nazwisko w gazecie. „Doradcami” powinni być dobrzy gospodarze, terenowi pracownicy służby rolnej, działacze — najczęściej z ciężką ręką do pisania, ale z otwartą głową.

Wreszcie źródłem inspiracji tematycznej mogą być artykuły i informacje zawarte w gazetach, czasopiśmie, biuletynach agencji prasowych, instytucji i przedsiębiorstw. Wymieniłem je na końcu, gdyż zawsze odnosiłem się do takich materiałów z rezerwą. Pomijam to, że są one często niedokładne, zwłaszcza w danych liczbowych. Liczby można ostatecznie sprawdzić. Gorzej, że są tendencyjne. Artykuł —

z zasady odzwierciedla subiektywną ocenę autora, biuletyn przedsiębiorstwa czy instytucji — nie podejmuje przecież krytyki własnego podwórka, biuletyny agencyjne, dając informacje zwięzłe, nie dbają o ich pogłębienie. I jeśli czytam w nagłówku, że „90% ciągników gotowych do akcji”, to ostatecznie muszę się zastanowić, ile ich jeszcze stoi nie wyremontowanych: kilkanaście, czy kilkadziesiąt tysięcy? A tytuł sugeruje, że „wszystko gra”.

Tak więc, już przy wyborze tematu kontakty z ludźmi są głównym źródłem inspiracji. Istnieją jednak dziennikarze z natury nieśmiali, co gorsza z kompleksem dyletantyzmu. Przeraża ich sama myśl, że w rozmowie z rolnikiem czy z profesorem skompromitują się brakiem wiedzy na określony temat. Sam doznaję nieraz podobnego uczucia i staram się do każdej rozmowy przygotować; wertuję książki, czytam fachowe artykuły. To jest oczywiście konieczne, ale nie zapominajmy, że nasi rozmówcy wiedzą więcej od nas i nie wymagają, abyśmy im dorównali. Nie skompromitujemy się prosząc o wyjaśnienie sprawy dla nich oczywistej, natomiast jest palniemy głupstwo w artykule (lub, co gorsza, przekreślimy czyjąś wypowiedź) — tośmy przepadli i w oczach czytelników, i naszych rozmówców. Ale takie wpadki każdy z nas ma na swoim koncie i nie powinny one pogłębiać kompleksu niefachowości. Po latach, studiując bieżącą literaturę fachową i śledząc przemiany zachodzące w rolnictwie, dochodzi się do takiej znajomości spraw i umiejętności w przeprowadzaniu rozmów, że wyrastamy z kompleksów.

Niejednokrotnie stosowałem też w rozmowach swoistą metodę: nie pytałem ludzi o sprawy, które miały być tematem artykułu. Czekałem, aż sami zaczną mówić i pozwalałem im się wygadać. Więc mówili sami o tym, co uważali za najistotniejsze do przekazania dziennikarzowi i niejedną raz zmienił mi się całkowicie profil artykułu.

Oczywiście są dziennikarze czekający na inspirację przy dalekopisach, szukający jej na łamach innych pism czy w biuletynach. Nie polecałbym tej metody. Świadczy ona o biernej postawie piszącego, a przecież z racji swego zawodu powinien on stać na pierwszej linii frontu, a więc być działaczem.

Publicysta czy archiwista?

W opracowaniach dotyczących warsztatu dziennikarskiego, opublikowanych w *Zeszytach Prasoznawczych*, a zwłaszcza w artykułach Alojzego Srogi¹⁾ i Stanisława Albinowskiego²⁾ znaczenie wycinków prasowych i materiałów archiwalnych zostało — moim zdaniem — wyolbrzymione. Kiedy czytałem o owych wzorowo prowadzonych teczkach z numerkami szyfrowymi, studiowałem wykres funkcjonalności archiwum przedstawiony przez S. Albinowskiego, a następnie

¹⁾ A. Sroga: Warsztat dziennikarski publicysty. *Zeszyty Prasoznawcze* 1969, nr 2, s. 59—60.

²⁾ S. Albinowski: Efektywność archiwum podręcznego. *Zeszyty Prasoznawcze* 1972 nr 2, s. 74—84.

nieomal spis biblioteczny A. Srogi, czułem się prawie przestępcą. Bo ja, po kilkunastu latach skrzętnego zbierania i szufladkowania wycinków, biuletynów i broszurek okazjonalnych, całą tę makulaturę oddałem do składnicy odpadków. W teczkach pozostało po kilka wycinków, wyjątkowo celnych materiałów analitycznych. Pozostały też roczniki takich pism jak *Nowe Rolnictwo*, *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, *Nowe Drogi*, *Wieś Współczesna*, literatura fachowa, roczniki statystyczne, encyklopedie. Z wycinków — nie tknąłem tylko teczek zagranicznych, co za chwilę wyjaśnię.

Dlaczego tak postąpiłem? Otóż ilekroć zdarzało mi się przy pisaniu artykułów sięgnąć do owego wycinkowego archiwum, mimo woli wpadałem w tok rozumowania niegdysiejszy; przeszłość zaczynała ciążyć nad teraźniejszością i przyszłością; wnioski „trąciły myszką”. To samo obserwowałem zresztą u kolegów. Drugim powodem było to, że poszczególne działy i konkretne problemy rolnictwa doczekały się broszurowych i książkowych opracowań całościowych. I dane liczbowe tam dokładniejsze i komentarz bardziej obiektywny, pozbawiony jednostronności, cechującej publikacje prasowe o zjawiskach in statu nascendi. Wreszcie zdawałem sobie sprawę, że domowe archiwum z konieczności zawsze będzie niekompletne, chałupnicze, choćbym nawet wiele czasu poświęcił na jego porządkowanie, stawianie cyferkek na teczkach i szufladkowanie problemów. Najlepszym — moim zdaniem — wyjściem byłoby zorganizowanie w każdym większym ośrodku dziennikarskim tematycznego archiwum wycinków, gdzie w miarę potrzeby publicysta mógłby zapoznać się z treścią interesujących go artykułów. W przyszłości wystarczyłoby chyba jednolity system komputerowy i jedno centralne archiwum. Przyznam, że chętnie z dziennikarskiej wierszówki „odpalilibym” coś niecoś na ten cel, byleby uwolnić się od rozterki, czy likwidując domowe archiwum nie podciąłem gałęzi, na której siedzę.

Póki co, pocieszam się wszakże jednym: my dziennikarze znani jesteśmy z bałaganiarstwa. Widziałem archiwa domowe kolegów, tak dalece odbiegające od wzorców przedstawionych przez cytowanych tu autorów publikacji, że doznaliby chyba niemałego szoku, gdyby mi towarzyszyli. A przecież ci ludzie pisali dobre, celne artykuły i piszą je nadal, nie zamieniając statusu publicysty na archiwisty. Niektórzy zresztą wyrzucili stare wycinki i obecnie podobnie jak ja, gromadzą tylko w jednej teczce publikacje nie starsze niż sprzed półtora roku (wyjątkowo wcześniejsze).

Tak więc, po wyborze tematu zapoznają się przede wszystkim z materiałami zawartymi w prasie i literaturze fachowej, ale jest to tylko wstęp do podstawowej czynności, do przeprowadzenia możliwie jak najpełniejszego sondażu opinii i zebrania informacji od ludzi, znających ów problem. I, choć to znów brzmi bardzo podniosłe, tam jest moje „archiwum”. Jeśli w ich pamięci i świadomości zatarły się pewne fakty, to — choć wiem o nich — nie powracam do przeszłości. Nie może ona ciążyć nad dniem dzisiejszym i tymi, które nadejdą.

Wszystko, co dotychczas napisałem o metodzie pracy, dotyczy działalności publicystycznej w kraju. Natomiast całkowicie odmiennie pracuję podczas wyjazdów za granicę. Zasada jest jedna: wszystko, czego można dowiedzieć się przed wyjazdem z kraju, trzeba mieć zapisane i na papierze, i w głowie. Okresy pobytu na delegacji są tak krótkie, że nie ma czasu na zbieranie wiadomości podstawowych. Można je tylko pogłębiać i konfrontować opinie, zbierać informacje i materiały w kraju niedostępne: literaturę i statystyki, publikacje, biuletyny, nawet prospekty handlowe. Kiedyś, gdy wracałem z wojaży po zachodniej Europie, nieufny celnik polecił mi otworzyć ciężką walizę i zdumiał się, gdy nie znalazł broszur „porno”, lecz dobrych parę kilogramów fachowych materiałów, opracowań i prospektów. „I chce się panu to wozić?” — zapytał. Gdyby widział zadowolenie pracowników naukowych, którym — po wykorzystaniu — przekazałem owe materiały, zapewne nie postawiłby drugi raz takiego pytania.

Przy wyjeździe zagranicznym temat powinien z reguły być wybrany wcześniej i omówiony po przybyciu na miejsce z uprzedzonymi o naszym zadaniu placówkami dyplomatycznymi i handlowymi. Przedstawiciele naszych ambasad i konsulatów niejednokrotnie umożliwiają nam przeprowadzenie rozmów i wywiadów, mogą też wskazać publikacje i opracowania niezbędne w dalszej pracy.

A nie zawsze jest łatwo zrobić to na własną rękę. Np. w Belgii sprawy rolnictwa traktowane są przez władze marginesowo i niemało musiałem się nachodzić, aby odnaleźć urząd dysponujący danymi statystycznymi, które mnie interesowały.

Dalsza trudność: nie możemy początkowo przystosować się do obyczajów w obcym kraju. Ludzie cenią sobie czas pracy i czas wypoczynku; żyją z terminarzem godzinowym w rękę. Każdą wizytę i rozmowę musi się uprzednio uzgodnić na określonej godzinie i nie może ona trwać dłużej, niż nasz rozmówca zakreślił w swym notatniku. Podczas pobytu w Szwecji synchronizacja przypadających na jeden dzień rozmów z naukowcem Uniwersytetu w Uppsali oraz trzema farmerami w ich gospodarstwach zajęła aż... trzy dni. I nie sposób wkroczyć nie tylko do gabinetu profesora, ale także do domu farmera, nie uzgodniwszy z nim wcześniej dnia i godziny. Wkrótce przywyka się do tego i dopiero po powrocie do kraju człowiek widzi, jak nieracjonalnie szafujemy czasem i jak go nam stale brakuje na rzetelne wywiązanie się z obowiązków oraz wypoczynek. Ale też za granicą rozmowy trwają krócej, bo dziennikarz otrzymuje zazwyczaj przygotowany aktualny materiał pisany, więc nie musi tracić czasu na omawianie spraw podstawowych i zmuśdnie notować szeregów liczb.

Metody pracy dziennikarza za granicą są więc odmiennie niż w kraju; nie ma tam czasu na dokonywanie wielu konfrontacji; w większej mierze korzystać trzeba ze źródeł pisanych, wspierać się statystyką i literaturą. Brak czasu (naszego i naszych rozmówców) jest jednym z powodów, dla których dziennikarz powinien posługiwać się magnetofonem. Nawet najlepsza znajomość obcego języka nie

uchroni przed wypaczeniem myśli, a już dokładne zanotowanie rzuconych nieraz potoków liczb nastęcza trudności nie do pokonania. I tylko taśma zabezpieczyć nas może przed przykrymi omyłkami.

Można i mową wiążaną

Pracy nad przekształceniem całego zasobu naszych informacji, refleksji i przemyśleń w artykuł, felieton, reportaż czy choćby krótką notatkę nie będę omawiał, bo każdy ma własne metody, które mu najlepiej odpowiadają. Nadmieniałem jednak uprzednio o pewnej swoistości czytelnika wiejskiego i dlatego parę uwag dotyczących formy.

Truizmem jest, że forma powinna być dostosowana do treści. Ten kanon nie jest jednak niepodważalny, gdy chodzi o czytelnika wiejskiego, zwłaszcza starszego pokolenia. Otrzymałem kiedyś w redakcji list pisany przez wiejską gospodynię... wierszem. Wiersz był niewysockiego lotu, natomiast treść konkretna — krytyka działalności gminnej spółdzielni. W tej formie nie ukazał się w piśmie, ale gdy byłem na „pogwarkach” u gospodarzy, odczytałem ów list. Oświadczyli zgodnie, że właśnie więcej takich pozycji chcieliby widzieć w gazecie. Rozmawiałem jeszcze później z innymi rolnikami na temat różnych form dziennikarskich. Niektórzy stwierdzili, że artykuły publicystyczne ich nużą. Jednocześnie felieton czy nawet reportaż pozostawiał w nich pewien niedosyt; brakło im szerszego spojrzenia na problem. Zacząłem wówczas stosować w swych artykułach formę mieszaną: wstawki reportażowe, żeby zaciekawić czytelnika, przelałem fragmentami rozmów i wywiadów oraz refleksjami o charakterze publicystycznym. Z listów, które później otrzymywałem, mogę sądzić, że ta forma odpowiadała wielu czytelnikom.

A czego nie lubią rolnicy? Najbardziej chyba „pańskiego” dystansu, nadrzędnego tonu, udziwnień tekstu. Nie lubią też sugerowania na siłę, że wyniki produkcyjne i ekonomiczne wyliczone w jednym gospodarstwie można uzyskać powszechnie. Takie matematyczne spekulacje zrażają rolnika do najsluszniejszego nawet artykułu. I trudno się temu dziwić, skoro niejeden publicysta zapomina, że każde gospodarstwo to odmienna ekonomika.

Dziennikarskie „ucho” i „oko”

Pisząc o pracy publicysty rolnego za granicą nadmieniałem, że powinien się on posługiwać magnetofonem. Sprzęt ten jest niezbędny także do pracy w kraju i nie zgadzam się tu z opinią Alojzego Srogi, który w hierarchii potrzeb wyposażenia warsztatu dziennikarskiego stawia magnetofon po maszynie do pisania, aparacie fotograficznym a przed... samochodem. Ja postawiłbym go na pierwszym miejscu. Od dobrych paru lat pracuję z magnetofonem u boku i lęk mnie zbiera na samą myśl, że mógłbym powrócić kiedyś do czasów ołówka

i notesu. Używam ich teraz tylko w dwóch wypadkach: gdy rozmówca wyraźnie sprzeciwia się nagrywaniu wypowiedzi, co zdarza się rzadko, a także dla zapisania zasadniczych punktów wypowiedzi. Wówczas odnotowuję numer kasety i miejsce na taśmie, aby później łatwiej znaleźć ów fragment.

Jakie korzyści daje użycie magnetofonu? Przede wszystkim pozwala prowadzić swobodną rozmowę i skupić się nie na notatkach, ale na pytaniach i odpowiedziach. Nie musi się przerywać rozmówcy, gdy zasypuje nas liczbami lub tłumaczy zawiłe procesy technologiczne. Skracca się czas trwania rozmowy, przy czym można być pewnym, że nic nie zostało pominięte w notatkach oraz że wszystko zostało „zapisane” dokładnie. Jest to szczególnie ważne podczas narad i konferencji, gdzie dziennikarz nie może przerywać mówcy czy dyskutantowi. Jest również magnetofon niezbędny w warunkach pracy terenowej, gdzie rozmowa toczy się niejednokrotnie na polu, w oborze czy na marszu. Znam stenografię i nieraz się nią dawniej posługiwałem. Ale spróbujcie stenografować w czasie dwugodzinnej jazdy samochodem i... odczytać potem notatki. A właśnie ostatnio zdarzyło mi się przeprowadzać cały wywiad w takich warunkach.

Magnetofon ma jedną wadę: oszczędza wprawdzie wiele czasu w pracy terenowej, ale drugie tyle trzeba poświęcić w domu na zrobienie notatek z najważniejszych partii taśmy. I dopiero wówczas okazuje się, że przez chwilowe zmęczenie, czy roztargnienie, nie zwróciliśmy uwagi na jakiś istotny szczegół. Poza tym mikrofon, to dżabelnie wyostrzone „ucho” dziennikarza: tembr głosu zdradzi każdą nieszczerą wypowiedź i wykryje fałsz.

Na drugim miejscu po magnetofonie postawiłbym aparat fotograficzny. Niektórych dziennikarzy przejmują wprawdzie obawą skomplikowane tajniki sztuki fotografowania i coraz wyższe wymagania, jakie stawia się fotografii prasowej, myślę jednak, że te obawy są niesłuszne. Nowoczesne aparaty i materiały do zdjęć są tak „wyróżniające” na błędy początkującego fotografa, że z rolki zawierającej 36 czy nawet 12 klatek można zawsze wybrać coś do reprodukcji. Dla pewności warto jednak to samo ujęcie powtarzać dwa lub trzy razy, zmieniając czas naświetlania.

Wreszcie maszyna do pisania. Oczywiście też jest potrzebna. Tylko... kiedy się siądzie nad klawiaturą, od razu można wpaść w styl słowa pisanego, długich okresów zdaniowych, nieporadności językowych. Wielekroć, kiedy czytałem własny artykuł już po napisaniu, brałem kartki do ręki i czytałem od nowa dyktować go maszyniście. Miałem niekiedy wrażenie, że nie piszę lecz gawędzę z czytelnikami. Wówczas o sprawach trudnych musiałem mówić językiem prostym i przystępnym.

A samochód? Nie jest on jeszcze dla każdej dziennikarskiej kieszeni dostępny. Poza tym napięcie uwagi w czasie prowadzenia pojazdu jest męczące i może mieć niekorzystny wpływ na samą pracę w terenie. Ostatecznie jest to jednak sprawa kondycji fizycznej i psychicznej dziennikarza. Ja osobiście wolę korzystać z samochodu służbowego, co ma swoje uboczne zalety.

Sprawa jest niemal anegdotyczna. Kierowca, mający pojęcie o rolnictwie, a przy tym człowiek dość niepozorny, nawet się nie domyśla, jak wiele mi nieraz pomógł. Ludzie inaczej rozmawiają z dziennikarzem uzbrojonym w notes czy podtykającym pod nos mikrofon i trzaskającym fleszem, niż ze stojącym na uboczu i pozornie nie zainteresowanym człowiekiem. Pierwszemu mówią często to, co on chciałby usłyszeć, drugiemu to, co oni chcieliby powiedzieć. A później w samochodzie kierowca mówi: „ale panu blachę na oczy zakładają. Agronom mówi o walce z chwastami, to zobacz pan, co u niego rośnie w ogródku...” Albo: „Panu mówili w GS-ie, że nie ma cementu, a mnie podali chłopci takse, co magazynier do każdego worka dolicza, jak kto się «zna na rzeczy»”.

Obyczaje

O NAGRODACH, LAUREATACH, PATRONACH I JURORACH

Nagroda jest nazywana imieniem kogoś, kto — jak np. Nobel — sam funduje nagrodę; bądź też, kto jak Boy-Żeleński patronuje najlepszym osiągnięciom w dziedzinie twórczości, której był niezaprzeczonym mistrzem. Tak czy inaczej odpowiedni regulamin strzeże, by jury nagrody czyniło zadość intencjom patrona — fundatora lub fundatorów ustanawiających patrona.

Od lat pięciu w Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich przyznawana jest corocznie nagroda im. Bolesława Prusa „...za twórcze osiągnięcia i całokształt dorobku w zakresie publicystyki, reportażu, redaktorstwa... wyłącznie członkom SDP” (cyt wg *Prasy Polskiej* 1969 nr 4). Od lat co najmniej trzech wypaczana jest istota przytoczonych zasad, a już pierwszy laureat nie spełniał formalnego wymogu członkostwa SDP. Po co więc regulamin, po co wielkie imię pisarza jako miernik twórczości — jeśli kryteriów tych się nie przestrzega?

Skoro naszą najwyższą nagrodę nazwano imieniem Bolesława Prusa, to podkreślono, że ma ona ścisły związek z tą dziedziną dziennikarskiej działalności pisarza, dzięki której tkwi on w dziennikarskiej tradycji. Każdy tu wskaże na jego twórczość publicystyczną, prawie nikt na redaktorstwo, chociaż Prus przez pewien czas był redaktorem pisma humorystycznego *Mucha*, a także dziennika *Nowiny*. Nie to jednak stanowi o jego wielkości i naszej pamięci. Gdybyśmy mieli nawiązywać do najlepszych wzorów redagowania prasy — sięgnęlibyśmy do najbliższych naszym czasom Karola Kuryluka czy Rafała Pragi.

Tymczasem poczet laureatów nagrody Prusa każe nam zrewidować wyłożony tu pogląd. Wśród 15 wyróżnionych było 11 redaktorów naczelnych, wśród laureatów I nagrody — tylko jeden nie naczelny. Może więc jednak intencją jury jest wiązanie nagrody im. Prusa z redagowaniem przez patrona pisma humorystycznego i przez niespełna

2 lata dziennika? To nie tylko pytanie retoryczne, jeśli się zważy, że w ostatnich 3 latach poczet laureatów — redaktorów naczelnych dekomponuje tylko jedna III nagroda dla reportera TV.

Redaktorstwo jest nie mniej ważną dziedziną twórczości (podkreślam to) dziennikarskiej niż tworzenie publicystyki lub reportaży, ale też nie bardziej ważną. Jedna bez drugiej nie liczy się, nie istnieje. Gdyby natomiast oceniać ostatnie pięciolecie według laureatów Prusa to stwierdzić wypadnie, że mamy znakomite grono redaktorów — i coraz mniej liczne wartościowych publicystów. Naruszenie jasnej intencji nagrody i zwichnięcie rozsądnych proporcji jest tak wyraźne, że wytknęli je reportażyści w uchwale swego zjazdu jesienią 1973 w Krakowie.

Przed kolejnym przyznaniem nagród im. Prusa proponuję zatem poprawkę do regulaminu, by rocznie najwyżej jedno z trzech wyróżnień mogło być przyznane dziennikarzowi redagującemu. Przy wszystkich zastrzeżeniach co do takiego formalnego ograniczenia jury będzie to słuszniejsze od wyników dotychczasowej praktyki. I proszę nie myśleć, że brak było kontrkandydatur publicystów dla redaktorów naczelnych. Nie będę tu przytaczał nazwisk, by nie urazić niedoszłych bądź aktualnych laureatów (których zasług i kwalifikacji do nagrody wcale negować nie myślę). Rzecz jednak w tym, że sprawę pokpiło jury przekształcając nagrodę w intencji publicystyczną — w wyróżnienie de facto związane z dziennikarską funkcją kierowniczą.

Skoro już jestem przy poprawkach regulaminowych: czy nagroda dla młodych dziennikarzy poniżej lat 30 słusznie nosi imię Juliana Bruna, z którego publicystyki liczy się to co napisał po czterdziestce (ur. 1886, w „Pismach wybranych” najwcześniejsze utwory datowane są 1929)? Nie szukam argumentów przeciw Brunowi, lecz za najbardziej wymownym imieniem dla nagrody młodych — i znajduję Tadeusza Borowskiego.

Najlepsze regulaminy, kryteria i patroni nie przekreślą subiektywizmu przy nagrodach. W pewnym sensie nagradzanie osiągnięć twórczych jest sprzeczne z istotą twórczości; prosi się otwarty konkurs, gdzie kryteria mogą być bardziej sprecyzowane, a kandydaci do nagród stanowią grupę jednorodną. I tutaj jednak wszystko zależy od jury. Oto w ubiegłym roku w wojewódzkim konkursie publicystycznym na 22 kandydatów NN odpada — jako jedna z dwu osób — już we wstępnej eliminacji, a w kilka miesięcy później na podstawie tych samych materiałów NN znajduje się w gronie 11 laureatów nagród ogólnopolskich na 40 kandydatów. Albo jury wojewódzkie było niekompletne i nie rozpoznało wartości publikacji NN, albo jury ogólnopolskie było nieodpowiedzialne i kreowało laureata ponad rzeczywistą wartość publikacji.

Ostatnio władze Stowarzyszenia przystąpiły do analizy trybu przyznawania regionalnych nagród dziennikarskich. Całkiem słusznie, jeśli tylko się pamięta, skąd idzie przykład.

Paweł Dubiel

KARL-HEINZ RÖHR
Lipsk

DYSERTACJE DZIENNIKARSKIE W LIPSKU

Sekcja Dziennikarska Uniwersytetu im. Karola Marksa w Lipsku jest poważnym ośrodkiem badań marksistowsko-leninowskiej nauki o prasie. Od czasów założenia przed dziewięcioma laty nie tylko wykształcono tam wielu dziennikarzy dla potrzeb redakcji NRD, ale również opublikowano wiele prac badawczych, w tym około 90 dysertacji doktorskich. Oto kilka ważniejszych, wybranych i omówionych przez naszego lipskiego współpracownika, docenta dra Karla-Heinza Röhra. Różnorodność tematyczna wskazuje na szeroki krąg zainteresowań niemieckich badaczy.

Na Sekcji Dziennikarskiej w Lipsku przebadano w ostatnich latach w wielu pracach monograficznych zagadnienia rozwoju prasy w młodych państwach narodowych. O sposobie podejścia do problematyki rozwoju prasy w walce antykolonialnej świadczą szczególnie trzy rozprawy doktorskie:

Werner Ullrich: Funkcje i metody prasy narodowo-demokratycznej w walce o rozwój niekapitalistyczny;

Hans Treffkorn: Problemy wpływu czynników rozwoju społeczeństwa na rozwój prasy narodowej w młodych państwach narodowych, na przykładzie Kenii, Tanzanii i Ugandy;

Wolfgang Döhnert: Tradycje demokratyczne i współczesne tendencje rozwojowe w dziennikarstwie indyjskim.

Praca Ullricha opiera się na przykładzie Ghany, ze szczególnym uwzględnieniem pierwszej fazy rewolucji narodowo-demokratycznej w tym kraju. Autor zakłada, że zaostrzenia się walki klasowej w dziedzinie ideologii wyrasta konieczność głębszego wniknięcia w istotę, funkcję i strukturę dziennikarstwa w państwach narodowych oraz uzyskania drogą analizy takich rezultatów poznawczych, które umożliwią bardziej skuteczną pomoc państwa dla masowych

środków komunikowania. Tworzenie narodowego charakteru informacji musi tu wynikać ze świadomości, że przy jej pomocy szybciej przezwyciężyć można dziedzictwo systemu kolonialnego. Treści rewolucji narodowo-demokratycznej nie urzeczywistniają się same. Proces przewrotu ekonomicznego oraz zadanie przekształcenia nadbudowy społecznej muszą się opierać na określonych nosicielach rozwoju. Obok partii, aparatu państwowego, organizacji społecznych i instytucji kształcenia, są nimi właśnie środki przekazu, których znaczenie wzrasta z postępem rozwoju rewolucyjnego. Autor wyodrębnia następujące zadania podstawowe: W jaki sposób i na jakiej społeczno-ekonomicznej i klasowej podstawie, przy istnieniu jakiego stosunku do partii i państwa, wedle jakich zasad i w jakiej postaci ilościowej i jakościowej (przy uwzględnieniu każdorazowo osiągniętego stopnia rozwoju) działać muszą narodowe środki komunikowania w społeczeństwie, przechodzącym — z pominięciem kapitalizmu — od stosunków półfeudalnych do demokratycznie zorganizowanego narodu, tworzącego podstawy socjalizmu.

W opracowaniu analizuje się szczegółowo przykłady zaczerpnięte z prasy Ghany. Zawiera ono przy tym twórcze zastosowanie marksistowsko-leninowskich zasad do prasy młodych państw narodowych, w szczególności tezy o kolektywnym organizatorze.

Hans Treffkorn, badający tę samą problematykę w odniesieniu do państw wschodnioafrykańskich, podkreśla, że należy poświęcać coraz większą uwagę społecznej i politycznej problematyce wewnętrznego rozwoju młodych państw narodowych, albowiem ich droga zależy w stopniu decydującym od stanu społeczno-ekonomicznego i tendencji rozwojowych, od formowania się sił klasowych, ich różnicowania się i konsolidacji oraz od stosowania socjalizmu naukowego we wszystkich dziedzinach. Podstawowe znaczenie autor przypisuje tu prasie narodowej, stawiającej sobie za cel konsekwentną kontynuację rewolucji wyzwoleniczej, prasie, która jest częścią tego ruchu, świadomej swojej roli w wewnętrznym procesie zróżnicowania.

Treffkorn sądzi, że przy rozważaniu programów rozwojowych UNESCO w odniesieniu do prasy należy brać pod uwagę względność stosowanych zazwyczaj wartości liczbowych. Nie uwzględniające zjawisk społecznych obliczenie, w którym całościowy nakład gazety dzieli się przez liczbę ludności, prowadzi do niewiele mówiącej statystyki, wyklucza rzetelne porównania między słabiej i silniej rozwiniętymi krajami. Stosowaną zazwyczaj formułę liczby egzemplarzy gazety na każde 100 osób należy uzupełnić zasadą potencjalnego czytelnictwa (ta część ludności, która ukończyła 16 lat); w przypadku obliczania maksymalnego czytelnictwa rozpowszechnianej liczby gazet — formułą czytelników lub zasadą liczby rodzin czy gospodarstw domowych, w przypadku obliczania maksymalnego rozpowszechnienia — formułą nakładu. Zdaniem Treffkorna sytuacja jest tu inna niż w państwach rozwiniętych przemysłowo, gdyż zachodzą różnice w stosunkach demograficznych i nawykach życiowych.

Treffkorn stwierdza również, że istota prasy na badanym obszarze nosi jeszcze cechy kolonialne. W Kenii np. przy absolutnie i relatywnie — w stosunku do liczby ludności — najwyższym nakładzie w porównaniu z innymi krajami wschodnioafrykańskimi występuje jednocześnie najwyższy stopień obcej infiltracji sięgającej 80,2%, w Ugandzie wynosi on 45,2%. W związku z tym autor dokonuje rozróżnienia między prasą kolonialną i narodową. Przez prasę na-

rodową w obecnej chwili rozumie on prasę miejscową, powstałą w procesie antyimperialistycznej rewolucji narodowo-wyzwoleńczej. Stawia ona — zgodnie ze swą istotą — zasadnicze żądania antykolonialne i antyimperialistyczne, pod względem prawa własności należy do danego kraju oraz jest określana w swej treści i formie przez siły narodowe.

Oparcie dla prasy w masach — rozwija swą myśl autor dysertacji — osiągnąć można jedynie przez zainteresowanie milionowych rzesz ludności wsi i masową walkę z analfabetyzmem.

Praca W. Döhnerta, który przez wiele lat był korespondentem w Indiach, przynosi interesujący przegląd historii dziennikarstwa, tradycji i tendencji prasy indyjskiej. Döhnert sięga przy tym aż do rozwoju wczesnego indyjskiego mieszczaństwa i jego ideologii, szczególnie do jej wybitnego przedstawiciela Rama Mohana Roya. Dziennikarskie i polityczno-organizacyjne działanie tego mieszczaństwa stworzyło podstawy ukształtowania się narodowej prasy indyjskiej jako narzędzia walki z kolonialnym panowaniem i jego główną podporą — feudalizmem. Autor wykazuje, że charakterystyczną cechą narodowego dziennikarstwa indyjskiego jest wybijająca się funkcja wychowawcza i oświatowa. Wyrosła ona z przekonania, że walkę z zagranicznym uciskiem przeprowadzić można tylko na podstawie przyswojenia sobie wykształcenia i nauki najbardziej rozwiniętych krajów świata oraz połączenia tej wiedzy z istotą kulturowych osiągnięć Indii, traktowaną jako narodowy składnik tego połączenia. Nawiązuje ona również do koncepcji Gandhiego, dotyczącej roli dziennikarstwa i prasy jako płynącej z „ogólnospołecznego życzenia”. W opracowaniu podkreśla się szczególnie znaczenie państwa indyjskiego dla rozwoju wychowawczej i oświatowej funkcji prasy indyjskiej.

Szeroko zajmuje się Döhnert również tendencjami rozwoju narodowych agencji prasowych, które istnieją w Indiach częściowo na bazie kapitału prywatnego, częściowo zaś kapitału państwa. Autor sądzi, że w Indiach zwycięży tendencja zmierzająca do wytworzenia wszechstronnej kontroli państwa nad prasową agensją narodową, założoną jako agencja państwowa albo też utworzoną z połączenia wielu już istniejących agencji.

*

Jürgen Grubitzsch: **Magazyn informacyjny — funkcje i metody kapitalistycznego typu prasy.**

J. Grubitzsch bada funkcje i metody kapitalistycznego magazynu informacyjnego, szczególnie w aspekcie nasilonej ideologicznej walki klasowej. Charakteryzuje magazyn informacyjny jako typ prasy, utworzony w trakcie rozwoju państwowo-monopolistycznego systemu panowania po to, by był narzędziem manipulacji, służącym do duchowego formowania mieszczańskich sił wiodących i inteligencji. Ciągłe wzrastająca potrzeba informacji wymienionych warstw zostaje przy tym wykorzystana po to, by przy zachowaniu złudzenia obszernego i bezstronnego informowania dokonywać celowej infiltracji idei wielkiej burżuazji.

Autor opiera się w swych analizach przede wszystkim na trzech magazynach: są to *Time*, *Newsweek* i *Spiegel*. Stwierdza przy tym, że w kapitalizmie magazyn informacyjny osłania swoje świadome bałamucenie czytelników nimbem „obszernej informacji”, co czyni z tego typu prasy narzędzie prawie

doskonałego panowania duchowego nad odbiorcami. Siła przyciągająca takiej prasy polega na — rozpowszechnionej w krajach kapitalistycznych — wierze, iż magazyn informacyjny nie przekazuje poglądów, lecz wyłącznie fakty. Przeświadczenie takie stwarzają wiodące magazyny dzięki pozorowi obszernej, pełnej informatywności i bezbłędności. Przeświadczenie to podszyca m. in. przejrzyste rozczłonowanie treści, zagęszczenie informacji, dążenie do wierności w szczegółach, pewność siebie, cyniczny ton itp.

Zdaniem Grubitzscha cała metodyka redagowania magazynu informacyjnego podporządkowana jest manipulacji poglądami czytelników. Praktycznie jest ona zamaskowaną dezinformacją, powstającą przez informowanie częściowe, zniekształcone itd. Szczególnie stosuje się tutaj dbałość o tzw. Humanside, w której na czoło wysuwa się przykład jednostkowy, elementy osobiste, motywacje itd. Prowadzi to do okaleczenia faktów, przysłania fakty podstawowe i rzeczywiste problemy społeczne.

W magazynie informacyjnym celowo wprowadza się tzw. interpretujące dostarczanie wiadomości. Ta forma przedstawiania z jednej strony burzy wewnętrzne powiązanie wydarzeń, zaś z drugiej doprowadza do powiązania informacji aktualnych z informacjami o tle aktualnych wydarzeń, co de facto wyłania się ze złączenia zamaskowanego komentarza przez kolejność i uporządkowanie szczegółów. Interpretację wiadomości przekazuje się techniką opowiadania wydarzenia jako odniesionych do osób przebiegów działań. W postaci tak zwanego opowiadania informacyjnego (news story) stanowi ono w różnych magazynach informacyjnych ponad 50% (*Spiegel*) i więcej niż 90% (*Time*) części redakcyjnej. Grubitzsch wykazuje, że forma ta zniekształca rzeczywistość w sposób idealizujący.

Prócz gruntownego przebadania różnych praktyk manipulowania faktami i ich wypaczania autor analizuje również specyficzną informację ilustracyjną, styl i język magazynów informacyjnych i dochodzi do wniosku, że mimo złudnej ekskluzywności służą one jedynie imperialistycznej manipulacji poglądami czytelników.

*

Claus Dümde: Problemy kształtowania i umacniania polityczno-ideologicznej świadomości dużych grup ludzkich poprzez publikacje z zakresu problematyki międzynarodowej w NRD.

Autor wychodzi od tezy, że dziennikarstwo socjalistyczne nie jest szczególną formą świadomości, lecz specyficznym rodzajem przekształcania treści świadomościowych w informacje społeczne, dzięki rozpowszechnieniu których osiąga się określone cele. Cele te stanowią podstawowy element działalności dziennikarskiej i określają wszelkie dalsze czynniki, jak przedmiot, środek, metoda i oddziaływanie.

Dümde traktuje jako rozstrzygające następujące trzy kryteria kształtowania i umacniania polityczno-ideologicznej świadomości dużych grup ludzkich:

1. Dziennikarstwo socjalistyczne musi działać jako narzędzie kierowania społeczeństwem socjalistycznym przez marksistowsko-leninowską partię robotniczą, socjalistyczną władzę państwową i organizacje masowe oraz musi włączyć się świadomie w system pracy polityczno-ideologicznej. Stojąc przy tym konsekwentnie po stronie klasy robotniczej, wychodzić musi z jej klasowego punktu widzenia.

2. Znaczenie kluczowe przypada recepcji prasy, która jest ostatecznie decydująca dla oddziaływania informacji, a zależy w dużym stopniu od osobistej decyzji poszczególnych ludzi.
3. Oddziaływanie każdej informacji prasowej zależy następnie od jej zawartości informacyjnej, jej obiektywnej doniosłości i wartości informacji.

Dzięki ścisłym badaniom świadomości socjalistycznej i publikacji z zakresu polityki międzynarodowej w NRD, głównie na przykładzie *Neues Deutschland*, Dümde dochodzi do końcowego wniosku, że obecny stan rozwoju socjalistycznej świadomości mas, jej potrzeby informacji i oczekiwania informacji zagranicznej, tworzą istotny punkt wyjścia dla dziennikarstwa.

Autor wykazuje na podstawie analizy *Neues Deutschland*, że informacje prasowe skierowane są na kształtowanie, umacnianie i dalsze rozwijanie polityczno-ideologicznej świadomości czytelnika oraz przyczyniają się do stabilizacji marksistowskiego obrazu. Szczególnie znaczenie przywiązuje autor do artykułów propagandowych, wstępnych, komentarzy, korespondencji o charakterze komentatorskim, a także do artykułów przeglądowych, które wytwarzają w odbiorcach określone przekonania oraz zdolności do wychwytywania powiązań między wydarzeniami.

*

Dieter Mechtel: Dialektyka wymogów i potrzeb informacji oraz problemy przekazywania potrzeb informacji prasowej.

W swej rozprawie doktorskiej **D. Mechtel** porusza trzy zagadnienia, ważne dla dziennikarstwa socjalistycznego. Odnoszą się one:

- do swoistości dziennikarstwa i jego cech szczególnych w przeciwieństwie do innych instytucji kształtujących świadomość,
- do kategorii oddziaływania i do związku między potrzebą informacji a oddziaływaniem,
- do problemu planowania i kierowania procesami świadomościowymi (na tyle, na ile dotyczą one dziennikarstwa) i do powiązanych z tym stosunków między potrzebami a wymogami informacji.

Mechtel wykazuje, że zagadnieniami ważnymi dla teorii i praktyki dziennikarskiej są: znajomość potrzeb informacji u odbiorców, wiedza o ich powstawaniu, rozwijaniu się i zaspokajaniu, o dialektyce zachodzącej między wymogami a potrzebami informacji, znajomość możliwości i dróg przekazywania konkretnych potrzeb informacji itd.

Po analizie kategorii potrzeby, którą autor rozumie jako dającą się przewyciężyć sprzeczność, dochodzi on do wniosku, że potrzeba jest stosunkiem społecznym, zdeteminowanym obiektywnie i poddanym subiektywnym wpływom, a także istniejącym historycznie i konkretnie. Mechtel podkreśla ponadto, że oprócz potrzeby niezbędnymi i istotnymi komponentami zbiorowego i jednostkowego zachowania się są konieczności i wymogi. Społeczeństwo socjalistyczne pod kierunkiem partii w oparciu o naukowe analizy poznaje konieczności i formułuje je w prawa, dokumenty, uchwały itd., ujmując je jako wymogi, tzn. jako poznane konieczności. Potrzeby zaś są z kolei wytworem owych wymogów. Zależności te da się całkowicie przenieść w dziedzinę przekazywania informacji przez dziennikarstwo.

Badając dialektyczny związek między kategoriami konieczności informacji, potrzeby informacji i wymogu informacji Mechtel wykazuje, iż dialektyka ta określona jest przede wszystkim tym, że potrzeby informacji wszystkich poszczególnych odbiorców, czytelników, słuchaczy radia i widzów, są zasadniczo zgodne z potrzebami informacji całości społeczeństwa w socjalizmie. Możliwość działania prasy socjalistycznej opiera się na świadomym wykorzystaniu tej zalety socjalizmu w przeciwieństwie do kapitalizmu. Nieśluszną byłaby chęć wyjścia z założenia, że potrzeby informacji u jednostek nie mogą być zgodne z wymogami informacji społeczeństwa w socjalizmie. Dziennikarstwo socjalistyczne musi się zatem — zdaniem autora — oprzeć na tych zaletach socjalizmu, w przeciwnym wypadku przyjmowałoby postawę defensywną wobec wrogów klasowych. W ten więc sposób znajomość powstawania, zaspokajania i rozwijania potrzeb informacji służy pełnemu i świadomemu wykorzystywaniu całości zalet socjalizmu i zwalczaniu przeciwników klasowych w dziedzinie ideologicznej. Redakcje powinny planować swą pracę, opierając się na wymogach informacji i przekazanych im zróżnicowanych potrzebach informacji, dając informacje, które odpowiadają wszechstronnemu rozwojowi odbiorców, zmierzającemu do ukształtowania socjalistycznej osobowości. Myśleniu i zachowaniu się odbiorców stawia się wymagania większe niż te, które dotychczas istniały.

W badaniach swych Mechtel nie poprzestaje na analizie treściowej struktury potrzeb informacji z różnych dziedzin życia społecznego, takich jak polityka zagraniczna, polityka wewnętrzna, kultura, sport itd. Twierdzi, że potrzeba informacji dotyczy nie tylko określonych treści, ale również określonych funkcji, takich, jak orientacja, wprowadzanie, pogłębianie, przekazywanie, kształcenie, rozrywka itd. Oznacza to, że odbiorca, przyjmując wytwory pracy dziennikarskiej, chciałby zaspokoić również potrzeby oświatowe, rozrywkowe, potrzeby wydawania osądu, uzupełniania informacji, potrzeby uzyskiwania orientacji itd.

W końcowej części swej rozprawy Mechtel bada różne możliwości przekazywania potrzeb odbiorców, potrzeb dotyczących informacji prasowej. W sprawie tej formułuje pięć następujących zasad:

- wykorzystanie dokumentów kierownictwa partii i państwa,
- analiza działalności czytelników, słuchaczy i odbiorców telewizji oraz różnorodne pośrednie kontakty podejmowane przez redakcje,
- wykorzystanie listów czytelników, protokołów zebrań, wskazówek itd.,
- ankiety socjologiczne,
- eksperymenty redakcyjne.

Na przykładzie analizy listów czytelników *Leipziger Volkszeitung* (organ kierownictwa okręgu SED w Lipsku) autor podejmuje próbę przedstawienia zjawisk typowych i istotnych dla badań nad potrzebami.

*

Hans Erxleben: Oddziaływanie jako kategoria dziennikarstwa socjalistycznego.

Hans Erxleben wychodzi z założenia, że dziennikarstwo socjalistyczne jako ideologiczne narzędzie klasowe dysponuje dużymi możliwościami najbardziej różnorodnych oddziaływań na myślenie, uczucia i postępowanie, a więc na

świadomość i zachowanie się dużych grup ludzkich. W planowaniu, osiąganiu, analizie i ocenie oddziaływania dziennikarstwa socjalistycznego tkwi jeden z węzłowych problemów praktyki i teorii dziennikarstwa.

Erxleben uwzględnia przy tym to, że zagadnienie oddziaływań, osiąganych przy pomocy środków dziennikarskich, nie jest wewnętrzną sprawą dziennikarstwa, lecz stanowi kompleksowy problem, związany z jakością całej pracy ideologicznej. Masowe i trwałe oddziaływania kształtujące świadomość, określające działanie i zmieniające rzeczywistość w duchu socjalizmu, oto — jak sądzi Erxleben — kryterium, miernik, wielki cel pracy dziennikarskiej i wszelkiej pracy ideologicznej w socjalizmie. Autor korzysta z różnych badań przedmiotu, jakim jest oddziaływanie dyscyplin takich, jak pedagogika, psychologia, estetyka, socjologia i badania nad młodzieżą. W odniesieniu do oddziaływania środków przekazu zgodne są one wszystkie w tym, że przez pojęcie to rozumieć można ogólnie zmianę świadomości i zachowania się wielkich grup ludzkich, formowanie, rozwijanie lub przekształcanie osobowości socjalistycznej, myślenia, odczuwania i działania pod wpływem dziennikarskich środków masowych. Najczęściej oddziaływanie określa się jako osiągnięty stopień zmiany zachowania się.

Autor zwraca wciąż uwagę na kompleksowość pojęcia oddziaływania. Podkreśla, że zasięg dziennikarskich wpływów (dokumentowany np. nakładem gazety) nie jest równoważny z szerokim oddziaływaniem. Wysoki stopień rozpowszechnienia oznacza raczej istnienie dobrych warunków oddziaływania. Decydująca dla oddziaływania nie jest więc wysokość nakładu, lecz jakość percepcji wytworu pracy dziennikarskiej przez odbiorców. Erxleben omawia również dialektykę między ideologicznym oddziaływaniem a działaniem praktycznym. Dziennikarstwo socjalistyczne nie ogranicza się jedynie do wywierania koniecznych agitacyjnych i propagandowych oddziaływań, lecz zmierza ostatecznie do oddziaływań praktycznie organizacyjnych, odpowiadających jego funkcji jako zbiorowego organizatora. Dzięki temu ujęciu autor chce się świadomie odciąć od poglądów, wedle których oddziaływanie stanowi jedynie wewnętrzny proces psychiczny i jest psychologicznym mechanizmem.

Dziennikarz, który dzięki swym artykułom zamierza osiągnąć oddziaływanie, powinien brać pod uwagę wpływ różnorodnych przyczyn oddziaływania. Erxleben mówi tu o działaniu całego kompleksu przyczyn. W szczególności wyróżnia:

- obiektywne zewnętrzne warunki społeczne,
- obiektywne warunki ze strony dziennikarstwa (treść i rodzaj dziennikarskich środków przekazu i ich wytworów),
- subiektywne wewnętrzne warunki odbiorców.

Dziennikarz winien zważać również na to, że określone przyczyny tylko w tych samych warunkach wywołują podobne skutki oddziaływania. Zależą więc one nie tylko od przyczyn czysto dziennikarskich. Na oddziaływanie wywołane przez dziennikarstwo wpływ posiadają zarówno przekazywane treści, jak i stosowane formy, środki i metody.

Erxleben postuluje w końcu wypracowanie kryteriów oddziaływania, w których potrzeby pracy dziennikarskiej przedstawiono by w formie ustanowienia celów, dających podstawę mierzenia faktycznie osiągniętych skutków oddziaływania. Ścisłość takiego konkretnego miernika jest również punktem wyjścia zapotrzebowania na badania o oddziaływaniu. Erxleben rozumie przez

to: 1) ogólne kryteria celu, 2) kryteria funkcjonalno-treściowe oraz 3) kryteria potrzebnego wysiłku.

We wnioskach końcowych autor przedstawia katalog przedmiotów badań nad dziennikarskim oddziaływaniem. Jego zdaniem obejmuje on: 1. Ustalenie celu, zamiaru i dążności, 2. Ustalenie kryteriów, 3. Analizę przyczyn, 4. Badanie warunków, 5. Badanie środków przekazu, 6. Badanie odbiorców, 7. Analizę procesów i wyników, 8. Badania nad postępowaniem, 9. Badania nad potrzebami.

*

Peter Richter: Funkcja, postać i oddziaływanie tytułów prasowych. Badanie przeprowadzone ze szczególnym uwzględnieniem psychologicznych punktów widzenia.

Wśród dziennikarzy za bezspornie ważne dla oddziaływania poszczególnych artykułów uważa się treściowo trafne, dobre tytuły. Zainteresowanie wywołane tytułem jest często pierwszym krokiem odbioru i tym samym zapoczątkowaniem zamierzonego ideologicznego oddziaływania. Peter Richter od dawna zajmował się tytułem, jego funkcjami, ukształtowaniem oraz oddziaływaniem. Jest autorem interesującego skryptu dla studentów dziennikarstwa w Lipsku. W swej rozprawie — właśnie dzięki ograniczeniu tematyki do zagadnienia tytułu — Peter Richter wykazał nadto, w jaki sposób wyniki poznawcze i metody pewnej marksistowsko-leninowskiej nauki pokrewnej, w tym wypadku psychologii, można owocnie stosować przy stawianiu zagadnień dotyczących dziennikarstwa.

Richter traktuje tytuł jako dziennikarski wytwór częściowy, składnik poprzedzający sam artykuł. Wedle jego ujęcia tytuł pełni następujące funkcje:

- bodźca do czytania (osiągnięcie zainteresowania artykułem),
- zorientowania w tematyce,
- informacji o konkretnym temacie, którego artykuł dotyczy,
- oceny — dzięki stroniczemu wydobyciu pewnych elementów,
- przyczynka do graficznej postaci strony.

Za główną uważa się funkcję dostarczania bodźca. Podczas gdy w dziennikarstwie burżuazyjnym funkcja ta często się usamodzielnia i służy przywabianiu czytelnika, to w tytułach prasy socjalistycznej za podstawę przyjmuje ona treść, wyłania się jako wynik syntezy wypowiedzi treściowej i postaci zdolnej do oddziaływania.

Analizę treści informacyjnej tytułów oparł Richter na rozróżnieniu między obiektywną wielkością informacji (jaką zawiera wytwór pracy dziennikarskiej) a ich ilością subiektywną (dla poszczególnego odbioru). Wychodząc z tego rozróżnienia, Richter kwantyfikuje tytuły według formuły: co, kto, gdzie, jak, kiedy, dlaczego. Autor stwierdził, że tytuły w gazetach codziennych w NRD odpowiadają na ogół na dwa z tych pytań, w tym w większości wypadków na pytanie „co”. Wybierana najczęściej kombinacja odpowiedzi na dwa pytania dotyczy pytań „co — kto”, na trzy pytania natomiast „co — kto — gdzie” oraz „co — kto — jak”.

Długości tytułów w gazetach NRD, pozostające w ścisłym związku z zawartością informacji, zależą — prócz formatu gazety — również od jej funkcji i sposobu pracy redakcji. Jednakże Richter stwierdza tutaj wyraziste różnice.

Przeciętnie długość tytułu wynosi w literach od 16 do 30, zaś w słowach od trzech do czterech. Tytuły zajmują przeważnie dwa wiersze bądź też całą szpalte. Wyraźną przewagę ma tu rzeczownik, względnie często używa się czasowników i przymków.

W najważniejszym rozdziale pracy Richter zajmuje się oddziaływaniem tytułów. W tym celu przeprowadza badania różnych wariantów tytułów w homogenicznie ułożonych badawczo grupach. Badania te wypróbowuje się najpierw przygotowawczo i ocenia matematycznie. Wyniki badań nad upodobaniami i zapamiętywaniem tytułów poddaje się testom. Dzięki zastosowaniu psychologicznej metody testowej Richter jest np. w stanie wykazać, że tytuły krótsze zapamiętywane są lepiej niż dłuższe. Tytuły dłuższe osiągają tylko wtedy wysoki stopień zapamiętywalności, gdy posiadają bogatą treść informacyjną. Co do syntaktycznej struktury tytułów Richter stwierdza, iż tytuły zawierające nazwy rozpoznawane są lepiej niż tytuły czasownikowe. Również interesujący jest wynik badawczy stwierdzający, że w tytułach, które treściowo interesują czytelnika w stopniu niedostatecznym — ich ekspresywna językowo-stylistyczna postać rzadko prowadzi do większego oddziaływania emocjonalnego. Zatem tytuły o językowo-stylistycznej ekspresywnej postaci nie oddziałują silniej niż tytuły sformułowane neutralnie. Richter wyciąga z tego wniosek dla praktyki redakcyjnej, aby przy formułowaniu tytułów uwypuklać w pierwszym rzędzie to, co istotne i najbardziej znaczące. Prócz tego tytuł powinien zawsze zawierać element ważny dla odbiorcy. Środki językowo-stylistyczne oddziałują optymalnie tylko wtedy, gdy są zgodne w formie z przekazywanymi treściami.

*

Michael D üsterwald, Dieter Weihrauch: **Wkład prasy socjalistycznej do wykonania zadań, związanych z przeprowadzeniem rewolucji naukowo-technicznej w NRD (przedstawiony w oparciu o badania postaw wobec zmian struktury społeczno-ekonomicznej na obszarze rozpowszechniania pisma *Freiheit*, Halle).**

W pracy tej rozważa się zagadnienia stojące przed dziennikarstwem z punktu widzenia marksistowsko-leninowskiej ekonomii politycznej. Terminami wiodącymi są pojęcia socjalistycznej własności (i uświadamianie tej własności, dokonywane przez masowe środki przekazu) oraz przejęcia własności w procesie reprodukcji. Autorzy naświetlają zadania dziennikarstwa socjalistycznego w zakresie kształcenia ekonomicznego. Według nich poszczególne poziomy wzrostu i efektywności gospodarki podnoszą się w zależności od zasięgu i struktury takich jakościowych czynników wzrostu, jak nauka, kształcenie itd. Dziennikarstwo gospodarcze również należy temu podporządkować.

Zasadniczy problem upatrują autorzy w przekazywaniu tzw. „informacji integralnej”. Socjalistyczne komunikowanie masowe traktuje się jako określający organizacyjnie demokrację socjalistyczną element, który obejmuje przekazywanie informacji całemu społeczeństwu, jego poszczególnym częściom oraz poszczególnym grupom społecznym. W celu wykonania zadań gospodarki narodowej wymaga się od dziennikarstwa wskazania momentu przekształcenia informacji „potencjalnych” w „aktualne”. Düsterwald i Weihrauch rozróżniają przy tym informacje przygotowawcze (przekazywanie przygotowanej uprzednio wiedzy służącej zadaniom gospodarki narodowej), informacje towarzyszące (przekazywanie wiedzy towarzyszące realizowaniu zadań gospodarki narodo-

wej) oraz informacje powykonawcze (następujące po wykonaniu zadań interpretacje i pogłębienie).

Zwraca się uwagę na właściwe stopniowanie procesu poznania i unaoczniania w ujęciach dziennikarskich. Dziennikarze informować winni w ten sposób, by czytelnicy mogli powiązać bezpośrednie praktyczne sprawdziany nacoczne z koniecznym poznaniem abstrakcyjnym, które jest wymagane dla świadomego kształtowania praktyki społecznej.

W końcowej części opracowania autorzy wyjaśniają, że — szczególnie w dziedzinie propagandy ekonomicznej — wprowadzać trzeba wciąż nowe pojęcia, zwłaszcza że wraz z rozwojem historycznym pojęcia zmieniają się semantycznie i pragmatycznie, a do społecznego zasobu językowego wpływa nieustannie nowe słownictwo. Dziennikarstwo — kontynuują autorzy — musi więc w swej integralnej informacji dbać również o to, by pojęcia osób działających w poszczególnych zawodach we właściwej chwili stawały się dobrem powszechnym, co zakłada jednakże zróżnicowaną działalność informacyjną.

Tłumaczył *Piotr Waszczenko*

Sondaze OBP

OPINIE CZYTELNIKÓW
O CENACH DZIENNIKÓW

W dyskusjach toczących się w środowisku ludzi zajmujących się zawodowo prasą często podejmowany był problem: czy lepiej jest, gdy czytelnik ma do wyboru kilka dzienników lokalnych czy też gdy ukazuje się ich mniej, ale w zwiększonej objętości? Przedstawiamy zatem zestawienia rzucające jakieś światło na tę sprawę. Jaka jest w odniesieniu do tych zagadnień opinia społeczeństwa? Opierając się na danych przedstawionych w tabeli, możemy wysunąć wniosek, że bez wątplenia ludzie wolą dzienniki obszerniejsze, nawet gdy związane to jest z podniesieniem ceny pisma. Natomiast na podstawie zestawienia nie można z pewnością stwierdzić, że aprobuja przyrost objętości kosztem zmniejszenia ilości tytułów. Dla celów metodologicznych pytanie dotyczące tej kwestii sformułowane było w dwu różnych ujęciach. Rozkład odpowiedzi przy tych ujęciach prowadzi do diametralnie różnych wniosków i stanowi doskonały przykład zależności wyników od stosowanego narzędzia badawczego. Przez to stanowi przestrożę dla ludzi korzystających np. z wyników ankiety prasowej przed zbyt pochopną i powierzchowną interpretacją odpowiedzi ankietowanych. Bliższa analiza skłania do wniosków, że w tym przypadku na rozbieżność wyników wpłynęła skłonność ludzi do „zgadzania się”. Prawie 60% badanych, którzy przy pierwszym ujęciu zaaprobowali model wielotytułowy — przy następnym zgodziło się automatycznie z twierdzeniem przeciwnym. Bardziej konsekwentne były natomiast te osoby, które nie zgodziły się za pierwszym razem z tezą, że lepiej jest, gdy na terenie miasta czy województwa ukazuje się więcej dzienników lokalnych. Przy innym ujęciu potwierdziło swe stanowisko ponad 80%. Wydaje się również, że na różnice wpłynęły i inne czynniki: kolejność pytań, rodzaj zastosowanej argumentacji przy ocenianym stwierdzeniu, sformułowanie stwierdzenia itp. Uwagi te osłabiają zarazem wniosek o generalnej aprobacie podniesienia ceny dzienników w związku ze wzrostem objętości.

Jakie jednak wnioski pozytywne płyną z obu ujęć? Większość ludzi (ok. 60%) nie ma wykrystalizowanej opinii na ten temat (odpowiedzi sprzeczne lub stwierdzenie braku zdania). Raczej aprobowany jest model wielotytułowy

(zaaprobowało go w obu ujęciach ok. 27% badanych, natomiast 13% wyraziło dezaprobatę).

Przedstawiany materiał oparty jest na wynikach badań nad rolą społeczną dzienników wojewódzkich; sondaż przeprowadzono w 1973 r. w woj. krakowskim i wrocławskim na próbie udziałowej mieszkańców w wieku powyżej 17 lat. Informacje zbierali społeczni ankieterzy. Badania zrealizował i opracował Zbigniew Bajka, zaś autorem koncepcji badań oraz ankiety zawierającej te kontrowersyjne pytania był niżej podpisany.

Henryk Siwek

Opinie na temat ceny dzienników oraz potrzeby wydawania kilku gazet codziennych

Pytania	Odpowiedzi	woj. krakowskie N = 735	woj. wrocławskie N = 603
Przedstawiamy Panu(i) szereg opinii. Prosimy określić, z którą z nich się Pan(i) zgadza, a z którą nie:			
— Warto kupować dzienniki, które mają więcej stron, mimo że kosztują nie 50 gr ale złotówkę	— zgadzam się — nie zgadzam się — brak zdania	60 15 25	60 14 26
— Lepiej gdy na terenie miasta czy województwa ukazują się więcej dzienników lokalnych. Różnią się one między sobą i czytelnik ma możliwość wyboru	— zgadzam się — nie zgadzam się — brak zdania	55 22 23	52 22 26
— Nie jest słuszną rzeczą wydawanie 3 różnych dzienników lokalnych w jednym województwie, mieście. Nie różnią się one między sobą i lepiej by było, gdyby ukazywało się ich mniej ale o większej objętości	— zgadzam się — nie zgadzam się — brak zdania	43 29 28	46 23 31

POTRZEBY CZYTELNICZE ODBIORCÓW PRASY CODZIENNEJ

W poprzednich numerach *Zeszytów* przedstawiliśmy w „Sondażach” m. in. zasięg czytelnictwa dzienników i czasopism w Polsce i poszczególnych województwach, ocenę prasy, radia i telewizji przez odbiorców oraz strukturę czytelników czasopism ze względu na poziom zamożności.

Obecnie przekazujemy informacje dotyczące potrzeb czytelniczych w zakresie tematyki i typu wiadomości zamieszczanych w dziennikach. Zestawienia opracowano w oparciu o wyniki badań ankietowych w województwach krakowskim i wrocławskim w czerwcu 1973.

Dokonując porównania tych wyników z uzyskanymi w wielu poprzednich badaniach należy stwierdzić, że potrzeby czytelnicze odbiorców prasy w większości województw są podobne. Dlatego — mimo iż przedstawione tabele ograniczają się do dwóch województw — zawarte w nich dane można z całą pewnością odnieść do większości województw w naszym kraju. Również w obu badanych województwach (różniących się przecież pod wieloma względami, chociażby poziomem czytelnictwa) potrzeby czytelnicze są bardzo podobne.

Zbigniew Bajka

Tabela 1: Preferencje rodzajowe

Typ artykułów i wiadomości	krakowskie (%) N = 735	wrocławskie (%) N = 603
1 — wiadomości krótkie, dające wiedzę o tym, co najważniejsze	44	42
2 — wiadomości obszerniejsze, szczegółowo wyjaśniające dlaczego coś się wydarzyło, zawierające komentarz	24	27
3 — pozycje rozrywkowe, dające możliwość odpoczynku	10	15
4 — wiadomości praktyczne, pomagające w sprawach życiowych, w planowaniu rozrywek itp.	17	22

Uwaga: W obu tabelach suma \neq 100% ze względu na możliwość kilku wskazań.

Tabela 2: Zainteresowania tematyczne

Tematyka	krakow- skie (%) N = 735	wrocław- skie (%) N = 603
1 — krajowa i zagraniczna działalność różnych rządów, partii politycznych na świecie, działania wojenne, przewroty, walka narodowo-wyzwolenicza	35	33
2 — sport i turystyka	31	36
3 — sprawy kultury i sztuki	21	23
4 — zatrudnienie, płace, zarobki	33	34
5 — sprawy nauki, oświaty, wychowania młodzieży	36	37
6 — sprawy budownictwa mieszkaniowego, komunikacji, usług, handlu, przemysłu spożywczego, służby zdrowia	34	37
7 — porady dotyczące np. mody, mieszkania, samochodu, porady prawne	26	29
8 — sprawy światopoglądu, ideologii, religii	22	18
9 — listy czytelników, odpowiedzi redakcji	35	42
10 — rozrywki umysłowe, humor	38	37
11 — zwyczaje i obyczaje ludzi w Polsce i na świecie, ich sposoby życia, poglądy, życie prywatne	34	35
12 — sprawy wsi, rolnictwa	20	19
13 — ogłoszenia drobne, reklamy	10	9
14 — powieści w odcinkach, opowiadania	26	23
15 — kalendarze imprez, program kin, teatrów, telewizji	24	22
16 — działalność PZPR i stronnictw politycznych w kraju, praca organizacji młodzieżowych	11	13
17 — gospodarka kraju, praca zakładów przemysłowych, instytucji	18	19
18 — kradzieże, wypadki, przestępstwa	43	39
19 — inne artykuły i informacje	10	16

MATERIAŁY DO SŁOWNIKA PUBLICYSTÓW I DZIENNIKARZY POLSKICH*)

GNIEWOSZ JAN NEPOMUCEN (1826—1892)

Rodem z Radomskiego, pochodzenia ziemiańskiego, ukończył gimnazjum w Poznaniu, student uniwersytetu wrocławskiego, więzień Moabitu, żołnierz w 1848 i 1863 r., emigrant we Francji i Szwajcarii, pionier przemysłu naftowego w Galicji. Założył we Lwowie w 1878 tygodnik dla obrony spraw ekonomiczno-społecznych *Strażnica*, który zaraz w następnym roku przemianował na *Strażnicę Polską* (był to dwutygodnik polityczny i ekonomiczno-społeczny, wychodził do 20 V 1886). Równoległe wydawał analogiczny dwutygodnik *Sztandar Polski* (do 18 I 1885). Pisma te wykrywały nadużycia w różnych instytucjach i karcily wybryki wpływowych osób, czym redaktor przysporzył sobie wielu wrogów. Sam przyznawał, że w mieście uważają go za „naczelnika rewolwerowej prasy” i uważał „jawność druku za nowożytny rewolwer przeciw podłościom życia publicznego”. Kiedy w warszawskiej *Gazecie Polskiej* przedstawiono Gniewosza ujemnie, wybrał się do niego w odwiedzin redaktor *Przeglądu Tygodniowego* A. Wiślicki i ogłosił wywiad z nim. Scharakteryzował go jako typ zagonowego szlachcica z XVIII w., ścigającego skandale i skandalistów w obronie dobra powszechnego, bez tykania brudów prywatnych. Wywiad Wiślickiego próbował rehabilitować Gniewosza. Gwałtownymi wystąpieniami ściągnął on na siebie procesy prasowe i konfiskaty. Drobnomieszczański radykał, ubiegał się o popularność wśród robotników. Weredyk, nie gardził demagogią, potrafił np. Tadeusza Romanowicza zaatakować afiszami jako „wyskok błagi i oszczerstwa dziennikarskiego” (1883). Lam przezywał go „Jan Bałamucen z Obołgowa Gębosz” (podpisywał się zawsze „Oleksowa”). Człowiek niepokoju i walki, nigdzie długo miejsca nie zagrzał, pióro miał zaczepne, cierpkie, zgryźliwe. W pismach swych drukował obszerne fragmenty pamiętników z pobytu w Poznańskiem. 19 razy cytował je Maliszewski i wysoko stawiał Wasylewski. Współcześni lekceważyli Gniewosza, który był nieposzlakowanym patriotą i postępowym publicystą o czystych intencjach, dziwnie jednak niefortunnym we wszystkich poczynaniach. Sewer ośmieszył go w swej powieści

*) Biogramy zamieszczane w *Zeszytach Prasoznawczych* czerpiemy z materiałów opracowanych w OBP w latach 1958—1959, przekazanych Ośrodkowi przez IBL oraz nadesłanych przez osoby postronne. Zestawy ogłaszane w poszczególnych numerach naszego pisma mają układ chronologiczny. Indeks alfabetyczny do całości tych materiałów biograficznych wydrukujemy po zakończeniu ich publikacji.

„Nafta” (Kanty Prawdzic z Prawdówki). Gniewosz redagował i wydawał pierwsze w Polsce czasopismo naftowe: *Przegląd Górniczy, Techniczny i Przemysłowy* (1889). Zmarł w Krośnie 9 IX 1892.

Pośmiertne wspomnienia i przemówienia nad grobem śp. J. N. z Oleksowa Gniewosza (Krosno 1892); E. Haecker: *Historia socjalizmu w Galicji i na Śląsku Cieszyńskim*. Kraków 1933, s. 268—269; K. Chłędowski: *Pamiętniki I*, s. 295—296; *Przegląd Tygodniowy* 1881 nr 28; E. Maliszewski: *Bibliografia pamiętników polskich i Polski dotyczących*; S. Wasylewski: *Zapomniany pamiętnikarz Wielkopolski* (Poznań 1931); PSB (art. M. Tyrowicza).

Czesław Lechicki

WIERZEJSKI JÓZEF (1860—1925)

Z wykształcenia prawnik, z zawodu urzędnik magistratu w Stanisławowie, ostatecznie jego dyrektor, czynny poza tym w życiu społecznym rodzinnego miasta. Jako emeryt przeniósł się do Bydgoszczy, gdzie zmarł 25 I 1925. Był wybitnym przedstawicielem prowincjonalnego dziennikarstwa galicyjskiego, traktowanego z zamiłowaniem jako służba społeczna, najczęściej bezinteresownie, po amatorsku. Poza korespondencjami w dziennikach lwowskich, przez trzydzieści dwa lata (z przerwą w latach 1890—1894) współredaktor, a potem naczelny redaktor (do 1918) tygodnika *Kurier Stanisławowski*, czołowego organu prowincjonalnego w Galicji wschodniej, który wychodził — z krótką przerwą w 1919 — od 1887 do 1939. Jemu przede wszystkim, po trosze z inspiracji Agatona Gillera, zawdzięczał *Kurier Stanisławowski* swoje powstanie, wysoki poziom redakcyjny i nieprzerwany ciąg wydawniczy. Aż do 1905 *Kurier Stanisławowski* był za redakcji Wierzejskiego organem polskiej demokracji spod znaku Romanowicza i Rutowskiego, później przeszedł do ND i służył temu stronnictwu, aż do wybuchu pierwszej wojny światowej, podobnie jak jego naczelny redaktor.

Kurier Stanisławowski 1925 nr 236, nekrolog; Józef Zieliński: *Z dziejów prasy stanisławowskiej*. Ibidem 1929, nr 441—464.

Józef Zieliński

CIECHOWSKI WACŁAW MARIAN (1867—1938?), pseud. Ligowski, W. Lelum

Urodził się w Płocku 7 IX 1867, gdzie uczył się w gimnazjum, którego jednak nie skończył. Zapisał się jako wolny słuchacz na Uniwersytet Warszawski, wyjechał w głąb Rosji i w Nowogrodzie Siewierskim zdał maturę w 1887. Studiował przez trzy lata medycynę w Kijowie. W 1892 w związku z pobytem w Płocku został aresztowany. Po wyjściu z X Pawilonu rzucił studia medyczne, ukończył prawo. Z Kijowa i Płocka zasilął *Głos* korespondencjami (1891—1894). Ok. 1900 znalazł się w Moskwie, gdzie przez rok pracował w dzienniku *Russkij Listok*. Z Moskwy udał się do Petersburga, gdzie zasilął *Kraj Piltza*. W latach 1907—1918 redagował tzw. drugie wydanie *Birżowych Wiedomości*, a w 1909 założył i redagował tygodnik *Dziennik Petersburski*. W prasie rosyjskiej prowadził dział polski. W czasie krótkotrwałego pobytu w Warszawie założył wg własnych oświadczeń *Gazetę Poranną 2 grosze* (1912). Brał czynny udział w życiu Polonii petersburskiej, a w czasie wojny opiekował się uchodźcami, za Kiereńskiego redagował pismo *Polskie Siły Zbrojne*, organ Naczelnego Komitetu Wojskowego. Do kraju wrócił w 1917 lub na początku 1918. W latach dwudziestych redagował w Warszawie dwa pisma w języku ro-

syjskim *Warszawskij Listok i Warszawskie Otkliki*. Propagował w nich zbliżenie gospodarcze ze Związkiem Radzieckim i z tego powodu spotkały go zarzuty przekupstwa postawione przez A. Niemojewskiego. Zarzuty te powtarzała *Gazeta Warszawska*, na co Ciechowski przekonywająco replikował. Musiał przebywać na zapadłej prowincji, bo w 1931 r. pisał, że nie ma możliwości korzystania z bibliotek. Wkrótce potem wrócił do Płocka, współpracował w *Dzienniku Płockim* 1931—1935, gdzie drukował pamiętniki. W 1935 podjął nieudaną próbę utrzymania *Dziennika Płockiego*, podpisując pismo jako redaktor. Do niepowodzenia dziennika przyczynił się konflikt z Klubem Artystycznym Płockim. W polemikach z prezesem Klubu Majznerem używał pseudonimu Lelum, jego zaś przeciwnik Polelum. Poza tym używał w różnej formie inicjałów imienia i nazwiska oraz ich skrótów. Jest autorem licznych większych prac drukowanych w językach polskim i rosyjskim, m. in. książki: „Kijów i jego pamiątki” (Kijów 1901) i „Manru” (tamże 1902). W 1907 wydał anonimowo dzieło o stosunkach prawno-państwowych Polski z Imperium rosyjskim, przypisywane niesłusznie F. Nowodworskiemu oraz w języku rosyjskim książkę o sprawach politycznych, z której korzystali urzędnicy Ochrony i działacze polityczni, wydaną w paru nakładach. Zajmował się historią prasy. Jest autorem szkicu o czasopiśmie polskich na Ukrainie (*Dziennik Kijowski* 1906 nr 1, 2, 4, 6, 7), o czasopiśmie polskich w Petersburgu (*Kraj* 1908) i o czasopiśmie polskich na Litwie (*Kwartalnik Litewski* 1910). Po 1935 odbył się jego jubileusz prasowy w Milanówku, dalszy los Ciechowskiego nie jest znany. Zmarł prawdopodobnie przed drugą wojną światową.

W. C i e c h o w s k i: Gimnazjum płockie i Płock. *Dziennik Płocki* 1931, od nru 37 i nast.; W. C i e c h o w s k i: Do redakcji *Gazety Warszawskiej*. *Dziennik Płocki* z 12 VII 1932, nr 156 s. 2—3.

Czesław Gutry

SZARLITT BERNARD LEON (1877—1946)

Rodem z Tarnopola, ur. 15 II. Studiował filozofię na uniwersytecie w Berlinie, potem prawo w Wiedniu. Wstąpił do służby państwowej w wiedeńskim Ministerstwie Finansów i został przydzielony do biura prasowego. Karierę urzędniczą zawdzięczał ministrowi L. Bilińskiemu, którego był ulubieńcem. Dosłużył się emerytury jako radca ministerialny i szef biura prasowego. Przed pierwszą wojną światową był stałym współpracownikiem pisma *Die Zeit*, członkiem Tow. Literatów i Dziennikarzy „Concordia” w Wiedniu i wiedeńskim korespondentem *Nowej Reformy*. W 1919 wraz z Bilińskim przeniósł się z Wiednia do Warszawy, gdzie należał do stałych współpracowników *Naokoło Świata* (1924). Został korespondentem warszawskim *Neue Freie Presse* i dobrze informował o politycznym, gospodarczym i kulturalnym życiu Polski w okresie powojennym. Zasłużył się tłumaczeniami na niemiecki Fredry, Wyspiańskiego, Zapolskiej, Tetmajera i wyborem 165 listów Chopina (1911) oraz książką „Chopin” (Leipzig 1919). Zwrócił na siebie uwagę szczególnie rozprawką „Polskość Nietzschego i jego filozofii” (1930), która z miejsca wywołała silny i merytorycznie zupełnie uzasadniony sprzeciw P. Hulki-Laskowskiego w *Wiadomościach Literackich* (nr 347). Artykuły i felietony ogłaszał w *Tygodniku Ilustrowanym* i *Kurierze Warszawskim*. Mimo pewnych ambicji literackich trzeba go zaliczyć raczej do publicystów niż do literatów (literatem był niewątpliwie tylko jako tłumacz). W każdym razie jego ilościowo dość

pokażny dorobek książkowy należy do pogranicza publicystyki i literatury. Wydał dwutomowe „Wspomnienia i dokumenty” L. Bilińskiego, napisane okropną polszczyzną, jakby żywcem tłumaczone z niemieckiego. Był też powołany do rewizji językowej manuskryptu Bilińskiego i przez fałszywy pietyzm dla spuścizny swego protektora nie dopilnował nawet korekty stylistycznej. Zmarł 3 XII 1946 w Krakowie.

S. L o z a : Czy wiesz kto to jest? (1937); Nekrolog w *Rzeczypospolitej* 1946, nr 335.

Czesław Lechicki

WIEWIÓRSKI JERZY TEOFIL (1884—1956)

Syn Jakuba, powstańca 1863 roku i Marii Antoniny z Dzierżanowskich, urodził się w Warszawie 6 II. Kształcił się w V gimnazjum rządowym, z którego musiał wystąpić i przeniósł się do gimnazjum w Carskim Siole pod Petersburgiem; ukończył je ze złotym medalem i specjalnym wyróżnieniem, dzięki czemu bez egzaminu konkursowego został przyjęty do Politechniki petersburskiej na wydział elektromechaniczny. Brał żywy udział w życiu studentów polskich, przewodniczył akademickiemu Związkiowi Młodzieży Niepodległościowo-Postępowej, był jednym z organizatorów zjazdu w Zakopanem w 1910. Aresztowany w Petersburgu pod zarzutem zdrady stanu, przesiedział pół roku w więzieniu śledczym, z którego zwolniono go za wysoką kaucją i jednocześnie wydalono z Politechniki. Na próżno starał się o przyjęcie na wydział prawny Uniwersytetu w Dorpacie, wobec czego wrócił do Warszawy i poświęcił się dziennikarstwu. Pracował w *Nowej Gazecie* z początku jako korektor, potem w *Gońcu Porannym i Wieczornym*. Wzięty do wojska po wybuchu I wojny światowej organizował polskie formacje wojskowe na froncie rumuńskim, w Mińsku Litewskim, wreszcie w Odessie, gdzie założył tygodnik *Wyzwolenie*. Po wojnie krótko redagował *Dziennik Poznański* (1919—1920). Po powrocie do Warszawy pracował jako referent prasowy w Ministerstwie Oświaty, później w Agencji Wschodniej. Od 1922 został sekretarzem redakcji *Kuriera Porannego* i na tym stanowisku pozostawał do 1939. Podczas okupacji pracował w prasie podziemnej i należał do kierownictwa ruchu oporu dziennikarzy, jako ostatni prezes Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich. W latach 1945—1947 pracował w redakcji *Gazety Ludowej*, a w latach 1950—56 prowadził w *Życiu Warszawy* dział korespondencji i odpowiedzi na listy. Umarł 21 VII 1956. Odznaczony był Orderem Odrodzenia Polski.

Wiadomości od żony i ze wspomnień własnych.

Witold Giełżyński

THEN ALEKSANDER (1892—1958)

Urodzony 4 VIII w Wieliczce. Studiował na Uniwersytecie Lwowskim, a następnie w Paryżu. Bezpartyjny demokrat. W latach 1924—1939 był członkiem Syndykatu Dziennikarzy w Warszawie, Oddziału w Paryżu, 1930—1939 jednocześnie członkiem indywidualnym Fédération Internationale des Journalistes. Od 1919 do 1923 pisywał doraźnie w różnych pismach lwowskich. W 1923 wyjechał do Paryża i pracował tam w polskiej prasie emigracyjnej. W okresie 1925—1927 był naczelnym redaktorem bezpartyjnego tygodnika *Narodowiec*, a w 1928 — *Kuriera Polskiego* w Paryżu. Od 1929—1934 był paryskim kore-

spodentem Polskiej Agencji Publicystycznej w Warszawie i jednocześnie korespondentem *Czasu*. Lata 1935—1936 spędził w Berlinie jako korespondent PAP, *Polski Zbrojnej* w Warszawie i *Journal Industrial* w Paryżu; zasilał również artykułami wydawnictwa Światowego Związku Polaków za Granicą. W 1937 osiedlił się w Czerniowcach (Bukowina) i do września 1939 był ostatnim naczelnym redaktorem *Kuriera Polskiego*, organu Związku Polaków w Rumunii. W 1941 opuścił Rumunię, udając się do Stambułu, skąd po krótkim pobycie wyjechał do Palestyny i mieszkał do końca 1945 w Jerozolimie. Przez okres wojny wysyłał z miejsc swego pobytu korespondencje do różnych czasopism zagranicznych na temat sytuacji międzynarodowej oraz zagadnień miejscowych. W 1946 wrócił do Polski i od października 1946 do czerwca 1951 był redaktorem politycznym *Kuriera Codziennego* w Warszawie. Od lipca 1951 do końca 1956 był sekretarzem redakcji Wydawnictw Komunikacyjnych oraz tygodnika *Radioamator*. Z powodu choroby opuścił te stanowiska, pracował jednak prawie cały rok 1957 w serwisie prasowym Towarzystwa Łączności z Wychodźstwem Polonia. Dziennikarz i publicysta z zamiłowania i powołania, bystry obserwator i znawca zagadnień międzynarodowych, wyspecjalizował się w problemach związanych z emigracją i wychodźstwem polskim i należał do najlepszych znawców tych zagadnień. Zmarł 22 I 1958 w Warszawie.

Prasa Polska 1958 nr 2; Archiwum Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich; wspomnienia osobiste.

Stanisław Garztecki

Wybór i redakcja biogramów:
CZESŁAW LECHICKI

KORESPONDENCJA

NOTA DO ŻYCIORYSU KAZIMIERZA PURWINA

W numerze 3/41 *Zeszytów Prasoznawczych* z 1969 r. Zdzisław Wójtowicz opublikował „Przyczynek do historii prasy kieleckiej 1944”. W artykule tym pierwszy redaktor naczelny *Ziemi Kieleckiej* przedstawił początek prasy na przyczółku sandomierskim, poświęcając szczególną uwagę osobie i działalności red. Kazimierza Banasia-Purwina.

Ponieważ Kazimierz Purwin wywodził się z Częstochowy i w mieście tym prowadził w okresie międzywojennym *Słowo Częstochowskie*, ogłoszenie wspomnień o nim w *Zeszytach Prasoznawczych* zasygnalizowałem w miejscowym magazynie społeczno-kulturalnym *Nad Wartą* w n-rze 12/142 z grudnia 1969 r.

W związku z owym wystąpieniem sprzed czterech lat zwrócił się do mnie znany w Częstochowie działacz kultury, prof. Władysław Leszczyński i udostępnił mi korespondencję z Kazimierzem Purwinem z ostatnich lat jego życia.

Teczka z pismami K. Banasia-Purwina zawiera 30 pozycji, w większości listy, bezpośrednio kierowane do prof. W. Leszczyńskiego; poza tym utwory literackie — „zołgane gadki” i wycinki z gazet.

Zbrane materiały ukazują ostatnią fazę życia K. Banasia-Purwina na Wybrzeżu — od chwili, gdy przybył tam w r. 1945 jako pełnomocnik ministra administracji publicznej na Województwo Pomorskie i Gdańskie — aż do śmierci, 5 listopada 1952.

Przebywając na Wybrzeżu K. Purwin działał w Zjednoczeniu Polskich Zespołów Śpiewaczych i Muzycznych, gdzie był okresowo prezesem oddziału, a następnie członkiem Prezydium Rady Naczelnej organizacji. W związku z tym w korespondencji swej pisze zwłaszcza o reaktywowanym w Trójmieście życiu artystycznym; ale mówi także o sprawach o znaczeniu szerszym, ogólnokrajowym, znał bowiem wielu wybitnych kompozytorów oraz działaczy kultury owej doby i utrzymywał z nimi kontakty.

W listach swych niejednokrotnie wraca do przeszłości, do lat dziennikarskiej pracy, i przypomina fakty z częstochowskiego podwórka (nie zawsze budujące).

Sterany życiem, które nie szczędziło mu klód, okupacją i walką w Batalionach Chłopskich, na domiar w ostatnich latach morzony nieuleczalną chorobą — nie upadał na duchu. Z wiarą w sprawiedliwość i uczciwość raz po raz podejmował walkę z otaczającym go złem, nieraz bezskutecznie, na co żali się w korespondencji do W. Leszczyńskiego.

(Korespondencja Kazimierza Banasia-Purwina jest w dyspozycji prof. Władysława Leszczyńskiego — Częstochowa, ul. Kopernika 13.)

Częstochowa, 8 XI 1973 r.

Stawomir Folfasiński

ZBIGNIEW KLEJN

PRASA I DZIENNIKARSTWO W RUMUNII

(Korespondencja własna)

Rumuńskie kioski gazetowe sprawiają przyjemne wrażenie. Kolorowe czasopisma, wyróżniające się bardzo dobrą techniką poligraficzną, przyciągają wzrok od rana do wieczora. Tylko dzienniki są tu krótkotrwałym gościem. Najpierw znika *Romania Libera*, wkrótce potem *Scintea*, a w późniejszych godzinach rannych nie ma już żadnej innej codziennej gazety. Co prawda, rano i po południu „konkurencję” kioskom tworzą ustawione ad hoc prowizoryczne stoiska sprzedawców dzienników. Skądinąd wiadomo, że znaczna część nakładu rozchodzi się w prenumeracie. Tak np. 2/3 nakładu *Scintei* omija zupełnie sprzedaż uliczną. Wszystko to świadczy o poważnym, nie zaspokojonym popycie na prasę codzienną. Jednorazowy nakład gazet na 1000 mieszkańców jest w Rumunii najniższy spośród wszystkich krajów socjalistycznych w Europie.

DZIENNIKI. W Rumunii ukazuje się (dane z r. 1972) 741 tytułów prasowych. Ich jednorazowy nakład wynosi 11,8 mln egz. Największe nakłady mają dzienniki stołeczne. Centralny organ KC Rumuńskiej Partii Komunistycznej, *Scintea*, bije ponad 900 tys. egz., niekiedy nawet zbliżając się do miliona. Posiada on osobne wydanie dla Bukaresztu oraz drugie — na prowincję. Gazeta zatrudnia najliczniejszy zespół spośród wszystkich redakcji rumuńskich — 250 osób, z których połowa to dziennikarze piszący. *Scintea* (i masowy *Sportul*), w odróżnieniu od pozostałych dzienników, wychodzi 7 razy w tygodniu, jej objętość wynosi przeważnie 6 kolumn. Pismo przynosi rocznie ok. 24 mln lei dochodu i to głównie ze sprzedaży, ogłoszenia bowiem, zresztą nieliczne i przeważnie o charakterze oficjalnym, partycypują w tym w niecałych 10%. Pewien zysk przynosi także doroczny Almanach (rodzaj naszego „Kalendarza Robotniczego”). Na dochody pisma w jakimś stopniu wpływa zapewne także cennik poligraficzny, drukarnia bowiem pokrywa straty na druku gazet sporym zyskiem z innych rodzajów druków (książki, albumy, pocztówki).

Bardzo popularny organ Frontu Jedności Socjalistycznej, dziennik *Romania Libera*, zamieszczający podobnie jak nasze *Życie Warszawy* liczne ogłoszenia drobne, ma obecnie nakład 450 tys. egz. Pismo mogłoby podnieść znacznie ten nakład, na przeszkodzie stoi jednak brak papieru. Wydanie tygodniowe tego dziennika pn. *Magazinul* wychodzi w 600 tys. egzemplarzy.

Trzecim pod względem wielkości dziennikiem jest organ młodzieżowy *Scintea Tineretului* — 350 tys. egz. Popołudniówka *Informatia Bucurestiului*, operująca krótkimi formami, choć treściowo nader bogata i urozmaicona, sprzedawana jest tylko w stolicy i najbliższych jej okolicach. Nakład — 300 tys. egz. wyczerpuje się niemal błyskawicznie, co tym bardziej nie dziwi, jeśli się pamięta, że Bukareszt ma o 25% więcej ludności niż Warszawa. Dzienniki dla wsi *Satul Socialist* (Wieś Socjalistyczna) i organ związków zawodowych *Munca* (Praca) mają zbliżone nakłady, 175 tys. i 170 tys. egz. Ponadto w stolicy ukazuje się dziennik w języku węgierskim *Előre* (ponad 100 tys. egz.) i w języku niemieckim *Neuer Weg* (ok. 80 tys. egz.).

W każdym z 39 okręgów wychodzi dziennik lokalny, będący organem Komitetu Okręgowego RPK i Okręgowej Rady Narodowej, ponadto w niektórych z nich ukazują się też dzienniki w języku węgierskim (8) i niemieckim (1). Nakłady są niewielkie — 25—65 tys. egz.; największy, dochodzący do 70 tys. egz. ma *Flammra Prahovei*, ukazujący się w dużym ośrodku przemysłowym Ploeszti.

Jakie jest oblicze codziennej prasy rumuńskiej? Najwięcej miejsca poświęca ona sprawom wewnętrznym — ekonomice, problemom społecznym i kulturalnym. Szczególnie te ostatnie zwracają uwagę, skoro zajmują kilka razy w tygodniu całą kolumnę. Przemówienia przywódców partii i państwa drukowane są w całości we wszystkich gazetach centralnych (nieraz i w okręgowych), a ich podróże krajowe i zagraniczne relacjonowane są bardzo obszernie. Sprawom zagranicznym poświęca się zazwyczaj ostatnią — nie zawsze całą — kolumnę. Mocną stroną prasy rumuńskiej jest żywa więź z czytelnikami. Wyraża się ona w drukowaniu wielu listów, a także w szerokim zazwyczaj udziale czytelników w omawianiu projektów nowych ustaw czy innych przedsięwzięć o charakterze ogólnonarodowym.

CZASOPISMA. Z periodyków rekordy bije *Radio TV*, publikujący programy — 1 mln egz., oraz — również tygodnik — organ toto-lotka. Nakłady pozostałych pism nie są wysokie. Tak np. poświęcony problemom międzynarodowym tygodnik Związku Dziennikarzy Rumuńskich *Lumea* (Świat) osiąga 80 tys. egz., czołowy tygodnik społeczno-polityczno-kulturalny *Contemporanul* — 65 tys. egz. Trzeba tu jednak dodać, że Rada Kultury i Wychowania Socjalistycznego wydaje ogółem 16 czasopism kulturalnych, a także, że w większości okręgów ukazuje się co najmniej jeden, a często i kilka (w językach mniejszości narodowych) takich tygodników. Dużą popularnością cieszą się pisma kobiece *Femeia* (Kobieta) i *Sateanca* (Chłopka). Interesującą cechą periodycznej prasy rumuńskiej jest przetrwanie szeregu starych tytułów, jak wydawana w Braszowie od 1890 r. *Astra*, liczący już 76 lat tygodnik dla wsi *Albina* (Pszczółka), czy również pochodzący z XIX w. miesięcznik *Familia* z Oradea.

Ponad 90% ogólnego nakładu gazet i czasopism (jak i 70% beletrystyki) drukuje się w jednej drukarni — nowoczesnym kombinacie poligraficznym „Scintea” w Bukareszcie, dysponującym wszelkiego rodzaju techniką drukarską.

KWALIFIKACJE DZIENNIKARZY. Olbrzymia część spośród ok. 3500 dziennikarzy (+900 stażystów) skoncentrowana jest w stolicy. Każdy dziennikarz musi posiadać (wymaga tego ustawa) wykształcenie wyższe. Istnieje kilka form (poza studiami dziennikarskimi) zasilania kadr redakcyjnych. Tak więc redakcje same wyszukują chętnych wśród studentów ekonomii, filozofii, kierunków technicznych i rolniczych, proponując im luźną współpracę. W czasie wakacji zazwyczaj spędzają oni jeden miesiąc na praktyce redakcyjnej. W konsekwencji redakcje wybierają co roku spośród 10 upatrzonych kandydatów 1—2 osoby i występują o nie do komisji przydziału pracy dla absolwentów.

Próbuje się także przyciągać ludzi bezpośrednio zatrudnionych w produkcji, którzy dali się poznać jako korespondenci zakładowi. Są to jednak stosunkowo rzadkie wypadki, zdolny bowiem i inteligentny specjalista rzadko gotów jest zrezygnować ze swego dotychczasowego zawodu. Co prawda, od kilku lat istnieje uchwała Rady Ministrów zaliczająca prasę do priorytetowych gałęzi gospodarki społecznej, a co za tym idzie — dająca jej uprawnienia ściągania kadr z innych dziedzin. Zazwyczaj jednak konieczna jest jeszcze pomoc komitetów partyjnych, by naprawdę wartościowi ludzie trafili za biurko redakcyjne.

Nowego adepta dziennikarstwa obowiązuje rok (czasem i dwa lata) stażu redakcyjnego oraz poddanie się egzaminowi przed specjalną komisją Związku Dziennikarzy Rumuńskich. Czasem wystarczą jego prace, nadesłane przez redakcję, które kandydat może uzupełnić o publikacje w innych czasopismach, lub nawet z własnej gazety, jeśli nie zostały one dołączone z powodu znacznej adiustacji. Niekiedy konieczny jest jeszcze dodatkowy egzamin piśmienny. Komisja wydaje decyzję po rozmowie z kandydatem (trwa ona nieraz 2—3 godziny), a także po konsultacji z naczelnym redaktorem lub kierownikiem stażu w redakcji.

Wszystkich dziennikarzy obejmuje szkolenie zawodowe. Istnieje ono w rozmaitych formach — począwszy od 1—2 tygodniowych kursów dla młodych dziennikarzy, czy sekretarzy redakcji, poprzez lokalne 6-miesięczne aż po jednoroczne szkolenie. Celem kursów jest specjalizacja w zawodzie. Stąd też np. na kursie całorocznym aż 60% wykładów poświęconych jest specyficznym problemom zawodu dziennikarskiego.

Odrębną formą szkolenia są wyjazdy zagraniczne na zasadzie stypendiów. Mają one na celu polepszenie znajomości języka obcego, poznanie warsztatu dziennikarskiego czy naukowego za granicą (np. na 8 miesięcy do Instytutu Prasy w USA), poznanie działalności lub nawet pracę w różnych redakcjach — do krajów socjalistycznych, Włoch (10 osób rocznie), Francji, Belgii. Nie obejmuje to regularnej wymiany międzyredakcyjnej, w ramach której wyjeżdża za granicę kilkaset osób rocznie.

PLACE, URLOPY, EMERYTURY. Dziennikarze rumuńscy znajdują się w bardzo wysokiej grupie ogólnopanstwowej siatki płac. W ramach tej grupy istnieją określone gradacje, wyrażające się kolejną 5%-ową różnicą w wysokości drugiej (poza bazową) części płacy. Co 3 lata następuje awans do wyższego stopnia. Oczywiście, są również dodatki funkcyjne. Przeciętna płaca dziennikarza w gazecie typu *Romania Libera* wynosi ponad 2 tys. lei, kierownik działu otrzymuje 3400 lei, najwyżej uposażony pracownik redakcji (z wyjątkiem naczelnego redaktora) — 4400 lei, stażysta rozpoczyna od 1400 lei.

Normy zachowały się tylko w prasie lokalnej. W stolicy upowszechniło się rozliczanie dziennikarzy z wykonania powierzonych im obowiązków. Stąd też

każda redakcja indywidualnie ustala te obowiązki, nieraz w skali jednego miesiąca. Oznacza to niekiedy zupełne zwolnienie dziennikarza od innych zadań, jeśli np. przeprowadza jakąś ankietę lub przygotowuje bardziej pracochłonny materiał. Honorarium dodatkowe przysługuje wtedy, gdy wykonał więcej niż od niego oczekiwano. Niewypełnienie obowiązków upoważnia naczelnego redaktora do potrącenia nawet 20% poborów. Jednakże zdarza się to rzadko; wypadki takie, jeśli nastąpiły z winy dziennikarza, są traktowane w prasie rumuńskiej bardzo surowo i — jak mi wiadomo — mogą się kończyć wypowiedzeniem pracy. Dodać tu wypada, że system norm okazał się niepraktyczny także i z innego względu: objętość gazet jest bardzo szczupła i do tego znaczna jej część zapełniana jest materiałami oficjalnymi.

Urlop dziennikarza zależy od stażu pracy i wynosi od 10 do 24 dni roboczych w roku. Obowiązujący wiek emerytalny — 62 lata — uważany jest za wysoki i rumuńskie środowisko dziennikarskie, powołując się m. in. na wyniki polskich badań o stanie zdrowia dziennikarzy, zabiega o zaliczenie swej profesji do kategorii zawodów uciążliwych dla zdrowia, co pozwoliłoby obniżyć granicę wieku oraz uzyskać korzystniejszą bazę dla obliczania wysokości emerytury.

ZWIĄZEK DZIENNIKARZY RUMUŃSKICH. Podobnie jak u nas członkostwo w tej organizacji nie jest obowiązkowe, stąd też ok. 500 dziennikarzy (łącznie z technicznymi pracownikami prasy) znajduje się poza tą organizacją, głównie na prowincji. Związek przejawia zresztą stosunkowo słabszą działalność w terenie, a w ponad 1/3 okręgów nie ma swych oddziałów. Składka członkowska jest jednolita i niewysoka — 10 lei miesięcznie. Dziennikarze rumuńscy twierdzą zresztą, że nie ten skromny wydatek powoduje powstrzymanie się od wstępowania do własnego związku na prowincji. Związek zajmuje się głównie sprawami socjalnymi (np. uregulowaniem problemu płac) oraz warsztatowymi. Ta ostatnia forma działalności w najbardziej sprzyjający sposób daje się zorganizować w stolicy. Tu odbywają się spotkania i konferencje prasowe z kierowniczymi osobistościami, tu też pracuje 5 klubów Związku: zagadnień międzynarodowych, techniki i nauki, ekonomiczny, kulturalny oraz fotoreportaży. Wysoką rangę mają nagrody ZDR: za publicystykę oraz za reportaży lub zbiór reportaży. W tym ostatnim wypadku I nagroda wynosi okazałą sumę 8000 lei i towarzyszy jej złoty medal, II i III nagroda pieniężna również połączone są z medalami srebrnym i brązowym.

Związek Dziennikarzy Rumuńskich jest organizacją zamkniętą, jego członkami mogą być tylko dziennikarze etatowo zatrudnieni w redakcjach. Wyjątki przewidziane są jedynie dla tych osób, które z redakcji odeszły do służby dyplomatycznej lub podjęły inne zajęcia związane z prasą. W nowym statucie sytuacja ma ulec zmianie. Komisja weryfikacyjna będzie orzekać o przyznaniu dożywotniego członkostwa, kierując się tylko faktem posiadania i uprawiania w swoim czasie zawodu dziennikarskiego. Wykluczenie ze Związku następowaloby w takim wypadku jedynie w razie popełnienia czynu nieetycznego. Podniesie to niewątpliwie rangę zawodu i przynależności do Związku Dziennikarzy Rumuńskich.

JACEK WÓDZ

PRASA BELGIJSKA

*(Kilka uwag dotyczących historii i stanu obecnego)**

Termin „prasa belgijska” jest bardzo wieloznaczny i wypada na samym wstępie go uściślić. Niepodległe państwo belgijskie powstało w 1830 roku, stąd wielu belgijskich badaczy rozpoczyna omawianie historii tutejszej prasy właśnie od tego okresu¹⁾. Wiadomo jednak, o czym jeszcze będzie mowa niżej, że prasa na terytorium dzisiejszej Belgii wychodziła już w XVII wieku, co — rzecz jasna — wymaga wzmianki²⁾. Z drugiej strony fakt, że terytorium Belgii jest zamieszkiwane przez dwie zupełnie odmienne grupy językowe (francuską i flamandzką) powoduje, że wielu badaczy, ze względów czysto językowych (znajomość języka) ogranicza się w swych badaniach do prasy francuskojęzycznej albo flamandzkojęzycznej. Wypada zresztą wspomnieć, że taka postawa nie jest wcale wielkim uchybieniem kanonom analizy naukowej, bowiem faktycznie i w historii i dzisiaj związki między prasą w jednym i drugim języku są minimalne, tak że może być mowa o dwu różnych względnie niezależnych zjawiskach.

Analizę prasy belgijskiej zacznijmy więc od roku 1830, zaznaczając, gdzie potrzeba, istnienie starszych pism. Jest to o tyle uzasadnione, że podstawa prawna istnienia prasy belgijskiej pochodzi właśnie z Konstytucji niepodległej Belgii (art. 18 Konstytucji mówi dosłownie: „Każdy ma prawo do publikowania prasy”). Warto z drugiej strony zaznaczyć, że następstwem powstania państwa było utworzenie wielkich partii politycznych, z czym z kolei związane było powstanie wielkiej prasy reprezentującej interesy tych partii. I tak w 1846 roku została założona partia liberalna, w 1860 roku partia katolicka, a w 1885 roku partia robotnicza.

Zaraz po rewolucji w 1830 roku w Belgii wychodziło 28 dzienników, których liczbę czytelników określa się szacunkowo na około 25 000. Okres od 1830 do

*) Autor winien jest serdeczne podziękowania dyrektorowi i personelowi Centre d'Etude des Techniques de Diffusion Collective — Institut de Sociologie-Université Libre de Bruxelles, w osobach G. Thoverona, J. M. Nobre-Correia, R. Dartevelle i A. Pluvinage-Paternostre za pomoc w zbieraniu materiału do niniejszego szkicu, liczne uwagi i wyjaśnienie wątpliwości jakie powstały w toku badań.

¹⁾ Tak np. Jean Gol: *Le monde de la presse en Belgique*, Bruxelles 1971 s. 17. Z publikacji tej pochodzi wiele danych dotyczących historii prasy belgijskiej.

²⁾ Pisze o tym Pierre Joye: *La presse et les trusts en Belgique*, Bruxelles 1958 s. 10 i n. Również w tej publikacji znaleźć można wiele danych dotyczących historii prasy belgijskiej.

1852 roku charakteryzuje się brakiem zaangażowania ideologicznego prasy, która wówczas spełniała przede wszystkim rolę informacyjną. Z prasy francuskojęzycznej o większym znaczeniu wychodziły wówczas: *Journal de Liège* założony w 1732 roku, *Gazette de Liège* założona w 1840 roku (w 1967 roku wchłonięta przez *La Libre Belgique*), *Le Courrier de l'Escaut* założony w 1829 roku przez Barthélemy Dumartier i *Journal de Charleroi* założony w 1837 roku.

Z prasy w języku flamandzkim, w 1844 roku powstaje *Vlaamsch België*, ale po kilku latach istnienia przeżywa kryzys i upada. W tym samym roku założony w Antwerpii *Het Handelsblad* istnieje do dzisiaj.

Warte wspomnienia jest, że co prawda nie jako dziennik, ale jako tygodnik wychodziło wówczas pismo, które należy do grona najstarszych na świecie. W 1667 roku powstał *Ghentsche Post-Tijdingen*, w 1728 roku przyjął nazwę *Gazette van Ghendt*, a w 1855 stał się dziennikiem.

Po roku 1852 polityczne życie Belgii zostało zdominowane przez rywalizację partii liberalnej i katolickiej. Z tej walki politycznej powstaje w 1855 roku dziennik wychodzący do dziś dnia — *La Meuse*. W 1874 roku istniało już 68 dzienników, 20 periodyków wychodzących dwa razy w tygodniu i 13 wychodzących trzy razy w tygodniu. Z prasy francuskojęzycznej powstaje w 1884 roku wychodząca do dziś *La Libre Belgique*. W 1885 roku powstaje organ partii robotniczej *Le Peuple*, w dwa lata później — wychodzący do dziś największy tu-tejszy dziennik francuskojęzyczny, *Le Soir*. Z tym dziennikiem związana jest cała historia jednego z najciekawszych przedsięwzięć w historii prasy światowej. W 1887 roku ukazuje się pierwszy numer *Le Soir* z podtytułem „*Gratuit*” (darmowy-gratisowy). Założycielem tego dziennika był Emil Rossel. Początek pisma był imponujący: od razu 60 000 egzemplarzy. W pierwszym numerze *Le Soir* zamieszcza następującą deklarację: „*Le Soir est sans couleur politique et absolument gratuit. Sans couleur politique il s'interdit de prendre position dans les luttes qui irritent et divisent. En observant une neutralité absolue il entend ne jamais blesser ni heurter l'opinion de personne*”. Jest to deklaracja absolutnej neutralności politycznej pisma i jego darmowego rozprowadzania. I faktycznie na początku istnienia *Le Soir* był rozdawany (przez wrzucanie do skrzynek na listy) w obrębie Brukseli i aglomeracji (tzw. *Communes Périphériques*) ale tylko dla osób mieszkających na parterze (wychodzenie na piętra w wyraźny sposób opóźniałoby, zdaniem redakcji, rozprowadzanie pisma). Osoby mieszkające wyżej musiały płacić 2 centymy za numer (60 miesięcznie). Pismo oprócz serwisu wiadomości zamieszczało przede wszystkim reklamy, co było głównym źródłem dochodu redakcji. Od 1898 roku wszyscy musieli już płacić 30 centymów miesięcznie. Pokrywało to, według deklaracji redakcji, wyłącznie koszty dystrybucji, podczas gdy pismo nadal pozostawało „darmowym”. Po I wojnie światowej w 1918 roku *Le Soir* sprzedawany był już po tych samych cenach co reszta pism. Ciekawe jest porównanie na przestrzeni lat nakładu tego dziennika.

Rok 1890	—	100 000 egz.
1914	—	180 000 egz.
1952	—	310 000 egz.
1956	—	305 041 egz.
1957	—	299 513 egz.
1967	—	278 444 egz.
1970	—	272 536 egz.

Daje to pewien obraz rozwoju, daje też pewną informację ogólną, dotyczącą spadku nakładu całej prasy belgijskiej w ostatnich latach, o czym zresztą będzie mowa niżej.

Wróćmy jednak do spraw odnoszących się do historii. Jak wygląda w okresie walki politycznej prasa w języku flamandzkim?

Jeżeli u samego zarania niepodległego państwa prasa flamandzka była wyraźnie słabsza od francuskojęzycznej, to po roku 1852 wydaje się nadrabiać te zaległości. Powstaje wówczas kilka ważnych dzienników. I tak w 1869 roku powstają dwa dzienniki katolickie *Het Volksblad* i *Gazet van Antwerpen*. W 1884 roku powstaje *Vooruit*, w 1885 *Het Nieuws van den Dag*, w 1888 *Het Laatste Nieuws*, a w 1891 *Het Volk*.

Okres między rokiem 1894 a wybuchem I wojny światowej charakteryzuje się już rozwiniętą walką polityczną trzech głównych (zresztą do dziś dnia) partii politycznych Belgii. Z tym i z ogólnym społecznym i gospodarczym rozwojem kraju związany jest również rozwój prasy. Na przestrzeni tych 20 lat powstaje kilkanaście dzienników. Najważniejsze z nich to powstałe w 1894 roku *Le Matin*, *L'Avenir du Tournaisis*, *L'Avenir du Luxembourg*. W 1895 powstaje *De Nieuwe Gazet*, w 1897 — *Le Rappel* i *Le Travail*. W 1900 roku powstał *Le Courrier*, a w 1904 *La Dernière Heure*. Wreszcie w 1914 roku powstała *Volksgazet* i największy dziś dziennik w języku flamandzkim (w 1971 roku wg szacunku nakład 336 241 egz.)³⁾, *De Standaard*. Przed I wojną światową istniało w Belgii 909 dzienników i tygodników.

Jak wszędzie wojna spowodowała i tutaj zamieszanie, w wyniku którego wiele pism albo przestało istnieć, albo połączyło się z innymi tworząc silniejsze organizacje. Jednocześnie jednak zaraz po wojnie doszło do dużego rozwoju środków technicznych, co dawało większe szanse zwłaszcza dziennikom (szybkość produkcji)⁴⁾. Tak więc zaraz po I wojnie światowej istniały techniczne warunki do powstawania nowych dzienników. I tak w Brukseli w 1918 roku zaczął wychodzić *La Nation Belge* (wydawany do 1956 roku). W tym samym roku powstał też *Vers l'Avenir*. W 1919 roku w Liège wyszedł pierwszy numer *La Walonie*, a w 1921 zaczął wychodzić pierwszy belgijski dziennik komunistyczny — *Le Drapeau Rouge* (ukazuje się do dziś lecz jako tygodnik, pismo to od 1974 roku będzie znowu dziennikiem).

Druga wojna światowa spowodowała upadek tutejszej prasy. Nie mówiąc o prasie, która związała się z okupantem hitlerowskim (jak *Pays Réel*, *Volk an Staat* czy *De Dag*)⁵⁾ i — rzecz zrozumiała — po wyzwoleniu przestała istnieć, pamiętać trzeba o stratach czysto materialnych, w urządzeniach technicznych, które spowodowały upadek wielu dzienników. Równocześnie wspomnieć trzeba o dziennikach, które w czasie okupacji hitlerowskiej wychodziły w podziemiu. Do takich należy wychodzący do dziś w Liège *Le Monde du Travail*, założony w 1940 roku.

Zaraz po wyzwoleniu podjęto liczne próby (zwłaszcza w francuskojęzycznej Walonii) wydawania wielu dzienników, których żywot był jednak bardzo krótki.

Po II wojnie światowej prasa belgijska przeżyła najpierw kilka lat rozwoju nakładów, potem przyszedł okres ich zmniejszania się. Cały okres powojenny

³⁾ Podaję wg „Histoire et structures actuelles des moyens de communication sociale. „Notes prises au cours de G. Thoveron”. Bruxelles 1972.

⁴⁾ Na aspekty techniczne produkcji zwraca uwagę cytowany już J. Gol, s. 20 i nast.

⁵⁾ Por. P. Joye: Op. cit., s. 10.

charakteryzuje się postępującym procesem koncentracji prasy, z tym, że proces ten przebiega szybciej w prowincjach flamandzkich niż w walońskich. W tej chwili wychodzą w Belgii (stan na koniec 1971 roku) 42 dzienniki ogólnoinformacyjne, 2 sportowe i 7 dzienników specjalistycznych (gospodarka i finanse). Zaznaczyć jednak trzeba, że wśród 42 dzienników faktycznie mamy do czytania tylko z 33 różnymi gazetami, bowiem kilka dzienników ma różne tytuły — jako różne wersje regionalne — drukując równocześnie identyczne teksty ⁶⁾. Biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców Belgii daje to 4,3 tytułu na milion mieszkańców. Z danych jakie podaje wspomniany tu Jean Gol wynika, że 79% populacji dorosłych Belgów czyta codziennie jakiś dziennik, a 34% czyta dziennie więcej niż jeden dziennik ⁷⁾.

Zmniejszanie się liczby tytułów jest procesem rozpoczynającym się już w 1891 roku. Wówczas to w Belgii wychodziły 92 dzienniki ogólnoinformacyjne; w 1927 roku było ich już 76; w 1939 wychodziło 65 dzienników ogólnoinformacyjnych i 12 specjalistycznych (gospodarka-finanse). W 1956 roku ukazywało się już tylko 45 dzienników ogólnoinformacyjnych i 8 specjalistycznych ⁸⁾.

Według stanu na rok 1971 podział językowy prasy belgijskiej przedstawiał się następująco: 26 dzienników wychodziło po francusku (wg szacunku około 1 225 000 egz.), 15 dzienników wychodziło po flamandzku (nakład szacunkowy około 1 200 000 egz.) i jeden dziennik po niemiecku dla mniejszości narodowej niemieckiej zamieszkałej przy granicy z NRF (nakład szacunkowy 15 000 egz.).

Niepewność dotycząca wielkości nakładów prasy belgijskiej bierze się stąd, że prawo nie wymaga od poszczególnych redakcji by podawały nakład. Szacunek dotyczący nakładu wynika z porównania danych płynących z różnych źródeł. Często same redakcje deklarują nakład (wówczas najczęściej odlicza się od tego 10% zakładając, że deklaracja redakcji jest zawyżona). Pewne dane pochodzą z analiz tzw. OFADI tj. L'Office d'Analyse de la Diffusion Publicitaire, założonego w 1951 r. Inne znowu dane pochodzą ze źródeł „oficjalnych” tj. z deklaracji agencji prasowej BELGA jeszcze inne z tzw. CRISP tj. Centre de Recherche de l'Information Socio-Politique. Stąd prawdziwy nakład jest trudny do ustalenia, zwłaszcza jeżeli poszczególne instytucje nie są zgodne co do ilości egzemplarzy.

Warto porównać pewne cyfry, by przedstawić ogólne zjawisko zmniejszania się nakładu prasy belgijskiej. Otóż w roku 1968 według szacunku prasa francuskojęzyczna miała 1 226 793 egzemplarzy nakładu, prasa w języku flamandzkim 1 202 423 egzemplarzy nakładu dziennego, zaś prasa w języku niemieckim 13 500 nakładu. Warto podkreślenia jest, że w tym samym 1968 roku populacja mówiąca językiem francuskim stanowiła 32,4% ludności Belgii, populacja mówiąca językiem flamandzkim 55,8%, region dwujęzyczny (tzn. Bruksela i tzw. Communes Périphériques) 11,2%, a ludność mówiąca po niemiecku 0,6% mieszkańców całej Belgii ⁹⁾.

Jeżeli teraz porównać wskaźnik ilości egzemplarzy dzienników przypadających na 1000 mieszkańców w poszczególnych latach, otrzymamy obraz stagnacji nakładu prasy belgijskiej. Wspomniany współczynnik przedstawiał się w poszczególnych latach następująco: rok 1950 = ± 289; rok 1963 = ± 272; rok 1969 = ± 255.

⁶⁾ Por. J. Gol: Op. cit., s. 20.

⁷⁾ Tamże.

⁸⁾ Por. P. Joye: Op. cit., s. 7.

⁹⁾ Wg: Les problèmes communautaires en Belgique. Edition Institut Belge d'Information et de Documentation, s. 7.

Należy przy tym zaznaczyć, że przy podziale językowym mamy do czynienia ze wzrostem tego współczynnika (w powolny sposób) w wypadku prasy flamandzkiej i zmniejszaniem się (dość wyraźnym) prasy w języku francuskim.

Czym powodowany jest ogólny spadek nakładu prasy belgijskiej? Podaje się tu trzy zasadnicze powody tego zjawiska, które — wydaje się — tłumaczą ten stan rzeczy. Jest to: 1) rozwój radia i telewizji, rozpowszechnienie radia i telewizji zwiększa się z roku na rok; 2) skrócenie czasu pracy do (w większości wypadków) 5 dni w tygodniu, idące za tym wyjazdy week-endowe powodują zmniejszenie się zainteresowania prasą w tych dniach; 3) wyraźnie zwiększająca się liczba osób, które wakacje spędzają poza granicami Belgii i przez okres wakacyjny przestają być czytelnikami prasy belgijskiej.

Prasa belgijska (i to zarówno francusko- jak i flamandzkojęzyczna) jest stosunkowo w małych ilościach wywożona za granicę. Jedynym poważnym odbiorcą prasy belgijskiej za granicą jest obecnie Republika Zair, dawne Kongo Belgijskie. Natomiast odnotować trzeba proces odwrotny, prasa obca kupowana jest w Belgii. Jeżeli pominąć przypadek *International Herald Tribune* wydawanej po angielsku w Paryżu i kupowanej przede wszystkim przez obcokrajowców, to należy wskazać na co najmniej dwa zjawiska interesujące z tego punktu widzenia. Pierwsze to przywóz do Belgii z Francji dziennika *Le Monde*, który według różnych szacunków jest tu sprzedawany w ilości od 6 000 do 15 000 egzemplarzy dziennie (w większości w Brukseli). *Le Monde* wprowadził zresztą z tej racji specjalne wydanie przeznaczone dla Belgii, w pewnym stopniu różniące się od wydania paryskiego. Drugie zjawisko dotyczy przygranicznych terenów belgijskich przy granicy z Francją (rejon Tournoi i Mouscron). W tych rejonach w dość dużych ilościach czytana jest francuska prasa lokalna, wymienia się tu trzy dzienniki francuskie czytane w Belgii tj. *Nord Matin*, *La Voix du Nord* i *Nord Eclair*.

Tak wygląda przegląd ogólny prasy belgijskiej. Wypada jeszcze wskazać na wewnętrzne podziały partyjne tej prasy. Są one oczywiście zależne od sytuacji politycznej w danym momencie, ale nasza analiza, pozostawiając sprawę aktualności politycznych na uboczu, oprzeć się może na niejako „programowych” deklaracjach poszczególnych redakcji.

Duża część prasy belgijskiej deklaruje się jako katolicka¹⁰⁾. Do takich dzienników należą: *La Libre Belgique*, *Vers l'Avenir*, *Het Volk*, *De Nieuwe Gids*, *Gazet van Antwerpen*. Do prasy, która sama nazywa siebie liberalną¹¹⁾ należą takie dzienniki jak: *Dernière Heure* czy *Het Laatste Nieuws*. Prasa socjalistyczna¹²⁾ reprezentowana jest przez (wymieniam najważniejsze): *Le Peuple*, *Le Monde du Travail*, *Volksgazet*, *Vooruit*. Wreszcie prasa, która sama nazywa się apolityczną i niezaangażowaną reprezentowana jest przez 4 dzienniki, z których największe to *Le Soir* i *La Meuse*¹³⁾.

Ciekawa jest jeszcze analiza dotycząca regionalnego rozmieszczenia prasy. Cała Belgia składa się z 9 prowincji, z których 4 są flamandzkojęzyczne, 4 francuskojęzyczne, a jedna Brabancja jest prawie po połowie francusko- i flamandzkojęzyczna. Pośrodku Brabancji leży sama Bruksela, która oficjalnie

¹⁰⁾ Podaje wg opracowania J. M. Nobre-Correia: *La propagande politique et les techniques de diffusion*, Bruxelles 1973. Jako katolickie traktować można 22 dzienniki belgijskie.

¹¹⁾ Wg tego samego źródła wychodzi aktualnie w Belgii 9 dzienników liberalnych. Por. tamże s. 30.

¹²⁾ 7 dzienników — por. publikacja cytowana wyżej, s. 30.

¹³⁾ Por. cyt. publikacja, s. 30.

jest dwujęzyczna, ale faktycznie w wyraźny sposób przeważa tu język francuski.

Jak wynika z ostatnich analiz¹⁴⁾, z tych 42 dzienników, które obecnie wychodzą w Belgii, 10 ukazuje się w samej Brukseli, która pod względem ludności stanowi tylko około 11% całej populacji kraju. W Antwerpii wychodzi 8 dzienników, we Flandrii Wschodniej 5 dzienników, we Flandrii Zachodniej nie wychodzi żaden dziennik. W Hainaut ukazuje się 8 dzienników, w Liège 7, w Namur 2 dzienniki, w Limburgii 1 i w belgijskiej prowincji Luxembourg¹⁵⁾ 1 dziennik.

By zakończyć tę krótką analizę warto jeszcze podać aktualne dane dotyczące powierzchni największych francuskojęzycznych dzienników w Belgii. Największym pod tym względem dziennikiem jest *Le Soir*, który oficjalnie ma 7 wydań dziennie (faktycznie najczęściej 5) i w każdym powierzchni 437 224 cm². Druga pod względem powierzchni jest *La Libre Belgique* — 338 445 cm². Trzecie miejsce zajmuje *La Nouvelle Gazette* z powierzchnią 292 595 cm². Mniej więcej na tym samym poziomie utrzymują się *Le Journal-Indépendance*, *Le Rappel* i *La Dernière Heure*. Najmniejszym dziennikiem francuskojęzycznym jest *Le Matin* z powierzchnią 146 178 cm².

Przedstawiona analiza odnosi się tylko do prasy francuskojęzycznej, bowiem takimi tylko danymi można tu dysponować. Jak więc widać podział językowy prasy belgijskiej daje znać o sobie również w wypadku analiz naukowych dotyczących prasy. Jest to wyrazem ogólnego kryzysu politycznego na tym tle, jaki ma miejsce w społeczeństwie belgijskim w wyraźny sposób podzielonym językowo¹⁶⁾.

¹⁴⁾ Tamże.

¹⁵⁾ Chodzi o belgijską prowincję Luxembourg a nie o Wielkie Księstwo.

¹⁶⁾ Już po złożeniu tej publikacji do druku miało miejsce pewne wydarzenie, o którym wypada tutaj wspomnieć. Otóż pod koniec listopada 1973 podano do wiadomości, że *La Dernière Heure* zakupiła 77% akcji *La Libre Belgique*. Specjaliści przewidują, że doprowadzi to do wzmocnienia obu dzienników, i że na przestrzeni najbliższych kilkunastu miesięcy *La Libre Belgique* może stać się realnym konkurentem *Le Soir*.

PRYMITYW PRASOWY
W POLSCE

Teodor Ostrowski: *POUFNE WIEŚCI Z OŚWIECONEJ WARSZAWY*. Gazetki pisane z roku 1782. Opracował i wstępem opatrzył Roman Kaleta. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław — Warszawa — Kraków — Gdańsk 1972. S. 310.

Zagadnienie prymitywu prasowego w Polsce — nie wygasło na XVII w. Jak już kilkakrotnie podkreślałem prymityw ten przetrwał do końca XVIII w., a w pewnych okolicznościach przeżył i przełom dwu stuleci. Przez prymityw prasowy nie możemy rozumieć li tylko gazety pisanej, aczkolwiek manuskryptowa forma jest niewątpliwie cechą rozpoznawczą. Do prymitywu zaliczyć wypada i drukowane efemerydy aktualnościowe, pewne gatunki epistolarne, a także szczególnego typu periodyki drukowane. Gazetki pisane różnią się nadto zasadniczo od drukowanych brakiem tych cech, które posiada prasa: periodyczność ukazywania się (w znaczeniu szerszej czy węższej regularności), przeznaczenie dla odbiorcy masowego i anonimowego, pewna stabilność układu redakcyjnego w rubrykach i szpaltach, a także formy typologiczne. Inne znamiona prasy, jak wielodziejność i aktualność treści, czy kolektywne (redakcyjne) opracowanie tej treści — występowały w prymitywie prasowym już od jego początków na Zachodzie (współpraca nowelantów) i w dawnej Rzplitej, oczywiście w różnym stopniu i zakresie.

Wiedza o polskim prymitywie jest ciągle fragmentaryczna i jak dotąd

przeważnie skoncentrowana na rejestracji bibliograficznej. Wielką pomoc oddała tej wiedzy w ostatnich latach inwentaryzacja zasobów bibliotecznych w zakresie prymitywu prasowego, jak np. opracowany przez A. Bułównę „Katalog gazet pisanych XVIII w. w zbiorach Biblioteki Zakładu Narodowego im. Ossolińskich” (Wrocław 1969), obejmujący blisko dwa tysiące pozycji. Gorzej przedstawia się sprawa skomentowanych i naukowo opracowanych wydań konkretnych zbiorów gazet pisanych, które mogłyby okazać się korzystającym z nich historykom znakomitym, acz wymagającym ostrożnej krytyki wewnętrznej źródłem do dziejów politycznych, obyczajowych i gospodarczych.

Świadomość tej źródłoznawczej wartości tzw. prywatnych gazet pisanych z XVIII w. przyświecała Romanowi Kalecie, wytrawnemu znawcy piśmiennictwa doby stanisławowskiej w wydaniu gazet odręcznych Teodora Ostrowskiego z lat 1782—1783, dostarczanych Adamowi Józefowi Mniszkowi w Warszawie. Lektura tych gazet jest nie tylko bardzo pouczająca, ale i intryguje treścią, której nieraz by daremnie szukać w innych przekazach źródłowych. Garść cennych wiadomości o prywatnych gazetach pisanych daje wstęp edytora, mówiący najpierw o ich karierze w Polsce XVIII w., o Teodorze Ostrowskim i odbiorcy jego pism Mniszku, o charakterystycznych cechach „poufnych wieści” z 1782/1783 r. Wstęp zamyka omówienie zasad edytorskich.

Bilansując w plusach i minusach informacyjną usługowość szeroko w dobie Oświecenia rozsyłanych listów prywatnych i porównując je z „gazetkami pisanyymi” również dla prywatnych odbiorców — Kaleta stwierdza w obu tych formach duży wpływ na

mentalność czytającej je szlachty. Wpływ ten przepajała — według niego — tendencyjność informacji, mająca swe źródło zarówno w chęci zaspokojenia szerokiej ciekawości odbiorcy, jak i schlebiana jego osobistym ambicjom na arenie publicznej. W tym porównaniu Kaleta przyznaje jednak wyższość gazetom pisany m. in. z „braku (w nich) indywidualnej więzi treściowej między nadawcą a odbiorcą”, także dzięki pomijaniu w gazetkach pisanych kurtuazyjnej tytulomarii typowej w barokowej korespondencji. Nadto zwiążłość treści w gazetach pisanych dyktował względ na oszczędność w opłatach pocztowych, ówczasie dość wysokich.

Wypełnienie gazetki treścią atrakcyjną przy skomplikowanej technice zbierania wiadomości przez zawodowo wścibskich „famoruchów” (tak pogardliwie nazywano ówczasie reporterów) — wymagało dużo sprytu w dostępie do ekskluzywnych kręgów towarzyskich; dlatego gazetki wypełniały się bez zenady plotkami, skandalikami moralnymi i obyczajowymi, sekretami natury intymnej, tajemnicami salonów i gabinetów (do królewskiego włącznie). Z drugiej strony w gazetach tych swobodniej odsłaniano rosyjskie wpływy w Polsce, czego obawiały się redakcje pism drukowanych. Zarówno więc treść demaskatorska, obyczajowa, jak i pewne nieskrępowanie w ujawnianiu kulisów politycznych — dawały wyższość płatnej służbie nowinkarzy nad prasą publiczną dostępną.

Autor wykazuje w szeregu trafnych spostrzeżeń wartość „poufnych wieści” Teodora Ostrowskiego jako źródła do poznania spraw polskich anno 1782; oczywiście uznanie tej wartości nie zwalnia historyka od użycia ostrego skalpela krytyki wewnętrznej. Zanim jednak autor zajął się dokładniej samą osobą Ostrowskiego i jego robotą informacyjną, dał kilka interesujących szczegółów dotyczących zagadnienia popularności „prywatnych gazetek” pisanych, warunków ich powstawania, wreszcie walki z rozbijającą praktyką polskich nowelantów XVIII w., walki zarówno poważnych pisarzy, m. in. I. Krasickiego, A. Naruszewicza, F. Bohomolca, Gracjana Piotrowskiego, jak i czynników nadzoru nad drukami i gazetami pisany Komisji Drukowej (z jej zarządzeniem z 1794 r.). Zacytowane teksty satyryczne wymienionych

wyżej poetów są trafnie dobrane i często po raz pierwszy opublikowane. Równie interesujące są dane dotyczące honorariów „nowiniarzy” od 4—12 dukatów rocznie; fakt, że Ostrowski otrzymywał od Mniszka aż 24 dukaty rocznie rzuca znamienne światło na wyróżniające walory jego listów.

Kaleta podaje niewiele nazwisk kolegów po fachu Ostrowskiego, a przypuszczać wolno, że Ostrowski korzystał z usług innych „gazeciarzy” (wymienieni we wstępie Antoni I. Gibes, ks. Józef Bogusławski, Michał Kamiński z pewnością usług informacyjnych mu nie oddawali). Autor omawianej pracy nie odkrył istnienia osoby Teodora Ostrowskiego, co więcej — nie przytoczył ani dat jego życia (1750—1802), ani pisarskiego curriculum vitae tego nieprzeciętnego pijara, profesora historii i prawa w Collegium Regium w Warszawie (dane te podaje „Nowy Korbut” t. V z 1956). Do historii piśmiennictwa polskiego wprowadził go już F. K. Dmochowski w 1803, po nim Ł. Gołębiowski w 1826, I. Chodynicki w 1833, z obcych pisarzy; węgierski historyk pijarów A. Horanyi, (1808—1809), w Niemczech W. Wegner (1957). Także szereg polskich historyków prawa odnowiło zasługi Ostrowskiego. Zbigniew Zdrójkowski poświęcił mu wyczerpującą monografię w 1956 r., nie pominięli zasług tego pijara najnowsi historycy prawa: W. Wolter, A. Vetulani, S. Salmonowicz. Niezaprzeczoną wkładem Kalety do wiedzy o Ostrowskim jest to, że do opinii poprzedników dodał ocenę autora „poufnych wieści” jako dziennikarza. Niestety uczynił to w zbyt lapidarnej formie, mówiąc tylko o Ostrowskiego „stylu zwiążłym i kluczowym”, o „dużej odwadze w piętnowaniu niemoralności współczesnego społeczeństwa”. Więcej miejsca poświęcił osobie prenumeratora „wieści”.

Treść „Poufnych Wieści” Ostrowskiego (tytuł pochodzi od edytora, nie autora gazetek) frapuje istotnie swym bogactwem, dokładnością reporterską, wnikliwością nie tylko w fakty intymnego życia wymienionych osób, ale i psychologiczne motywy ich działania, szczegółowością w relacjonowaniu aktualności, znajomością prawnych i zwyczajowych norm działania. Słowem jest to dziennikarz i redaktor o walorach, których nie łatwo doszukać się u niektórych dzisiejszych

dziennikarzy. Wielki nacisk kładł też Ostrowski na rozmaitość w nowinach; dotyczą one spraw państwowych i prywatnych, kościelnych i laickich, gospodarczych i kulturalnych, politycznych i życia codziennego, a przede wszystkim wnoszą przebogaty zasób szczegółów i faktików do dziejów obyczajowości polskiej magnaterii, kleru wyższego i szlachty XVIII w. Szerszej analizy tych właśnie waleńców dziennikarskich Ostrowskiego — brak nam we wstępie Kalety, który zostawia ten wysiłek czytelnikowi, wspomagając go tylko obfitymi przypisami.

Przypisy są różnego typu: fakto-graficzne, bibliograficzne i w wyraź-nie przeważającej ilości biograficzne. Co do tych ostatnich edytor ułatwił sobie zadanie, rezygnując z dat głównych życia (lat urodzenia i zgonu). Można by się od biedy z tym pogodzić, gdyby edytor był konsekwentny; tymczasem w pół tysiącu przypisów — z przewagą właśnie biograficznych — obdarzył datami życia tylko kilkanaście nazwisk i to często obcokrajowców o małej roli w życiu polskim (np. A. E. Harracha, I. A. Bibikowa, F. Northa, Ch. J. Foxa, Ch. D. Brauna i kilku innych), z polskich zaś łatwe do odszukania w każdej encyklopedii, jak np. Wacław Rzewuski, czy Kazimierz Krasiński. Cała plejada karmazynów i notabli doby stanisławowskiej, tłum kobiet polskich, odgrywających nieraz arcyważną rolę w zakulisowych pociągnięciach na scenie politycznej — pozostają dla czytelnika, jeżeli chodzi o ich wiek tajemnicą. Natomiast wartościową nowością w przypisach są cytaty różnych wierszy, listów i innych tekstów z epoki, najczęściej dotąd niepublikowanych.

W sumie wydanie gazetek pisanych T. Ostrowskiego ocenić wypada bardzo pozytywnie, jako często rewelacyjny materiał dla historyków życia polskiego w XVIII w., a zwłaszcza jego kulisów obyczajowych i moralnych. Wydanie to służyć może również historykom prasy pisanej, tak w istocie swej niedostatecznie dotąd zbadanej. Lektura „Poufnych Wieści” pozwala w dużym stopniu skorygować pogląd na prymityw prasowy Polski przedrozbiorowej.

Marian Tyrowicz

ANTOLOGIA WARSZAWSKIEJ FELIETONISTYKI

Jan Józef Lipski: WARSZAWSCY „PUSTELNICY” I „BYWALSCY”. Tom I — Felietoniści i kronikarze 1818—1899, tom II — Felietoniści i kronikarze 1900—1939. Państwowy Instytut Wydawniczy, Biblioteka Syrenki, Warszawa 1973. S. 406 i 490. 139 ilustracji.

Antologię felietonistyki warszawskiej witają miłośnicy warsawianów z zadowoleniem, a historycy prasy z zainteresowaniem. Opracował ją znany polonista pod kątem wyłącznie popularyzacji i wydobywania z zapomnienia galerii dziennikarzy stołecznych. „Kto wie, czy nie doczekamy się kiedyś Biblioteki Felietonistyki Warszawskiej. Byłoby to przedsięwzięcie godne pochwały zarówno ze względu na wartości kulturalne, które widziałbym w świadomym pielęgnowaniu regionalnej tradycji stolicy, a i ze względu na rolę dorobku felietonistyki warszawskiej w historii prasy i literatury polskiej...” (t. I, s. 138). „O felietonie mówi się często (niesłusznie) z pobłażaniem, jeśli nie z pogardą: dziennikarszczyzna. Paradoksalnym trybem działania się wielu rzeczy i spraw w historii — z twórczości niejednego pisarza tylko felieton może dziś budzić jakieś zainteresowanie” (II, 22).

„Felietonem warszawskim nazywam tu utwór należący do cyklu felietonów drukowanych w prasie warszawskiej i poświęconych tematyce warszawskiej. A więc mieszkaniec Warszawy — dziennikarz pisze w gazecie ukazującej się w Warszawie i dla warszawskiego (przynajmniej w znacznej części) czytelnika o mieście, które obydwa dobrze znają. Jest to... w każdym razie świadectwo historii i obyczajów miasta na przestrzeni półtora wieku rozwoju „felietonistyki warszawskiej” (I, 13).

Felieton tego rodzaju staje się w swej klasycznej epoce, jaką stanowił okres pozytywizmu, przede wszystkim „kroniką”, publicystyczną relacją o sprawach obchodzących żywo miejską zbiorowość, relacją łączącą funkcje informacyjne z ideologicznymi (I, 15). W antologii uwzględniany jest zatem felieton jako forma periodycznego

kontaktu między czytelnikiem a manifestującym swą indywidualność dziennikarzem, podpisanym lub częściej podszygnowanym pseudonimem, kryptonimem, literkami czy znacznikiem.

Na ojca felietonistyki stołecznej pasuje się tu Gerarda Maurycego Witowskiego, używającego w *Gazecie Warszawskiej* od 1818 pseudonimu Pustelnik z Krakowskiego Przedmieścia. Obok niego zaś umieszczony 20-letni Józef Brykczyński (pseud. Bywalski) z *Tygodnika Polskiego i Zagranicznego* w tymże 1818 r. Ich pseudonimy dały tytuł antologii. Atoli sprawa owego ojcostwa nie jest prosta. Dotychczas bowiem przypisywano je komu innemu, często Wacławowi Szymanowskiemu, a wielce w danej materii kompetentny W. Gomulicki wysuwał Aleksandra Niewiarowskiego. Obaj, Szymanowski i Niewiarowski, figurują w antologii na dalszych kartach tomu I, bez zaznaczenia kontrowersji co do lokalnego rodowodu gatunku. Postuluje się natomiast słusznie jednotomowy wybór znacznego objętościowo i nie zrejestrowanego jeszcze dorobku felietonistycznego Szymanowskiego, który „tworzył wzorce” właśnie dziennikarskie, kronikarsko-informacyjne jeszcze w latach pięćdziesiątych XIX wieku, czyli dłużej przed adaptującym je pozytywizmem.

Wysoko oceniony został po raz pierwszy właśnie jako felietonista Felician Faleński, chwytający w reportażu i utrwalający in flagranti Warszawę popowstaniową. Najwyżej w pozycji klasyka gatunku postawiony jest Bolesław Prus, dostępny dziś w 20 tomach swoich komentowanych obficie „Kronik”, z czego 80% należy już do muzeum literatury. Mógłby z nim stanąć do współzawodnictwa pod tym względem chyba jeden Gomulicki. Dla Prusa zrobiono w antologii wyjątek, dając dwa felietony, zamiast jednego na próbę. Jemu poświęcono najdłuższe, siedmiostronicowe wprowadzenie informacyjne. Owe wprowadzenia podnoszą wartość antologii i składają się na kawał dziejów prasy warszawskiej od strony biograficznej zastępują jej pracowników. Przy 900 stronach tekstu zapełniają 267 stron petitu wraz ze wstępem.

Tom I obejmuje w porządku chronologicznym 66 autorów, tom II—111. Zarówno ich dobór, jak periodyzacja

całości są oczywiście dyskusyjne. Rok 1899, obrany jako data graniczna tomu I, nie jest w dziejach prasy warszawskiej (i tym bardziej jej felietonistyki) żadną cezurą. Za taką uznać by można raczej rok 1905 lub 1915. Gdyby zresztą nawet przyjąć koniec wieku XIX jako pewien przełom, to połączyć by to należało ze zmierzchem pozytywizmu, który był złotym okresem felietonistyki warszawskiej. Tymczasem nawet ilościowo preferowany został wiek XX, zwłaszcza okres międzywojenny, wyraźnie w antologii uprzywilejowany, z przyczyn bliżej nie wyjaśnionych, a obiektywnie niezasadnionych. Sama bliskość czasu nie jest motywem wystarczającym. Ostrzejsza selekcja zapobiegłaby dysproporcji.

Stara maksyma: *Non multa, sed multum*, ustrzegłaby przed gromadzeniem w antologii tuzinów autorów — tuzinkowych. Nazwiska wielu z nich brzmią obco nawet dla historyków prasy. Tekstów nie objaśniono, mimo że właśnie przez komentarz „z właściwego tu, w tym zbiorze, punktu widzenia miłośnika warsawianów i starej prasy warszawskiej: tylko w ten sposób można maksymalnie zbliżyć dzisiejszego czytelnika do owego czytelnika sprzed dziesięcioleci...” (I, 189).

Mali, średni, przeciętni zyskali tu kosztem wielkich, niepospolitych. Świętochowski, Niemojewski są klepani po ramieniu, z przymrużeniem oka. Początku informacyjnego wprowadzenia do omówienia działalności Kraszewskiego też nie można brać serio. Przy Sienkiewiczu aż się prosiło wspomnieć o jedynej w swoim rodzaju książce F. Hoesicka „Sienkiewicz jako felietonista. Zapomniane kartki z teki Litwosa (1873—1883)”, Warszawa 1902. Odtwarza ona szczegółowo życie i obyczaje Warszawy lat siedemdziesiątych ub. wieku w świetle felietonów Litwosa, a uwzględnia też jego kroniki tygodniowe i felietony w *Słowie* 1882, kiedy kończy się publicystyka pisarza.

Wstęp Lipskiego utrzymany jest w felietonowym stylu gawędy, a wprowadzenia ujęte dość subiektywnie, choć na ogół wcale przenikliwie i interesująco. Niektóre z nich są może bardziej zajmujące od towarzyszących im tekstów, np. przy Belmoncie, Beylinównie, Choynowskim, Ulanowskim. Z szeroko znanych felietonistów stołecznych pominięci zostali celowo T.

Jeske-Choiński, -F. Hoesick, T. Boy-Zeleński, A. Nowaczyński, T. Dołęga-Mostowicz, S. Piasecki.

Omyłek rzeczowych niewiele. Tragedia wyboru pierwszego Prezydenta RP i jej konsekwencje nastąpiły w grudniu 1922, a nie 1923 (I, 18). Ścisła data urodzenia E. Leo jest podana w Polskim Słowniku Biograficznym (I, 178). Po Sienkiewiczzu naczelnym redaktorem *Słowa* został nie Olendzki (I, 218), lecz Godlewski (I, 253). Biskup Niedziałkowski nie miał nic wspólnego ze zbórką na wojskowy ambulans podczas wojny rosyjsko-japońskiej, patronował zbórcze arcybiskup Popiel (I, 327). Niemojewski nie wypełniał sam całej *Myśli Niepodległej*, to przesada (II, 32). O charakterze *Roli* wystarczyło powiedzieć wyraźnie raz przy jej założycielu i kierowniku J. Jeleńskim (I, 285), a nie wracać powtórnie do tego samego przy synie Szczepanie (II, 70), powinni obaj być traktowani łącznie, a *Rolę* pod redakcją Szczepana trzeba jednak odróżniać od tej z okresu pod kierunkiem ojca. Eugeniusz Puffke nie był nigdy redaktorem dziennika *Vaterland*, lecz jego przygodnym współpracownikiem (II, 139). Z. Wasilewski nie należał do twórców ideologii ruchu wszechpolskiego (II, 37). Dziwne, że nie zacytowano fragmentów z jego felietonów odtwarzających „Warszawę współczesną” (1902), z książki znanej redaktorowi antologii. Jeszcze dziwniejsze, że nie słyszał on o drukowanych fragmentach pamiętnika Olchowicza, który wreszcie po latach ukazuje się właśnie w Krakowie pt. „Czwierć wieku z *Kurierem Warszawskim*” (II, 251). O randze pisarskiej Kosiakiewicza poinformowałby Polski Słownik Biograficzny (II, 204). Ocena *Podbipięty* — rażąco niesprawiedliwa (II, 440). Magdalena Samozwaniec nazywała się po pierwszym mężu Starzewska, które to nazwisko kilkakrotnie w antologii zniekształcono (II, 451).

Antologię, pozbawioną wszelkich wskazówek bibliograficznych, zdobią liczne podobizny felietonistów, co zwiększa walor starannie wydanej książki. Zachęca ona do dalszej popularyzacji wybranych przedstawicieli tej gałęzi publicystyki, sama pioniersko toruje ku temu drogę.

Czesław Lechicki

O PRASIE WOJEWÓDZTW ZACHODNICH I PÓLNOCYNYCH

25 LAT PRASY NA ZIEMIACH
ZACHODNICH I PÓLNOCYNYCH.
Oprac. redakcyjne i merytoryczne:
Andrzej Wakar. Autorzy: Kry-
styna Bednarz, Tadeusz Bia-
lecki, Andrzej Czechowicz,
Joachim Glenski, Edgar Milew-
ski, Wiesław Nodzyński, An-
drzej Wakar. OBP, Kraków 1972.
S. 192.

Podstawowym zrębem tej skromnie lecz ładnie wydanej książki jest siedem szkiców, poświęconych prasie i jej ludziom, a także drukarstwu i innym, związanym z prasą instytucjom i problemom województw, położonych w zachodniej i północnej Polsce. Ścisłej mówiąc, chodzi o pisma, które po wyzwoleniu rozpoczęły wydawać na Opolszczyźnie i na Dolnym Śląsku, w Ziemi Lubuskiej oraz na Pomorzu Zachodnim, Środkowym i Gdańskim, na Warmii i Mazurach.

W założeniach edytora na ile, oczywiście, są one możliwe do odczytania z zawartości i charakteru gatunkowego pomieszczonych w książce szkiców — miały to być minimonografie historyczne, które by przedstawiały powstanie w roku 1945, rozwój i dzień dzisiejszy prasy w położonych na tym obszarze województwach. Z zadania tego każdy spośród autorów starał się wywiązać stosownie do posiadanych możliwości źródłowych i umiejętności ich wyszukania oraz wykorzystania, jak również stosownie do osobistego doświadczenia w zakresie przygotowywania opracowań historyczno-prasowych. I tak na przykład, obok opartego na bardzo bogatej bazie źródłowej szkicu pióra Joachima Glenskiego, poświęconego prasie opolskiej, a napisanego tak zrećmie, miejscami nawet wręcz błyskotliwie, iż jego przeczytanie może sprawić wiele satysfakcji nie tylko miłośnikom dziejów prasy — są w tym tomie prace uboższe źródłowo, pospolitsze i szare w swym kształcie, a nawet niedopracowane głównie pod względem metody.

W przeważającej większości są to bowiem typowe szkice historyczne, niestety z bardzo nikłymi elementami

warsztatu par excellence historyka prasy, a nie potrzeba przecież już dziś nikogo przekonywać o tym, że inaczej i przy użyciu nieco odmiennych narzędzi pisze się historię zakładu pracy, organizacji, regionu, a zupełnie inaczej dzieje określonego pisma czy też prasy tego regionu. Z nielicznymi wyjątkami podstawą konstrukcji tych szkiców jest prościutki szkielec chronologiczny, z rzadka tylko przemieszany bardziej typową dla historii prasy i prasownictwa w ogóle typologiczną metodą przedstawiania faktów. Niektórzy spośród autorów wykazali nawet więcej troski i zacięcia w zakresie analizy bądź opisu faktów i zjawisk demograficznych i ekonomiczno-regionalnych niż ogólnopolitycznych i kulturalnych, aczkolwiek obracamy się przecież wciąż — podkreślam — w obrębie historii prasy, a nie regionów. Jest rzeczą oczywistą, iż nie sposób było — przedstawiając dzieje pism — pominąć całkowicie sprawy demograficzne czy też ekonomiczne, przeciwnie, analizując je, należało jednakowoż pamiętać o tym, że ich przytoczenie w określonych proporcjach, powinno służyć jak najlepszemu pokazaniu dziejów prasy danego regionu, a nie zagadnień ekonomicznych i demograficznych.

Niezbyt szczęśliwy a nawet formalistyczny wydaje się również podział całego materiału według obecnie istniejących województw. Jeżeli podział ten można jeszcze uważać za jako tako usprawiedliwiony w odniesieniu do województwa opolskiego, wrocławskiego, szczecińskiego, gdańskiego czy olsztyńskiego, to już poważne zastrzeżenia musi on budzić w stosunku do województw: zielonogórskiego i koszalińskiego, które w owym pierwszym okresie rozwoju prasy (1945—1950) nie stanowiły oddzielnych terytoriów administracyjnych szczebla wojewódzkiego i wchodziły w skład sąsiednich jednostek administracyjnych. W wielu wypadkach to zbytekni przejęcie się „województwością” dziejów prasy Polski zachodniej i północnej w okresie ostatniego 25-lecia nastęrczało autorom niektórych szkiców — a sądzę, że redaktorowi książki przede wszystkim — sporo uzasadnionych trudności przy eliminowaniu powtórzeń, czego zresztą w pełni i tak nie udało się uniknąć. Bezpośrednio po wojnie i to przez okres kilku lat nie istniała przecież prasa zielonogórska

czy też koszalińska, a obszary obu obecnie istniejących województw pod względem prasowym były powiązane i uzależnione (czytaj zdane na...) od Wrocławia, Poznania, Szczecina, a nawet od Katowic, czego zresztą autorzy danych szkiców wcale nie ukrywają. A. Czechowicz przedstawiając najdawniejszy okres dziejów prasy koszalińskiej (1945—1950) pisze na stronie 98: „W następnych latach... na teren późniejszego województwa koszalińskiego docierały przede wszystkim dzienniki i pisma, wydawane w stolicy Pomorza Zachodniego. W 1947 roku *Kurier Szczeciński* uruchomił wydanie terenowe dla Słupska — *Kurier Słupski*, utrzymywał też oddziały w Koszalinie i Szczecinku. Podobnie po utworzeniu województwa koszalińskiego w 1950 roku *Głos Szczeciński* przystąpił do wydawania mutacji (nawet wtedy jeszcze!) pod tytułem *Głos Koszaliński*. Jeszcze raz o tej sprawie dowiadujemy się ze szkicu poświęconego prasie szczecińskiej, a zamieszczonego na stronach 75 do 92. Ów pierwszy okres dziejów prasy tego obszaru należało raczej — jak sądzę — omówić łącznie, w jednym wspólnym rozdziale z ewentualnym uwzględnieniem podziału na trzy regiony: Śląsk i Ziemia Lubuska, Pomorze oraz Warmia i Mazury. Pomorze Zachodnie już nawet posiada tego rodzaju opracowanie¹⁾, przeto tym bardziej sztuczne jest to konsekwentne przestrzeganie „wojewódzkich opłotków” i to również za okres, gdy one jeszcze nie istniały.

Wszystkie te usterki tylko w minimalnym stopniu uszczuplają niewątpliwą wartość książki. Pomieszczone w niej szkice informują zwięźle lecz na ogół dość wyczerpująco o faktach i ludziach jeszcze współczesnych, a już wczorajszych. O wszystkim, co wprawdzie leży w zasięgu pamięci żyjących jeszcze generacji, lecz co odchodzi nieubłagalnie w przeszłość, a powinno zostać ocalone dla pamięci przyszłych pokoleń. Idąc bowiem za myślą autorów i dzisiejszy, i przyszły czytelnik może sobie wyrobić zdanie o tym, jakie były początki, jak przystały tytuły i pomnażały się nakłady, może zobaczyć z bliska czym dla prasy tego obszaru było dwudziestopięciolecie 1945—1970.

¹⁾ T. Białecki: Czasopiśmiennictwo polskie na Pomorzu Zachodnim w latach 1945—1949. *Przegląd Zachodnio-Pomorski* 1968 nr 4.

Bardzo przekonujące są zwłaszcza te fragmenty poszczególnych szkiców, które przedstawiają ów okres pionierski dziejów prasy na tym obszarze i niespotykaną ofiarnością ludzi: dziennikarzy, drukarzy, działaczy politycznych i kulturalnych, którzy walcząc codziennie z licznymi przeciwnościami z zapałem, uporem i autentycznym a bezgranicznym oddaniem sprawie, niemal od nazajutrz po wyzwoleniu przywracali ziemi życie a ludziom wiarę i nadzieję. Wartościowym zabiegiem kompozycyjnym niektórych szkiców jest również to, że nawiązują one do polskich tradycji prasowych danego obszaru, dzięki czemu nie jest on dla Polaków terra incognita, nie jest ziemią przyłączoną lecz przywracaną Polsce.

W sumie jest to więc informatywna książka, dzięki której czytelnik może sporo dowiedzieć się o prasie siedmiu województw, a zwłaszcza może osiąść dość wyrazisty obraz okresu jej powstawania.

I jeszcze kilka refleksji, bez których recenzencka prezentacja tego wieloautorskiego tomu byłaby niepełna. Książka powstała jako naukowy plon sesji jubileuszowej, zorganizowanej 26 września 1970 we Wrocławiu przez tamtejsze Wydawnictwo Prasowe oraz Zarząd Główny RSW „Prasa” przy wydatnej pomocy Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie. Lektura tego tomu przekonuje w zupełności, że jubileusz zasługiwał w pełni na okolicznościową sesję, a ta na pełną edycję przedstawionego na niej materiału naukowego.

Od początku też narodziłom książki towarzyszyły szczególnie korzystne okoliczności: najpierw w postaci tyłu kompetentnych co i możnych opiekunów, o czym najwymowniej świadczy fakt, że nie tylko zdecydowali o opublikowaniu materiałów z sesji, lecz decyzję zrealizowali. Wyjątkowe szczęście miała również do wyboru edytora, albowiem kto zna jakoś wydawnictwo naukowych OBP, ten wie, ile troski i fachowości instytucja ta potrafi włożyć w wydawane przez siebie dzieła. Obok „Prasy za granicą” jest to jedno z ostatnich dokonań edytorskich, przy którego pomocy OBP uczynił też wyraźnie życzliwy gest pod adresem tej części odbiorców swych wydawnictw, którzy interesują się historią prasy.

Józef Mądry

TELEWIZJA WIELOFUNKCYJNA

Aleksander Kumor: TELEWIZJA. Teoria, percepcja, wychowanie. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1973. S. 368.

Książka Aleksandra Kumora nie narodziła się w głównym nurcie polskiego prasoznawstwa, jeśli byśmy je traktowali jako naukę o komunikowaniu masowym. Jej autor, pracownik naukowy Instytutu Sztuki PAN, stara się — w znacznym stopniu zresztą z powodzeniem — włączyć problematykę telewizji w ramy współczesnych teorii estetycznych. Nawet wówczas, kiedy korzystając z badań nad odbiorem, omawia zagadnienia oddziaływania społecznego telewizji, interesuje go przede wszystkim jej rola jako instrumentu wychowania estetycznego.

W takiej sytuacji prasoznawca, czytając książkę Kumora, doznaje niekiedy przyjemnego uczucia, że w ramach jego dyscypliny ten czy ów problem został przedstawiony precyzyjnie i rozwiązany bardziej przekonująco, ale z zainteresowaniem spostrzeże wiele nowych ujęć tak wydawałoby się dobrze mu znanej tematyki badawczej, a także — czytając uważnie — dojrzy wiele pokrewnych rozwiązań ukrywających się za inną terminologią.

Punktem wyjścia rozważań A. Kumora a jednocześnie kamieniem węgielnym, na którym opiera się ich cała konstrukcja jest estetyczna „teoria technicznej reprodukcji”, służąca „interpretacji tych zjawisk estetycznych i kulturowych, a zwłaszcza dotyczących kultury artystycznej, które zrodziła technika”. Tymi zjawiskami są właśnie między innymi fotografia, film, radio i telewizja. Mimo wszelkich różnic, jakie zachodzą między dziełami fotograficznymi czy filmowymi (tzn. reprodukcjami) a rzeczywistością przez nie odtwarzaną, pozostają one „wierne przedmiotom odtwarzanym, są wiarygodnym świadectwem ich istnienia, są wobec nich o d p o w i e d n i e”. „Reprodukcja — definiuje Kumor — jest to zatem przedmiot, który powstaje w wyniku odtwarzania innego przedmiotu, przy czym między przedmiotem nazwanym reprodukcją, a przedmiotem odtwarzanym zachodzi stosunek odpowied-

ności". W tym sensie reprodukcją jest nie tylko fotografia, ale także ręczna kopia obrazu wykonana przez malarza. Różnica między jednym a drugim rodzajem reprodukcji polega na technologii ich wytwarzania: fotografia jako reprodukcja techniczna powstaje dzięki złożonemu urządzeniu technicznemu (kamerze) zapewniającemu wytworowi obiektywność i wymierność.

Przy słowie obiektywność użyty w tym kontekście żachnie się każdy prasoznawca: przypisywanie przyrodzonej obiektywności dziełom fotograficznym, filmowym czy telewizyjnym nie może nie wywołać zasadniczego sprzeciwu. Gdyby tak było, fotografia, film i telewizja byłyby niemal bezużyteczne dla reklamy i propagandy. Uprzedzając tego typu zastrzeżenia, autor powołuje się na poczucie obiektywności, które wywiera przemożny wpływ na stosunek odbiorcy obcującego z reprodukcją techniczną. Nie tyle więc reprodukcja jest obiektywna, co odbiorca (zwłaszcza mniej wyrobiony) za taką ją uważa. Z takim zaś ujęciem obiektywności telewizji można się zgodzić tym bardziej, że znajduje ona potwierdzenie w różnych badaniach empirycznych.

„Telewizja reprodukuje widzialne i słyszalne elementy rzeczywistości” — pisze Kumor. Ponieważ jednak możliwe jest tylko odtwarzanie rzeczywistości nieciągłe i cząstkowe, „daje się ono wykorzystać dla zabiegów twórczych w telewizji”. Dodajmy tu od siebie: nie tylko w celach artystycznych, ale także perswazyjnych.

W analizie zawartości programu pożyteczne mogą się okazać oryginalne propozycje Kumora w zakresie typologii widowisk telewizyjnych (uwaga: terminu „widowisko telewizyjne” używa on w znaczeniu odpowiadającym przez analogię terminowi „wypowiedź prasowa”; w tym sensie widowiskiem telewizyjnym jest „każda odrębna jednostka emitowana w programie tzw. telewizji programowej funkcjonującej w charakterze środka powszechnej komunikacji kulturalnej”). Przyjmując za kryterium rodzaj i stopień konwencjonalizacji, wyróżnia Kumor widowiska zbudowane wg „konwencji służebnych”, czyli uzależnionych od transmitowanych wydarzeń, oraz widowiska oparte na konwencjach niezależnych od reproduktowanej rzeczywistości. Te drugie dzieli następnie na

widowiska o konwencjach ukrytych (np. film fabularny, Kobra) i widowiska o konwencjach jawnych (np. widowiska informacyjne, publicystyczne, oświatowe itp.).

Podział ten nie jest całkiem wyraźny, a granice między poszczególnymi kategoriami są dość płynne, jeżeli damy na to odczytywany dziennik telewizyjny i opera znaleźć się mają w jednej grupie widowisk o konwencjach jawnych, a teatr Kobra czy Bonanza w drugiej grupie o konwencjach ukrytych. Z tego względu wprawdzie nie wierzę w możliwość praktycznego wykorzystania propozycji Kumora — powiedzmy — w międzynarodowej porównawczej charakterystyce struktury programów telewizyjnych, ale też uznaję jego zasługę w odkrywczym uwypukleniu roli konwencjonalizacji w widowiskach telewizyjnych wszelkich typów. Uświadomienie twórcom i odbiorcom tego, że każde widowisko przedstawia rzeczywistość wg przyjętych konwencji ma bowiem pierwszorzędne znaczenie w postulowanym w końcowych partiach książki „wychowywaniu dla telewizji” (ja bym powiedział raczej: „wychowywaniu do telewizji”).

Skoro A. Kumor przyjął za punkt wyjścia reprodukcyjny charakter telewizji, problem relacji między widowiskiem telewizyjnym a rzeczywistością nie może nie stać się sprawą centralną w jego rozważaniach; nie więc dziwnego, że poświęca mu część drugiej swej książki. Dowodzi w niej, że telewizja jest ekwiwalentem rzeczywistości lepszym niż prasa (bo daje odbiorcy mocniejsze poczucie autentyczności); lepszym niż film (bo daje odbiorcy poczucie jednoczesności wydarzeń i ich oglądu). Ale chociaż nie można zarzucić Kumorowi przeceniania obiektywności telewizji, to przecież — jak na mój gust — nie uwypuklił on dostatecznie wyrażnie tego, że tak film, jak i telewizja oparte są na złudzeniach optycznych wynikających z niedokładności naszych oczu. Toż iluzję poruszających się postaci na ekranie kinowym powodują odpowiednio szybko następujące po sobie obrazy statyczne, a obraz telewizyjny to w gruncie rzeczy tylko kilkadziesiąt linii w różnym stopniu świecących.

Trzecią część swej książki wypełnił Kumor omówieniem wpływu warunków odbioru telewizji na sam od-

mość, gatunki satyryczne — M. Czeriepachow; reportaż, sprawozdanie — S. Guriewicz; wywiad, korespondencja — W. Pelt; przegląd, list — J. Prochorow; artykuł — D. Biekasow; recenzja — W. Wdowiczenko; przegląd prasy — S. Żukow; szkic — K. Kowalewski).

Założenia metodologiczne tomu przedstawione zostały w szkicu „Gatunki publicystyki i ich własności”. Publicystyka — w ujęciu M. Czeriepachowa — jest zespołem gatunków piśmiennictwa polityczno-propagandowego. W obrębie tej kategorii zaznacza się podział na rodzaj informacyjny obejmujący wiadomości, sprawozdania, reportaże, niektóre korespondencje, przeglądy i wywiady oraz rodzaj analityczny, do którego należy większość korespondencji, artykuły, przeglądy prasy, szkice, felietony, pamflety i in. O specyfice rodzajowej decydują granice czasowe przedstawianych zdarzeń i faktów. Gatunki informacyjne wykorzystują również środki publicystycznej analizy, lecz punktem wyjścia jest w nich z reguły konkretny, umiejscowiony w czasie fakt lub zdarzenie; w gatunkach analitycznych granice czasowe materiału wytyczane są znacznie szerzej — np. w korespondencjach przedmiotem publicystycznej analizy mogą być wydarzenia wielu miesięcy.

Podziałów gatunkowych w obrębie publicystyki nie da się, zdaniem M. Czeriepachowa, podporządkować jednej, uniwersalnej formule. Gatunki różnią się — po pierwsze — ze względu na przedmiot (np. przedmiotem wiadomości jest konkretny fakt, przedmiotem recenzji jest natomiast odzwierciedlenie rzeczywistości w postaci jakiegoś dzieła). Po drugie, gatunki różnią się ze względu na swe funkcje. I tak np. w wiadomościach przeważa funkcja poznawcza, zaś zadaniem szkicu (oczerka) jest obrazowa prezentacja człowieka. Po trzecie, różnice gatunkowe wynikają z odmiennej skali ujęcia rzeczywistości (wąski wycinek w korespondencji, szerokie uogólnienia w artykule). Po czwarte wreszcie, odrębności gatunkowe przejawiają się w odmiennych własnościach stylistyczno-literackich.

Na pełną charakterystykę gatunku składa się więc wielopłaszczyznowy kompleks cech, nie pozwalających się objąć wspólnym mianownikiem. „Ga-

tunek — pisze M. Czeriepachow — wyróżnia się nie ze względu na jakąś pojedynczą cechę, ale ze względu na wszystkie cechy w ich wzajemnym związku”.

W jaki sposób poszczególne szkice zamieszczone w zbiorze „Żanry sowieckiej gazety?” realizują w praktyce owe ogólne dyrektywy wielopłaszczyznowego opisu cech gatunkowych? Poziom opracowań, jak to zazwyczaj bywa w pracach zbiorowych, jest dość nierówny. Obok wyzerpujących i precyzyjnych charakterystyk znaleźć można dość pobieżne analizy i definicje dalekie od precyzji. Np. nie może zadowolić definicja korespondencji jako publikacji, która w oparciu o konkretny, szczegółowy materiał omawia w sposób analityczny jakiś aktualny temat. W tak wyznaczonych ramach mieszczą się przecież bez trudu inne gatunki dziennikarskie. W charakterystyce tej brakuje chyba elementu pominiętego również przez M. Czeriepachowa w jego ogólnej typologii cech gatunkowych: powiązania gatunków ze specjalnościami dziennikarskimi. Korespondencja jest gatunkiem, który zawdzięcza swe powstanie i żywotność wysłannikom gazet, profesjonalnym i społecznym przedstawicielom pisma nadsyłającym „z zewnątrz” swe materiały.

Nie wydaje się też dość precyzyjna definicja wywiadu jako rozmowy dziennikarza z człowiekiem kompetentnym, dysponującym potrzebną informacją, cieszącym się autorytetem. Ze szczegółowych wywodów W. Pelta wynikałoby raczej, że kompetencja i autorytet rozmówcy nie mają istotnego znaczenia dla charakterystyki gatunku (dowodem często spotykane w prasie radzieckiej i polskiej wywiady z ludźmi, których opinie są interesujące nie ze względu na osobisty autorytet lecz właśnie ze względu na typowość, przeciętność rozmówcy).

Bardzo interesująco, choć nieco dyskusyjnie, brzmi teza S. Guriewicza, że granica między sprawozdaniem i reportażem określana jest przez charakter akcji: sprawozdanie relacjonuje o wydarzeniach, dla których typowa jest akcja zwerbalizowana (posiedzenia, konferencje, sesje sądowe), reportaż zaś przedstawia wydarzenia, które można zaprezentować w sposób obrazowy i naoczny. Jakkolwiek stwierdzenie to da się częściowo przynajmniej podważyć, powołując się np.

na sprawozdania sportowe, bynajmniej nie odznaczające się zwerbalizowaną akcją, propozycja S. Guriewicza niewątpliwie zasługuje na uwagę.

Na marginesie szkicu S. Guriewicza o reportażu nasuwa się pytanie, skąd wzięła się informacja, że termin reportaż wywodzi się z łac. *reportare* — komunikować, powiadamiać (s. 91). Jest to chyba zwykła pomyłka, ponieważ słowniki łacińskie nie podają tego znaczenia wyrazu. Współcześnie przyjęła się opinia, że genealogii terminu reportaż należy szukać raczej w słownikach francuskich i angielskich.

Wspólną cechą wszystkich szkiców omawianego tomu jest teoretyczny i historyczny „przechyl”. Są to rozprawy, z których zapewne więcej czytelnik będzie miał badacz prasy i czytelnik zainteresowany nowszą historią publicystyki niż student szukający praktycznych wskazówek warsztatowych. Zważywszy jednak, że radziecki słuchacz wydziału dziennikarstwa — w odróżnieniu od polskiego — dysponuje dość bogatym wyborem podręczników i poradników dających mu elementarne informacje warsztatowe, zarzut nadmiernego przeteoretyzowania tomu „Zanry sowieckiej gazety” traci mocno na ostrości. Ostatecznie kwalifikacje dziennikarza zależą nie tylko od przyswojenia pewnej sumy praktycznych wskazówek, ale i od osobistej refleksji, którą mogą pobudzić rozważania teoretyczne i informacje z zakresu historii publicystyki.

Jacek Maziarski

PRASOZNAWSTWO
PORÓWNAWCZE
W AMERYCE ŁAC.

J. M. de Melo: ESTUDIOS DE JORNALISMO COMPARADO. Biblioteca Pionera de Arte e Comunicação, Livraria Pionera Editora, Sao Paulo 1972. S. 260+42 il.

Intencją autora było opublikowanie zbioru esejów i sprawozdań z badań, na użytek licznie rozwijających się w

Brazylii szkół dziennikarstwa i komunikowania. Szkoły te wprowadzają kursy prasoznawstwa porównawczego, ale natrafiają na trudności metodologiczne. Temu właśnie zapotrzebowaniu, tak jeśli chodzi o nauczanie jak i prowadzenie badań, wychodzi na przeciw omawiana książka, stawiając do dyspozycji czytelnika doświadczenia Szkoły Komunikowania i Sztuki uniwersytetu w Sao Paulo.

Pierwsza z dwu części książki zawiera eseje zebrane w trzy grupy tematyczne:

1. „Studia z prasoznawstwa porównawczego w Ameryce Łacińskiej — wpływ Jacquesa Kaysera” obejmują omówienie pionierskiej roli Kaysera w tej dziedzinie na terenie Ameryki Południowej, gdzie w ostatnich latach życia regularnie prowadził wykłady. Zasygnalizowano też wpływ Kaysera na słuchaczy brazylijskich i całość systemu nauczania w szkołach dziennikarskich tego kraju, a nawet całego kontynentu południowoamerykańskiego. W następnym eseju omówiono wynik badań „Dwa tygodnie w prasie Ameryki Łacińskiej” prowadzonych pod kierunkiem Kaysera na 33 najpoczytniejszych gazetach tej części świata (po 2 na kraj) i 4 wielkich dziennikach innych kontynentów (*New York Times*, *Times*, *Le Monde*, *Izwestija*). Opracowanie obejmowało: analizę morfologiczną, analizę zawartości i analizy specjalne (źródła informacji, opis wybranych wydarzeń). Ostatnią część tego działu stanowi bibliografia prac z prasoznawstwa porównawczego publikowanych w Brazylii lub przez brazylijskich badaczy (45 pozycji).

2. „Prasa jako przedmiot badań naukowych w Brazylii — wkład Gilberto Freyera i Luiz Bertrao”. Tę grupę tematyczną rozpoczyna esej „Prasa jako źródło dla nauk o człowieku”. Omówiono w nim osiągnięcia brazylijskich uczonych w wykorzystaniu materiałów prasowych na użytek historii, socjologii, psychologii społecznej, antropologii, nauk politycznych, geografii społeczno-kulturowej (Geografia Humana) i lingwistyki. Drugi esej — „Naukowe badania prasoznawcze” — to opis rozwoju tych badań w Brazylii od pierwszej pracy (1944) do lat ostatnich, ze specjalnym uwzględnieniem pionierskiej działal-

ności Luiz Bertrao. Opis ten oczywiście nie ogranicza się do cytowania osób i prac, ale obejmuje sposób w jaki one oddziaływały oraz wzmiankuje instytucje badawcze i dydaktyczne, które tworzą w kraju. Na koniec podano bibliografię prasoznawstwa porównawczego zebraną na podobnych zasadach jak wyżej cytowana (100 pozycji).

3. „Badania prasoznawcze w Ameryce Łacińskiej — rola CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Jornalismo para a America Latina — Międzynarodowy Ośrodek Prasoznawczy Ameryki Łacińskiej)”. Pierwszy esej tej grupy to „Badania nad komunikowaniem”; zawiera on rys historyczny ich silnego rozwoju w ostatnich latach oraz przegląd obecnego stanu. Uwzględnia nie tylko badania CIESPAL, ale i powstałych później organizacji (IICA — Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas — Amerykański Instytut Nauk Rolniczych, SIP — Sociedad Interamericana de Prensa — Amerykańskie Towarzystwo Prasowe).

Esaj drugi to krytyczny bilans działalności CIESPAL oraz wytyczenie dla niej zadań w dziedzinach: kształcenie wykładowców i badaczy przez staże zagraniczne; w szkolnictwie dziennikarskim, szczególnie przez rozważenie stosunku wiedzy prasoznawczej i zawodowo-dziennikarskiej; w koordynacji badań krajów Ameryki Łacińskiej przez współdziałanie z innymi organizacjami w ułożeniu i inspirowaniu programu badań dla całego kontynentu.

„Badania prasoznawcze” — to tytuł trzeciego eseju. Omówiono tu główne kierunki badań w Ameryce Łacińskiej: analizę morfologii i zawartości prasy oraz zachowanie i przyzwyczajenia konsumpcyjne publiczności, rolę wychowawczo-szkoleniową prasy, język prasy i strukturę przedsiębiorstw prasowych.

Na drugą część książki składają się sprawozdania z przeprowadzonych badań. Na początek omówiono studium porównawcze 10 dzienników z Sao Paulo. Zawiera ono: charakterystykę badanych gazet, globalną analizę zawartości (kategorie: wiadomości, propaganda, rozrywka) i szczegółową analizę wewnątrz tych kategorii (odpowiednio 15, 6 i 2 podkategorie),

a także analizę morfologiczną tekstów, ilustracji i tytułów. Ponadto udział informacji o różnych rejonach geograficznych w ogóle wiadomości. Omówienia te dopełniają reprodukcje tytułowych stron gazet i tabele statystyczne.

W drugich przedstawionych w omawianej książce badaniach porównywano tygodniki różnych części świata (brazylijską *Manchette*, *Paris Match*, *L'Europeo*, *Stern*, *Life*). Globalna analiza zawartości objęła działy: informacja dziennikarska, propaganda, rozrywka. Informację zanalizowano szczegółowo według rozbudowanego schematu Dumazediera (15 kategorii). Szczegółową analizę propagandy odmiennie, jak w poprzednio prezentowanych badaniach (tam propaganda ekonomiczna, administracyjna, religijna itp.), przeprowadzono tylko według kilkunastu kategorii reklamowanych towarów i usług. Na rozrywkę składają się tu: humor, horoskopy, krzyżówki i inne. Analiza zawartości zdjęć obejmuje sześć grup (widoki, zwierzęta, maszyny, tłum, pojedyncze osoby i inne). Grupę 1 i 4 podzielono na dalsze podgrupy (np. krajobraz miejski, morski itd., osobistości — polityczne, literackie, religijne etc.). Analiza morfologiczna objęła udział tytułów, ilustracji, fotografii i rysunków oraz zastosowanie kolorów. I w tym wypadku zamieszczono obszerne tabele statystyczne i ilustracje.

Ostatnią omówioną pracą jest studium „Przemoc w dziennikarstwie brazylijskim”. Analizę przeprowadzono w oparciu o: klasyfikację przekazów (o przemocy tj. przestępstwie, konflikcie, przekazów przeciw przemocy i obojętnych w stosunku do niej), zawartość opisu (przemoc w stosunku do osób — rasowa, społeczna, polityczna); analizę form przemocy (fizyczna, psychologiczna, moralna, ekonomiczna) i wreszcie analizę motywacji (gwałt, obrona, zemsta, sadyzm, idealizm, pasja-zboczenie, zysk, obrona społeczeństwa, przypadek, pasja sportowa). Technicznie badane wypowiedzi prasowe podzielono na fotografie i opisy. Badano po dwa popularne periodyki oraz periodyki elitarne: pięć w Sao Paulo i sześć w Rio de Janeiro.

Wymienione formy przemocy podzielono dalej, np. na fizyczną w stosunku do: osób, dóbr, społeczeństwa; psychologiczną — presje, terror, utra-

pienia; moralną — skandale, obmowa, bezwstyd; ekonomiczną — kryzys finansowy, bezrobocie, spadek produkcji.

Tylko w 7 na 15 badanych dzienników stwierdzono przekazy przeciwko przemocy (dążące do przywrócenia stanu normalności tj. przeciw konfliktowi i przestępstwu).

Praca jest ilustrowana, zawiera 60 pozycji bibliograficznych i tabele statystyczne.

Henryk Stanisław Konarski

Z DZIEJÓW PRASY NIEMIECKIEJ

DEUTSCHE ZEITUNGEN DES 17. BIS 20. JAHRHUNDERTS. Band 2. Hrsg. Heinz-Dietrich Fischer: Verlag Dokumentation, Pullach bei München 1972. S. 415.

Historycy prasy krajów Europy z dużym zainteresowaniem śledzą badania nad historią prasy niemieckiej. Wykraczają one znacznie poza wąskie zainteresowania specjalistyczne, przecierają szlaki historykom zajmującym się problematyką niemiecką, ułatwiają posługiwanie się prasą jako źródłem historycznym. Historycy i prasoznawcy polscy często sięgają do dziejów prasy niemieckiej w poszukiwaniu odpowiedzi na istotne problemy dotyczące stosunków polsko-niemieckich. Badania nad dziejami prasy niemieckiej prowadzone są równoległe w obu państwach niemieckich. Czytelnikowi polskiemu znane są prace prowadzone w Wydziale Dziennikarskim Uniwersytetu im. Karola Marksa w Lipsku. Również intensywne badania prowadzone są w ośrodkach akademickich NRF.

Mimo zasadniczych różnic metodologicznych sięgano do prac zachodnio-niemieckich historyków prasy, aby poznać ich poglądy na minioną rzeczywistość. Szczególne miejsce wśród nich zajmują rozprawy powstające pod kierunkiem profesora uniwersytetu w Bochum, Heinza-Dietricha Fischera. Pod jego redakcją ukazał się już drugi tom zbioru szkiców z dziejów prasy niemieckiej na przestrzeni

od siedemnastego do dwudziestego wieku. Fischer skupił wokół siebie grono poważnych badaczy historii prasy, którzy przynajmniej pod względem erudycyjnym wzbogacają dotychczasowy stan wiedzy.

Omawiany tom zawiera dwadzieścia sześć szkiców monograficznych różnych autorów, omawiających różne tytuły ukazujące się w Niemczech na przestrzeni ostatnich trzystu lat. Są to następujące tytuły gazet i czasopism ujęte w omawianej pracy w kolejności ukazywania się: *Vossische Zeitung, Königsberger Hartungische Zeitung, Leipziger Zeitung, Nordischer Mercurius, Berlinische Nachrichten von Staats und gelehrten Sachen, Schlesische Zeitung, Allgemeine Zeitung, Kölnische Zeitung, Hamburger Fremdenblatt, National-Zeitung, Münchner Neueste Nachrichten, Neue Preussische (Kreuz)-Zeitung, Neue Freie Presse, Frankfurter Zeitung, Kölnische Volkszeitung, Deutsche Allgemeine Zeitung, Berliner Börsen-Courier, Germania, Berliner Tageblatt, Vorwärts, Tägliche Rundschau, Rheinisch-Westfälische Zeitung, Völkischer Beobachter, Die Rote Fahne.*

Szkiece poprzedzone są słowem wstępnym wydawcy, profesora Fischera, w którym autor prezentuje swoje poglądy na cele i zadania historii prasy, a zwłaszcza na badania nad dziejami publicystyki. Autor dostrzega potrzebę nie tylko faktograficznego opisu poszczególnych tytułów, lecz również widzi w tego rodzaju badaniach gromadzenie doświadczeń dziennikarskich przydatnych również i współczesnym dziennikarzom, zwłaszcza w zakresie rodzajów i gatunków dziennikarskich, a także warsztatu dziennikarskiego. Przez badania historyczno-prasowe pragnie Fischer ukazać współczesny rodowód prasy zachodnio-niemieckiej oraz ukazać wzajemne wpływy i współzależności w funkcjonowaniu prasy na skalę tak niemiecką, jak i europejską.

Periodyzacja dziejów prasy niemieckiej przyjęta przez Fischera pokrywa się w zasadzie z periodyzacją dziejów Niemiec na przestrzeni omawianego okresu. Prezentowane tytuły prasowe reprezentują w zasadzie różne orientacje polityczne od skrajnej prawicy i faszyzmu po lewicę rewolucyjną. Historyka prasy zastanowi zapewne fakt, iż w doborze tytułów gazet i czasopism wydawca szcze-

gólnie wiele miejsca przeznaczył na prasę liberalną i centrową. Natomiast najmniej miejsca zajmuje prasa komunistyczna (tylko *Die Rote Fahne*) i socjalistyczna (*Vorwärts*). Również bogato zaznaczony w prasie niemieckiej okres Wiosny Ludów znalazł w omawianej pracy zbyt słabe odbicie. Brak nawet w książce nazwisk Marksa i Engelsa, którzy odegrali wybitną rolę w tym okresie także jako publicyści i dziennikarze.

Zamieszczone w tym tomie rozprawy ukazują ewolucję prasy niemieckiej. Oto początkowo „czysto” informacyjne gazety przekształcają się w organy określonych sił społecznych, politycznych i kół gospodarczych. Wielki kapitał i koła finansowe szybko doceniły znaczenie prasy w przekazywaniu informacji o charakterze gospodarczym oraz jako formy reklamy. Również władze państwowe, a zwłaszcza pruski militarizm poczynając od Fryderyka Wielkiego, aż do Bismarcka traktowały prasę jako narzędzie propagandy militarystyki niemieckiej.

W działalności propagandowej „żelaznego kanclerza” prasa przygotowała grunt pod zjednoczenie Niemiec drogą militarną. Ta sama prasa krzewiła w społeczeństwie niemieckim szowinizm i militarizm. Daty likwidacji różnych tytułów zbiegające się z erą Bismarcka świadczą o tym, jak rozprawił się wszechwładny kanclerz z wszelkimi przejawami opozycji również na odcinku polityki prasowej. Polityka prasowa Bismarcka była skromną zapowiedzią generalnej rozprawy z prasą przeprowadzonej przez Hitlera. To czego nie przeprowadził Bismarck w czasie swoich rządów załatwił w ciągu pierwszych dni swego kanclerstwa Hitler. W brutalny sposób zostały zlikwidowane gazety i czasopisma nie tylko jawnie opozycyjne wobec faszyzmu, ale i takie, które nie wyraziły swego poparcia dla Führera i jego partii. Cezurę końcową zamieszczonych w tym zbiorze rozpraw stanowi rok 1945. Gazety, które ukazywały się w okresie hitlerowskim związane były bezpośrednio z reżimem faszystowskim i dlatego zostały przez sojuszników zlikwidowane po kapitulacji Trzeciej Rzeszy.

Autorzy wykazują, iż prasa zachodnioniemiecka nawiązuje do tradycji okresu przedwojennego, a nie które gazety są bądź kontynuacją ga-

zet sprzed 1945 r., bądź są oparte na dawniejszych wzorach. Oto *Frankfurter Allgemeine Zeitung* wywodzi się z wydawanej w latach 1856—1943 *Frankfurter Zeitung*. Również inne gazety współczesne wydawane w NRF nawiązują do przedwojennych tytułów i metod redagowania. Niewątpliwie ukłonem ze strony wydawcy pod adresem rządzącej w NRF ekipy jest omówienie prasy socjaldemokratycznej (choć i na przykładzie tylko czołowego organu) oraz liberalnodemokratycznej. Historyk ruchu robotniczego znajdzie wiele pożytecznych informacji w szkicu omawiającym dzieje organu Komunistycznej Partii Niemiec *Die Rote Fahne*. Czytelnika polskiego zainteresują niewątpliwie dzieje czołowego organu hitlerowskiego *Völkischer Beobachter* oraz gazet wydawanych w Prusach Wschodnich i na Śląsku, z uwagi na znajdującą się w nich tematykę polską.

Przebiegająca objętość poszczególnych szkiców jest niewielka, waha się w granicach ok. 20 stron, stąd też posiadają one charakter dosyć ogólny i syntetyczny. Autorzy omówili drobiazgowo okoliczności powstania i upadku omawianych tytułów, ukazali ich profil polityczny, strukturę redakcji, nakłady oraz w pewnym stopniu metody redagowania, zaprezentowali sylwetki czołowych publicystów i ich warsztat pracy. Brak natomiast dokładnej charakterystyki dzieł oraz omówienia tematyki tych pism. Z uwagi na szczupłą objętość rozpraw dają się zauważyć duże przeskokki w czasie. Autorzy omijali, ledwie wspominając, takie okresy w dziejach historii Niemiec i prasy niemieckiej, jak obie wojny światowe.

Rozprawy nie uwzględniają nawet w przypisach znacznego dorobku historyków prasy z NRD, co jest niewątpliwym mankamentem zbioru. Polski historyk prasy znajdzie w nim jednak wiele przydatnych informacji umożliwiających poznanie specyfiki prasy niemieckiej od jej powstania, aż po zakończenie drugiej wojny światowej. Prasoznawca natomiast będzie mógł po zapoznaniu się z tą pracą lepiej poznać i zrozumieć pewne właściwości warsztatu dziennikarzy zachodnioniemieckich oraz specyfikę współczesnej prasy NRF.

Jerzy Centkowski

RYNEK PRASOWY NA ZACHODZIE

Jean-Louis Servan-Schreiber: *LE POUVOIR D'INFORMER*, Robert Laffont, Paris 1973. S. 511.

Książka zasługuje na uwagę z kilku przynajmniej powodów. Przede wszystkim ze względu na osobę autora.

Jean-Louis Servan-Schreiber pochodzi ze znanej we francuskim świecie prasowym rodziny dziennikarza i wydawców.

Z dziennikarstwem związał się zaraz po ukończeniu fakultetu nauk politycznych. Już w 1962 roku, mając dwadzieścia pięć lat, został dyrektorem redakcji dziennika *Les Echos*. Kolejne dwa lata spędził w Stanach Zjednoczonych, gdzie m. in. opracował plany upodobnienia tygodnika *L'Express* do amerykańskich wzorów magazynu ogólnoinformacyjnego o profilu politycznym (*Time*, *Newsweek*). Po powrocie pracował w redakcji *L'Express* przygotowując problematykę gospodarczą i ekonomiczną.

W 1967 roku, korzystając z redakcyjnych doświadczeń, założył tygodnik ekonomiczny *L'Expansion*, który zdobył już sobie mocną pozycję na francuskim rynku wydawniczym. W 1969 roku przejął — dzięki związkowi rodzinnym — naczelną dyrekcję Grupy Express (*L'Express*, *L'Expansion*, *Didot-Bottin*, *Firmin-Didot*), a w 1970 — kierownictwo dwóch dzienników regionalnych — *Le Journal du Centre* w Nevers oraz *Le Populaire du Centre* w Limoges.

W wieku trzydziestu sześciu lat, jest obecnie jednym z wielkich „patronów” prasy francuskiej. Reprezentuje typ rzutkiego menagera, o niezłym przygotowaniu teoretycznym (m. in. przez pół roku wykładał dziennikarstwo na Uniwersytecie Stanford w Kalifornii).

Poznawszy autora, poznajmy jego dzieło. Książka, napisana z pewnym zacięciem dziennikarskim, dzieli się na cztery części: „Czy prasa przeżyje?”; „Władza jest na końcu pióra”; „Nad-informacja”; „Odnaleźć wolność”. Uzupełnia ją aneks statystyczny, w którym zamieszczono informacje o nakładach ważniejszych pism w wybranych krajach świata, rozwoju sieci telewizyjnej i radiowej, zużyciu papieru, nawykach czytelnich.

Najciekawsza wydaje się pierwsza część książki, poświęcona analizie przyczyn „kryzysu prasy”, o którym głośno na Zachodzie. Co pewien czas bowiem znika z rynku wydawniczego jakiś popularny dziennik lub tygodnik, znajdujący się — sądząc po objętości i nakładzie — u szczytu powodzenia.

Kryzys magazynów nie ominął Francji — popularny i u nas *Paris-Match*, który jeszcze niedawno miał ponad 2 miliony nakładu, obecnie z trudem jest sprzedawany w ilości 800 tysięcy egzemplarzy. Kryzys przeżywały również dzienniki. We Francji ogólna ich liczba spadła z 414 w 1900 roku do 90 w 1971. Ich sprzedaż utrzymała się na tym samym poziomie 12 milionów, gdy w ciągu ostatnich dwudziestu pięciu lat ludność wzrosła o 25%, a jej siła nabywcza o 72%. W samym Paryżu z 32 dzienników założonych wkrótce po 1945 roku, pozostał skromny tuzin.

Jakie mechanizmy rządzą kapitalistycznym rynkiem prasowym, co decyduje o likwidacji pism? Odpowiedź na to pytanie jest skomplikowana, niemniej jeden czynnik zasługuje na szczególne uwypuklenie. Jest nim — obecnie powszechna — zależność prasy od reklamy. Obecnie w większości popularnych pism reklama zajmuje połowę i więcej numeru, a wpływy reklamowe stanowią często 70—80% wszystkich dochodów wydawnictwa. Mówi się nie bez powodu, że gazeta stała się towarem sprzedawanym dwukrotnie: raz — czytelnikowi drugi raz — ogłoszeniodawcy. Tłumaczy to zresztą, dlaczego prasa jest chyba jedynym towarem w kapitalizmie, który systematycznie jest sprzedawany poniżej rzeczywistej wartości (kosztów).

Czynnikiem przyspieszającym likwidację wielu tytułów, w tym i ilustrowanych magazynów stała się telewizja. Jednak — jak twierdzi Jean-Louis Servan-Schreiber — nie bezpośrednio, odciągając czytelników, ale przede wszystkim pośrednio, przez odciążenie kapitałów reklamowych. Agencje reklamowe zafascynowane potęgą oddziaływania tego wynalazku, chętniej lokują swe ogłoszenia w programach telewizyjnych niż w wielkich magazynach. Większy jest bowiem — tak się sądzi — ich zasięg i atrakcyjność. Prawdą jest jednak i to, że w dobie kolorowej telewizji,

magazyny ilustrowane straciły wiele ze swej atrakcyjności czytelniczej.

Jean-Louis Servan-Schreiber analizując obecne przemiany rynku prasowego na Zachodzie podtrzymuje i rozszerza znaną tezę Teodora Petersona, że zmierzch magazynu ogólnego, o gigantycznym nakładzie wiąże się z narodzinami i rozwojem magazynów wyspecjalizowanych (tj. poruszających wyraźnie wyodrębnioną tematykę, bądź posiadających specyficzną publiczność, wyróżnioną na zasadach zainteresowań, zawodu, terytorium).

Aktualnie wiele wskazuje na to, że w świecie informacji istniejąca przez pierwszą połowę naszego stulecia tendencja do monopolizacji, koncentracji, gigantycznych nakładów zaczyna ustępować tendencji do pluralizacji, fragmentaryzacji, średnich nakładów.

Przyczyn jest wiele, ale znów reklama ma tu swój udział. Ogłoszeniodawcy spostrzegli bowiem, że nie opłaca się im reklama w pismach, które docierają do zbyt wielkiej liczby ludzi równocześnie. Cóż bowiem z tego, że magazyn ma nakład kilkunastu milionów, skoro spora część czytelników to ludzie mało zainteresowani np. kupnem wędki czy olejku do opalania. Bardziej opłaca się zamieszczanie większej ilości reklam w pismach docierających do bardziej jednorodnych grup ludzkich, np. w pismach dla wędkarzy, lub w dziennikach regionalnych zachodniego wybrzeża. Potencjalni nabywcy tworzą przecież tylko część publiczności prasowej, większą w tytułach wyspecjalizowanych, mniejszą w ogólnych. W ten sposób reklama faworyzuje rozwój najrozmaitszych pisemek specjalistycznych.

Kryteria wedle których można usystematyzować te pisma są najrozmaitsze. Z ważniejszych wymieńmy: terytorium (każda z dzielnic Nowego Jorku ma własne dzienniki, osobne mutacje drukuje się dla przedmieść Los Angeles), zawód (istnieją już pisma nie tylko dla inżynierów elektroników, ale nawet dla agencji reklamujących wyroby elektroniczne, a także i dla problemów zarządzania i organizacji tej branży), hobby i zajęcia czasu wolnego (miesięczniki dla łuczników, numizmatyków, łowców motyli itp.), wiek (każdy przedział wieku dziecięcego ma swoje własne periodyki), płeć (poza tradycyjnymi

pismami kobiecymi istnieje prasa kobieca bardzo specjalistyczna), pochodzenie (poza rozwiniętą prasą dla Murzynów istnieje prasa amerykańska dla wszystkich nacji i ras, prasa w języku angielskim, portugalskim, chińskim itp.). Czasami te kryteria krzyżują się i mamy do czynienia z prasą szczególnie wyspecjalizowaną.

Dla wydawania pisma specjalistycznego nie jest ważny wysoki nakład, ale — ze względu na ogłoszeniodawcę — homogeniczna publiczność. Jeśli zatem *Golf Magazine* stwierdzi, że spora część jego czytelników spędza wakacje w zimie i zechce wprowadzić rubrykę sportów zimowych, to ryzykuje, że zaczną go czytać również narciarze, którzy nie grywają w golfu. W ten sposób jednorodna pierwotnie publiczność ulegnie rozwarstwieniu. Lepiej będzie, jeśli owych narciarzy jest sporo, założyć odrębny miesięcznik specjalnie dla nich.

Właśnie dla zachowania jednorodności czytelników rozpowszechnia się zwyczaj odmawiania prenumeraty osobom nie spełniającym określonych warunków. A zatem np. *Business Week*, który chce być czytany tylko przez wyższe kierownictwo, żąda od „kandydatów” na prenumeratorów wypełnienia specjalnego kwestionariusza. Jeśli okaże się, że są to lekarze, studenci, renciści, zwykli księgowi otrzymują oni uprzejmy list wyjaśniający, dlaczego *Business Week* jest zarezerwowany tylko dla zawodowych menagerów. Prawdziwa przyczyna, tj. взгляд na skuteczność reklamy, nie jest ujawniana. W istocie, rzadko lekarze zamawiają komputery lub wielkie koparki.

W trakcie lektury omawianej książki warto pamiętać o określonym stanowisku (ideologii) autora. Wbrew temu co sam o sobie zapewne sądzi, wbrew pewnej trosce o obiektywizm, Jean-Louis Servan-Schreiber pozostaje tym czym jest — wielkim kapitalistą prasowym. Oczywiście jest on — i wykształcony i utalentowany, w pewnym sensie nawet postępowy. Mimo to ograniczoność wielu jego poglądów pozostaje jaskrawo widoczna. Podam dwa przykłady.

Główną przyczynę trudności, jakie przeżywa prasa codzienna widzi Servan-Schreiber w działalności „związków zawodowych drukarzy. Twierdzi zatem, że dzięki działalności silnych związków zawodowych płace druka-

rzy osiągnęły niezwykle wysoki poziom i zatem — jak wszyscy uprzywilejowani — przeszkadzają oni wprowadzaniu nowych technologii, obawiając się redukcji zarobków i zatrudnienia. Zapewne, wysokie zarobki robotników ograniczają zyski kapitalistyczne, lecz upatrywać w funkcjonowaniu sprawnych związków zawodowych główny czynnik kryzysu dzienników na Zachodzie, to już gruba przesada i całkowita nieznajomość ekonomii (politycznej). Zresztą nieco dalej sam autor podaje informacje zaprzeczające jego tezie. W rozdziale „Drukować banknoty” pisze, że „Wall Street preferuje dzienniki” jako doskonałą lokatę kapitału. Okazuje się bowiem, że dziennik w mieście średniej wielkości o nakładzie ok. 55 tysięcy egzemplarzy i obrotach 5 milionów dolarów, przynosił w 1968 roku 28,6% zysku (nieopodatkowanego), bądź 14% zysku czystego. W tym samym roku średnia czystego zysku w przemyśle amerykańskim wynosiła 5,8%. Wysokie płace robotników drukarskich oraz funkcjonowanie związków zawodowych nie przeszkodziły więc w wysokiej opłacalności przemysłu prasowego.

Drugi przykład. JLSS podsumowując rozważania o reklamie w masowych środkach komunikowania stwierdza, że jest ona dla nich czymś najgorszym i najlepszym. Najgorszym, gdyż głęboko przekształciła, na korzyść systemu komercyjnego, ich zawartość i ich równowagę ekonomiczną (tu zgoda, pisałem o tym wcześniej). Jest jednak, twierdzi Servan-Schreiber, czymś najlepszym, gdyż — cytując dosłownie — w świecie kapitalistycznym zabezpiecza jedyny sposób finansowania, który uniezależnia prasę od państwa! Logika autora nie wymaga chyba komentarza.

Tomasz Goban-Klas

Z PROBLEMÓW SOCJOLOGII TELEWIZJI

Axel Gryspeerdt: *TÉLÉVISION ET PARTICIPATION À LA CULTURE*. Éditions Vie Ouvrière, Bruxelles 1972. S. 188.

Książka jest owocem badań ankietowych przeprowadzonych na przełomie lat 1968—1969 w Centre des Techni-

ques de Diffusion (Cetedi) i w Institut Supérieur du Travail UCL na użytek Fondation Travail-Université, których celem było zapoznanie się z wpływem masowych środków przekazu na świat pracujący, szczególnie zaś na robotników różnych kwalifikacji w dużym lub średnim przedsiębiorstwie.

Autor jest asystentem w wydziale nauk ekonomicznych, politycznych i społecznych Uniwersytetu Katolickiego w Louvain. Od lat prowadzi badania w dziedzinie socjologii kultury i socjologii telewizji; interesuje go analiza procesów w zakresie społecznego komunikowania i rozpowszechniania kultury. Opublikował już liczne artykuły poświęcone twórczości poetyckiej, reklamie, metodologii komunikowania społecznego i opinii publicznej.

Pierwsza część zatytułowana „Telewizja techniką na usługach rozwoju kulturowego wszystkich środowisk społecznych”, z podrozdziałami „Możliwości i ryzyka telewizji, telewizja a środowisko społeczne, kto może uczestniczyć w kulturze, komu telewizja pomaga”, napisana została z myślą o czytelniku, nie będącym specjalistą w tej dziedzinie. Ma ona na celu właściwe usytuowanie problematyki; poruszone są w niej problemy, które stawia socjologia rozwoju kulturowego w ogóle, a przede wszystkim te, które stawia socjologia telewizji. Problematyka jest rozległa, zadziwiająca i pociągająca, jeśli pomyśleć o rozlicznych związkach zachodzących między tak prostą funkcją jak oglądanie telewizji a całością rzeczywistości, strukturą społeczeństwa i procesem kształtowania jednostki.

Część ta jest czymś w rodzaju wstępu, nie jest on niezbędny dla zrozumienia zasadniczego zrebu pracy. Autor stara się jedynie sformułować pytania i określić perspektywę, w której kształtować się powinny zasady naukowego humanistycznego podejścia do problematyki.

Druga, zasadnicza część pracy, ukazująca jej cel, zatytułowana „Telewizja jako instrument partycypowania w kulturze”, chce pokazać, w jaki sposób robotnicy biorą udział w kulturze za pośrednictwem telewizji. W tym celu autor pragnie skreślić portret telewizzasta, usiłując odpowiedzieć na następujące pytania: Jaki

jest stosunek robotników do telewizji, ile czasu spędzają przed małym ekranem, czego oczekują od telewizji, jak wytłumaczyć ich postawę; chce także wyjaśnić, jaka jest rola telewizji (społeczna, kulturalna, polityczna); czy prawdą jest, że telewizja prowadzi do alienacji robotników usiłując zaspokoić nie istniejące potrzeby; czy pozwala ona na wyrobienie sobie uporządkowanej opinii o dzisiejszym świecie; czy sprzyja uczestnictwu w kulturze i jakie zmiany wprowadza u tych, którzy ją oglądają. Oto tylko niektóre z pytań. Jest to więc nie tylko szczegółowy opis faktów, ale także próba ich wytłumaczenia.

Obok tradycyjnych kryteriów socjologicznych, autor przeprowadza badania niektórych czynników psychologicznych rzadziej stosowanych w badaniach typu socjologicznego. Mimo, że ich rzeczywisty wpływ nie zdaje się przemawiać na korzyść czynników socjologicznych, autor jest przeświadczony, iż jest to jedyne podejście do problemu rozwoju kulturowego jednostki i społeczeństwa jako całości. Takim podejściem można wykryć nowe ścieżki, które pozwolą spojrzeć na zagadnienie z „otwartym umysłem” i „daleko w przyszłość”, co umożliwi wykrycie tego, czym powinna być telewizja — tak, aby człowiek mógł wykorzystać w maksymalnym stopniu możliwości, które mu ona daje.

Jakiż jest więc portret telewidza robotnika, urzędnika, personelu kierowniczego?

Autor przeprowadza typologię opartą na „wielkości konsumpcji” czyli na czasie spędzonym przed małym ekranem. Są więc „wielcy”, „średni” i „mali” telewidzowie. „Wielcy” oglądają telewizję co najmniej trzy razy tygodniowo i za każdym posiedzeniem trzy godziny lub więcej, „średni” — równie często lecz nie dłużej niż dwie do dwóch i pół godz., „mali” oglądają rzadziej i równie długo lub krócej. „Wielcy” szukają przede wszystkim rozrywki, mimo pewnej fascynacji ich stosunek jest bardziej obojętny, oglądają wszystko, ale często zajmują się czymś innym, pozostając cały czas „na powierzchni”. Okazuje się, że wykształcenie jest tutaj czynnikiem decydującym. „Wielcy” telewidzowie są najmniej wykształceni.

Wydaje się, że frustracja zawodowa nie wchodzi w grę, gdyż osobnicy

uważani za sfrustrowanych w pracy zawodowej nie oglądają telewizji dłużej od innych. Co więcej, oglądają te same programy, a co najwyżej oglądają częściej „gry” telewizyjne.

Wykształcenie okazuje się również „clé-variable” w badaniach nad „ośrodkami zainteresowań”. Ilość ośrodków zainteresowań, jak i ich jakość są funkcją wykształcenia, które dany osobnik otrzymał. Można powiedzieć, że istnieje zadziwiająca zgodność między kulturą wyjściową osobnika zdobytą w rodzinie, szkole, społeczności środowiska — a kulturą nabytą i przyjętą za pośrednictwem telewizji.

„Dynamizm” zawodu nie bulwersuje w sposób fundamentalny postaw oglądającego. Jednakże ci, którzy sądzą, że ich sytuacja się polepszy w ciągu najbliższych pięciu lat — przywiązują większą wagę do programów informacyjnych i poglądowych. Telewizja zaostrza ich pragnienie awansu społecznego, przyspieszonego i ciągłego dokształcania. Ci którzy nie znają swojej przyszłości zawodowej lub się nią nie zajmują, przybierają postawę przeciwną.

Używanie telewizji do kontaktów społecznych zależne jest od grupy zawodowej. Kontakty, które pociąga za sobą telewizja, są liczniejsze w środowisku robotniczym niż w urzędniczym. Ważnym spostrzeżeniem jest to, że telewizja po wkroczeniu w środowiska klas niższych sprzyja rozwojowi kontaktów ludzkich w tych kategoriach, gdzie to dotychczas było niemożliwe. Robotnicy mówili przede wszystkim o doświadczeniach przeszłych. Wraz z telewizją pojawił się nowy temat wymian, kontaktów. Liderzy opinii obierają sobie często telewizję za źródło inspiracji.

Hierarchia społeczna również nadaje kierunek poszukiwaniu informacji. Im wyżej drabiny społecznej, tym pragnienie informacji w skali kosmopolitycznej jest większe. Im niżej drabiny, tym większe zainteresowanie dla nowin lokalnych, regionalnych.

Ankieta potwierdza wyraźnie fakt, że poszukiwanie informacji jest kumulatywne. Ci, którzy najczęściej uczestniczą w zebraniach związkowych, politycznych i społecznych, są najpilniejszymi w oglądaniu programów informacyjnych i poglądowych. I tak samo, im wyżej drabiny społecznej, tym osobnicy są mniej kon-

testacyjni w stosunku do społeczeństwa. Telewizja pomaga im w samoświadomianiu. Natomiast nic nie wskazuje na to, że przyczynia się ona do wzrostu szacunku w stosunku do dzieł sztuki i ich pochodnych. Wydaje się, że telewizja jedynie stymuluje, pobudza do czytania tych, którzy już czytali poprzednio, otwiera drzwi na sztukę tym, którzy się nią interesowali, jest awangardą dla tych, którzy lubią awangardę. W każdym razie „nie rozbija” kultury robotniczej.

Niezależnie od entuzjazmu jaki można żywić do telewizji, przyznać trzeba, że jej rola jako ciągłego edukatora (którą mogłaby spełniać) jest na razie jedynie mitem i złudzeniem i że jedynie rozsądny plan polityki kulturalnej w telewizji mógłby uczynić z niej prawdziwy środek „komunikacji społecznej”.

Książka zajmuje pozytywne miejsce w badaniach nad masowymi środkami komunikowania, wnosi szereg nowych elementów do dotychczasowych wiadomości. Lecz jeszcze raz więcej stawia pytań niż daje odpowiedzi, jest to jednak normalne zjawisko w tego rodzaju pracach prowadzonych w dziedzinie tak złożonej i „zmiennej”, kiedy narzędzia pracy są jeszcze tak niedoskonałe.

Praca jest uzupełniona wyczerpującą bibliografią.

Irena Doroz-Dąbrowska

PRZYSZŁOŚĆ TECHNICZNA

Ben H. Bagdikian: THE INFORMATION MACHINES. Their Impact on Men and the Media. Harper and Row, New York 1971. S. XXXVI+360.

Bagdikian zdobył już światowy rozgłos swoją pierwszą książką „In the Midst of Plenty: The Por in America” (Pośród obfitości: Nędza w Ameryce). „The Information Machines” tylko go ugruntowały. Będąc jednym z sekretarzy redakcji dziennika *Washington Post* i wykładowcą na Wydziale Komunikowania Uniwersytetu Stanford, autor należy jednocześnie do najostrejszych krytyków konsekwencji systemu polityczno-ekonomicznego w USA.

Rozmyślnie nazwałem go krytykiem konsekwencji systemu, a nie krytykiem systemu, bo żaden z jego oskarżycielskich zarzutów nie jest bezpośrednio wymierzony w zasady ustroju kapitalistycznego. Wszystkie odnoszą się do jego skutków, a nie do jego istoty. Bagdikian nigdy nie pozwala sobie nawet na najlżejszą aluzję, że wszystkie piętnowane przez niego niepomysłne zjawiska są nieodłącznym następstwem kapitalistycznych stosunków społecznych. Kiedy się zajmuje przeszłością i współczesnością, nie tai gorzkiej prawdy; kiedy jednak przychodzi mu spojrzeć w nie-techniczną przyszłość, jego prognozy brzmią trochę naiwnie.

Składający się z 13 rozdziałów zasadniczy tekst książki poprzedza kilkunastostronicowa przedmowa, w której autor przedstawia wyniki swojej ankiety na temat przewidywanego postępu technicznego w przemyśle prasowym, na którą odpowiedziało 25 osób uznanych za autorytety w tej dziedzinie. Oto najważniejsze jej wyniki: Od roku 1975 należy się spodziewać stosunkowo szybkiego upowszechnienia, m. in. przenośnych aparatów telefoto, urządzeń czytających maszynopis, urządzeń umożliwiających śledzenie w redakcyjnym monitorze ważniejszych zebrań publicznych, ekranów kineskopowych w technicznym i graficznym redagowaniu gazety, transmitowania telegazety do domu czytelnika, elektronicznego systemu umożliwiającego odbiorcy selekcję zawartości gazety i programu telewizyjnego itp. Stosunkowo najmniej zmian, aż po rok 1990 spodziewać się można w zakresie kolportażu.

Optymistyczne prognozy ekspertów w zakresie technologii trzeba jednak traktować ostrożnie, bo trudno się nie zgodzić z Bagdikianem, że „nie zajdzie żadna zmiana na korzyść odbiorcy, dopóki nadawca nie dostrzeże w niej własnego interesu”. Tymczasem wydawcy prasy przewidują jako najważniejszą zmianę w najbliższych latach przejście z ośmio- na sześciospaltowy druk!

Przyszłość prasy drukowanej zapowiada się wedle Bagdikiana pomyślnie; nie wskazuje na to, by telewizja mogła jej zaszkodzić. Społeczeństwo niezbędnie potrzebuje prasy — zwłaszcza lokalnej. Z każdym rokiem powiększa się liczebność wyższych warstw społecznych, a w nich

wzrasta liczba osób nie patrzących na telewizję w ogóle i zmniejsza się liczba godzin spędzanych przed telewizorem przez pozostałych.

Główne niebezpieczeństwo dla komunikowania masowego widzi Bagdikian w jego monopolizacji i komercjalizacji. W USA nie jest to niebezpieczeństwo urojone, skoro dziś w 97% amerykańskich miast istnieje monopol prasy, skoro 63% czytelników dzienników otrzymuje informacje podlegające kontroli 35 osób, skoro 3 koncerny, tzn. praktycznie 3 osoby decydują, co 70% Amerykanów zobaczy na ekranach telewizyjnych. „Dziesięć korporacji — pisze Bagdikian — płaci za 78% reklamy w telewizji i proporcjonalnie w takim samym stopniu wpływa na to, co wchłonie amerykański umysł, gdy jego właściciel patrzy na telewizję; faktycznie głównymi wychowawcami narodu amerykańskiego stali się Procter and Gamble, Bristol-Myers, General Foods, R. J. Reynolds Industries, American Home Products, Colgate-Palmolive, General Motors, Gillette, Sterling Drug i Lever Brothers. Tych dziesięć korporacji panuje nad większą ilością czasu w amerykańskiej świadomości niż szkoła i kościół.”

Bagdikian mówi otwarcie, że w ostatecznym rozrachunku za reklamę i pozornie bezpłatny program telewizyjny i tak płaci odbiorca, bo koszt reklamy zostaje wliczony do rynkowej ceny reklamowanych produktów. Dla wielu odbiorców zresztą reklama jest źródłem informacji o towarach i wcale nie chcą się jej wyrzec. Jeżeli jednak ilość tej reklamowej informacji stanie się zbyt wielka, odbiorcy będzie się bardziej kalkułowalo płacić bezpośrednio za potrzebną mu informację, niż (pozornie) za darmo otrzymać potrzebną i niepotrzebną. Szansę takiego rozwiązania stwarza system kablowej łączności wiążący poszczególne mieszkania z bankami informacji. Bagdikian widzi w systemie kablowym lekarstwo na wszystkie dolegliwości komunikowania masowego w USA. Łączność kablowa zahamuje wpływ nadawców reklamy na program i stworzy dostęp do masowych środków nawet bardzo małym organizacjom. Właściciele sieci kablowej stosunkowo tanio będą sprzedawali czas korzystania z niej. System łączności kablowej umożliwi maksymalne zróżnicowanie treści do-

stępnych odbiorcy, a jednocześnie ich selekcję przez niego.

Za kilkanaście lat — zdaniem Bagdikiana — domowe połączenie z komputerami w bankach informacji stanie się tak ważne dla mieszkańców miast, jak ważny jest dziś telefon. Ludzie nie mający takiego połączenia praktycznie zostaną wyeliminowani z najaktywniejszej części społeczeństwa, bo nie wytrzymają konkurencji z osobami mieszkającymi w domach z łącznością kablową; to samo odnosi się do ich dzieci.

Jak wiadomo, dziś w USA toczy się walka między właścicielami sieci kablowej a właścicielami telewizji. Przypomina ona walkę sprzed pół wieku między koncernami prasowymi a radiem. Bagdikian opowiada się wyraźnie po stronie właścicieli kabli. Czy rzeczywiście system łączności kablowej zwycięży? W USA w każdym razie będzie to zależało nie od interesów odbiorców, ale od tego, które rozwiązanie przyniesie większą korzyść producentom, bo takie jest prawo kapitalizmu.

Walery Pisarek

FRANCUSKI LEKSYKON PRASOWY

LES COMMUNICATIONS DE
MASSE — L'UNIVERS DES MASS
MEDIA. Pod red. J. Mousseau.
Centre d'Étude et de Promotion de
la Lecture, Paris 1972. S. 511.

Zanim ukaże się długo oczekiwany polski leksykon prasowo-wydawniczy, możemy tylko recenzować opracowania obce. Każde z nich ma cechy specyficzne, każde ma wiele zalet (przede wszystkim zasadniczą — istnieją!), ale każde ma także sporo wad. Po dwóch leksykonach zachodnoniemieckich*) przedstawiamy kolejny, tym razem francuski.

Najciekawsza jest sama konstrukcja leksykonu umożliwiająca różne sposoby korzystania z niego. Opinia o słynnej francuskiej „clairté” tym razem nie jest przesadzona. Leksykon składa się z dwóch części: 10 artyku-

*) Zob. Zygmunt Dąbek: Zachodnoniemieckie leksykony prasoznawcze. *Zeszyty Prasoznawcze* 1972 nr 1, s. 96—100.

łów problemowych, ułożonych w porządku alfabetycznym oraz 300 haseł słownikowych, również alfabetycznie ułożonych. Z leksykonu można więc korzystać w czworaki sposób:

1. Lektura ciągła artykułów problemowych. Leksykon staje się wówczas rodzajem podręcznika wprowadzającego w problematykę komunikowania masowego — książką złożoną z dziesięciu rozdziałów, które można czytać kolejno lub oddzielnie. Lekturę ułatwia system wycięć brzegowych dzięki którym błyskawicznie można trafić na żądany artykuł.

2. Lektura selektywna. Leksykon można również wykorzystywać jako zwykły słownik alfabetyczny. Wszystkie artykuły oraz krótkie hasła problemowe i biogramy zostały uporządkowane alfabetycznie.

3. Teksty pomocnicze — notki na marginesach. Dla odciążenia tekstu artykułów problemowych i haseł, wszystkie informacje pomocnicze (noty o autorach, dane bibliograficzne, niezbędne wyjaśnienia) przeniesiono na marginesy, dzięki czemu tekst zasadniczy stał się jaśniejszy.

4. Indeks ogólny słów podstawowych. Wszystkie słowa podstawowe, które zostały umieszczone w 300-terminowym słowniku są podkreślone, co umożliwia każdorazowe ich odszukanie. Jednocześnie przy każdym hasle problemowym podane są jego odpowiedniki angielskie oraz strony, na których występuje dany termin.

W sumie, pod względem wygody w korzystaniu, czytelności oraz przejrzystości konstrukcji jest to książka „na medal”. Wcześniej recenzowane dwa leksykony zachodniemieckie wypadają pod tym względem bardzo mizernie. Gorzej natomiast wypadają sprawy merytoryczne.

Wymieńmy najpierw tytuły oraz podtytuły poszczególnych rozdziałów problemowych:

1. J. Mousseau: Funkcje komunikowania masowego (role, efekty, teorie: socjologia komunikowania masowego);
2. R. Cayrol: Dziennik (prasa na świecie, wielkie dzienniki francuskie, kryzys prasy pisaną);

3. J. Feller: Magazyn (wczoraj: prasa ilustrowana mas, jutro: prasa wyspecjalizowana);

4. R. Duval: Radio (pół wieku historii, radio państwowe i stacje peryferyczne, ewolucja ORTF);

5. J. Cazeneuve: Telewizja (dzisiaj najważniejsze z mediów, telewizja i polityka, efekty kulturalne telewizji);

6. R. Malicot: Książka (determinujący element naszej cywilizacji, wydawanie książek dzisiaj, przeszłość wydawnictwa książek);

7. A. Akoun: Kino (wiek historii, funkcja społeczna kina, sztuka wreszcie dojrzała);

8. C. Vielfaure: Reklama (reklama — środkiem masowym? kto robi reklamę? reklama i inne środki masowe);

9. F. Richaudeau: Kultura środków masowych (kultura mozaikowa, stosunki producenci — konsumenci informacji, środki masowe i społeczeństwo konsumpcyjne);

10. G. Mond: Środki komunikowania masowego w krajach wschodnich (przypadek ZSRR, pedagogika polityczna, sytuacja w innych krajach wschodnich).

Powyższy przegląd pozwolił zapewne czytelnikowi zorientować się w ogólnym układzie leksykonu. Podając wiele faktów i informacji ma on bardziej charakter opisowy, niż teoretyczny czy metodologiczny. W pewnym sensie może zatem pełnić funkcję podręcznika dla przedmiotu „wstęp do nauki o komunikowaniu masowym”. Z jednym wszakże zastrzeżeniem. O ile ogólne ustawienie artykułów i haseł odzwierdzydla mentalność Francuzów (o czym zaraz będzie mowa), to jeden z tekstów znalazł się w nim z powodów trudnych do wyjaśnienia. Chodzi o artykuł G. Monda. Powtarza on stare antykomunistyczne doktryny o sytuacji środków komunikowania masowego w krajach wschodnich (czasami jest mowa — orientalnych), dorzucając do tego garść danych statystycznych o nakładach i liczbie tytułów. O ile pozostałe artykuły raczej rzetelnie informują o sytuacji

w zakresie komunikowania masowego w innych krajach, szczególnie we Francji, tak ten jeden jest wyjątkowo tendencyjny. Poważne wydawnictwo naukowe mogło się bez niego obejść.

Całość materiałów zamieszczonych w leksykonie — jak i wiele innych prac francuskich — cechuje wyraźny frankocentryzm. W zasadzie oprócz informacji o Francji podawane są tylko dane o USA. Przyjmuje to czasami wręcz groteskową postać. Na zakończenie leksykonu podano „Wielkie daty z historii komunikowania masowego”. Otwiera je rok 1436 —

narodziny druku. Ale m. in. zaliczono też do nich takie „wydarzenia”, jak uruchomienie drugiego programu telewizyjnego ORTF (1964), likwidacja *Paris-Jour* (1972). Podobne śmieszności znajdziemy analizując listę biografów. Jak widać każdy naród musi opracować własny leksykon — dopiero z ich syntezy powstanie być może encyklopedia bardziej „sprawiedliwa” niż dali tego przykład autorzy francuscy. Warto od nich jednak przejąć konstrukcję i przejrzystość leksykonu.

Tomasz Goban-Klas

Noty o polskich nowościach wydawniczych

● **Wiktor i René Śliwowski: ALEKSANDER HERCEN. Seria „Ludzie żywi”.** Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1973. S. 670, 93 ilustracje na wklejkach.

„Trudno wprost uwierzyć — piszą autorzy we wstępie — że niniejsza książka jest pierwszą w języku polskim biografią Aleksandra Hercena — wielkiego rosyjskiego wychodźcy, którego nazwisko tak nierozważalnie spłotło się ze „sprawą polską”. Dodajmy: pierwszą, ale od razu bardzo obszerną, opracowaną w sposób popularny, „do czytania”, zgodnie z konwencją serii w jakiej ta biografia została wydana. Seria ma ukazywać „ludzi żywych”.

W istocie — poznajemy Hercena bez koturnów, człowieka z krwi i kości, działacza, pisarza, dziennikarza, ale także męża i ojca.

Czego dowiemy się z książki o jego dziennikarsko-wydawniczej działalności? Oto już krótko po ukończeniu studiów, w 1834 roku (Hercen miał 22 lata), zamierzał założyć w Moskwie postępowe czasopismo encyklopedyczne poświęcone historii, literaturze i przyrodoznawstwu. Projekt nie został zrealizowany, choć znalazł się jako dokument w aktach Komisji Śledczej.

Potem przyszło zesłanie, małżeństwo z porwaną narzeczoną i redagowanie gubernialnego tygodnika we Włodzimierzu. Powołano wówczas (1838) we wszystkich guberniach takie miejscowe półurzędowe gazety. Gubernator, nie mając nikogo odpowiedniego do redagowania pisma, wyznaczył półoficjalnie do tej funkcji zesańca Hercena. Włożył on w tę pracę wiele inwencji. W ten sposób zdobył też dziennikarskie doświadczenia.

Krótki pobyt w Petersburgu, znów zesłanie — tym razem do Nowogrodu. Wreszcie u cesarza wyjednano mu zgodę na powrót do rodzinnej Moskwy. Bierze żywy udział w ówczesnych dyskusjach intelektualnych i wiele publikuje na łamach pra-

sy literacko-społecznej pod pseudonimem Iskander.

Już wówczas, w czterdziestych latach XIX w., zaznacza się ogromny jego wpływ na kształtowanie się umysłów rosyjskich demokratów. Niezależność materialna pozwalała Hercenowi całkowicie poświęcić się tej działalności. Jest to okres twórczości literackiej o wyraźnym charakterze publicystycznym.

Na początku 1847 udało się Hercenowi dzięki protekcjom uzyskać paszport i z żoną, dziećmi i towarzyszącymi mu osobami wyjechać z Rosji. Emigracyjna działalność Hercena jest lepiej u nas znana. Wypada więc tylko przypomnieć, że początkowo pisze z Paryża korespondencje do czasopism rosyjskich. Potem euforia Wiosny Ludów i współpraca z Mickiewiczowską *Trybuną Ludów*. Boleśnie przeżywa klęskę rewolucji. Wiąże się z Proudhonowskim piśmie *La Voix du Peuple*, finansuje to piśmo, drukuje w nim.

Z kolei — przenosi się do Londynu po burzliwych przejściach osobistych (romans z żoną z przyjacią — poetą Herweghem, który stał się w końcu wrogiem Hercena, następnie śmierć żony). Tu następuje okres jego szczytowej działalności wydawniczej i dziennikarskiej, a m. in. założenie Wolnej Drukarni Rosyjskiej. Lenin tak ocenił tę jego działalność: „Hercen stworzył wolną prasę za granicą — jest to jego wielka zasługa. *Gwiazda Polarna* podjęła tradycję dekabrystów. *Kołokoł* (1857—1865) stał się szermierzem wyzwolenia chłopów”. Doping i pomoc w założeniu tej drukarni dali mu emigranci polscy zakładając Wolną Drukarnię *Demokraty Polskiego* (dofinansowaną zresztą także przez Hercena). Publicystyka Hercena zawsze też najżywiej nawiązywała do „sprawy polskiej”.

Poświęcona temu okresowi część III omawianej biografii, zatytułowana „Apogeuem”, przynosi też najwięcej informacji interesujących historyka światowej prasy postępowej.

kt

● **Walentyna Najdus: SDKPiL A SDPRR 1893—1907. PAN — Instytut Historii. Ossolineum, Wrocław — Warszawa — Kraków — Gdańsk 1973. S. 367.**

Autorka podkreśla we wstępie, że tematem tej pracy są stosunki międzypartyjne i szczególną uwagę poświęca kontaktom i współpracy kierownictwa SDKPiL z odpowiednimi instancjami SDPRR, a wśród nich także z redakcjami pism partyjnych. Zwracając uwagę na niedostatki badań nad dziejami SDKPiL pisze, że „luki występują także w dziedzinie prasoznawstwa”, np. jeśli chodzi o dzieje *Iskry* po 1903 roku, gdy nie redagował jej Lenin.

Ponieważ rewolucyjna prasa od z począt-ków ruchu robotniczego odgrywała ogromną rolę, autorka poświęca jej wiele miejsca w monografii. Oczywiście interesuje ją przede wszystkim treść gazet i czasopism, ale — niejako przy okazji — podaje sporo informacji redakcyjnych i wydawniczych. Zwłaszcza w rozdziale zatytułowanym „Współpraca polskich socjaldemokratów z redakcją i organizacją *Iskry*”.

Dla zainteresowanych dziejami prasy socjaldemokratycznej i socjalistycznej tego okresu praca dostarcza cenne informacje. ki

● **Joachim Głenski: BIBLIOGRAFIA OPRACOWAŃ PRASY ŚLĄSKIEJ. Tom I. Instytut Śląski, Opole 1973. S. 137.**

„Niepodobna przeceniać roli prasy polskiej, ukazującej się na Śląsku, w rozwoju ruchów narodowych... Nie ma bodaj artykułu czy rozprawy z dziedziny historii i piśmiennictwa, w których nie wzmiankowano by o zagadnieniach związanych z prasą... Tymczasem ze względu na swoistą interdyscyplinarność prasoznawstwa, artykuły dotyczące tej problematyki rozrzucone są po licznych bibliografiach, różnych czasopismach i wydawnictwach zbiorowych, co znacznie utrudnia dotarcie do nich...” Te zdania z krótkiego wstępu trafnie uzasadniają celowość wydania (nakładem własnym) „Bibliografii opracowań prasy śląskiej”, której I tom sięga do roku 1945.

Całość została przejrzysto podzielona na 10 następujących rozdziałów: I. Stan badań (tu — tylko kilka opracowań), II. Bibliografie, wykazy i katalogi czasopism (blisko 40 pozycji), III. Prasa polska (z podziałem chronologicznym: do 1921 r. — okres powstań i plebiscytu — do 1939 r. — prasa konspiracyjna 1939—1945), IV. Prasa niemiecka, V. Prasa czesko-morawska, VI. Osoby (związane z dziennikarstwem), VII. Kalendarze, VIII: Prace nieopublikowane (ok. 90 pozycji, w większości przejętych z publikacji S. Dzińskiego: Prasoznawcze prace dyplomowe w Polsce do r. 1968), IX. Archiwalia (z Archiwum Akt Nowych w Warszawie, Archiwum Państwowego m. Wrocławia i woj. wrocławskiego we Wrocławiu, Deutsches Zentralarchiv Merseburg, Wojewódzkiego Archiwum Państwowego w Opolu; ogółem ponad 200 pozycji w układzie chronologicznym), X. Śląsk w prasie ogólnopolskiej (20 opisów + 5 „doczepionych” prac magisterskich z zakresu tej problematyki).

Ostatni opis nosi nr 1710, ale autor widać docznie do ostatniej chwili uzupełniał bibliografię, gdyż sporo liczb jest dublowanych (z literą a), więc ilość opisów przekracza przytoczoną liczbę. Indeksy: osób

i czasopism dobrze służą posługiwaniu się tym cennym dla badaczy, studentów i publicystów wydawnictwem. pd

● **Marian Marek Drozdowski: WARSZAWIACY I ICH MIASTO W LATACH DRUGIEJ RZECZYPOSPOLITEJ. Biblioteka Wiedzy Historycznej — Historia Polski. Wyd. Wiedza Powszechna, Warszawa 1973. S. 461 i 58 ilustracji na wkładkach.**

Monografia, której autor postawił sobie jako cel ukazanie Warszawy i życia jej mieszkańców w możliwie najliczniejszych przekrojach. Jest omówiony rozwój przestrzenny wraz z urbanistyką i architekturą, ludność, gospodarka, oświata, nauka i kultura, życie codzienne i obyczajowość, zarząd miejski i samorząd, oblicze polityczne stolicy. W końcu — podsumowanie: funkcje Warszawy międzywojennej.

Przy próbie takiej syntezy z konieczności większość tematów została ujęta w formie krótkich omówień. Np. o rozgłoszeniach radiowych — głównie ich funkcji kulturotwórczej — 1,5 strony (ss. 222—223). Prasa — 2 strony (ss. 206—208). W ten sposób w ogólnej mozaice zaznaczone zostało istnienie radia i prasy. ki

● **KONSPIRACYJNA PUBLICYSTYKA LITERACKA 1940—1944. Antologia; opracował i wstępem poprzedził Zdzisław Jastrzębski. Wyd. Literackie, Kraków 1973. S. 288.**

Autor (zł. 1930—1972), historyk literatury polskiej, filolog-edytor, krytyk literacki i publicysta, miał kilka zainteresowań badawczych, ale umiłowanym tematem było konspiracyjne życie literackie w Polsce lat okupacyjnych. Pracę doktorską pisał na temat „Literatura pokolenia wojennego wobec Dwudziestolecia”; przygotował wydanie pism Andrzeja Trzebińskiego i Zdzisława Stroińskiego.

Również z tego kręgu jego zainteresowań wyłoniła się ta antologia. Poprzedził ją wstępem „Publicystyczne boje o kulturę w podziemiu”, dając zarys roli i znaczenia prasy podziemnej w okupowanym kraju, a na tym tle — publicystyki literackiej. Tak o niej pisze: „Sam fakt, że istniała w okresie dtawienia kultury różnorodna prasa i rozwijała się krytyka, miał i ma doniosłe znaczenie, przynajmniej historyczne.”

Założeniem antologii było zebrać „artykuły bądź najlepsze, bądź najbardziej charakterystyczne, z różnych możliwie środowisk. Przewagę ma tu dorobek wojennej generacji, była ona najbardziej prężna, młodzi nadawali ton życiu literackiemu...” Antologia obejmuje 45 artykułów. Wśród rozszyfrowanych autorów są (kolejno) Wacław Bojarski, Andrzej Trzebiński, Kazimierz Wyka, Jerzy Zagórski, Stefan Jarczac, Teofil Głowacki, Wilam Horzycza, Tadeusz Gajcy, Stanisław Marczak-Oborski, Roman Bratny, Juliusz Garzcieki.

W załączonych notach sporo informacji o czasopismach, z których wybrane zostały teksty do antologii. Ponadto — w wyborze — bibliografia uzupełniająca z tytułami artykułów o tematyce literackiej w prasie konspiracyjnej. ki

Noty o wydawnictwach zagranicznych

● **Torsten Steinby: IN QUEST OF FREEDOM. Finland's Press 1771—1971. Government Printing Centre, Helsinki 1972. S. 163 + ilustr.**

Wydana w języku angielskim książka omawia 200-letnie dzieje prasy w Finlandii. Połowa pracy ma charakter ściśle historyczny, do proklamacji niepodległości po Rewolucji Październikowej 1917 r. Następne rozdziały są poświęcone zagadnieniom wolności prasy i wiążącym się z nimi aktom prawnym oraz rozwojowi prasy partyjnopolitycznej różnych ugrupowań. Na końcu — bogato ilustrowana liczbami charakterystyka współczesnej prasy codziennej uzupełniona pełnym wykazem dzienników z początku 1971 r. (nazwa gazety, miejsce i język edycji, kierunek partyjny, rok założenia, liczba wydań w tygodniu, nakład). Z załączonej mapki odczytujemy, że 14 gazet jest wydawanych w stolicy, po 3—4 ukazują się w 8 miastach, po 1—2 w 30 dalszych miejscowościach.

czb

● **Hendrik Schmidt: KOMMUNIKATIONSPOLITISCHE ALTERNATIVEN? Zur Diskussion um eine Reform des Pressewesens in der Bundesrepublik Deutschland. Verlag Volker Spiess, Berlin 1972. S. 85.**

Ta niewielka książeczka (tylko 50 stron zasadniczego tekstu + przypisy i bibliografia) zasługuje na uwagę zainteresowanych problematyką politycznej i ekonomicznej struktury prasy w Republice Federalnej. Autor przyjął najważniejsze publikacje na ten temat, także niektóre NRD-odwskie, jako punkt wyjścia do krytycznej analizy proponowanych zmian. (Dziwi jednak, że nie uwzględnił tak interesującego autora jakim był W. Hagemann). Własne stanowisko określa jako propozycje wstępne.

Po wskazaniu polityczno-ekonomicznych aspektów prasy, Schmidt omawia jej komercjalizację i zaiażki reformy. Przepomina zagrożenie zasady konkurencyjności i różnorodności prasy, zarzucając, że prasa nie czyni zadość swemu zadaniu reprezentanta społecznego komunikowania. Przyczyny tego mają charakter strukturalny — orientacja komercjalna doprowadziła do

koncentracji potęgi. Tu autor wskazuje na pewne możliwości ograniczenia koncentracji i dokonania zmian strukturalnych (m. in. przez publiczną kontrolę i wewnętrzne statuty gwarantujące samorządność redakcyjną, których jednak Schmidt nie przecenia). W zakończeniu nakreśla perspektywy dalszych niezbędnych badań w zakresie polityki komunikowania prasowego.

Ujęcie jest — jak na publikację zachodniemiecką — niezwykle krytyczne. Dowodem tego może być stwierdzenie, że „w obliczu istniejących struktur władzy, w zakresie przekazywanej przez media ideologii i tak nieczego nie można zmienić”. Niemniej, zdaniem autora, warto i trzeba kontynuować wysiłki badawcze i praktyczne w celu przekształcenia późnokapitalistycznej struktury prasy w Republice Federalnej.

czb

● **Ulrich Eggert: TELE-LEXIKON VON ARD BIS ZDF. Was man vom Fernsehen wissen will. Haude Y Spensersche Verlagsbuchhandlung, Berlin 1971. S. 112.**

Tele-leksykon zawierający ponad 300 haseł przeznaczony jest dla widzów w celu zaznajomienia ich z pojęciami związanymi z telewizją, których — mimo codziennego z nią obcowania — przeciętny widz nie zna. Hasła te objaśniają pojęcia z dziedziny komunikowania, estetyki, informacji, programu, funkcjonowania, pracy i organizacji telewizji; informują o niemieckich instytucjach i organizacjach telewizyjnych i radiowych, niektórych zagranicznych oraz międzynarodowych. Autor świadomie nie podaje wielkiej ilości haseł dotyczących techniki telewizyjnej, wychodząc z założenia, że złożoność jej dla przeciętnego widza nie stałaby się i tak bardziej zrozumiała. Zainteresowanych tą dziedziną odsyła do zamieszczonej na końcu książki obszernej literatury fachowej. Jest tam ponadto najczęściej używane w pracy telewizyjnej słownictwo żargonowe. Hasła w rodzaju „Telewizja satelitarna”, „Systemy audiowizualne”, „Telewizja kasetowa” — omawiają możliwości rozwojowe radia i telewizji w przyszłości.

ja p

Nabytki biblioteki OBP

(III kwartał 1973)

ZAGADNIENIA OGÓLNE

POLSKA BIBLIOGRAFIA LITERACKA ZA LATA 1952/1953. Opracował Zespół Poznańskiej Pracowni Bibliograficznej Instytutu Badań Literackich PAN. Redaktor tomu: Ewa Ziolkowa. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1972. S. XXVII, 763.

POLSKA BIBLIOGRAFIA LITERACKA ZA ROK 1969. Opracował Zespół Poznańskiej Pracowni Bibliograficznej Instytutu Badań Literackich PAN. Redaktor tomu: Barbara Karelusówna. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1972. S. XXXIII, 946.

POLSKA BIBLIOGRAFIA ADNOTOWANA WIEDZY O ŚRODKACH MASOWEGO KOMUNIKOWANIA ZA ROK 1970. Pod redakcją Sylwestra Dzikiego. Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Pracownia Dokumentacji i Informacji Naukowej, Kraków 1972. S. 8, nlb. 206, XXXVI.

TERMINOLOGICKÝ SLOVNÍK KULTÚRY A OSVETY. Výkladový slovník. Redaktor: Jan Ruman. Výskumný Ústav Kultúry a Verejnej Mienky, Kabinét Teórie a Sociológie Kultúry. Obzor, Bratislava 1970. S. 515.

PRASA

Hansjürgen Koschwitz: PRESSEPOLITIK UND PARTEIJOURNALISMUS IN DER UdSSR UND DER VOLKSREPUBLIK CHINA. Bertelsmann Universitätsverlag, Düsseldorf 1971. S. 304.

Na tle historyczno-ideologicznego rozwoju socjalistycznej prasy — analiza porównawcza polityczno-ideologicznych zasad i metod publicystycznych radzieckiej i chińskiej prasy codziennej oraz obecnej sytuacji dziennikarstwa i polityki prasowej w tych krajach z uwzględnieniem ich tendencji rozwojowych, zagadnień związanych z zawodem dziennikarskim, badań nad czytelnikami, typologią i funkcją prasy.

POPULARNONAUKOWA SESJA PRASOZNAWCZA Z OKAZJI 20-LECIA TRYBUNY OPOLSKIEJ. Referaty. Instytut Śląski w Opolu — Opolskie Towarzystwo Kultu-

ralno-Oświatowe — Redakcja *Trybuny Opolskiej*, Opole 1972. S. 56.

Trzy referaty: Joachim Glensk przedstawił sytuację prasy polskiej i jej walkę o utrzymanie i utrwalenie polskości wśród ludu Śląska Opolskiego w okresie międzywojennym; Tadeusz Gospodarek i Maria Jednaka zanalizowali częstość czytelnictwa i zainteresowania tematyczne artykułami drukowanymi w *Trybunie Opolskiej*, uwzględniając przede wszystkim oddziaływanie struktury społeczno-zawodowej badanych środowisk na poziom intensywności czytelnictwa *Trybuny Opolskiej* i na preferencje tematyczno-problemowe. Stanisław Galos starał się dać odpowiedź na pytania jak *Trybuna Opolska* w latach 1960—1971 reagowała, jak nasświetlała ważne przeobrażenia ekonomiczne i społeczne, decydujące o awansie wsi opolskiej.

JORNALISMO SENSACIONALISTA. Documentos da I Semana de Estudos de Jornalismo — Sao Paulo, 1969. Coordenador: José Marques de Melo. Editora Comunicações e Artes, Universidade de Sao Paulo, Sao Paulo 1972. S. 90.

Dokumenty z sesji poświęconej badaniom nad prasą sensacyjną w Brazylii w czerwcu 1969. Przedstawiono: historię badań nad prasą sensacyjną w Brazylii, środki wyrazu tej prasy: język, grafiki, jej wpływ na przestępczość społeczeństwa, młodzieży, skutki społeczno-psychologiczne sensacyjności w prasie, problemy moralne i etyczne a sensacyjność.

Volker Mauersberger: RUDOLF PECHSEL UND DIE DEUTSCHE RUNDSCHAU. Eine Studie zur konservativ-revolutionären Publizistik in der Weimarer Republik (1918—1933). Studien zur Publizistik, Bremer Reihe, Deutsche Presseforschung, Bd. 16. Herausgegeben von Elger Blühm. Schönmann Universitätsverlag Bremen 1971. S. 344.

Studium poświęcone publicystycznej i politycznej analizie działalności Rudolfa Pechsela, wydawcy konserwatywno-rewolucyjnego pisma *Deutsche Rundschau* w okresie republiki weimarskiej. Odbicie jego poglądów, walki politycznej na łamach pisma.

Bernard Voyenne: LA PRESSE DANS LA SOCIÉTÉ CONTEMPORAINE. 4ème édition, entièrement refondue et mise à jour. Collection U/U2, Série Société Politi-

que sous la direction d'Alfred GROSSER. Librairie Armand Collin, Paris 1971. S. 366.

Ujęta w trzy główne rozdziały publikacja omawia specyficzne funkcje, jakie prasa spełnia w społeczeństwie poprzez swe przedsiębiorstwa, wyspecjalizowany personel dziennikarski i administracyjny oraz przemysły z nią związane; daje obraz publiczności czytelniczej, jej skład, postawy, wpływ prasy na nią; następnie w ogólnych zarysach — problemy autonomii i wolności prasy, jej wzrastającej odpowiedzialności, zależności i niezależności, aktualne niedostatki oraz propozycje co do sposobów zaradzenia im. Każdy rozdział posiada ponadto teksty wyjaśniające dokumenty, bibliografie, informacje oraz tabele statystyczne.

INVENTAIRE DE LA PRESSE DE LANGUE FRANÇAISE HORS DE FRANCE. La Documentation Française No 24. Série: Travaux et Recherches. Nouvelle édition, revue et corrigée. Ministère des Affaires Étrangères-Direction des Services d'Information et de Presse, La Documentation Française — Secrétariat Général du Gouvernement — Direction de la Documentation, Paris 1972. S. 103.

Wykaz prasy wydawanej w języku francuskim poza Francją zawiera omówienie 1) prasy krajów, w których francuski jest językiem urzędowym lub współlennie z innym językiem, 2) wykaz tytułów pism w jez. francuskim ukazujących się w różnych krajach świata, z uwzględnieniem danych wydawniczych każdego z pism, typu, tendencji i charakterystyki pisma.

Bolesław Garlicki: NOWOCZESNY WARSZĄT DZIENNIKARSKI (przeгляд badań zagranicznych). Materiały — zes. 20. Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa—Książka—Ruch”, Kraków 1973. S. 69.

Po przedstawieniu cech oraz struktury wypowiedzi dziennikarskiej, w oparciu o bogatą fachową literaturę amerykańską, angielską, francuską i niemiecką — autor prezentuje metody i techniki zbierania, opracowywania i selekcjonowania materiału dziennikarskiego oraz technologię jego przygotowywania do druku. W doborze materiałów kierował się tym, co z doświadczeń pedagogów, prasoznawców i praktyków dziennikarstwa zastosować można w polskiej praktyce dziennikarskiej.

Zora Liškova: ZROZUMITELNOST NOVINARŠKEHO PREJAVU. Výskumny Ústav Kultúry a Verejnej Mienky — Inštitút Pre Výskum Masových Komunikačných Prostriedkov v Bratislave, Bratislava 1972. S. 207.

Badania zrozumiałości wypowiedzi dziennikarskiej na podstawie centralnej i regionalnej prasy słowackiej przy zastosowaniu metody matematyczno-statystycznej. Wywody teoretyczne są udokumentowane licznymi wykresami i zestawieniami.

PRASA ZSRR W ŚWIELE BADAŃ RADZIECKICH PRASOZNAWCÓW. Do użytku wewnętrznego. Materiały — zes. 21. Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa—Książka—Ruch”, Kraków 1973. S. 124.

Zbiór przekładów fragmentów książek i artykułów z radzieckich czasopism naukowych prezentujących kierunki i wyniki badań prasoznawczych w ZSRR. M. in. o komunikowaniu masowym i jego spo-

lecznych środkach, problemy wzajemnego oddziaływania masowych środków propagandy, zapotrzebowanie na informację społeczną a dziennikarstwo, doświadczenia z badań nad czytelnikiem wiejskim. Artykuł wprowadzający T. Gobana-Klasa: Prasa ZSRR w świetle badań radzieckich prasoznawców.

POČECI ŠTAMPE JUGOSLOVENSkih NARODA. Zbornik radova sa naučnog skupa o počecima štampe jugoslovenskih naroda. Jugoslovenski Institut za Novinarstvo, Beograd 1969. S. 279. Materiały z konferencji naukowej zorganizowanej w 1968 roku przez Jugosłowiański Instytut Dziennikarstwa pt. „Początki prasy narodów jugosłowiańskich”. Publikacja obejmuje dwie grupy tematyczne: początki prasy w Jugosławii i problemy badań nad historią jugosłowiańskiej prasy i dziennikarstwa.

A. F. Bierieźnoj: LENIN I ŽURNALISTIKA. Seminarij (Posobije dla studentow-zaočnikov). Izd. Leningradskogo Uniwersiteta, Leningrad 1973. S. 112. Przeznaczony dla studentów dziennikarstwa zarys historii badań nad leninowską teorią prasy i praktycznymi doświadczeniami twórcy partyjnej prasy radzieckiej. Obszerne zestawienie literatury przedmiotu w grupach problemowych. Wydzielona grupa tematów najmniej lub w ogóle nie opracowanych w literaturze radzieckiej.

Hieronim Kubiak, Adam Zieliński: GAZETA KRAKOWSKA W OPINIAH SWYCH CZYTELNIKÓW. Ekspertyza socjologiczna wykonana na zlecenie i przy współpracy z Krakowskim Wydawnictwem Prasowym RSW „Prasa—Książka—Ruch”. Do użytku wewnętrznego. Uniwersytet Jagielloński — Instytut Socjologii, Kraków 1973. S. 67.

Raport z badań zrealizowanych w Instytucie Socjologii UJ na zlecenie redakcji *Gazety Krakowskiej*, w których przeprowadzono 1) charakterystykę czytelników *Gazety*, 2) analizę postaw czytelniczych w stosunku do *Gazety*, 3) czytelnicza ocenę zawartości *Gazety* oraz 4) zbadano postulat czytelników co do oczekiwań czytelniczych wobec *Gazety* i do kierunku zmiany polityki redakcyjnej.

Jeannine Luczak-Wild: DIE ZEITSCHRIFT CHIMERA UND DIE LITERATUR DES POLNISCHEN MODERNISMUS. C. J. Bucher, Luzern 1969. S. 208.

Na podstawie biografii Zenona Przesmyckiego autorka przedstawia rozwój polskiego modernizmu przed r. 1900 ze szczególnym uwzględnieniem roli krakowskiego *Zucia*, a następnie bada wkład pisma *Chimera* do literatury polskiej oraz uaoznania kontynuację i przenikanie prądów literackich, artystycznych i młodzieżowych na przełomie XIX i w pierwszych 10-ciu latach XX wieku.

ŚRODKI MASOWEJ INFORMACJI *)

BOJEN SEKTOR NA IDEOLOGICZESKIJAJA FRONT. Redkolegija: Georgi Boko w, Laju Dimitrow, Mitko Iwanow. Partizdat, Sofija 1972. S. 228.

*) Publikacje o problematyce ogólnej środków masowej informacji oraz omawiające kilka lub wszystkie środki przekazu.

Zbiór wypowiedzi dziennikarzy bułgarskich na tematy dotyczące różnorodnych problemów środków masowej informacji: efektywność, współdziałanie, partyjne kierowanie, informacja dziś i jutro, naukowe problemy pracy dziennikarskiej, współczesne dziennikarstwo radzieckie, miejsce i rola prasy, radia i telewizji w socjalistycznym społeczeństwie.

Charles Debbasch: LE DROIT DE LA RADIO ET DE LA TÉLÉVISION. Presses Universitaires de France. Collection: Que sais-je? No 1360, Paris 1969. S. 121.

Na podstawie stanu prawodawstwa w niektórych państwach, autor wykazuje konieczność i możliwości ustanowienia prawodawstwa radiowego i telewizyjnego zarówno w poszczególnych krajach jak i w skali międzynarodowej.

Jean-Michel Agostini, Michel Hugues: LES EFFETS DE LA PUBLICITÉ DANS LA PRESSE ET Á LA TÉLÉVISION. Mesures et comparaisons. Médias et Messages Collection dirigée par Jean Mée. Editions Robert Laffont, Paris 1972. S. 181.

Analiza wpływu reklamy na sprzedaż gazet, z której wynika, że nie jest ona tak skuteczna jak oczekiwania by można na podstawie olbrzymich kampanii reklamowych. Autor dochodzi do wniosku, że wiele akcji reklamowych daje skutek wręcz odwrotny. Ponadto zagadnienia wpływu reklamy telewizyjnej na ekonomiczną sytuację prasy.

David Chaney: PROCESSES OF MASS COMMUNICATION. New Perspectives in Sociology. Edited by John Wakeford. Macmillan, London 1972. S. 187.

Interdyscyplinarne studium pisane z pozycji socjologicznej. Nacisk na konfrontację sądów nadawców i publiczności. Pierwsza część poświęcona jest zachowaniu się odbiorców, ich potrzebom i korzyściom. Część druga zajmuje się organizacją procesów wytwarzania uwzględniając również ich tło historyczne. W części końcowej autor poświęca wiele uwagi analizie zawartości, uwzględnia również znaczenie masowego komunikowania dla społeczeństwa.

Françoise Enel: L'AFFICHE. Fonctions langage rhétorique. Collection Medium. Maison Mame, Paris 1971. S. 135.

Problemy współczesnego afisza, jego funkcji społecznej, cechy charakterystyczne, retoryka i język; mechanizmy dnia codziennego, przez które afisz wnika na co dzień w życie ludzkie, zmieniając stopniowo reakcję zbiorowości na otoczenie. Omówienie afisza handlowego, politycznego i kulturalnego oraz zagadnień graficznych. Rozważania nad możliwością zastosowania komputerów w tej dziedzinie oraz nad przyszłością afisza.

Jean Stoetzel, Alain Girard: LES SONDAGES D'OPINION PUBLIQUE. Collection SUP. Presses Universitaires de France, Paris 1973. S. 283.

Zagadnienia teorii i praktyki sondaży opinii publicznej, w których autorzy dają odpowiedź na pytania: czym jest sondowanie opinii publicznej, w jaki sposób, przez kogo i z jakimi wynikami stosowane są sondaże, jaka jest ich wartość naukowa i użyteczność praktyczna, jaki wpływ wywierają sondaże na głosowa-

nie wyborcze oraz na opinie Francuzów wobec wielkich problemów aktualnych.

Hendrik Schmidt: KOMMUNIKATIONS-POLITISCHE ALTERNATIVEN? Zur Diskussion um eine Reform des Pressewesens in der Bundesrepublik Deutschland. Verlag Volker Spiess, Berlin 1972. S. 84. Wobec intensywniej publicznej dyskusji na temat niezadowolającej sytuacji prasy w NRF — autor stara się wypracować na podstawie opublikowanych na ten temat artykułów i przyczynków podstawowe założenia do reformy prasy. Analizuje w tym celu zależności i powiązania ogólnej polityki i ekonomii kraju z sytuacją masowych środków komunikowania i potrzeby zmian w zakresie funkcjonowania tych środków.

C. Theodore Larson, K. Lonberg-Holm: ROLE OF MASS MEDIA OF INFORMATION AND COMMUNICATION. (W:) The Future is Tomorrow. 17 Prospective Studies. Martinus Nijhoff, The Hague 1972. S. 543—580.

Omówienie i wnioski na temat tendencji i warunków technologicznego rozwoju informacji i środków komunikowania masowego; aktualnego wykorzystania mediów; charakteru społecznego uwarunkowania każdego ze środków oraz stosunków społecznych, które mogłyby zdecydować o funkcji i roli środków masowego komunikowania w przyszłości.

Horst Holzer: GESCHEITERTE AUFKLÄRUNG? Politik, Ökonomie und Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland. Texte und Studien zur Soziologie. 2. Aufl. R. Piper Y Co. Verlag, München 1971. S. 268.

Dla wyjaśnienia i stworzenia założeń politycznej ekonomii środków masowego komunikowania autor analizuje następujące tematy: 1) środki komunikowania i demokracja jako problem kapitalistycznego społeczeństwa, 2) funkcjonalistyczna koncepcja społecznego związku środków masowego komunikowania i demokracji, 3) teoretyczne gwarancje konstytucyjne a funkcjonowanie środków komunikowania i demokracji w NRF. Dochodzi przy tym do wniosku, że socjologiczna i polityczna koncepcja demokracji nie jest w stanie ująć właściwie problemów, które wiążą się z masowymi środkami komunikowania i polityka w wysoko uprzemysłowanym kraju kapitalistycznym.

Per Torsvik: A GUIDE TO NORWEGIAN MASS MEDIA STATISTICS. Odbitka z *Scandinavian Political Studies* nr 4/1969. Universitetsforlaget, P. J. Schmidt, Vojens, Denmark 1970. S. 204—223.

Omówienie i statystyczne ujęcie instytucjonalnych i strukturalnych aspektów środków masowej informacji w Norwegii: struktura dzienników i czasopism, typologia, rozpowszechnianie, zatrudnienie i wykształcenie dziennikarzy; dane liczbowe dot. radia i telewizji, produkcji, importu i rozpowszechniania filmu, kin. Ponadto bibliograficzny wykaz statystycznych źródeł informacji o masowych środkach komunikowania, wydawanych w formie publikacji książkowych, seryjnych, artykułów prasowych, bibliografii adnotowanych.

ROLA ŚRODKÓW MASOWEJ INFORMACJI I PROPAGANDY W KSZTAŁTOWANIU SOCJALISTYCZNEJ ŚWIADOMOŚCI

SPOŁECZEŃSTWA. Materiały z sesji popularnonaukowej. Komitet Wojewódzki PZPR w Poznaniu, Wydział Propagandy i Kultury, Poznań 1972. S. 102. Celem sesji było przedyskutowanie problemów, które mają pomóc zespołom redakcyjnym i aktywowi ideologicznemu w pracy nad podnoszeniem poziomu, formy i treści, a co za tym idzie skuteczności oddziaływania środków masowej informacji i propagandy w kształtowaniu socjalistycznej świadomości społecznej. Podstawą dyskusji stały się referaty: „Wpływ informacji oraz publicystyki prasowej, radiowej i telewizyjnej na kształtowanie socjalistycznej świadomości społeczeństwa”; „Kierunki i perspektywa rozwoju środków masowej informacji i propagandy”; „Kierunki i metody działalności dywersyjnych ośrodków imperialistycznych” i „Funkcja propagandowa informacji”.

RADIO

Maciej Józef Kwiatkowski: NARODZINY POLSKIEGO RADIA. Radiofonia w Polsce w latach 1918—1929. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1972. S. 470+14 stron ilustracji.

Próba ustalenia i opisanie faktów dotyczących powstania i tworzenia się radia w Polsce, grupy nadawców radiowych, radiosłuchaczy, programu radiowego, bazy technicznej radiofonii, powstawania koncepcji społecznej i prawnej radiofonii do powszechnego odbioru, budowy pierwszych radiostacji.

TELEWIZJA

Z BADAŃ NAD TELEWIZJĄ. Ośrodek Badań Opinii Publicznej i Studiów Programowych — Komitet do Spraw Radia i Telewizji „Polskie Radio i Telewizja”. Wydawnictwa Radia i Telewizji Warszawa 1972. S. 240.

Wybór najbardziej reprezentatywnych opracowań dotyczących telewizji, w których omówiono m. in. metodologiczne zagadnienia badań nad społecznym odbiorem telewizji, programy popularnonaukowe w tv w opinii odbiorców, popularność publicystyki kulturalnej na tle ogólnych zainteresowań kulturalnych widzów, informacją bieżącą w programie telewizyjnym.

Tapio Varis: INTERNATIONAL INVENTORY OF TELEVISION PROGRAMME STRUCTURE AND THE FLOW OF TV PROGRAMMES BETWEEN NATIONS. (Report of a Research Project supported by UNESCO). Research Institute and the Institute of Journalism and Mass Communication, University of Tampere. B. Research Reports, No. 20/1973. Tampere 1973. S. 264.

Międzynarodowy wykaz, w którym autor omawia porównawczo strukturę i układ programów telewizyjnych ponad 50 krajów oraz bada proporcje i przepływ materiałów i informacji pomiędzy krajami. Badania zrealizowane przy pomocy UNESCO.

Opr. *Jadwiga Piskozub
Danuta Wągiel*

ROCZNIK
HISTORII CZASOPISMIENICTWA
POLSKIEGO

Tom XII, z. 3 i 4.
Wydawnictwo PAN, Wrocław 1973.
S. 299—560+2 il.

Zofia Libiszowska: **Prasa i publicystyka angielska wobec drugiego rozbioru Polski.** Angielska reakcja na wojnę polsko-rosyjską i drugi ro biór, nie badana dotąd, zasługuje na uwagę choćby z tego względu, że międzynarodowa sytuacja Rzplitej i jej polityka zagraniczna w okresie Sejmu Czteroletniego związała się z Anglią. Nastroje opinii brytyjskiej były życzliwe dla Polski. Towarzyszyła im planowa kampania prasowa i publicystyczna prowadzona w trzech kierunkach: z inspiracji prasowej króla Stanisława Augusta przez nasze poselstwo; aktywności radykałów wigowskich; propagandy rządu brytyjskiego wyjaśniającej swoje stanowisko w sprawie Europy środkowo-wschodniej. Tragiczna sytuacja Polski w latach 1792—1793 znalazła szerokie odbicie w prasie brytyjskiej. Prasa ta oceniała pozytywnie rolę Stanisława Augusta, akceptowała Konstytucję 3 maja, potępiała natomiast gwałt zadany Polsce, mimo że Anglia była wtedy związana sojuszem z Prusami.

Andrzej Paczkowski: **Ignacy J. Paderewski i Rzeczpospolita (1920—1924).** Wiadomo było powszechnie, że Paderewski finansował dziennik, który w chwili założenia pretendował do stania się polskim odpowiednikiem *Timesa*. Epizod ten zostaje jednak niezbadany w biografii politycznej wielkiego pianisty. Jego rozświetlenie umożliwiła zachowane archiwum Paderewskiego. Właściwym inicjatorem *Rzeczypospolitej* był prof. Stanisław

Stroński. Ułożony przezeń schemat organizacyjny redakcji, preliminarz budżetu i obsadę personalną udało się zrealizować z nielicznymi wyjątkami. On też sprawował przez cztery lata, od czerwca 1920 do 22 października 1924 funkcję naczelnego redaktora.

(Tu należy wyjaśnić przynależność polityczną Strońskiego (nieściśle przedstawioną tamże w liście K. Hrabyka). Otóż Stroński będąc członkiem Ligi Narodowej, przyłączył się do secesji lwowskiej z ND w 1908. Utworzyła ona tzw. „grupę *Rzeczypospolitej*” związaną niebawem z Centrum w Sejmie galicyjskim, do którego Stroński posłował w latach 1913—1914. Podczas pierwszej wojny światowej należał do Zjednoczenia Narodowego, z którego w 1919 powstało Narodowe Zjednoczenie Ludowe. Po rozłamie w nim w czerwcu 1921 Stroński znalazł się w stworzonym pod egidą E. Dubanowicza Narodowo-Chrześcijańskim Stronnictwie Ludowym i z jego ramienia otrzymał w 1922 mandat poselski. W 1928 przeszedł wraz z Dubanowiczem do nowo sformowanego Stronnictwa Narodowego i zasiadał w jego klubie poselskim do 1935, kiedy wycofał się z tego stronnictwa jako oponent Dmowskiego i zbliżył wkrótce do Frontu Morges, znowu w porozumieniu z Paderewskim.)

Wracając do kierowanej przezeń *Rzeczypospolitej* należy podkreślić, że dziennik specjalizował się od 1922 w zwalczaniu Piłsudskiego, do którego odnosił się zresztą od samego początku krytycznie. Stroński uchodził też za naczelnego publicystę całej opozycji wobec Piłsudskiego, inspirowanej przez endecję. Wprawdzie Paderewski nominalnie posiadał tylko 60% akcji spółki wydawniczej dziennika, pokrywał jednak stałe jego deficyty, które pod koniec 1923 dosięgły sumy 60 tys. dolarów. Pierwotny nakład 100 tys. egzemplarzy stopniał ostatecznie do 20 tys. Już po roku istnienia deficyt miesięczny dziennika wynosił ok. 3 tys. dolarów, a długi przekraczały 10 tys. dolarów. Trzeba jednak pamiętać, że pierwsze lata istnienia *Rzeczypospolitej* są okresem rosnącej inflacji i katastrofalnego spadku mar-

ki polskiej. Stąd do chwili wprowadzenia nowej waluty w 1924 trudno było myśleć o jakiejś stabilizacji finansowej wydawnictwa. Ostatecznie Paderewski sprzedał dziennik Korfanemu za 100 tys. dolarów w październiku 1924, zachowując resztkę swoich udziałów w spółce do września 1925. Dopiero w trzy lata po tej transakcji dziennik zaczął dzięki drukarni przynosić dochody, co jednak nie wyrównało obniżenia jego poziomu i prestiżu po odejściu całej redakcji ze Stróńskim na czele, który przeszedł do nowo powstałej *Warszawianki*. Paderewski natomiast na *Rzeczypospolitej* nic politycznie nie zyskał, stracił finansowo.

Michał Szulkin: *Kolumna, organ Polskiego Komitetu Antywojennego i Antyfaszystowskiego (1934—1935)*. Dwutygodnik założony w grudniu 1934 przez senatora Stefana Boguszewskiego z inspiracji KPP. Nękania konfiskatami za ostre akcenty radykalno-opozycyjne, skończył się już na 8 numerze 1 kwietnia 1935. Pismo uległo zamknięciu przez policję. Adresowane było do postępowej inteligencji.

Zofia Bieguszevska-Kochan: *Wola Ludu, organ Komitetu Wojewódzkiego PPR w Poznaniu*. Wychodził od 1 kwietnia 1945 do 7 września 1947, w nakładzie 10—25 tys. egzemplarzy, redagowany siłami amatorskimi. Objętość gazety wzrosła z 4 stron tygodnika do 6—8 stron dziennika (8—16 stron w soboty i niedziele). Większy nacisk kładziono na funkcję agitatorską, niż na informowanie czytelnika. Szersze oddziaływanie utrudniały różne okoliczności lokalne. *Wolę Ludu* zastąpiła poznańska mutacja *Gazety Zachodniej*, drukowanej w Bydgoszczy.

Józef Skrzypek: *Prasa warszawska i krakowska (galicyjska) na przełomie lat sześćdziesiątych XIX wieku w ocenie ówczesnych pisarzy i publicystów*. W części pierwszej artykułu wzięto za podstawę źródłową wypowiedzi Aleksandra Świętochowskiego w *Przeglądzie Tygodniowym* (1871, nr 16) i Henryka Sienkiewicza w *Gazecie Polskiej* (1873, nr 67). Pierwsza była surowa, agresywna, w tonie krytycznym; druga spokojnie wyważona, wyrozumiała, sprawiedliwsza. Obie dotyczyły prasy warszawskiej.

Roman Jaskuła: *Czasopismo Niewiasta (1860—1863)*. Skrót monografii tygodnika, będącego właściwie organem młodzieży krakowskiej, przeznaczonym wprawdzie programowo dla kobiet, ale z ambicjami literackimi i ogólnokulturalnymi — jako takie jedyne sui generis w Krakowie okresu powstania styczniowego. Założycielem, redaktorem i wydawcą był Kazimierz Józef Turowski. Dobrał on sobie do stałej współpracy dwóch działaczy młodzieżowych: Józefa Szujskiego i Jana Kantego Turskiego, a za ich pośrednictwem Michała Bałuckiego i Edwarda Lubowskiego. W ostatnich miesiącach istnienia pisma główną jego podporą redakcyjną stał się Józef Dzierzkowski. Łącznie ukazało się 141 numerów od października 1860 do lipca 1863. Mając debiet w Królestwie, apolityczna *Niewiasta* zdobyła tam jednego prenumeratora. Rozchodziła się niezłe, ok. 600 prenumeratorów z Galicji, co prawda przeważnie zalegających z przedpłatą. Przynosiła nawet dochody, gdyż prowadzona była oszczędnie. Głównym odbiorcą były dwory wiejskie. Dla kobiet pisywali tam prawie sami mężczyźni. Ton nadawały artykuły pedagogiczno-moralizujące. Postępowe poglądy głosiła Anna Libera. Dużo miejsca zajmowała tematyka historyczna, mniej utwory literackie. Troskliwie prowadzono dział recenzyjny. W dziejach piśmiennictwa kobiecego *Niewiasta* zajęła ważną kartę, wychowawcze swe zadanie spełniła w duchu patriotycznym i na terenie Galicji pioniersko. Duża w tym zasługa ruchliwego, o szczęśliwej ręce i śmiałej inicjatywie wydawcy.

Bogdan Tuszyński: *Rzut oka na główne kierunki rozwoju polskiej prasy sportowej do 1939 r.* Od *Przewodnika Gimnastycznego*, organu lwowskiego Tow. „Sokół” (miesięcznik założony w kwietniu 1881) do ilustrowanego tygodnika *Sport Polski* w latach 1937—1939 i młodzieżowego *Stadionu Młodych* 1935—1937 i jego kontynuacji: *Sportu Szkolnego* 1937—1939, jedyne, w ponad 90-letniej historii polskiej prasy sportowej, pisma zapełnianego przez uczniów gimnazjalnych.

Alina Słomkowska: *Prasa i wydawnictwa KPP na Kielecczyźnie*. Omawia kolportaż wydawnictw centralnych KPRP tamże w latach

1918—1925, działalność propagandową wśród wojska, agitację masową w terenie po 1925, terenową działalność wydawniczą partii kadrowej, pracującą w konspiracji i docierającej ze swoją prasą zwłaszcza do północnej Kielecczyzny.

Ewa Stalewska: *Życie Robotnicze, organ Komitetu Miejskiego PPS w Radomiu 1945—1948*. Kontynuacja przedwojennego tygodnika *Życie Robotnicze*. Nakład ok. 3 tys. egzemplarzy o zasięgu lokalnym. Mimo subwencji partyjnej stała kłopoty finansowe, prawie cały niewielki nakład rozprowadzano przez komitety partyjne. Poziom redakcyjny nierówny, publicystyka przeważała nad informacją. Znaczenie lokalne, zanim do czytelników regionu zaczęła w dostatecznym stopniu docierać prasa centralna.

W dziale materiałów **Stan zatrudnienia w wydawnictwach prasowych w Polsce** na podstawie częściowo zachowanej ankiety organizacyjnej Pol. Związku Wydawców Dzienników i Czasopism z 22 kwietnia 1939 (opr. A. Notkowski).

W dziale wspomnień znajdujemy trzy pozycje. Roman Stawik — **Jak zostałem redaktorem i wydawcą prasy podziemnej?** (1941—1942); Bolesław W. Świącicki — *Wiadomości Wejherowskie w 1945 r.*;

Adrian Czermiński — **Lata chmurne, lata górne** (druga część wspomnień dotycząca lat 1946—1947 i współpracy z *Dziennikiem Polskim*, w jego oddziale warszawskim).

W dziale recenzji znalazło się m. in. omówienie książki W. Leitgebera „W kwaterze prasowej. Dziennik z lat wojny 1939—1945” (Londyn 1972) i angielskiej monografii głośnego potentata prasowego lorda W. M. Beaverbrooka (1879—1964) napisanej przez A. J. P. Taylora. Obie recenzje pióra prof. T. Cieślaka.

Czesław Lechicki

ŻURNALISTIKA

ROCZNIK 1972

Pismo *) jest powielanym kwartalnikiem działającego przy Stowarzy-

*) Biuletyn Informacyjny Naukowo-Badawczego Ośrodka Dziennikarstwa w Sofii.

szeniu Dziennikarzy Bułgarskich Sofijskiego Naukowo-Badawczego Ośrodka Dziennikarstwa. W 1971 ukazał się jego próbny numer, od 1972 redakcja przeszła na stały kwartalny cykl wydawniczy. Pismo w swoim założeniu służy prezentacji prac badawczych prowadzonych przez własny Ośrodek, a także materiałów dotyczących sytuacji światowego dziennikarstwa i prasoznawstwa, działalności pokrewnych instytucji naukowych i popularyzacji literatury specjalistycznej. Biuletyn obejmuje kilka stałych działów. Na rocznik 1972 składają się dwa woluminy (nr 1—2 i 3—4).

Pierwszy dział omawianego rocznika — „Badania dziennikarstwa” — przeznaczony jest wyłącznie na publikację materiałów dotyczących bułgarskiej prasy i dziennikarstwa oraz badaniami prowadzonym w sofijskim Ośrodku. W numerze 1—2 otwierają go materiały poświęcone Georgi Dymitrowowi w związku z 90-tą rocznicą jego urodzin: wypowiedź Todora Żiwkowa o Dymitrowie i artykuł G. Bokowa: Georgi Dymitrow i współczesne dziennikarstwo. Omawiając twórczość publicystyczną Dymitrowa autor zwraca uwagę na aktualność jego sformułowań na temat miejsca, roli i zadań dziennikarstwa.

O prowadzonych w ostatnim okresie badaniach sekcji organizacji pracy i szaty graficznej Ośrodka piszą L. Genow, który przedstawia przebieg prac nad opracowaniem nowej szaty graficznej pisma *Pirinsko Dieło* (w związku z przekształceniem go w dziennik i zmianą formatu) i B. Sirakow, kierujący zespołem, który w roku 1971 opracował projekt nowej szaty graficznej gazety wojewódzkiej *Zwiedzda*.

Badaniom historyczno-prasowym poświęcone są trzy artykuły w numerze 3—4. M. Minkowa: „Z historii radia w Bułgarii (1929—1970)”, przynoszący krótkie podsumowanie badań nt. powstanie i rozwój bułgarskiego radia jako środka masowej informacji, propagandy i kultury; T. Natan: „Georgi Bakałow i Ezopowy język”, omawiający mistrzostwo języka, pełnego niedomówień i niuansów znaczeniowych, jakim w warunkach ostrej cenzury posługiwał się w swojej publicystyce Georgi Bakałow (1873—1939); K. Nowakowej:

„Prasa socjalistów i walka z jednostkowym reżimem”, w którym autorka dokonuje analizy publicystyki na łamach pism partii tzw. tesniaków (rewolucyjnego skrzydła Bułgarskiej Partii Socjaldemokratycznej, która w roku 1919 przekształciła się w Bułgarską Partię Komunistyczną) organu politycznego *Robotniczski Wiestnik* i czasopisma teoretycznego *Nowo Wreme*, skierowanej przeciwko panującemu księciu Ferdynandowi i jego antykonstytucyjnej polityce dynastycznej.

Problematykę socjologiczną reprezentuje artykuł Ch. Boneva: „*Uczcielsko Dielo* jako źródło informacji zawodowej”, przedstawiający wyniki badań nad publicznością czytelniczą pisma, jej strukturą społeczno-demograficzną i opinii o nim jako źródle informacji specjalistycznej. Badania przeprowadzone na ogólnokrajowej próbie reprezentatywnej nauczycieli, stanowią jeden z elementów kompleksowych badań pisma, obejmujących również analizę zawartości, szatę graficzną i organizację pracy redakcji.

W kolejnym dziale „Na tematy dziennikarskie” zamieszczono omówienia oparte na publikacjach książkowych i artykułach zawartych w zagranicznych czasopismach prasoznawczych. Są to omówienia aktualnej sytuacji i funkcjonowania światowego rynku prasowo-wydawniczego, światowego prasoznawstwa, badań nad masowymi środkami komunikowania za granicą (w omawianym roczniku m. in. monopolizacja współczesnej prasy kapitalistycznej, sytuacja francuskiej prasy codziennej, manipulacja, projekt nowej szaty graficznej organu KC Komunistycznej Partii Węgier *Nepszabadsag*). W tym dziale znalazły się również obszernie omówienia artykułów W. Pisarka: „Jutro naszej prasy — kwestia wyboru (publikowanego w *Zeszytach Prasoznawczych* 1971 nr 3) i Założenia teoretyczno-metodologiczne Ośrodka Badań Prasoznawczych (publikowanego w *Zeszytach Prasoznawczych* 1972 nr 1).

Pozostałe działy i rubryki pisma:

- Organizacje i instytuty dziennikarskie — prezentuje prasoznawcze instytucje naukowe, ich organizacyjne i naukowe założenia, zakres prowadzonych badań, działalność organizacji i stowarzyszeń dziennikarskich oraz

dziennikarskich instytucji kształcących;

- Przegląd czasopism zagranicznych — omówienia zawartości bieżących numerów zagranicznych naukowych czasopism prasoznawczych (także *Zeszytów Prasoznawczych*);

- Prasa na świecie — przedruki z zagranicznych czasopism prasoznawczych, informacje o charakterze głównie faktograficznym;

- Nowiny — krótkie informacje z różnych źródeł;

- Bibliografia — zawiera noty o zagranicznych publikacjach z dziedziny masowych środków komunikowania, a także wykaz nabytków Biblioteki Stowarzyszenia Dziennikarzy Bułgarskich.

Spis treści również w językach: rosyjskim, niemieckim, francuskim i angielskim.

Danuta Wągiel

Journalism Quarterly

ZIMA 1972 — WIOSNA 1973

Z 23 artykułów i raportów opublikowanych w zimowym (1972) numerze wybieram pięć tych, które w stopniu wyższym niż pozostałe mogą zainteresować polskiego prasoznawcę.

Pierwsza pozycja — to praca R. A. Pride'a i G. L. Wamsleya „Symbol Analysis of Network Coverage of Laos Incursion”. Sugeruje ona rozwiązanie znanych kłopotów związanych z analizą zawartości programów telewizyjnych. Wiadomo, że cała tradycyjna metodologia analizy zawartości przekazów w komunikowaniu masowym rozwinęła się w trakcie badań nad wypowiedziami słownymi, najpierw pisanymi, później mówionymi (radio). Próby zastosowania jej do telewizji i filmu, a więc środków audiowizualnych, wciąż jeszcze następczą trudności tak w zakresie doboru jednostek miary, jak

i jednoczesnego kodowania obrazu i dźwięku. Trudności te okazują się szczególnie dotkliwe wówczas, gdy przedmiotem analizy są programy tematycznie niejednorodne, jak na przykład dzienniki telewizyjne.

Pride i Wamsley z analizy materiałów poświęconych wydarzeniom w Laosie w marcu 1971 wyciągają wniosek, że w analizie zawartości programów telewizyjnych można pominąć obraz, to znaczy ograniczyć się wyłącznie do analizy ich warstwy dźwiękowej. Gdyby ta dyrektywa metodologiczna okazała się rzeczywiście uzasadniona, zadanie analizy zawartości dzienników telewizyjnych byłoby ogromnie ułatwione. Wniosek Pride'a i Wamsleya trzeba jednak traktować z najwyższą ostrożnością i tylko jako hipotezę. Opiera się on bowiem na niezwykle kruchych podstawach: fakt, że wyniki analizy samej warstwy dźwiękowej oraz łącznie warstwy dźwiękowej i obrazowej okazały się zbieżne w odniesieniu do jednego wątku tematycznego w dwóch amerykańskich stacjach telewizyjnych, nie może być uważany za pełnowartościowy dowód. Warto byłoby jednak sprawdzić słuszność dyrektywy Pride'a-Wamsleya na większym materiale w innych krajach; na przykład w Polsce.

Drugą pozycją, której warto poświęcić kilka zdań, jest artykuł M. T. Milbourn'a i V. A. Stone'a „Source-Message Orientation and Components of Source Credibility”. Nawiązuje on do sformułowanej przed kilku laty koncepcji, że niektórzy odbiorcy są bardziej uczuleni na źródło przekazu (source-oriented), inni zaś bardziej na jego treść (message-oriented). Jeżeli rzeczywiście można podzielić odbiorców na takie dwie kategorie, to kwestia, jak wpływa zmiana źródła i zawartości przekazu na każdą z nich, rysuje się jako interesujący problem badawczy. W każdym razie Milbourn i Stone zdołali podzielić swoich stu kilkudziesięciu studentów na takie właśnie dwie kategorie (trzecią kategorię stanowili pośredni), a następnie zbadali skutki oddziaływania na nich tekstów rozmaicie spreparowanych. Uzyskane wyniki prowadzą do wniosku, że na ogół zaufanie do nadawcy bardziej sprzyja zmianie postawy aniżeli przyznawanie nadawcy kwalifikacji eksperta, jednakże odbiorcy bardziej uczuleni na jakość

przekazu przywiązują większą wagę do kwalifikacji nadawcy (expertness), a dla odbiorców bardziej uczulonych na jakość źródła większą rolę odgrywa to, czy nadawca zasługuje na zaufanie (trustworthiness). Koncepcja wyróżniania w pojęciu wiarygodności dwóch składników, tzn. znawstwa i zaufania, zasługuje — moim zdaniem — na uwagę.

Pozycja trzecia — to artykuł M. M. Millera „Task Orientation and Salience as Determinants of Source Utility”. Podejmuje on kwestię mechanizmów selekcji źródeł przez odbiorców w zależności od tego, czy się stawia przed nimi określone zadanie, czy też pozostawia im swobodę wyboru, jak spędzić czas. Eksperyment, który przeprowadził autor ze studentami dziennikarstwa, przemawia za tym, że „osoba poszukująca informacji — jeśli nie stoi przed nią konkretne zadanie do wykonania — skłania się ku źródłom, z którymi jest zżyta. Podobnie jednak stopień zżyta się z źródłem (salience) okazuje się ważnym czynnikiem determinującym jego użyteczność także w obliczu określonego zadania. Potwierdza to dobrze znany wniosek, że wysiłki w zakresie komunikowania są bardziej skuteczne wtedy, kiedy informację przekazują źródła, z którymi odbiorca jest zżyty.”

W kolejnym artykule („Red China's External Propaganda During Sino-U.S. Rapprochement”) K. Wang i K. Starck relacjonują wyniki analizy zawartości serwisów chińskiej agencji NCNA (New China News Agency) w okresie 24 marca — 31 lipca 1971 roku. Przypomnijmy, że 6 kwietnia tegoż roku ogłoszono zaproszenie ping-pongistów amerykańskich do Chin, a 15 lipca prezydent Nixon zapowiedział, że się wybiera do Pekinu. Sama analiza polegała na wychwyceniu określonej oznaczających Stany Zjednoczone, policzeniu ich oraz oszacowaniu, czy i w jakim stopniu przychylenie lub nieprzychylenie zostały one potraktowane. Trzy osoby kodujące osiągnęły 100-procentową zgodność, jeśli chodzi o liczbę wzmianek o USA, przeszło 92-procentową zgodność w zakresie oceny jakości stosunku do USA oraz przeszło 81-procentową zgodność w skalowaniu jego intensywności.

A oto wyniki analizy: W badanym okresie wyraźnie się zmniejszyła w

chińskiej propagandzie wrogość do USA. Zmniejszenie to nie miało jednak charakteru liniowego; „jego fluktuacje zostały spowodowane prawdopodobnie podwójnym celem chińskiej propagandy: popierać pojednanie ze Stanami Zjednoczonymi, a jednocześnie umacniać antyimperialistyczną ideologię”. Artykuł kończy się słowami, które dają wyraz zainteresowaniom i ambicjom przynajmniej niektórych amerykańskich prasoznawców. „Nasze badania nie zmierzały do zebrania danych, które by pozwoliły porównać nasze wyniki z analogicznymi wynikami odnoszącymi się do okresu w dziejach Chin, mniej bogatego w wydarzenia. A szkoda. Takie porównanie mogłoby dać wgląd w technikę i strategię chińskiej propagandy komunistycznej, a być może propagandy komunistycznej w ogóle.”

Ostatnim z wybranych przeze mnie artykułów jest krótki raport z badań nad preferencjami kilkunastoletków amerykańskich w zakresie komiksów. Autorzy, N. V. Tubergen i K. E. Friedland, powołując się na wyniki badań czytelnictwa gazet, stwierdzają, że „komiks jest jedną z najbardziej czytanych wypowiedzi w prasie codziennej” oraz, że „przeszło połowa odbiorców czytuje komiksy regularnie”, przy czym „występują silne tendencje albo do czytania wszystkich komiksów, albo żadnego”. Ponieważ jednak nie wszystkie komiksy są tak samo lubiane przez wszystkich czytelników, mogą z powodzeniem służyć (przemawiają za tym badania Tubergena i Karen Friedland) do określania gustów, a co za tym idzie także typów osobowości czytelników.

*

Z 27 artykułów zawartych w numerze wiosennym (1973) na szczególną uwagę zasługuje sześć. Przyczyną tego jest w większości wypadków nie tyle odkrywczość prezentowanych w nich sądów lub wyników badań empirycznych, ile to, że podejmują one znane i często dyskutowane zagadnienia, wzbogacając dotychczasową wiedzę o komunikowaniu przyczynkowymi informacjami lub wysuwając w związku z nimi nowe hipotezy.

P. Meyer w artykule „Elitism and Newspaper Believability” przedstawia wyniki własnych badań przeprowa-

dzonych we wrześniu 1971 w Detroit, na użytek koncertu Knighta. Stanowią one próbę odpowiedzi na pytanie, dlaczego ludzie nie wierzą prasie. Jak wynika z badań, przyczyną braku zaufania do gazet jest w znacznie większym stopniu to, jak się ona odnosi do prostych ludzi („plain folks”), aniżeli to, jaki wyraża stosunek do mniejszości społecznych i organów władzy. Przy okazji jednak mamy okazję poznać postawy mieszkańców Detroit wobec poszczególnych grup i środowisk społecznych. Dowiadujemy się więc, że — zdaniem mieszkańców Detroit — gazety zbyt przychylnie traktują osoby korzystające z zasiłków dla ubogich, osoby protestujące przeciw wojnie, członków ruchu wyzwolenia kobiet, Murzynów, byznesmenów, republikanów, komunistów (!) i homoseksualistów. Ze zbyt małą sympatią odnoszą się natomiast do młodzieży, ludzi pracy, policji, starszych obywateli i weteranów wojny wietnamskiej. „Brak poczucia łączności z szarymi ludźmi — konkluduje Meyer — leży w samym centrum problemu wiarygodności prasy.”

Zmiany zachodzące na amerykańskim rynku prasowym w zakresie magazynów są przedmiotem artykułu G. Burda „Urban Magazine Journalism Thrives During City Crises”. Już sam tytuł wyklada tezę autora: Rozwojowi miejskich magazynów sprzyjają kryzysy w miastach. Prześledziwszy (głównie na podstawie literatury) losy magazynów w USA w latach 1890—1970, Burd odkrywa liczne podobieństwa sytuacji magazynów miejskich w latach 1900—1920 i w latach 1955—1970. Oba te okresy charakteryzują się nie tylko wzrostem liczby tytułów, ale także podobieństwem ich zawartości. W tych dwóch okresach napięcie społeczne w miastach amerykańskich prowadziło do publicznych niepokojów, a także wciągało dziennikarzy do działania na rzecz biedoty, ochrony zdrowia itp. w zakresie lokalnym. W przeciwieństwie do tych dwóch okresów, na lata 1918—1955 przypada rozkwit magazynów masowych. Reakcja przeciw społeczeństwu masowemu, jaka się zaczęła przed rokiem 1960, pociągnęła za sobą upadek około 150 magazynów masowych i jednocześnie rozwój magazynów adresowanych do audytoriów wyróżniających się pod względem miejsca zamieszkania lub zainteresowań.

Badania Burda sfinansowało Stowarzyszenie Wydawców Magazynów. Uzyskane wyniki ukazują — zdaniem autora — wydawnictwom, wykładowcom dziennikarstwa i badaczom związek między urbanizacją a ewolucją magazynów oraz mogą pomóc w kształceniu publicystów, którzy potrafiliby zaspokoić potrzeby zróżnicowanej publiczności. „Magazyny informacyjne muszą przywrócić szacunek dla złożoności, przeciwstawiając się uproszczonym, płytkim analizom magazynów masowych.”

Jako materiał porównawczy do badań prowadzonych w roku 1973 w OBP w Krakowie nad tematyką naukową w prasie polskiej może posłużyć artykuł J. S. i D. D. Sorensonów „A Comparison of Science Content in Magazines in 1964—65 and 1969—70”. Autorzy rozpoczynają od przeglądu wcześniejszych badań, a następnie, przedstawivszy wyniki własnej analizy (8 magazynów o zasięgu krajowym), kończą artykuł następującymi wnioskami: Liczba wypowiedzi poświęconych nauce w roku 1970 była o 84% większa niż w roku 1965. Najbardziej wzrosła liczba artykułów na temat przestrzeni kosmicznej i ochrony środowiska naturalnego. Ponieważ jednak średnia wielkość tych artykułów zwiększyła się tylko nieznacznie, poruszane w nich problemy nie są prawdopodobnie traktowane w sposób bardziej pogłębiony niż dawniej.

Aby uniknąć ewentualnych nieporozumień w razie porównywania tych wyników z wynikami analizy zawartości polskiej prasy, przypomnijmy, że w amerykańskim pojęciu „science” nie mieszczą się nauki humanistyczne.

R. Allen opisuje wyniki swego eksperymentu mającego sprawdzić wpływ kolejności przekazów na ich skuteczność. Wprowadza on jako nową zmienną — cechę zawartości przekazu, mianowicie to, czy dotyczy on jakiejś kwestii, czy też osoby. Wyniki eksperymentu Allena (zaufanie do nich podważa fakt, że opierają się tylko na 57 studentach dziennikarstwa z jednego uniwersytetu) przemawiają za tym, że skuteczność oddziaływania przekazu dotyczącego jakiejś kwestii spornej (issue-oriented message) podlega prawu pierwszeństwa (człowiek wierzy temu, czego się najpierw dowie na dany temat); skuteczność zaś

oddziaływania przekazu dotyczącego jakiejś osoby (personality-oriented message) podlega prawu świeżości (najnowsza wiadomość o danej osobie kształtuje nasz stosunek do niej).

Niewiele się zmieniły zwyczaje amerykańskich studentów w zakresie korzystania z masowych środków, chociaż obecnie studiują roczniki, które od najmłodszych lat miały telewizor w domu rodzinnym. Korzystają oni rzadziej niż osoby nie będące studentami z telewizji i gazet, mniej więcej równie często z radia, częściej natomiast sięgają po magazyny oraz szukają informacji w bezpośrednich kontaktach z innymi ludźmi. Takie wyniki uzyskali W. G. Cushing i J. B. Lemert w badaniach terenowych przeprowadzonych w Eugene (Oregon) w 1971.

Jako uzupełnienie zawartej w poprzednim numerze informacji o preferencjach kilkunastoletków amerykańskich w zakresie komiksów potraktujmy krótki raport J. D. Stevensa o gustach studentów w tym samym zakresie. Większą popularnością wśród nich cieszą się komiksy humorystyczne niż przygodowe. Mężczyźni czytają więcej komiksów niż kobiety, ale mniej więcej tyle samo kobiet i mężczyzn (ok. 20%) nie czyta komiksów w ogóle.

Ponadto w tym numerze *Journalism Quarterly* — artykuły dwóch autorów, których nazwiska czytelnik *Zeszytów Prasoznawczych* może znać z racji ich współpracy z *Zeszytami*. Są to: M. E. Bishop z Uniwersytetu Północnej Karoliny oraz K. E. Rosengren z Uniwersytetu w Lundzie. Bishop publikuje sprawozdanie z własnych badań nad korzystaniem z masowych środków przez mieszkańców Limy. Badania te wykazały, że dorośli mężczyźni w Limie rekompensują sobie brak wykształcenia wysoką aktywnością w korzystaniu z masowych środków. Częste korzystanie z masowych środków sprzyja z kolei — przynajmniej w Peru — ugruntowaniu poglądów demokratycznych.

K. E. Rosengren ogłasza w *Journalism Quarterly* skróconą wersję swego artykułu „Dyfuzja wiadomości: przegląd badań”, opublikowanego równolegle w naszych *Zeszytach* (nr 1/1973).

Zygmunt Dąbek

Artykuły z czasopism krajowych

● **Sławomir Folfasiński: „KARTKA OGŁOSZEŃ” — NAJSTARSZE CZASOPISMO CZĘSTOCHOWY.** *Rocznik Muzeum w Częstochowie* 1973. S. 233—250 (w tym 14 s. fotokopii).

Ciekawostka o prawdopodobnie najstarszym częstochowskim piśmie periodycznym: w miejscowym archiwum Franciszek Sobalski odkrył kilka numerów *Kartki Ogłoszeń Handlowych, Przemysłowych i Informacyjnych* z lat 1882—1886. Ostatnie z zachowanych wydań nosi nr 16, ale redakcja zapowiedziała w nim edycję następnego. S. Folfasiński pisze, iż „zawartość treściowa, forma, sposób redagowania i wydawania *Kartki*, z daniem priorytetu ogłoszeniom stanowiącym podstawę egzystencji pisma, są cechami znamionującymi druk jako gazetę”. Trafność tej opinii potwierdza kilkanaście fotokopii zachowanych stron pisma.

pd

● **Czesław Lechicki: KRAKOWSKI GŁOS NARODU W LATACH 1914—1939.** *Studia Historyczne* 1973, zeszyt 3 (67). S. 343—381.

Rozdział z nie wydanej jeszcze monografii poświęconej dziejom prasy katolicko-kościelnej od lat trzydziestych ubiegłego wieku do katastrofy Drugiej Rzeczypospolitej. Krakowski dziennik *Głos Narodu* zajmował w tej prasie niepoślednie miejsce, przetrwał najdłużej, prawie pół wieku i odegrał w ruchu chrześcijańsko-społecznym i w historii chadecji niemałą rolę. Podczas pierwszej wojny światowej służył orientacji antyniemieckiej, tzw. zjednoczeniowej i stał się w latach 1915—1918 głównym w Galicji dziennikiem obozu kierowanego przez endecką. Stanowił przez 10 lat własność spółki grona arystokratów z biskupem A. S. Sapiehą na czele. W 1923 wykupili dziennik chadecy i oni zaangażowali w nim dwóch wybitnych publicystów: Jana Matyasika (redaktor naczelny 1921—1931) i ks. Jana Piwowarczyka. Od chwili zamachu majowego 1926 *Głos Narodu* wysunął się na czoło opozycji przeciw Piłsudskiemu i piłsudczyźnie, co na razie wzmogło jego popularność. Mimo to w wyborach sejmowych 1928 sprzymierzona z PSL Piastem chadecja poniosła w samym Krakowie klęskę, która odbiła się ujemnie na *Głosie Narodu*, podkopała jego prestiż i ograniczyła zasięg oddziaływania. W redakcji nie było zgody co do postawy opozycyjnej wobec rządu, tym bar-

dziej, że i cała chadecja próbowała bezskutecznie zrewidować swój stosunek do obozu rządzącego. Środowisko krakowskie opowiadało się za rezerwą wobec Centrolewu i przyczyniło się do tego, że pogodzona z Korfantym chadecja poszła w 1930 samodzielnie do wyborów. Redaktor naczelny *Głosu Narodu* Matyasik kandydował wtedy na posła w Krakowie i przepadł. Zachwiało to jego stanowiskiem, został niebawem usunięty i dziennik złądził swój stosunek do rządu. Nie przysporzyło mu to jednak czytelników. Główny akcjonariusz S. Burtan wszczął starania o sprzedaż dziennika miejscowej kurii biskupiej. Z końcem 1933 *Głos Narodu* przestał być organem chadecji, a jego wydawca dokonał w niej nawet prorządowego rozłamu. Ostatecznie oddał w marcu 1936 dziennik na usługi Akcji Katolickiej. Redakcję objął na 3 lata ks. Piwowarczyk, nie zdołał jednak przywrócić dziennikowi popularności. Nakład spał, deficyt rósł i skończyło się na szukaniu ratunku w przekształceniu dziennika w 10-groszową popołudniówkę typu ekspresowego. Wybuch wojny nie pozwolił już na to. Silną stroną *Głosu Narodu* była zawsze część publicystyczna, stąd większe jego podobieństwo do *Czasu i Nowej Reformy*, niż do *IKC*. Pod względem administracyjnym *Głos Narodu* był zaniedbany, a zasięgiem ograniczony do Małopolski zachodniej. Dużym oparciem była mu prawie do końca własna, dobrze wyposażona drukarnia. Nie korzystał z subwencji, był na ogół samowystarczalny.

cl

● **Marian Fuks: PRASA ŻYDOWSKA W WARSZAWIE 1918—1929.** *Biuletyn Żydowskiego Instytutu Historycznego w Polsce* 1973 nr 1. S. 43—78.

Omawiana praca jest kontynuacją badań autora nad dziejami prasy mniejszości żydowskiej u zarania II Rzeczypospolitej. Tradycje prasy żydowskiej na ziemiach polskich sięgają II połowy XIX w., choć zaktywizowanie tego ruchu prasowo-wydawniczego nastąpiło dopiero w pierwszym dziesięcioleciu XX wieku. Po odzyskaniu niepodległości przez Polskę prasa ta ma do spełnienia istotne zadania. Należą do nich z jednej strony — aktywne włączenie się do odbudowy polskiej państwowości, z drugiej zaś — włączenie się w nurt tych spraw, które żywo obchodzily ludność żydowska, a mianowicie w walkę o uzyskanie pełni praw obywatelskich dla Żydów w Polsce.

Warszawa w okresie międzywojennym była najpoważniejszym ośrodkiem, wydawniczym prasy żydowskiej. Na ok. 150 gazet i czasopism ukazujących się w języku żydowskim w Polsce w roku 1927, 59 tytułów wydawano w Warszawie. Prasa ta była bardzo zróżnicowana. Wynikało to „nie tylko z dużej liczby ugrupowań politycznych i społecznych, ale także z przekroju socjalnego, zawodowego i społecznej struktury żydostwa warszawskiego”.

W swym wnikliwym studium autor obszernie omawia najbardziej reprezentatywne dzienniki (*Hajnt, Der Moment, Folkscajtung*) ich sytuację finansową, zabiegi o pozyskanie czytelnika. Inne czasopisma, nie mające charakteru gazet, w omawianym studium potraktowane zostały drugorzędnie. Nie mniej i w tym wypadku zostały omówione ich najważniejsze tenden-

cje rozwojowe. Osobno potraktowana została prasa żydowska w języku polskim (ważniejsze tytuły to: *Kurier Nowy, Nazs Przegląd*).

Skrótowy szkic z dziejów prasy żydowskiej nie wyjaśnia wszystkich szczegółów interesujących prasoznawcę. Toteż istotna wydaje się następująca konkluzja autora: „Powyższe omówienie prasy żydowskiej, wydawanej w Warszawie w latach 1918–1929, daje tylko ogólne pojęcie i o tej prasie, i o życiu ludności żydowskiej w stolicy. Każda z żydowskich gazet warszawskich mogłaby być tematem odrębnej monografii, w każdej z nich bowiem z innego naświetlenia, z innego punktu widzenia, jakby w innym zwierciadle odbija się życie, mentalność, byt, kultura i idee poszczególnych grup ludności”.

sd

Artykuły z czasopism zagranicznych

● **N. Nikiforowa: TRUDNOŚCI ROŚCIA.** *Zurnalist* 1973 nr 8. S. 74–75.

Ponad połowa ludności świata żyje w Azji. Jednakże rejon ten należy do najbardziej upośledzonych nie tylko pod względem dochodu narodowego, stopy życiowej, lecz również — co wszędzie się z tym wiąże — rozwoju środków masowej informacji. Wg oceny ekspertów UNESCO na to, aby prasa była rzeczywiście efektywnym kanałem informacji, trzeba przynajmniej stu egzemplarzy gazet na każdy tysiąc mieszkańców. Tymczasem dotąd ten — raczej skromny — poziom nie został osiągnięty w większości krajów Azji. W niektórych państwach, np. w Laosie i w Nepalu na tysiąc mieszkańców przypada zaledwie kilkanaście egzemplarzy gazet.

Nie lepsza sytuacja istnieje w dziedzinie radia. W Nepalu na tysiąc mieszkańców przypada tylko 5 radioodbiorników, w Pakistanie — 11, w Indonezji — 24.

Jeszcze gorzej jest z telewizją. Nie istnieje ona w Afganistanie i w Birnie. W Indiach na sto tysięcy mieszkańców przypada siedem telewizorów, w Indonezji — szesnaście.

Analizę sytuacji w dziedzinie masowych środków informacji zajmowało się w Delhi zgromadzenie „One Asia Assembly”. Polityczne, ekonomiczne, ideologiczne, demograficzne problemy, z jakimi borykają się poszczególne państwa azjatyckie wymagają szczególnej pomocy ze strony prasy, radia i telewizji. Tymczasem obecne nasycenie tymi środkami jest bardzo złe, a perspektywy nie najlepsze. Jak rozwijać np. czytelnictwo prasy, skoro większość mieszkańców nie umie czytać, a koszt rocznej prenumeraty zwykłej gazety, wynosi ok. połowy pensji nauczyciela? Jednocześnie nawet istniejące środki informacji pozostają zdominowane przez interesy prywatne. Obok podporządkowania gazet interesom „big businessu”, mamy do czynienia, jak to określił minister informacji Indii, z „imperializmem w dziedzinie kultury”, czyli z dominacją wielkich zachodnich agencji informacyjnych.

tgk

● **B. P. Vats: LES MASS MEDIA DANS LE RÔLE DE STEWART.** *Le Journaliste Démocratique* 1973 nr 7–8. S. 5–6.

W nawiązaniu do obrad konferencji „One Asia Assembly” autor omawia sytuację prasy azjatyckiej, a w szczególności prasy indyjskiej. Dominującą pozycję zajmują tam pisma „big businessu”, które chociaż cieszą się pozorami „wolności słowa”, wierzą w „wolne społeczeństwo” i w „wartości demokratyczne”, to w rzeczywistości służą interesom wielkiego kapitału, zaś ich wolność ogranicza się do „wolności właściciela” dziennika.

Zasadniczą przyczyną ograniczającą zasięg społeczny prasy w Azji jest przepaść jaką dzieli właściciele dzienników od społeczeństw ich krajów. Dzienniki nie zajmują się ludem i jego problemami.

Komercjalizacja prasy indyjskiej doprowadziła do niezdrowej sytuacji: ogłoszenia zajmują ponad 60% powierzchni dzienników, tak iż w rzeczywistości stają się one jedynie prasowymi reklamówkami.

Ważnym problemem rozwoju prasy azjatyckiej jest także monopol zachodnich agencji informacyjnych. Walka przeciw niemu, zakładanie własnych agencji i zabezpieczenie własnych informacji są podstawą rzeczywistej niezależności prasy na tym kontynencie.

tgk

● **Kurt Weidemann: ZEITUNGSGESTALTUNG IST DIE VISUALISIERUNG VON NACHRICHTEN.** *ZV+ZV* 1973 nr 39–40. S. 1592–1596.

Czytelnik nie ma cierpliwości autora czy korektora, gazeta musi być przystosowana do szybkiego czytania — stwierdza na wstępie prof. Weidemann. Dlatego nie powinno się bez przerwownika składać więcej niż 40–60 wierszy. Jednocześnie autor kładzie duży nacisk na przyzwyczajenie czytelników do określonego stylu łamania, przy czym zaleca tu postępowanie zgodne z rytmem czytania: od lewej ku prawej i od góry do dołu.

Na końcu artykułu kilka rad praktycznych:

- Ponieważ nacenniejszym miejscem w gazecie jest górna połowa pierwszej strony, należy główkę gazety skomponować możliwie oszczędnie.
- Wieloszpaltowe i wąskie łamanie ułatwia czytanie, ożywiając jednocześnie kolumnę.
- Pisma wyróżniające należy stosować oszczędnie, gdyż gazeta nie jest drukiem ozdobnym.
- Kolor w gazecie nie powinien być walorem estetycznym, lecz ma służyć podkreśleniu wagi materiału, jego wyekspozowaniu.
- Mimo braku miejsca — nie należy nadmiernie oszczędzać na świetle.
- Zawsze warto zwiększyć ilość ilustracji, tablic poglądowych, zestawień, grafik. *pd*

● **Dieter Berndt: VERPACKUNG UND VERSAND VON ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN.** *Zeitungs-Verlag und Zeitschriften-Verlag* 1973 nr 16/17. S. 659—661.

Jak, jakimi metodami i przy pomocy jakich środków pakuje się dziś i wysyła czasopisma? Odpowiedź na to pytanie uzależniona jest nie tylko od zastosowania odpowiednich środków technicznych, lecz w dużej mierze od rodzaju planowania i sterowania produkcją. Mamy już za sobą czasy, w których „święta krowa” dla drukarni była godziną zamknięcia numeru przez redakcję. Obecnie wykszałca się poglądy, że zakończenie pracy nad gazetą następuje w momencie, kiedy ostatni egzemplarz gazety opuszcza rampę drukarni, szybko i estetycznie opakowany i odebrany do kolportażu.

Rynek gazet i czasopism staje się coraz bardziej wymagający, zainteresowany nie tylko ilością i jakością produkcji, ale także środkami i metodami stosowanymi w opakowaniu i kolportażu, które niestety ciągle jeszcze znajdują się na drugim planie. Dlatego też system jaki wprowadzono obecnie dla polepszenia ekspedycji, musi wzbudzić zaufanie, że wszystko tu odbywa się bezawaryjnie i uczciwie. Należy więc wprowadzić najodpowiedniejsze systemy mechanicznego pakowania. Trzeba zdać sobie także sprawę, że nie wszystkie stosowane do tego celu automaty nadają się do wiązania gazet, drukowanych metodą typograficzną na maszynach rotacyjnych, ich ciężaru w paczce itp. Należy więc wybrać automat, który byłby najodpowiedniejszy, tak aby go najlepiej wykorzystać bez przestojów, by paczki gazet były należycie opakowane i zdadne do transportu. Słowem, by odbiorca otrzymał je w stanie nie uszkodzonym i aby automatyczne opakowanie dawało mu gwarancję, że otrzyma taką ilość gazet jaką zamówił.

Jak wiadomo istnieją obecnie trzy systemy opakowań: automatyczny, półautomatyczny oraz ręczny. Stosowane są one w zależności od szybkości maszyn rotacyjnych i dodatkowego wyposażenia (transportery itp.). Automaty do wiązania gazet i czasopism są dzisiaj problemem numer jeden. Należy tylko zastanowić się, czy do wiązania ma być zastosowany drut, sznurek, taśma plastikowa lub folia. Uważane to jest od jakości papieru, wielkości i ciężaru paczek itp.

Każde przedsiębiorstwo drukujące gazety i czasopisma, a stosujące starą metodę wiązania ręcznego, wie dokładnie, że naraża to na koszty i wymaga dużego wysiłku. Utrudnia pracę w pobliżu maszyn rotacyjnych, gdzie liczy się każdy metr kwadratowy powierzchni. Pakowacze pracujący w tych warunkach narażeni są na działanie hałasu, różnych rozpuszczalników itp., co wpływa ujemnie na stan ich zdrowia. Dlatego też wydaje się, że automaty do pakowania stają się koniecznością i będą wprowadzone do produkcji w każdej drukarni.

kk

● **Elisabeth Noelle-Neumann: GIBT ES NOCH FORTSCHRITTE IN DEN WERBETRÄGER-ANALYSEN?** *Zeitungs-Verlag + Zeitschriften-Verlag* 1973 nr 33. S. 1271—1274.

AWA-73 — to kontynuacja (wykonana po raz 15) doroczných reprezentatywných analiz czytelniczych, znanych dawniej jako „Leseranalyse” (LA). Dyrektorka Instytutu w Allensbachu stwierdza, że praktycznie wrócono do kwestionariusza z 1956 r.: pytania są stawiane osobno dla pism o różnej częstotliwości, przy jednoczesnej demonstracji kart tytułowych. Ustalenie liczby czytelników przypadających na wydanie jest obecnie uzupełniane tylko przez stwierdzanie częstotliwości czytania.

AWA-73 była oparta na 8 tys. wywiadów przeprowadzonych wiosną 1973. Autorka pisze, że potwierdziło się przekonanie o celowości uzupełnienia prostego (ze względu na wielość badanych tytułów) kwestionariusza demonstrowaniem oryginalnych pism. Ciekawa jest obserwacja, że w przypadku pism adresowanych ogólnie (np. magazyn ilustracyjny) odsetki prawie się nie różnią przy demonstrowaniu tylko kart tytułowych i całych egzemplarzy, natomiast gdy chodzi o pisma adresowane konkretnie (np. kobiece) — odsetki przy obu testach wyraźnie się różnią (tu: mężczyźni przy pokazywaniu tylko kart tytułowych wyraźnie rzadziej deklarują czytelnictwo pism kobiecych niż przy okazywaniu oryginalnych numerów). Stąd wniosek, że respondenci w ogóle nie doceniają czytania przez siebie pism, których nie czują się adresatami.

pd

● **Werner Brög: DIE NUTZUNG VON FACHZEITSCHRIFTEN.** *Zeitungs-Verlag + Zeitschriften-Verlag* 1973 nr 38. S. 1466—1472.

Artykuł bazuje na 2 badaniach, przeprowadzonych w Institut Sozialforschung w Monachium. Pierwsze badanie objęło 27 wybranych naukowców, drugie — 792 naukowców zajmujących się popieraną przez państwo problematyką. Wyników w żadnym razie nie należy uważać za reprezentatywne, zdaniem autora dają jednak punkty wyjściowe do stwierdzenia więzi środowiska z czasopismami fachowymi.

Ciekawsze dane: Tylko połowa respondentów uważa, że posiada odpowiednią ilość informacji dla poprawnego wykonywania swych zadań, a tylko co szósty zapytywany zadowolony jest z jakości otrzymanych informacji. Odpowiednio krytyka dezaktualizacji, braku precyzji i niedostatecznej jakości informacji naukowej jest częstsza od żądania jej zwielokrotnienia.

W badaniach proszono o ocenę wartości i częstotliwość korzystania z 24 kanałów informacji. Na pierwszym miejscu w obu aspektach najczęściej wymieniano rozmowy z kolegami, na drugim — pod względem wartości rozmowy z przełożonymi, lecz co do częstotliwości korzystania — czasopisma fachowe (trzecie pod względem wartości). Czasopisma są stosunkowo rzadko przekazywane własnych doświadczeń, rolę tę częścię spełniają seminaria i biuletyny wewnętrzne. W tym zakresie czasopisma fachowe stanowią trybunę publikacji głównie dla naukowców prowadzących badania podstawowe, ci też oceniają je najlepiej.

Na pytanie o cechy „informacji idealnej” badani podali: wiarygodność, aktualność, bodziec inspirujący i przystępność. Autor artykułu uważa, że tym wymogom nie może sprostać jeden tylko środek przekazu. Jednocześnie badani uznali, że czasopisma fachowe są stosunkowo wiarygodne i łatwe dostępne w porównaniu z innymi kanałami przekazu. Niedostateczna jest natomiast — obok aktualności — ich rola inspirująca.

pd

● **Thilo Pohler i, Albrecht Nürnberg:** WIRD DIE ELEKTRONIK DEN JOURNALISMUS VERÄNDERN? ZV+ZV 1973 nr 39—40. S. 1572—1576.

Wprowadzenie elektroniki zmieni charakter pracy redakcji prasowych, zwłaszcza redagowanie informacji — zakładają autorzy. Każda informacja ulegnie rozdrobnieniu na bity, dzięki czemu — niezależnie od jej rodzaju (czy będzie słowna, obrazowa, dźwiękowa czy drukowana) — zostanie przełożona na identyczny „język przekazu” i nadana tym samym kanałem.

Niezmierzalnie ważne są przy tym perspektywy rozwoju przepustowości kanałów informacyjnych: podczas gdy sieć telexowa dopuszcza 50 bitów/sek., a linie telefoniczne najwyższej częstotliwości 2400 bitów — to nowoczesne połączenia elektroniczne zwiększą przepływ informacji do 10 tys., 48 tys. i nawet 240 tys. bitów/sek. Za pośrednictwem jednego kanału będzie można prowadzić jednocześnie do stu tys. rozmów.

Ten postęp techniczny zapewni wprawdzie zwiększenie aktualności prasy, zwielokrotni liczbę napływających informacji, nie wpłynie jednak bezpośrednio na charakter pracy redakcyjnej. Ułatwić ją może dopiero zastosowanie urządzeń elektronicznych, komputerów, do selekcjonowania informacji. Autorzy zauważają trafnie, że określenie „przekaz informacji” należy rozumieć nie tylko jako „transportowanie” informacji w przestrzeni, lecz także — a nawet głównie — w czasie, w sensie ich „magazynowania”. Ta myśl jest podstawą tworzenia banków informacji.

Omawiając w dalszej części artykułu funkcjonowanie takiego banku, autorzy wskazują na 3 teoretycznie możliwe elektroniczne systemy wywoływania informacji: indeksowy (gdzie co znajduje?), dokumentowy (udostępnienie oryginału), faktograficzny (bank udziela informacji na pytanie). Każdy jednak system jest oparty na mikrofilmach — dziennikarz musi mieć zawsze możliwość dotarcia do oryginału.

Przewiduje się, że całe zmikrofilmowane archiwum centralnej NRF-owskiej agencji informacyjnej DPA pomieściłoby się w jednej szufladzie; jedna karta mikrofilmu zawierałaby 300 stron dokumentów formatu A4.

W zakończeniu artykułu autorzy piszą o pozytywnych wynikach próbnego pilotażu modelu banku informacji dla prasy i radia w NRF.

pd

Posiedzenie Rady Naukowej OBP

W dniu 19 grudnia 1973 roku w Zarządzie Głównym RSW „Prasa — Książka — Ruch” odbyło się pod przewodnictwem prof. dra Mieczysława Karasia posiedzenie Rady Naukowej Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie. Było to już drugie w roku 1973 posiedzenie Rady. Poświęcono je omówieniu dwóch tematów: planu badawczego OBP na 1974 r. (poprzednio rozpatrzonego na posiedzeniu Zarządu RSW) i planu perspektywicznego OBP na lata 1974 — 1976. Po raz pierwszy roczny plan badawczy OBP był dyskutowany przez Radę Naukową nie w trakcie, ale przed rozpoczęciem jego realizacji.

Głównie zarysy planu OBP na 1974 rok zostały wyznaczone z jednej strony przez tezy uchwały VI Zjazdu PZPR, zwłaszcza w części poświęconej zadaniom środków masowej informacji i propagandy, a z drugiej przez postulaty praktyki i rozeznanie potrzeb w zakresie badań nad prasą oraz zainteresowania naukowe i możliwości badawcze Ośrodka. Przewidziane do realizacji 22 tematy badawcze uszeregować można w 9 grup tematycznych. Dotyczą one następujących zagadnień:

1. analizy form i sposobów kształtowania socjalistycznej świadomości społecznej odnośnie do ważnych i aktualnych problemów (analiza oddziaływania propagandowo-wychowawczego w zakładach pracy, wzory wychowania lansowane w prasie kobiecej),
2. analiza nośności propagandowej czyli zasięgu prasy,
3. analiza efektywności wybranych form prasowych (publicystyki ideologicznej, prezentowanych wzorów i sylwetek ludzi dobrej roboty),
4. analizy rynku prasowego (szczególnie w zakresie prasy rolnej i wiejskiej oraz dzienników z terenu jednego województwa),
5. usprawniania warsztatu dziennikarskiego zwłaszcza w zakresie publicystyki,
6. usprawniania działalności redakcyjnej (w tym m. in. wykorzystywania materiałów agencyjnych oraz propozycji modelowych dotyczących magazynowych wydań dzienników i magazynów ilustrowanych),
7. oceny form prasowych (recenzja, felieton, nowela, powieść),
8. badań porównawczych nad wzajemnym uzupełnianiem się informacji prasowej, radiowej i telewizyjnej,
9. doskonalenia narzędzi badań i analiz prasoznawczych.

Tematy te mają być opracowywane niezależnie od odrębnego planu wydawniczego oraz prac o charakterze ciągłym takich jak: aktualne sondaże opinii (realizowane przy pomocy sieci społecznych ankierów obejmującej już wszystkie województwa), dokumentacja i bibliografia prasoznawcza oraz współpraca z krajowymi i zagranicznymi placówkami naukowymi o zbliżonym do OBP profilu.

Plan perspektywiczny OBP na lata 1974—1976 uwzględnia fakt, że prasoznawstwo, podobnie jak inne dyscypliny nauk społecznych, zwłaszcza ukierunkowane praktycznie, rozwijać się będzie bardziej dynamicznie niż dotychczas. Przewidywany wzrost powinien dotyczyć zarówno zasięgu, to znaczy terytorialnego obszaru zainte-

resowań Ośrodka, jak i zakresu, to znaczy sfery jego zainteresowań merytorycznych. Dalsze jednak rozszerzanie działalności OBP grozić może zahamowaniami w rozwoju teorii i metodologii prasoznawstwa, których postępy są — jak dotychczas — zbyt nikłe w stosunku do potrzeb. Pożądane wydaje się więc przejście do etapu syntezy i teorii dla zapewnienia harmonijnego rozwoju badań podstawowych i stosowanych.

Dlatego też plan perspektywiczny prezentuje zestawienie możliwych do realizacji siłami Ośrodka opracowań syntetycznych na tle z jednej strony najważniejszych dokonań OBP od 1960 r., a z drugiej najpilniejszych potrzeb badawczych w zakresie badań nad prasą w Polsce. Plan ten zmierza do wypracowania ogólnej koncepcji polskiego prasoznawstwa, jako jednej z dziedzin marksistowskich nauk społecznych, dyscypliny o jasno wykrystalizowanym przedmiocie, metodach i zadaniach badawczych, studiującej proces komunikowania masowego za pomocą prasy w sposób empiryczny i interdyscyplinarny, oraz do podsumowania dorobku polskiego prasoznawstwa rozwijanego nie tylko w samym Ośrodku.

Główną wytyczną działalności OBP na najbliższe lata i podstawowym zadaniem badawczym jest analiza realizacji przez prasę tezy uchwały VI Zjazdu PZPR o konieczności zwiększenia intensywności oddziaływania ideowo-wychowawczego i politycznego na najszerze kręgi odbiorców prasy. Wśród szczegółowych zadań przewidzianych do realizacji w ciągu najbliższych trzech lat wymienić należy opracowanie metodyki dziennikarskiej (podręcznik), tezausa dla dokumentacji prasowej i wiedzy o prasie, prawa prasowego krajów socjalistycznych, prognoz rozwoju prasy, teorii i metodologii polskich analiz zawartości prasy, wzorów wychowania propagowanych przez prasę kobietą, syntezy badań nad czytelnictwem prasy w Polsce, próby syntezy badań na temat skuteczności oddziaływania prasy, upodobań odbiorców co do szaty graficznej i formatu dzienników oraz zarysu dziejów polskiego prasoznawstwa.

Przedłożone Radzie Naukowej dokumenty zostały przyjęte do wiadomości po dyskusji, w trakcie której padło wiele uwag i uzupełnień do planów OBP.

Podkreślano przede wszystkim, że tematy badawcze powinny ogarniać szersze kompleksy pewnych zagadnień. Np. badania nad wzorami wychowania powinny objąć także całą prasę oraz radio i telewizję, a badania nad efektywnością masowego komunikowania powinny zostać powiązane z badaniami rzeczywistości społecznej. Działalność OBP powinna być usytuowana w ogólnej strukturze rozwoju nauk humanistycznych i w kategoriach problemów węzłowych nauki polskiej.

Ponownie wypłynął w związku z tym postulat powołania do życia zespołu koordynującego badania nad wszystkimi środkami masowej informacji i propagandy w Polsce. Rada Naukowa zobowiązała dyrektora OBP, aby wystąpił do odpowiednich władz z formalnym wnioskiem o zobligowanie wszystkich instytucji naukowych zajmujących się badaniami nad prasą do informowania OBP o swych planach w tym zakresie, gdyż jak na razie Ośrodek tylko retrospektywnie rejestruje prowadzone w Polsce badania w formie bibliografii adnotowanej. Zwrócono uwagę na to, że koordynacja powinna rozpocząć się od badań podejmowanych w ramach RSW „Prasa-Książka-Ruch” przez OBP, Dział Analiz Prasowych ZG RSW itd. Także prace doktorskie pracowników OBP powinny być skorelowane z tematami badawczymi Ośrodka, a plan wydawniczy powinien wypływać z planu badań.

Wskazano na zbyt ubogi rejestr potrzeb w planie perspektywicznym, który powinien objąć także badania nad strukturami i systemami komunikowania masowego na świecie. Zdaniem dyskutantów potrzeby badawcze powinny być ustalane na podstawie konsultacji z innymi instytucjami naukowymi, a Rada Naukowa OBP powinna formułować tematy kompleksowe do realizacji nie tylko przez OBP, ale także inne ośrodki i instytuty naukowe. Celowe byłoby podjęcie badań porównawczych nie tylko w skali Polski, ale w skali międzynarodowej i pogłębianie refleksji nad metodologią badań.

Podkreślono także, że Ośrodek powinien utrzymać w zakresie swoich zainteresowań także problematykę związaną z książką społeczno-polityczną, a stałym przedmiotem swoich badań uczynić propagandę ekonomiczną.

czną i edukację ekonomiczną społeczeństwa. Wśród bardziej szczegółowych propozycji tematycznych wymieniono m. in. analizę modelu współczesnego Polaka w prasie, rolę prasy naukowej, społeczną funkcję gazet powiatowych i zakładowych oraz system prasy w skali województwa.

Ze strony przedstawiciela OBOPISP PR i TV w Radzie Naukowej padła deklaracja współpracy z OBP w zakresie analizowania propagandy i edukacji ekonomicznej oraz w temacie dotyczącym uzupełniania się informa-

cji prasowej oraz radiowej i telewizyjnej.

Ponadto Rada powołała na nowe stanowiska pracowników naukowych Ośrodka: na starszego asystenta w Pracowni Badań nad Nadawcą Prasy — mgr Barbarę Kołowcę, a na asystentów — mgr Ewę Marcinek i mgr Marię Pałuch — w Pracowni Analiz Zawartości oraz mgr Teresę Turlik w Pracowni Badań Odbioru Prasy.

Władysław Masłowski

Międzynarodowa konferencja w Dubrowniku

Jugosłowiańskie Towarzystwo Naukowe „Nauka i Społeczeństwo”, założone w 1963 roku, organizuje co dwa lata międzynarodową konferencję poświęconą wybranej grupie problemów o szczególnej doniosłości dla współczesnego świata. Tematami poprzednich konferencji były m. in. zagadnienia komputeryzacji, futurologii, ochrony środowiska. Ostatnia, piąta z kolei konferencja podjęła problematykę podstawową dla działalności Towarzystwa, mianowicie: „Rozwój naukowy, techniczny i społeczny — cele i wartości”. Temat ten wzbudził spore zainteresowanie w międzynarodowym środowisku naukowym, do Dubrownika w dniach 6—14 lipca 1973 przybyło ponad 300 uczestników z ponad 20 krajów Europy, Afryki, Ameryki, Azji. Zgłoszono przeszło 100 referatów i krótkich komunikatów, nie licząc rozprawianych w trakcie konferencji dodatkowych materiałów przywiezionych przez uczestników.

Temat podstawowy był oczywiście zbyt ogólny, aby możliwe było systematyczne jego rozpatrzenie nawet w stu referatach i komunikatach. Toteż mimo podziału obrad na sześć sesji plenarnych i posiedzeń panelowych organizatorom nie udało się uniknąć dużego rozproszenia tematycznego. Mimo to jugosłowiańskie spotkanie udowodniło swą przydatność — skupiło przedstawicieli różnych specjalności naukowych, różnych zawodów (obok naukowców przybyła pewna liczba działaczy politycznych, gospodarczych, kulturalnych), różnych krajów i bloków ustrojowych, stworzyło okazję dla wzajemnego poznania po-

glądów, argumentów, punktów widzenia, a przecież w erze rosnącej specjalizacji wszelkie próby przeciwdziałania dezintegracji środowiska naukowego zasługują na uznanie. Inaczej mówiąc, więcej pożytku wyniesie można było z dyskusji, spotkań, posiedzeń panelowych niż z treści samych referatów.

Z ramienia Ośrodka Badań Prasoznawczych przedstawiłem w Dubrowniku referat „Rola środków komunikowania masowego w rozwoju społeczno-ekonomicznym”. Był to referat syntetyczny, nie roszący pretensji do odkrywania nowych prawd, a mimo to został przez uczestników dyskusji przyjęty wyjątkowo życzliwie. Okazało się bowiem, że większość z nich — przedstawiciele nauk „ściślych” i przyrodniczych — dotąd nie brała w ogóle pod uwagę możliwości (choćby potencjalnych) jakimi dysponują masowe środki komunikowania w procesie modernizacji społeczeństwa. Widzieli raczej w tych środkach jedynie źródło informacji i propagandy politycznej, w wielu wypadkach źródło rozrywki i „kultury masowej”, nie dostrzegali natomiast ich funkcji organizatorskich, kierujących ludzkie zachowania ku określonym celom ogólnym. Stąd nawet tezy dla prasoznawcy zupełnie oczywiste w tym zespole były przyjmowane jako pewnego rodzaju nowość.

Przykłady tego typu mógłbym mnożyć: konfrontacja różnych punktów widzenia była wyjątkowo owocna, prowadząc w wielu wypadkach do rozszerzenia horyzontów poznawczych. Potwierdziła raz jeszcze stano-

wisko, że z ideami własnej dyscypliny należy wychodzić na zewnątrz, nie zaś zamykać się w kręgu specjalistów. Rzeczywisty bowiem udział nauki w kształtowaniu systemu społecz-

nych celów i wartości nie może się dokonać w małej grupie profesjonalistów, lecz winien objąć naukowców z niemal wszystkich dziedzin nauki.

Tomasz Goban-Klas

Międzynarodowa współpraca i wymiana kulturalna tematem spotkania w Poznaniu

Problemy współpracy i wymiany kulturalnej między państwami o różnych systemach społecznych — oto temat konferencji naukowej, która z inicjatywy i staraniem Instytutu Zachodniego oraz Instytutu Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu im. Karola Marksa w Lipsku (Institut für Internationale Studien der Karl-Marx-Universität Leipzig) odbyła się w dniach 23 i 24 października 1973 w Pałacu Działyńskich w Poznaniu.

Było to już drugie spotkanie naukowców z NRD i Polski, które doszło do skutku dzięki organizacyjno-naukowej aktywności obu placówek. Pierwsza tego rodzaju konferencja, sygnowana przez oba Instytuty (poświęcona problemom bezpieczeństwa europejskiego) odbyła się w NRD w październiku 1972, a spora część jej dorobku — w tym nader bogaty wybór referatów polskich autorów — przedstawiona została w ostatnim numerze [3—4/1973] organu naukowego Uniwersytetu Lipskiego *Wissenschaftliche Zeitschrift*, seria humanistyczna. Dodać wypada, iż wiele pomieszczone w tym numerze WZ publikacji może również zainteresować specjalistów poszczególnych dziedzin prasoznawstwa.

W ostatnio odbytym spotkaniu w siedzibie Instytutu Zachodniego w Poznaniu — obok licznej grupy badaczy, reprezentujących obu organizatorów (liczną była zwłaszcza delegacja naukowców z Lipska) — uczestniczyli przedstawiciele ministerstw PRL: Spraw Zagranicznych oraz Kultury i Sztuki, pracownicy niektórych centralnych placówek naukowych NRD a także specjaliści polscy z Gdańska, Katowic, Krakowa, Łodzi, Poznania, Szczecina, Warszawy i Wrocławia. Mimo tej stosunkowo szerokiej reprezentacji instytucjonalno-terytorialnej liczba uczestników nie

przekroczyła stanu, który uniemożliwiłoby utrzymanie roboczego charakteru konferencji.

Związłego wprowadzenia do objętej tematem spotkania problematyki dokonał dyrektor Instytutu Zachodniego, prof. dr Lech Trzeciakowski, wspólnie ze stojącym na czele delegacji naukowców z Lipska prof. drem Wolfgangiem Menzlem, wicedyrektorem do spraw badań wymienionego na wstępie Instytutu. Następnie obaj główni referenci (gdyż referaty przewidziano tylko dwa, rezerwując maksimum czasu na wymianę poglądów i doświadczeń) — doc. dr habil. Erhard Hexelschneider z Lipska oraz (w imieniu nieobecnego z powodu choroby doc. dra Mieczysława Suchockiego z IZ) mgr Zbigniew Jaśkiewicz z Zakładu Kultury Niemiec Współczesnych IZ — wygłosili główne tezy uprzednio przygotowanych referatów.

W odróżnieniu od tego referatu, przedstawionego przez stronę polską, w którym złożona problematyka współczesna wymiany kulturalnej ujęta została z uwzględnieniem warunkowań historycznych oraz ze szczególnym położeniem akcentu na stosunki i wymianę kulturalną między Polską i NRF — referat doc. Hexelschneidera był, od tytułu poczynając, nasycony aktualnościami politycznymi niemal z ostatniej chwili. Obaj zaś referenci — omawiając przedmiotowe dla tematu konferencji zagadnienia — raz po raz wkraczali na tereny naukowych penetracji różnych dziedzin prasoznawstwa, a zwłaszcza kwestii zasięgu terytorialnego niektórych bardziej znanych tytułów prasowych, programów radiowych i telewizyjnych oraz kierunku i celów ich oddziaływania, technik propagandy czy rozwoju masowej informacji międzynarodowej.

Najogólniej zawartość obu referatów jak również wielu wystąpień w dyskusji da się sprowadzić do następujących tez: Europa stoi na progu nowego etapu rozwoju. Zmierza ku bezpieczeństwu i pokojowej koegzystencji państw o odmiennym porządku społecznym. Jednakże odczuwalnemu w ostatnich latach procesowi politycznego odprężenia towarzyszy wzrost i zaostrenie walki ideologicznej, prowadzonej również za pośrednictwem wartości kulturalnych, przy czym z każdym rokiem coraz większą rolę w tym zakresie (rolę nośną, przekąźnikową) odgrywają masowe środki komunikowania. Coraz szersze udostępnianie ogólnoludzkiego dorobku kulturalnego, współpraca i wymiana kulturalna jest procesem nieuniknionym i pozytywnym, gdyż celem szeroko rozumianej współpracy państw o różnych systemach społecznych jest poszerzenie już istniejących stosunków w głównych dziedzinach ludzkiego współżycia. Między współpracą i bezpieczeństwem istnieje wzajemna zależność: bez bezpieczeństwa niemożliwa jest trwała współpraca między partnerami; bezpieczeństwo jest podstawowym warunkiem jakiegokolwiek współpracy. Socjalistyczna koncepcja wymiany kulturalnej z państwami kapitalistycznymi wynika z założeń polityki zagranicznej, jak również z istoty socjalizmu jako systemu postępu we wszystkich dziedzinach z kulturą włącznie. Zagraniczna polityka kulturalna, wymiana i współpraca w dziedzinie kultury musi zatem być rozumiana jako część politycznej ofensywy pokojowej socjalizmu na arenie międzynarodowej. Otwarty charakter kultury socjalistycznej powoduje, iż nie może się ona rozwinąć poza żywym i twórczym oddziaływaniem wzajemnym dorobku różnych narodów, dystansując się jednakowoż zdecydowanie od tego, co w kulturze imperialistycznej zdegenerowane.

Imperialistyczna koncepcja polityki kulturalnej wobec socjalizmu polega na propagowaniu burżuazyjnych modeli społecznych, obyczajowych i ideowych, na tworzeniu tzw. „odideologizowanych” obszarów i bezpośredniej ingerencji i hamowaniu procesu tworzenia się socjalistycznej świadomości. Celom tym służą wszystkie środki masowej informacji, niektóre elementy oddziaływania eko-

nomicznego, nawet bezpośrednie kontakty międzyludzkie. Szczególną rolę w tym zakresie odgrywa teza „o swobodnym przepływie ludzi, informacji, idei oraz nieograniczonych stosunkach kulturalnych”. Teza o szczególnie demagogicznym podtekście, mająca służyć rozszerzaniu tzw. socjologicznej propagandy. Wszystkim tego rodzaju tendencjom wspólnota państw socjalistycznych przeciwstawia własną koncepcję rozwoju wymiany kulturalnej, przy użyciu wszystkich stojących do dyspozycji człowieka środków; a więc prasy i literatury, telewizji i filmu, turystyki, wymiany zespołów artystycznych, nawet poprzez szeroką kooperację kulturalną pod warunkiem jednakże, iż działanie to służyć będzie wyłącznie wymianie wartości duchowych i pomnażaniu kultury, a także umacnianiu pokoju i bezpieczeństwa, współpracy i porozumieniu między narodami.

Naszkicowana powyżej problematyka przewijała się również przez dwudniową dyskusję, w trakcie której wypowiedziało się ponad dwudziestu uczestników konferencji, czyli prawie każdy spośród biorących w niej udział. Poruszano różne, mniej lub bardziej szczegółowe zagadnienia związane z tematem spotkania. Sporo głosów zahaczało też, bądź wręcz dotyczyło różnych dziedzin prasoznawstwa. Przede wszystkim przytaczano przykłady, ilustrujące rolę radia, prasy i telewizji oraz muzyki, literatury i plastyki zarówno w procesie wymiany międzynarodowej jak też oddziaływania na siebie kultur różnych narodów oraz jako źródeł wzajemnej o sobie informacji.

Dość szczegółowo o polityczno-kulturalnej roli środków masowego komunikowania na przykładzie stosunków kulturalnych i politycznych NRD/NRF wypowiedział się prof. dr W. Menzel, a do podjętych przez niego problemów nawiązywali również inni dyskutanci: dr Dieter Pilling oraz dr Otto Seifert (obaj z Uniwersytetu im. K. Marksa w Lipsku).

Doc. dr Stanisław Potocki (Instytut Bałtycki, Gdańsk) przytaczał przykłady już istniejących rezultatów w postaci wyobrażeń i postaw społeczeństwa zachodnioniemieckiego, wypracowanych przez masowe środki komunikowania, a przede wszystkim przez szkołę. Silnie zakorzenione stereotypy nie będą ułatwiały ani

zbliżenia kulturalnego, ani wymiany i współpracy w tym zakresie.

Kilka interesujących danych o przepływie między państwami o różnych systemach społecznych specjalnie opracowywanej, legalnej (białej) i wyraźnie adresowanej propagandy (głównie na przykładzie „auswärtige Kulturpolitik”, którą — zdaniem autora wypowiedzi — należy raczej traktować jako formę „auswärtige Propaganda”) przytoczył mgr Rogalski z Ośrodka Badań Stosunków Wschód—Zachód w Warszawie, zaś aktualny stan i obraz współpracy kulturalnej Polski z różnymi krajami świata nakreśliła przedstawicielka Ministerstwa Kultury i Sztuki, mgr Irena Gągor.

Wreszcie niżej podpisany podzielił się w trakcie dyskusji swymi spostrzeżeniami i uwagami co do widocznego ostatnio w wielu krajach świata rozwoju badań nad obrazami, czy wyobrażeniami (image) określonych narodów w świadomości bliższych lub dalszych sąsiadów oraz roli i znaczenia owego image w procesie wymiany i współpracy kulturalnej między tymi narodami. Przedstawił również sposoby i kierunki kształtowania obrazu Polski i Polaków (Polenbild) przez współczesną publicystykę zachodniorniemiecką.

Sporo było również wypowiedzi, obracających się wokół problematyki prawnej (prawne uwarunkowania wymiany i współpracy kulturalnej). Ponieważ jednak najbardziej intere-

suje nas tutaj przede wszystkim tematyka prasoznawcza lub bliska tej dyscyplinie, porzeczamiemy na informację, że najbardziej reprezentatywne dla problematyki prawnej były wystąpienia prof. dra H. Ivensa (Uniwersytet im. K. Marksa w Lipsku) oraz dra Lecha Janickiego (IZ Poznań).

W sumie — m. in. dzięki wzorowej organizacji — było to pełnowartościowe spotkanie robocze zainteresowanych osób, które miały możliwość nie tylko wysłuchać sporo interesujących informacji i przemyśleń, lecz także wypowiedzieć się i skonfrontować własne zamysły, plany i zamierzenia. Wyłączną zasługą organizatorów konferencji był wybór niezwykle aktualnego i politycznie ważkiego tematu. Inną wreszcie, niewątpliwie doniosłą zasługą obu placówek naukowych, a więc i Instytutu Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Karola Marksa w Lipsku, i Instytutu Zachodniego w Poznaniu, jest również to, iż dzięki ich instytucjonalnej współpracy oraz organizacyjnej aktywności i pomysłowości wielu szeregowym pracownikom naukowym z kilku ośrodków obu krajów stworzona została możliwość do nawiązania bezpośrednich kontaktów fachowych z naukowcami sąsiedniego kraju oraz osobistego uczestniczenia w wymianie doświadczeń i myśli w zakresie uprawianej dyscypliny naukowej.

Józef Mądry

Zielonogórska sesja prasoznawcza

O poczytności gazety, jej społecznym oddziaływaniu i więzi z czytelnikami świadczą listy od czytelników, kontakty osobiste i telefoniczne. Redakcje mogą w różnorodny sposób wykorzystywać sygnały pochodzące od czytelników. W zależności od funkcji, jaką narzuca działowi łączności z czytelnikami kierownictwo redakcji, rola działu może być różna. Albo ogranicza się tylko do przyjmowania listów i interwencji, albo ma wpływ na ogólną politykę redakcyjną i inspirowanie działalności innych działów. Takim właśnie i podobnym zagadnieniom łączności redakcji z czytelnikami poświęcona była sesja prasoznaw-

cza, która odbyła się 22 września 1973 w Zielonej Górze — sesja połączona z tegorocznym świętem *Gazety Zielonogórskiej*.

Omówienie miejsca i roli działów łączności w strukturze redakcji i spełnianie organizatorskiej funkcji prasy było przedmiotem referatu red. Władysława Masłowskiego z Ośrodka Badań Prasoznawczych. Główna teza referatu sprowadzała się do przedstawienia dwóch skrajnych modeli działu łączności z czytelnikami. Pierwszy model kształtował dział jako komórkę samodzielnie wykonującą niektóre funkcje redakcyjne i wszystkie organizatorskie; drugi przedsta-

wiał dział jako komórkę usługową w stosunku do innych działów redakcji, przygotowującą i selekcjonującą materiały dla dziennikarzy. W zakresie działalności organizatorskiej byłby dział tylko inspiratorem niektórych poczynań redakcji. Jak dowodzi praktyka, w polskich redakcjach występuje w zasadzie model mieszany.

Według W. Masłowskiego model pierwszy, choć ugruntowany w pewnych redakcjach, jest przestarzały, a modelem lepszym i przyszłościowym jest model drugi. Taki model działu łączności z czytelnikami przypominałby dział dokumentacji i sprzyjałby specjalizowaniu się pracowników redakcji w działalności organizatorskiej. Słabą stroną tego modelu jest to, że jest on nowy i nie występuje w czystej postaci w żadnej z polskich redakcji.

W referacie przygotowanym przez zarząd Klubu Łączności z Czytelnikami i Radiosłuchaczami SDP na temat więzi z czytelnikami jako elementu redagowania gazety — zostały przedstawione różnorodne formy współpracy czytelników z redakcją (takie jak np.: ankiety, dyskusje przy redakcyjnym stole, stałe kolumny czy relacje z dyżurów telefonicznych). Główny nacisk został położony na listy od czytelników jako istotne sygnały dla ogólnej polityki redakcyjnej.

Rola działów łączności z czytelnikami

w wielu redakcjach ogranicza się, niestety, tylko do interwencji, a pomija się zupełnie oddziaływanie na politykę redakcyjną. Istnieje konieczność informowania przez kierownika działu łączności z czytelnikami — redaktora naczelnego czy kolegium redakcyjnego o problemach i propozycjach najczęściej poruszanych i przedstawianych w listach od czytelników, co powinno mieć wpływ na treść i formę publikowanych materiałów.

Zastępca redaktora naczelnego *Gazety Zielonogórskiej*, Michał Toś, przedstawił następnie doświadczenia gospodarzy w rozwijaniu łączności z czytelnikami. W okresie 20-lecia dział łączności wypracował sobie formy współpracy z czytelnikami, które nie ograniczają się tylko do poradnictwa, interwencji i spotkań. Dział ten organizuje również imprezy oraz inspiruje działalność innych działów. Redakcja *Gazety Zielonogórskiej* docenia potrzebę jak najszerzej współpracy z czytelnikami, stąd wysuwa postulaty nowych form kontaktów z nimi.

Sesję zakończyła dyskusja, w której dziennikarze pracujący w działach łączności z czytelnikami wymienili doświadczenia na temat funkcjonowania i dalszego rozwoju tych działów.

Barbara Kolowca

O typologię programu telewizyjnego

Pożyteczną konferencję, poświęconą typologii programów telewizyjnych, zorganizowało z pomocą UNESCO Węgierskie Radio i Telewizja, czyli MRT. Mówiąc ściślej, funkcję gospodarza pełnił Ośrodek Badań nad Komunikowaniem Masowym MRT. Konferencja odbywała się w Budapeszcie i Balatonszépłak w dniach 13—16 września 1973. Wzięli w niej udział: Pompeo Bruzzini (Włochy), Petre Baron i Simon Herskovici (Rumunia), Paul Croll (Wielka Brytania), Borys Firsow (ZSRR), Björn Höijer (Szwecja), Walery Pisarek, Tapio Varis (Finlandia), John Willings (UNESCO) oraz sześcioposobowa grupa Węgrów z Tamasem Szecskő, dyrektorem Ośrodka, na czele. Ponieważ

niemal wszystkie referaty zostały uprzednio powielone i doreczone uczestnikom konferencji, większość czasu można było przeznaczyć na dyskusję i znalezienie wspólnego stanowiska wobec różnych, niekiedy sprzecznych ze sobą propozycji.

W chwili obecnej brak powszechnie — czy choćby w większości krajów — akceptowanej typologii programów telewizyjnych praktycznie uniemożliwia studia porównawcze nad ich zawartością w skali międzynarodowej. Jeżeli zaś nie znamy struktury programów ujętej nawet w najbardziej podstawowych kategoriach, to i wyniki badań nad korzystaniem z telewizji w jednym kraju nie dadzą się traktować jako podstawa prognozy korzystania z niej w drugim

kraju, choćbyśmy rozporządzali poza tym najdokładniejszą charakterystyką społeczną rzeczywistych i potencjalnych odbiorców. Ponadto brak rozważania w zawartości programów telewizji niezmiernie utrudnia jej ocenę i planowanie rozwoju w interesie społeczeństwa. Typologia programów jest narzędziem nieodzownym zarówno w działalności badawczej, jak i w zarządzaniu i kierowaniu telewizją.

Wobec tych oczywistych potrzeb aż trudno uwierzyć, że do dzisiejszego dnia badaje nie ma dwóch stacji telewizyjnych, które by niezależnie od siebie tak samo klasyfikowały własne programy. Dotyczy to zarówno poszczególnych krajów, jak i rozgłośni telewizyjnych w ramach jednego kraju. Bez większego ryzyka można twierdzić, że nie ma na świecie dwóch krajów, w których struktura programu telewizyjnego byłaby przedstawiana w tych samych kategoriach. Na domiar złego, często — mimo pozorów tożsamości — podobnie nazywane kategorie zawierają zupełnie inne programy. W wielu oficjalnych typologiach programu telewizyjnego nie uwzględnia się w ogóle kategorii reklamy, choć — jak wynika z analiz jego zawartości — reklama pochłania ponad 1/4 czasu transmisji.

Nawiasem mówiąc, podobna sytuacja panowała przed kilku laty także w zakresie międzynarodowej typologii prasy. Przed rokiem 1966 dane statystyczne dotyczące produkcji czasopiśmiennictwa w poszczególnych krajach były praktycznie albo nieporównywalne, albo oparte na liczbach szacunkowych. Dzięki wieloletnim wysiłkom podejmowanym przez UNESCO sytuacja w zakresie typologii prasy znacznie się poprawiła, choć — jak dobrze to wiemy — daleko jej jeszcze do doskonałości. W każdym razie niewątpliwie osiągnięcia UNESCO w opracowaniu i upowszechnianiu na świecie uniwersalnej typologii prasy budzą nadzieje, że i prace nad uniwersalną typologią programu telewizyjnego zostaną uwieńczone powodzeniem. W każdym razie pierwszy krok w tej dziedzinie został zrobiony pod patronatem organizacji o najwyższym międzynarodowym autorytecie.

Podstawowym problemem, przed jakim stanęli uczestnicy węgierskiej konferencji, była konieczność wyboru jednej z dwu możliwych dróg: czy

starać się o udoskonalenie którejś ze stosowanych obecnie typologii, czy też odrzuciwszy wszystkie — stworzyć nową, poprawną metodologicznie i łatwo dającą się stosować w praktyce. Mimo wielogodzinnych dyskusji i wbrew stanowisku większości niektórych z uczestników okazali się tak przywiązani do tradycji, że nie udało się przekonać ich o słuszności wyboru drugiej, niewątpliwie zresztą trudniejszej drogi. Ostatecznie przyjęto rozwiązanie kompromisowe: dopuszczono możliwość stosowania typologii typu tradycyjnego, zalecając jednocześnie wprowadzenie typologii nowej, opartej na zasadzie klasyfikacji wielowymiarowej.

Za możliwie najlepszą typologię tradycyjną uznano nieco zmodyfikowaną (m. in. przez wprowadzenie kategorii „reklama”) typologię zastosowaną ostatnio przez T. Varisa w jego porównawczej analizie programów telewizyjnych obejmującej wszystkie kraje świata (analizę tę prowadził Varis z pomocą finansową i organizacyjną UNESCO). Typologia ta obejmuje następujące kategorie: 1. Codzienne wiadomości, 2. Aktualności, 3. Programy oświatowe, 4. Sport, 5. Filmy telewizyjne, 6. Pełnometrażowe filmy fabularne, 7. Widowiska rozrywkowe, 8. Teatr, 9. Folklor, 10. Programy dla dzieci i młodzieży, 11. Programy religijne, 12. Muzyka, 13. Reklama. Jak widać, typologia ta zawiera wszystkie grzechy główne typologii tradycyjnych, a mianowicie: poszczególne kategorie wyodrębniają się na zasadzie różnych kryteriów, mimo nierozłączności poszczególnych kategorii całą typologię traktuje się jako rozłączną, a wreszcie jedne kategorie są zbyt ogólne, inne zaś zbyt szczegółowe. Na obronę tej typologii da się powiedzieć tylko jedno: jest ona rzeczywicie niewątpliwie lepsza niż większość typologii stosowanych obecnie przez stacje telewizyjne.

W ramach dyskusji nad nowym modelem typologii do najważniejszych osiągnięć konferencji należy uznanie wyższości typologii wielowymiarowej, uwzględniającej różne kryteria, ale każde z nich konsekwentnie osobno. Na tej zasadzie opiera się między innymi uniwersalny klucz kategoryzacyjny do analizy zawartości prasy, opracowany przez Irenę Tetelowską. W wyniku dyskusji uznano za celowe wyróżnić wśród możliwych do sto-

sowania kryteriów dwie grupy; do pierwszej zaliczone kryteria, na których można oprzeć deskryptory w pełni obiektywne; w grupie drugiej znalazły się kryteria wprowadzające deskryptory w różnym stopniu subiektywne.

Grupa kryteriów (a co za tym idzie także deskryptorów) obiektywnych uwzględnia następujące aspekty programów telewizyjnych: 1) pochodzenie (kraj, wytwórnia), 2) autorstwo, 3) język przekazu wyprodukowanego i rozpowszechnianego, 4) zaangażowanie urządzeń telewizyjnych, 5) data produkcji, 6) czas trwania produkcji i rozpowszechniania, 7) postać techniczna przekazu, 8) samodzielność — cykliczność — seryjność przekazu, 9) zasięg terytorialny transmisji, 10) data pierwszej transmisji, 11) czas (= pora dnia) transmisji, 12) liczba powtórzeń. Do grupy kryteriów subiektywnych zaliczono kryteria: 1) zamierzonej publiczności, 2) zamierzonej funkcji, 3) tematyki, 4) formy podawczej oraz 5) sposobu przedstawiania rzeczywistości.

Ponieważ wszyscy uczestnicy konferencji zgodnie uznali, że kryteria obiektywne są zrozumiałe same przez się, nie zajmowano się nimi dłużej, przedyskutowano natomiast zbiory kategorii, które należałoby uwzględnić wedle kryteriów subiektywnych. Szczególnie wiele uwagi poświęcono kryterium tematycznemu i formalnemu. Dyskusja doprowadziła w szczególności do wydzielenia za pomocą kryterium tematycznego następujących kategorii: 1. Polityka, 2. Gospodarka (przemysł, rolnictwo, handel), 3. Stosunki społeczne (działalność związków zawodowych, stosunki między różnymi grupami społecznymi itp.), 4. Życie prywatne i rodzinne, 5. Nauka, 6. Historia (bez historii kultury, sztuki, nauki itp.), 7. Przyroda, geografia, podróże, 8. Kultura i sztuka, 9. Sport, 10. Religia, 11. Różne — mieszane. Jednocześnie uznano celowość wprowadzenia dodatkowych parametrów czasu i stopnia lokalności.

Kryterium tematyczne zdaniem uczestników konferencji może znaleźć zastosowanie wyłącznie w odniesieniu do programów nastawionych na przedstawianie realnej (= niefikcyjnej) rzeczywistości.

Na kryterium formy opiera się podział programów telewizyjnych obejmujący 6 następujących kategorii: 1. Formy muzyczno-dramatyczne (np. opera), 2. Formy muzyczno-niedramatyczne (np. koncert), 3. Formy niemuzyczno-dramatyczne (np. teatr, film), 4. Formy niemuzyczno-niedramatyczne (np. wykład, dyskusja), 5. Widowska (shows) oraz 6. Formy mieszane.

Z dość oryginalną koncepcją uwzględnienia w typologii kryterium „sposobu przedstawiania rzeczywistości” wystąpili węgierscy uczestnicy konferencji. Powołując się na autorytet G. Lukacsa, zaproponowali oni podział wszystkich programów telewizyjnych na 3 główne kategorie; do pierwszej należałyby programy oparte na „języku” potocznym, do drugiej — programy oparte na „języku” artystycznym, do trzeciej — oparte na „języku” naukowym (wyraz „język” ujmuję w cudzysłów, ponieważ chodzi tu nie tylko o język naturalny, ale raczej o „język” jako kod). Niezależnie od tych trzech głównych kategorii wypadaloby uwzględnić dodatkowo 3 kategorie przejściowe.

Konferencja budapeszteńska oczywiście ani nie doprowadziła do sformułowania typologii godnej, by zalecić jej powszechne stosowanie, ani nawet nie rozwiązała najważniejszych problemów łączących się z systematyką programów telewizyjnych. Umożliwiła jednak konfrontację przeciwstawnych poglądów, przyczyniła się do rozwinięcia kilku świeżych i wartościowych koncepcji, a ujawniając wiele różnych trudności, wskazała możliwe sposoby ich pokonania. Z tego względu można ją traktować jako sukces organizatorów.

Walery Pisarek

KRONIKA PRASY POLSKIEJ

(1 lipca — 30 września 1973) *

28 VI — zakończenie zajęć na rocznym Studium Teorii i Praktyki Socjalistycznej Propagandy zorganizowanym przez WUM-L z inicjatywy katowickiego KW PZPR; 54 uczestników otrzymało dyplomy ukończenia Studium.

VI — w Łagowie IV Seminarium Radiowego Reportażu Literackiego zorganizowane przez Naczelną Redakcję Literatury PR i zielonogórską rozgłośnię PR.

3 VII — w Wydziale Propagandy, Prasy i Wydawnictw KC PZPR spotkanie z redaktorami naczelnymi i publicystami prasy, radia i tv, na którym szef Urzędu Rady Ministrów min. J. Wieczorek zapoznał dziennikarzy z pracami nad umacnianiem i usprawnianiem administracji terenowej.

20 VII — prasa codzienna opublikowała komunikat GUS o rozwoju społeczno-gospodarczym kraju i o wykonaniu Narodowego Planu Gospodarczego i w I półroczu 1973 r. M. in. globalny nakład gazet wyniósł 1352,8 mln egz. i był o 4,2% wyższy niż w I półroczu roku ub.; globalny nakład czasopism wyniósł 412,8 mln egz. (wzrost o 10,3%).

22 VII — w Olsztynie rozpoczęto emisję II programu telewizyjnego.

13 IX — w KC PZPR narada redaktorów prasy centralnej i terenowej, radia i tv poświęcona omówieniu aktualnej sytuacji gospodarczej. W naradzie, której przewodniczył sekretarz KC PZPR J. Łukasiewicz, wziął udział członek Biura Politycznego KC, J. Tejcma.

25 IX — z inicjatywy ZG SDP i *Prasy Polskiej*, w Krakowie ogólnokrajowa narada dziennikarzy poświęcona reportażowi. Referaty wygłosili: S. Kozicki (na temat reportażu społecznego), Z. Wilczewski (omówienie wyników ankiety w *Prasie Polskiej* na temat reportażu) i J. Lovell (o reportażu literackim; skrót referatu w *Zyciu Literackim*, nr 39).

28 IX — w Wydziale Propagandy, Prasy i Wydawnictw KC PZPR narada redaktorów naczelnych prasy, radia i tv oraz

*) Wraz z uzupełnieniami za poprzednie miesiące.

publicystów zajmujących się problematyką prawnospołeczną. Tematem spotkania, któremu przewodniczył i zastępca kierownika Wydziału M. Kruczkowski, były aktualne problemy wymiaru sprawiedliwości.

KONTAKTY MIĘDZYNARODOWE

18–21 VI — w Paryżu — z inicjatywy AIJFP (Międzynarodowa Organizacja Dziennikarzy Prasy Kobiecej i Rodzinnej) spotkanie redaktorów europejskich pism kobiecych. Obszerniejsze sprawozdanie: B. Sidorczuk — „Prasa kobieca a wielkie sprawy współczesne” — *Kobieta i Życie* nr 32 s. 2.

20–23 VI — w Moskwie spotkanie redaktorów naczelnych prasy kobiecej krajów socjalistycznych. Polską prasę reprezentowali przedstawiciele *Przyjaciółki*, *Kobiety i Życia*, *Gospodyni* i *Zwierciadła*. Delegacja polska, oprócz przedstawienia zasadniczego referatu, w dyskusji omówiła problem masowego oddziaływania prasy i specyficznej roli kobiety — nauczyciela, wychowawcy i naukowca.

5 VII — stanowisko attaché prasowego ambasady NRD w Polsce objął Karl Heinz Philipp w miejsce wracającego do kraju G. Reutera.

16 VII — w Moskwie otwarto Biuro Polskiego Radia i Tv; jego kierownikiem został T. Haluch.

19 VII — obowiązki korespondenta Tv NRD w Warszawie objął Volker Otto w miejsce wracającego do kraju H. Sachsenwehgera.

20 VII — obowiązki korespondenta *Rudeho Prava* i *Pravdy* w Warszawie objął J. Lipavský w miejsce wracającego do kraju K. Hulmana.

VII — na zaproszenie Departamentu Informacji i Współpracy Kulturalnej MSZ i Głównego Zarządu Politycznego WP przebywała w Polsce grupa dziennikarzy prasy, radia i tv państw — uczestników Układu Warszawskiego.

VII — w Polsce przebywał redaktor naczelny tygodnika *Nowoje Wriemia*, P. Naumow. W trakcie rozmów w Wydziale Propagandy, Prasy i Wydawnictw KC PZPR omówiono program publikacji poświęconych 30-leciu Polski Ludowej na łamach tego tygodnika, ukazującego się w siedmiu wersjach językowych i kolportowanego w ponad 100 krajach (łączny nakład przekracza 500 tys. egz.). Na spotkaniu w ZG TPPR P. Naumow poinformował o zamierzeniach i zadaniach pisma oraz wysłuchał opinii na temat pisma ze strony polskich czytelników.

VIII — na zaproszenie ZG SDP przebywała w Polsce z oficjalną wizytą delegacja ZG Zw. Dziennikarzy Radzieckich. Dziennikarze radzieccy zaznajomili się z systemem kształcenia i doskonalenia kadr dziennikarskich, działalnością Ośrodka Dziennikarstwa SDP oraz klubów twórczych.

VIII — na zaproszenie Bułgarskiej Agencji Prasowej — przebywał w Sofii red. naczelny PAP, J. Roszkowski. Rozmowy dotyczyły dalszego rozszerzenia współpracy między obiema agencjami.

8-9 IX — w Toruniu pod auspicjami UNESCO, międzynarodowe spotkanie dziennikarzy naukowych z 20 krajów europejskich i Japonii, zorganizowane przez SDP. Podstawą dyskusji był referat przedstawiony przez Klub Dziennikarzy Naukowych SDP, poświęcony roli dziennikarzy naukowych we współczesnym świecie.

10 IX — z okazji święta *Trybuny Ludu* międzynarodowe spotkanie poświęcone wymianie doświadczeń w dziedzinie organizatorskiej roli organów prasowych partii komunistycznych i robotniczych. Obszerniejsze informacje na temat spotkania w publikacji L. Krasuckiego (*Trybuna Ludu* nr 256).

25 IX — w Krakowie rozpoczął działalność oddział radzieckiej Agencji Prasowej „Nowosti”; kierownikiem oddziału jest W. Nakariakow — b. dziennikarz *Komsomolskiej Prawdy*.

IX — w Budapeszcie międzynarodowa narada publicystów i sprawozdawców wojskowych krajów — uczestników Układu Warszawskiego, poświęcona roli masowych środków przekazu w kształtowaniu

świadomości patriotyczno-obronnej społeczeństwa.

IX — w Pradze VII sympozjum dziennikarzy — ekonomistów krajów RWPG.

IX — w Warszawie przebywał — na zaproszenie PAP — Chakravarthy Raghavan, redaktor naczelny indyjskiej agencji prasowej Press Trust of India. Rozmowy na temat dalszego polepszania współpracy między obu agencjami.

INICJATYWY REDAKCYNE

10 VII — *Zycie Warszawy* ogłosiło wyniki tradycyjnego „Dnia bez błędów”. Po dokonaniu oceny gazet warszawskich z 8 maja, jury pod przewodnictwem prof. dra. S. Skorupki uznało, iż pod względem poprawności językowej najlepszy był *Kurier Polski*; drugie miejsce zajęło *Słowo Powszechne*; trzecie — *Zolnierz Wolności*. Obszerniej wyniki konkursu omówił A. Wróblewski (*Zycie Warszawy* nr 183 z 2 VIII).

IX — w przededniu święta *Trybuny Ludu* w redakcji dziennika spotkanie dyskusyjne poświęcone opiniom czytelników o roli, rozwoju i zadaniach *Trybuny Ludu*, prasy partyjnej i prasy polskiej w ogóle. Obszerniejsze fragmenty dyskusji w *Trybunie Ludu* nr 250.

22 IX — z okazji święta *Gazety Zielonogórskiej* w Zielonej Górze sesja prasoznawcza poświęcona problemowi łączności redakcji z czytelnikami. Referaty wygłosili: W. Masłowski (OBP) i M. Toś (*Gazeta Zielonogórska*). Obszerniejsze sprawozdanie: J. Kolański: Jaka łączność? — *Gazeta Zielonogórska* nr 234.

29 IX — dla uczczenia pamięci zamordowanego prezydenta Chile S. Allende i dla lepszej popularyzacji znajomości problemów Ameryki Łacińskiej wśród polskiego społeczeństwa, zespół dziennikarzy *Polityki* ustanowił nagrodę im. Salvadora Allende. Przynawana ona będzie co roku 11 września w rocznicę śmierci S. Allende za najlepsze dzieło autora polskiego, bądź obcego (wydane w Polsce) na temat Ameryki Łacińskiej.

Opracował Sylwester Dziaki

Korespondenci zagraniczni prasy polskiej

(stan w dniu 31 XII 1973)

RSW „PRASA-KSIĄŻKA-RUCH”

- Algieria (Algier) — Anna Jackowska (Interpress), Tadeusz Jackowski (*Życie Warszawy*);
- Anglia (Londyn) — Andrzej Broniarek (*Życie Warszawy*, Interpress), Wojciech Kornacki (*Express Wieczorny*);
- Austria (Wiedeń) — Jerzy Solecki (Interpress);
- Belgia (Bruksela) — Mirosław Dyner (*Życie Warszawy*);
- Bułgaria (Sofia) — Zbigniew Klejn (*Trybuna Ludu*);
- ChRL (Pekin) — Jerzy Lobman (*Trybuna Ludu*);
- CSRS (Praga) — Marek Dunin-Wąsowicz (*Życie Warszawy*), Janusz Litwin (*Trybuna Ludu*);
- Francja (Paryż) — Henryk Kawka (Interpress), Włodzimierz Zrałek (*Trybuna Ludu*);
- Jugosławia (Belgrad) — Franciszek Lewicki (*Trybuna Ludu*);
- Liban (Bejrut) — Jan Urbaniak (*Trybuna Ludu*);
- NRD (Berlin) — Michał Jaranowski (*Sztandar Młodych*), Jan Legut (*Trybuna Ludu*), Henryk Tycner (Interpress), Ignacy Wirski (Interpress);
- NRF (Bonn) — Edward Dylawerski (Interpress), Daniel Luliński (*Trybuna Ludu*);
- Rumunia (Bukareszt) — Zbigniew Klejn (*Trybuna Ludu*);
- Szwecja (Sztokholm) — Rudolf Hoffman (Interpress);
- USA (Waszyngton) — Adam Stanek (*Trybuna Ludu*);
- WRL (Budapeszt) — Wacław Urbański (*Trybuna Ludu*);
- ZSRR (Moskwa) — Maciej Bielecki (Interpress), Kajetan Gruszecki (*Trybuna Ludu*), Wojciech Kubicki (*Życie Warszawy*), Zbigniew Lesnikowski (*Trybuna Ludu*), Jerzy Rakowski (*Sztandar Młodych*), Marek Sieczkowski (*Przyjaźń*), Remigiusz Szczęsnowicz (Interpress).

PAP

- Algieria (Algier) — Tadeusz Jackowski;
- Ameryka Łacińska, (Meksyk, Santiago de Chile, Lima) — Zdzisław Marzec;
- Anglia (Londyn) — Władysław Krajewski;
- Belgia (Bruksela) — Mirosław Dyner;
- Bułgaria (Sofia) — Bronisław Troński;
- ChRL (Pekin) — Stanisław Barteczko;

CSRS (Praga)	— Ryszard Najderski;
Francja (Paryż)	— Robert Bielecki;
Hiszpania (Madryt)	— Mirosław Ikonowicz;
Indie (New Delhi)	— Andrzej Czerwiński;
Japonia (Tokio)	— Tadeusz Rubach;
Jugosławia (Belgrad)	— Władysław Knypcel;
Kuba (Hawana)	— Stanisław Zembruski;
NRD (Berlin)	— Zbigniew Kustosik, Jerzy Tomaszewski;
NRF (Bonn)	— Eugeniusz Guz, Jan Prejzner;
Rumunia (Bukareszt)	— Stanisław Lewandowski;
Szwecja (Sztokholm)	— Tomasz Walat;
USA (Nowy Jork — ONZ)	— Jerzy Górski;
(Waszyngton)	— Jan Dziedzic;
Włochy (Rzym)	— Zdzisław Morawski;
WRL (Budapeszt)	— Andrzej Czerkawski;
ZRA (Kair)	— Witold Gawron;
ZSRR (Moskwa)	— Michał Skalenajdo, Zbigniew Suchar.

POLSKIE RADIO I TELEWIZJA

Anglia (Londyn)	— Stanisław Maciej Słotwiński;
Belgia (Bruksela)	— Andrzej Billik;
Bliski Wschód (Bejrut)	— Bolesław Nencki;
Eugaria (Sofia)	— Bohdan Rogala-Kostecki;
CSRS (Praga)	— Karol Bielecki, Borys Mokrzyzewski;
Francja (Paryż)	— Zbigniew Lipiński;
Jugosławia (Belgrad)	— Jerzy Woydyło;
NRD (Berlin)	— Edward Kmiecik, Zdzisław Rembieszka;
NRF (Bonn)	— Henryk Kollat;
OIRT (Praga)	— Wacław Wyględowski*);
Skandynawia (Kopenhaga)	— Bogdan Kołodziejcki;
USA (Nowy Jork — ONZ)	— Jan Zakrzewski;
Włochy (Rzym)	— Zbigniew Targosz;
WRL (Budapeszt)	— Witold Wieromiej;
ZSRR (Moskwa)	— Erazm Fethke, Tadeusz Haluch, Włodzimierz Piotrowski.

KURIER POLSKI

Anglia (Londyn)	— Kazimierz Smogorzewski;
Belgia (Bruksela)	— Krzysztof Andrzejewski;
CSRS (Praga)	— Danuta Wąsowicz;
Francja (Paryż)	— Lech Zbysławski;
Japonia (Tokio)	— Teresa Gumowska;
Włochy (Rzym)	— Franciszek Tyszkiewicz;
USA (Nowy Jork)	— Ewa Krasnodębska;
ZSRR (Moskwa)	— Zygmunt Bielecki.

WYDAWNICTWO „PRASA ZSL”

CSRS (Praga)	— Barbara Bielecka;
ZSRR (Moskwa)	— Ewa Ostrowska.

STOWARZYSZENIE DZIENNIKARZY POLSKICH

CSRS (Praga — MOD)	— Mieczysław Kieta.
--------------------	---------------------

*) Przedstawiciel Polski przy Międzynarodowej Organizacji Radia i TV.

REDAGOWANIE

USA. Z inicjatywy Uniwersytetu w San Diego w Kalifornii, w oparciu o francuski eksperyment *Le Monde* — 100 dzienników amerykańskich zaczęło publikować uniwersytecki kurs historii, ekonomii politycznej, biologii itp. Czytelnicy mogli przeczytać około 20 wykładów dziennie, a nawet zapisać się na uniwersytet dla zdawania egzaminów korespondencyjnych. (*La Presse-De Pers* 1973 nr 77 s. 45) *zl*

W. BRYTANIA. Pierwsza legalna komercyjna radiostacja brytyjska — London Broadcasting Company — rozpoczęła nadawanie programu w październiku 1973. Główną część audycji stanowią wiadomości i programy magazynowo-rozrywkowe; wstawki reklamowe zajmują najwyżej 9 minut na godzinę.

Trzy kierownicze stanowiska w rozgłośni LBC, która będzie utrzymywana wyłącznie z wpływów reklamowych, zajmują byli redaktorzy *Timesa*. (*ZV+ZV* 1973 nr 42—43 s. 1811) *pd*

ROZPOWSZECHNIANIE ŚRODKÓW MASOWEJ INFORMACJI

MIĘDZYNARODOWE. Ukazał się rocznik statystyczny UNESCO za rok 1971. Jak wykazuje zestawienie ilości telewizorów na tysiąc mieszkańców w różnych krajach, wzrost telewizji jest nieustanny. Stany Zjednoczone stoją na czele tego zestawienia ze swoimi 412 odbiornikami na tysiąc mieszkańców, potem następują Bermudy z 315, Szwecja z 312 i Anglia z 293.

Jeszcze ciekawiej przedstawia się wzrost ilościowy radioodbiorników. Jeśli pominiemy USA (gdzie jest więcej radioodbiorników niż mieszkańców — 1412 na każdy tysiąc), to największy przyrost występuje w krajach rozwijających się. Najniższe ilości są w Afryce, gdzie Zair ma zaledwie 4 odbiorniki na tysiąc obywateli, a Libia i Egipt mają już po 132, a Sahara Hiszpańska około 222. W Azji (z pominięciem Japonii) jest od 224 (Syria) do 14 odbiorników (Pakistan) na tysiąc mieszkańców. W Ameryce Łacińskiej od 370 w Argentynie do 60 w Brazylii. Poniżej ilość słuchaczy jest zawsze wyższa niż ilość radioodbiorników (w Indiach np. powszechne jest zbiorowe słuchanie radia) coraz mniej ludzi na świecie jest tak odizolowanych, jak to było w niedawnej przeszłości. (*Otázky Zurnalistiky* 1973 nr 3 s. 16) *tl*

CSRS. Obchodzono tu 20-lecie czechosłowackiej telewizji. Jak podano, w przeliczeniu ilości telewizorów na liczbę ludności — CSRS znajduje się na pierwszym miejscu wśród krajów socjalistycznych i

wchodzi w nierwszą dziesiątkę światową. (*Zurnalist* 1973 nr 7 s. 64) *zl*

FRANCJA. Nakład młodzieżowego pisma *Salut les Copains* przekroczył milion egzemplarzy. W porównaniu z tym samym kwartałem poprzedniego roku zwyżka siega 18,7%. (*L'Echo de la Presse* 1973 nr 868 s. 10) *zl*

KANADA, USA. Przeciętne nakłady prasy obu tych krajów osiągnęły liczbę rekordową 118 310 526 egz., czyli o 1,25 mln więcej niż przed dwoma laty. W USA Biuro Weryfikacji Nakładów rejestruje rozchodzenie się 94% nakładów dzienników i 98% nakładów wydawnictw niedzielnych. (*La Presse-De Pers* 1973 nr 77 s. 44) *zl*

NRF. Interesujące dane o czołowym liberalnym tygodniku polityczno-kulturalnym *Die Zeit*: w połowie października 1973 osiągnął rekord nakładu (400 tys. egz.) i objętości (98 stron dużego formatu gazetowego + 60-stronicowy magazyn małowformatowy drukowany rotograviurą kolorową). Nakład drukowany nie jest oczywiście identyczny ze sprzedażą; w III kwartale 1973 wynosiła ona 334 tys. egz. Charakterystyczne też są dane o 2 edycjach międzynarodowych wykonywanych w Toronto i Buenos Aires — drukuje się tam łącznie zaledwie 10,5 tys. egz. (*Die Zeit* z 12 X 1973 s. 1) *pd*

USA. Poczawszy od wybuchu afery Watergate sprzedaż dzienników w Nowym Jorku zwiększyła się o ok. 10%. Mniejszy wzrost nastąpił w innych miastach. Sprzedaż dziennika *Washington Post*, który odegrał zasadniczą rolę w aferze, wzrosła o kilka tysięcy egzemplarzy i to tylko wówczas, gdy publikowano nowe informacje o jej przebiegu. Znacznie większy wzrost nakładów (ok. 20%) osiągnęły tygodniki informacyjne, jak *Time* i *Newsweek*. (*Interstages* nr 89 1973 s. 39) *tgk*

W. BRYTANIA. Wielkie dzienniki angielskie *Daily Mirror* i *Daily Express* z uwagi na sukcesywna zniżkę ilości nabywców wprowadzili trzecią formę sprzedaży gazet. Będą one dostarczane do domu, niezależnie od sprzedawania w kioskach i przez kolporterów. Ta ostatnia forma jest w Wielkiej Brytanii najbardziej popularna, rozchodzi się przy jej pomocy np. 80% *Timesa*, 75% *The Guardian*, 70% *Daily Mail*, 49% *Daily Mirror*. (*L'Echo de la Presse* 1973 nr 868 s. 46) *zl*

ZSRR. Telewizja w Związku Radzieckim w liczbach: Centralna Telewizja Moskiewska rozpoczęła stałą emisję programu już w październiku 1931. Obecnie jest w kraju 79 telewizyjnych ośrodków programowych, zaś liczba telewizorów wynosi 20 405 tysięcy. UKRAINA rozpoczęła stałe nadawanie programu 6 II 1951, ma obecnie 14

ośrodków nadawczych, a telewizorów 7900 tys. BIAŁORUS — stałe nadawanie programu od 1 I 1956, 5 ośrodków nadawczych i 1450 tys. telewizorów. UZBEKISTAN — stały program od 1958, trzy ośrodki nadawcze, 1156 tys. telewizorów. KAZACHSTAN — od 8 III 1958 stały program, 15 ośrodków telewizyjnych, 1639 tys. telewizorów. GRUZJA — stały program od 31 XII 1956, jeden ośrodek telewizyjny i 464 tys. telewizorów. AZERBEJDŻAN — stały program od 1956, dwa ośrodki telewizyjne, 493 tys. telewizorów. LITWA — od 1 V 1957 stały program, ośrodek telewizyjny w Wilnie i studio pomocnicze w Kownie, 501 tys. telewizorów. MOŁDAWIA — stały program od maja 1958, jeden ośrodek telewizyjny, 417 tys. telewizorów. KIRGIZJA — stały program od 7 XI 1958, jeden ośrodek telewizyjny, 318 tys. telewizorów. TADŻYKISTAN — stały program od listopada 1959, jedno studio, 264 tys. telewizorów. TURKMENIA — stały program od 4 XI 1958, 4 studia telewizyjne, 230 tys. telewizorów. ESTONIA — stały program od 19 VII 1955, dwa ośrodki telewizyjne, 300 tys. odbiorników telewizyjnych. (Otázky Zurnalistiky 1973 nr 3 s. 63) tl

ZSRR. W ostatnich 2 latach uruchomiono w Związku Radzieckim 40 nowych stacji telewizyjnych i przekaznikowych. W 150 ośrodkach miejsko-przemysłowych zapewniono w ten sposób odbiór co najmniej dwóch programów. Centralny program moskiewski jest odbierany za pośrednictwem satelitarnego systemu „Orbita” przez ponad 30 mln mieszkańców. (Neue Deutsche Presse 1973 nr 20 s. 13) pd

ZSRR. Republika kirgizka, która do czasu Wielkiej Rewolucji była nieomal pozbawiona piśmiennictwa, ma obecnie 89 gazet i 11 czasopism, których roczny nakład przekracza 600 tys. egzemplarzy. Aktualnie zasięg telewizji obejmuje 91% terytorium kraju, a 65% odbiorców może odbierać dwa programy telewizyjne, zaś mieszkańcy Frunze i przyległych okolic aż cztery programy. (Otázky Zurnalistiky 1973 nr 3 s. 62) tl

ODBIORCY

FRANCJA. *Bulletin des Bibliothèques de France* sygnalizuje groźną sytuację w zakresie czytelnictwa. Tylko ok. 15% młodzieży znajduje się w wyjątkowo bliskim kontakcie z książką, natomiast ogromna większość pozostaje wobec lektury absolutnie obojętna. 55—65% młodzieży francuskiej zbliża się do grupy nieczytających poza subliteraturą komiksową i kino-romansami. 30—35% to czytelnicy pasywni. Biuletyn bije na alarm sygnalizując groźbę wtórnego analfabetyzmu. (Interstages nr 89 s. 31) zl

ZSRR. Redakcja gazety *Krasnaja Zwiezda* przeprowadziła na własny użytek badania socjologiczne czytelników. W ankiecie do nich skierowanej znalazło się również pytanie o najbardziej ulubioną rubrykę w gazecie. Wyniki badań wykazały, że regularnie czytuje wszystkie artykuły poświęcone nauce i technice 77,1% czytelników, nieregularnie — 20,3%, a w ogóle nie czyta wypowiedzi na ten temat 2,6% ogółu czytelników. Z tych wyników wyciągnięto praktyczne wnioski; poczyniono zmiany kadrowe i organizacyjne w celu zapewnienia wysokiego poziomu artyku-

łów o tej tematyce. Szczególną uwagę poświęcono kwalifikacjom dziennikarzy, zacieśnieniu współpracy z naukowcami i więzi z czytelnikami. (Otázky Zurnalistiky 1973 nr 3 s. 63) tl

RYNEK WYDAWNICZY

MIĘDZYKRAJOWE. W niektórych krajach Afryki pojawiły się ostatnio gazety nowego typu, drukowane w lokalnych językach, przeznaczone dla niedawnych analfabetów. Wiadomości miejscowe i inne informacje podawane są w bardzo przystępnej formie. Jedną z tych gazet — *Kubaru* wychodzi raz w miesiącu w Mali w języku bambara, w nakładzie 10 tys. egzemplarzy. Druga — również miesięcznik — to *Game Su'* ukazujące się w Togo w języku ewe, nakład 3,5 tys. egzemplarzy. Powstała przy pomocy UNESCO. (Zurnalist 1973 nr 10 s. 72—73) zl

MIĘDZYKRAJOWE. „Europa i świat” — to tytuł comiesięcznego dodatku gospodarczego, który od października 1973 będzie się ukazywał przy brytyjskim *The Times*, francuskim *Le Monde*, włoskiej *La Stampa* i NRF-owskiej *Die Welt*, oczywiście w 4 różnych językach. Łączny nakład początkowy liczy 1,3 mln egz. Formaty i łamanie będzie zróżnicowane. (ZV+ZV 1973 nr 29 s. 1170) pd

BELGIA. Powstały w 1921 r. organ Partii Komunistycznej *Drapeau Rouge* w czasie swego istnienia zmieniał kilkakrotnie częstotliwość ukazywania się. Był dziennikiem, następnie tygodnikiem, w czasie okupacji ukazywało się 50 numerów podziemnego *Drapeau Rouge*, w 1966 pojawił się znowu jako tygodnik. Obecnie gazeta jest znowu dziennikiem. (La Presse-De Pers 1973 nr 77 s. 39) zl

CZAD. *Le Canard Déchainé* to nowy periodyk wychodzący w Fort-Lamy. Jest to organ rządowy zawierający aktualności polityczne, ekonomiczne i społeczne z całego kraju. (L'Echo de la Presse 1973 nr 875 s. 29) zl

NRD. Stowarzyszenie Twórców Filmowych i Telewizyjnych wydało w wrześniu 1973 pierwszy numer czasopisma *Film und Fernsehen*. (Neue Deutsche Presse 1973 nr 20 s. 5) pd

NRF. Dotychczasowy tygodnik Niemieckiej Partii Komunistycznej (DKP) — *Unsere Zeit*, ukazuje się od 1 października 1973 codziennie. Pismo zostało założone w marcu 1969, od początku 1972 wydawane jest jako organ DKP. Gazeta jest drukowana w rotacji offsetowej. (Neue Deutsche Presse 1973 nr 17 s. 12) pd

SOMALIA. W Mogadiszu pojawił się nowy miesięcznik popularno-naukowy w języku somalijskim *Prasa i Socializm*, wydawany przez Biuro Łączności ze Społeczeństwem przy Głównej Radzie Rewolucyjnej. Nakład wynosi 30 tys. egz., pismo rozprowadzane jest bezpłatnie w całej republice. (Zurnalist 1973 nr 7 s. 77) zl

SZWECJA. Jedną z najstarszych gazet — założoną w 1832 r. *Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning* — zlikwidowano 8 września 1973. (Wg „Handbuch der Welt-presse” z 1970 r. — ukazujące się 6 razy

w tygodniu pismo drukowano w ok. 60 tys. egz.) Likwidacja dotknęła 140 pracowników. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 20 s. 13) *pd*

USA. Miliarder amerykański John Shaheen ma zamiar wydać nowy wieczorny dziennik *New York Press*. Ma to być dziennik informacji ekonomicznej i giełdowej z dodatkami informacji ogólnej i sportowej. Gazeta drukowana będzie offsetem przy użyciu najnowszej techniki automatycznej. Shaheen uważa, że istnieje potencjalny rynek nabywczy, mimo iż Nowy Jork nazywany jest cmentarzem prasy codziennej. W 1965 wychodziło tu 20 wielkich dzienników, w 1966 — 6, aktualnie tylko 3: *New York Times* (poranny), *Daily News* (poranny) i *Post* (wieczorny). Prócz nich istnieją dzienniki bardziej wyspecjalizowane, jak *Wall Street Journal* i *Women's Wear Daily*.

Nowa gazeta kosztować ma 15 centów. (*L'Echo de la Presse* 1973 nr 875 s. 29) *zl*

USA. W wielkim ośrodku przemysłowym Cleveland (Ohio) zaczęła wychodzić nowa gazeta robotnicza. *Voice of Ohio Communist Steel Workers* jest organem miejscowego oddziału związku zawodowego pracowników przemysłu stalowego i partii komunistycznej. (*Zurnalist* 1973 nr 10 s. 71) *zl*

W. BRYTANIA. W Londynie ma się ukazać nowy magazyn *Viva*. Lansuje go ten sam wydawca brytyjski, który stworzył *Penthouse*, magazyn erotyczny przeznaczony dla mężczyzn. *Viva* ma podobny charakter, przeznaczona jest dla kobiet. (*L'Echo de la Presse* 1973 nr 876 s. 15) *zl*

AGENCJE

ARGENTYNA. 34 największe gazety prowincjonalne wystąpiły z wnioskiem o stworzenie drugiej narodowej agencji informacyjnej w zakresie tematyki krajowej. Dekretem rządu, z końcem września 1973 agencje amerykańskie UPI i AP, które dotychczas dostarczały miejscowej prasie tych informacji, przestały je rozpowszechniać. Nowa agencja działająca na zasadach spółdzielczych działa równolegle z państwową agencją informacyjną TELAM. (*Zurnalist* 1973 nr 10 s. 71) *zl*

EKONOMIKA

BELGIA. Ogłoszono program subwencjonowania prasy: państwo udzieli gazetom w 1973 r. sto mln fr. zapomóg, a w roku następnym 200 mln fr. (*ZV+ZV* 1973 nr 38 s. 1534) *pd*

FRANCJA. Krzywa eksportu prasy francuskiej, wzrastająca w latach 1946—1969, zaczęła w ostatnich latach wyraźnie spadać. W roku 1972 zanotowano — w stosunku do 1969 roku — spadek o 17,6%. Największy spadek eksportu nastąpił do krajów Dalekiego Wschodu (54%), Bliskiego i Środkowego Wschodu (34,35%) oraz do Ameryki (30,3%), mniejszy do Europy (15,9%) i Afryki (12,4%). Nieznaczny wzrost wystąpił w Oceanii, lecz i tak obejmuje niewielką część całego eksportu prasy francuskiej.

W Europie największą zniżkę eksportu odnotowujemy do: Hiszpanii (40% w wypadku dzienników, 49,8% — pozostałych periodyków), Szwajcarii (27,5% — dzienników, 42,1% — periodyków), Włoch (20,6% — dzienników, 32,1% — periodyków), i NRF

(11,7% — dzienników, 52% — periodyków). Eksport prasy do ZSRR wzrósł o 59%. (*L'Echo de la Presse* 1973 nr 874 s. 8) *tgk*

NRF. Tygodnik *Der Spiegel* zwrócił uwagę, że obok concernów Springera, Bauera, Bertelsmanna — wyrasta nowy potentat: wydawnictwo Holtzbrincka. Żadne inne wydawnictwo nie było ostatnio tak ekspansywne; obroty Holtzbrincka podwoiły się w okresie 3 lat, osiągając rocznie 420 mln marek.

Do rodziny Holtzbrincków należą 43 firmy wydające prasę, książki, reprodukcje dzieł sztuki, płyty, kasety z nagraniami. Oto niektóre ważniejsze posiadłości rodziny edytorów:

- 100% znanego wydawnictwa książkowego „Fischer-Verlag”,
- 46% wydawnictwa „Th. Knaur Nachfolger”,
- 26% renomowanego hamburskiego wydawnictwa „Rowohlt”,
- Klub prenumeratorów książek „Deutscher Bücherbund” (ok. 1,3 mln członków),
- 85% konserwatywnego tygodnika *Deutsche Zeitung* — *Christ und Welt* (150 tys. egz.),
- 49% regionalnej gazety *Saarbrücker Zeitung* (218 tys. egz.),
- 6% drugiej co do wielkości (350 tys. egz.) gazety regionalnej w Republice Federalnej — *Rheinische Post*, wydawanej w Düsseldorfie. (*Der Spiegel* 1973 nr 43 s. 99 i n.) *pd*

SZWAJCARIA. Socjalistyczny dziennik AZ, wychodzący w Zurichu podał do wiadomości, że jeżeli państwo nie udzieli pomocy finansowej prasie, to gazeta przestanie się ukazywać. Podobnie jak w Belgii i tutaj problem dofinansowania prasy jest palący; z trudnościami walczą nie tylko wydawnictwa socjalistyczne, ale i katolickie. Rząd rozpatruje projekt pomocy w postaci preferencji dla PTT, redukcji taryfy abonamentowej i agencji telegraficznej. Prasa domaga się pomocy bezpośredniej. (*L'Echo de la Presse*, 1973 nr 873 s. 28) *zl*

USA. 1972 był dobrym rokiem dla telewizji amerykańskiej. Dochody 3 wielkich sieci narodowych i 690 stacji lokalnych wzrosły o 49%. Wiąże się to ze wzrostem zainteresowania dla tv jako skutecznego nośnika reklamy (*L'Echo de la Presse* 1973 nr 873 s. 28) *zl*

USA. Kilkutygodniowy strajk drukarzy, który we wrześniu i październiku 1973 wstrzymał publikację dzienników w St. Louis, sparaliżował życie w tym mieście skuteczniejszy niż strajk transportu miejskiego. Wiele organizacji musiało zawiesić działalność, bo nie było gdzie ogłaszać zawiadomień o zebraniach, frekwencja w kinach i teatrach spadła do 1/3, odwołano aukcje i licytacje, handel detaliczny na wpół zamarł.

Dwóch lokalnych dzienników o łącznym nakładzie ponad 600 tys. egz. (*Globe-Democrat* i *Post-Dispatch*) nie mogły zastąpić gazety o zasięgu krajowym, po której zresztą codziennie ustawiały się długie ogonki przed kioskami. Radio i telewizja nie potrafiły wypełnić próżni powstałej po zniknięciu prasy lokalnej. (*Time* z X 1973 s. 38—39) *wp*

REKLAMA

JAPONIA. Japończycy wydali w 1972 r. 2871 mln dolarów na reklame, czyli o 11,6%

więcej niż w roku poprzednim. Dla ogłoszeniodawców prasa pozostaje tutaj głównym środkiem reklamy (34,4%); telewizja — 32,4%, magazyny — 5,4%, radio — 4,9%. Główni ogłoszeniodawcy to producenci artykułów żywnościowych i napoi, dalej następuje reklama usług i mieszkań, kosmetyków, detergentów itd. (*L'Echo de la Presse* nr 871 s. 15) *zl*

SZWAJCARIA. W roczniku 1972 *Neue Zürcher Zeitung* liczbą stron ogłoszeniowych wzrosła o 500 w porównaniu z rokiem poprzednim. Wśród ogółem 23 600 stron — 14 100 zadrukowano ogłoszeniami. (ZV+ZV 1973 nr 38 s. 1532) *pd*

W. BRYTANIA. Kryzys papierowy w tym kraju zaczyna się odbijać także na reklamie. Sporo dzienników regionalnych zmniejsza swe objętości, ofiarą padają przede wszystkim tygodniowe dodatki ogłoszeniowe. Ponieważ ogłoszenia przechwytuje radio, prasa odczuje wkrótce spadek wpływów. (*L'Echo de la Presse* 1973 nr 875 s. 29) *zl*

ZAWÓD DZIENNIKARSKI

MIEDZYNARODOWE. II Międzynarodowy Kongres Dziennikarzy Europejskich, zorganizowany przez Federację Prasy Włoskiej (Neapol-Capri, 12—17 czerwca 1973) zgromadził przedstawicieli organizacji dziennikarskich z Bułgarii, Czechosłowacji, Finlandii, Francji, Jugosławii, Malty, NRD, NRF, Norwegii, Polski, Portugalii, Rumunii, Szwecji, Szwajcarii, Węgier, Wielkiej Brytanii, Włoch i Związku Radzieckiego.

Uczestnicy Kongresu wyrazili nadzieję, że konferencja w sprawie bezpieczeństwa i współpracy w Europie będzie kolejnym krokiem w procesie utrwalenia pokoju i współpracy oraz rozszerzania wymiany ludzi i informacji na naszym kontynencie. Końcowa uchwała podkreśliła, że Kongres umożliwił owocną wymianę doświadczeń między organizacjami dziennikarskimi z krajów o różnych systemach społecznych i potwierdził użyteczność inicjatyw służących umocnieniu stosunków między związkami dziennikarzy. (*IFJ Direct Line* July—August 1973 s. 3—5) *wp*

MIEDZYNARODOWE. Przedstawiciele Międzynarodowej Organizacji Dziennikarzy (MOD) i Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy (MFD) spotkali się z okazji Kongresu Dziennikarzy Europejskich, jaki się odbył w Neapolu i Capri w dniach 12—17 czerwca 1973. Omówiono możliwości współpracy obu stowarzyszeń w interesie dziennikarzy. Ze strony MOD-u w spotkaniu uczestniczyli m. in. Jean-Maurice Hermand — przewodniczący, oraz Jiří Kubka — sekretarz generalny; MFD reprezentowali Theo Bogerts — sekretarz generalny i Franz-Felix Lehni — członek prezydium MFD, przewodniczący Stowarzyszenia Prasy Szwajcarskiej. (*IFJ Direct Line* July—August 1973 s. 2) *wp*

BLISKI WSCHÓD. W czasie ostatniej wojny izraelsko-arabskiej zginęło 3 izraelskich dziennikarzy, a wśród nich starszy redaktor Radia Izrael. Na wzgórzach Golan rakietą trafiła w samochód korespondenta londyńskiego *Sunday Timesa*, Nicholasa Tomalina, zabijając go na miejscu. Ogółem wydarzenia na obu frontach tej wojny relacjonowało ok. 900 dziennikarzy z prasy, radia i telewizji kilkudziesięciu krajów. (*Time* z 29 X 1973 s. 54) *wp*

FINLANDIA. Związek Dziennikarzy Fińskich (Suomen Sanamalehtimiesten Liitto), założony w 1921 r., liczy blisko 3200 członków; ok. 1/3 stanowią kobiety, SSL ogarnia prawie 95% wszystkich dziennikarzy kraju zatrudnionych w dziennikach, czasopiśmie, agencjach informacyjnych — nie licząc jednak pracowników radia i tv. Ok. połowa członków SSL pracuje w Helsinkach.

SSL jest organizacją politycznie niezangażowaną, grupującą dziennikarzy prasy wszystkich kierunków politycznych. (Inf. własna) *pd*

FRANCJA. 11 dzienników ogólnoinformacyjnych wydawanych w Paryżu zatrudnia 1400 zawodowych dziennikarzy. W tym: *France-Soir* — 297, *Figaro* — 286, *Le Parisien Libéré* — 143, *Le Monde* — 141, *L'Aurore* — 140, *L'Humanité* — 99, *Le Nouvel Journal* — 90, *Les Echos* — 50, *La Croix* — 45, *Combat* — 20, *La Nation* — 10. (*L'Echo de la Presse* nr 879 s. 46) *tgk*

SZKOLNICTWO DZIENNIKARSKIE

NRD. W nowym roku akademickim przyjęto na Sekcję Dziennikarską w Lipsku 200 studentów I roku. Ogółem studiuje tam 750 słuchaczy stacjonarnych i 200 zaocznych. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 18 s. 7) *pd*

NRD. W nowym roku akademickim przyjęto na Sekcję Dziennikarską w Lipsku — 200 studentów I roku. Ogółem studiuje tam 750 słuchaczy stacjonarnych i zaocznych. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 18 s. 7) *pd*

NRD. Z nowym rokiem akademickim Uniwersytet im. Karola Marksa w Lipsku przeniósł się do nowego kompleksu budynków. Sekcja Dziennikarska zajmuje 5, 6 i 7 piętro głównego, 140-metrowego gmachu, pod adresem: Karl-Marx-Universität, Sektion Journalistik, 701 Leipzig, Karl-Marx-Platz, Tel. 7190. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 17 s. 4—5) *pd*

NRF. Minister kultury w Hesji odrzucił wniosek w sprawie powołania profesora socjologii Horsta Holzera, członka Niemieckiej Partii Komunistycznej (DKP), na katedrę nauki o komunikowaniu przy uniwersytecie w Marburgu. Poprzednio władze ministerialne odrzuciły podobne wnioski dotyczące uczelni w Bremie i Oldenburgu. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 17 s. 24) *pd*

BADANIA I INSTYTUCJE NAUKOWE

MIEDZYNARODOWE. XXII Zgromadzenie Generalne Międzynarodowego Instytutu Prasoznawczego IPI odbyło się w Jerolimie, z udziałem przedstawicieli 34 krajów niesocjalistycznych. Delegaci krajów arabskich i mahometaniskich nie przybyli na obrady.

Przy budżecie sięgającym w r. 1972 sumy 995 tys. franków szwajcarskich, deficyt wyniósł blisko 85 tys. fr. Drukowany miesięcznie, 24-stronicowy biuletyn (formatu A4, w 4 wersjach językowych) kosztował przeszło 103 tys., organizacja Zgromadzenia Generalnego w 1972 r. — blisko sto tys. fr. (*IPI-Rundschau* 1973 nr 7—8, s. 1, 15) *pd*

CSRS. Przy Wydziale Dziennikarskim w Pradze powołany został dla prowadzenia badań nad masowymi środkami przekazu

Instytut Teorii i Praktyki Dziennikarskiej, którego dyrektorem jest doc. Zdeńek S o m b e r a. Podstawowym zadaniem Instytutu jest praca nad zastosowaniem praktycznym w pracy dziennikarskiej badań teoretycznych. W najbliższym czasie przewidziane jest doszkalanie aktywnych dziennikarskich.

Wyniki pracy Instytutu posłużą do ulepszenia pracy dziennikarza. W dziedzinie dokumentacji oczekuje się, że w najbardziej przydatnej formie będą udostępniane różne materiały ze źródeł zagranicznych, a przede wszystkim z krajów obozu socjalistycznego. Instytut wraz z Wydziałem Dziennikarskim planuje organizowanie konferencji naukowych. (*Otázky Zurnalistiky* 1973 nr 3 s. 60) *tl*

KANADA. Po kilku latach pracy Zespół Badań Opinii Konsumentów ogłosił raport ze studiów psychograficznych nad społeczeństwem Kanady i USA. Przez psychografikę rozumieją autorzy kierunek badań stosowanych, mających na celu ujawnienie psychicznych uwarunkowań odbioru prasy.

W badaniach uwzględniono 8 specjalnie wyróżnionych typów psychicznych: spokojny ojciec rodziny, tradycjonalista, niezadowolony pracownik, etycznie umiarkowany, poszukiwacz przyjemności, prawdziwy męczyzna, karierowicz, intelektualista. Do wszystkich tych typów skuteczniej docierają gazety niż jakikolwiek inny pojedynczy kanał. Gazety co najmniej dwukrotnie górują nad dziennikami telewizyjnymi efektywnością docierania do odbiorców. Badania psychograficzne zostały sfinansowane przez amerykańsko-kanadyjski Newsprint Information Committee, a służyć mają głównie nadawcom reklamy. (*Newspprint Facts* 1973 nr 4 s. 1-2) *wp*

NRD. Sekcja Dziennikarska uniwersytetu w Lipsku wydała **Słownik socjalistycznego dziennikarstwa** (Wörterbuch der sozialistischen Journalistik). Na blisko 200 stronach omówiono podstawowe pojęcia wiedzy o prasie, dziennikarskie określenia rzeczowe i słowa pochodzenia obcego. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 17, s. 3 okładki) *pd*

NRF. Ukazał się pierwszy tom „**Słownika frekwencyjnego niemieckiego języka w prasie**”. Liczy 1300 stron, obejmuje ok. 3 mln słów z okresu rocznego (listopad 1966 — październik 1967), występujących na łamach dzienników *Die Welt* i *Süddeutsche Zeitung*.

Analiza i wydawnictwo nie są jednak dziełem badaczy zachodnioniemieckich, lecz naukowców szwedzkich. Kierownictwo naukowe sprawowała profesor germanistyki uniwersytetu w Lundzie, Inger Rosengren, na tymże uniwersytecie dokonano obliczeń elektronicznych, a całość finansowało Humanistyczno-Socjologiczne Stowarzyszenie Badawcze Szwecji. (*ZV+ZV* 1973 nr 32 s. 1263) *pd*

ZSRR. W Leningradzie w dniach 29—31 marca 1973 odbyło się drugie ogólnoradzieckie sympozjum „Komunikowanie jako przedmiot badań teoretycznych i stosowanych”.

W sekcji „Badania w sferze komunikowania masowego” L. N. K a g a n przedstawił referat „Publiczność jako forma masowego komunikowania”. W masowych zjawiskach komunikowania występuje mechanizm równoczesnego odbioru informacji, który wywołuje wzajemne „zarażanie”, równoczesność emocjonalnych przeżyć

i wzajemne wpływanie odbiorców na emocjonalną stronę recepcji informacji. Z kolei E. S. R e s z k o scharakteryzował niektóre specyficzne cechy wiadomości podawanej przez różne środki komunikowania. D. N. K r a k w i a n i wykazał na materiale eksperymentalnym, że przy małym prestiżu nadawcy wraz ze wzrostem komunikacyjnych rozbieżności zmniejsza się wskaźnik zmiany społecznego nastawienia. Efektywność komunikowania zależy zatem także od prestiżu nadawcy N. W. B o j k o i W. E. S i e m i e n o w zajęli się problemem efektywności audycji telewizyjnych z tzw. „tematem bohater-skim”. A. N. A l e k s i e j e w przedstawił procedurę badania stosunku audytoria do działania środków komunikowania masowego, procedurę opartą na metodach ilościowych. N. F. T a m m i W. N. K u n i c y n a omówiły zasady wpływu różnych środków komunikowania masowego na proces socjalizacji. (*Woprosy Psichologii* 1973 nr 4) *tgk*

ZAGADNIENIA PRAWNE

W. BRYTANIA. Londyńska policja aresztowała grupę pracowników BBC po 2-letniej obserwacji przez Scotland Yard działania redakcji muzycznej. Przypuszcza się, że niektórzy pracownicy pobierali określone sumy od producentów płyt za włączenie tych lub innych zapisów do programu rozgłośni. (*Zurnalist* 1973 nr 7 s. 65) *zl*

WŁOCHY. Po dwóch miesiącach ostrych kontrowersji między redaktorami i wydawcami mediolańskiego dziennika *Corriere della Sera* zawarto generalny układ pracowniczy. Wydawcy zagwarantowali zachowanie stanowisk pracy wszystkich za-trudnionych i uznali przywileje, o które walczy ruch związkowy.

Dla osiągnięcia tych celów redaktorzy niejednokrotnie uciekali się do strajku, blokując wydanie swego pisma i jego edycji wieczornej — *Corriere d'Informazione*. Uważa się jednak, że osiągnięte porozumienie stanowi tylko etap walki o reformę publicznego informowania, stworzenie prasowych statutów wydawniczych, podjęcie skutecznych kroków przeciw koncepcji i ograniczających powszechne ingerowanie wydawców w politykę informacji. (*Neue Zürcher Zeitung* z 7 XI 1973 r. 6) *pd*

TECHNIKA

ARABSKA REPUBLIKA EGIPITU. W Kairze zakończono budowę największego na Bliskim Wschodzie kombinatu wydawniczego. Zgodnie z planami roczna produkcja gazet, czasopism i książek osiągnie wartość 3,3 mln funtów egipskich. Zakłady zatrudniające 4 tys. pracowników są własnością rządu ARE. (*Zurnalist* 1973 nr 10 s. 73) *zl*

BULGARIA. W roku 1972 w Bułgarii zaczęto emitować program telewizyjny w kolorach. Ze skuteczną pomocą w przygotowaniu nadawania tego programu poproszyła telewizja radziecka i telewizja NRD. Szczególnie cenna była pomoc przy szkoleniu kadry mającej obsługiwać skomplikowaną aparaturę. W Sofii przygotowywano do użytkowania nowy telewizyjny nadajnik. Do końca roku 1972 nadawano tygodniowo 32 godziny programu kolorowego. W każdy piątek przekazywano programy kolorowe centralnej telewizji ZSRR. Telewizja bułgarska jest wyposażona

w wideomagnetofony „Kadr 3” produkcji radzieckiej. Pod koniec 1972 roku oddano do produkcji telekino do przekazywania filmów kolorowych, którymi już dysponuje filmoteka bułgarskiej telewizji. (*Otázky Žurnalistiky* 1973 nr 3 s. 62) *tl*

FRANCJA. *France-Antilles* był pierwszym francuskim dziennikiem drukowanym techniką offsetową. W kwietniu 1973 inny dziennik, *Le Courier de l'Ouest* jako pierwszy z dzienników francuskich wydawanych tą techniką przekroczył nakład 100 tysięcy egzemplarzy. Drukowany jest na maszynie angielskiej MGD zdolnej drukować 32 strony (w tym 8 kolorowych) z szybkością 60 000 egzemplarzy na godzinę (*La Presse-De Pers* 1973, nr 78 s. 46) *tgk*

FRANCJA. Spółka „Videogrammes de France”, powołana do produkcji kaset wideofonicznych, postanowiła udostępnić swe akcje prasie, wydawnictwom i przemysłowi filmowemu.

Spółka została założona przez ORTF (50% akcji) i wydawnictwo Librairie Hachette (15 do 20%). (*ZV+ZV* 1973 nr 35—36 s. 1405) *pd*

KUBA. Stosunkowo niedawno rozpoczęto w kubańskiej telewizji produkcję filmów trikowych. W przeszłości takie filmy importowano przede wszystkim z USA. Po rewolucji tylko niewielka część specjalistów na Kubie mogła podjąć produkcję tych filmów. W latach 1959—1967 w Instytucie Radiowym Kuby powstały materialne i kadrowe warunki do rozpoczęcia tej produkcji. W roku 1968 utworzono specjalne studio, co dało w krótkim czasie oczekiwane efekty. W latach 1968—1971 wyprodukowano 349 filmów. Obecna produkcja można podzielić na kilka kategorii: trikowe filmy dydaktyczne dla szkół, krótkometrażowe filmy popularnonaukowe, filmy wychowawcze o tematyce ogólnej i filmy poświęcone kampaniom organów oficjalnych. Filmy te wyświetla się między programami, w miejsce ongiś pokazwanej reklamy. (*Otázky Žurnalistiky* 1973 nr 3 s. 63) *tl*

USA. Jak wynika z danych Instytutu badawczego z końcem 1972 roku na ogólną liczbę 1749 dzienników — 868 drukowano offsetem (49,6%). W roku poprzednim na 1748 drukowano offsetem 741. (*La Presse-De Pers* 1973 nr 77 s. 45) *zl*

USA. Z Przylądka Kennedy'ego został wyszłany piąty satelita komunikacyjny w ramach programu Intelsat. Został on „zakotwiczony” w położeniu niezmiennym wobec ziemi, w odległości 35 880 km nad Oceanem Atlantyckim. Za pośrednictwem tego satelity można jednocześnie prowadzić 9 tys. rozmów telefonicznych lub przekazywać 12 programów telewizyjny kolorowej. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 15 s. 24) *pd*

PAPIER

KANADA. Od roku 1950 Kanada zajmuje pierwsze miejsce w światowej produkcji papieru gazetowego. Według danych orientacyjnych udział Kanady w światowej produkcji papieru gazetowego (bez krajów socjalistycznych) w roku 1971 wyniósł 40% globalnej produkcji, tj. 10,12 mln krótkich ton (1 krótka tona = 907 kg.). Kanadyjski

eksport w roku 1971 wyniósł 7,58 mln krótkich ton, to jest 65% światowego eksportu; z tego USA zakupiły 6,10 mln t. (*Otázky Žurnalistiky* 1973 nr 3 s. 64) *tl*

RÓŻNE

MIĘDZYNARODOWE. Z wydanych przez UNESCO dwunastu periodyków, dla masowego odbiorcy przeznaczony jest tylko jeden — *Kurier UNESCO*. Większość pozostałych czasopism adresowana jest do specjalistów. W katalogu wydawniczym na rok 1972 zwraca uwagę 500 tytułów różnych publikacji wydanych w języku angielskim, francuskim i hiszpańskim. Większość z nich jest poświęcona zagadnieniom wydawniczym, znaczna ilość zagadnieniom nauki i kultury. W planach wydawniczych coraz częściej pojawiają się publikacje poświęcone problematyce masowych środków przekazu. (*Otázky Žurnalistiky* 1973 nr 3 s. 63) *tl*

MIĘDZYNARODOWE. Stowarzyszenie Dziennikarzy Kubańskich UPEC przyznało kolektywowi radzieckiego dziennika *Prawda* order „Felix Elmuza”. (*Neue Deutsche Presse* 1973 nr 20 s. 12) *pd*

LUKSEMBURG. Największa gazeta tego małego kraju *Luxemburger Wort* obchodziła 125-lecie istnienia. Nakład tego równolatka Wiosny Ludów, który narodził się w trzy dni po proklamowaniu wolności prasy jest nietypowy, sięga 72 000 egz. na 345 000 mieszkańców (podwoił się od 1925 r.). *Luxemburger Wort* rozchodzi się głównie w prenumeracie. Reprezentuje styl chłodny, surowy, wielkokościowy. Pismo jest bardzo stabilne. Ma 20—24 strony we czwartki i piątki, 32—40 w soboty oraz poważny dodatek kulturalny *Die Warte Perspektiven*.

Odrębnością gazety jest także jej polilingwizm uzasadniony w kraju używającym języka francuskiego, niemieckiego i dialektów. Na łamach gazety zdarzają się również artykuły w dialekcie. (*La Presse-De Pers* 1973 nr 77 s. 51—52) *zl*

USA. Administracja hotelu w Miami na Florydzie zażądała w formie ultimatywnej od grupy dziennikarzy akredytowanych przy Białym Domu opróżnienia pokoi ze względu na przyjazd nowych gości. Dziennikarze — pracownicy koncernu ITT przyjechali na konferencję pt. „Poprawa stosunków z prasą”. (*Žurnalist* 1973 nr 7 s. 65) *zl*

ZSRR. Wzrasta systematycznie efektywność wykorzystania automatów do sprzedaży gazet. Ludzie przyzwyczajają się do nowych form obsługi, na ulicach pojawia się coraz więcej tych urządzeń. W Leningradzie działa już około 200 automatów ustawionych blokami w najbardziej ruchliwych punktach miasta. (*Rasprostranienije Pieczati* 1973 nr 3 s. 21) *az*

ZSRR. Miesięcznik *Žurnalist* rozpoczął publikację cyklu wykładów szybkiego czytania, opartych na metodzie eksperymentalnej. Kurs ma na celu nauczanie czytania ze zmienną szybkością, zależnie od charakteru tekstu i celu lektury. Tytuł cyklu: „Sto stron na godzinę”. Autorami metody są kandydat nauk technicznych Kuzniecow i inżynier Chromow. (*Žurnalist* 1973 nr 10 s. 79—80) *zl*

РЕЗЮМЕ

А. Ф. Бережной: **Об объективных закономерностях прессы**

Важную роль в непрекращающейся идейной борьбе, которая характеризует и во многом определяет всю общественную жизнь, играет пропаганда. На повышение ее эффективности на Западе бросаются огромные средства, привлекаются новейшие достижения науки и техники. Стремление к усовершенствованию пропаганды сопровождается извращенным представлением сущности нашего воздействия на массы.

В историческом аспекте развитие взглядов буржуазии на роль пропаганды и прессы идет от демократии и прогресса (до победы над абсолютизмом), через фальшивые лозунги и заверения (во времена господства буржуазии) к все усиливающейся политической реакции. В настоящее время взгляды и практика буржуазных деятелей пропаганды развиваются в этом же направлении. На сознание людей воздействуют, прибегая к видимости правды и аргументации, обращаясь главным образом к эмоциям. Цель неизменно остается одна и та же — вводить в заблуждение общественное мнение и управлять общественным сознанием.

Упрочение власти крупного капитала, решающего о концентрации средств идеологического воздействия на массы, а также политическое давление реакционных сил, с одной стороны, и обострение классовой борьбы, с другой — заставляют социалистических специалистов-исследователей прессы в максимальной степени разоблачать цели, принципы, методы и формы деятельности прессы своих идеологических противников.

В социалистических странах пропаганда обосновывается самым передовым, революционным, научно обоснованным воззрением. Ее задачи подчинены осуществлению устремлений трудящихся масс, ее цель — всесторонне информировать общество, воспитывать его. Эмоции, хотя, конечно, и учитываются, то они играют лишь второстепенную роль. В повышении эффективности нашей пропаганды весьма существенное место занимают правильные представления о ее природе, специфике и объективных закономерностях, основанных на ленинской концепции печати.

Для того, чтобы правильно понять место и роль печати в целом, необходимо доискиваться ее классовых основ; это позволит правильно оценить каждый из лагерей. Применяя ленинский метод, можно выделить все, характерное для прессы в целом, от того, что типично для данного лагеря.

Пресса, пропаганда обладают способностью выступать также в качестве практического, а не только идейного, организационного центра. От взглядов на печать как на способ распространения официальных новостей и информации до включения ее в систему политической надстройки и от понимания ее как трибуны, распространителя принципов коммунизма до оценки ее как острого оружия классовой и партийной борьбы, средства революционного воспитания и сплочения масс, призыва их к выступлениям против господствующих классов — такова, в общем, суть и динамика развития прессы.

Марксом и Энгельсом, русскими революционными демократами уже в середине прошлого века были определены важнейшие основные посылки при подходе к печати как явлению общественной жизни и раскрыты ее

главные принципы, — хотя они решали такие вопросы, находясь в иных исторических и социальных условиях. Их достижения были полностью развиты Лениным, создателем прессы нового типа. В. И. Ленин создал стройное учение о печати, глубоко вскрыл ее природу и положение в обществе, определил ее принципы и черты, функции и формы. Он указал, прежде всего, на классовый характер и неразрывность истории печати с историей освободительного движения, неизбежность марксистского идейного фундамента и несомненную партийность газет.

Ленинская концепция включила в себя то, что присуще печати вообще и коммунистической печати в особенности, провела четкую классовую линию, отделяющую лагерь прессы.

Общие объективные закономерности прессы особенно проявляются в функциях печати. Знаменитую ленинскую формулу о газете — коллективном пропагандисте, агитаторе и организаторе — нередко относят лишь к социалистической печати и смысл организаторской функции газеты все чаще сводят только к организующей силе слова. Это неправильное понимание объективных возможностей печати. Пресса в целом исполняет роль пропагандиста, агитатора и организатора — таков общий закон. Сознвая это, ни на минуту нельзя забывать о классовых позициях прессы. В своей знаменитой формуле Ленин сконцентрировал и просветительские и информационные цели печати.

Характерным для работ советских исследователей печати последних лет является их аналитический характер. Толкование закономерностей, управляющих пропагандой — дело трудное, но и невероятно важное, и поэтому работы советских исследователей прессы постоянно развиваются. (Резюме редакции)

(К части тиража прилагается оттиск с польным текстом статьи на русском языке).

Валерий Писарек: **О типологии телевизионной программы**

Это текст доклада, с которым автор выступил на международной конференции, организованной в сентябре 1973 года в Будапеште под покровительством ЮНЕСКО и Венгерского радио и телевидения.

Учитывая теоретические трудности при разработке универсальной и методологически верной типологии телевизионных программ (относительность целей и систем ценностей), а также практическую потребность в ней (сравнение структуры и оценка телевизионной программы), автор предлагает взять за основу следующие принципы:

1. Ограничиться небольшим количеством однозначных, обширных критериев;
2. Применить несколько критериев деления, которые, вместе взятые, дали бы возможность провести многогранную типологию, основанную на крестовой классификации;
3. Учесть возможность подробного деления каждой из основных категорий. Согласно этим принципам автор предлагает следующую типологию, учитывая 8 критериев:
 1. Критерий степени активности творческой телевизионной лаборатории:
 - а) программы, созданные не для телевидения, роль которого ограничивается лишь механической передачей,
 - б) программы, созданные исключительно для телевидения, роль которого — как и в предыдущем пункте — ограничивается также только механической передачей,
 - в) программы, транслируемые непосредственно с других телевизионных станций,
 - г) собственные трансляции, посвященные разным событиям,
 - д) программы, исполненные собственными ансамблями данной телевизионной станции,
 - е) прочие.
 2. Критерий художественности журналистики:
 - а) художественные программы, представляющие действительность, но основанные на фикции,

- б) информационно-публицистические программы, отражающие непосредственно настоящую действительность, также и трансформированную,
 - в) прочие (могут быть и связанные с рекламой).
3. Тематический критерий (не относящийся к художественным программам):
 - а) политика
 - б) идеология (может быть и религия)
 - в) народное хозяйство (промышленность, сельское хозяйство, торговля)
 - г) общественные отношения
 - д) культура и искусство (т.е. программы о культуре и искусстве)
 - е) наука
 - ж) естествознание, география, путешествия
 - з) спорт
 - и) частная жизнь человека (также и семейная)
 - й) разные — смешанные
 - к) другие,
 4. Критерий формы (точнее: материала, или средства выражения):
 - а) словесные программы
 - б) фильмовые программы
 - в) театральные программы
 - г) музыкальные программы
 - д) зрелища (эстрада, цирк)
 - е) другие
 5. Критерий языка — не вызывает сомнений
 6. Критерий учета телезрителя:
 - а) программы для всех возможных телезрителей
 - б) программы для взрослых
 - в) программы для детей (кроме программ для школ)
 - г) программы для юношества (кроме программ для школ)
 - д) программы для школ
 - е) программы для женщин
 - ж) программы для крестьян
 - з) программы для других телезрителей
 7. Критерий территориальных пределов:
 - а) международные программы
 - б) национальные программы
 - в) региональные программы
 - г) городские программы
 - д) прочие программы
 8. Критерий общественной функции:
 - а) информационные программы
 - б) комментарии (а также пропагандистские программы)
 - в) просветительные программы
 - г) развлекательные программы (а также представление художественных изделий)
 - д) реклама
 - е) другие.

Не все деления представленной выше типологии одинаково существенны в практической деятельности. Если бы, по каким либо причинам, потребовалось сократить количество применяемых критериев до минимума, то не следует отказываться от критериев тематики, формы и учета телезрителя. (Резюме автора)

Барбара Далешак-Вайдзик: Рассуждения о газетном интервью

Статья представляет собой опыт разработать теорию газетного интервью. Автор, опираясь частично на доступные материалы, формулирует дефиницию понятия и вводит также различие между газетным и журналистским интервью. В очередных главах работы рассматриваются этимология, происхождение и эволюция понятия „интервью”, его разновид-

ности, структура, черты и функции. Исходя из критерия формы передачи, автор разделяет интервью на звуковые (непосредственно перед аудиторией, телевизионные, по радио) и печатные (газетные), обсуждает их разновидности и характерные черты, сходства и различия, а также методы реализации. Затем анализируются видовые черты интервью, представленные в четырех пунктах:

1. Интервью проводится с лицом, каким-то образом выделившимся, являющимся авторитетом в какой-то области или выразителем общественного мнения;
2. Интервью посвящается интересным и актуальным проблемам;
3. Представленные в интервью проблемы и события действительно имели место и их подлинность можно проверить;
4. В высказываниях (приводимых дословно) отражается индивидуальность собеседника.

Особенно много внимания уделяет автор обсуждению функции интервью и позиции, занимаемой им в печати. Указывая на деление газетных жанров на информационные и публицистические, автор пытается определить принадлежность интервью к одному из них; показывает, что информационная сторона интервью имеет лишь второстепенный характер, который нельзя сравнить с той ролью, какую интервью играет в деле формирования общественного мнения, что и является основной задачей публицистики. Далее подчеркивается, что интервью, проводимые с выдающимися и пользующимися популярностью личностями, с видными специалистами и учеными заставляют слушателя мыслить, учат и воспитывают. В заключение автор приходит к выводу, что на основании жанровых и функциональных черт следует интервью отнести без каких-либо сомнений к публицистике. (Резюме автора)

Дискуссия о журналистском интервью

Дискуссия на тему журналистского интервью, исходным пунктом которой послужила статья Барбары Далешак-Вайдзик, была организована нашей редакцией для обсуждения состояния знаний об этом жанре в настоящее время, разъяснения некоторых сомнений, уточнения указаний для практиков, а также сближения мнений относительно дефиниции данного жанра. В обмене мнениями принимали участие теоретики исследования печати, социологи, юристы и журналисты. В ходе дискуссии были между прочим выражены следующие мнения и гипотезы:

Происхождение

- Моментом возникновения жанра считается, как правило, 13 октября 1835 года, когда интервью Беннета с почтмейстером из Буффало было опубликовано на страницах газеты Нью-Йорк Геральд.
- В Европе еще раньше элементы беседы можно найти в листовках периода реформации и контрреформации.
- В Польше этот вид журналистской деятельности применялся еще в XIX столетии, причем уже тогда употреблялось возникшее ранее название „интервью”.

Деление

- Интервью это не только беседа, можно себе представить также интервью чисто информационного характера. Смешанные случаи выступают чаще всего, возможно, что вообще это единственный вид интервью.
- В общем, интервью исполняет скорее всего информационные функции.
- Вопросом, требующим решения в самом начале теоретических рассуждений, является определение, считается ли интервью способом поведения или же произведением. От этого деления зависит весь последующий анализ.
- Деление на импровизированные, заранее записанные либо подготовленные интервью непригодно для исследовательских целей.

Ж а н р

В дефиниции интервью необходим с виду только формальный элемент, т.е. констатирование, что высказывания лиц, с которыми проводится интервью, приводятся в прямой речи.

- Интервью, рассматриваемое в аспекте одной только журналистской деятельности, имеет 3 основных значения: а) действие по сбору материала; б) журналистский жанр, выступающий в широком контексте диалогических форм, отличающихся многосубъектностью; одна из форм передачи, которая может выступать и в пределах других жанров.
- Вид средства передачи не является фактором, решающим о разновидностях интервью.
- Предложение провести деление жанровых разновидностей по категориям, в связи с тремя основными функциями интервью, как: а) чисто познавательная функция, информация о событиях и фактах; б) представление лица, дающего интервью; в) представление проблем, столкновение мнений — тогда имеем дело с публицистической формой интервью.
- В качестве четвертой функции можно бы выделить окказиональное интервью с заранее сформулированными вопросами и ответами. В действительности такие интервью встречаются довольно часто, хотя это противоречит основной дефиниции.
- По мнению некоторых специалистов, всякие такого типа деления по категориям не являются ненарушаемыми; сомнений не вызывает только лишь деление на интервью „zur Sache” и „zur Person” („о вещи” и „о личности”).
- По сравнению с родственными жанрами интервью стоит ближе всего к репортажу.
- Следует считаться с появлением нового аспекта интервью, главным образом в социалистической прессе — интервью с простым, рядовым человеком. Тогда возникает новая функция жанра — создание индивидуальности.
- Современное газетное интервью все более уподобляется стенограмме для сохранения настоящих черт беседы.
- Критерием различения между интервью и беседой не может являться направленность вопросов и публицистическое увлечение журналиста, также выражающего какое-то мнение. Это различие имеет формальный характер.
- Родственные диалоговые формы не представляют собой отличных от интервью жанров, являясь лишь превращением и развитием одного и того же газетного жанра (по-видимому, под влиянием аудио-визуальных средств передачи).
- Трудно провести разграничение между интервью и беседой, так как между ними есть общие моменты. Речь может скорее всего идти о некоторой ориентировке интервью (перевес вопросительных предложений со стороны ведущего интервью) или о ориентировке беседы (меньше вопросов, больше утверждений).
- В диалоговых журналистских формах изменяется роль журналиста, который становится направляющим лицом. Появляются элементы организаторской роли.
- Приходится согласиться с утверждением, что о том, что является интервью, а что нет, решает способ использования материала. С интервью имеем дело в том случае, когда журналист ставит вопросы определенному человеку и получает на них ответы.
- Существуют три классические ситуации, когда выступает злоупотребление интервью: а) ритуальное интервью; б) когда журналист заранее не подготовлен и лишь записывает то, что данный человек скажет; в) спонтанное интервью, проведенные с прохожими на улице.
- Интервью в прессе должно скорее всего представлять факты и мнения, представление лиц оставляя за аудио-визуальными средствами передачи.

Авторство и соавторство

- Чем больше высказывание путем средств передачи приближается к реальной жизни, тем меньше участие в нем самого журналиста, как автора.
- Журналист должен знать, что интервьюированное лицо не несет ответственности за неверные, но соответствующие истине ответы, и за то, что он пишет в интервью, несет ответственность и журналист.
- Существует двойная аутентичность: спрашивающего и отвечающего.
- По другим мнениям участие журналиста сводится к двум ролям: очевидца или же только стенографа.
- Автором интервью является спрашиваемый, журналист — только инспиратором.
- Интервью является произведением, созданным в соавторстве, причем следовало бы шире заняться вопросом о правомочиях лица, дающего интервью, распоряжаться этим произведением.

Кроме того, в ходе дискуссии был сформулирован ряд практических указаний. (Резюме редакции)

Богдан Михальский: **Распродажа излишков?...**

Статья представляет собой полемику с высказыванием Е. Пажинского „Актуальные замечания и выводы по поводу судебных процессов против журналистов” (Зешиты прасознавче № 2 (1973)). Автор подчеркивает, что в публикации, посвященной судебным делам против журналистов, была представлена давно отвергнутая наукой и практикой концепция полной неответственности журналиста за нарушение доброго имени личности. Затем автор указывает на вредность этой концепции в то время, когда особое внимание уделяется усилению охраны личных прав (moral right's) человека. Судебный процесс — это один из элементов профессионального риска журналиста. Критике подвергаются также методологические недостатки статьи Е. Пажинского. (Резюме автора)

Ежи Микуловский Поморский: **В самом ли деле прав Гербнер?**

В связи со статьей Кароли Варги (Зешиты прасознавче, 1973 № 1) автор подвергает критике как мнение Варги относительно вопросов регуляции массовой коммуникации и исследований в этой области, так и взгляды Жоржа Гербнера, представленные в статье венгерского исследователя печати. По мнению автора, предлагаемый Гербнером подход к читателю, как единице, изолированной от окружающей ее общественной среды в момент восприятия и использования содержания массовой передачи, ошибочен. Критике подвергается также существовавший доньше подход, изолирующий отношения отправитель-получатель от более широкого общественного контекста, с которым они неразрывно связаны. Автор статьи предлагает придать исследованиям средств массовой коммуникации более социологический характер. Изучение способов утилизации содержания массовой коммуникации его получателем должно стать исходной точкой для рассуждений о его эффективности. (Резюме автора)

Збигнев Темпский: **Подготовка и совершенствование журналистских кадров в Польше**

Основным фактором эффективной деятельности прессы, радио и телевидения является постоянный рост журналистских кадров. Польские журналисты отличаются хорошей профессиональной подготовкой и — что особо существенно — находятся в самом центре событий, решающих о формировании жизни в Народной Польше. Сохранять высокий идейный уровень журналистики помогает также деятельность Союза польских

журналистов, направленная на совершенствование политических, общих и профессиональных квалификаций журналистов, что нашло свое отражение в отдельном решении Пленума Главного правления Союза.

В ряды польских журналистов принимаются лица только с окончанным высшим образованием. Зачастую они приходят из студенческого журналистского движения, насчитывающего около 3000 человек. Будущие молодые журналисты обучаются на отделениях журналистики для выпускников вузов или же приобретают профессию, работая в редакциях. После окончания двухлетнего и до истечения пятилетнего редакционного стажа они могут завершить образование в одном из шести заочных отделений журналистики в Варшаве и других научных центрах.

Совершенствование кадров проводится в Журналистском центре Союза польских журналистов. В 1973/74 учебном году Центром было организовано 38 семинаров, курсов и других учебных мероприятий, в которых участвуют журналисты определенных специальностей; устраиваются встречи с министрами, политическими деятелями, учеными, специалистами по различным областям жизни; организуются межредакционные встречи для обмена опытом.

Совершенствованием журналистских кадров занимаются также газетные, телевизионные и радиоцентры в других, кроме Варшавы, городах. (Резюме автора)

Эдуард Насталек: **Сельскохозяйственный журналист — „дилетант с цензом“**

Весьма обширные тематические пределы сельскохозяйственной и деревенской публицистики приводят к тому, что журналист, специализирующийся в этой области, несмотря на высшее образование, продолжает оставаться „дилетантом с цензом“.

Для того, чтобы правильно обсуждать проблемы и делать соответствующие выводы, он должен заранее изучить каждый вопрос на основании специальной литературы. Однако основанием для написания статьи являются беседы, интервью и сведения, собранные от ученых, деятелей, представителей властей, учреждений и предприятий, сотрудничающих с сельским хозяйством, согласованные с самими крестьянами.

Постоянные контакты с этими людьми, участие в сельских собраниях, совещаниях и конференциях создают публицисту возможность откликаться на самые актуальные темы.

Публициста могут также инспирировать в подборе тематики расписание полевых работ, информации, приводящиеся в бюллетенях, а также прочие материалы, например, вырезки из газет. Однако тогда роль журналиста становится пассивной, а не ищущей, активной.

Поэтому домашний архив публициста должен главным образом состоять из специальной литературы и журналов. Значение вырезков из газет и журналов с течением времени падает. Благодаря созданию в более крупных журналистских центрах архивов вырезков из газет и журналов, посвященных определенной тематике, а в будущем — единого центрального архива, снабженного компьютерной системой, можно бы ликвидировать „кустарные“ домашние архивы.

В работе по сельскому хозяйству за рубежом публицисту приходится прибегать к другим методам, так как в большей мере ему приходится опираться на печатном материале, доступном в своей стране и собранном за границей; у него нет возможности проводить столько бесед и сравнений. Тематика работы должна быть точно определена еще до отъезда за границу.

Сельскохозяйственный журналист должен считаться со спецификой восприятия печатного слова сельским читателем. Язык его высказываний должен отличаться простотой, обсуждение даже самых сложных проблем — доступностью, форма высказывания — близостью к разговорной речи. (Автор рекомендует здесь стилизовать уже готовые тексты в ходе диктовки машинистке).

Деревенского читателя дразнят императивный, покровительственный тон, искусственно сложный стиль, а также отсутствие учета экономической специфики каждого сельского хозяйства. Для того, чтобы склонить читателя заняться чтением и более трудных текстов, автор должен применять смешанную форму высказывания, переплетая беседы и интервью отрывками репортажа и публицистическими рассуждениями.

Сельскохозяйственный публицист должен располагать магнитофоном. Это „ухо“ публициста помогает сократить время пребывания в разъездах, избегать ошибок, вытекающих из неточности записок. (Резюме автора)

Збигнев Клейн: О румынской прессе и журналистике

В статье, написанной для журнала *Зешиты* прасознавче, специальный корреспондент польской прессы в Бухаресте рассматривает главные газеты и журналы (характер изданий, тиражи), систему подготовки журналистов, их профессиональные и социальные проблемы (жалование, отпуска, пенсии), описывает деятельность Союза румынских журналистов. (Резюме редакции)

Яцек Вудз: Печать в Бельгии

В специальной корреспонденции из Бельгии автор представляет как историю бельгийской прессы, так и ее положение в настоящее время, приводя затем данные относительно тиражей, политической направленности, языкового деления прессы и т.п. (Резюме редакции)

Перевод с польского Д. Хоровича

SUMMARY

A. F. Byereshnoy: On Objective Regularities of the Activity of Press

An important role in the everlasting ideological struggle — which constitutes a feature deciding, to a great extent, of the life of societies — plays the propaganda. Great sums of money are spent and the newest achievements in science and culture are used in the West in order to increase its effectiveness. The trend towards improvement of propaganda effects is followed in the West by a false presentation of our influence on masses.

In a historical aspect the evolution of bourgeois views on propaganda and press runs from democracy and progress (up till the victory over absolutism) throughout false slogans and assurances (during the reign of bourgeoisie) towards stronger and stronger political reaction. The current views and practice of the bourgeois propaganda develop along the same lines. The Western propaganda impacts the people's consciousness by means of the colours of truth and argumentation and chiefly aims at appealing to emotions. The goal has remained unchanged: to deceive and manipulate with social consciousness.

The growing power of the big capital — deciding of the concentration of the media of ideological influence on masses — and the pressure of political reaction on one hand, and the intensification of the class struggle on the other hand, impose upon the Socialist press researchers the duty to apply maximum precision in unmasking the goals, principles, methods and forms of the press activity of ideological opponents.

In Socialist countries the foundation of propaganda forms the leading, revolutionary and scientifically proved idea. The aims of propaganda are subordinated to the realization of the aspirations of masses and the goal is to supply the society with comprehensive information and to educate the people. Emotions — although considered — are of no decisive importance. As regards the efforts to achieve the effects in propaganda, an important role plays here the correct understanding of its nature, specificity and objective rules, based on Leninist conception of the press.

In order to understand correctly the position and role of the press as a whole one has to examine its class foundation, for this helps to obtain a clear image of each camp of the press. Thanks to the Leninist method one can isolate this what is characteristic of the press as a whole, from that what is typical of a given camp.

The press, the propaganda, may also appear as a practical and not only ideological centre of organization. The essence and dynamics of the development of press encompass a broad field — from the views on the press as an information channel to its inclusion in the system of political superstructure, from understanding its significance as a tribune for propagating the principles of Communism, to appreciating it as a sharp class and party weapon, a medium of revolutionary education and of drawing the masses into actions directed against ruling classes.

Marx, Engels and the Russian revolutionary democrats had — already in the middle of the 19th century — specified the indications regarding the press as a whole, despite the fact that they were solving those problems in different

circumstances. Their achievements were later fully developed by Lenin, creator of the press of a new type. Lenin founded a harmonious press science, disclosed the nature of the press, established its principles, features, functions and forms. He proved, first of all, the class character of the press and the inseparability of the history of press from the history of freedom movement, as well as the unyieldingness of the Marxist ideological foundation and the evident party consciousness of newspapers.

The Leninist conception comprises this what is typical of the press as a whole, and of the Communist Press in particular, forms a clear class-line of the division between the camps of press.

The general, objective regularities of the press manifest themselves chiefly in the functions of the press. The Lenin's formula of the newspaper conceived as a collective propagandist, agitator, and organizer is sometimes applied not only to the Socialist press and the sense of the organizational function resolves itself to the organizing power of the word. This is a wrong interpretation of the objective possibilities of the press. The press as a whole performs the role of a propagandist, agitator and organizer; such is the general rule. Being aware of this one should not for a moment forget of its class positions. In the same formula Lenin had also comprised the educative and informative goals of the press as a whole.

The Soviet press-research works conducted in the last years are of analytical character. Explanation of the rules governing the propaganda is a difficult but important task and this accounts for the fact why the studies of Soviet press researchers in this respect are being continuously developed. (Editorial Summary).

Walery Pisarek: **On the Typology of Television Programmes**

This is the text of a report delivered by the Author at an international conference organized in September 1973 in Budapest, by UNESCO and the Hungarian Radio and Television.

Taking into consideration the theoretical difficulties connected with elaborating a universal and methodologically correct typology of television programmes (relativity of the goals and value systems) and the practical need of it, (comparison of structure and the evaluation of the television programme) the Author suggests that the typology should be based on the following principles:

1. The number of criteria should be limited to only a few, univocal and broad ones;
2. Several criteria of division should be applied; put together they should allow for a multidimensional typology based on intercrossing classification;
3. There should be considered a possibility of a detailed division of each one of the chief categories.

In accordance with these principles the Author proposes the following typology, considering 8 criteria:

1. The criterion of the extent of TV-workshop engagement
 - a. Programmes produced not for the TV whose role is limited to mechanical transmission;
 - b. programmes produced specially for television, whose role however — similarly as in the first case — is limited only to mechanical transmission;
 - c. programmes transmitted directly from other TV stations;
 - d. TV's own transmissions of various events;
 - e. programmes produced by a given station's own team;
 - f. others.
2. The criterion of artistic values versus journalistic values
 - a. Artistic programmes depicting the reality, based on fiction;

- b. informative-journalistic programmes directly reflecting an authentic or, should the occasion arise, a transformed reality;
 - c. others (if need be uncluding advertisements).
3. The thematic criterion (does not apply to artistic programmes)
 - a. politics
 - b. ideology (in case of need also religion)
 - c. economy (industry, agriculture, commerce)
 - d. social relations
 - e. culture and art (i.e. programmes on culture and art)
 - f. science
 - g. nature, geography, travels
 - h. sports
 - i. man's private life (also family life)
 - j. miscellaneous
 - h. others.
 4. Criterion of the form (or strictly speaking of the substance or in other words of the media of expression)
 - a. spoken programmes
 - b. film programmes
 - c. theatre programmes
 - d. musical programmes
 - e. shows (variety, circus, etc.)
 - f. others.
 5. Criterion of language — raises no doubts
 6. Criterion of intended audience
 - a. programmes for all potential recipients
 - b. programmes for adults
 - c. programmes for school children (except school programmes)
 - d. programmes for youth (except school programmes)
 - e. programmes for school
 - f. programmes for women
 - g. programmes for farmers
 - h. programmes for other particular audiences.
 7. Criterion of territorial range
 - a. international programmes
 - b. national programmes
 - c. regional programmes
 - d. local (town) programmes
 - e. other programmes.
 8. Criterion of social function
 - a. news programmes
 - b. commentary programmes (also propagandistic)
 - c. educational programmes
 - d. light programmes (also presentation of artistic products)
 - e. advertising
 - f. others.

Not all divisions in the above typology are of equal importance in practical work. If for any reasons the number of applied criteria would have to be cut to a minimum, among those eliminated should not be included the criteria of subject (thematic), form and intended audience. (Summary by the Author).

Barbara Daleszak - Wajdzik: **Some Thoughts on the Press Interview**

The article constitutes an attempt at elaborating a theory of the press interview. The Authoress, partly on the basis of available materials, formulates the notion's definition and additionally introduces a distinction between

a press interview and a journalistic one. In successive chapters are discussed the ethymology, genesis and evolutions of the notion "interview", its types, structure, feature and functions. Accepting as a criterion the form of communication, the Authoress distinguishes two interviews: a sound-interview (conducted directly in front of an audience — in TV or on radio) and a "printed" one (published in the press), presents in turn the individual types and discusses their characteristics, similarities, differences and methods of realization. Analysing the features of that genre, she formulates them in four points:

1. One make interview with a person that somehow has distinguished himself or herself, is an authority in a given field, or represents the public opinion.
2. The subject of an interview are interesting and current topics.
3. The problems and events presented are authentic and can be checked up.
4. The statements (quoted) reflect the interlocutor's individuality.

The Authoress dedicates much space to the functions of interview and the interview's position in the press. Reminding of the division of press genres into the informative and journalistic ones she tries to establish to which of the two belongs the interview. She proves that the informative content in the interview is only marginal and cannot be compared to the role the interview plays in shaping the public opinion, which is — after all — the task of journalism. She emphasizes the fact that through presenting the distinguished and popular personalities, experts and researchers, the interview forces the recipient to reflections and educates him. Summing up the Authoress comes in the end to conclusion that the whole of the genre's features and functions allows without any doubt to classify the interview to journalism. (Summary by the Authoress).

A Discussion on Journalistic Interview

A discussion on journalistic interview in which as a starting point served the article of Barbara Daleszak-Wajdzik, was organized by the Editors of *Zeszyty Prasoznawcze* in order to illustrate the present state of the knowledge of this genre, to explain certain doubts, to formulate some indications for practitioners and to bring closer the opinions regarding the journalistic review. In the discussion took part the theoreticians of press research, sociology and law, as well as the journalists. In the course of debates on the subject were formulated (among others) the following opinions and hypotheses:

Genesis

- As a date marking the origination of the genre has been generally accepted the 13th of October 1835, the day when the Benett's interview with a Buffalo postmaster was published in *The New York Herald*.
- In Europe the elements of conversation could be found much earlier, already in the leaflets printed in the period of Reformation and Counter-reformation.
- In Poland the press interview was already practiced in the 19th century.

Divisions

- An interview must not be only a persuasive communication; one can also imagine a purely informative interview. Most frequently met, if not the only one, is the interview of a mixed character.
- Generally speaking the interview performs rather informative functions.
- At the very beginning of theoretical dissertations it has to be established whether the interview is to be examined as a method or a product. This should be a starting point for further analysis.
- Division into improvised interviews, interviews in writing and those directed and arranged beforehand, is not useful for research purposes.

Genre

- It is essential that the definition of interview contains an only seemingly formal element i.e. the statement that the opinions of the person interviewed are served in direct speech.
- Interview referred only to journalistic activity possesses 3 basic purposes: a) is a function of gathering the material; b) is a journalistic genre seen in a broad context of dialogue forms, characterized by multisubjectivity; c) is one of the forms of communication, which may appear within the limit of other genres.
- The kind of communication medium used is not a factor deciding of the type of the interview.
- The suggestion to categorize the genres types. Three basic functions of the interview are: a) purely cognitive one, information on events or facts; b) presentation of a person; c) presentation of problems, conflict of opinions — in which case one deals with a journalistic form.
- As a fourth function of the interview one may distinguish an interview “for certain occasions” with purposely formulated questions and replies. It does exist, although is contrary to the basic definition.
- As some specialists assume, all the categorizations of that type can be undermined. What raises no objections whatsoever is the division into interview “zur Sache” and “zur Person” (“on the problem” and “on the person”).
- Compared with other related genres the interview is closest to the reportage.
- One ought to take into consideration the appearance in the interview of a new aspect (chiefly in the Socialist countries), namely that of an interview with a man in the street. Here also arises a new function of the genre, that of creating the personality.
- A contemporary press interview becomes more and more similar to shorthand notes. This results from the need to preserve the authentic characteristics of the conversation.
- A criterion differentiating an interview from a conversation cannot be a directive tendency and journalistic engagement on the side of a journalist who also expresses a certain view. Such a differentiation would be a formal one.
- The related dialogue-forms are not the genres different from an interview, but only further developed (most likely under the influence of audiovisual media) transformations of the same journalistic genre.
- It is hard to draw a line separating interview from conversation. One can rather speak of a certain orientation of the interview (more questioning sentences on the part of the interviewer) and of an orientation of the conversation (less questions, more statements).
- In journalistic dialogue-forms the journalist's role changes, he becomes a “steering” person. Some elements of the organizing role also appear.
- There is no doubt that this what decides what is or what is not an interview is the way in which the material will be used. We have to do with an interview when the journalist asks some questions and receives the replies.
- There exist 3 classical situations of misusing the interview: a) a ritual interview; b) when a journalist is not prepared and only makes the notes of what the given person has to say; c) a spontaneous interview with men in the street.
- An interview in the press should these days present rather facts and views, leaving the presentation of persons to audiovisual media.

Authorship and co-authorship

- The closer a statement in mass communication media is to actual life, the lesser is the authorship of the journalist himself.
- The journalist has to know that the person interviewed is not responsible for giving untrue statements and that for this what is written in the interview is also responsible the journalist.

- There exists a twofold authenticity: this of the interviewer and that of the person interviewed.
- In other words the journalist's part boils down to 2 roles: an eye-witness or only a stenographer.
- The author of an interview is the person interviewed. The journalist is only an inspirator.
- The interview is a common work of both. The question of the rights of the person interviewed to dispose with that work, should be given a broader consideration.

In the course of discussion were also formulated several practical suggestions. (Editorial Summary).

Bogdan Michalski: A Clearance Sale?

The article argues with the views presented by J. Parzyński under the title "Current Remarks and Conclusions from Legal Proceedings Against Press" (*Zeszyty Prasoznawcze*, Nr 2/1973). The Author draws attention to the fact that in J. Parzyński's publication was presented a long time ago rejected — by science and practice — conception of an actually full irresponsibility of the journalist for impairing an individual's good name. The Author points to the harmfulness of that conception today when the problem of increased protection of man's moral rights is attracting more and more attention. He also emphasizes that a case in court should be considered as an element of a professional risk of the journalist. Also criticized are some methodological shortcomings in the article of J. Parzyński. (Summary by the Author).

Jerzy Mikułowski Pomorski: Is Gerbner Really Right?

Referring to an article of Karoly Varga published in *Zeszyty Prasoznawcze* issue No 1/1973 the Author criticizes the attitudes of Varga and George Gerbner — whose views the Hungarian researcher quoted in his article — on the questions of rehumanization of mass communication. The full text of that polemic has been published in the present issue. (The Editors)

Zbigniew Temp ski: Education and Raising of Qualifications of the Journalistic Cadre in Poland

A basic condition for an effective work of the press, radio and television is the development of journalistic cadre. The Polish journalists have behind them a good professional training and — what is particularly important — occupy a strong position in the centre of the events which decide of the shape of life in People's Poland. An important factor which contributes to their high ideological consciousness is the activity of the Polish Journalists Association aimed at raising the journalists' political, general and professional qualifications. This has been also promoted by a special resolution, undertaken at a plenary meeting of the Association (SDP).

To the work in the Polish mass communication media are accepted only persons with higher education. Quite often they come from among the student journalists, a group numbering now about 3000 persons. Young, future journalists enroll for post-graduates courses in journalism or learn the trade in editorial offices and after they finish 2 years of practice (and before they finish 5 years of practice) they can further continue their training on any one of the six post-graduate extramural journalistic courses in Warsaw or other cities.

The courses for raising the qualifications are organized at the Centre of Journalism of the Polish Journalists Association. In the training year 1973/74 have been organized 38 seminars, courses, etc. The journalists attending the

courses and seminars represent different specializations and branches. They meet the ministers, political leaders, scientists, specialists in different fields. The Journalism Centre organizes also the series of meetings, in which participate the representatives of different papers and magazines, the chief task of which is to facilitate an exchange of experience.

Also engaged in raising the qualifications of journalistic cadre are the press, radio and TV institutions, often in regional centres. (Summary by the Author).

Zbigniew Klejn: **On the Romanian Press and Journalism**

In this article written specially for *Zeszyty Prasoznawcze* the Polish permanent correspondent in Bucharest discusses the most important dailies and periodicals (their character, circulation), the system of the training of journalists, their professional and social problems (salaries, holidays, pensions) and finally characterizes the Association of Romanian Journalists. (Editorial Summary).

Edmund Nastalek: **Agricultural Journalist — a "Dilettante With Qualifications"**

A very broad range of subjects in the field of agricultural and rural journalism makes that a journalist specializing in that branch may, despite the fact he had completed the higher education still remain a "dilettante with qualifications".

In order to discuss the problems and draw conclusions he ought to have got to know each problem earlier, from the professional literature. Yet a basis for writing an article constitute the talks, interviews and information gathered among scientists, representatives of authorities, institutions and firms cooperating with agriculture, confronted with opinions of the farmers themselves.

Permanent contact with those people and participation in meetings and conferences held in the country and elsewhere gives the journalist a chance to select the most up-to-date problems.

He can be also inspired in his choice of subjects by a calendar of works in the field, information contained in bulletins and other materials such as e.g. press cuttings. In such a case, however, his role becomes a passive one and not inquiring and offensive.

Hence the home archives of the journalist of that kind should consist first of all of the professional literature and periodicals. The value of press cuttings decreases with the time. The establishing, in bigger journalistic centres, of the archives of cuttings on different subjects and in future of the central archives — linked with regional centres by a computer system — would render possible the liquidation of "home-made" archives.

The methods of an agricultural journalist working abroad are different. He is bound to depend more on printed material available at home and the material gathered during his stay in a given country. He has no chances for having so many talks and for making confrontations. At the same time the subject of his work or articles has to be determined before his departure.

An agricultural journalist should take into consideration the fact that the reception of printed word by a rural reader has its own specificity. The language used in writing should be simple; commentaries — of even difficult problems — clear and easy to understand, the form of statements close to the spoken word. (The Author recommends that ready texts should be stylized while they are dictated to a typist).

The rural reader is offended by imperative, superior tone, bizzare style and also the lack of consideration for the individual economy of each farm. To encourage readers to read more difficult texts the Author applies a mixed form of statement, interweaving talks and interviews with reportage insertions and publicistic reflections.

The most important asset of the agricultural journalist's equipment is in the Author's opinion a tape recorder. This "ear" of the journalist cuts short his stay in the field and safeguards him against errors which might result from the inaccuracy of the notes made. (Summary by the Author).

Jacek Wódz: The Belgian Press

In a special correspondence from Belgium the Author outlines the history of the Belgian press and its present situation. Data on circulation, political orientation, language-division of the press, etc. (Editorial Summary).

Translated by *Andrzej Głowacz*

DANMARK

Ejnar Munksgaard Ltd, Norregade 6
DK-1165 København K

BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND

Kubon und Sagner, 8 München 34,
Schliessfach 68

W. E. Saarbach GmbH
5 Köln 1, Follestrasse 2

ENGLAND

B. Swiderski, 6, Warwick
London S. W. 5

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La Boutique Polonaise
25, Rue Drouot, Paris I. e

REPUBBLICA ITALIANA

Libreria Commissionaria Sansoni
Via Lamarmora, 45, 50121 Firenze
Casella Postale 552

NEDERLAND

Meulenhoff Bruna N. V., Beulingstraat
2 P. O. Box 194, Amsterdam — c

NORGE

Narvesens Literatur Tjeneste
P.O.B. 6140, Oslo

OESTERREICH

„GLOBUS“, Zeitungs-Druck- und
Verlagsanstalt, Höchstädtplatz 3,
1200 Wien

SCHWEIZ

Hüthig a. Wepf, Eisengasse 5,
Basel
Pinkus and Co.
Froschaugasse 7, Zürich 1

SUOMI

Akateeminen Kirjakauppa
Keskuskatu 2, Helsingfors
Rautatiekirjakauppa Oy P.O.B. 248
Kampinkatu 3, Helsingfors

SVERIGE

AB Nordiska Bokhandeln
Drottningatan 7—9, Stockholm 1

URUGUAY

Ediciones Pueblos Unidos, Casilla
de Correo 589, Montevideo

USA

European Publishers Represent. Inc.
36 West, 61 Street, New York, N. Y.
10023

Stechert Hafner Inc., 31 East 10 Street
New York, N. Y. 10003

SUBSCRIPTION ORDERS FOR
„ZESZYTY PRASOZNAWCZE“
MAY BE PLACED WITH THE FOLLOWING FIRMS:

PRIÈRE D'ADRESSER LES COMMANDES D'ABONNEMENT
DE „ZESZYTY PRASOZNAWCZE“
AUPRÈS DE SUIVANTES MAISONS ÉTRANGÈRES:

СПИСОК ЗАРУБЕЖНЫХ ФИРМ
ПРИНИМАЮЩИХ ПОДПИСКУ НА ЖУРНАЛ
„ЗЕШИТЫ ПРАСОЗНАВЧЕ“

НР БЪЛГАРИЯ

Direktion REP, София
и всички пощенски станции

RS ROMANIA

CARTIMEX, Bucuresti, Aristide
Briand 14—18, P. O. Box 134—135

ČSSR

Poštovní Novinová Služba — Důvoz
Tisku
Praha II, ul. Vinohradská 46

Polské Kulturní Středisko, Praha 1,
Václavské Náměstí 19
a každý Poštovní úřad

DEUTSCHE DEMOKRATISCHE
REPUBLIK

Deutsche Post, Zeitungsvertriebsamt,
1004 Berlin, Fruchtstrasse 3—4

SFR JUGOSLAVIJA

Jugoslovenska Knjiga, Beograd,
Terazije 27
Mladost, Zagreb, Ilica 30

MAGYARORSZÁG

Posta Központi-Hírlap Iroda,
Budapest V
József Nádor-tér 1

СССР

Почтовыми отделениями и отделени-
ями „Союзпечати“

AUSTRALIA

Messrs Contal Co. Mutual Arcade,
266 Flinders Street, Melbourne,
Vic. 3000

Current Book Distributors 3rd Floor,
James House 168—174 Day Street,
Sydney W.S.W.

BELGIQUE

Vander
10, rue de la Monnaie, Louvain
Agence et Messageries de la Presse
S. A., 34, Rue du Marais, Bruxelles 1

CANADA

S. Proszowski, 722, Queen Street W.
Toronto 3, Ontario
Dawson Subscription Service Ltd
6 Thorncliffe Park Drive, Toronto 17