

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH

Zeszyty **PRASOZNAWCZE**

(ROCZNIK XXIII JAKO KONTYNUACJA
PRASY WSPÓŁCZESNEJ I DAWNEJ Z LAT 1958—1959)

NR 3 (85) R. XXI

KRAKÓW 1980

INTERNATIONAL STANDARD SERIAL NUMBER (ISSN) 0555-0025

RADA REDAKCYJNA

Kazimierz Kąkol (Warszawa), Ignacy Krasicki (Warszawa), Tadeusz Kupis (Warszawa), Władysław Loranc (Warszawa), Henryk Markiewicz (Kraków), Kazimierz Romaniuk (Warszawa), Paweł Rybicki (Kraków), Zbigniew Tempski (Warszawa), Marian Tyrowicz (Kraków)

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Franciszek Adamski, Paweł Dubiel, Bolesław Garlicki, Tomasz Góban-Klas, Jan Kalkowski, Edmund Król, Zofia Lewartowska, Teresa Lisicka, Władysław Masłowski, Julian Maślanka, Bogdan Michalski, Jerzy Mikułowski Pomorski, Walery Pisarek, Henryk Siwek

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Paweł Dubiel (redaktor naczelny), Józef Kozak (dział recenzji i informacji oraz redakcja techniczna), Danuta Nowak (redakcja stylistyczna recenzji i informacji), Maria Russ (dział artykułów)

WSPÓŁPRACOWNICY ZAGRANICZNI

Aleksander F. Bieżeńoj — prof. dziennikarstwa, Uniwersytet im. Zdanowa (Leningrad); Roger Clausse — prof. dziennikarstwa (Belgia); Shelton A. Gunaratne — dr, Capricornia Institute of Advanced Education, Rockhampton (Australia); James Halloran — prof., dyr. Centre for Communication Research, Uniwersytet w Leicester (W. Brytania); Władimir W. Kielnik — doc., Wydział Dziennikarski Uniwersytetu Uralskiego (Sverdłowski); Vladimir Klimeš — prof. dziennikarstwa (Praga); William H. Melody — prof., Dept. of Communication, Simon Fraser University, Burnaby (Kanada); Dmytro Pryluk — prof. dziennikarstwa, Uniwersytet im. Szewczenki (Kijów); Jewgienij P. Prochorow — prof. dziennikarstwa, Uniwersytet im. Łomonosowa (Moskwa); Karl-Heinz Röhr — doc., Sekcja Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Karola Marksa (Lipsk); Karl Erik Rosengren — doc., Instytut Socjologii Uniwersytetu w Lund (Szwecja), Herbert J. Schiller — Prof. of Communication, University of California, La Jolla (USA); dr Benno Signitzer — Instytut Wiedzy o Publicystyce i Komunikowaniu, Uniwersytet Salzburski; Stefan B. Stanczew — prof. dziennikarstwa, Uniwersytet „Kliment Ochrydzki” (Sofia); Frank Okwu Ugboaja — dr, Dept. of Mass Communication, Uniwersytet w Lagos (Nigeria); Tapio Varis — dr, Tampere Peace Research Institute (Finlandia)

KOREKTA: Maria Gaworowa

PROJEKT OKŁADKI: Zygmunt Strychalski

© Zeszyty Prasoznawcze, Kraków 1980

ADRES REDAKCJI: 31-150 Kraków, Rynek Kleparski 4, I piętro, tel. 220-12
Kombinat Wydawniczo-Kolportażowy RSW „Prasa-Książka-Ruch”, Kraków 1980. Nakład 1170 egz. Ark. wyd. 17. Ark druk. 12,25. Papier offsetowy 70×100, III kl. 80 g z Fabryki Papieru we Włocławku. Numer został redakcyjnie zamknięty i oddany do składu w maju 1980. Podpisano do druku i druk ukończono w sierpniu 1980. Zam. 1141/80. H-14

NUMER INDEKSU 38364. ISSN 0555-0025

Cena 50,— zł. Pismo rozprowadzane jest wyłącznie w prenumeracie

Kombinat Wydawniczo-Kolportażowy RSW „Prasa-Książka-Ruch” — Kraków, ul. Wiełopole 1

SPIS TREŚCI

Z PROBLEMÓW AKTUALNYCH

Zofia Lewartowska: Prasa w momentach napięć. Rzecznik pokoju czy rzecznik konfliktu?	5
--	---

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Jerzy Mikułowski Pomorski: Komunikowanie a rozwój społeczny w nauce zachodniej. Próba rekonstrukcji modeli	13
Władysław Tyrański: Przydatność teorii postaw w analizie zawartości prasy	29
Maciej Chrzanowski: O niektórych aspektach dokumentacyjnej podbudowy argumentacji	45

DYSKUSJE

Fritz Beckert: Uwagi na temat określenia przedmiotu psychologii komunikowania masowego (medialnego). Studium o miejscu psychologii w prasoznawstwie (przeł. <i>Paweł Dubiel</i>)	57
Romuald Holly: O znaczeniu przedmiotu psychologii masowego komunikowania	69

PRASOZNAWSTWO ZA GRANICĄ

Lars Quortrup, Mogens Schmidt, Lars Seeberg: Badania nad środkami komunikowania masowego w Danii (Ocena wstępna) (przeł. <i>Urszula Szczepańczyk</i>)	77
--	----

Z TRADYCJI PUBLICYSTYKI

Krystyna Sanetra: Konrad Wrzos	91
--	----

PROBLEMY DZIENNIKARSTWA

Zbigniew Sobiecki: Dziennikarze sami o sobie	103
Obyczaje: Na sporcie znają się wszyscy (<i>Paweł Dubiel</i>)	113

PRASA NA ŚWIECIE

Benjamin Chapinski: Sentymenty etniczne w świetle dwu badań ogólnokrajowych w USA	115
Radiowe systemy edukacyjne w Ameryce Łacińskiej (<i>Maria Russ</i>)	122

MATERIAŁY

Sondaże OBP: Skuteczność krytyki prasowej w opinii społeczeństwa (Stanisław Nowicki)	125
---	-----

RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Polska bibliografia adnotowana wiedzy o ośrodkach masowego komunikowania za lata 1977—1978 pod red. Sylwestra Dzikiego (<i>Barbara Petrozolin-Skowrońska</i>), s. 130; Marcin Czerwiński: Telewizja, radio, ludzie (<i>Zdzisława Zajęc-Otałęga</i>), s. 132; Tadeusz Banaszczyk: Rola radia i telewizji w działalności politycznej Charlesa de Gaulle (<i>Lesław Peters</i>), s. 134; World Directory of Mass Communication (<i>Paweł Dubiel</i>), s. 135; Todor Petew: Kym socjologijata na masowite komunikacii (<i>Eliezer Alfandari</i>), s. 137; I. G. Switicz, A. A. Szyrajewa: Żurnalist i jego rabota (<i>Zbigniew Bożek</i>), s. 139; Rudolf Karnet: Detente and the Free Press: A Content Analysis of the Coverage of Eastern Europe in the Light of the Helsinki Final Act (<i>Andrzej S. Nartowski</i>) s. 141; Televizni výkladový slovník. Red. Ivan Tesar (<i>Teresa Lisicka</i>) s. 145.	
Noty o nowościach wydawniczych	146

W CZASOPISMACH

Przekazy i Opinie, II półrocze 1979 (<i>Teresa Lisicka</i>), s. 148; Prasa Techniczna, II półrocze 1979 (<i>Lesław Peters</i>), s. 151; Rocznik Biblioteki Narodowej, tom XII—XIII: 1976—1977 (<i>Sylwester Dziki</i>), s. 153; Revue de Communication Française nr 4 (1980) (<i>Teresa Turlik-Marecka</i>), s. 154.	
Artykuły z czasopism	155

KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA

110 rocznica urodzin W. I. Lenina w Uljanowsku, Leningradzie i Moskwie (<i>Zbigniew Bożek</i>)	157
Podstawowe zasady etyki dziennikarskiej przyjęte na II spotkaniu konsultacyjnym międzynarodowych i regionalnych organizacji dziennikarzy (Meksyk 1—3 kwietnia 1980)	159
Deklaracja meksykańska	159
25-letnie tradycje badań prasoznawczych w Lipsku (<i>Grażyna Peter, Karl-Heinz Roehr</i>)	162
Nowe formy nauczania w szkołach dziennikarskich USA (<i>Zbigniew Sobiecki</i>)	165
Konferencja na temat czasopismienictwa literacko-kulturalnego w Polsce XX w. (<i>Jan Bujak</i>)	167
Nauka i publicystyka wobec problematyki niemieckiej. IX spotkanie dyskusyjne w Poznaniu (<i>Józef Mądry</i>)	168
Wrocławska sesja prasoznawcza po raz dziesiąty (<i>Józef Kozak</i>)	169
IX posiedzenie komisji koordynacyjnej ds. wymiany informacji naukowej z zakresu prasoznawstwa (<i>Sylwester Dziki</i>)	171
III Seminarium Prasoznawcze w Katowicach (<i>Paweł Dubiel</i>)	172

INFORMACJE Z KRAJU I ZE ŚWIATA

Kronika prasy polskiej (1 stycznia — 31 marca 1980 (oprac. <i>Józef Kozak</i>)	175
Informacje z kraju i ze świata	179
Резюме	187
Summary	192
Kronika Ośrodka Badań Prasoznawczych za rok 1979 — na osobnej wkładce	

ZOFIA LEWARTOWSKA

PRASA W MOMENTACH NAPIĘĆ. RZECZNIK POKOJU CZY RZECZNIK KONFLIKTU?

C hwile spiętrzenia wydarzeń politycznych w skali świata i napięcie sytuacji międzynarodowej stwarzają dogodne pole obserwacji i porównań zachowania się i samookreślenia prasy wobec podstawowych problemów ludzkości. Jak przedstawia się w takim momencie na łamach gazet i czasopism dylemat wojny i pokoju? Czy i jakim emocjom ulegają dziennikarze i jakie stanowisko sugerują czytelnikom? Z jakich elementów prasa kształtuje obraz politycznego partnera czy umownego „przeciwnika”? W jakim stopniu redakcje posługują się różnorodnymi formami techniki zawodowej dla podkreślenia własnej linii postępowania? Jak w końcu prasa widzi i formułuje prognozy polityczne na przyszłość?

Celom ogólnej orientacji w wymienionych kwestiach służył sondaż zagranicznych materiałów prasowych opracowany dla Ośrodka Badań Prasoznawczych. Objął 6 gazet i 9 tygodników wychodzących w krajach Wschodu i Zachodu:

- z ZSRR — *Prawda* i *Litieraturnaja Gazieta*,
- z Polski — *Trybuna Ludu*, *Perspektywy* i *Polityka*,
- z NRD — *Neues Deutschland*,
- z Francji — *Le Monde*, *L'Express* i *Paris Match*,
- z USA — *International Herald Tribune*, *Time* i *Newsweek*,
- z RFN — *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Spiegel* i *Stern*.

Próbę przy gazetach codziennych stanowiło w każdym przypadku 9 numerów — po 3 kolejne z początku grudnia 1979, przełomu lat 1979/80 i końca stycznia 1980. Przy tygodnikach — numery styczniowe. Dobór w pierwszym przypadku uzasadniały różnice sytuacji w tych dwu miesiącach z kryzysowym momentem noworocznym. Wybór całego stycznia przy tygodnikach podyktowany został wpływem prozaicznych kwestii warsztatowych: cykle produkcyjne czasopism są na tyle wydłużone, że następuje tu wyraźne opóźnienie reakcji na wydarzenia i komentarze, sięgające kilku tygodni.

Przy szybkich, a więc z konieczności wyrzywkowych badaniach, rozszerza się margines przypadku i tym samym odpowiedzi na py-

tania nie wychodzą poza ramy sprawdzonej hipotezy. Równocześnie dostarczyły one materiału na tyle symptomatycznego, że warto się nad nim głębiej zastanowić.

Test pierwszy: pokój i wojna na łamach prasy

Obserwacje obejmowały: proporcje ilościowe materiałów, częstotliwość pojawiania się słów „pokój” i „wojna” bądź ich substytutów eufemistycznych, sposób określania tych pojęć w formie przymiotników bądź kontekstu uściślającego stanowisko oraz metodę traktowania tematu — alternatywnie — w aspekcie retrospektywnym lub futurologicznym.

Pierwszym pewnikiem wynikającym z sondażu są ewidentne różnice podejścia prasy do problemu dwu systemów ustrojowych. Proporcje ilościowe informacji i publicystyki poświęconej konfliktom i — przeciwnie — współpracy, koegzystencji, odprężeniu, dialogowi, mają się w pismach pochodzących z krajów kapitalistycznych jak 10 : 1, w prasie socjalistycznej w granicach 1 : 5. Już to samo zmasowanie ilościowe może narzucać odbiorcom na Zachodzie myśl o erencji pokoju i istnieniu bezpośredniego zagrożenia. W prasie socjalistycznej, choć istnieją dostrzegalne różnice liczbowe między poszczególnymi pismami, proporcje zasadnicze priorytetu tematyki pokojowej nad wojenną są konsekwentnie przestrzegane. Więcej nawet — odnosi się wrażenie, że w momentach napięć pokój jest szczególnie eksponowany. Nie pomija się, lecz raczej eksponuje wszystkie informacje przemawiające za bezkonfliktowym rozwiązaniem problemów. Dzieje się tak, mimo że i tutaj zawodowcom wiadomo, iż wojna jest „efektywniejszym” tematem dziennikarskim, a pokój nie najłatwiej opisywać.

Częstotliwość samych słów „pokój” i „wojna” kształtuje się podobnie, lecz nie tak jaskrawo jak ilość materiałów. W przybliżeniu równa się w tytułach zachodnich stosunkowi 1 : 4, we wschodnich odwrotnie — 4 : 1. Ten miernik należy jednak traktować z pewną rezerwą, niekiedy samo słowo w kontekście (np. „pod pretekstem pokoju”) odgrywa rolę przeciwną. Stosunkowo duża liczba wywołań hasła „wojna” w prasie socjalistycznej ma natomiast zupełnie inne podłoże. Nie wiąże się z zapowiedziami, ale najczęściej z ostrzegawczym przypominaniem przeszłości.

Przy okazji warto odnotować jeszcze jedną obserwację narzucającą się szczególnie przy sondowaniu prasy polskiej — nieszaflowanie groźnym słowem w wypadku napięć lokalnych w różnych częściach świata. Jak długo jest to możliwe, stosowane są tu eufemizmy w całej gradacji: spór, kwestie sporne, skomplikowana albo złożona sytuacja, starcia, incydenty, dopiero w ostateczności konflikt, a całkiem wyjątkowo — wojna.

Bogaty asortyment określeń zawierających dość ewidentny podtekst znajdujemy w tekstach i tytułach prasy zachodniej. „La guerre preventive”, „l’holocauste nucléaire”, „une situation explosive”, „le monde court à la catastrophe”, „de l’après guerre à avant-guerre” — to kilka typowych sugestii dziennikarzy francu-

skich. „II cold war”, „new cold war”, „hot peace”, „nuclear trigger”, „Danger!”, „half war”, „one and half war”, „inevitable”, „necessary” — to wyjątki z publikacji amerykańskich. „Frieden in Europa — provinzielle Illusion”, „Grossoffensive”, „Konfrontation” — z zachodnioniemieckich. Równocześnie, we wszystkich tych przypadkach odmienia się często, przy byle okazji pojęcie trzeciej wojny światowej, narzucającej się czytelnikowi jako przeznaczenie i konieczność nie do uniknięcia. Tej presji psychologicznej nie zna odbiorca w krajach socjalistycznych, mimo że jest zorientowany, iż świat znajduje się „na opastnom pieriekriestkie”, że odbywa się „igra s ogniem”. Liczy się z istnieniem „dwu orientacji”, ale i z tym, że „pokój jest jedyną drogą dla ludzkości”, że „należy być mądrym przed szkodą”, aby nie skończyło się to wszystko „jak pod Hiroszimą grzybem atomowym spadającym na głowy ludziom przeważnie Bogu ducha winnym”.

Te właśnie ostrzegawcze nawroty do doświadczeń ostatniej wojny, mnogość materiałów mówiących o jej okropnościach, przypomnienie ludzkich tragedii to elementy udziału prasy polskiej w procesie wychowywania dla pokoju.

Test drugi: partner czy przeciwnik?

Przegląd sondowanych numerów pozwala zorientować się w poręczach krytyki, przychylności i czystej informacji w odniesieniu do różnych państw świata. Mówiąc najogólniej, różnice podstawowe między pismami dwu systemów ustrojowych wypływają z generalnej zasady koncepcyjnej: czy po drugiej stronie barykady istnieje taki sam świat ludzi w całej złożoności spraw politycznych, gospodarczych, społecznych, kulturalnych, o których informuje się czytelnika z zachowaniem pryncypiów podstawowego sporu ideologicznego, czy też — jak zdają się wskazywać badane materiały prasowe z krajów kapitalistycznych — w pojęciu tamtejszych dziennikarzy, za linią działową czyha straszliwy wróg zajęty wyłącznie knuciem spisków przeciw światu, a prócz tego nie dzieje się absolutnie nic. Nie ma przesady w takim uogólnieniu — informacja na „tak” w ogóle się nie zdarza, nawet czysta, pozbawiona negatywnego zabarwienia jest rzadkością. Co za tym idzie, czytelnika po prostu prowadzi się do wniosku o istnieniu totalnego zagrożenia, nie tylko eliminując słowa uznania dla jakichkolwiek pozytywów, lecz lansując wyłącznie oceny krytyczne, podejrzliwe, ironiczne, ośmieszające, w końcu obelżywe. Na dowód trochę przykładów z badanego okresu, wrywkowych, ale nie dobieranych pod specjalnym kątem, gdyż przeciwwagi brak. Z prasy francuskiej: „défis froidement calculés des Soviétiques”, „imperialisme oriental”, „invasion scandaleuse” i „criminelle”, „machiavélisme soviétique”, „la brutalité soviétique”, „les Mig, les bombes et le napalm”, „le marxisme est cancéreux”, „l'enfer du communisme soviétique”. Przytaczam nieco więcej przykładów wyjętych z pism francuskich nie bez racji — jej napastliwość w sondowanym okresie jest szczególnie ostra, nawet zaskakująca ze względu na różnicę tonu, dzielącą masowe media od oficjal-

nych, bardziej powściągliwych wypowiedzi kół rządzących. W pozostałych dwu krajach zachodnich nie ma już niespodzianek, chóry są zgodne. Aby nie nużyć nadmiarem dość podobnych do siebie przykładów odnotujmy z prasy amerykańskiej jedną tylko historyjkę, zawierającą wszystkie atrybuty zamierzonego horroru: „...the United States said today that the Soviet Union may be using lethal chemicals and charged that such actions if they were occurring would be outrageous and inhumane... Soviet aircraft have dropped bombs which disperse chemicals that cause blindness, paralysis and death”. Ulubionym — i jedynym zresztą — odnośnikiem do obrazu życia Kraju Rad jest tu dla odmiany „Vodka”, coraz to awansująca do tytułów komentarzy. Prasa RFN jest z kolei mniej wymyślna w ocenach, najczęściej operuje uogólnieniem „Sowjetimperium”, „totalitäre Diktatur”, „Polizeistaat”, „Kreml-Herren”. Jest też w sondowanych numerach fragment o życiu w ZSRR: „Strassenraub, Diebstahl, Korruption... nur wenige Privilegierte haben keine Geldsorgen und können alles kaufen, die Massen müssen sich ihren Bedarf sonstwie beschaffen”.

Prasa socjalistyczna ma swoje programowe założenia, które a priori eliminują możliwość jednostronności spojrzenia: interesuje się nie tylko polityką tamtej części świata. Stąd reportaże o wydarzeniach kulturalnych na Zachodzie, informacje naukowe w dużym wyborze, wydarzenia gospodarcze nie koniecznie w tonacji krytycznej, rodzajowe obrazy z życia, dane encyklopedyczne, geograficzne, krajobrazowe z różnych kontynentów, przedruki z prasy także kapitalistycznej. Te ostatnie są częste zwłaszcza w pismach polskich, przy krytyce eliminuje to możliwość skrzywienia obrazu i posądzenia o jednostronne naświetlenie. W określeniach krytycznych właśnie prasa polska jest szczególnie powściągliwa — żadnych inwektyw, epitetów czy złośliwości nie zaobserwowano. Wspomniana wyżej wszechstronność informacji naukowej, technicznej, kulturalnej w formie czystego przekazu bez zabarwienia, niezależnie od tego, skąd pochodzi, jest najbardziej charakterystyczna dla *Neues Deutschland*, unikającej bezpośrednich a już na pewno obraźliwych ocen. A pisma radzieckie? W sytuacji frontalnego ataku propagandowego drugiej strony i zalewu kalumnii zachowuje ona daleko posuniętą powściągliwość i opanowanie. W sformułowaniach nie ma zacierzwienia, choć łatwo o nie w tych warunkach. Jest krytyka linii politycznej i odwoływanie się do rozsądku. Wypomina ona zwłaszcza administracji amerykańskiej „otsutstwie dobrej woli”, „biezudierznuju istieriju”, „awantiurizm”, podkreśla kilkakrotnie, że „czrezmiernaja emocjonalnost’ w politikie wriad li mozet okazat’ dobroju usługu. Sejczas boleje czem kogda libo nużna chołodnaja gołowa”. Więcej też chyba gorczy niż jadu można się doszukać w dość typowych sformułowaniach typu „wied’ mir nie objazan sczytat’ czto Amierikie na rodu napisano byt’ wsiech mileje i wsiech silnieje”, lub w komentarzu do polityki brytyjskiej: „pogibnut li 5 mln, 10 mln, ili wsie my do jedinogo wozniesiemsia na niebiesa stołbom dyma na politiczeskoj kuchnie tori nad takimi miełoczami gołowu nie łomajut”. W sięganiu do porównań ujawnia się cała

różnica tonu. Pointa komentarza do polityki Stanów Zjednoczonych zamknięta została w słowach: „W obszczem — Ptolomej w epokhu Kopernika”. Sugeruje czytelnikowi istnienie z gruntu fałszywej podstawy rozumowania, może także upór w trzymaniu się przestarzałej doktryny i konserwatyzm pojęć, ale w zasadzie to wszystko mieści się w granicach pryncypialnego sporu. Kanon pełnej odpowiedzialności za słowo pisane nie został naruszony.

Na koniec obserwacji badawczych wybranych numerów w zakresie kształtowania obrazu strony przeciwnej jeszcze dwie uwagi. Prasa zachodnia nader często — zawsze w tonacji alarmującej — wdaje się w szerokie dygresje na temat *przyszłych* złych zamiarów Związku Radzieckiego i po części innych krajów socjalistycznych. Gdzie, przeciw komu i kiedy? — oto ulubiony chwyt propagandowy, służący chyba tylko wywoływaniu psychozy strachu albo z niej się wywodzący. Nie zdarzyło się w sondowanych numerach, ale także nie pamiętam w prasie socjalistycznej domniemań, jakie np. agresywne pociągnięcia planuje administracja amerykańska za — powiedzmy — pół czy półtora roku. Różnica jest drobna z pozoru, ale raczej istotna w treści.

I uwaga druga bardzo poważna. Jest zasadą prasy socjalistycznej, kanonem, pozytywny stosunek do innych narodów. Jak do rzadkości należy w ogóle wdawanie się w krytyczne oceny personalne, tak zupełnie nie do pomyślenia są inwektywy pod adresem społeczeństw. Teoretycznie zasada ta jest stosowana na całym świecie, niemniej interpretowana różnie. Faktem jest, że od pewnego czasu, a ostatnio w szczególności, coraz częściej w tytułach, na okładkach, w najdrastyczniej ubliżających komentarzach pojawia się uogólnienie „Les Russes”, „Russian” „Russen”. Trudno tego nie traktować w kontekście jako inwektyw wobec narodu. Owoc tego sformułowania już są widoczne w wynikach ankiet na Zachodzie, gdzie na pytanie, kto zburzy pokój i kto w końcu napadnie na ich (niezależnie jaki) kraj, pada w przytłaczającej większości odpowiedź: Rosjanie. Czyż to nie jest ubliżające dla narodu?

Test trzeci: technika dziennikarska jako element oddziaływania propagandowego

Każdemu dziennikarzowi na całym świecie wiadomo, jakie sposoby należące do arsenału polityki redakcyjnej i techniki zawodowej stosuje się po to, aby jak najskuteczniej oddziaływać na emocje mas. Nie wdając się w szczegóły fachowe, najogólniej można sprawę sprowadzić do dwu elementów: rzucającego się w oczy efektu wizualnego i wywołania wrażenia wiarygodności. Pierwszy to m. in. ekspozycja materiału w numerze, tytuły, okładki, zdjęcia, grafika, karykatury, w barwnych tygodnikach także kolor. Drugi to rozszerzanie kręgu autorskiego o znawców problemu, otwarcie łamów dla szerokiego komentarza, w końcu wszelkiego rodzaju opracowania naukowe i paronaukowe, sondaże, ankiety, badania opinii publicznej. Jak przedstawiały się te kwestie w badanym okresie?

W pismach zachodnich całe numery zdominowane były jednorod-

ną tematyką antyradziecką i antykomunistyczną. W prasie bloku socjalistycznego — w zasadzie — normalne proporcje nie uległy okazjonalnym zmianom, zachowano różnorodność tematyczną. Z kwestii politycznych szczególnie eksponowano opór przeciwko zbrojeniom i decyzjom raketowym NATO, każdą inicjatywę pokojową niezależnie od tego, skąd pochodzi, i trzeźwe wypowiedzi pochodzące ze świata zachodniego.

Podobnie nie uległy tu większym zmianom w sondowanym okresie tytuły w gazetach i tygodnikach. Nie są alarmujące i nie są nastawione. Różnice między tą koncepcją a przeciwstawną z krajów kapitalistycznych prześledzić można na zestawieniu typowych przykładów zaczerpniętych z badanych numerów. *Prawda*: „Rozorużenie eto mir na ziemle”. *Litieraturnaja Gazieta*: „Poju pieśń mira”. *Trybuna Ludu*: „Nie zbroić się a rokować”. *Perspektywy*: „Potrzeba dialogu”. *Neues Deutschland*: „Mit Tatkraft und Optimismus ins neue Jahr!”. *Le Monde*: „Dix ans qui ont transformé le monde — un cimetière d'idées reçues”. *L'Express*: „Le jeu des Russes”. *Paris Match*: „Guerre atomique” (tytuł przez dwie kolumny czcionką centymetrowej grubości). *International Herald Tribune*: „Carter plays poker with Moscow”. *Time*: „Props for Moscow's Puppet”. *Newsweek*: „Russia's new frontiers”. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*: „Sowjetische Offensive in Afghanistan — Berichte über Einsatz von Napalm”. *Spiegel*: „Russlands unbewältigte Vergangenheit”.

Szczegółowa analiza różnic wydaje się zbyteczna.

Okładki to już kwestia tygodników, a raczej magazynów. W badanych numerach pism kolorowych naszego obozu temat w ogóle nie istniał, nie stosowano politycznych cover stories. Na okładkach widniały nadal krajobrazy, urodziwe dziewczyny, czasem chleb, czasem ostrzegawcze wspomnienie ruin ostatniej wojny. Zupełnie inna rola jest im przypisana na Zachodzie. W dniach i tygodniach na przełomie roku z okładek wieje grozą. Pisma nurzają się w krwawej czerwieni, niedźwiedzie pazury szarpią mapę Środkowego Wschodu, strzępy zwisają na bagnietach, stalowe, zimne oczy patrzą spod stalowych hełmów z czerwoną gwiazdą, czarne czołgi najeżdżają wprost na czytelnika. Wybór efektów nie jest specjalnie wyszukany, szczególną popularnością cieszył się właśnie — także na zdjęciach i rysunkach — motyw niedźwiedzia zawsze bardzo dużego, ponurego i groźnego, motywy emblematów państwowych: gwiazdy, czerwieni flagi narodowej oraz sierpa i młota, w kształt którego udało się nawet w jednym wypadku na okładce wyciąć portret ajatollaha Chomeiniego (!?), a także motyw czołgów wiązany uparcie z emblematem igrzysk olimpijskich — kółkami, na których raz kręcą się gąsienice, a kiedy indziej rysują je lufy wycelowanych w czytelnika dział. Trudno kwitować te chwytty tylko uczuciem niesmaku — cel jest zbyt wyraźny. I przypomnijmy raz jeszcze: flaga i godło najbardziej nawet krytykowanego państwa — exemplum Republika Płd. Afryki czy Chile — nie bywają tematem szyderstw, napaści czy inwektyw w prasie socjalistycznej.

Dobór zdjęć wewnątrz numerów nie odbiega od tej samej, wyraźnej wyznaczonej linii. Znowu czołgi, całe tabuny czołgów. Pojedyn-

czo i w szyku, żelazne, miażdżące kolosy z gwiazdą dobierane są jako ilustracja wydarzeń bieżących, ale nie tylko. Wmontowuje się je w teksty o innej tematyce, w wywiady z mężami stanu z różnych części świata, w komentarze z porad czy rozmów, nawet w pozycje kulturalne. Gdzie tylko można i jak tylko można daje się akcent antyradziecki. Jako klasyczny przykład przytoczyć tu warto zdjęcie *Sterna*, podpisane „Russeneinmarsch”, na którym widać tylko przerażonych ludzi, a rzecz stanowi w rzeczywistości ilustrację... recenzji filmowej.

Na koniec omawiania efektów wizualnych wspomnijmy jeszcze o karykaturze politycznej. Gatunek ten w prasie — mówiąc szczerze — w ogóle nie reprezentuje wysokiego lotu, jest na ogół płaski i prymitywny. W sondowanym okresie w pismach polskich i NRD był nieobecny, w *Litieraturnoj Gazietie* znalazła się kolumna karykatur z przedruków prasy zachodniej. W *Prawdzie* — jedna piętnowała politykę Izraela, druga dotyczyła zapalnej sytuacji na Bliskim Wschodzie, trzecią poświęcono zimnej wojnie. W pismach zachodnich przeważa karykatura personalna, przy czym można mówić o prawdziwych rekordach złego smaku i obelżywości.

Problem podbudowania wiarygodności w tekstach rozwiązywany jest różnie. W prasie socjalistycznej sięga się często po wypowiedzi fachowców przy omawianiu kwestii także gospodarczych, społecznych, kulturalnych w różnych krajach. Nie zabierali natomiast głosu ani razu w badanych numerach stratedzy i specjaliści od spraw militarnych. Wynika to z prostego, a już sygnalizowanego faktu unikania tematyki wojennej w aspekcie innym od historycznego. Komentatorzy również z reguły nie operują ponurymi przepowiedniami, ześrodkowują uwagę na punktach stycznych, a nie na konflikcie. Zalew kassandrycznych prorocत्व to natomiast specjalność prasy zachodniej. Za pióra chwycili stratedzy, a zastęp różnorodnych „kremlologów” znacznie się powiększył. Inna sprawa, że wystarczy dokładniejsza lektura niewielu numerów użytych do niniejszego sondażu, aby dostrzec istnienie gmatwaniny pojęć sprzecznych, często naiwnie uproszczonych, ale głoszonych autorytatywnie jako rzecz nie ulegająca kwestii. Jest tu zresztą szerokie pole manewru i minimalne ryzyko — pomyłek nikt nie odwołuje, niesprawdzonych wieści i sądów nie prostuje. W sumie niebezpieczni są ci pseudospecjaliści, znacznie bardziej od z natury trzeźwiejszych korespondentów. To oni kształtują obraz, sugerują odbiorcom ocenę wydarzeń i stwarzają określony klimat.

Test czwarty: prognozy na przyszłość

Dwie przeciwstawne linie postępowania propagandowego przy całej odległości, jaka je dzieli, nie mają równoległego przebiegu. Jedna z nich — zachodnia — przypomina sejsmograficzny zapis trzęsień ziemi, skacze gwałtownie w górę, nieco opada, aby znów za jakiś czas się podnieść. Co jednak charakterystyczne: częstotliwość wstrząsów narasta, a równocześnie stopień agresywności wydaje się za każdym razem wyższy od poprzedniego. Jest to jeden element

polityki prasowej. Drugi, trudniej dostrzegalny dla postronnego widza, bo rozciągnięty w czasie, wiąże się bezpośrednio ze stosunkiem do samej wojny jako generalnego sposobu rozwiązania problemów. I w tej mierze nie może być mowy o pomyłce. W ciągu ostatnich miesięcy, może nawet 2—3 lat wojna wpłynęła na łamy zachodnich gazet i czasopism. Wpierw wślizgiwała się cicho, potem coraz śmielej, dziś już dywagacje na jej temat przestały być szokujące. Wciera się ją w świadomość ludzi zróżnicowanymi metodami, jeszcze na poziomie pytań quasi-retorycznych w rodzaju: „Czy Europa dożyje 1984 roku?” lub „Koniec naszego świata?”, ale i poprzez suchą wymowę rubryk w sondażach opinii publicznej. Przytoczmy dla przykładu tylko tekst francuski, jako charakterystyczny dla całości zgodnie stosowanych metod: „Pensez-vous qu'une troisième guerre mondiale soit inevitable — d'ici un an — d'ici 2 ou 3 ans — d'ici 4 ou 5 ans — plus tard — sans reponse”. Zwróćmy uwagę na kunsztowną konstrukcję słowną eliminującą w rzeczywistości niby stawiane pytanie, czy jest nieunikniona i sprowadzenie kwestii do wątpliwości: kiedy? Dalej od takich sformułowań jest już tylko pole dla fantazji indywidualnej i dziennikarskiej. W wywiadach związanych z tymi ankietami pytani snują przeważnie wizje własnych pomyśłów przetrwania katastrofy, która zawsze „dobrze się kończy”, przy czym wypowiedzi mają na ogół poziom wyobrażeń małego Jasia o realiach wojny, w dodatku sugerowanej nuklearnej i najazdu „Rosjan — przeważający procent odpowiedzi”. Piszący dziennikarz natomiast, gdy braknie mu w ujęciu futurologicznym często używanego anonimowego źródła aktualnych wiadomości typu „a visitor said yesterday”, sięga po prorocтва możliwie najbardziej katastroficzne. Na przełomie roku prasa zachodnia w prognozach nakarmiła czytelników sporą porcją Nostradamusa, Malachiasza, a już zwłaszcza Apokalipsy, do której odwoływano się z masochistycznym zapamiętaniem.

Linia propagandowa prasy socjalistycznej nie nasuwa tylu uwag. Jest w zasadzie równomierna, niejako tradycyjna, bez wyskoków, załamań i sensacji. Nie można tu jednak mówić — podkreślmy dla jasności obrazu — o optymizmie jako alternatywie tamtej pesymistycznej wizji. Niebezpieczeństw nikt tu nie bagatelizuje, pisze się wyraźnie, że nadchodzą lata trudne, wymagające nie biernego poddania się losowi, lecz aktywnych działań. Nastawienie takie wpływa z podstawowych przesłanek ideologicznych i z przyczyn dodatkowych o dużym znaczeniu. Jedną z nich sformułowała wyjątkowo trzeźwo jedna z publicystek francuskich w zdaniu: „...Quand les Soviétiques parlent de paix, ce n'est pas seulement un thème de propagande — la paix c'est le mot magique qui se relie à la plus ancienne tradition...”

Drugą — ściśle przylegającą do polityki zagranicznej naszego kraju — realizuje w formie „działań tonizujących” prasa polska. Z całą pewnością nie jest przypadkiem, że taką postawę przyjmuje prasa tych dwu krajów, które zapłaciły najstraszliwszą cenę w rachunku dziejowej katastrofy, numerowanej jak II wojna światowa. Tutaj się tym słowem nie szafuje tak długo, jak to jest możliwe.

JERZY MIKUŁOWSKI POMORSKI

KOMUNIKOWANIE A ROZWÓJ SPOŁECZNY W NAUCE ZACHODNIEJ. PRÓBA REKONSTRUKCJI MODELI

Literatura tematu: rola środków komunikowania masowego w rozwoju społecznym — jest już dziś obszerna i różnorodna. Artykuł doc. dra hab. Mikułowskiego może być rodzajem przewodnika po nurtach tego tematu w literaturze naukowej krajów zachodnich. Pojawiają się w niej próby sformułowania modeli zależności między mediami a rozwojem. Jak dotąd, można było mówić o modelach wynikania, warunkowania rozwoju i bodźcowania odbiorcy. Mikułowski koncentruje uwagę na czwartym modelu: media jako instrument zdobywania przez odbiorcę celowych informacji potrzebnych mu do własnego rozwoju. Ten model zastąpi najprawdopodobniej model bodźcowania odbiorcy do rozwoju ukie-

1. Wstęp

Celem artykułu jest odtworzenie wypracowanych przez naukę burżuazyjną podstawowych koncepcji łączenia mediów z procesami rozwoju społecznego. Zwykle stosowany w takich wypadkach sposób postępowania polega na krytycznym prezentowaniu najważniejszych propozycji autorskich. Analiza taka jest z pewnością pożyteczna i powinna zostać podjęta jako obszerniejsza dysertacja. Rozmiary tego artykułu nie pozwalają na przyjęcie takiej procedury. Związkiem między komunikowaniem a rozwojem społeczno-ekonomicznym zajmowało się wielu autorów, żeby wymienić tylko Talcotta Parsonsa, Daniela Bella, Daniela Lenera, Wilbura Schramma, a spośród późniejszych Marca Porata, Jeana Voge'a, Abrahama Molesa czy F. A. Bernasconiego. My ograniczymy się do wydobywania jedynie tych elementów, które uznajemy za charakterystyczne dla dyskusji prowadzonej dziś w nauce burżuazyjnej nad problemami

komunikowania i rozwoju. Proponujemy tu więc pewną syntezę, nie opartą jednak na skrupulatnej analizie różnych stanowisk. Stąd też, zdajemy sobie sprawę, ujęcie to jest z konieczności szkicowe i wielu czytelnikom wydać się może dyskusyjne.

Zadaniem naszym jest ukazanie podstawowych, modelowo przedstawionych faz udziału mediów w sprzyjaniu rozwojowi społeczno-ekonomicznemu oraz wydobycie zmiennych, które fazy te szczegółowo określają.

Zdajemy sobie sprawę, że pomijamy w ten sposób stanowiska właściwe marksistowskiej teorii rozwoju oraz socjalistycznemu prasoznawstwu. Zagadnienia te wymagają dalszej analizy, pilnej w świetle dyskusji nad rolą rewolucji naukowo-technicznej we współczesnym świecie.

Zarówno media jak i rozwój społeczno-ekonomiczny wymagają nowego określenia. Wskutek pojawienia się nowych technologii komunikowania media mogą stać się dzisiaj, w większym niż dotychczas stopniu, środkami powszechnego komunikowania się. W nowych mediach nadawcy nadal pozostają dostarczycielami treści, lecz dzięki nowym urządzeniom [16] odbiorca zyskuje coraz większą swobodę w dokonywaniu selekcji tych treści jeszcze przed zapoznaniem się z nimi. Innymi słowy, odbiorca może wybierać między treściami, a jego szanse selekcji nie ograniczają się, jak dotychczas, do zatrzymywania w pamięci i użytkowania tych treści, z którymi i tak musiał się zapoznać.

Czy odbiorca uzyska ten stopień swobody, zależeć będzie od wielu czynników natury ekonomicznej, politycznej, a także od własnej społecznej i intelektualnej dojrzałości.

Koncepcję rozwoju, traktowanego do niedawna w nauce burżuazyjnej jako synonim ekonomicznego wzrostu, poddano dziś zasadniczej krytyce. W nowych sformułowaniach podkreśla się konieczność szerszego uwzględniania czynników społecznych i ujmowania rozwoju społeczno-ekonomicznego jako zwartej całości [4].

2. Media a rozwój społeczny. Cztery typy zależności

Masowe środki komunikowania pojawiły się w pewnym historycznym okresie społecznego rozwoju i mogą być traktowane jako wynik tego rozwoju. Okres ten, jak wiadomo, to druga połowa wieku dziewiętnastego, co do daty początkowej badacze nie są zgodni. Znamionuje to z pewnością okres zjawisk masowych, takich jak wpływ mas społecznych na życie publiczne oraz narastanie masowych produkcji i konsumpcji rynkowych. Media są więc wynikiem rozwoju i to stanowi pierwszy typ zależności.

Inne typy to konstrukty, modele zależności, których naturę wypada wstępnie objaśnić. Śledząc zależności między rozwojem społecznym a mediami, można wyodrębnić trzy inne koncepcje tych zależności, realizowane już celowo przez organizatorów życia spo-

lęcznego, rzeczników różnie pojętej władzy. Koncepcje te są określone przez czas i warunki ich stosowania. Nie wszystkie zostały zastosowane w pełni. Przeciwnie, mamy raczej dziś do czynienia z realizacją jednej z zależności, którą łączyć trzeba z późniejszą fazą rozwojową społeczeństwa masowego. Koncepcja inna stanowi próbę świadomego i planowego zastosowania mediów do powodowania rozwoju w układach rozwojowo zapóźnionych; ostatnia w końcu może być traktowana jako perspektywa przyszłościowa, w dużym stopniu związana z wdrożeniem na większą skalę nowych mediów oraz nowej wspomnianej tu wyżej koncepcji rozwoju. Mówimy o zależnościach typu: warunkowania rozwoju przez media, bodźcowania do rozwoju, przy czym tu media występują jako aktywny czynnik; w końcu postrzegamy media jako narzędzie rozwoju, którym posługują się ludzie chcący osiągnąć postęp. Z wyjątkiem fazy określonej jako wyeliminowanie mediów w procesie rozwoju społeczno-ekonomicznego, we wszystkich pozostałych partnerem środków komunikowania jest odbiorca. On to: napotyka media na swej drodze osobistego rozwoju i może skorzystać z ich wskaźników (warunkowanie rozwoju), odczuwa ich pobudzający wpływ (bodźcowanie), on w końcu w innej sytuacji, świadomie dążąc po określonej drodze, użyje mediów jako narzędzia zdolnego dostarczyć mu potrzebnych informacji i podniety (instrumentalność mediów wobec rozwoju).

Zgodnie z zasadami liberalizmu, stosunek mediów i jednostek decyduje o użyteczności tych pierwszych w procesach zmiany całego społeczeństwa.

Rację trzeba przyznać tym, którzy twierdzą, że nie było w dziejach takiego momentu, w którym ludzie nie używaliby mediów we wszystkich tych funkcjach. Nie traktujemy jednak tych propozycji jako modeli wzajemnie wykluczających się w skali społecznej. Innymi słowy, w przypadkach stosowania koncepcji warunkowania nie kwestionujemy możliwości używania ich jako bodźca rozwoju, lecz podkreślamy, że nie czyniono z tego samoistnego programu, stwierdzono bowiem, że ludzie są już wystarczająco motywowani do takich działań, a tylko brakuje im wiedzy, jak się rozwijać. Bodźcowanie stosowane było co najwyżej jako działanie wspomagające. Podobnie, mówiąc o narzędziach rozwoju, nie wyklucza się możliwości zachęcania do użycia takich a nie innych środków informacji, lecz utrzymuje się, że i bez tego wybór środka nastąpi, skoro ludzie sami wiedzą, czego im potrzeba.

Oczywiście fazy te można układać w pewne chronologiczne porządki. Dla społeczeństw rozwiniętych, które już przeszły spontanicznie przez erę industrializacji, wskazać należy na ciąg: wynik rozwoju — czynnik rozwoju — narzędzie rozwoju. Dla społeczeństw rozwojowo zapóźnionych, w których zarówno industrializacja jak i budowa masowego systemu mediów są planowo kierowane jako akty modernizacji, ciąg ten będzie wyglądał: warunek rozwoju — czynnik rozwoju — instrument rozwoju.

Faza bodźcowania łączona jest z historyczną formą społeczeństwa masowego. W wyniku procesów koncentracji własności mediów i ich integrowania się z monopolistycznymi systemami władzy politycznej i ekonomicznej media zaczęły odgrywać rolę czynnika kierującego reakcje odbiorców ku określonym celom. Socjalizacja polityczna za pomocą mediów oraz ukierunkowanie reakcji odbiorców ku określonym dobrom na rynku masowej konsumpcji — stanowią charakterystyczne przykłady takich działań.

Czy tak rozumiane bodźcowanie przyczyniło się do rozwoju jednostek i społeczeństw? Współczesna dyskusja przeczy takiej opinii. Nie zmienia to jednak faktu, że w dawnej a odrzuconej dziś koncepcji rozwoju = wzrostu, osiągnięcie określonej jednomyślności w sprawach politycznych oraz kształtowanie się rynku masowej konsumpcji uznawane były za wskaźniki rozwoju.

Faza warunkowania przypada na okres wprowadzania planowych zmian w społeczeństwach postkolonialnych, wkrótce po uzyskaniu niepodległości i łączy się najpełniej z postulatami pierwszej ONZ-owskiej dekady rozwoju i koncepcjami, jakie lansowało wówczas UNESCO. Była to próba nie uwieńczona powodzeniem, niemniej jako taka winna być wydzielona [11].

W końcu faza mediów jako narzędzia rozwoju przypada na okres społeczeństwa poprzemysłowego, określonego jako społeczeństwo informacji [2]. Możliwość zaistnienia takiej fazy zapowiadają nowe technologie.

I ostatnia uwaga. Media stanowią znany nam sposób działania i nowe technologie nie wprowadzają tu ani apeli do niewykorzystywanych w tradycyjnym komunikowaniu zmysłów, ani też innych niż informowanie i postawotwórstwo sposobów działania.

3. Charakterystyka podstawowych zmiennych

Wyróżnione przez nas fazy i odpowiadające im typy zależności charakteryzowane być mogą przez występowanie w ich modelach pewnych zmiennych o różnych dla ich powodzenia znaczeniach. Zmienne te uporządkować można zgodnie z trzema podstawowymi elementami komunikowania, jakich one dotyczą. Są więc zmienne dotyczące mediów, przez które rozumiemy zarówno ich treści, organizację jak i nadawcę oraz jego działania, zmienne dotyczące odbiorcy, w końcu zmienne dotyczące społeczeństwa, w ramach którego te procesy się dokonują.

Biorąc pod uwagę te podstawowe kategorie wyróżniamy następujące zmienne:

Media

1. Dostępność mediów. Warunkiem zaistnienia każdej fazy jest szeroka społeczna dostępność mediów, które mają przyczynić

się do procesów rozwoju. Ta dostępność w pewnych koncepcjach znaczy ich umasowienie (powszechność), w innych jednak tylko łatwość dotarcia dla tych kategorii, które ich będą potrzebować.

2. Treści, a dokładniej biorąc — ich zakres tematyczny, a więc objęcie działaniem mediów szerokiego lub wąskiego zakresu faktów.

3. Powszechna zrozumiałość przekazów. Tu rolę odgrywa język przekazu, stopień jego uniwersalności i przez to zrozumiałości. Dla pewnych faz duża zrozumiałość przekazów jest warunkiem podstawowym, dla tych, w których liczy się na procesy selekcji wewnętrznej przez członków audytorium, postulat ten jest mniej ważny, a nawet sprzeczny z charakterem proponowanego systemu.

4. Perswazyjność. To element bardzo ważny dla większości modeli, zwłaszcza tam, gdzie zanikają procesy autentycznej motywacji odbiorców przez inne czynniki. Jest to jedna z podstawowych zmiennych.

5. Wewnętrzna zgodność wartości w systemie mediów. Mon- czy też polimorficzność aksjologiczna, pluralizm bądź też monizm wartości jako naczelne dążenia systemu.

6. Związek mediów z innymi instytucjami, zwłaszcza o charakterze wychowawczym (szkoła, religia), kulturalnym (inne przekazańiki kultury zwane też tradycyjnymi) i politycznym.

7. Charakter treści mediów, a więc stosunek treści ogólnych dla życia odbiorcy abstrakcyjnych, lecz o dużym ładunku fikcyjności, do treści instrumentalnych nakierowanych na orientowanie odbiorcy w jego otoczeniu.

Odbiorca

8. Motywacja do zmiany. Mamy tu na myśli występowanie w danych okresach historycznych skłonności odbiorcy do zmiany społecznej, niezależnie od działania mediów. Trzeba zakładać, że tam, gdzie traktuje się ten stan pobudzenia do zmiany za dany, działania perswazyjne mediów będą mniej ważne i przez to słabsze.

9. Biegłość odbiorcy. Mamy tu na myśli zjawiska różne, zarówno przekroczenie progu umiejętności posługiwania się mediami (co w przypadku nowych technologii ma pewne znaczenie), jak i zjawiska znajomości kodu komunikowania, czego widowym przejawem jest stopień alfabetyzacji ważny dla mediów pisanych.

10. Regularność w odbiorze mediów. Ten czynnik zasługuje na osobne wyodrębnienie, zwłaszcza tam, gdzie odbiór nie jest traktowany jako kontakt z pojedynczym przekazem, lecz raczej jako zwyczaj obcowania z mediami. W wypadkach skrajnych mówimy

o rytualizmie odbioru. Proces rytualizmu jest podsycany przez same media. Widoczne jest to dziś przy odbiorze mediów elektronicznych tradycyjnego typu, gdy mówi się o efekcie ilości czasu spędzanego np. przy odbiorze telewizji czy radia, nie zaś efekcie zapoznania się z określonym przekazem — komunikatem. Efekt ten zwany jest też efektem wyporności (displacement effect). Same media elektroniczne dążą w swej polityce do tworzenia rytuałów odbioru wmontowanych w tok codziennego życia odbiorcy.

11. Związek z innymi ludźmi czyli utrzymywanie trwałych kontaktów interpersonalnych, zwłaszcza w sprawach objętych treściami przekazów. Zanik takich kontaktów uważany jest za charakterystyczny dla społeczeństwa masowego. Nigdy jednak takie stany anomii nie występowały w pełni, ani wobec procesów społecznej rekonstrukcji nie miały charakteru trwałości. Niemniej — jak często się podkreśla — wywierały poważny wpływ na skutki komunikowania masowego.

Społeczeństwo

Relacje media — odbiorca indywidualny zaprzętały przez długie lata uwagę badaczy, co jest z pewnością powodem, że stosunkowo mało mamy do powiedzenia na temat roli zmiennych społecznych w tych procesach. To też jest powodem, że wyróżniamy tylko trzy zmienne.

12. Otwartość lub też zamknięcie społeczeństwa. Koncepcje te opracowane w postaci typologicznej przez socjologów zwracają uwagę na zjawiska gotowości przyjmowania wpływów obcych (dyfuzji) i jako przeciwwagi — trwania przy swoich wartościach i treściach. Są one również wyznacznikami ekspansywności społeczeństw.

13. Dynamiczność zmian społecznych lub tendencje stagnacyjne. Zmienne wyraźnie wpływające na procesy motywacji do zmiany. W sensie społecznym spełniają one wymogi tempa zmian oraz ich kompletności, bo też poczucie tych właściwości daje jednostce potrzebę zmiany swej sytuacji.

14. W końcu charakter zmian, co sprowadza się do przewagi zmian spontanicznych czy też zmian kierowanych i określa charakter procesów rozwojowych.

4. Rola zmiennych w poszczególnych typach zależności mediów i rozwoju

W poszczególnych fazach rola zmiennych była różna. Opierając się na znajomości doświadczeń występowania tych zależności między nimi, ukazujemy ich rolę, wydobywając również podstawowe

trudności, na jakie stosowanie tych modeli natrafiało. W przypadku ostatniego z modeli oczekuje się, że działanie tych ograniczeń może zakłócić jego skuteczne stosowanie.

4.1. Media jako wynik rozwoju

Cechą charakterystyczną dla pojawiania się mediów masowych była ich dostępność (1). Był to warunek pierwotny i najpowszechniej przez teoretyków postrzegany. Zakres tematyczny treści mediów był względnie szeroki (2). Zrozumiałość była kolejnym warunkiem dla masowości (3). Występowały co prawda media elitarne, lecz — jak wówczas podkreślano — nie masowe i często pod tym względem uważane za przeciwwagę systemu masowego. Dopiero narastające procesy demokratyzacji, awansu społecznego, uczyły te media elitarne masowymi, poprzez procesy łączenia treści oraz homogenizacji ich poziomów w jednym głosie. Dla kilku autorów, reprezentujących tak zwany demokratyczny nurt w dyskusji nad kulturą masową, było to oznaką załamywania się stanu społeczeństwa masowego obok pojawiania się mediów specjalistycznych. Media w tym okresie odznaczały się sporą perswazyjnością (4), choć nie były to konieczne apele nawołujące do zmiany, lecz jedynie nadające walor atrakcyjności przekazom. Pod względem struktury wartości w systemie mediów charakteryzowały się one dość znaczącym pluralizmem (5). Media w tym okresie na ogół nie działały w zgodzie z innymi instytucjami społecznymi (6). Dotyczy ta rozbieżność zwłaszcza instytucji wychowawczych i tradycyjnych przekazników kultury jak teatry, czytelnie czy sale koncertowe. Rozbieżność ta rodzi wiele obaw i zastrzeżeń, łącznie z opiniami o kryzysie kultury w skali danej cywilizacji. Związek z instytucjami politycznymi początkowo uważany jest za dowiedziony. Można się dziś zastanawiać, czy tak było w istocie, czy też działały tu przyzwyczajenia z okresów wcześniejszych, gdy to podczas rewolucji burżuazyjnych pierwszej połowy XIX wieku w Europie dziennikarz stał się politycznym przywódcą tłumu.

W okresie tym media przynosiły raczej treści ogólne niż instrumentalne, a też zakres zainteresowań światem zewnętrznym u ówczesnych odbiorców był wąski, jeżeli nie liczyć elitarnej publiczności politycznej (7). Odbiorca w tym okresie wydaje się motywowany do zmiany (8). Jest to czas dużych przeobrażeń, ruchów emancypacyjnych, sukcesów związków zawodowych, awansu mas, co dawało odbiorcy perspektywę poprawy swego bytu.

Biegłość odbioru zakłócona była wówczas przez niepełną alfabetyzację (9). Wtedy też wytworzył się zwyczaj głośnego czytania prasy w kręgach osób o niższym statusie. Radio miało tę przeszkodę zniwelować. Odbiór mediów zaczynał nabierać cech regularności (10). Nie był to jednak rytualizm, ale odbiór stosował się do wymogów czasu zajętego przez obowiązki. Okres wczesny społeczeństwa masowego charakteryzował się dużą ruchliwością geograficzną i społeczną, co dzieliło i rozbijało dawne zwarte społeczności. Stąd też

mamy do czynienia z zanikiem więzów interpersonalnych (11). Społeczeństwo ówczesne było otwarte i następowały procesy dyfuzji wzorów dokonywane za pomocą zjawisk rynkowych, a także właśnie mediów (12). Było to również społeczeństwo podlegające procesom wymieszania się, co sprzyjało pogłębianiu się jego otwartości. Było to społeczeństwo rozwijające się dynamicznie (13); w końcu zmiany, jakie tam się dokonywały, miały charakter spontaniczny (14).

Załamanie się tego wzoru łączyć trzeba z występowaniem przeobrażeń kilku wyróżnionych tu zmiennych. Można się sprzeczać o ich wagę i pierwszeństwo. Wymienić jednak wypada po stronie mediów narastający monizm aksjologiczny, który szedł w parze z silniejszym ich związaniem z instytucjami o charakterze wychowawczym, kulturalnym i politycznym, a także ekonomicznym. Owo „cywilizowanie się” mediów niewątpliwie miało takie właśnie oblicze. W pewnym momencie na ten proces, zwłaszcza w rozwiniętych krajach kapitalistycznych, wywarły wpływ wydarzenia polityczne i militarne, a więc obie wojny światowe oraz później okres zimnej wojny. Po stronie odbiorcy, jak się wydaje, zmniejszyła się motywacja do zmiany; tu wpływ swój wywarły lata wielkiego kryzysu. W końcu od strony społeczeństwa zmiany kierowane zaczęły przeważać nad spontanicznymi.

4.2. Media jako warunek rozwoju

Jak wspominaliśmy, zagadnienie to można omówić jako doświadczenia nieudanego programu modernizacji przez urbanizację krajów Trzeciego Świata. Podstaw do tej koncepcji dostarczyły prace Daniela Lerner'a; rolę mediów w tym procesie określił Wilbur Schramm wraz z liczną grupą współpracowników, a przyjęło dość bezkrytycznie kierownictwo UNESCO w ramach działań pierwszej dekady rozwoju ONZ. Biorąc pod uwagę fakty „budzenia się” — jak to mówiono — narodów kolonialnych, zakładano, że manifestowane wtedy powszechnie objawy motywacji do zmiany będą trwałe. Wierzano też, że zmiany strukturalne wówczas zapoczątkowane będą na tyle kompletne i szybkie, że procesom motywowania będą sprzyjać. Media miały wówczas tak pobudzonemu odbiorcy dostarczać instrukcji, jak ma on sam dojść do społecznej i ekonomicznej dojrzałości. Media były więc podstawowym narzędziem dyfuzji innowacji.

A oto jak wyobrażano sobie rolę poszczególnych zmiennych:

Warunkiem powodzenia była dostępność mediów (1). Wierzano, że zapewniając ową dostępność, osiąga się element podstawowy. Wyznaczone standardy rozwoju infrastruktury zostały już osiągnięte w przypadku radio (dla większości krajów), gdy ich uzyskanie w przypadku prasy i telewizji trafiło na podstawowe przeszkody. Zakres tematyczny treści (2) był dość znaczny, choć proponowano, że treści te będą w pierwszym rzędzie dotyczyć tak zwanych zagadnień rozwojowych, a więc przykładowo spraw higieny czy uprawy

roli. Powszechna zrozumiałość przekazu była wymogiem podstawowym (3). Ważna też była perswazyjność (4), lecz przyjmowano, że miała zachęcać do użycia pewnych sposobów działania; media miały przedstawiać je jako nowoczesne, a także przełamywać dawne kulturowo zakorzenione zwyczaje. Wartości prezentowane w systemie mediów (5) były z natury swej różnorodne, nie stawiano tu granic, gdy chodzi o typ wpływów, zastrzegając jedynie, że powinny być progresywne, nakierowane na przyszłość, nie zaś afirmację czasów dawnych. Warto zwrócić uwagę na przykład, jak Schramm i współautorzy polecają swym kolorowym kolegom sposoby mobilizowania mas wypracowane w Związku Radzieckim w okresie porewolucyjnym. Związek tych działań z innymi instytucjami był mały (6). Brak było licznych instytucji prawdziwie nowoczesnych. Nie wierzono zaś w możliwości instytucji zastanych, spośród których instytucje kulturalne i wychowawcze reprezentowały tradycję, przeciw której cały ten system był skierowany. W końcu zakładano przewagę treści instrumentalnych (7) mówiących wyraźnie, jak mieszkańiec zafocanego kraju ma żyć w sposób nowoczesny. Był to jeden z podstawowych, a w istocie nie spełnionych, postulatów tego modelu.

Silna motywacja do zmian (8) była dla tego typu stosunków podstawowa. Nie zadawano sobie pytania, jak długo może ona trwać i od czego zależy. W tych warunkach zakładano i godzono się na małą biegłość (9), co było wynikiem opóźnień cywilizacyjnych oraz edukacyjnych i braku regularności w odbiorze (10). Wierzono w trwałość silnych powiązań interpersonalnych (11) i upatrywano w nich wspomagających kanałów dla dyfuzji innowacji.

Od strony społeczeństwa liczone na silną otwartość wobec wpływów zewnętrznych (12), na dynamikę (13), a także zakładano przewagę zmian kierowanych nad spontanicznymi (14).

Realizacja tego modelu już rychło trafiła na trudności, które wpłynęły na jego fiasko lub modyfikację. I tak nie zapewniono zakładanej dostępności (1). Wbrew oczekiwaniom zaczęły dominować nie treści instrumentalne, lecz ogólne, i to w przewadze treści rozrywkowe (7). Wystąpiła tu wyraźna dysfunkcjonalność tego czynnika, utrudniająca faktyczny postęp. Spadek motywacji do zmiany (8) działał silniej wobec ekonomicznej i społecznej stagnacji (13). Spowodowane procesy urbanizacji stworzyły nędzę w mieście, lecz nie ożywiły rolnictwa. W końcu założona otwartość społeczeństwa na wpływy zewnętrzne (11) mniej przyczyniła się do modernizacji produkcji, a bardziej do westernizacji konsumpcji i pobudzenia żądań konsumpcyjnych, wykraczających poza możliwości tych krajów.

4.3. Media jako czynnik rozwoju

Traktowanie mediów jako źródła bodźców do zmiany i rozwoju znane jest w krajach rozwiniętych. Społeczeństwa te używają mediów, w coraz pełniejszym stopniu, w celu wychowania mas odbiorczych w zgodzie z określoną ideologią, jak i do kierowania ich

uwagi ku pewnym problemom i wartościom. Pewne zjawiska zwiastowały tam nadejście tego modelu. Zaliczyć do nich można już procesy wielkiego ekonomicznego kryzysu lat dwudziestych, mobilizację opinii publicznej w czasie drugiej wojny światowej, jak i zimnej wojny, następnie działań zbrojnych w Korei i Wietnamie. W świecie mediów dowodem tego były zjawiska koncentracji własności prasy drukowanej i mediów elektronicznych, oraz rosnące ich politycyzacja.

Biorąc pod uwagę wszystkie rozbieżności tego typu powiemy, że dostępność (1) była warunkiem koniecznym dla spełnienia tego modelu, decydowały o tym względy celów komunikowania, a więc zarówno ideologiczne, jak i służeń systemowi komercyjalnemu. Zakres tematyczny treści (2) ulegał charakterystycznym przemianom: pojawiają się głosy najbardziej masowe, poświęcone ograniczonemu wachlarzowi tematów oraz głosy i media specjalistyczne. W sumie daje to dość duże bogactwo treści, lecz jest ono w pełni postrzegane dopiero w przypadku odbioru wielu mediów i wielu ich głosów. Media najpopularniejsze w istocie zawężają swą tematykę. Zrozumiałość (3) jest warunkiem koniecznym, zwłaszcza gdy chodzi o media najbardziej masowe. Media, głosy i programy specjalistyczne pozwalają sobie na język bardziej fachowy czy hermetyczny, za to w mediach masowych do głosu dochodzi komunikowanie najbardziej powszechnie zrozumiałe. Perswazyjność (4) jest tu elementem podstawowym, zwłaszcza w przypadku owych mediów czy głosów masowych. Cały ten model opiera się na przekonywaniu odbiorcy o tym, jak powinien postępować i jaki być. Poważnie ograniczona jest różnorodność aksjologiczna, zwłaszcza gdy chodzi o media głównego masowego rynku (5). Są to w istocie media zgodne z wartościami, jakim służą. Występuje silne związanie mediów z innymi instytucjami (6), zwłaszcza politycznymi i gospodarczymi. Systemy oświaty i kultury przekazywanej tradycyjnymi środkami w coraz większym stopniu dostosowują się do świata mediów i występuje tu daleko idące współdziałanie. Nic więc dziwnego, że późniejszy ruch kontrkultury w krajach zachodnich skierowany jest przeciwko mediom masowym i ich wartościom.

Treści ogólne zdecydowanie przeważają nad treściami o wartości instrumentalnej (7). Media w coraz większym stopniu przestają być przewodnikami życiowymi, tworzą własny świat, w którym fikcyjny obraz wydarzeń zaczyna dominować. Badacze podkreślają, że obrazy pewnych zjawisk czy procesów społecznych, przekazywane przez media, zaczynają się bardzo poważnie różnić od tych, które wynikają z badań naukowych, lecz także tych, które posiadają osoby stykające się na co dzień z relacjonowanymi wydarzeniami, a nawet cała publiczność masowa. Człowiek tego okresu jest stosunkowo słabo motywowany do zmiany (8). Zadaniem mediów w tych systemach jest dostarczać tego bodźca. Odbiorca wydaje się zmęczony zmianą, co wyraźnie daje o sobie znać wtedy, gdy zmiany przychodzą z trudnością, a więc w okresach stagnacji czy kryzysów. Odbiorca jest biegły w odbiorze mediów (9). Potrafi się nimi posługi-

wać i zna kody komunikowania. Odbiór mediów ma cechy regularności przy narastającej tendencji do rytualizmu (10). W coraz większym stopniu nie odbiera się programów czy artykułów, lecz ogląda się telewizję, żyje się w towarzystwie włączonego radioodbiornika czy też przegląda się gazetę w określonym czasie wolnym od obowiązków. Model ten zakłada małe wpływy kontaktów interpersonalnych na procesy odbioru (11). W istocie jednak występujące nadal, stanowiąc czynnik filtrowania odbieranych treści i nadawania czy też odbierania im znaczenia.

Wbrew deklaracjom o współzależnym świecie, nie jest to społeczeństwo rzeczywiście otwarte (12). Treści obcego pochodzenia w nierównym stopniu docierają do niego, a media pełnią tu ważną funkcję ich filtrowania. Podziały polityczne, gospodarcze czy dawne wyobrażenia o ośrodkach dla kultury centralnych i tych, które uchodzą za peryferyjne, wywierają na te zjawiska poważny wpływ. Styl komunikowania ma tu swoje znaczenie, jak również cała gama zjawisk o charakterze ekonomicznym i technologicznym. Społeczeństwa mimo czynionych wysiłków przechodzą poważne okresy zaburzenia dynamiki ich rozwoju, wchodzą w długie okresy stagnacji czy nawet kryzysu (13). W końcu pojawiają się coraz bardziej zmiany kierowane przez centralne ośrodki dyspozycyjne, które ograniczają procesy rozwijające się żywiołowo (14). Obserwujemy to w przypadku przedstawianej w mediach twórczości. Głosy czy grupy marginesu stanowią swoiste laboratorium, w którym pewne treści i wartości poddawane są eksperymentalnym próbom, a nabierają one waloru powszechności wtedy, gdy zaaprobowane zostają przez centralne ośrodki decyzyjne. Środki na cel produkcji kulturalnej lokowane są planowo, a te decyzje określają to, co jest przekazywane masowemu odbiorcy. Koncepcja ta trafia dziś na pewne przeszkody. Spostrzegamy je zwłaszcza w reakcjach odbiorców. Tak zwana publiczność przekorna nie interesuje się pewnymi działaniami mediów. Można powiedzieć, że w konsekwentnej realizacji modelu bodźcowania nastąpiło jakby „przegrzanie”, nadmierne ekspozowanie pewnych właściwości modelu, które przestają się stosować do rzeczywistych potrzeb życiowych odbiorcy.

Pewne media w tym systemie wychodzą naprzeciw tym potrzebom, tworząc głosy czy programy specjalistyczne, cieszące się coraz większym zainteresowaniem, przy spadku popularności programów masowych. Z pewnością takim przykładem „przegrzania” jest nadmierna ekspozycja w mediach masowych tematów ogólnych, dziennikarskiej fikcji, wypierają one treści o wartości dla odbiorcy instrumentalnej. Jeżeli odbiorca poszukuje tych treści, znaczy, że są one mu potrzebne i on wie jak ich użyć. Jest to jedna z zapowiedzi potrzeby reformy, którą być może spowoduje powszechniejsze stosowanie nowych technologii. Innym czynnikiem nużącym odbiorcę wydaje się realizowany przez media rytualizm. Skłania on w istocie do inercji, braku selektywności, lecz zarazem prowadzi do odbioru nieuważnego, do życia w towarzystwie mediów, lecz nie do percypowania ich treści. Wydaje się też, że następuje pewien —

choć powolny — renesans kontaktów interpersonalnych, związany z osłabieniem ruchliwości geograficznej, co — jak wiadomo — ludzi dzieli, lecz także wyłanianie się stowarzyszeń opartych na wspólnocie zainteresowań, niekoniecznie opartych na bazie bliskości przestrzennej tych osób. Nowe media mogłyby te wspólnoty jeszcze bardziej jednaczyć. Pewien wpływ hamujący mogą mieć zjawiska stagnacji ekonomicznej i społecznej. Konieczność ograniczeń nie prowadzi do dynamicznych zmian. Media, które mają bodźcować do rozwoju, nie znajdują warunków dla proponowanych przez siebie programów działania.

4.4. Media jako narzędzia rozwoju

Ten typ zależności nie występuje jeszcze w świecie. To, co tu piszemy, traktować trzeba jako propozycję użycia mediów do rozwoju, konkretnie mediów nowych, rozwoju szerzej definiowanego i nie rozumianego tylko jako proces gospodarczego wzrostu. Mówienie o przyszłości skłania do pewnej idealizacji, stąd też zapewne ten model wyda się zbyt piękny, a być może utopijny.

Podstawową jego zasadą jest posługiwanie się przez odbiorcę mediami dla własnego rozwoju, którego cele i możliwości sam odbiorca widzi i określa.

Oto jaka będzie w nim rola poszczególnych zmiennych:

Nowe media muszą być dostępne (1). Nie jest jednak konieczne mówienie o powszechnej dostępności, odbiorcy bowiem będą się różnicować według swych możliwości, potrzeb i dążeń, a nadto nowe technologie proponują całą rozległą gamę mediów i odbiorca ma możliwość wyboru tego, czego sam będzie potrzebował i używał. Wielka różnorodność treści będzie cechą tego systemu (2), cechą podstawową. Już systemy view-data oferujące dziś około 130 000 wiadomości ilustrują te możliwości. System połączonych komputerów może te możliwości poważnie poszerzyć. Nawet na niższym poziomie, np. telegazet, odbiorca będzie mógł wybierać wśród małych (25 wierszy), ale setek stron, które są aktualizowane kilka razy w ciągu doby. Telegazety są służbą nieodpłatną, urządzenia komputerowe mogą być używane za opłatą. Możliwe są zatem ekonomiczne ograniczenia dostępności. Powszechna zrozumiałość w całym systemie nowych mediów nie jest ani konieczna, ani możliwa. Treści będą się specjalizować tak, jak się będzie specjalizował ich język. Będzie to warunek ich użycia przez grona specjalizujących się kręgów (3). Treści stracą na perswazyjności (4). Nadmierna perswazyjność może tylko zaciemniać treść przekazów, a nie będzie potrzebna, ponieważ odbiór zależny będzie od decyzji odbiorcy podjętej przed zapoznaniem się z treścią przekazu.

Media zachowają różnorodność wartości (5), a ich wybór zależeć będzie od decyzji odbiorcy. Trudno w tym miejscu antycypować związek nowych mediów z innymi instytucjami (6). Sektor publiczny jak i prywatny chcą zachować tu swoje wpływy. Lecz czy będą

one tak ważne? Dla instytucji oświatowych, kulturalnych, naukowych nowe media stanowić mogą ważne uzupełnienie i dla niejednego badacza dodatkowy warsztat pracy. Instrumentalność treści (7) będzie duża, bowiem decydować będzie o tym, czy odbiorca po te media sięgnie. Informacje muszą być na początek użyteczne, by były uznane za potrzebne. Nie można jednak zapominać, że systemy video zapewniają znaczny udział w przekazie treści ogólnych, rozrywkowych, zapełniających czas wolny, zgodnie z ludzkim wyborem. Odbiorca musi być motywowany do zmiany (8). To dążenie decydować będzie o tym, że z nowych mediów będzie się korzystać i korzystanie to opłacać. Biegłość posługiwania się mediami będzie kolejnym warunkiem powodzenia systemu (9). Wobec nowości mediów i ich różnorodności nie jest to sprawa błaha. Media w większym niż dziś stopniu posługiwać się będą słowem pisanym, co może stanowić utrudnienie ich odbioru w krajach rozwijających się.

Regularność odbioru (10) przestanie być warunkiem istotnym. Jeżeli będzie występować, zależeć będzie od rzeczywistego czasu odbiorcy, nie zaś czasu przekaznika. Jednak osoby, które same nie potrafią wypełnić sobie czasu wolnego, mogą trwać przy tych mediach, które proponują regularność, a nawet rytualizm. Zwycięstwo tej tendencji byłoby jednak porażką nowego systemu. Należy oczekiwać wzrostu znaczenia wpływów interpersonalnych (11). Człowiek kultywujący swoje zainteresowania potrzebuje partnerstwa innych ludzi. Nowe media pozwalają, by szukał ich daleko od siebie. Zrzeszenia oparte na zainteresowaniach winny się w tych warunkach rozwijać. Należy oczekiwać procesów otwierania się społeczeństw na wpływy zewnętrzne (12). Wiele zależeć tu będzie od sytuacji gospodarczej i politycznej globu. Jednak gdy odbiorcy sami będą poszukiwać treści i będą mogli wśród nich wybierać, osłabną centralnie narzucane reglamentacje.

Zwiększenie dynamiki rozwoju społeczeństw i poczucia kompletności przeobrażeń strukturalnych (13) jest jednym z warunków powodzenia systemu, zwłaszcza we wcześniejszym jego okresie. W końcu oczekiwać należy zmian społecznych o charakterze mieszanym kierowano-spontanicznym. Centralne ośrodki decyzyjne określać będą kierunki rozwoju, odbiorcy zaś wśród nich dokonywać wyborów. Może to stworzyć interesującą mozaikę procesów społecznych.

Tak nakreślony bardzo optymistyczny obraz roli mediów w rozwoju może jednak ulec w praktyce zakłóceniu, a nawet i zahamowaniu. Już dziś nietrudno wyobrazić sobie możliwe p r z e s z k o d y.

Rodzić je mogą: kwestie dostępności mediów (1), ta zaś zależność będzie od decyzji ośrodków centralnych, określających w danych krajach typ mediów, który będzie tam stosowany. Inne przeszkody mogą mieć charakter ekonomiczny, zwłaszcza tam, gdzie korzystanie z nowych technologii będzie kosztowne. Spowodować to może dodatkowo zróżnicowanie się społeczeństw i powstanie różnic między społeczeństwami, i to o dość poważnych konsekwencjach, które

mierzyć trzeba będzie kryteriami postępu i zacofania. Drugą trudność mogą spowodować kwestie rzeczywistego bogactwa treści (2). Nowe media są programowane i to, czy programiści nadążą za społecznymi zapotrzebowaniami, będzie kwestią zasadniczą. Ważne też, czy będą chcieli w pełni tym potrzebom wychodzić naprzeciw. Trzecia kwestia też dotyczy treści, a mianowicie dostatecznej ilości treści instrumentalnych w mediach. Będzie to wymagało istotnego przekwalifikowania się nadawców, którzy przywykli przecież do nadawania treści ogólnych, swoistej medialnej fikcji. Można wątpić, czy potrafią oni wyczuć rzeczywiste potrzeby odbiorców, bardzo przecież zindywidualizowane (7). Nie wiadomo, czy odbiorca będzie rzeczywiście motywowany do zmiany (8). Zakładamy to dzisiaj, mając co do tego jeszcze mniejszą pewność niż w przypadku stosowania modelu warunkowania. Kryzysy ekonomiczne i stagnacja mogą temu skutecznie przeciwdziałać. Nie brak dziś głosów tych, którzy uważają, że nowe technologie pojawiły się w świecie w dość nieodpowiednim momencie, gdy stoi on przed perspektywą ograniczeń, nie zaś dynamicznego rozwoju. Treści instrumentalne mogą okazać się mało użyteczne w chwili, gdy niewiele będzie można na nich zyskać. Pewną trudność stanowić może niedostateczna biegłość w posługiwaniu się mediami (9). Nowe media mogą okazać się zbyt trudne do używania przez ludzi, zwłaszcza w krajach o niskim poziomie technologii życia codziennego oraz wysokim analfabetyzmie.

Zwracaliśmy też uwagę, że brak perspektyw rozwojowych może sprzyjać regularności odbioru, a nawet utrzymywaniu się rytualizmu (10), skoro odbiorca będzie miał ograniczone perspektywy życiowe, a wiele czasu wolnego, który w systemie kapitalistycznym potęgować będzie bezrobocie. Sytuacje kryzysowe sprzyjać mogą zamykaniu się społeczeństw (12), a to może poważnie ograniczyć szerokie wykorzystanie nowych mediów. W końcu założenie o wzroście dynamiki zmian i kompletności przekształceń strukturalnych może okazać się wątpliwe, co przyniesie dodatkowe konsekwencje sygnalizowane tu już wyżej.

Oceniając szanse użycia nowych technologii w chwili obecnych trudności, wobec których stoi świat, żywimy obawę, że ten piękny obraz mediów jako narzędzia rozwoju może okazać się po prostu nierealny.

5. Zakończenie

W rozważaniach naszych staraliśmy się przedstawić zachodnie modele określające związek między rozwojem społeczeństw a działaniem mediów. Punktem odniesienia dla tej analizy jest społeczeństwo, odpowiadające zazwyczaj obszarowi działania państwa narodowego. Możliwe jest jednak spojrzenie uwzględniające całości inne niż określone przez granice państwowe. Nowe technologie sprzyjają wyodrębnianiu się takich całości zbliżonych do siebie zarówno poziomem rozwoju, jak i infrastrukturą telekomunikacyjną. Takie

procesy unifikacyjne możemy dziś obserwować. Toczą się one zarówno zgodnie z życzeniami władz i mieszkańców jak i wbrew tym dążeniom czy interesom. Zaczniemy od przykładów całości szerszych niż narodowe. Rozpatrując sprawy w skali Europy zachodniej, zjednoczonej różnymi ekonomicznymi więzami, możemy dziś wymienić kilka prób wdrożeń nowych technologii, które obejmują swą strukturą cały niemal ten obszar (np. Euronet) [3] jak i wewnątrzeuropejskie układy regionalne (np. kraje skandynawskie objęte w przyszłości działaniem satelity telewizyjnego Nordsat).

Warto tu wspomnieć, że coraz częściej pojawiają się projekty tworzenia takich regionalnych czy kontynentalnych systemów. Czy rozwiązania takie służą zawsze sprawie rozwoju? Nie jest to bynajmniej sprawa oczywista. Mając na uwadze nowe określenia rozwoju pamiętać należy, że układy regionalne, kontynentalne czy globalne mogą godzić w interesy rozwojowe poszczególnych społeczeństw. W układach takich do głosu dochodzi zwykle grupa państw czy też państwo o największym potencjale produkcyjnym, którego media i ich treści mogą zacząć dominować nad innymi. Imperializm komunikowania może dojść do głosu szczególnie w układach globalnych; w przypadkach połączeń kontynentalnych czy inaczej wyodrębnionych regionów, np. na bazie wspólnoty językowej, mogą powstać układy dominacji przypominające nie imperialne, lecz feudalne struktury.

LITERATURA

1. Acton J.: How the UK is Preparing for the Amazing Microprocessor. *Intermedia* 1978, nr 5, s. 8—9.
2. Bernasconi F. A.: The Need for Informatics, *Intermedia* 1979, nr 6, s. 17—19.
3. Bloom H.: Why and What of Euronet. *Intermedia* 1977, nr 3, s. 23—25.
4. Costa da J. F.: Applying a new Concept of Development. *Intermedia* 1979, nr 5, s. 23—25.
5. Cruise O'Brien R.: Mass Communications: Social Mechanisms of Incorporation and Dependence. (W:) *Transnational Capitalism and National Development*. Sussex, Harvester Press 1979, s. 129—143.
6. Cruise O'Brien R.: Is there Link Between Telecommunications and Development. *Intermedia* 1979, nr 4, s. 26—29.
7. Dumazedier J.: Leisure and Television. *Intermedia* 1976, nr 1, s. 8—9.
8. Gunaratne S.: Priorytety środków masowego komunikowania jako czynnik rozwoju społecznego. *Zeszyty Prasoznawcze* 1978, nr 4, s. 83—90.
9. Gulfvision is Ready. *Intermedia* 1976, nr 6, s. 6—7.
10. Hemanus P.: Nordsat: A Libertarian Dream. *Intermedia* 1979, nr 5, s. 34—35.
11. Mikułowski Pomorski J.: Środki masowego komunikowania wobec społecznego rozwoju. *Kino*, kwiecień 1979, s. 32—34.
12. Moles A.: A Skylight Open to the Neighbourhood. *Intermedia* 1976, nr 1, s. 6—8.

13. Mowlana H.: O zintegrowaną teorię środków komunikowania masowego i kultury. *Zeszyty Prasoznawcze* 1979, nr 4, s. 5—16.
14. Porat M. U.: Emergence of an Information Economy. *Economic Impact*, 1978, nr 24, s. 29—34.
15. Smith A.: The Future of the Newspaper: The Waning of the Fourth Estate. *Intermedia* 1978, nr 4, s. 6—25.
16. Smith A.: Will Consumerism Inhibit the New Media? *Intermedia* 1979, nr 3, s. 51—53.
17. Voge J.: Information, Growth and Economic Crisis. *Intermedia*, 1977, nr 6, s. 15—19.

WŁADYSŁAW TYRAŃSKI

PRZYDATNOŚĆ TEORII POSTAW W ANALIZIE ZAWARTOŚCI PRASY

Wyniki psychologicznych badań nad postawami czytelników pojawiają się na naszych łamach nieczęsto. Badania te należą bowiem do najtrudniejszych, a wnioski wypływające z nich zaleca się traktować na ogół z najwyższą ostrożnością.

Mgr Tyrański z OBP porównał badania zawartości czasopism z sondażami socjologów. Wyniki tego zestawienia skłaniają do refleksji m. in. nad metodami pracy dziennikarskiej.

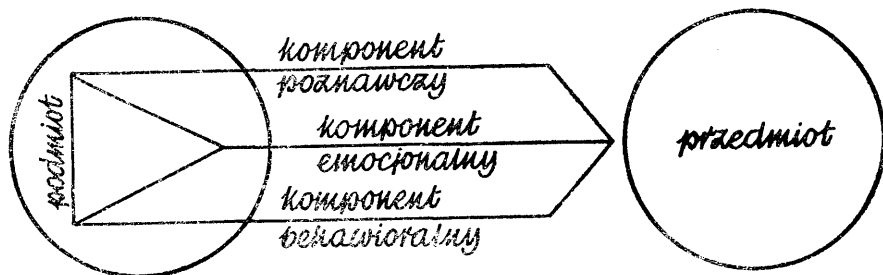
I. POJĘCIE POSTAWY

Postawa jest to — jak się wydaje — pewien zasób indywidualnego doświadczenia, które — zorganizowane w całościowy system — jest jednym z najważniejszych wyznaczników ludzkiego zachowania. Nic też dziwnego, że każdy znaczący kierunek w psychologii tworzył własną teorię postaw. Teorie te ustalały zasady powstawania i funkcjonowania owych złożonych struktur psychicznych, jakimi są postawy.

Do chwili obecnej sformułowano już wiele definicji postaw. Każda z tych definicji zawiera z pewnością część prawdy. Ostatnio jednak pojawiły się próby zebrania i wykorzystania całego dorobku psychologii w tej dziedzinie, czego wynikiem jest definicja określająca postawę jako trójczłonową strukturę będącą zorganizowanym systemem wiedzy, uczuć i działań. Definicja ta brzmi następująco:

Postawę można określić jako ukształtowaną w procesie zaspokajania potrzeb, względnie zgodną i stałą organizację wiedzy, przekonań, uczuć, motywów oraz pewnych form działania i reakcji eks-

presywnych podmiotu związaną z określonym przedmiotem lub klasą przedmiotów¹. Postawa oznacza intelektualno-emocjonalno-behawioralny związek człowieka z otoczeniem. W postawie zawierają się więc 3 komponenty: komponent poznawczy (wiedza, przekonania), emocjonalny (uczucia, motywy) i behawioralny (działanie, ekspresja). Obrazuje to poniższy schemat.



Przedmiotem postawy może się stać każdy element otoczenia, który bierze udział w procesie zaspokajania potrzeb². Mogą to być rzeczy, ludzie, idee czy zjawiska, wokół których krystalizuje się doświadczenie jednostki.

Według omawianej teorii jednym ze źródeł postaw jest psychologiczny mechanizm ich powstania drogą przyswajania opinii rozpowszechnionych w danej zbiorowości. Jest to niezwykle ważne zjawisko z punktu widzenia dysponentów środków masowego komunikowania. Środki te — w tym również prasa — rozpowszechniają przecież różnorodne opinie dotyczące realnych lub potencjalnych przedmiotów postaw odbiorców. Mogą tym samym wzbudzać nowe postawy lub modyfikować zastane.

Doniosłą rolę w kształtowaniu postaw czytelników odgrywa ich ustosunkowanie do źródła, z którego pochodzą opinie o przedmiocie postaw. Pozytywne ustosunkowanie odbiorców sprzyja formowaniu i modyfikowaniu ich postaw. Ustosunkowanie negatywne proces ten hamuje.

Przyjmując takie przesłanki teoretyczne, postaram się ukazać przydatność zarysowanej teorii postaw w analizie publikacji prasowych. Jako materiał ilustracyjny posłużą rezultaty analizy wykonanej pod kątem efektywności oddziaływania prasy na kształtowanie postaw czytelników wobec integracji krajów socjalistycznych. Analiza taka wykonana została w Ośrodku Badań Prasoznawczych i objęła 200 numerów polskich czasopism pochodzących z 50 wyso-

¹ T. Mądrzycki: Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw. WSiP, Warszawa 1977, s. 20.

² Chodzi tu również o obiekty, które udaremniają zaspokojenie potrzeb oraz o te elementy otoczenia, które tylko pośrednio związane są z jakimiś potrzebami.

konakładowych tytułów. Z każdego badanego czasopisma z okresu I VII 1977—30 VI 1978 wybrano cztery przeciętne numery: po 1 na kwartał³. Z całej zawartości tak dobranych pism wyselekcjonowano wszystkie pozycje mówiące o krajach socjalistycznych. Stały się one przedmiotem dalszych badań. Zaletą badanego materiału jest jego przekrojowość. Daje on ogólne pojęcie o tym, jak nasze czasopisma „na co dzień” przedstawiają państwa obozu socjalistycznego i zachodzące między nimi procesy integracyjne. To właśnie zachęca do analizy wyselekcjonowanych publikacji od strony możliwości formowania przez nie postaw czytelników wobec procesów integracyjnych.

II. OPINIA JAKO WSKAŹNIK LANSOWANEJ POSTAWY I POSTAWY ISTNIEJĄCEJ

Zgodnie z przyjętą teorią opinie, zachowania i uczucia (lub deklaracje o uczuciach i zachowaniach wyrażane w formie opinii) są wskaźnikami inferencyjnymi, z których wnioskuje się o postawach mających charakter nieobserwowalnej zmiennej pośredniczącej⁴. Gdy mówimy o czyjejs postawie, mamy na myśli coś nieobserwowalnego, co odtwarzamy posługując się bezpośrednio dostępnymi wskaźnikami.

Rozumowanie prowadzące do rekonstrukcji postaw lansowanych przez prasę jest podobne do tego, jakie stosuje się, gdy dociekamy konkretnych postaw jednostek. Należy jednak pamiętać, że nie prowadzi ono do takiego samego wyniku. Na przykład postawa wobec integracji krajów RWPG, propagowana przez prasę, nie jest żadną postawą realnie istniejącą, gdyż wnioskuje się o niej na podstawie opinii pochodzących od różnych osób piszących na ten temat. Realna postawa jest natomiast organizacją elementów poznawczych, emocjonalnych i behawioralnych konkretnej osoby. Nie oznacza to jednak, że pojęcie postawy lansowanej pozbawione jest w zupełności empirycznej treści. Posiada ją w tym samym stopniu jak na

³ Opis próby patrz W. Maślowski: Tematyka polskich czasopism wysonakładowych. *Zeszyty Prasoznawcze* 1979 nr 2. Oto przebadane tytuły: *Argumenty*, *Czas*, *Filipinka*, *Film*, *Forum*, *Gospodyni*, *Ideologia i Polityka*, *IMT* — *Światowid*, *Ita*, *Kazurela*, *Kierunki*, *Kobieta i Życie*, *Kontrasty*, *Kontynenty*, *Kraj Rad*, *Kulisy*, *Kultura*, *Literatura*, *Magazyn Polski*, *Magazyn Rodzinny*, *Morze*, *Motor*, *Na przelaj*, *Nowa Wieś*, *Nowe Drogi*, *Panorama*, *Panorama Północy*, *Perspektywy*, *Płomienie*, *Polityka*, *Prawo i Życie*, *Przekrój*, *Przyjaciółka*, *Przyjaźń*, *Radar*, *Razem*, *Sportowiec*, *Student*, *Szpilki*, *Tydzień*, *Tygodnik Powszechny*, *Walka Młodych*, *Widnokreśl*, *Więści*, *Zwierciadło*, *Zołnierz Polski*, *Życie Gospodarcze*, *Życie Literackie*, *Życie Partii*, *Żyjmy dłużej*.

⁴ M. Marody: Sens teoretyczny a sens empiryczny pojęcia postawy. PWN, Warszawa 1976, s. 29—45; S. Nowak: Pojęcie postawy w teoriach i stosowanych badaniach społecznych. W: *Teorie postaw*. Red. S. Nowak, PWN, Warszawa 1973, s. 17—87.

przykład pojęcie „statystycznego Polaka”, które niewiele mówi o konkretnym Polaku, ale dostarcza ważnych informacji o nas wszystkich.

O postawach — jak już powiedziano — wnioskujemy z opinii. *Opinia* jest tym, co dana osoba uważa za prawdę⁵. Opinię utożsamia się niekiedy z informacją o danym obiekcie bądź też z odpowiedzią na pytanie o ten obiekt, którym może być jakieś zjawisko, zdarzenie czy sytuacja⁶. Jest to szersze ujęcie „opinii” od tego, jakie zaproponował kilka lat temu A. Maliszewski: opinia jest to sąd wartościujący, orzekający o jakimś przedmiocie⁷. Poszerzenie to uzasadnione jest okolicznością, iż nawet stwierdzanie obiektywnych faktów zawiera zwykle ich ocenę lub do niej prowadzi. W grę mogą bowiem wchodzić czynniki od tych faktów niezależne, jak na przykład czas, miejsce i sposób ich stwierdzenia.

Opinie można podzielić zatem na oceniające i opisujące. Różnią się one od siebie stopniem emocjonalności. Opinie oceniające, zwane niekiedy przekonaniami, cechują się większą dozą emocji. Są stwierdzeniami faktów z jednoczesną ich oceną. Stąd też niektórzy badacze utożsamiają ten rodzaj opinii z samymi postawami. Opinie opisujące są natomiast mało zabarwione emocjonalnie. Stwierdzają najczęściej fakty empiryczne. Należy jednak pamiętać, iż dostarcza się czytelnikowi w ten sposób przesłanek do wnioskowań, które sam może przeprowadzić. W ich wyniku odbiorca nabierze przekonania, których formalnie w danej publikacji nie ma. Odpowiednia selekcja faktów ma więc podobny skutek jak otwarte wyrażenie ocen. To znane w teorii propagandy zjawisko opiera się prawdopodobnie na skłonności ludzi do wnioskowań entymematycznych⁸. W rozumowaniach tego typu wyprowadzony z przesłanek wniosek jest pewny jedynie w świetle wiedzy wnioskującego. Jest nim odbiorca, dla którego stwierdzone fakty w świetle jego wiedzy mogą być przesłankami wystarczającymi, prowadzącymi do sądów oceniających. Z drugiej zaś strony ograniczenie publikacji do podania samych faktów zwalnia jej autora od uściślenia, w świetle jakiej dodatkowej wiedzy przesłanki te są prawomocne. Skutkiem tego, rozumowania entymematyczne dokonywane przez czytelników prowadzić mogą do takich samych ocen, jakich spodziewa się nadawca, który z formalnego punktu widzenia ocen tych wcale nie podsuwa.

⁵ E. Aronson: *Człowiek — istota społeczna*. PWN, Warszawa 1978, s. 127.

⁶ T. Mądrzycki: *Psychologiczne prawidłowości...*, op. cit., s. 26. Patrz także: C. J. Hovland, I. L. Janis, H. H. Kelly: *Communication and Persuasion*. Sprawozdanie S. Miki, *Psychologia Wychowawcza* 1959 nr 1.

⁷ A. Maliszewski: *Kilka uwag metodologicznych o badaniach opinii*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1976 nr 4, s. 47.

⁸ K. Ajdukiewicz: *Logika pragmatyczna*. PWN, Warszawa 1975, s. 113—115.

III. WIEDZA, UCZUCIA I ZACHOWANIA JAKO SKŁADNIKI POSTAWY LANSOWANEJ W PRASIE

Wypowiedzi prasowe są, jak wiadomo, szczególną odmianą komunikatów językowych. Podobnie jak te ostatnie pełnią one kilka funkcji. Podstawową jest tzw. funkcja referencjalna. Jej realizacją jest zawartość informacyjna wypowiedzi. Funkcjami ubocznymi są m. in. funkcja emotywna i konatywna. Funkcja emotywna realizowana jest wtedy, gdy przekazywane informacje wyrażają jednocześnie ustosunkowanie emocjonalne autora wypowiedzi do przedmiotu, na który wskazuje funkcja referencjalna. Funkcja konatywna realizowana jest natomiast wtedy, gdy zawarte w wypowiedzi informacje mają wpływać na zachowanie odbiorcy⁹. Wypowiedzi prasowe mają zatem kilka warstw. Zasadnicza jest warstwa poznawcza odpowiadająca funkcji referencjalnej. Warstwy odpowiadające dwóm dalszym funkcjom są pochodne w stosunku do niej. Nie oznacza to bynajmniej, by warstwa poznawcza była zawsze na pierwszym planie. Może ona ustępować pozostałym. Dzieje się tak, gdy dla autora wypowiedzi ważniejsze jest wyrażanie uczuć lub skłonienie odbiorcy do zmiany zachowania niż zreferowania mu przedmiotu, o którym mowa.

W analizowanych publikacjach o krajach socjalistycznych również da się uchwycić trzy warstwy odpowiadające trzem wymienionym funkcjom. Są to: warstwa poznawcza, emocjonalna oraz warstwa zachowań. Stanowią one komponent poznawczy, emocjonalny i behawioralny lansowanej w prasie postawy wobec integracji państw RWPG. Postawa ta rozpatrywana jest ze względu na wymienione funkcje komunikatów prasowych. Jest ona niejako wpisana w analizowane teksty, które formują postawy odbiorców. Jeżeli jednak dokonujemy konfrontacji postaw czytelników z kształtującymi je tekstami prasowymi, rozpatrujemy postawy lansowane ze względu na skutki oddziaływania na odbiorcę. Skutki te mogą być bardzo różne. Gdy odbiorcy przejmą w pełni postawę lansowaną przez prasę, warstwy: poznawcza, emocjonalna i behawioralna publikacji prasowych na dany temat pokryją się z komponentami: poznawczym, emocjonalnym i behawioralnym postawy czytelników.

⁹ R. Jakobson: *Poetyka w świetle językoznawstwa*. W: *Współczesna teoria badań literackich za granicą*. T. 2. Red. H. Markiewicz. WL, Kraków 1972, s. 27—30. Podobną klasyfikację wypowiedzi prasowych proponuje M. Szulczewski. W komunikacji społecznej wyróżnia on 3 nurty:

I Komunikacja informatywna, której rola polega głównie na dostarczaniu informacji, II Komunikacja objaśniająca, w której przeważa systematyzowanie, uogólnianie informacji, wyciąganie z niej różnego rodzaju wniosków (głównie jednak o zabarwieniu emocjonalnym — WT); III Komunikacja stymulująca, której rolę widzieć można przede wszystkim w dostarczaniu bodźców do jakichś zachowań, wywoływaniu i ukierunkowywaniu jakichś działań. (Patrz M. Szulczewski: *Publicystyka, problemy teorii i praktyki*. PWN, Warszawa 1976, s. 22.)

Może się jednak zdarzyć, że wspomniane elementy postawy lansowanej i postawy odbiorców nie pokrywają się. Na przykład publikacje o dużej emotywności mogą powodować obojętne postawy odbiorców lub na odwrót: komunikaty pozbawione zupełnie warstwy emocjonalnej formować będą silnie zabarwione uczuciowo postawy odbiorców. Duże znaczenie w tym przypadku ma postawa wobec źródła, z którego pochodzą odbierane komunikaty.

Lansowaną przez prasę i pożądaną postawą czytelników wobec integracji krajów socjalistycznych powinna być — jak się wydaje — postawa charakteryzująca się w planie poznawczym racjonalną i rzeczową wiedzą o integracji krajów RWPG, w planie emocjonalnym pozytywnymi emocjami wobec tego procesu, a w planie behawioralnym konkretnymi i spójnymi czynnościami z myślą o integrujących się krajach socjalistycznych. Przyjrzyjmy się zatem poszczególnym elementom postawy lansowanej.

1. Warstwa poznawcza

Wiedza o integracji krajów RWPG składa się, generalnie rzecz biorąc, z wiadomości o poszczególnych państwach socjalistycznych oraz wiadomości o przyczynach i skutkach procesu integrowania się tych państw.

Czy nasza prasa należycie informuje o państwach RWPG? Na to pytanie próbowano odpowiadać już wcześniej¹⁰. Obecnie publikacje o krajach socjalistycznych zajmują 4,5—10% ogólnej powierzchni i stanowią 5—8% całkowitej ilości pozycji zamieszczanych w czasopiśmie. Z tego 0,3—4% powierzchni i 0,4—5% pozycji przeznacza się na publikacje dotyczące integracji tych krajów¹¹.

Przeważa tematyka polityczna oraz tematyka ze sfery usług niematerialnych (oświata, wychowanie, kultura i sztuka, nauka i technika). Problematyka z tych dwóch działów zajmuje ponad 50% łącznej

¹⁰ K. Krauss: Problemy współpracy gospodarczej i handlu zagranicznego z krajami socjalistycznymi na łamach wybranych dzienników i tygodników (1973) oraz Z. Bernat: ZSRR i europejskie kraje socjalistyczne w polskich tygodnikach ilustrowanych (1973) — maszynopisy w OBP. Oba opracowania objęły ten sam okres badawczy — pierwsze półrocze 1972. W pierwszym dokonano analizy zamieszczonych na łamach 25 dzienników i 5 tygodników publikacji dotyczących problemów socjalistycznej integracji gospodarczej, handlu zagranicznego oraz współpracy RWPG z krajami nie należącymi do tej organizacji. W drugim analizowano łącznie 156 numerów *Dookoła świata*, *Itd*, *Nowej Wsi*, *Panoramy*, *Perspektyw* oraz *Przekroju*. Tylko wyniki Bernata dają się częściowo porównać z uzyskanymi obecnie.

¹¹ Odmienne proporcje zauważa się jedynie w dwóch rodzajach pism: *Kraju Rad* i *Przyjaźni* z jednej strony oraz *Karuzeli* i *Szpilkach* z drugiej. W pierwszych dwu tytułach, co jest zresztą w zupełności uzasadnione ich charakterem, krajom socjalistycznym poświęca się ponad 70% powierzchni i ok. 65% pozycji. Na drugim biegunie znajdują się pisma satyryczne. Publikacje o krajach socjalistycznych zajmują w nich tylko ok. 1% powierzchni i 0,5% pozycji.

powierzchni publikacji o krajach socjalistycznych¹². Podobne proporcje tematyczne obserwuje się w wypowiedziach o każdym z siedmiu europejskich państw RWPG. W przypadku pozostałych państw socjalistycznych górę bierze tematyka polityczna.

Najwięcej uwagi poświęca się kolejno: 1. ZSRR, 2. Polsce¹³, 3. Czechosłowacji, 4. NRD, 5. Węgrom, 6. Bułgarii, 7. Rumunii, 8. Jugosławii, 9. Kubie, 10. ChRL, 11. Mongolii, 12. Wietnamowi, 13. KRLD.

W około 2/3 materiałów przedstawia się te kraje bez ukazania powiązań integracyjnych między nimi. W pozostałej 1/3 materiałów dużą przewagę mają pozycje ukazujące powiązania dwustronne.

Trudno z całym przekonaniem orzec, czy stwierdzony wyżej procentowy udział problematyki krajów socjalistycznych jest w badanych wysokonakładowych tytułach właściwy¹⁴. Opierając się jednak na badaniach Z. Bajki, który dowodzi, iż ogólny profil tematyczny naszej prasy odpowiada jej odbiorcom¹⁵, sądzić należy, że przedstawione proporcje są raczej właściwe. Ku temu przekonaniu skłania się również, w konkluzji swoich dociekań, Z. Bernat, który osiągnął bardzo podobne wyniki¹⁶.

Drugim ważnym elementem wiedzy o państwach RWPG są wiadomości na temat przyczyn i skutków integrowania się tych krajów.

Międzynarodową integrację gospodarczą określić można jako proces zespalania gospodarstw narodowych przynoszący korzyści wszystkim partnerom¹⁷. Działalność integracyjna krajów wspólnoty socjalistycznej widoczna jest także w pewnych dziedzinach polityki i kontaktów społecznych. Jej przyczyny od samego początku były objaśniane przez prasę.

Istnieje kilka sposobów przyczynowego wyjaśniania zjawisk historycznych. Przyczynami tych zdarzeń nazywa się czasem warunki wystarczające do ich zajścia, czasem warunki niezbędne, czasem warunki w danej sytuacji niezbędne, a czasem warunki sprzyjające¹⁸. Przy wyjaśnianiu procesu integracji krajów socjalistycznych

¹² Tematyka tych publikacji jest pochodną ogólnego profilu tematycznego badanych tytułów. W profilu tym najszerzej reprezentowane są właśnie te dwa działy. Patrz W. Masłowski: Tematyka polskich czasopism..., op. cit.

¹³ Miarą jest liczba wystąpień w roli przedmiotu wypowiedzi samodzielnie lub wspólnie z innymi krajami. Polskę uwzględniono tylko wtedy, gdy występowała w kontekście innych państw socjalistycznych.

¹⁴ Szczegółowe dane z analizy ilościowej patrz W. Tyrański: Kształtowanie postaw..., op. cit. s. 17–26.

¹⁵ Z. Bajka: Działalność prasy w opinii społecznej. Materiały OBP, Kraków 1977, s. 43.

¹⁶ Z. Bernat: ZSRR i europejskie kraje socjalistyczne w polskich tygodnikach ilustrowanych (wnioski z badań). Maszynopis w OBP 1973, s. 1.

¹⁷ P. Bożyk, M. Guzek: Teoria integracji socjalistycznej. PWE, Warszawa 1977, s. 17.

¹⁸ A. Malewski, J. Topolski: O wyjaśnieniu przyczynowym w historii. W: O nowy kształt nauk społecznych. PWN, Warszawa 1975, s. 111.

w specjalistycznej literaturze przedmiotu podaje się wszystkie wymienione rodzaje przyczyn.

A. Wyjaśnienie przy pomocy przyczyn rozumianych jako warunki wystarczające

Okoliczności A są warunkiem wystarczającym zdarzenia B, jeżeli zawsze wtedy, gdy zachodzą okoliczności A, zachodzi wydarzenie B.

Z tego rodzaju wyjaśnieniem integracji państw socjalistycznych mamy do czynienia wtedy, gdy stwierdza się, iż u podłoża tego procesu leżała obowiązująca zaraz po wojnie w poszczególnych krajach Europy wschodniej koncepcja autonomicznego rozwoju państw tego obszaru¹⁹. Zakładała ona wszechstronny rozwój społeczno-gospodarczy krajów, w których zwyciężyły rewolucje ludowo-demokratyczne, a władza przeszła w ręce mas pracujących. Aby przeobrazić surowcowo-rolniczą strukturę gospodarki tych państw postanowiono rozwijać przemysł. Tylko tą drogą, jak sądzono, kraje Europy wschodniej mogły przejść z grupy państw jednostronnie i słabo rozwiniętych do grupy krajów o wszechstronnie i dobrze rozwiniętej gospodarce. Wysiłki te dały początek współdziałaniu i wzajemnej pomocy, co wiodło ku integracji. Warto zaznaczyć, iż koncepcja autonomicznego rozwoju pojawiła się i została zrealizowana w nie sprzyjających integracji gospodarczej warunkach, w jakich znalazła się po wojnie Europa wschodnia²⁰. Jeszcze bardziej uwydatnia to jej znaczenie jako wystarczającej przesłanki integracyjnych poczynąń europejskich krajów socjalistycznych.

B. Wyjaśnienie przy pomocy przyczyn rozumianych jako warunki niezbędne

Okoliczności A są warunkiem niezbędnym zdarzenia B, jeżeli tylko wtedy, gdy zachodzą okoliczności A, zachodzi zdarzenie B.

Ten rodzaj wyjaśniania integracji państw socjalistycznych wymaga odwołania się do politycznego podłoża tego procesu. Wykazuje się mianowicie, że podstawą integracji socjalistycznej — w odróżnieniu od kapitalistycznej — jest praktyczne zastosowanie leninowskiej myśli politycznej w dziedzinie stosunków międzynarodowych²¹. Wpływające z niej zasady internacjonalizmu proletariackiego będącego wyrazem polityki i solidarności klasy robotniczej w krajach budujących socjalizm stworzyły niezbędną dla współpracy między

¹⁹ P. Bożyk: Współpraca gospodarcza krajów RWPG. PWE, Warszawa 1977, s. 47—57.

²⁰ Tamże, s. 48: „W sumie w warunkach tradycyjnego międzynarodowego podziału pracy gospodarkę krajów Europy wschodniej charakteryzował postępujący proces dezintegracji. Było to zjawisko odwrotne do istniejącego w obrębie krajów Europy zachodniej, w której następowało w kolejnych latach zbliżenie poziomów rozwoju gospodarczego i dopasowywanie struktury gospodarek”.

²¹ P. Bożyk; J. Symonides: Wspólnota państw socjalistycznych. W: Wybrane problemy współpracy międzynarodowej. Red. J. Symonides, KiW, Warszawa 1977, s. 21—25.

tymi państwami płaszczyznę wzajemnej pomocy braterskiej na zasadach całkowitego równouprawnienia, poszanowania integralności terytorialnej, niepodległości i suwerenności²².

C. Wyjaśnienie przy pomocy przyczyn rozumianych jako warunki w danej sytuacji niezbędne

Zdarzenie A jest warunkiem w pewnej określonej sytuacji niezbędnym dla zajścia zdarzenia B, jeżeli pozostałe składniki tej sytuacji bez A nie wystarczają dla zajścia B.

Integracja krajów socjalistycznych wyjaśniana w ten sposób okazuje się następstwem zimnej wojny prowadzonej wobec tych krajów przez rozwinięte państwa kapitalistyczne. Zachód realizujący doktrynę Trumana dążył do zahamowania rozwoju państw socjalistycznych²³. W tym celu odcięto te kraje od tradycyjnych rynków zbytu dla eksportowanych przez nie surowców i żywności. Odcięto je również od dostaw sprzętu inwestycyjnego, maszyn i urządzeń niezbędnych dla industrializacji. Zrodziło to zrozumiałą tendencję do poszerzania współpracy i wzajemnej pomocy między krajami z omawianej grupy.

D. Wyjaśnienie przy pomocy przyczyn rozumianych jako warunki sprzyjające

Okoliczności A są warunkiem sprzyjającym zdarzeniu B, jeżeli występując z innymi zwiększają prawdopodobieństwo zajścia B lub zmniejszają to prawdopodobieństwo, gdy w takiej samej sytuacji nie występują.

Z wyjaśnieniem tego typu spotykamy się wtedy, gdy przyczyn integracji krajów socjalistycznych upatruje się w podobnym poziomie rozwoju społeczno-ekonomicznego, jaki został osiągnięty przez te kraje²⁴. W ukształtowanym historycznie tradycyjnym podziale pracy kraje Europy wschodniej były, jak wiadomo, producentem surowców i żywności dla krajów Europy zachodniej, w których, szczególnie na przełomie XVIII i XIX wieku, rozwijała się masowa produkcja przemysłowa. Specjalizacja w zakresie surowców i żywności nie była jedyną wspólną cechą krajów leżących na wschód od Łaby. Były one podobne do siebie również pod względem stosunków ekonomicznych i społecznych. W okresie międzywojennym charakterystyczne dla nich było bezrobocie w mieście i przeludnienie na wsi²⁵. Kiedy po drugiej wojnie światowej w krajach tych zwyciężyły rewolucje ludowo-demokratyczne, do odziedziczonych podobieństw

²² Deklaracja narady przedstawicieli partii krajów socjalistycznych w r. 1957. Cyt. za: P. Bożyk, J. Symonides, j.w., s. 22.

²³ P. Bożyk: Współpraca gospodarcza..., op. cit., s. 52—54.

²⁴ J. Ciepielewski: Powstanie i rozwój wspólnoty państw socjalistycznych. W: Doświadczenia europejskich krajów RWPG w budownictwie socjalistycznym. Red. J. Ciepielewski, KiW, Warszawa 1976, s. 22.

²⁵ J. Kleer: Drogi wyjścia z zacofania. PiW, Warszawa 1974, s. 124—137.

doszły dalsze, wiążące się z wejściem na drogę socjalistycznego rozwoju. Te właśnie podobieństwa natury ekonomiczno-społeczno-politycznej oraz zasadnicza wspólnota celów stanowiły sprzyjające warunki współpracy i integracji.

*

W przebadanych publikacjach prasowych przyczyny integrowania się krajów socjalistycznych ujmowane są najczęściej jako zespół warunków sprzyjających. Prawie zupełnie brak w analizowanych czasopismach wyjaśnień integracji przy pomocy warunków wystarczających oraz warunków niezbędnych. Jest to, jak widać, poważne ograniczenie wiedzy o przyczynach tego procesu.

O wiele jednak częściej niż o przyczynach mówi się w analizowanych publikacjach o skutkach posunięć integracyjnych. W dziedzinie gospodarczej wymienia się wspólne inwestycje przemysłowe. W dziedzinie politycznej skutki integracji obejmują utrwalenie pokoju w Europie. W dziedzinie kontaktów międzyludzkich wskazuje się na umacnianie wspólnoty ideowo-politycznej i duchowej, wymianę specjalistów, rywalizację sportową i wzajemne wzbogacanie kultur.

Argumentacja dołączona do tych wywodów jest racjonalna lub nieracjonalna; rzeczowa lub nierzeczowa²⁶.

Racjonalna jest wtedy, gdy odwołuje się do korzystnych następstw integracji: „Na zasadzie pomocy wzajemnej, specjalizacji i kooperacji w dziedzinie nauki i techniki kraje RWPG mają możliwość rozwiązywania zadań gospodarczych, wykonanie których byłoby ponad siły jednego kraju”. Argumentacja ta jest równocześnie rzeczowa, gdy badane publikacje zawierają przykłady ilustrujące te korzyści. W czasopiśmie odnajdujemy ich sporo. Często padają wówczas liczby, które mają zwiększyć moc dowodową wyводу. Podawane jednak bez tła, na którym coś znaczą, mogą zmniejszać rzeczowość opieranej na nich argumentacji²⁷. Płynąca z nich wiedza może się więc okazać w dużej mierze powierzchowna²⁸.

Zdarza się też, że wysuwane przez dziennikarzy tezy dowodzone są nieracjonalnie i nierzeczowo. Z argumentacją taką mamy na przykład do czynienia, gdy zakłada się, że argumenty strony przeciwnej nie zasługują na dyskusję. Lepszym przykładem braku racjonalności i rzeczowości argumentacji są wywody, w których wy-

²⁶ Argumentacja rzeczowa uzasadnia, że jest tak i tak. Argumentacja nierzeczowa prowadzi natomiast do przekonania, że jest tak i tak, bez uzasadniania, iż właśnie tak i tak jest. Zob. T. Pszczołowski: Umiejętność przekonywania i dyskusji. Wiedza Powszechna, Warszawa 1974, s. 93—95.

²⁷ W. Tyrański: Jak przedstawiać kraje socjalistyczne na łamach prasy, kilka refleksji metodycznych. *Nasze Problemy* 1979, nr 4.

²⁸ Zwracają na to uwagę również obaj autorzy dotychczasowych opracowań o krajach socjalistycznych w naszej prasie. Patrz K. Krauss: Problemy współpracy gospodarczej..., op. cit., s. 9—11 i 15—16 oraz Z. Bernat: ZSRR i europejskie kraje socjalistyczne..., op. cit., s. 6.

suwane tezy mówią tylko o naszych zaletach, są swoistymi komplementami pod własnym adresem lub też mówią tylko o wadach naszych przeciwników.

2. Warstwa emocjonalna

Przypisanie przedmiotowi wypowiedzi określonych wartości jest dowodem emocjonalnego ustosunkowania nadawcy do tego przedmiotu. Sprzyja jednocześnie wzbudzaniu uczuć u czytelników.

W wypowiedziach prasowych o krajach RWPG najczęściej występującymi wartościami są „ojczyzna” i „praca”.

Pierwsza eksponowana jest zazwyczaj, gdy mówi się o integracji w aspekcie politycznym. Pokojowi, a tym samym wartości, jaką jest ojczyzna, zagrażają siły ucieleśnione w agresywnych dążeniach państw kapitalistycznych. Schemat ten ma wiele odcieni, lecz w najsilniejszych sformułowaniach sprowadza się do zasady diametralnego przeciwstawienia racji:

- państwa socjalistyczne z całej swojej istoty nastawione są pokojowo;
- państwa kapitalistyczne z całej swojej istoty są agresywne.

Dopełnieniem tego jest inne przeciwstawienie. Myśl i praktykę polityczną socjalizmu ukazuje się jako znajdujące się w ciągłym rozwoju, jako „wzbogacenie i twórcze rozwinięcie marksizmu-leninizmu”, a społeczeństwo socjalistyczne jako „społeczeństwo dojrzałego socjalizmu”. Ustrój kapitalistyczny natomiast, razem ze społeczeństwem burżuazyjnym, zdaniem wielu autorów, ulega powolnej degrengoladzie: „Dla burżuazji wygodniejszy jest typ demokracji przedstawicielskiej, dający możliwość zniekształcania wielorakimi środkami woli obywateli w toku wyborów, wywierania nacisku na oderwanych od wyborców ich przedstawicieli”.

Praca jako wartość i inspirowany przez nią postęp prezentowane są najczęściej w powiązaniu ze współdziałaniem gospodarczym państw RWPG. Prawie wszystkie publikacje o tych krajach wspominają o efektach wzajemnej współpracy. Co prawda tylko w niewielu z nich pisze się bezpośrednio o samej pracy, dzięki której powstają różnego rodzaju dobra materialne. Jeżeli jednak mówi się o ich zaistnieniu, to skądinąd wiadomo, że są uwieńczeniem ludzkiego wysiłku — dodajmy — zgodnego wysiłku społeczeństw krajów socjalistycznych.

Pojawiające się w badanych publikacjach silne oceny pozytywne wobec przedstawionych wartości każą sądzić, iż natężenie indukowanych u czytelników uczuć może być duże. Komponent emocjonalny lansowanej postawy uznać trzeba za silnie pozytywny.

3. Warstwa zachowań

Podawane czytelnikom wiadomości mogą stanowić punkt wyjścia dla podejmowanych przez nich zachowań. Dostarczając wiedzy o procesach integracyjnych, jakie zachodzą między krajami obozu socjalistycznego, ukazuje się integrację jako cel możliwych działań jednostkowych i grupowych. Ukazuje się też drogi do realizacji tego celu.

Zasadniczymi dwoma motywami podejmowanych czynności są w badanych materiałach dwie sytuacje:

- sytuacja nęcząca: należy podjąć działanie, bo będzie lepiej niż jest ²⁹.
- sytuacja przymusowa: należy podjąć działanie, bo będzie gorzej niż jest ³⁰.

Sytuacja nęcząca występuje zazwyczaj w kontekście integracji gospodarczej. Działania zmierzające do integracji politycznej ukażywane są natomiast jako wynik sytuacji przymusowej. W obu przypadkach występują dwa rodzaje stymulacji:

- apel do potrzeb: najczęściej opisywane są działania zgodne z interesem społeczeństwa, przynoszące mu korzyść. Zupełnie sporadycznie natomiast odbiorcy wzywani są do zrobienia czegoś w celu zaspokojenia swoich jednostkowych potrzeb.
- apel do emocji: wzbudzane są emocje, które powinny doprowadzić do podjęcia jakichś działań. Ponieważ w warstwie emocjonalnej badanych materiałów dominują uczucia silne, można się spodziewać, iż apelowi emocjonalnemu przypadnie duża rola w skłanianiu odbiorców do pożądanych działań.

Podmiotem działań w zdecydowanej większości wypowiedzi jest społeczeństwo jako całość, działające przez organy polityczne, gospodarcze lub kulturalne. Działania indywidualne czytelników prasy mogą się więc okazać mało spójne i mało konkretne.

IV. ODDZIAŁYWANIE PUBLIKACJI PRASOWYCH O INTEGRACJI KRAJÓW RWPG

Wydaje się, że zrekonstruowana postawa charakteryzująca się w planie poznawczym niezbyt wszechstronną wiedzą o przyczynach i skutkach integracji oraz pewnymi lukami w racjonalności i rzeczowości argumentacji; w planie emocjonalnym silnymi ocenami pozytywnymi wartości pozytywnych, jakie niesie integracja i sil-

²⁹ T. P s z c z o ł o w s k i: Umiejętność przekonywania..., op. cit., s. 238.

³⁰ Tamże, s. 238.

nymi ocenami negatywnymi czynników zagrażających tym wartościom; w planie behawioralnym zaś stymulacją w formie apelu do emocji — nie może być w pełni przejęta przez wszystkich odbiorców prasy. Potwierdzają to zresztą badania odbioru, dzięki którym odkrywamy, iż w procesie formowania postaw wobec integracji państw RWPG istotną zmienną będzie także ustosunkowanie czytelników do źródła opinii kształtujących te postawy³¹.

Rezultaty analizy skłaniają do sformułowania pewnych postulatów pod adresem praktyki informowania o krajach socjalistycznych przez naszą prasę. Praktyka owa nie przedstawia się najlepiej. Mamy bowiem do czynienia z sytuacją, w której poważna część odbiorców prasy zostaje poza zasięgiem oddziaływania publikacji o procesach integracyjnych. Aby temu zapobiec należałoby przestrzegać kilku zasad.

1. Racjonalność i rzeczowość argumentacji: argumenty „za” i „przeciw”

Wiadomo, że coraz bardziej wykształcony czytelnik będący odbiorcą publikacji prasowych podatny będzie przede wszystkim na argumenty przemawiające do rozumu. Łatwo też odkryje luki w rzeczowości dowodów i przeprowadzonych tez. Dobrym sposobem przekonywania takiego odbiorcy jest argumentowanie „za” i „przeciw”. Sposób ten wydaje się zupełnie obcy dziennikarzom piszącym o krajach socjalistycznych w naszej prasie. Wygląda na to, jakby integracja miała tylko jeden wymiar. Czyż pisząc o niej w ten sposób nie skazuje się z góry głoszonych poglądów na odrzucenie przez czytelnika, który uzna je za mało obiektywne, bo przedstawiające wyłącznie tylko jeden z możliwych punktów widzenia? Sprawa ta ma duże znaczenie jeszcze z innego powodu. Okazuje się bowiem, że największą wiarygodnością u odbiorców, zwłaszcza bardziej wy-

³¹ Chodzi tu o odpowiedzi uzyskane na 3 pytania zadawane czytelnikom prasy:

- I. Jaki jest, zdaniem Pana(i) obraz Polski, krajów socjalistycznych i krajów kapitalistycznych przedstawiany na łamach naszej prasy. Kraje socjalistyczne przedstawiane są: a) lepiej niż w rzeczywistości, b) tak, jak w rzeczywistości, c) gorzej niż w rzeczywistości. (Z. B a j k a: Działalność prasy w opinii społecznej, op. cit.)
- II. Które państwo spośród wymienionych 35 krajów świata byłoby uczestnikiem wojny, w którą zaangażowana byłaby Polska i jak to państwo gotowe jest zachować się w wypadku konfliktu? a) brałoby czynny udział po stronie Polski; b) brałoby czynny udział po stronie przeciwnika; c) zachowałoby neutralność? (J. M i k u ł o w s k i P o m o r s k i: Odprężenie i poczucie bezpieczeństwa w świetle opinii odbiorców masowego komunikowania. Materiały OBP, 1977.)
- III. Już od roku istnieją duże udogodnienia w przekraczaniu granicy NRD. Jaka jest Pana(i) opinia na temat tych udogodnień oraz różnego typu skutków, które mogą wywołać? (T. G o b a n - K l a s: Opinie Polaków o ruchu bezwizowym PRL—NRD. Materiały OBP, 1973.)

kształconych, cieszy się ten nadawca, który ujawnia również wiadomości godzące w propagowane przez niego tezy³². Czemu więc nie pozyskiwać czytelników tym sposobem?

2. Stonowanie warstwy emocjonalnej

Warstwa emocjonalna badanych materiałów prasowych o integracji nasycona została, jak pamiętamy, uczuciami silnie pozytywnymi. Prowadzić to może niekiedy do zbyt dużej rozbieżności między głoszonymi w prasie przekonaniami a aktualnymi postawami odbiorców. Na rozbieżność taką pozwolić sobie może, z dobrym skutkiem, jedynie nadawca obdarzony dużym zaufaniem odbiorców³³. W odczuciu czytelników prasa nasza nie jest jednak najlepszym źródłem informacji o Polsce i innych krajach socjalistycznych³⁴. Wydaje się, że lepsze efekty w zakresie kształtowania postaw odbiorców wobec integracji tych krajów można będzie uzyskać wtedy, gdy lansowane w prasie przekonania dotyczące tej kwestii okażą się bardziej umiarkowane.

3. Odwoływanie się do pozytywnych nastawień odbiorców

W celu propagowania integracji krajów obozu socjalistycznego wykorzystywać warto częściej bardzo pozytywny stosunek emocjonalny naszego społeczeństwa do Węgier³⁵. Ukazywanie procesów integracyjnych na przykładzie kraju obdarzonego powszechną sympatią ogromnie zwiększa szanse pozyskania czytelników. Tymczasem wśród krajów socjalistycznych, którym poświęca się w naszych czasopiśmie najwięcej uwagi, Węgry zajmują dopiero 4—5 pozycję.

4. Dostarczanie indywidualnych wzorów zachowań

Zamiast opisów działań na skalę państwa, dalej gałęzi gospodarki czy przedsiębiorstwa, częściej pojawiać się powinny w prasie relacje o pojedynczych, „prywatnych” ludziach, których zachęciano by do konkretnych działań związanych z jednym, kilkoma czy

³² T. Mądrzycki: Psychologiczne prawidłowości..., op. cit., s. 190. Patrz także: E. Aronson: Człowiek..., op. cit., s. 99 i 108—109 oraz C. J. Hovland, A. A. Lumsdaine, F. D. Scheffield: Experiment on Mass Communication. Princeton, 1949, s. 212 i nast. Cyt. za F. Bledijan, K. Stosberg: Analyse der Massenkommunikation: Wirkungen. Bertelsmann Universitätsverlag, Düsseldorf 1972, s. 41—42.

³³ E. Aronson: Człowiek..., op. cit., s. 120. Patrz także: C. J. Hovland, I. C. Janis, H. H. Kelley: Communication and Persuasion, New Haven 1953, s. 269—270.

³⁴ Z. Bajka: Działalność prasy..., op. cit., s. 23.

³⁵ J. Mikułowski Pomorski: Odprężenie i poczucie bezpieczeństwa..., op. cit., s. 42.

wszystkimi krajami socjalistycznymi. Sprawdzalność podawanych przy tym informacji mogłaby skutecznie zwiększać wiarygodność prasy, zwłaszcza w odczuciu czytelników bardziej wykształconych, o dużym stopniu krytycyzmu.

V. PRZYDATNOŚĆ TEORII POSTAW W BADANIACH PRASO- ZNAWCZYCH

Przedstawione podejście teoretyczne stwarza możliwość harmonijnego połączenia analizy treści z badaniami odbioru. Konstrukcja teoretyczna wykorzystana do analizy publikacji o krajach socjalistycznych może być punktem wyjścia do opracowania narzędzi służących badaniu faktycznych postaw czytelników wobec integracji tych krajów. Mam tu na myśli kwestionariusze ustalające stan wiedzy czy ankiety ujawniające podejmowane działania oraz stosunek emocjonalny odbiorców prasy do integracji państw RWPG. W efekcie uzyskujemy możliwość konfrontacji postawy lansowanej przez prasę z realnie istniejącymi postawami odbiorców. Jest to konieczne, aby ocenić skuteczność oddziaływań prasowych.

Interesującym materiałem na ten temat są sondaże socjologiczne wykonane w OBP w trakcie badań nad czytelnictwem prasy. I tak na przykład w postawach czytelników prasy wobec integracji państw obozu socjalistycznego dowiadujemy się nieco z powoływanych już trzech opracowań Z. Bajki, J. Mikułowskiego Pomorskiego oraz T. Gobana-Klasa. Ankiety użyte w tych badaniach zawierały pytania o krajach socjalistycznych. Uzyskane odpowiedzi są opiniami, z których, jak już zaznaczono, możemy wnioskować o postawach respondentów. Pytania, o których mowa, nie układają się niestety w uporządkowany zestaw penetrujący dogłębnie trzy komponenty postawy, tj. wiedzę, uczucia i zachowania w stosunku do przedmiotu, jakim jest integracja. Dlatego też wiedza o tak badanych postawach, choć interesująca, nie jest dostateczna. Sądzę, że zaproponowane rozwiązanie teoretyczne może przyczynić się do jej pogłębienia.

Pora wreszcie na wady przedstawionej metody. Jej użyteczność w analizie treści obniża brak bezwzględnych punktów odniesienia pozwalających jednoznacznie ustalić ilość wiedzy zawartej w badanych publikacjach oraz intensywność warstwy emocjonalnej tych publikacji. Dlatego też nie wiadomo, jaką część ogólnej powierzchni badanych pism uznać można za wystarczającą ze względu na kształtowanie komponentu poznawczego pożądanej postawy czytelników. W przypadku publikacji o krajach socjalistycznych trudność ta została przezwyciężona dzięki deklaracjom czytelników, którzy twierdzili w większości, iż profil tematyczny naszej prasy jest właściwy. Jest to oczywiście rozwiązanie połowiczne, gdyż proporcje tematyczne uznane za właściwe przez czytelników wcale nie muszą (choć mogą) być właściwe ze względu na cele nadawcy.

Drugim zasygnalizowanym problemem jest trudność w ocenie warstwy emocjonalnej publikacji prasowych. Pewne słowa i wartości, jak wiadomo, mają mniej więcej stałe konotacje, inne natomiast mogą diametralnie różnić się pod tym względem. Nie wiadomo zatem, czy analiza użytego słownictwa, jak również propagowanych wartości, doprowadzi do trafnej oceny emotywności badanych wypowiedzi prasowych. Jeżeli jednak, tak jak w przypadku publikacji o krajach socjalistycznych, warstwa emocjonalna jest dość wyraźnie zarysowana, ryzyko błędu jest niewielkie.

MACIEJ CHRZANOWSKI

O NIEKTÓRYCH ASPEKTACH DOKUMENTACYJNEJ PODBUDOWY ARGUMENTACJI

Dziennikarz powinien dbać o atrakcyjność swego tekstu: przeciążanie materiału nadmiarem danych o charakterze dokumentacyjnym może zniechęcić czytelnika do lektury. Z drugiej jednak strony dbałość o rzetelne udokumentowanie tekstu publicystycznego winna być jedną z głównych zasad pracy dziennikarza. Jak delikatna jest granica między tymi dwoma postawami, przekonujemy się przy codziennej lekturze gazet i czasopism. Dr Chrzanowski z OBP zanalizował teksty publicystyczne 3 polskich gazet i 3 czasopism pod tym właśnie kątem. Artykuł przynosi wnioski z badań i praktyczne wskazówki dla publicystów.

I. Uwagi wstępne

Poniższe obserwacje dotyczą niektórych sposobów dokumentacyjnej podbudowy argumentacji dziennikarskiej, stosowanych w wybranych tekstach publicystycznych o tematyce społeczno-gospodarczej. Publikacji nie przytaczamy jako przykładów ze względu na ograniczoną objętość artykułu. Praca, poza zasygnalizowaniem części ogólnych zasad i wskazań posługiwania się dokumentacyjną podbudową w wypowiedziach dziennikarskich, prześledzeniem elementów jej funkcjonowania w strukturze tekstu, usiłuje również odpowiedzieć na pytania o wpływ generalnych założeń naszej polityki informacyjno-propagandowej na opisywane problemy, o sposoby uzależnienia metod dokumentowania od rodzajów i gatunków wypowiedzi publicystycznych i typu czasopism czy gazet drukujących owe wypowiedzi.

Punktem wyjścia do tych rozważań jest próba ustalenia pochodzenia danych stanowiących dokumentacyjną podbudowę argumentacji stosowanej w analizowanych pismach (*Trybuna Ludu*, *Zycie*

Warszawy, *Echo Krakowa, Polityka, Perspektywy, Życie Gospodarcze*), a ściślej w ich publicystyce. Poza obszarem naszego zainteresowania leżą bowiem gatunki informacyjne, a uwaga zostaje skupiona na „rodzajach argumentujących”, w których „poznanie istoty wyprowadza się z poszczególnych stanów rzeczy, procesów i zjawisk poprzez subiektywne rozważanie, często pogłębia się je i wiąże z innymi informacjami. Zagłębia się więc w istotę rzeczy przez logiczną analizę różnych faktycznych informacji, łatwo poznawalnych odzwierciedleń”¹.

Powyższa definicja zwraca uwagę na konieczność rozpatrywania publicystyki, jej warstwy argumentującej i dokumentującej, w szerokim kontekście informacji, gatunków informacyjnych. Informacja bowiem, rozpatrywana jako odbicie konkretnej rzeczywistości, musi stanowić rodzaj punktu wyjścia dla publicystyki. Gatunki publicystyczne mogą być realizowane jedynie w przypadku odpowiedniego funkcjonowania komunikacji informatywnej, dostarczaniu przez nią danych o faktach, zjawiskach itp., których wykorzystanie stanowi podstawę uprawiania publicystyki, często nie powtarzającej już owych danych, lecz odwołującej się pośrednio do wiedzy uzyskanej przez odbiorców z lektury wypowiedzi informacyjnych. Argumenty, opierając się na faktach, przedstawiają jakby wyższy stopień poznania i wewnętrznego uporządkowania wypowiedzi. Dlatego też informacja jest podstawą racjonalnej argumentacji (i nie da się jej precyzyjnie wydzielić z publicystyki).

Publicystyka musi również uwzględniać sumę własnych doświadczeń adresata: dokonywane przez niego konkretyzacje tekstu są często prowadzone przez pryzmat owych doświadczeń, wiedzy potocznej.

Poprzez samą argumentację będziemy rozumieć szeroki proces wykorzystywania danych przy pomocy logicznych, etycznych, emocjonalnych dowodów (jest to definicja wg J. McBartha²). Tylko marginalnie będziemy się zajmować sposobami argumentacji opartymi na sugestiach etycznych i emocjonalnych. Uwaga zostanie skupiona na argumentacji logicznej, opartej na istniejących odmianach schematu: żądanie-teza-argument. Przez „dokumentacyjną podbudowę” będziemy natomiast rozumieć wspomniane dane (np. liczby, cytowane opinie itd.) wykorzystywane w odpowiednim procesie dowodzenia.

Analizując dokumentację w naszej prasie, musimy pamiętać o problematyce wzajemnych relacji między systemem politycznym i informacyjnym, a zarazem o problematyce skoordynowanego funkcjonowania mechanizmu uzyskiwania, gromadzenia, udostępniania informacji. Masowe środki komunikowania stanowią w systemie socjalistycznym strukturę funkcjonalnie skoordynowaną. Funkcjonowanie socjalistycznej prasy jako spójnego systemu ukierunkowuje

¹ H. Budzislawski: *Dziennikarska informacja i polityka informacyjna*. Materiały OBP, zeszyt 11, s. 10.

² Zob. J. McBarth: *Argumentation and Debate*. Cyt. za K. E. Andersen: *Persuasion. Theory and Practice*. Boston 1971, s. 179.

uwagę między innymi na pewne zbieżności w sferze stosowanej w prasie argumentacji, jej podbudowy dokumentacyjnej, pewne cechy wspólne wynikające z podporządkowania prasy nadrzędnym celom polityki propagandowej. Sygnalizuje zarazem problem ważności różnego rodzaju uchwał, dokumentów partyjnych stanowiących bardzo często dokumentacyjną podbudowę np. publicystyki społecznej czy gospodarczej. Oficjalna argumentacja uzasadniająca kierunki działań całej partii i społeczeństwa w wielu przypadkach staje się argumentacją publicystyki. Zarazem niektóre dokumenty partyjne nie tylko wskazują zadania propagandy, lecz także dają przykład lub sugerują sposoby argumentacji.

Wspomniane wyżej ogólne implikacje i uwarunkowania dotyczące argumentacji dziennikarskiej, jej dokumentacyjnej podbudowy muszą być uzupełniane przez szereg szczegółowych zabiegów, które możemy zrekonstruować przez analizę samych tekstów publicystycznych, ich budowy. Posługiwanie się dokumentacyjną podbudową w tekstach publicystycznych musi być podporządkowane generalnym regułom logicznego uporządkowania obowiązującym w każdej prawidłowo zbudowanej wypowiedzi. Oczywiście, lista tych reguł jest zmienna w różnych tekstach, uzależniona od ich indywidualnej argumentacji, wnioskowań itp. Niemniej zawsze winna obejmować następujące wskazania (które, co stwierdzono w badaniach, nie zawsze były przestrzegane w publicystyce zanalizowanych pism): a) publicystyka musi być „rozumowaniem kierowanym zadaniem”³ wskazania lub rozstrzygnięcia czegoś; b) stosowana argumentacja musi mieć charakter rzeczowy; c) przytaczane argumenty muszą mieć wyraźne dla czytelnika związki z tezą i zarazem wnioski muszą być wyprowadzone z przesłanek w sposób zgodny z poprawnym wzorem logicznym; d) przesłanki i wnioski winny być opatrzone odpowiednimi kwantyfikatorami; e) stosowane entymematy winny umożliwić odbiorcy rekonstrukcję pełnego rozumowania.

Bezpośrednie i sprawdzalne wartości tekstu dziennikarskiego (czyli owa dokumentacyjna podbudowa) są z reguły tylko podbudowaniem zawartych w wypowiedziach poglądów, ocen, prognoz. Dokumentacyjna podbudowa tekstu dziennikarskiego jest elementem jego „treści”, która może być uzewnętrzniana jedynie poprzez „formę”, a te związki i oddziaływania przebiegają tu w obu kierunkach: troska o właściwe, perswazyjnie skuteczne przekazanie założonych treści implikuje wybór formy — forma implikuje zarazem sferę treści (np. stosowane sposoby argumentacji pociągają za sobą konieczność stosowania określonej podbudowy dokumentacyjnej). Dbając o czytelniczą atrakcyjność tekstu publicystycznego nie można od niego wymagać tak precyzyjnej i wyczerpującej podbudowy dokumentacyjnej jak w przypadku np. tekstu naukowego czy nawet samej informacji prasowej, którą winna cechować duża staranność i precyzja dokumentacyjna.

³ Stosowane w tekście podziały rozumowań pochodzą z pracy K. Ajdukiewicza: *Klasyfikacja rozumowań*. (W:) *Język i poznanie*. Warszawa 1965, t. II, s. 206—226.

Tekst publicystyczny, stanowiąc spójną strukturę myślową i językową, może zawierać informacje czerpane z różnych źródeł; poszczególne źródła danych często wzajemnie się przenikają, uzupełniają — dlatego też w wielu przypadkach nie można autorytatywnie wskazać ich pochodzenia.

II. Pochodzenie danych i sposoby ich prezentacji

Do zespołu szeroko rozumianych źródeł informacji wykorzystywanych w prasie zwykło się zaliczać między innymi: bezpośrednią obserwację rzeczywistości prowadzoną przez dziennikarza, rozmowy, wywiady, materiały źródłowe i naukowe, różnego rodzaju dokumenty, przeznaczone dla prasy oświadczenia i informacje pochodzące od różnych instytucji społecznych, politycznych, gospodarczych itp. Informacje pochodzące ze wszystkich tych źródeł mogą stanowić dokumentacyjną podbudowę tekstu dziennikarskiego, publicystycznego, a ich wykorzystanie i przepływ są prawnie regulowane.

Dokumentacyjna podbudowa argumentacji dziennikarskiej jest także uzależniona od zasobów dokumentacyjnych, archiwalnych samego publicysty czy zatrudniającej go redakcji. Problemy właściwego funkcjonowania archiwów prasowych doczekały się już osobnej literatury⁴.

Analiza dzienników i czasopism badanych w tej pracy wykazała obecność w dokumentacyjnej podbudowie danych czerpanych ze wszystkich wyżej zasygnalizowanych źródeł. Nierównomierne jest tu jednak rozłożenie akcentów, częstotliwość wykorzystywania poszczególnych źródeł, która jest również uzależniona od problematyki: inaczej prezentuje się w przypadku publicystyki dotyczącej spraw społecznych niż w przypadku tekstów mówiących o gospodarce, ekonomii. Generalnie możemy stwierdzić, że publicystyka społeczna jest dużo słabiej dokumentowana. Jej argumentacja najczęściej opiera się na sugestii natury emocjonalnej, czasami i etycznej; bardziej wyczerpująco, wszechstronnie i pełniej dokumentowane są teksty z pogranicza spraw społecznych i gospodarczych.

Warto również zwrócić uwagę na słabo wykorzystywaną w naszej prasie możliwość dokumentacji przez fotografię prasową, serwisy fotograficzne integralnie związane z tekstem publicystycznym. Ten rodzaj dokumentacji jest sporadycznie tylko stosowany w polskich czasopismach (nawet typu *Perspektyw*), w których zdjęcia są często tylko elementem graficznym, nie spełniają większej roli w przekazywaniu określonych treści, znaczeń pozaestetycznych.

Publicystyka mówiąca o problemach społecznych jest bardzo mocno związana ze sferą polityki, ideologii, nauk politycznych i społecznych, a więc nauk, w których argumentacja nie zawsze może być podbudowana konkretnymi danymi o charakterze dokumentacyjnym, np. liczbami. Dlatego też dominuje tu w dokumentacyjnej

⁴ Zob. G. Whatmore: Archiwum redakcyjne w prasie. Kraków 1969.

podbudowie przytaczanie całych sądów, wartościowań, ocen zjawisk społecznych, nie zaś jednostkowych faktów czy precyzyjnych ustaleń, np. o charakterze statystycznym. Spośród głównych źródeł pochodzenia danych wykorzystywanych w dokumentacyjnej podbudowie publicystyki społecznej możemy wyróżnić:

— dokumenty, uchwały, tezy itp. ogłaszane przez partię, niekiedy również przez władze administracyjne, rząd. Do tej grupy możemy również zaliczyć wielokrotnie cytowane i przywoływane w tekstach przemówienia, wystąpienia oraz opinie przywódców partyjnych, rządowych;

— opinie innych pism i gazet — zarówno krajowych jak i zagranicznych;

— dane pochodzące z prac naukowych, ekspertyz przeprowadzanych na zlecenie władz przez np. instytucje naukowe. Do tej grupy można również zaliczyć dane statystyczne ogłaszane przez np. ONZ, UNESCO.

Dominującą rolę odgrywają w tekstach publicystyki społecznej dane stanowiące dokumentacyjną podbudowę ich argumentacji a pochodzące z pierwszego z wyróżnionych źródeł. Są one obecne we wszystkich badanych pismach, niezależnie od ich charakteru, modelu i adresata. W przypadku dzienników bardzo często mamy do czynienia z komentarzami i publicystyką pochodzącą z serwisów Polskiej Agencji Prasowej, w których owe dokumenty, uchwały i przemówienia są regularnie cytowane i komentowane. Jest to fakt szczególnie dobrze widoczny w prasie terenowej, najczęściej komentującej ważne (istotne w skali całego kraju) wydarzenia społeczne przy pomocy materiałów PAP-u. Własna publicystyka z tych dzienników dotyczy głównie spraw o mniejszym zasięgu, spraw regionu. Dlatego dane w niej wykorzystywane nie zawsze mogą pochodzić od władz centralnych, a raczej z dokumentów KW PZPR, uchwał ich egzekutyw, wystąpień sekretarzy czy wojewodów. Jednak, przyjmując argumentacyjną i perswazyjną wartość posługiwania się konkretem w tekście publicystycznym, trzeba podkreślić zbyt małą liczbę danych pochodzących od władz niższych szczebli, danych, które w prasie terenowej są wyraźnie rzadziej cytowane niż informacje od władz centralnych.

Ważną rolę w dokumentacyjnej podbudowie publicystyki odgrywają opinie czerpane z innych pism, szczególnie z tzw. prasy opinii, z radia i telewizji. Dominują tu oceny dokonywane przez dzienniki będące centralnymi organami partii krajów socjalistycznych, szczególnie zaś przez *Prawdę*. Opinie prasy krajów socjalistycznych przytacza się nie tylko w kontekście wydarzeń polskich, ale również w przypadku zjawisk dotyczących całej wspólnoty socjalistycznej, jej jednorodnych ocen procesów zachodzących w świecie. W przypadku danych pochodzących z zachodnich mediów masowych najczęściej spotykamy sposoby ich wykorzystania zgodne bezpośrednio z modelowym schematem K. E. Andersena⁵. Po podaniu danych następuje zastrzeżenie, warunek (np. zwrócenie uwagi na propagando-

⁵ K. E. Andersen: op. cit., s. 190.

we cele owych środków komunikowania, ich klasowy charakter, nacechowanie ideologiczne itp.) i dopiero po owych zastrzeżeniach zostaje wypowiedziane twierdzenie.

Istotnym źródłem danych dla prasy badanej w opracowaniu są publikacje z *Trybuny Ludu*, które (traktowane poniekąd jako oficjalna wykładnia uchwał, dokumentów partyjnych, stanowiska partii wobec różnych problemów) są przytaczane jako dowód też publicystyki. Stosunkowo dużo rzadziej dokumentacyjną podbudowę argumentacji publicystyki społecznej stanowią dane czerpane z prac naukowych. Są one raczej charakterystyczne dla obszernej publicystyki z tygodników, w minimalnym stopniu funkcjonują zaś w dziennikach.

Podobne źródła pochodzenia danych możemy wskazać w przypadku dokumentacyjnej podbudowy publicystyki gospodarczej, ekonomicznej, która jest z reguły pełniej i precyzyjniej udokumentowana od publicystyki społecznej (oczywiście musimy pamiętać o umowności obu tych określeń — bardzo rzadko można przeprowadzić precyzyjne rozróżnienie między publicystyką społeczną a gospodarczą). Dominują tu dane czerpane z prac naukowych, publicystyka poświęcona gospodarce bazuje z reguły na argumentach racjonalnych, logicznie uporządkowanych. W owej dokumentacyjnej podbudowie tekstu publicystycznego autorzy niekiedy powołują się na określony autorytet (instytucję lub osobę). Taki sposób uwierzytelniania podawanych danych wzmacnia przekonanie czytelnika o ich dokładności i autentyczności, służy głównie wzmocnieniu perswazyjnej skuteczności oddziaływania tekstu publicystycznego. Jak twierdzą bowiem np. F. Bledijan i K. Stosberg⁶, kiedy wypowiedź przypisana jest nadawcy o dużej wiarygodności, jest bardziej prawdopodobne, że zostanie ona uznana za uczciwą i pozbawioną uprzedzeń, aniżeli ta sama wypowiedź przypisana nadawcy o małej wiarygodności.

Istotnym źródłem dokumentacyjnej podbudowy są zarazem wszelkiego rodzaju roczniki statystyczne, dokumenty GUS-u i opracowania o podobnym charakterze, bez trudu dostępne zarówno autorom jak i czytelnikom. Dane pochodzące z tego typu wydawnictw są podawane bez cytowania ich źródeł. Równie często przywoływane są opinie i ustalenia różnego rodzaju organów kontroli społecznej, MO, sejmowych komisji, zespołów rządowych, komisji rad narodowych.

Wyżej zasygnalizowane źródła danych stanowiących dokumentacyjną podbudowę argumentacji stosowanej w publicystyce są jednak najczęściej nie określone i nie nazywane w samych tekstach dziennikarskich. Jest to szczególnie dobrze widoczne w publicystyce z prasy codziennej, a fakt ów można zapewne tłumaczyć między innymi tendencją do maksymalnej skrótowości interesującej nas publicystyki i jej cechami ze sfery poetyki, języka. Częściej sygnalizuje się pochodzenie danych w pismach tygodniowych; jest to już niemal reguła w prasie o charakterze specjalistycznym. Specyficz-

⁶ F. Bledijan, K. Stosberg: *Analyse der Massenkommunikation*. Düsseldorf 1972, s. 38.

na grupę stanowią tu natomiast formuły występujące we wszystkich rodzajach pism, ale szczególnie często w badanych tygodnikach, typu: „Ludzie znający się na rzeczy twierdzą, że w 1990 roku będziemy mieli w Polsce 45 skansenów budownictwa ludowego”.

Tego typu „niedookreślenia” źródeł pochodzenia danych występują szczególnie licznie w tekstach z pogranicza reportażu i publicystyki, w których autor prowadzi rozważania na podstawie własnej obserwacji rzeczywistości, własnych danych wzbogacających zasób przekazywanych przez prasę informacji o przykłady jednostkowe, często wyjątkowe.

Interesująca nas dokumentacyjna podbudowa logicznej argumentacji w publicystyce jest najczęściej prezentowana w postaci różnego rodzaju liczb. Jednak i tu bez trudu zauważymy, że publicystyka jest dużo mniej nasycona liczbami niż informacja. Jak wykazały badania prowadzone w OBP⁷, znacznie więcej liczb występuje również w tekstach z tygodników niż z dzienników (spośród tych ostatnich najmniej liczb podaje *Trybuna Ludu*). Zarazem w publicystyce poświęconej problemom gospodarczym podaje się dwa razy więcej liczb niż w publicystyce społecznej, politycznej, której dokumentacja odwołuje się raczej w sposób opisowy do faktów, zjawisk itp.

Dane ilościowe bywają w publicystyce prezentowane albo bezpośrednio przy pomocy liczb, albo graficznie w postaci różnego rodzaju diagramów, tabel, wykresów. Wyraźnie dominuje tu pierwszy z wyróżnionych sposobów. Posługiwanie się wykresami i tabelami jest charakterystyczne dla niektórych publikacji z *Polityki*, szczególnie zaś z jej wkładki „Polityka-Eksport-Import”. Dane liczbowe są tu niekiedy usunięte ze struktury samego tekstu, który nie zawsze wprost się na nie powołuje — tworzą coś na kształt „dialogu” z tezami tekstu. Zakłada to dużą aktywność odbioru wypowiedzi, duży stopień wykształcenia i znajomości przez czytelników poruszanej problematyki, ich duże możliwości prowadzenia samodzielnych porównań, rozumowań, nawet wnioskowań polemicznych wobec ocen dokonywanych przez publicystę.

Kolejnym, często wykorzystywanym zwłaszcza w publicystyce społecznej, sposobem prezentowania dokumentacyjnej podbudowy argumentacji są różnego rodzaju cytaty, przytoczenia fragmentów tekstu pochodzących z innych wypowiedzi. Łatwo zauważymy tu wyraźną regularność: gdy przytaczane opinie potwierdzają stawiane w tekście publicystycznym tezy, to cytuje się je bezpośrednio, w dokładnym brzmieniu wybranego fragmentu. Gdy natomiast autor z nimi polemizuje, to najczęściej sam je streszcza, opisuje. Pozwala to na dowolne manipulowanie sądami, które przywołuje się w tekście publicystycznym jako rodzaj dokumentacyjnej podbudowy, pozwala przez streszczenie owych zdań na dokonanie ich wartościowań. Są to już jednak problemy, których analiza stanowi przedmiot następnej części tej pracy.

⁷ W. Maśłowski, W. Tyrański: Liczby w prasie i ich rozumienie. Raporty OBP. Kraków 1977.

III. *Funkcjonowanie w tekście*

Wspominaliśmy już o powiązaniach publicystyki z różnego rodzaju uwarunkowaniami natury politycznej, z szeroko rozumianą sferą działalności propagandowej i zarazem ze sferą polityki informacyjnej. Fakty te, w połączeniu z instytucjonalizacją obiegu informacji, decydują między innymi o znacznej jednorodności dokumentacyjnej podbudowy tekstów publicystycznych, o wspólnocie stosowanych w nich sposobów argumentacji i dowodzenia stawianych tez, wypowydanych opinii. Tak unifikacja z pewnością osłabia oddziaływanie wspomnianej publicystyki. Wspólnota przekonań politycznych, założeń ideologicznych i światopoglądowych zostaje tu połączona ze zbierową poetyką tekstów dziennikarskich. Taka tendencja, właściwa informacji, nie może być uznana za walor publicystyki, która winna charakteryzować się oryginalnością, indywidualnym warsztatem dziennikarskim, indywidualizacją języka i innymi cechami decydującymi o czytelniczej atrakcyjności publicystyki.

Istotnym faktem jest również łatwo dostrzegalne uzależnienie wyboru dokumentacyjnej podbudowy od sposobu argumentacji: jednostronnej i wielostronnej. Dominuje w naszej prasie argumentacja jednostronna — dlatego też przytacza się liczne argumenty wspierające stawiane tezy, a ich dokumentacyjna podbudowa obraca się w kręgu danych całkowicie je popierających. Takie stanowisko, szczególnie skuteczne perswazyjnie w stosunku do osób z niższym wykształceniem, charakteryzuje większość publicystyki z dzienników i magazynów tygodniowych typu *Perspektyw*. Jeżeli nawet pojawia się tu argumentacja wielostronna, to jest ona wspierana dokumentacyjną podbudową, w której fakty świadczące o słuszności stanowiska autora są wielokrotnie silniejsze, bardziej sugestywne od danych sytuowanych w kontekście polemicznym. Nagromadzeniu dowodów o różnego rodzaju danych popierających tezy lansowane przez publicystykę, towarzyszą bardzo słabe perswazyjnie fakty i dane sankcjonujące stanowisko przeciwnie. Często również podważa się wiarygodność ich źródła (np. przy pomocy pejoratywnych ocen emocjonalnych samego człowieka czy instytucji, z której owe dane pochodzą). Niekiedy też to samo źródło danych raz jest uważane za wiarygodne, a innym razem za całkowicie nieprawdziwe.

Podjęcie trudu racjonalnej i logicznej polemiki ze stanowiskiem przeciwnym własnemu, uzbrojenie zarazem przeciwnika w większość ważnych dla niego argumentów i popierających je danych, jest zabiegiem spotykanym w prasie adresowanej do wykształconych czytelników (np. w *Polityce*), w periodykach o charakterze specjalistycznym.

Stosowanie wybitnie jednostronnej argumentacji, często oczywiście uzasadnione i skuteczne perswazyjnie, niekiedy prowadzi do niezgodności używanych argumentów i ich dokumentacyjnej podbudowy z potoczną wiedzą, obserwacją prowadzoną przez czytelników, którzy sami mogą podać argumenty przeciwnie, uzasadnić je również przy pomocy konkretnej podbudowy dokumentacyjnej. Zarazem ta-

kie teksty zawierają z reguły więcej błędów w logicznym uporządkowaniu argumentacji, przytaczanej podbudowy dokumentacyjnej — a są przecież wypowiedziami o bardziej prostej strukturze rozumowania, niż artykuły stosujące argumentację wielostronną. Najczęściej na plan pierwszy wysuwa się tu twierdzenie podawane bez żadnych zastrzeżeń, warunków precyzujących kontekst jego prawdziwości. Następnie podaje się różnego rodzaju dane mające dokumentować stosowaną argumentację. Funkcjonują one w tekście w sposób, który już zdemaskował W. I. Lenin:

W dziedzinie zjawisk społecznych nie ma chwytu bardziej rozpowszechnionego i bardziej niewłaściwego niż wyławianie poszczególnych faktików, zabawa w przykłady. Dobrać fakty w ogóle — to nie sprawia żadnej trudności, ale też nie ma żadnego znaczenia lub ma znaczenie czysto negatywne, wszystko bowiem zależy od konkretnej sytuacji historycznej poszczególnych przypadków. Fakty, jeśli się je bada w ich całokształcie, w ich związku wzajemnym, są rzeczą nie tylko upartą, ale też bezwzględnie przekonywającą. Faktiki rozpatrywane bez uwzględnienia całokształtu, uwzględnienia związków, oderwane i dobrane dowolnie, są właściwie tylko zabawką lub czymś jeszcze gorszym⁸.

Podawanie oderwanych, nieraz nie wiadomo dlaczego wybranych przykładów jako dokumentacyjnej podbudowy jest chwytem stosowanym równie często w badanych dziennikach jak i tygodnikach, ich publicystyce o charakterze felietonowym. Bardzo luźny związek wniosków z przesłankami (a niekiedy nawet brak takiego związku) łączy się często z argumentacją nierzeczową, w której autor uzasadnia potrzebę wiary odbiorcy w prawdziwość stawianych tez, lecz nie dokumentuje samej ich prawdziwości.

Wspomniałem już, że charakter dokumentacyjnej podbudowy publicystyki jest uzależniony od modelu pisma, które owe teksty publikuje. Mniej precyzyjnie i wyczerpująco dokumentowana jest publicystyka z dzienników niż z tygodników. Zarazem publicystyka z prasy codziennej, sąsiadując w owych pismach z materiałami informacyjnymi, tworzy (lub przynajmniej powinna tworzyć) z nimi rodzaj strukturalnej całości, niekiedy przyjmuje kształt komentarza do nich. Fakt ten poniekąd zwalnia publicystów od obowiązku wyczerpującego dokumentowania prowadzonej argumentacji, często praktykowane są tu odpowiednie odwołania do tekstów informacyjnych. Obserwacja publicystyki z gazet codziennych dostarcza najczęściej przykładów potwierdzających tezę o dużej jednorodności interesującej nas dokumentacyjnej podbudowy, o wielokrotnym powtarzaniu się tych samych danych. Niezmienne są również generalne tezy towarzyszących im komentarzy — różnice ujawniają się tu jedynie na poziomie konstrukcji tekstu, uporządkowania argumentacji i jej dokumentacyjnej podbudowy.

Opisywane tu pisma tygodniowe reprezentują trzy bardzo różne modele periodyków, a co za tym idzie, dominują w nich różne rodzaje i sposoby argumentowania, różne funkcje analizowanej doku-

⁸ W. I. Lenin: *Dzieła*. Warszawa 1955, t. XXIII, s. 300.

mentacyjnej podbudowy publicystyki. Większość publikacji z *Zycia Gospodarczego* często zbliża się przez swą „poetykę”, terminologię, rodzaje argumentacji i jej dokumentacji do tekstów o charakterze naukowym. Tygodnik *Polityka* stosuje bardzo dużą różnorodność form publicystycznych, ich typów i gatunkowych odmian — od tekstów o niemal wyłącznie emocjonalnej argumentacji po dokładnie udokumentowane artykuły dotyczące np. spraw gospodarki. Równocześnie *Polityka* konsekwentnie unika zamieszczania danych, które mogą się wydać czytelnikowi liczbami abstrakcyjnymi. Spotykamy je natomiast w *Echu Krakowa* i *Perspektywach*, których odbiorcy są przecież z reguły mniej wykształceni niż czytelnicy *Polityki*. Owe liczby odnosi się często do innych współczynników, przeliczników, porównuje z faktami ogólnie znanymi, np. z bezpośredniej obserwacji rzeczywistości.

Publicystyka *Perspektyw* jest, ogólnie rzecz ujmując, zbliżona do podobnych tekstów z *Polityki* — oczywiście myślę tu o dokumentacyjnej podbudowie argumentacji. Dominuje w niej jednak argumentacja bardziej jednostronna, choć zawsze zawierająca wyczerpującą podbudowę dokumentacyjną. W *Perspektywach* można nawet odnaleźć wiele tekstów mówiących o problemach społecznych, które są udokumentowane na kształt publicystyki gospodarczej.

Przechodząc do następnej części analizy musimy podkreślić, że powyższe uwagi dotyczące różnych pism próbują uchwycić ich pewne generalne, powtarzające się właściwości wyznaczane na podstawie analizy interesującej nas problematyki, są jednak stosunkowo nieprecyzyjne, decydujący bowiem wpływ na kształt dokumentacyjnej podbudowy wywierają same gatunki publicystyczne, wymogi ich poetyki itp. Nietrudno zauważyć, że najlepiej i najpełniej udokumentowane są obszernie artykuły publicystyczne, które zarazem stanowią realizację modelowego schematu: teza-argumenty-wnioski. Artykuły publicystyczne, z racji swych najczęściej znacznych rozmiarów, nie muszą posługiwać się dużą liczbą entymematów, form niepełnego wnioskowania, rozumowania, podawania tylko wybranych przesłanek. Natomiast funkcją felietonu nie jest prezentowanie pełnego przeglądu problemu, przeglądu opartego na zracjonalizowanych przesłankach, zobiektywizowanych ocenach. Felietoniści szczególnie często odwołują się do argumentów emocjonalnych, ich opinie mają charakter subiektywny, często wymagający na skutek swej entymematyczności aktywnego odbioru, dokonywania przez czytelnika bardziej samodzielnych konkretyzacji. Felieton odwołuje się z zasady nie tyle do dokumentów, co raczej do bezpośredniej obserwacji rzeczywistości. Podstawą felietonowej publicystyki jest również dowolne stosowanie kwantyfikatorów: dużego zamiast małego i małego zamiast dużego. Takiego argumentowania i dokumentowania stawianych tez nie odnajdziemy w różnego rodzaju komentarzach i przeglądach wydarzeń, które dobrze uwiadczenia sygnalizowany już związek między funkcjonowaniem informacji i formami publicystycznymi, przenikaniem się dokumentacyjnej podbudowy obu tych rodzajów wypowiedzi. Komentarz i przegląd wydarzeń służą uporządkowaniu i ocenie danych oraz

faktów przynoszonych przez informację. Tego typu publicystyka musi się zatem odwoływać do informacji, proponując zarazem własne, zewnętrzne wobec faktów z rzeczywistości uporządkowanie.

IV. Wnioski końcowe

Zestawienie kilku praktycznych wskazówek dotyczących podstawowych zasad posługiwania się dokumentacyjną podbudową w tekstach publicystycznych warto zapewne poprzedzić próbą oceny wybranych elementów rzeczywistego stanu owej podbudowy zarysowanego na podstawie analizowanych tu tekstów. Trudno jednak dokonać jakiejś jednoznacznej oceny, wypowiadać opinie dotyczące całej publicystyki. Pisma analizowane tutaj, a nawet poszczególne teksty pochodzące z danej gazety są wyraźnie zróżnicowane, reprezentują publicystykę o bardzo różnych walorach dziennikarskich, poznawczych i perswazyjnych, a zatem są to wypowiedzi, w których argumentacja, jej dokumentacyjna podbudowa spełniają zamierzone funkcje w sposób mniej lub bardziej poprawny. Spośród zjawisk negatywnych na plan pierwszy wysuwa się nieraz uderzająca jednostronność argumentacji (zarazem i jej dokumentacyjnej podbudowy) służącej realizacji określonych celów perswazyjnych. Należy pamiętać, że argumentacja jednostronna jest skuteczna tylko wtedy, gdy ma wpływać na odbiorców pozbawionych dostępu do innych źródeł informacji, gdy ma raczej utrwalać niż zmieniać postawy ludzi mniej wykształconych. A przecież rozwój środków komunikowania masowego, stałe zwiększanie się liczby źródeł informacji, ich różnicowanie się, udoskonalanie ich przepływu musi skłaniać do podjęcia w publicystyce możliwie wielostronnej argumentacji, do ukazania złożoności zjawisk i procesów, ich różnych aspektów. Z ową jednostronnością argumentacji wiąże się poniekąd fakt izolowania w publicystyce np. spraw gospodarki od problemów politycznych czy społecznych. Analizowane wypowiedzi publicystyczne niekiedy tylko miały charakter wieloaspektowy. Ze zjawiskiem tym wiąże się kolejny problem — konieczność odwoływania się danych dokumentacyjnych do wyobraźni odbiorcy, konieczność obrazowego charakteru owych danych.

W przypadku publicystyki dotyczącej międzynarodowych problemów społeczno-gospodarczych można zauważyć w analizowanych pismach zbyt małą ilość korespondencji zagranicznych, które są najczęściej odbierane przez czytelników jako wypowiedzi najbardziej autentyczne, są właśnie szczególnie obrazowe, sugestywne i konkretne — nie może ich zatem zastąpić nawet najprecyzyjniej udokumentowana analiza danych liczbowych itp. W analizowanych tekstach publicystycznych niepokoi również brak odpowiedniej troski o zróżnicowanie źródeł danych, a głównie o taki ich wybór, który by się opierał na informacjach wiarygodnych dla odbiorców. Zbyt sporadycznie wzmacnia się perswazyjną skuteczność przez wykorzystanie jakiegóż autorytetu.

Te niepełne uwagi, poczynione na podstawie lektury analizowanych w rozprawie tekstów publicystycznych, możemy podsumować przy pomocy następujących ogólnych sugestii:

1. Dokumentacyjna podbudowa argumentacji publicystycznej jest częścią całego systemu informacji. Musi zatem być powiązana z wypowiedziami o charakterze informacyjnym, musi również respektować całą różnorodność funkcjonującej w społeczeństwie informacji — od faktów poznawanych dzięki masowym mediom, dzięki społecznemu komunikowaniu nieformalnemu aż do potocznej wiedzy, obserwacji odbiorców.

2. Sposoby dokumentowania muszą być uzależnione od sposobów argumentacji (oczywiście będą najpełniejsze w przypadku argumentacji logicznej, racjonalnej), która z kolei musi uwzględniać wspomnianą różnorodność informacji, jej oddziaływanie na odbiorcę.

3. Argumentacyjna podbudowa publicystyki, jej funkcjonowanie w tekście, musi być podporządkowane zasygnalizowanym regułom poprawnego logicznie wnioskowania, dowodzenia itd. Musi zarazem uwzględniać wskazania płynące z zasad dziennikarskiej retoryki, ze znajomości reguł perswazyjnego, skutecznego oddziaływania.

4. Dokumentacyjna podbudowa publicystyki musi respektować wymagania poszczególnych gatunków publicystycznych. Dziennikarz powinien mieć w polu widzenia czytelniczą atrakcyjność swego tekstu — nadmierne nagromadzenie danych o charakterze dokumentacyjnym może utrudnić percepcję tekstu, zniechęcić do lektury.

5. Należy wykorzystywać bardziej różnorodne źródła informacji, wzmacniać przekonanie czytelnika o ich autentyczności, wiarygodności.

6. Ważnym faktem jest różnorodność prezentowania danych stanowiących dokumentacyjną podbudowę, ich obrazowość, podanie w odpowiednim kontekście. Zbyt mało wykorzystywanym sposobem dokumentowania publicystyki jest fotografia prasowa.

Przestrzeganie wyżej przypomnianych zasad powinno być obowiązkiem zarówno samych publicystów jak i osób kwalifikujących teksty do druku. Od pracy sekretariatu redakcji w znacznym stopniu zależy właściwy kształt dokumentacyjnej podbudowy publicystyki danego pisma (np. prezentowanie danych przy pomocy diagramów, wykresów itp. wprowadzone przez sekretarza redakcji, a nie przez samego autora).

FRITZ BECKERT
Lipsk

UWAGI NA TEMAT OKREŚLENIA PRZEDMIOTU PSYCHOLOGII KOMUNIKOWANIA MASOWEGO (MEDIALNEGO)

*Studium o miejscu psychologii w prasoznawstwie **

Waga psychologicznych aspektów masowego komunikowania i zainteresowanie nimi ze strony praktyków są niewątpliwe. Jednakże w prasoznawstwie polskim problematyka ta nie zajmuje wiele miejsca. Sądźmy więc, że przedrukowana niżej kontrowersyjna wypowiedź NRD-owskiego autora i nawiązujący do niej głos polskiego psychologa — staną się bodźcem do dyskusji. Fritz Beckert, dr hab. pedagogiki, jest profesorem dziennikarstwa na Uniwersytecie w Lipsku; dr Romuald Holly, absolwent psychologii i filozofii na UJ, pracuje naukowo w Centralnym Komitecie SD w Warszawie oraz jako adiunkt w Instytucie Psychologii UJ.

1. Obecnie nie ma chyba takiej dziedziny życia społecznego, która dla samookreślenia i w dążeniu do wyższej efektywności nie próbowałaby uzmysławiać sobie własnych psychologicznych aspektów. Nie znając naukowych kompetencji adresata, zadaje mu się często pytania spoza zakresu danego przedmiotu lub na które — obojętnie z jakich względów — brak na razie w psychologii zadowalających odpowiedzi. Przyczyny pocieszającego ożywienia wynika-

* Pierwodruk pt. „Erwägungen zur Präzisierung des Gegenstandes der Psychologie der Massen- (Medien-) Kommunikation. Eine Studie zum Standort der Psychologie im System der Journalistikwissenschaft” — w lipskim dwumiesięczniku *Theorie und Praxis des sozialistischen Journalismus* 1978 nr 5, s. 20—25. Przekład znany autorowi. W *Theorie und Praxis* również podjęto dyskusję — w nrze 3/80 polemizował z tezami Beckerta Willy Walther (s. 231—133), replikował autor pierwszego artykułu (s. 233—239). (Red.)

ją najwidoczniej z modnego trendu w myśleniu współczesnych i znajdują oparcie w dość przekonującej maksymie: Przestrzeganie psychologicznych prawidłowości zachowania pomaga uzyskać komunikacyjne korzyści w obcowaniu z innymi ludźmi, ułatwia forsowanie własnych zamiarów. Takie, koniec końców, utylitarne postawy są widoczne także w dążeniu, by poprzez coraz intensywniejsze ideologiczne oddziaływanie uzyskać trwały wpływ na jednostkę, doprowadzone do perfekcji sterowanie z zewnątrz. Nie potrzeba wymyślnych argumentów, by taki zamysł sprowadzić do absurdu; wystarczy wskazać przeciwstawne prawa psychologiczne. Komu się to nie wydaje przekonujące — niech zważy, że jakiegokolwiek „pranie mózgu” (Überrollen) środkami dziennikarskimi jest przeciwne zasadom etycznym. Inaczej — już tylko krok ku manipulacji.

Jeśli problemy społeczne mają być rozwiązywane szybciej i skuteczniej przy wykorzystaniu praw psychologicznych, to jednocześnie trzeba dążyć do osiągnięcia harmonii między człowiekiem i jego środowiskiem społecznym i materialnym. Co więcej: szansą psychologii jest ułatwianie — poprzez osobowościowe przeżycia motywacyjne — drogi do sfery komunikowania i działania temu, co społecznie niezbędne.

Ta zasada działa bez ograniczeń. Nie wolno jej lekceważyć także tam, gdzie problemy dziennikarskie stykają się z kwestiami psychologicznymi. Dziennikarze czynni w prasie, radiu i telewizji oznaczyli w ostatnim czasie wiele takich „newralgicznych punktów” działalności dziennikarskiej, w których podejrzewa się istnienie psychologicznych pułapek. To wręcz vitalne dążenie do psychologicznej podbudowy można na razie pojmować tylko jako zachęcającą oznakę, by nauce psychologii przyznać należne jej miejsce także w praktyce dziennikarskiej.

Ale zbyt wielkie oczekiwania wiąże się niejednokrotnie z psychologią, gdy chodzi o bezpośrednią korzyść dla dziennikarskiej codzienności. Nie brak głosów, w których pobrzmiwa ostrzeżenie dla tych wszystkich, którzy rozczarowali się po pierwszych pobieżnych kontaktach z literaturą psychologiczną, gdyż obiecywali sobie po psychologii zbyt wiele lub coś innego; którzy wierzyli, że twórczość dziennikarska będzie teraz o wiele łatwiejsza. Tymczasem jest wprost przeciwnie. Nie jest to wina tylko dziennikarzy. Także psychologia nie może się odżegnywać od konfrontacji z nowymi zadaniami i od weryfikacji możliwości jej szerokiego zastosowania w dziennikarstwie. Wyjaśnienie tego może być korzystne dla obu stron. Mogłoby się przyczynić także do integracji psychologii i teorii dziennikarstwa.

Arogancją byłoby twierdzenie, że praktyka dziennikarska odbywa się dotąd bez jakiegokolwiek podbudowy psychologicznej. Każdy dziennikarz wykorzystuje choćby ten zasób psychologiczny, po który sięga do „psychologii codzienności”, do swego doświadczenia życiowego i zawodowego. Są to empirycznie uzyskane, płynące z doświadczeń całych generacji przekonania lub mądrości życiowe, mające wysoki stopień subiektywnej ważności. Tej „praktycznej psychologii” zależnej od wielu przypadków jednostkowego życia nie po-

winno się lekceważąco potępiać; dla dziennikarza jest ona nie tylko niezbędna, lecz wręcz nie do zastąpienia przez naukę. Ale ta pozytywna w bezpośrednim działaniu społecznym i na nowo oddziałująca w stosunkach międzyludzkich wiedza psychologiczna bywa co do swej ważności często przeceniana. Wielu dziennikarzy dawno stwierdziło, jak wątpliwe jest to psychologiczne prowizorium. Nawet jeśli oczyści się je w koleżeńskim wymianie doświadczeń z nazbyt skrajnych narośli subiektywnych, jeszcze będzie niżej poziomu odpowiadającego wymogom naukowym.

Psychologia jest, jak wiadomo, nauką posługującą się eksperymentami, uzyskując poznanie z kontrolowanych procesów. Opiera się na dokładnie planowanych i metodologicznie sprawdzalnych seriach doświadczeń, na testach i eksperymentach laboratoryjnych, stawia hipotezy i posługuje się metodami statystycznymi, aby odkrywać prawa i wypracowywać reguły. W zakresie aplikacji musi rezygnować z wielu zmiennych, by przez to tym głębiej wniknąć w ukryte związki ludzkiego zachowania.

Granice między oboma płaszczyznami poznania — zdobywaną empirycznie i naukowo potwierdzoną wiedzą psychologiczną — są płynne. Nie wolno ich jednak traktować jako teoretycznego wymysłu. Znaczeniu psychologii szkodzi oferowanie zdrowego rozsądku w atrakcyjnym opakowaniu jako nauki.

To wyjaśnienie zmusza także do jednoznacznych wypowiedzi o tym, jak psychologia musi rozszerzyć i uprzystępnąć swój potencjał naukowy, by zostać poważnym partnerem dziennikarskiej teorii i praktyki.

1.1 Wśród „tradycyjnych”, historycznie wykształconych dyscyplin szczegółowych psychologia ma dziś jeszcze prawie niezmierzony potencjał naukowy, który trzeba sprawdzić co do możliwości jego zastosowania w zakresie stosunków komunikacyjnych między dziennikarzem (nadawcą) a czytelnikiem — radiosłuchaczem — telewizorem (odbiorcą). Takie podejście naukowe jest uzasadnione i stosowane również w innych dziedzinach. Płodne okazują się przy tym szczególnie tzw. dyscypliny podstawowe (np. psychologia ogólna, psychologia osobowości, psychologia rozwojowa, ogólna psychologia społeczna), które ze względu na wysoki stopień istotności swych twierdzeń są ważnymi naukami podstawowymi także dla dziennikarstwa. Stopień ogólności teorii, idący w parze z pewnym zaniedbaniem konkretnych uwarunkowań, wykreśla zarazem granice psychologicznej analizy konkretnych stanów komunikacyjnych. Jednakże przy pomocy tej dedukcyjnej metody udało się już wyprowadzić użyteczne zasady i reguły dla twórczości dziennikarskiej. Te prace trzeba nieprzerwanie kontynuować.

1.2 Trudniejsze i bardziej problematyczne są poszukiwania odpowiednich dla dziennikarstwa twierdzeń w tzw. dyscyplinach stosowanych psychologii. Jak się zdaje, korzystne przesłanki występują w psychologii wychowania, zwłaszcza w psychologii nauczania. Wpływów pedagogicznych nie wolno jednak w żadnym wypadku

zrównać z dziennikarskimi. Stwierdzenie, czy istnieją podobieństwa i jakie — wymaga jeszcze odpowiednich analiz. Ponieważ psychologiczne prawidłowości są zawsze związane z określonymi warunkami, nie wolno ich w odmiennych warunkach — nie pytając o nic — przyjmować jako obowiązujących. Jeśli mimo tego przenosi się poznanie pedagogiczno-psychologiczne na warunki dziennikarsko-psychologiczne, to trzeba wskazać na obecnie tylko hipotetyczny charakter tych twierdzeń. Wynikające z takich operacji nieprzemysłane analogie, wskutek rzekomo naukowego charakteru takiego zrównania, mogłyby zmącić spojrzenie na prawidłowości psychologiczne, rzeczywiście oddziałujące w polu komunikowania masowego. Jest to raczej przypomnienie niezbędnej naukowej dokładności, niż zasadnicza przestroga przed kontynuowaniem prac w tym zakresie.

1.3. Powinnością psychologii jest jednak przede wszystkim przeprowadzanie specjalnych prac w zakresie teoretycznego i eksperymentalnego badania tych procesów społeczno-sytuacyjnych (*gesellschaftlich-soziale Prozesse*), które obejmuje się pojęciem komunikowania masowego. W minionych dziesięcioleciach rozwinęła się konsekwentnie nowa psychologiczna dyscyplina szczegółowa, coraz szerzej znana jako psychologia masowego komunikowania. Obfitość prac szczegółowych w tym zakresie jest wprost zatrważająca. Zróżnicowane preteksty polityczno-ekonomiczne i sprzeczne koncepcje filozoficzne dodatkowo utrudniają orientację w pogmatwanej różnorodności wyników badawczych. To, co wątpliwe, jest powiązane z obowiązującym. Przy tym kompleksowość stwierdzeń nie zawsze jest zaletą, gdyż postępy naukowe w psychologii nie mogą być formułowane *explicite*. To jednak należy przypisać przede wszystkim nieostrożności w określaniu specyficznego przedmiotu psychologii masowego komunikowania.

Ubolewanie nad tym brakiem i jego akcentowanie może być ze stanowiska praktyka dziennikarskiego zbywane jako zabawa teoretyczna, nie mająca żadnej wartości użytkowej. Lecz każda dyscyplina naukowa musi precyzować wciąż od nowa swój przedmiot. Umożliwia to przyporządkowanie i systematyzację nagromadzonych wyników badań. Ponadto można dokładniej określić kompetencję psychologii wobec teorii i metodyki dziennikarstwa. W końcu jasne pojmowanie teoretycznego przedmiotu daje niezbędną orientację, pozytywnie oddziałującą na efektywność badań psychologicznych.

2. Problemy przedmiotu psychologii (i jej dyscyplin szczegółowych) są od dłuższego czasu dyskutowane ze wzrastającym zainteresowaniem. Leontiew uskarżał się już na XVIII Międzynarodowym Kongresie Psychologów (Moskwa, sierpień 1966) na „poważne trudności”, powstające mimo niezaprzeczonych postępów psychologii osiągniętych przy teoretycznej interpretacji zebranych faktów, przy tworzeniu systemu nauki psychologicznej”¹. Bez roszczeń do

¹ A. Leontiew: Discours d'inauguration au XVIII-e Congrès de psychologie. Cyt. za L. Sève: *Marxismus und Theorie der Persönlichkeit*. Berlin 1972, s. 25.

kompletności i wartościowania, stan ten uzupełnimy szeregiem podanych tu tylko fragmentarycznie wypowiedzi. Tak więc Piaget potwierdza „jeszcze niepełny charakter tej jeszcze młodej nauki”, a Zazzo przyznaje, że „psychologia (była) znacznie szybsza w swym rozwoju niż w możliwościach samookreślenia”².

Lecz jednocześnie należy iść za Piagetem, który wskazuje na „kluczowe stanowisko (psychologii — F.B.) w systemie nauk”³. Znajduje on potwierdzenie u Kedrowa, który uważa psychologię za samodzielną naukę pośrodku trójkąta, którego narożniki tworzą nauki przyrodnicze, filozoficzne i społeczne⁴.

Nie jest więc absolutnie przypadkiem, że z różnorodnych przyczyn, i mając odmienne cele, zabierają głos przedstawiciele różnych psychologicznych dyscyplin szczegółowych, by referować specyficzne aspekty przedmiotu psychologii. Bardziej niż kiedykolwiek nakłania się psychologię twardo formułowanymi i uzasadnionymi zadaniami praktyki społecznej i pogranicznych dyscyplin naukowych do obcej jej działalności spoza zakresu jej kompetencji. Ulega ona pewnego rodzaju wchłonięciu. Wskazuje na to zarówno wypieranie określeń psychologicznych przez określenia odpowiadające zakresowi badawczemu danej dyscypliny, jak też niejednokrotnie obce psychologii stawianie problemów, często potem traktowane jako bliskie praktyce. Tam, gdzie się to dzieje, kontury przedmiotu naukowego są zamazane. Zaś dokładne określenie przedmiotu, istoty tego, co ma stanowić przedmiot określonej wiedzy, określa Séve jako najważniejszą kwestię każdej nauki, bez której najwyższy cel — sformułowanie ogólnych praw rozwoju jej przedmiotu — jest nieosiągalny⁵.

Takie zadanie nie może oczywiście prowadzić do wniosku, że określenie przedmiotu należy uważać za pracę jedynie poprzedzającą późniejszą aktywność badawczą. Każdy prawdziwy postęp poznawczy, wynikający z badań empirycznych lub eksperymentalnych, może prowadzić do modyfikacji przedmiotu naukowego. Dlatego Galperin uważa pytanie o przedmiot nie tylko za najtrudniejsze wśród licznych teoretycznych kwestii psychologii, lecz także za pytanie o najpilniejszym znaczeniu praktycznym⁶.

3. Niedawno Brečka pobudził rozważania na temat psychologii masowego komunikowania, wskazując na aktualność i złożoność tej tematyki⁷.

Psychologia masowego komunikowania leży widocznie na pograniczu dwóch dyscyplin podstawowych, których problemy i kategorie

² Tamże, s. 25.

³ B. G. Ananiew: *Der Mensch als Gegenstand der Erkenntnis*. Berlin 1974, s. 35.

⁴ Tamże, s. 38—40.

⁵ Por. L. Séve: op. cit., s. 24.

⁶ P. J. Galperin: „Wprowadzenie do psychologii”. Moskwa 1976, s. 7 (wyd. ros.).

⁷ S. Brečka: *Niektóre otázky psychologie masovej komunikácie. Otázky Žurnalistiky* 1976 nr 3, s. 31—38.

należy uwzględnić przy określaniu przedmiotu. Ze stanowiska naukowo-teoretycznego nie wolno — ze względu na ten podwójny aspekt — wyciągać wniosku, jakoby mogło istnieć quasi skrzyżowanie, synteza obu zakresów przedmiotowych — komunikowania masowego i psychologii. Wyjaśniając problemy społecznopsychologiczne Vorweg podkreślił, że z teoretyczno-poznawczego punktu widzenia istnieją tylko przedmioty i ich odbicia, „a wskutek tego tylko dwie klasy nauk: nauki o przedmiotach i nauki o ich odbiciach. Nie może jednak istnieć nauka, obejmująca jednocześnie obie...”⁸. Autor podkreśla, że „stosunek pojedynczego człowieka, jako odzwierciedlającego podmiotu, do obiektywnej rzeczywistości jest punktem wyjścia, podstawowym stosunkiem, z którego należy wyprowadzić przedmiot każdej psychologicznej dyscypliny szczegółowej”⁹. Psychologię definiuje zatem jako „...naukę o ludzkim zachowaniu, badającą uwarunkowania mózgowych czynności odzwierciedlania, ich wyznaczanie (Determination) poprzez regulację i oddziaływanie na regulację przeżycia i zachowania”¹⁰.

Podobnie Lompscher żąda, by psychologia wychowania jako dyscyplina psychologiczna w dziedzinie pedagogiki wyprowadzała swój przedmiot z psychologii¹¹: „**Przedmiotem** psychologii... jest człowiek, jego działalność i zachowanie oraz jego stosunek do innych ludzi, przy czym psychologia... nie ma za przedmiot społecznego obiektu ogólnego, warstw lub klas społecznych, typów społecznych itp., lecz człowieka jako jednostkę, którego oczywiście można pojmować tylko w jego społecznym i konkretnym usytuowaniu. Szczególnym **przedmiotem** psychologii są treści psychiczne, procesy, stany i właściwości człowieka, zapewniające orientację i regulację działalności, wzajemne stosunki człowieka z otoczeniem, i to na płaszczyźnie odbicia”¹².

Owe tak wydzielone psychiczne stany rzeczy są uwikłane w dynamiczne stosunki wzajemne, przez które przełamują się w człowieku wszystkie wpływy zewnętrzne. Odkrywanie odpowiednich prawidłowości psychologicznych jest właśnie zadaniem psychologii.

4. To stosunkowo szerokie wstępne porozumienie co do niektórych podstawowych aspektów przedmiotu psychologii ma przede wszystkim służyć uprząstkowaniu dalszych rozważań na temat zakresu badawczego psychologii masowego komunikowania także niepsychologom. Pełny historyczny zarys istniejących na ten temat poglądów nie jest w tej chwili ani potrzebny, ani zamierzony w ramach tej rozprawy. Prowadziłby nieuchronnie do niedorzeczności i sprzeczności, których i tak nie brakuje w analizie i teoretycznej

⁸ H. Vorweg: Zur Stellung der Sozialpsychologie im System der Wissenschaften. *Probleme und Ergebnisse der Psychologie* 1974, zes. 48, s. 27.

⁹ Tamże, s. 25.

¹⁰ Tamże, s. 30.

¹¹ J. Lompscher: Der Gegenstand der Pädagogischen Psychologie und ihr Beitrag zur Lösung bildungspolitischer Aufgaben. *Probleme und Ergebnisse der Psychologie* 1974, zes. 50, s. 7—28.

¹² Tamże, s. 11.

interpretacji społecznego procesu masowego komunikowania¹³. Na niektóre kwestie definicji zwraca uwagę Bisky¹⁴.

W statycznej i dynamicznej strukturze komunikowania masowego nastąpiły w wyniku rozwoju społecznego i postępu technicznego poważne zmiany. Określenie masowe (w znaczeniu społeczeństwa masowego) wskazuje faktycznie, w sensie historycznie pierwotnego podstawowego modelu masowego komunikowania, na czasowo-przestrzenne współwystępowanie wielkiej, rozczłonkowanej masy ludzi, na „umasowienie”, będące jednocześnie wyobcowaniem jednostki (Entpersönlichung). W tym systemie odniesienia psychologia zajęła się psychiczną regulacją zachowania jednostki. Społeczne rozprzestrzenianie się i sugestie były preferowanymi przedmiotami badań, związanymi z bezpośrednim kontaktem psychicznym między komunikującymi się z sobą masami ludzi. Lecz wraz z rozwojem, instytucjonalizacją i masowym rozpowszechnieniem drukowanych i elektronicznych (słuchowych, audiowizualnych) mediów, coraz bardziej był wypierany właśnie ten aspekt, charakterystyczny dla problematyki psychologicznej. Masa organizowana przez sytuację (Situationsmasse) oczywiście już teraz nie występuje. Maletzke (powołując się na Nühlena) przyjmuje dla rzesz ludzkich, zwracających się ku wypowiedziom mediów masowych, określenie „rozproszona publiczność”, inne niż „publiczność uczestnicząca”¹⁵.

Ale wprowadzenie mediów technicznych wiodło także do tego, że jedność czasowo-przestrzenna wydarzeń komunikacyjno-dialogowych, typowa dla komunikowania interpersonalnego, zostaje całkowicie lub częściowo przerwana. W dziennikarskim procesie twórczym dziennikarz musi zupełnie zrezygnować z symultanicznych wrażeń o zachowaniu czytelnika — słuchacza — telewidza (odbiorcy). W pierwszym rzędzie zwraca więc uwagę nie na partnera dialogu, lecz koncentruje się na ukształtowaniu utworu dziennikarskiego. Na komunikacyjnie ważne uwarunkowania towarzyszące (Randbedingungen) nie ma żadnego lub prawie żadnego wpływu. Często np. nie wie, jak (w jakim kontekście, w jakim zespole dziennikarskim, w jakiej prezentacji graficznej), kiedy (w jakim okresie, w jakim czasie od sporządzenia), u kogo (w jakich grupach społecznych, o jakim stanie psychicznym), w jakich uwarunkowaniach sytuacyjnych (pod jakimi dodatkowymi wpływami społecznymi, akustycznymi lub optycznymi zakłóceniami odbioru) jego indywidualny wytwór dziennikarski realizuje się komunikacyjnie.

Treść pojęcia komunikowanie masowe zmieniła się więc także pod tym względem. W skali międzynarodowej badanie komunikowania masowego nastawiło się już w znacznym stopniu na proces realizowany przez media masowe. O pierwotnym znaczeniu prawie się już nie pamięta. Podczas gdy swego czasu Maletzke z pragmatycznych

¹³ Wörterbuch der sozialistischen Journalistik. Leipzig 1973, s. 144—145.

¹⁴ L. Bisky, W. Friedrich: Massenkommunikation und Jugend. Berlin 1971, s. 40.

¹⁵ G. Maletzke: Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg 1963, s. 28—31.

względów gotów był przyjąć tę niedorzeczność¹⁶, należałoby ze stanowiska współczesnego poważnie zbadać, czy obok pojęcia „komunikowanie masowe” (w węższym i właściwym znaczeniu) nie jest dopuszczalne i niezbędne „komunikowanie medialne” (Medienkommunikation) — które znacznie lepiej określa to, o czym się myśli. Mogłoby to również wpłynąć na próby systematyzacji w zakresie teorii i metodyki dziennikarstwa.

Uwzględniając wyżej przytoczone próby definicji pogranicznych psychologicznych dyscyplin szczegółowych, można by specyficzny przedmiot tak rozumianej psychologii komunikowania masowego (medialnego) zarysować z grubsza następująco:

a) Badaniu podlegają czynności psychiczne (jako kompleksowe stany psychiczne treści, procesów, sytuacji i właściwości), występujące u osób uczestniczących w komunikowaniu masowym (medialnym).

b) W przeciwieństwie do psychologii społecznej, najbliższej psychologii komunikowania masowego (medialnego) — należy określić uwarunkowania mózgowych czynności odzwierciedlania, wynikające dodatkowo z egzystencji mediów technicznych i jako ich następstwa (Folgebedingungen) wskutek **pośrednich** kontaktów międzyludzkich.

c) Uwzględniając istotę komunikowania jako **wymianę** informacji, jest niezbędne — a także możliwe — respektowanie jedności czynności komunikacyjno-produkcyjnych i komunikacyjno-recepcyjnych oraz odrębne badanie ich obu. W ten sposób z jednej strony wydobywałoby się bardziej aspekty wytwórczo-psychologiczne (arbeitspsychologischen Aspekte), z drugiej kształcąco-psychologiczne. Z tego jednak nie wynika równorzędność rozmiarów i znaczenia badań psychologicznych. Nadawca — jak to się dzieje najczęściej w dziedzinie prasy — nie wkracza jako postać z wszystkimi swymi werbalnymi komponentami w pole działania odbiorcy, lecz tylko poprzez wytwór swej pracy. Tym samym zainteresowanie badawcze przesuwają się z nadawcy na wytwór pracy dziennikarskiej bądź na medium. A także tam, gdzie — jak w radiu i telewizji — występuje sam nadawca, jego wpływ na odbiorcę jest także modyfikowany przez tkwiące w medium dodatkowe „siły”. To akcentuje sytuacyjna wartość medium w badaniach psychologicznych.

Te wstępne założenia wymagają dalszych sprawdzeń i na razie są niczym więcej niż próbą wyjścia poza dotąd przyjęte modele. W prawie wszystkich znanych propozycjach klasyfikacji składowych elementów komunikowania masowego koniec końców wychodzi się od sprowadzonych do Lasswella czynników (nadawca, odbiorca, medium, wypowiedź, skutek), do których nawiązuje się — jak np. w wersji rozpowszechnionej przez Maletzkego¹⁷ — w aspektach psychologicznych i które analizuje się w ich licznych wzajemnych zależnościach pod względem psychologicznej zawartości. Jak cenne było dla otwarcia psychologii na tej drodze dostępu do problemów masowego komunikowania, tak nieprzydatne byłoby dalsze posługi-

¹⁶ Tamże, s. 27.

¹⁷ Tamże.

wanie się danymi kategoriami socjologicznymi przy określaniu przedmiotu w zakresie psychologii. Także dalsze rozszczepianie tych niewątpliwie konstytutywnych czynników, by następnie konstruować nowe, doskonalsze współzależności psychologiczne, nie prowadziłoby do niczego. Medium dałoby się łatwo wydzielić jako prasa, radio i telewizja, wypowiedzi dziennikarskie ukazałyby się jako specyficzne gatunki, odbiorcy jako zminimalizowane socjologiczne typy lub warstwy, a skutków szukano by w zakresie wiedzy, opinii itp. Lecz dla badań psychologicznych to wszystko nie miałoby rzeczywistej wartości. W najlepszym razie mogłoby się przyczynić do rozwoju mechanistycznego myślenia i przyporządkowania coraz drobniejszym czynnikom obiektywnym adekwatnych im funkcji cząstkowych, izolowanych od psychicznej działalności ogólnej.

Dlatego nowe aspekty dotyczące określenia przedmiotu nie wychodzą od kategorii danej dyscypliny naukowej (teorii masowego komunikowania bądź dziennikarstwa), lecz na plan pierwszy wysuwają kryteria subiektywne, odnoszące się do czynności i osobowości. Jeżeli dialektyczno-materialistyczna metoda badawcza wychodzi od tego, by danego przedmiotu nie badać abstrakcyjnie, lecz w sferze jego funkcjonowania, to dla badań psychologicznych może to oznaczać tylko określenie wytworów dziennikarskich w ich obiektywnej strukturze intencjonalnej (Anforderungsstruktur), i to odniesionej do subiektywnej struktury wytworu i motywacji (Leistungs- und Motivationsstruktur). Fakty uzyskane przy pomocy analizy zawartości nie dają dla badań psychologicznych żadnych bezpośrednio przydatnych danych wyjściowych o konstytucji przedmiotu odzwierciedlanego przez podmiot. Psychologia musi przy tym przede wszystkim uwzględnić, że w wytworach dziennikarskich (zwłaszcza w radiu i telewizji) wypowiedzi można w pełni zdekodować co do ich zawartości znaczeniowej dopiero wtedy, gdy odbiorca poza werbalną wypowiedź rozumie także elementy znaczeniowe ukryte w występujących osobach. Z tych względów mogłoby się okazać celowe przydanie wymienionym kryteriom przedmiotu psychologii komunikowania masowego (medialnego) jeszcze jednego kryterium. Należałoby przy tym zwrócić uwagę na tę szczególną okoliczność, że wiele wypowiedzi dziennikarskich — zwłaszcza telewizyjnych, filmowych — opiera się całkowicie na aktach wyrażania i zachowania, przebiegających synchronicznie do wypowiedzi językowej. Zachowanie komunikacyjno-recepcyjne jest więc w znacznym stopniu określone przez psychologiczno-diagnostyczne wysiłki podstawowe (Elementarleistungen), które musi dać z siebie telewizja (jak też oglądający zdjęcia prasowe).

Koniec końców zatem, w ograniczeniu do dziennikarstwa będzie rzeczą uprawnioną przesunięcie punktu ciężkości prac naukowych w zakresie komunikowania masowego (medialnego) na czynności psychiczne osób mających odbierać wytwory dziennikarskie.

- **W aspekcie osobowości** niezbędne są badania, w których zostanie przewyżniony abstrakcyjny model normalnego odbiorcy jako wymyślonej wielkości przeciętnej i znajdzie się drogę obserwacji różnicowanej, uwzględniającej indywidualne różnice. W miej-

sce typów socjologicznych (robotnicy produkcyjni, mężczyźni — kobiety, bez lub z wyższym wykształceniem) należy postawić stałe struktury psychiczne, a także aktualne stany psychiczne, pod znakiem których przebiega ludzkie zachowanie. Dla dziennikarskiego procesu twórczego całkiem interesująca może być wiedza, jak należy sklasyfikować odbiorców niepewnych w swym poczuciu wartościowania, jak obarczonych uprzedzeniami, jak wierzących lub o ateistycznym światopoglądzie, jak łatwowiernych, podających się emocjom, sceptycznych lub wręcz zgorzkniałych. Optymiści lub pesymiści, ludzie zasadniczo przybici lub w podniosłym nastroju, zadowoleni i niezadowoleni byli dotąd rzadko analizowani ze stanowiska problematyki dziennikarsko-psychologicznej. Nie dominowałoby tu w ujęciu psychologicznym stosunkowo „gładko” przebiegające oddziaływanie dziennikarskie, lecz zachowanie odbiorcze, które — silnie zmodyfikowane przez wewnętrzne uwarunkowania psychiczne — może prowadzić jako efekt bumerangowy nawet do przeciwnych, niezamierzonych przez komunikującego skutków.

- W aspekcie czynnościowym należałoby się orientować na badania które ogólny proces odbioru różnicują w postaci wielu specyficznych czynności psychicznych. To działa się dotąd w niewystarczającym stopniu. Komunikacyjno-recepcyjne czynności są w strukturze ich przebiegu i w ich treści determinowane przede wszystkim przez cel. Tak więc uprawniona wydaje się hipoteza, że poszukiwanie informacji opiera się na innych strukturach psychicznych niż brak orientacji, „pobieżne wertowanie”. Podobne różnice mogą istnieć między słuchaniem towarzyszącym, mimowolnym i skupionym oraz między ubocznym i intensywnym oglądaniem telewizji.

Także emocjonalne odrębności winny być uwzględniane. Prawdopodobnie inaczej psychicznie są regulowane czynności komunikacyjno-recepcyjne motywowane potrzebą odprężenia i odpoczynku, niż wywołane wyraźnymi zainteresowaniami lub ugruntowanym poczuciem obowiązku.

Rubinsztejn niejednokrotnie przestrzegał przed domysłaniem się atrybutowego (niezależnego — autochthone) oddziaływania izolowanych funkcji, specjalnych „aktorów” w działalności psychicznej¹⁸. W nowszych opracowaniach w miejsce tego podkreśla się wzajemnie powiązane funkcje częściowe psychicznej regulacji czynności¹⁹. Jeśli byśmy się kierowali tymi kategoriami, **poznanie** zasługiwałoby nadal na odrębne badania; lecz obok tego niezbędne jest śledzenie w procesach komunikacyjno-recepcyjnych prawidłowości psychologicznych również w zakresie **oceniań, przeżywania i zachowania się**.

¹⁸ S. L. Rubinstein: Prinzipien und Wege der Entwicklung der Psychologie. Berlin 1963, s. 27—28.

¹⁹ Psychologische Grundlagen der Persönlichkeitsentwicklung im pädagogischen Prozess. Berlin 1977, s. 110 i d.

- Posiadamy już wiele prac dotyczących aspektu **rozwojowo-psychologicznego**, ukierunkowanych głównie na prawidłowości typowych faz czynności psychicznych. W skali międzynarodowej mamy również wypowiedzi o roli mediów masowych, zwłaszcza telewizji, w procesie socjalizacji, o przeżywaniu scen przemocy w widowiskach najczęściej udramatyzowanych. Konkretnie dziennikarskie wytwory nie były dotąd prawie poddane tym badaniom. W przyszłej strategii badawczej psychologii komunikowania masowego (medialnego) winien być należycie uwzględniony wiek dziecięcy i młodość. W tych okresach rozwoju uderzające jest nie tylko zainteresowanie odbiorcy mediami. Równocześnie dokonują się decydujące procesy kształtowania osobowości, wykształcenia wzorów zachowań społecznych.

Należy zwracać uwagę na złożony charakter prawidłowości rozwojowo-psychologicznych w zakresie pedagogicznego oddziaływania mediów.

5. W ten sposób zostałby przedstawiony pogląd o specyficznym przedmiocie psychologii komunikowania masowego (medialnego). Wyraźne staje się jego wydzielenie z teorii i metodyki procesu twórczości dziennikarskiej. Wyłączone zostały natomiast kwestie wynikające obecnie z integracji nauk. Sprawą otwartą zostało też dalsze różnicowanie tej psychologicznej dyscypliny szczegółowej, wymagające dodatkowej analizy zadań badawczych.

Czy z psychologii komunikowania masowego (medialnego) da się wydzielić psychologia dziennikarska — to pytanie, na które brak jeszcze odpowiedzi. Wynika to ze stosunkowo szerokiego zakresu psychologii komunikowania masowego (medialnego), w którym obok wytworów dziennikarskich występują także artystyczne, reklamowe i pedagogiczno-dydaktyczne. Zamiast pytać o możliwości wyodrębnienia, stosowniejsze byłoby dążenie do różnicowania **w ramach** tej dyscypliny szczegółowej. Odpowiadałoby to rozwiązaniu sprawdzonemu w psychologii wychowania w zakresie psychologii nauczania.

Te rozważania, zmierzające do różnicowania wewnętrznego, wynikają z następujących okoliczności:

- W procesie recepcji zmienna „gatunek dziennikarski” ustępuje pierwszeństwa zmiennej „medium”. Odbiorca sięga po gazetę, włącza radio, telewizor i tylko mimochodem szuka wiadomości, reportażu. Dochodzi do tego wzgląd, że wszystkie gatunki dziennikarskie dzięki właściwościom mediów uzyskują specyficzne akcenty, które są psychologicznie bardzo ważne.
- Gatunki dziennikarskie nie dają się dysjunktywnie oddzielić od artystycznych (i innych). Artystyczne i pedagogiczno-dydaktyczne formy twórcze są w mniejszym lub większym stopniu zawarte w wytworach dziennikarskich. Często one dopiero wiodą do wysokiej efektywności komunikowania. Zresztą odbiorca nie rozróżnia w zasadzie między formami dziennikarskimi i artystycznymi. Orientuje się przede wszystkim podług treści.

- Możliwy w naukach dotyczących określonego przedmiotu (Objektwissenschaften) podział na wytwory dziennikarskie i artystyczne nie znajduje odpowiednika w motywacji odbiorców. Osobiste uwarunkowania odbioru nie dadzą się rozszcześcić w ten sposób. Odnosi się to także do intelektualnych zdolności przyjęcia i przyswojenia informacji, do zrozumienia języka i obrazu oraz do stałych cech osobowości.

Niniejsze studium ma charakter wstępny. Wymaga ono dyskusji i winno być przyjęte jako artykuł dyskusyjny.

Przełożył
Paweł Dubiel

ROMUALD HOLLY

O ZNACZENIU PRZEDMIOTU PSYCHOLOGII MASOWEGO KOMUNIKOWANIA

Stawiania niedyskretnych pytań nawet w nauce nie zalicza się do najlepszych obyczajów. Wydaje się jednak, że w niektórych przypadkach gorsze jeszcze jest ich unikanie, szczególnie wówczas, gdy zachowanie określonej konwencji lub manieri wymaga nadmiernego zużycia atramentu, papieru i cierpliwości czytelników.

Przyjmując zatem zaproszenie Fritza Beckerta do dyskusji i rozważań zmierzających do określenia przedmiotu psychologii masowego komunikowania¹, rozpatrzmy przede wszystkim następujące kwestie:

1. Czy istnienie i rozwój psychologii masowego komunikowania są uwarunkowane określeniem jej formalnego przedmiotu; a zatem, czy rzeczywiście istnieje pilna potrzeba precyzowania przedmiotu psychologii masowego komunikowania?
2. Czy faktycznie istnieje pilna potrzeba oficjalnego powoływania i poniekąd „instytucjonalizowania” psychologii masowego komunikowania i psychologii dziennikarstwa?
3. Czy, i jeżeli tak, w jakim stopniu propozycja Beckerta jest użyteczna i oryginalna?

Próbie ustalenia stanowiska w tych sprawach poprzedźmy krótkim streszczeniem głównych tez Beckerta. Rozpoczyna on od stwierdzenia, że ogromnie ważna i potrzebna w teorii i praktyce dziennikarskiej wiedza psychologiczna jest znana dziennikarzom jedynie w nieznacznym stopniu, i to raczej w postaci potocznych, obiegowych poglądów niż naukowych ustaleń. Psychologia zatem, powiada Beckert, „musi rozszerzyć i uprzystępnąć swój potencjał naukowy, by zostać poważnym partnerem dziennikarskiej teorii i praktyki”. Może się to zaś dokonać, zdaniem cytowanego autora, dzięki precyzyjnemu określeniu przedmiotu psychologii masowego komu-

¹ F. Beckert: Uwagi na temat określenia przedmiotu psychologii komunikowania masowego (medialnego). Studium o miejscu psychologii w prasoznawstwie. Zob. art. na poprzednich stronach.

nikowania, co z kolei pozwoli na „uporządkowanie i systematyzację nagromadzonych wyników badań”, dokładniej określi kompetencje psychologii oraz umożliwi „niezbędną orientację pozytywnie oddziałującą na efektywność badań psychologicznych”. Następnie, nawiązując do cytatów kilku wybranych autorów definiujących psychologię oraz polegając głównie na własnym rozumieniu treści pojęcia „masowe komunikowanie”, Beckert dochodzi do przekonania, że przedmiotem psychologii masowego komunikowania winny być „czynności psychiczne występujące u osób uczestniczących w komunikowaniu masowym (medialnym)” traktowane jako „kompleksowe stany psychicznych treści, procesów, sytuacji i właściwości” (właściwości osobniczych, właściwości mediów, czy jednego i drugiego? — RH), a także jako konsekwencja obecności mediów w środowisku społecznym współczesnego człowieka. Badania prowadzone w ramach psychologii masowego komunikowania powinny ponadto respektować jedność „czynności komunikacyjno-produktywnych i komunikacyjno-recepcyjnych” tak, aby z jednej strony wydobyć „aspekty wytwórczo-psychologiczne, z drugiej kształtąco-psychologiczne”.

Tak określönemu przedmiotowi psychologii masowego komunikowania, będącemu zarazem programem badawczym, Beckert w ostatniej części artykułu precyzuje aspekty i szczegółowe warunki jego realizacji. Na niektóre z nich zwrócimy uwagę, analizując użyteczność i oryginalność omawianej propozycji. Przedtem jednak rozważmy, czy rzeczywiście, jak wynika z wywodów Beckerta, psychologia masowego komunikowania nie może się rozwijać, a nawet faktycznie nie istnieć, bez dokładnego określenia jej przedmiotu.

Refleksje na temat przedmiotu i metod poznania nieobce są wszystkim chyba dziedzinom wiedzy — od filozofii i teorii nauki poczynając, a na naukach medycznych i technicznych kończąc. W każdej też dyscyplinie intensywność owych rozważań jest różna, dla każdej bowiem precyzyjne określenie jej przedmiotu ma inną wagę oraz związane jest z różnym stopniem trudności — niewątpliwie łatwiej jest określić przedmiot np. geologii, niż psychologii, aczkolwiek dla obu nauk równie ważna jak wiedza, co właściwie ma być badane. Wydaje się zresztą, że — generalnie rzecz biorąc — powstanie, istnienie i rozwój jakiegokolwiek nauki nie zależy w decydującym stopniu od precyzji wyznaczania jej przedmiotu, chociaż jest to problem dla każdej nauki ważny. Co więcej, można sądzić, że zbyt dokładne i wiążące ustalenia w tym zakresie mogą okazać się dla danej nauki niekorzystne. Jeżeli bowiem ustalenia dokonywane przez tę naukę każą traktować jej przedmiot inaczej niż to robiono dotychczas, to nieuwzględnianie owych konsekwencji przez badacza jest ignorowaniem faktów, które sam ustala. Kontynuując ten tok rozumowania, dochodzimy do wniosku, że w interesie każdej nauki są nieustannie, już od jej zarania, prowadzone dyskusje nad jej przedmiotem, dyskusje, których wynikiem winna być raczej pogłębiona refleksja nad rolą i racją istnienia owej dyscypliny niż krępujące lub, co gorsza, „ostateczne” ustalenia w tym względzie. Nie wydaje się przy tym konieczne, by rozważania te stanowiły

główny nurt zainteresowań jakiejkolwiek dyscypliny, chociaż w przypadku niektórych nauk, na pewnym etapie ich rozwoju, dokonywane w tym zakresie rozstrzygnięcia mogą mieć dla tych nauk znaczenie zasadnicze.

W historii psychologii przedmiot jej określany był różnie: jako ludzka dusza rozmaicie pojmowana, zachowanie się człowieka, procesy zachodzące pomiędzy bodźcem a reakcją na ten bodziec czy wręcz formalne zależności (korelacje) między bodźcem a reakcją itp. Nie przeszkadzało to jednak żywiołowemu rozwojowi psychologii, a raczej korzystnie wręcz rozwój ten stymulowało. Jakże zatem bezpośrednio, praktyczne korzyści wyniesie psychologia masowego komunikowania z dyskusji zmierzającej do sprecyzowania jej przedmiotu, skoro — jak powiada sam Beckert — „każdy prawdziwy postęp poznawczy wynikający z badań empirycznych lub eksperymentalnych może prowadzić do modyfikacji naukowego przedmiotu”. Po cóż więc tyle uwagi i energii koncentrować na rozważaniach, których ustalenia może, choćby nazajutrz, zmienić nawet rezultat jakiegoś nowego eksperymentu? Czy rzeczywiście przede wszystkim dzięki temu w psychologii masowego komunikowania możliwy będzie postęp istotny dla dziennikarskiej teorii i praktyki?

Jak się wydaje, można się chyba zgodzić, że przedmiot każdej nauki jest w decydującym stopniu określony, poniekąd a priori, przez charakter tej nauki i rację jej istnienia. Psychologia masowego komunikowania ma — jak wiadomo — charakter przede wszystkim słuźebny wobec innych dziedzin wiedzy i praktyki społecznej, a główną racją jej istnienia jest praktyczna użyteczność wyników prowadzonych w tym zakresie badań. Jeżeli już zatem stawiamy pytanie o przedmiot psychologii masowego komunikowania, to wydaje się, że w takim właśnie kontekście należy je widzieć. Zgodnie z tym również najprostszą odpowiedzią na to pytanie będzie raczej lista dziennikarskich i prasoznawczych problemów, które psychologia mogłaby podejmować i rozwiązywać. Wydaje się bowiem, że psychologii masowego komunikowania, jak i zresztą wielu innym dziedzinom wiedzy o podobnym charakterze, specjalnie przedmiotu stwarzać nie trzeba, wystarczy natomiast — i być może to właśnie okaże się najbardziej pożyteczne — przedmiot ten rozpoznawać, głównie na podstawie dotychczasowych dokonań. Można więc sądzić, że sprawie tej lepiej się przysłuży debata nad tym, co psychologia potrafi i czym może skutecznie się zająć niż nad tym, czym chce być i co by chciała.

Beckert natomiast, absolutyzując rolę przedmiotu psychologii masowego komunikowania prowokuje wręcz do postawienia tezy, że znacznie ważniejsza od przedmiotu jest np. dobra teoria, i to nad jej brakiem należy raczej ubolewać. Znacznie lepiej bowiem porządkuje i systematyzuje nagromadzone wyniki badań oraz określa kompetencje danej dyscypliny naukowej nawet niedoskonała teoria, niż precyzyjnie określony przedmiot tej nauki. Bywa zresztą zwykłe tak, że dyskusje zmierzające do ustalenia przedmiotu danej nauki najgłośniejsz rozbrzmiewają dopiero po pojawieniu się nowej teorii ukazującej badaną przez tę naukę sferę rzeczywistości w in-

nym aspekcie, w świetle dotychczas nieznanym, w odmiennych relacjach, nowych uwarunkowaniach itd.

Niewątpliwie usłyszymy w odpowiedzi, że przecież każda teoria, opisując jakiś wycinek rzeczywistości, faktycznie odnosi się do przedmiotu nauki zajmującej się tym wycinkiem, jest zatem wobec tego przedmiotu wtórna... I tak oto, traktując serio wyzwanie Beckerta, zostajemy wprowadzeni w wielce pożyteczny dla nauki, a jeszcze bardziej dla praktyki, kolejny spór o wyższość jednych świąt nad innymi albo pierwszeństwo jaja przed kurą.

Nie wydaje się także potrzebne ani nawet możliwe, aby ustalać jakieś jednoznaczne, ostre i zarazem bezsporne kryteria kwalifikowania pewnego kwantum wiedzy w danym zakresie jako odrębnej nauki czy dyscypliny. Historia wielu dyscyplin uczy zresztą, że najgorsze rezultaty przynoszą zawsze próby arbitralnego wyznaczania im granic. Brak takich granic nigdy też nie stanowił przeszkód w rozwoju jakiegokolwiek nauki, jeżeli tylko okazywała się ona do czegośkolwiek przydatna — chociaż w ciągu dwóch tysięcy lat nie udało się ostatecznie rozgraniczyć epistemologii i gnoseologii, nie przeszkadzało to przecież w prowadzeniu w tym zakresie badań. Podobnie też narodzin współczesnej psychologii w dziewiętnastym wieku nie datuje się od chwili stworzenia tej nauce nazwy i precyzyjnego określenia przedmiotu. Zwykle jest bowiem tak, że najpierw pojawiają się pytania, na które odpowiedzi — jeżeli nie mogą być udzielone przez jedną z istniejących już dyscyplin naukowych — zaczynają dopiero tworzyć dyscyplinę nową. Jeżeli zatem okaże się, że istnieje pilna potrzeba udzielenia określonych, ważnych wyjaśnień na przykład numizmatykom, a wyjaśnień tych potrafi dostarczyć psychologia, niechybnie powstanie wkrótce psychologia numizmatyki. Nie powstanie ona natomiast w wyniku choćby najbardziej precyzyjnego określenia nowej dziedziny zainteresowań, a jeżeli nawet stanie się tak, np. wskutek odpowiednich rozporządzeń administracyjnych, psychologia numizmatyki nie będzie potrzebna nikomu, poza pragnącymi zachować swe stanowiska pracownikami Instytutu Psychologii Numizmatyki. Przy odrobinie odwagi można by się zresztą posłużyć mniej abstrakcyjnymi przykładami rzeczywistego funkcjonowania nauk i instytutów o równie iluzorycznej przydatności.

Kolejnym argumentem przemawiającym, jak sędzę, na niekorzyść rozważań w konwencji przyjętej przez Beckerta są rezultaty, do jakich doszedł sam pomysłodawca.

Jedną z pierwszych oryginalnych propozycji Beckerta jest stwierdzenie potrzeby dokonania przeglądu „prawie nieprzejrzanego potencjału naukowego” współczesnej psychologii z punktu widzenia jego użytecznych zastosowań w praktyce dziennikarskiej. Twierdzi on nawet, że w taki właśnie sposób udało się wydedukować wiele pomocnych w pracy dziennikarskiej reguł. Być może droga ta jest również właściwa, dotychczas jednak wszystkie chyba reguły, a przynajmniej te, które są mi znane, zostały sformułowane w sposób dokładnie odwrotny, tzn. najpierw pojawiało się pytanie postawione wprost przez dziennikarzy bądź też w jakikolwiek inny spo-

sób zrodzone w praktyce społecznej, a dopiero potem poszukiwano na nie odpowiedzi, m. in. w psychologii. Nie jest mi natomiast znany przypadek, by jakąkolwiek sensowną zasadę zaoferował dziennikarzom psycholog systematycznie „przeglądający” dorobek swojej nauki z zamiarem „co by tu komu zaoferować?”

Przedstawiając swoją propozycję Beckert zaleca równocześnie ostrożność w bezkrytycznym przenoszeniu do psychologii masowego komunikowania ustaleń i prawidłowości z zakresu psychologii wychowania i nauczania. Przestroga ta często napotykana w literaturze przedmiotu z początków lat pięćdziesiątych, obecnie rzadko już się pojawia. Jest to bowiem przestroga o tyle aktualna i potrzebna, o ile teraz ktokolwiek jeszcze dokonuje takich „przenosin”. Jak mi wiadomo, w Polsce już się to nie zdarza.

Tak więc postulowany przez Beckerta program systematycznej reinterpretacji psychologicznych ustaleń na użytek dziennikarstwa (co rzeczywiście dotychczas czynione było raczej wyrывkowo i nie zawsze konsekwentnie), jakkolwiek słuszny, nie jest chyba najlepiej pomyślany. Wydaje się bowiem, że pracę tę — jak już wspominałem — należy raczej rozpocząć od sporządzenia indeksu problemów, których rozwiązanie oczekuje współczesna teoria i praktyka dziennikarska niż deliberacji nad możliwościami praktycznego stosowania poszczególnych praw czy teoretycznego badania korzyści, jakie przynieść może stosowanie poszczególnych, znanych już zależności.

W dalszej części swojego artykułu Beckert, wspominając kilkudziesięcioletnią historię nieudanych prób określenia przedmiotu psychologii w ogóle, przedstawia propozycję własną odnoszącą się do psychologii masowego komunikowania. Przedmiotem tej dziedziny wiedzy mają być, jego zdaniem, czynności psychiczne osób uczestniczących w masowym komunikowaniu². Tę właśnie propozycję traktuje Beckert jako pierwszą próbę wyjścia „poza przyjęte modele”.

Właściwą ocenę oryginalności koncepcji Beckerta najlepiej jak sędzę, określa istnienie kilkudziesięciu już chyba różnorodnych teorii, w ramach których prowadzone są obecnie wszechstronne, głównie empiryczne, szczegółowe badania zarówno nad przeżyciami psychicznymi osób uczestniczących w masowym komunikowaniu, jak i nad mediami umożliwiającymi to komunikowanie. Teorie te, którym możemy przypisać wspólną nazwę „teorii sukcesu propagandowego”, obejmują znacznie szerszy obszar badawczy niż ten, który pokrywa przedmiot psychologii masowego komunikowania wyznaczony przez Beckerta³. Jego koncepcja nie stanowiłaby zresztą

² Dwa dalsze postulaty, podane w punktach b) i c) propozycji Beckerta, dotyczą jedynie warunków badania owych czynności i okoliczności w jakich winno ono przebiegać oraz odnoszą się do aspektów, które, zdaniem tego autora, powinny być przy tym uwzględniane.

³ Jako teorie sukcesu propagandowego zakwalifikować można np. t. jednostopniowego i wielostopniowego przepływu informacji P. F. Lazarsfelda i E. Katza (1944) oraz J. Kubina (1963), t. kategorii społecznych Lazarsfelda (1949), t. H. D. Lasswella (1948), t. konformizmu D. Cartwrighta (1951), t. skutecznej perswazji C. I. Hovlanda (1954), t. infor-

zasadniczego novum już w roku 1959, w którym obok tradycyjnego lasswellowskiego pytania: co środki masowego komunikowania czynią z odbiorcą, w jaki sposób i z jakim skutkiem oddziałują na odbiorcę? — pojawiło się pytanie nowe: co odbiorca czyni ze środkami masowego komunikowania, kiedy z nich korzysta, dlaczego, w jaki sposób, itp.⁴ Od tego też czasu we wszystkich teoriach sukcesu propagandowego, również tych sprzed roku 1959 ponownie aktualizowanych, uwzględniany jest także problem aktywności odbiorcy w procesie masowego komunikowania.

Niezależnie od tego próbę Beckerta można by uznać za oryginalną, pod warunkiem jednak, że zgodzimy się również z nim, iż cały dotychczasowy dorobek badań w zakresie komunikowania masowego można sprowadzić „koniec końców” — jak pisze ów autor — do ustaleń Lasswella. Nie podejmując nawet dyskusji z tym stwierdzeniem, przypomnijmy jednak, że to właśnie formuła H. D. Lasswella nakazująca m. in. badanie „kto mówi?” i „do kogo mówi?” zaleca wszechstronną analizę postaw, nastawień, predyspozycji i wszelkich innych cech, zarówno odbiorcy jak i nadawcy, związanych z tym „o czym się mówi?” Natomiast następcy Lasswella, w ciągu trzech dziesiętków lat, jakie już upłynęły od ogłoszenia wspomnianej formuły, poszli w tym zakresie znacznie dalej. Jeżeli zatem będziemy właściwie, w sposób nowoczesny, rozumieć formułę Lasswella (a nie ma chyba powodów, by robić to inaczej), łatwo rozpoznamy propozycję Beckerta jako jej niedoskonalą postać.

Nie jest także w niczym nowy dodatkowy fakt, jaki — zdaniem Beckerta — powinny uwzględniać badania w zakresie psychologii masowego komunikowania, a mianowicie „okoliczność, że wiele wypowiedzi dziennikarskich — zwłaszcza telewizyjnych i filmowych — opiera się całkowicie na aktach wyrażania i zachowania”. W tych właśnie bowiem aspektach, a także w wielu innych, równie ważnych, które nie wiedzieć czemu Beckert akurat pomija, badania są już od lat prowadzone, co zresztą dokumentują liczne, imponujące nieraz raporty⁵. Co więcej, wydaje się, że właśnie w zakresie problematyki komunikowania niewerbalnego od szeregu lat obserwuje się szczególną koncentrację badań prowadzonych głównie w Stanach Zjednoczonych, Holandii, państwach skandynawskich i innych krajach. Zachęcające wyniki owych badań pozyskały nawet tym formom komunikowania specjalne miano: bodylanguage — obejmujące te wszystkie pozawerbalne zachowania i cechy mówiącego, które przenoszą dodatkowe informacje, stanowią uzupełnienie przekazywanych przez niego treści bądź też powodują określone (pozytywne lub negatywne) emocjonalne barwienie tych treści.

macji w adaptacji np. W. Schramma (1955), t. B. Berelsona (1959), t. „przyjemnościową” W. Stephensona (1967), t. „grzybni” M. Brouwera (1967), t. funkcjonalną K. Rosengrena (1972), t. współorientacji Th. Newcomba (1953) i jej modyfikację przez J. Gruninga K. Stamma (1973), t. De Fleura, większość teorii uczenia, itp.

⁴ B. Berelson: *The State of Communication Research, Public Opinion Quarterly*, Spring 1959, vol. 23.

⁵ Por. np. *Television and Social Behavior. T. I—V*, recenzja (R. Holly) w *Zeszytach Historyczno-Politycznych* 1978 nr 1, s. 60—65.

Podobnie niezrozumiały jest eksponowany przez Beckerta postulat podjęcia badań nad zróżnicowaniem odbiorców pod względem podatności na perswazję zależnie od różnic w zakresie charakteryzujących ich cech, bo wszakże już na początku lat pięćdziesiątych, w słynnej nowojorskiej szkole Hovlanda takie właśnie badania zostały podjęte, a dokonane w ramach tych badań ustalenia opisane w ogólnie dostępnej książce i wielokrotnie sprawdzane i komentowane później przez innych autorów⁶.

Trudno wreszcie dociec, czym kierował się Beckert, proponując rezygnację z wyróżniania poszczególnych kategorii społecznych („typów socjologicznych” — jak je nazywa). Jak bowiem wiadomo, w bardzo wielu przypadkach właśnie stopień podatności odbiorcy na perswazję, jego samoocena, światopogląd itp. cechy ściśle korelują z przynależnością do określonej kategorii czy grupy społecznej. Rezygnując więc z takich podziałów, z góry i w sposób istotny zubożamy naszą wiedzę o badanym zjawisku o elementy niezwykle ważne właśnie dla praktyki dziennikarskiej.

Na koniec warto chyba jeszcze zgłosić wątpliwość odnośnie do możliwości realizacji programu badawczego psychologii masowego komunikowania formułowanego zgodnie z określonym przez Beckerta przedmiotem tej dyscypliny. Beckert nie wyjawia, jak sobie wyobraża jego społeczną użyteczność, a szczególnie aplikację uzyskanych na tej drodze wyników do praktyki redakcyjnej czy badań prasoznawczych. Trudno bowiem, bez pomocy pomysłodawcy, wyobrazić sobie bezpośrednią użyteczność wyników sformułowanych na poziomie ogólności prac Rubinsztejna czy Leontiewa, na które Beckert się powołuje.

Zachodzi także obawa, że upowszechnianie i próba korzystania z wyników, jakie ewentualnie przyniosłaby realizacja programu badawczego proponowanego przez Beckerta, wymagać będzie od dziennikarzy przynajmniej gruntownej znajomości całej skomplikowanej aparatury pojęciowej psychologii, co — jak wiadomo — zapewniają jedynie systematyczne studia. Studia takie byłyby oczywiście pożyteczne również dla dziennikarzy, nie sądzę jednak by wynikające stąd prawdopodobne zyski rekompensowały ogrom kosztów i wysiłków związanych z ich ukończeniem.

Konkludując, możemy chyba stwierdzić, że słuszna i zapewne podzielana przez wszystkich dziennikarzy i prasoznawców troska o miejsce psychologii w teorii i praktyce dziennikarstwa nie musi być zaraz traktowana, jak tego chce Beckert, jako problem przedmiotu nowych dziedzin wiedzy — psychologii masowego komunikowania czy psychologii dziennikarstwa oraz uznać, że znaczenie rozważań na temat przedmiotu psychologii masowego komunikowania jest daleko mniejsze, aniżeli sugeruje to Beckert, natomiast dla prasoznawstwa i praktyki dziennikarskiej w szczególności wręcz dalszoplanowe. Z drugiej strony jednak nie ma powodów, by generalnie negować sens podejmowania wspomnianych rozważań, acz-

⁶ C. Hovland, I. Janis: *Personality and Persuasibility*. Yale Studies in Attitude and Communication. Yale University Press, New Haven 1959.

kolwiek — jak już powiedziałem — ponad wszelką wątpliwość nie należą one do najważniejszych i najpilniejszych zadań psychologii.

Wydaje się, że ze względów praktycznych postulowanej integracji psychologii i teorii dziennikarstwa najlepiej się przysłuży konfrontacja obecnych najpilniejszych potrzeb w tym zakresie z możliwościami współczesnej psychologii. Najprościej i z największym pożytkiem, jak sądzę, dokonać się to może właśnie przez systematyczne konfrontowanie stale aktualizowanej listy najważniejszych kwestii i pytań wyłaniających się na co dzień w pracach redakcyjnych i prasoznawczych z najnowszymi ustaleniami psychologii. Pierwszym więc najpilniejszym zadaniem jest sporządzenie takiej właśnie listy.

Rozstrzyganie podniesionych przez Beckerta problemów jest oczywiście możliwe na inne jeszcze sposoby.

Będzie może celowe, na przykład, dokładne określenie porcji wiedzy psychologicznej, jaką powinien dysponować dziennikarz lub prasoznawca oraz ustalenie wagi, jaką winien on przywiązywać do niej w swej codziennej pracy. Wymaga to równoczesnego dyskusowania właśnie społecznej roli dziennikarstwa i prasoznawstwa oraz zadań i związanych z nimi wymagań, którym muszą sprostać ludzie tych zawodów. Okaże się przy tym, być może, że tak jak różne są zadania i społeczne role dziennikarza i prasoznawcy, tak też odmienna powinna być rola i miejsce psychologii w praktyce dziennikarskiej i w prasoznawstwie, bo chociaż jedno nie wadzi drugiemu, prasoznawca nie musi być przecież dziennikarzem, a dziennikarz prasoznawcą. Przypuszczać można, że prasoznawcy najbardziej pomocna może być znajomość psychologicznego warsztatu i niektórych narzędzi badawczych oraz pojęć związanych z posługiwaniem się tymi narzędziami. Natomiast znajomość wybranych prawidłowości ludzkiego zachowania, dotyczących głównie potrzeb, motywów, sposobów reagowania oraz biologicznego, kulturowego i sytuacyjnego ich uwarunkowania, wydaje się bardziej potrzebna właśnie dziennikarzowi niż prasoznawcy.

Nie przesądzając niczego w tym względzie, może dobrze byłoby nawet rozważyć, na ile dziennikarski zawód jest po prostu zwyczajnym rzemiosłem dostępnym każdemu, a na ile sztuką, w której na sukces liczyć mogą tylko naznaczeni specjalnym stygmatem lub nawiedzeni „duchem bożym” — a jak wiadomo, nie każde ciało stanowi odpowiednie locum dla takiego ducha.

A może uprawianie dziennikarstwa wymaga przede wszystkim szczególnych zdolności — jakich? Jeżeli wrodzonych, psychologia winna podjąć się także selekcji zawodowej dziennikarzy; jeżeli nabytych, powinna pomagać w ich nabywaniu i rozwijaniu, itd.

Garść uwag, które przedłożyłem w odpowiedzi na zaproszenie do dyskusji, zapewne nie usatysfakcjonuje Beckerta. Nie sądzę jednak, że zrobiłbym lepiej, twórczo rozwijając jego pomysły. Wtedy bowiem do jego pytania, którym kończy on swój artykuł: „czy z psychologii masowego komunikowania da się wydzielić psychologia dziennikarstwa?” należałoby dodać: a co się da jeszcze wydzielić z psychologii dziennikarstwa?

LARS QVORTRUP
MOGENS SCHMIDT
LARS SEEBERG
Odense

BADANIA NAD ŚRODKAMI KOMUNIKOWANIA MASOWEGO W DANII

(Ocena wstępna)

Trzej badacze z Instytutu Lingwistyki przy Uniwersytecie w Odense, reprezentujący lewicę inspirowaną ideologią i filozofią marksistowską przedstawiają niektóre zagadnienia analizy środków komunikowania masowego. Punktem wyjścia jest dla nich krytyka pozytywistycznej analizy ŚKM na przykładzie analizy zawartości.

1.1. Rozwój badań nad komunikowaniem masowym — historia postępu

Marksistowska analiza środków komunikowania masowego (ŚKM) nie ma w Danii długiej ani ugruntowanej tradycji. Dopiero pod koniec lat sześćdziesiątych pojawiły się socjologiczne badania ŚKM (przede wszystkim w formie krytycznych analiz tekstu z ideologicznego punktu widzenia)¹. Z badań tych wynika pośrednio konieczność wypracowania niezależnych teoretycznych zasad analizy komunikowania masowego, gdyż dotychczasowe opierały się na właściwie bezkrytycznych adaptacjach znanych i uznanych metod ideologiczno-krytycznej czy pragmatycznej analizy tekstu. Nowością w tych analizach było potraktowanie przedmiotu poznawczego z socjalistycznego punktu widzenia, a także sam przedmiot analizy — kultura masowa. Obydwa elementy miały swe źródło w „zamieszkach studenckich” lat sześćdziesiątych i w „dniu rozrachunku”

¹ Frands Mortensen: 22.00 Radioavisen, 1972; Tegneserier. En ekspansionshistorie, 1974.

z osobistymi i pozytywistycznymi tradycjami i dogmatami zwalniającymi od obowiązku analizowania swych moralnych i politycznych przekonań.

Poszukiwanie specyficznej teorii komunikowania masowego zbliżyło humanistów do ekonomistów i socjologów, którzy już od dawna pracowali nad niektórymi zagadnieniami związanymi z ŚKM. Ci drudzy mogli się już opierać na stosunkowo mocnej i ukształtowanej tradycji, np. na pozytywistycznym rozumieniu funkcji i możliwych bezpośrednich skutków komunikowania masowego².

Był to ulubiony obiekt krytyki ze strony humanistów o socjalistycznych poglądach³. Napisałszy wiele prac usiłujących zachwiać pewnością siebie pozytywistów, którą opierali oni na niemal metafizycznych podstawach. Przyznawali się jedynie do technicznej omyłności. Krytyki te nie wpłynęły w istotny sposób na badania, jednakże dały początek współpracy z bardziej bezstronnymi badaczami w dziedzinie nauk społecznych, a także wyraźniej ukazały naszą metodologiczną słabość.

Ta autentyczna niepewność podstaw teoretycznych ujawniała się w naszych ciągłych próbach oparcia krytycznych rozważań w dziedzinie — na przykład ekonomii politycznej czy teorii „sfery publicznej” — na solidnych podstawach teoretycznych. I wysiłki te przyniosły rezultaty. Jest to szczególnie widoczne w postępie, jaki dokonał się w rozumieniu historycznego rozwoju komunikowania masowego i opisanie stosunków społecznych, w ramach których należy rozpatrywać ŚKM. Zainteresowanie badaczy skupia się na dialektycznym związku między potrzebami i oczekiwaniami klas uciskanych a sposobem, w jaki te potrzeby i oczekiwania są przedstawiane i wykorzystywane przez kapitalistyczne ŚKM. Ponadto próbują oni wspierać próby zorganizowania potrzeb i doświadczeń klas uciskanych w dążeniu do samorealizacji i osiągnięcia satysfakcji.

Takie podejście badawcze kładzie duży nacisk na **użyteczność ŚKM dla odbiorcy**, czyli — w rezultacie — na analizę zawartości. Wychodzi jednak poza zagadnienia analizy zawartości ku problemom rozpowszechniania. Danie pierwszeństwa analizie zawartości, analizie form ideologicznych, przez które ŚKM mogą zaspokoić potrzeby konsumenta, pozwala wyprowadzić socjalistyczne badania nad komunikowaniem masowym poza wskazywanie kapitalistycznych form komunikowania masowego i zwrócić większą uwagę na sytuację społeczno-psychologiczną i społeczno-historyczną, które tworzą potrzebę powstania kompensacyjnych jak i emancypacyjnych treści w ŚKM.

² Analiza serwisów informacyjnych w krajach skandynawskich przeprowadzona przez Karen Siune i Marit Bakke.

³ Referat na Trzeci Kongres Skandynawskich Badaczy Komunikowania Masowego w Orivesi (Finlandia) w 1977 roku, przygotowany przez Elsebeth Korsgaard, Larsa Quortrupa, Larsa Seeburga i Mogensa Schmidta. Patrz podsumowanie kongresu „Massenkommunikationsforskningens videnskabelige status”, Tampere 1977.

Potrzeba teoretycznego wglądu w te dziedziny została wyrażona już na początku lat siedemdziesiątych, choć w charakterystycznie abstrakcyjny sposób. Najważniejszym zadaniem badawczym było stworzenie całościowej teorii komunikowania masowego⁴. Pisali o tym Michael Bruun Andersen i Jorgen Poulsen we wstępie do „Media Sociology” (książka ta, po raz pierwszy opublikowana w 1974 roku, powstała pod silnym wpływem niemieckiej tradycji marksistowskiej). Ton ich wypowiedzi przypominał w swej pompatości optymistyczną pewność siebie z minionych lat. Cel poznawczy krytyki ekonomii politycznej jest oczywisty: obiektywne, historycznie skonkretyzowane przedstawienie społeczeństwa kapitalistycznego. W przypadku badań nad SKM oznacza to, że nie mogą one być traktowane jako odrębna dyscyplina, lecz jako część badanej całości.

Wymóg całościowego podejścia został spełniony przez teorię „sfery publicznej”, to znaczy teorię wpływu sfery publicznej na strukturę życia w społeczeństwie burżuazyjnym⁵. Potrzebę analizy „nadawcy” poprzez „krytykę ekonomii politycznej przemysłu kształtowania świadomości” zaspokaja teoria „publicznej sfery produkcji”. Z jednej strony, **publiczna sfera produkcji wydaje się sferą publiczną w takim samym stopniu jak tradycyjna burżuazyjna sfera publiczna**. Z drugiej strony, te sfery produkcji są przedsięwzięciami kapitalistycznymi, które wykorzystują jako **surowiec** „zainteresowanie ludzi życiem pełnym treści”⁶, a jako przewodnią zasadę — gromadzenie materiału. Zastosowanie tego pojęcia wyjaśnia — na przykładzie mediów — pełen sprzeczności, ale istotny wpływ przemysłu na społeczeństwo. „Społeczne wyobrażenia odbiorcy”, zarówno jako założony surowiec jak i jako ukształtowany produkt, zostały określone przez połączenie „estetyki i stosunków społecznych”, gdzie „estetyka ma być rozumiana jako modelowanie ludzkiej wrażliwości przez wrażenia zmysłowe”⁷.

Tak więc teoretyk, zaopatrzony w pozornie prawidłową i potencjalnie wyzwalającą orientację, stanął przed zagadnieniem popularyzacji swych wyników. Socjalistyczne analizy SKM bowiem istotnie znacznie przybliżyły prawdziwie jakościowe i historycznie uzasadnione rozumienie funkcji SKM, lecz nie wyszły poza instytucje, w których pracowała większość teoretyków komunikowania. W rezultacie wzrosło zainteresowanie zagadnieniami popularyzacji wyników.

⁴ Czy raczej odkrycie na nowo. Było to raczej odrodzenie poglądów sformułowanych przez szkołę frankfurcką i jej zwolenników w okresie międzywojennym i po wojnie.

⁵ F. Mortensen: *Ytringsfrihed og offentlighed*. Århus 1975, s. 268.

⁶ Oscar Negt, Alexander Kluge: *Offentlighed og erfaring*. NSU 1974, s. 20.

⁷ Bent Fausing: *Aestetik, kommunikation, socialisation*. *Kultur Klasse* 30, København 1977, s. 37.

Skupiono się na niektórych problemach stanowiących ramy samych analiz, a więc na przykład na tym, że badacz powinien posiadać gruntowną znajomość całej teorii — czy to krytyki ekonomii politycznej, czy to psychoanalizy — aby w ogóle być uznanym za zdolnego przyswoić sobie konkretne wyniki badania. Przez ostatnie pięć-, a może dziesięciolecie, na uniwersytetach starano się usilnie przekazać niezbędne wiadomości o SKM. Lecz nawet tam, jak również w innych szkołach wyższych, powstają trudności z przekazaniem tej wiedzy nowym studentom. Zmieniony program nauki, zagrożenie bezrobociem i podwyższone wymagania ze strony Państwowego Biura Stypendiów, nie pozwalają obecnie studentom poświęcić tyle czasu na studiowanie tych zagadnień co studentom sprzed kilku lat.

Jeżeli problem ten sprawia tyle trudności w stosunkowo liberalnych warunkach politycznych na wielu uniwersyteckich wydziałach humanistycznych, w innych uczelniach zapewne w ogóle nie dałby się rozwiązać, by nie wspomnieć już o upowszechnianiu tej wiedzy poza systemem edukacyjnym.

Tymczasowym rozwiązaniem były próby⁸ popularnego przedstawienia podstawowych pojęć i wyników badań. Mówiąc po prostu, część wiedzy została upowszechniona wśród pewnych odbiorców.

Podsumowując ten „optymistyczny” sposób widzenia rozwoju badań nad komunikowaniem, możemy stwierdzić, że na pewno jesteśmy jeszcze daleko od rozwiązania wszystkich problemów, lecz postęp w tej dziedzinie odbywa się we właściwym kierunku. Opinię tę można znaleźć w pracy Petera Madsena przedstawiającej czytelnikom zagranicznym skandynawskie i duńskie krytyczne badania nad SKM⁹. Przedstawia on historię tych badań jako proces uczenia się, który składał się z następujących etapów: Tradycyjne badania nad komunikowaniem masowym zostały zastąpione przez jakościową analizę zawartości. Kulturalno-radykalna koncepcja komunikowania masowego została zastąpiona przez pogląd, że komunikowanie masowe angażuje w rzeczywiste konflikty społeczne. Wykazano, że literackie i semiologiczne analizy zawartości powinny się opierać na konkretnych analizach społecznych. Abstrakcyjne analizy prowadzące do hipostazy i fetyszyzmu zostały zastąpione przez analizy oparte na konkretnych podstawach historycznych. Tradycyjna marksistowska koncepcja odbicia została zmodyfikowana przez obserwację, że zachodzą różne przekształcenia w trakcie formowania się danej świadomości klasowej. Podsumowując: nastąpiło połączenie elementów analizy zawartości z elementami materializmu historycz-

⁸ Por. np. Peter Olivarius, Ole Rasmussen, Peter Rugholm (red.): *Massenkommunikation. Introduktion til et undervisningsområde*. Dansk 1976; Per Seeberg Friis, Jens Frederik Kragholm, Jens Walter: *TV-analyse. Teori og metode til medieundervisning og -kritik*. 1976.

⁹ Por. Peter Madsen: *The Intelligentsia, The Critique of Culture and the Mass Media*. (W:) Mie Berg, Pertti Hemanus, Jan Ekecrantz, Frands Mortensen, Preben Sepstrup (red.): *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenå 1977.

nego¹⁰. Z tego punktu widzenia, w rozwoju tej gałęzi wiedzy w 1968 roku nastąpił sprowokowany przez wydarzenia społeczne radykalny przełom, od którego rozpoczął się długi, niezależny ciąg postępu naukowego.

I.2. Rozwój badań nad komunikowaniem masowym — historia upadku

Czy jednak rozwój badań na komunikowaniem masowym wyglądał rzeczywiście tak optymistycznie? Niektóre ze zjawisk przedstawionych powyżej można niewątpliwie interpretować odmiennie. Wspomnieliśmy, że jedną z odpowiedzi na wezwanie do całościowego podejścia była **teoria sfery publicznej**. Lecz czy ta teoria, tak jak ją sformułowano w Danii, **rzeczywiście** odpowiadała w pełni potrzebom? Jeżeli by się chciało dokładnie spełnić postulaty badawcze Drögego, musimy stwierdzić, że nie.

Teoria „publicznej sfery produkcji” w wielu przypadkach nie określała faktycznie „kontrowersyjnych i radykalnych założeń systemu komunikowania”, lecz jedynie odnotowywała zjawisko, które można pozornie wyjaśnić przez nadanie mu roboczej nazwy lub przez analogię.

Przy określaniu potrzeb społecznych człowieka często odwoływano się do pojęcia istoty ludzkiej („natural” human being). Oto przykład skrajny: „Niežność poczucie bezsilności społeczeństwa uprzemysłowionego kraju kapitalistycznego, poczucie znajdowania się w rękach nieznanych sił, rodzi **niepokój**. By uniknąć tych uczuć jednostka szuka punktu oparcia. W tych warunkach człowiek nie może osiągnąć stanu samoświadomości. Przejawia się to w identyfikowaniu się ze zbiorowością — Państwem, Narodem, Firmą czy z Przywódcą”¹¹.

W tej sytuacji świadomość źródła dochodów, partnerstwo społeczne czy demokratyczne stosunki społeczne itp. zostają sprowadzone do czynników kompensujących niepokój. Powody konkretne zostają zastąpione przez powód ogólny, nieokreślony, czyli niepokój. Wyjaśnienia dialektyczne (tzn. takie, które wskazywałyby na historycznie uwarunkowany charakter zjawiska i określały sposoby poprawy) zostały zastąpione przez jednostronne opisy psychologicznej słabości. Jest to charakterystyczne dla wielu nowych teorii socjalizacji¹².

A więc reasumując: musimy stwierdzić, że przeoczono fakt, iż „nauka socjalistyczna” nie jest automatycznie nauką służącą rewo-

¹⁰ Ibid., s. 286 i d.

¹¹ B. Fausing: op. cit., s. 63.

¹² Na przykład Krowoza, Leithäuser.

¹³ Mattick w dyskusji z Elmarem Altvaterem w *Kurasje* 12, København 1975, s. 72 i d. Patrz także Pannekoek: *The Intellectuals. Council Correspondence* 1935 nr 12.

¹⁴ Banał, który jest pomijany w praktyce przez wielu marksistów, którzy również uważają to za banał.

lucyjnemu ruchowi robotniczemu. W przeciwieństwie do optymistycznych opinii o postępie, lewica komunistyczna podkreślała, że najczęściej sytuacja wygląda wręcz odwrotnie: „Do tej pory widzieliśmy, że inteligencja, która określa strategię dla klas robotniczych (...) proponowała taką strategię, która była w jej własnym (inteligencji, pojmowanej jako grupa społeczna) interesie¹⁵.”

Nauka socjalistyczna nie powstaje w próżni¹⁴. To, czy krytyczna teoria ŚKM ma jakiekolwiek rewolucyjne znaczenie, zależy od warunków, w jakich teoria ta powstaje. Jest rzeczą oczywistą, że „socjalistyczna nauka” nie powstaje z niczego. Jeżeli zaś chodzi o uniwersytety, oczywiste jest, że niezależnie od stopnia, w jakim będzie się sprzeciwiała burżuazyjnemu systemowi szkolnictwa, nauka tam powstająca będzie na ogół „nauką należącą do systemu”.

I rzeczywiście, daje się zauważyć pewien sprzeciw wobec integracji pierwotnie opozycyjnego ruchu studenckiego. Krytyczna nauka o ŚKM powstaje w ramach państwowego systemu szkolnictwa, ponieważ musi, na przykład, produkować podręczniki, które mogą być używane na innych szczeblach tego systemu¹⁵. Powstaje w ramach systemu, ponieważ musi opierać się na zasadach określonych przez władze państwowe i prowadzić badania zaaprobowane przez te władze. Powstaje w ramach systemu, ponieważ nauczanie w coraz większym stopniu musi być nastawione na zaspokajanie wymagań pracodawców, gdyż bezrobocie wśród nauczycieli rośnie. Dzisiejsi uczniowie czy studenci będą musieli walczyć jutro o uznanie władz szkolnych. I w miarę tego, jak ruch studencki zmienia się z walki **przeciw** systemowi w walkę o przetrwanie **w ramach** systemu, nauka coraz mocniej będzie się wiązać z systemem¹⁶.

Tendencję tę można również zaobserwować w nauce o ŚKM. Na przykład, poglądy metodologiczne, które kilka lat temu były uważane za „verdinglichte Apperzeption des Dinghaften” (urzeczowioną apercpcję samej rzeczy), ostatnio znów weszły w obieg. Podkreśla się obecnie, że „obraz teoretyczny zawsze posiada cechy modelu” i że jego zdolność wyjaśniania polega na tym, że nie jest ani „tak redukujący, by nie być podobny i nie wyjaśniać”, ani tak „realistyczny, by parafrazować i stracić zdolność wyjaśniania”¹⁷.

W sferze poznawczej istnieje tendencja do odstępowania od zasadniczej sprzeczności między wynagrodzeniem za pracę a kapitałem na rzecz sprzeczności między **naturą** (zarówno wewnętrzną jak i zewnętrzną) a kapitałem. Przesunięcie to jest częściowo zgodne ze spo-

¹⁵ Por.: Massenkommunikation. Introduktion til et undervisningsområde pod red. Petera Olivarius, Ole Rasmussena i Petera Rugholma. Dobrym przykładem rozwoju teorii sfery publicznej byłby przegląd tytułów od „Strukturwandel der Öffentlichkeit” Habermasa i Negta/Klugego „Öffentlichkeit und Erfahrung” do poręcznikowych wersji tej teorii, np. Frandsa Mortensena i Jörna Möllera „Offentlighed og massenkommunikation” w „Massenkommunikation...”, op. cit.

¹⁶ Oburzanie się na tę tendencję oczywiście nie miałoby sensu. Krytykujemy fakt, że ta sytuacja i jej konsekwencje są aprobowane.

¹⁷ J. Möller, F. Mortensen: op. cit., s. 10.

sobem pojmowania kapitalizmu przez naszych uczonych i pozwala w pewnym stopniu na zajęcie w konflikcie klasowym wygodnej środkowej pozycji¹⁸.

Przywiązujemy dużą wagę do tego, by krytyczne stanowisko wobec scharakteryzowanych tu pewników teorii SKM uzyskało należną rangę i zdołało dotrzeć do grupy odbiorców.

Spróbujmy teraz rozwinąć niektóre propozycje i uwagi krytyczne dotyczące wspomnianych uprzednio badań nad SKM.

II.1. Pozytywistyczna analiza zawartości SKM

Tradycyjna pozytywistyczna analiza zawartości jest przede wszystkim techniką badawczą. Polega ona na statystycznym uporządkowaniu danego materiału symbolicznego przy pomocy zbioru kategorii¹⁹. Ta technika badawcza może być albo celem samym w sobie, albo może służyć jako instrument w bardziej wszechstronnym badaniu. Klasyfikując dany materiał językowy można badać częstotliwość, wartość, intensywność itp. Analiza zawartości może też służyć do sprawdzania teorii czy pojedynczych hipotez.

We wszystkich wspomnianych przypadkach analiza zawartości łączy się z pewnymi podstawowymi problemami. Tego rodzaju technika ilościowa rozbija tekst na części składowe, zaniedbując właściwy przedmiot analizy, mianowicie zawartość tekstu. Analiza zawartości zajmuje się jedynie **denotatywną** stroną języka, faktami bezpośrednio dostrzegalnymi. Pozytywistyczna analiza zawartości rozróżnia między „czarnymi znakami na białym tle” a tym, co kryje się między wierszami, a więc między treścią jawną a ukrytą. Ta druga jest pozostawiana interpretacji czytelnika i **nie jest brana pod uwagę** w „obiektywnej analizie”. Wynika z tego, że analiza taka może dać w pełni uzasadnione wyniki tylko w odniesieniu do konkretnych faktów zawartych w tekście, co oznacza, że — w najlepszym razie — można przy jej pomocy jedynie opisywać i porządkować to, co jest w nim obecne. Analiza może się więc sprowadzić do stwierdzenia, że tekst jest taki, na jaki wygląda. Przeprowadzając analizę w jej najbardziej rygorystycznej formie, można pominąć nie tylko ukrytą treść tekstu, jego stronę konotatywną, lecz także swoisty historyczny i językowy kontekst, który, szczególnie w przypadku przekazów masowych, ma decydujące znaczenie. W praktyce — oczywiście — nie można się z tym pogodzić. Treść ukryta istnieje i ma wpływ na odbiór, a pozornie neutralne podejście do analizowanego tekstu zawsze będzie mieć wpływ na wyniki analizy. Podświadomie zacznie ono służyć jako uzasadnienie otrzymanych wyników lub stanie się naukowym usprawiedliwieniem dla burżuazyjnych badań zdeteminowanych przez interes tej klasy.

¹⁸ Por. Boj Bro: *Studenterbevaegelsen — illusion og virkelighed. Fagtryk 36, Århus* oraz Ib Thiersen: *Kapitalsimens udviklingstendenser. Teori og Praksis 1977* nr 5.

¹⁹ Por. J. Ritsert: *Inhaltsanalyse und Ideologiekritik*; F. Mortensen: *op. cit.* 1972.

Nie mniej ważnym zagadnieniem pozytywistycznej analizy wartości są kategorie. Kategoryzacja ma, oczywiście, największe znaczenie dla rezultatu analizy, lecz mimo to proces kategoryzacji nie jest uważany za integralny element analizy, za element określony przez specyficzny charakter przedmiotu analizy i mający ogromny wpływ na jej rezultat.

Wręcz przeciwnie, proces kategoryzacji jest uważany za neutralną podstawę analizy. Sytuacja, w której metoda zaczyna dominować nad przedmiotem, jest dobrym przykładem przeceniania metody²⁰. Metoda z góry określa całą procedurę analizy i wniosek, który powstanie będzie w rzeczywistości oparty na metodzie, a nie na analizie. Metoda staje się **fetyszem**, a matematyczne i **instrumentalne** narzędzia stają się magicznymi środkami, które nadają jej pozory naukowości. Kracauer²¹ twierdzi, że zarzut pomijania treści ukrytej w analizie pozytywistycznej nie ma sensu, gdyż treść ta zależy od interpretacji czytelnika. Ponieważ każda treść, niezależnie od tego, jak jest oczywista, w końcu istnieje tylko dzięki **odbiorcy, który ją interpretuje**, analiza ilościowa musi ją całkowicie pominąć.

Wszystkie te zarzuty pod adresem pozytywistycznej analizy wartości, słuszne i niejednokrotnie zgłaszane, nie wyczerpują problemu. To prawda, że treść tekstu wiąże się z interpretującym odbiorcą, lecz dlaczego odbiorca „rozumie” tekst tak jak nadawca chce, by go rozumiał? Potrzebne do tego jest wspólne rozumienie, które nie może wynikać ani z tekstu, ani z użytego języka. **Wspólne rozumienie to rozumienie oparte na podstawach społecznych**. Stanowi ono zgodność — mniejszą lub większą — między doświadczeniem społecznym odbiorcy i nadawcy. Zgodność ta umożliwia porozumienie językowe.

W socjalistycznych analizach SKM teksty mogą być traktowane tylko jako produkty społeczne. Znane twierdzenie Adorna²², że **analiza tekstu musi odkryć społeczną treść tego tekstu**, jest zgodne z powyższym założeniem.

Nie oznacza to wcale, że takie ogólne podejście rozwiązuje nasze metodologiczne problemy. Jednym z warunków rozwiązania tych problemów, a więc jednocześnie udoskonalenia pozytywistycznej analizy zawartości, jest konieczność umiejscowienia analiz w ramach całokształtu stosunków społecznych. Tu właśnie znajduje zastosowanie teoria sfery publicznej.

Takie całościowe podejście musi, przede wszystkim, **opisać i objaśnić** sposób widzenia burżuazji przez siebie. Nie powinno to być proste i usystematyzowane przedstawienie materiału tekstowego, lecz raczej objaśnienie **jego cech jako produktu społecznego**. Po wtóre, takie całościowe określenie musi **umiejscowić SKM i ich funkcje**

²⁰ Przykład przeceniania metody podaje również F. Mortensen w swym referacie na Trzeci Kongres Badaczy Komunikowania w Orivesi 1977: „Massekommunikationsforskningens objekt og metoder”.

²¹ Por. artykuły w *Ästhetik und Kommunikation* 1972 nr 7.

²² Por. T. Adorno: *Einleitung in die Musiksoziologie*; F. Mortensen, 1967.

w stosunku do społeczeństwa jako całości. Jest rzeczą bardzo ważną, by analiza zawartości była nie tylko umiejscowiona historycznie, lecz także określona wobec całości aktualnego kontekstu społecznego.

II.2. Krytyczna analiza środków komunikowania masowego

II.2.1. Krytyka ideologii a badania SKM

Zastosowanie strukturalizmu do analiz tekstu miało wpływ również na duńskie badania w dziedzinie komunikowania masowego. Pozaostałości po okresie, nim pojęcie tekstu zaczęto ujmować z **perspektywy społecznej**, zostały w niezmienionej formie przeniesione do materialistyczno-historycznego podejścia do przedmiotu analizy.

Rozwijając myśl, że „tekst to tekst”, należy podkreślić, że zarówno z punktu widzenia nadawcy jak i odbiorcy istnieją znaczne różnice między beletrystyką a tekstami będącymi przekazami masowymi. Forma tych drugich jest w znacznym stopniu zdeterminowana społecznie. W porównaniu np. z beletrystyką, powstają one w warunkach przemysłowych i w sytuacji rozwiniętego podziału pracy. Już sama forma jego produkcji wskazuje na to, że nie należy izolować „tekstu” jako wyłącznego przedmiotu badania. Musimy w badaniach uwzględnić stosunek między produkcją a odbiorem. Im bardziej skomplikowane technicznie są SKM, tym większe znaczenie dla ideologicznej struktury mają czynniki związane z produkcją przekazów. Dotyczy to stosunków własności, warunków technologicznych, instytucjonalnych i ekonomicznych. Jeżeli zaś chodzi o odbiór, przekaz masowy istnieje jako całość tylko wtedy i tyle, ile jest odbierany. Dotyczy to oczywiście również tekstu literackiego, lecz tekst będący przekazem masowym nie jest świadomie wybierany przez odbiorcę, o czym musimy pamiętać przy badaniu odbioru tych dwóch rodzajów tekstów. Wpływ przekazu masowego należy widzieć w kontekście masowych i intensywnych oddziaływań na nasze zmysły, na co jesteśmy wystawieni codziennie i czego jesteśmy albo nieświadomi (np. reklamy), albo mamy do nich stosunek zrytualizowany (np. regularne czerpanie wiadomości o świecie zewnętrznym z dzienników radiowych czy telewizyjnych). Sytuacja odbioru przekazu masowego jest sytuacją wyjątkową (jeżeli sytuację odbioru literatury można uznać za normalną?!). My, badacze, bardzo niewiele o niej wiemy, a ponadto zajmowaliśmy się nią w bardzo ograniczonym stopniu. Te trzy okoliczności prawdopodobnie przyczyniły się do tego, że nasze badania są tak niechętnie, wręcz wrogo przyjmowane. Ukazują one, po prostu, specyficzne cechy tekstu czy programu, z których przeciętny odbiorca zupełnie nie zdaje sobie sprawy.

Tak więc wymagania, jakie stoją przed nami jako badaczami, okazują się coraz bardziej złożone. Po pierwsze, nie wystarczy zajmować się zagadnieniami wycinkowymi. Musimy brać pod uwagę, na przykład, całe gazety, roczniki i ciągi programów. Po drugie, musi-

my złożone przedmioty naszej analizy widzieć na szerszym tle produkcji i odbioru. Mówiąc ściśle, nie wystarczy, tak jak to się często robi w badaniach socjologicznych, podzielenie tak obszernego i skomplikowanego materiału tekstowego na poszczególne elementy po to tylko, by przy pomocy tej metody z powrotem odzyskać jego kontekst (etap dekodowania w analizie zawartości).

Wyjściem alternatywnym jest ustalenie **pewnych kategorii tematycznych (dimensions)** mających odniesienie w materiale **oraz tych czynników produkcji i odbioru,** które są istotne w przypadku tego materiału. Oznacza to, że takie ustalenie kategorii tematycznych musi wyjść poza istniejące już w tekście podziały materiału. Zapewne wielu z nas wpędziło się w ślepą uliczkę, opierając swe analizy gazet na takich pozornie skrupulatnych podziałach, jak wypowiedzi na tematy kulturalne, na temat rynku pracy, materiały zagraniczne itp. A zamiast tego mogliśmy wyjść od pytania: czyje doświadczenie przedstawia gazeta? Można, na przykład, podzielić materiał na tematy związane z różnymi przejawami życia (życie zawodowe, rodzinne, uczuciowe itp.) lub na tematy związane ze sferami życia społecznego. Celem samej analizy zawartości powinno być przedstawianie problemów ucisku klasowego, tak jak to próbuje robić teoria sfery publicznej. Ponadto, należy nadal zwracać uwagę na zmiany zachodzące w sferze ideologicznej. Przykład: w jaki sposób pewne doświadczenia czy problemy społeczeństwa są traktowane przez ich personifikowanie, upraszczanie albo też przez przesuwanie antagonizmów i sprzeczności do tych sfer, gdzie — przynajmniej pozornie — można się z nimi uporać. By ujawnić te ideologiczne zabiegi, musimy badać teksty w sposób, który by obnażył kryjące się za nimi założenia i sprzeczności.

Takie elementy treści, które są równocześnie wiarygodne w tekście i poza tekstem, umożliwiają sprecyzowanie dydaktycznych i politycznych cech socjalistycznych badań nad ŚKM. Odpowiedzi na postawione pytania pomogą opisać związek między doświadczeniem a przekazywaniem doświadczenia, między **autoorganizacją a narzuceniem z zewnątrz, działaniem zorganizowanym a zdeorganizowanym.** Pomogą więc w zrozumieniu roli spełnianej przez kapitalistyczne ŚKM. Jednocześnie, utrzymując ten związek, na którym opiera się przydatność ŚKM dla użytkownika — związek dialektyczny między kompensacją a emancypacją — wyniki naszych badań będą sprzyjać zbiorowym kontrakcjom i zaspokajać potrzebę emancypacji.

II.2.2. Teoria sfery publicznej a badania nad ŚKM

Jedną z najczęściej krytykowanych (także w tym artykule) cech pozytywistycznych badań nad komunikowaniem masowym jest ich fragmentaryczność. Badania nad nadawcą, badania zawartości, efektów, kosztów ekonomicznych itp. wydają się skoordynowane, lecz niekoniecznie posiadają jakąś organiczną zwartość. Właśnie tę sytuację próbowały przełamać badania ideologiczno-krytyczne poprzez ukazywanie treści społecznych kryjących się w przekazie masowym.

Służyły temu analizy hierarchii wartości, obrazu świata i struktury podstaw ideologicznych w drobnych formach literackich. Sytuację tę próbuje również zmienić teoria sfery publicznej przez ukazywanie treści przekazów masowych w kontekście historycznie zdeterminowanego użytkowania, w którym w rzeczywistości funkcjonują, i ujawnianie ich związków z całością procesu komunikowania. Teoria sfery publicznej jest teorią całościową. „Próbuje stworzyć zwarty obraz działań prywatnych i społecznych w społeczeństwie typu duńskiego (welfare state, social state). W ramach tego obrazu umieszcza się SKM i dopiero wtedy, naszym zdaniem, można wysnuwać poszczególne wnioski z różnorodnych badań nad komunikowaniem masowym”²³. Teoria sfery publicznej nie została stworzona jedynie dla potrzeb analizy tekstów. Nadaje ona badaniom komunikowania masowego perspektywę socjologiczno-historyczną. Mieści się w tym zarówno społeczna funkcja komunikowania masowego, jak i treść przekazów.

Przedmiotem działania teorii sfery publicznej są instytucje ideologiczne i polityczne, które albo stabilizują podstawy społeczne, albo próbują je zmienić. A zatem, rozwijając tę myśl dalej, celem badań sfery publicznej jest ukazanie tych instytucji jako organizacji publicznych opartych na doświadczeniach i interesach pewnych grup i klas. Sfera publiczna jest więc, z tego punktu widzenia, sferą ideologicznej i politycznej konfrontacji w ramach społeczeństwa burżuazyjnego. W instytucjach tych manifestuje się także ustrukturuwanie znacznej części życia, stanowiące wynik owej konfrontacji. Owe ustrukturuwanie, znajdujące się oczywiście w ciągłym ruchu, jest burżuazyjną sferą publiczną²⁴.

Komunikowanie masowe jest w tym kontekście elementem zasadniczym zarówno w historii jak i współcześnie. W swym referacie na konferencję na temat komunikowania masowego w Orivesi w 1977 roku Frands Mortensen pisze, w jaki sposób można funkcjonalnie **określać komunikowania masowe w powyższym kontekście, tzn. jako instytucję rozpowszechniającą pewne treści, której celem jest pobudzanie społecznej debaty politycznej i kulturalnej**²⁵. Poszczególne SKM mają więc dwa zasadnicze cele. Muszą one funkcjonować instrumentalnie jako środki wyrażania określonych doświadczeń i interesów oraz reprezentowania tych interesów w konflikcie między klasami. Muszą też funkcjonować jako więź między prywatnym życiem poszczególnych odbiorców a kontekstem społecznym, którego część stanowią odbiorcy. Nie mogą one wywiązać się ze swych obowiązków instrumentalnych bez zajęcia się potrzebami, zainteresowaniami i doświadczeniami poszczególnych odbiorców. Określenie sposobu, w jaki ta podwójna funkcja może być konkretnie pełniona, stanowi jeden z głównych celów socjalistycznych badań nad SKM.

²³ F. Mortensen, J. Möller: *Offentlighed og massekommunikation*, Copenhagen 1976, s. 10.

²⁴ Piszą o tym Negt i Kluge w części wstępnej i pierwszym rozdziale swej książki *„Offentlighed og erfaring”*. Grenå 1974.

²⁵ F. Mortensen: *Massekommunikationsforskningens objekt og metoder*.

Twierdziliśmy, że teoria sfery publicznej może stworzyć ramy badawcze dla analiz przekazów masowych przez określenie ich funkcji, tzn. że w przeciwieństwie do analizy ilościowej nie działa ona jako metodologiczny krajacz do jajek, który może pociąć **każdy** tekst w zgrabne kawałki. Teoria sfery publicznej umożliwia odkrywanie wzajemnej zależności między doświadczeniem społecznym, komunikowaniem społecznym i SKM. Można więc, przy jej pomocy, umieścić tekst w jego społecznym kontekście, który determinuje zarówno formę, jak i treść z punktu widzenia nadawcy, przekazu i odbiorcy.

To historyczne podejście jest ogromną zaletą teorii sfery publicznej. Zmusza nas ona, między innymi, do traktowania przekazów masowych jako całości kumulujących tezy z różnych okresów historii, do spostrzegania ich w badanym tekście, nałożonych na siebie jak archeologiczne warstwy. Przede wszystkim jednak, wskazuje ona perspektywę politycznego wyzwolenia, które są związane z zajmowaniem się zakłóceniami, barierami i przełamywaniem barier w komunikowaniu masowym. Przykładem jest zewnętrznie zdeterminowany rozdział między gromadzeniem doświadczeń a komunikowaniem opartym na więzi wspólnych doświadczeń, który jest barierą zabezpieczającą przed „przebudzeniem się” klasy robotniczej, stworzoną przez społeczeństwo burżuazyjne. W ten sposób doszliśmy do tego, co uważamy za najistotniejsze zadanie socjalistycznych badań nad SKM: **badac dialogiczny związek między potrzebami, życzeniami i doświadczeniami klas uciskanych a manipulowaniem nimi i eksploataowaniem ich przez kapitalistyczne środki masowe.** Taka postawa badawcza nie jest rezultatem traktowania SKM wyłącznie jako kapitalistycznego towaru, lecz wynikiem analizy zdolności tych środków do zaspokajania wymagań. Teoria sfery publicznej, gdy spojrzymy na nią z tego punktu widzenia, nabiera wymiaru dydaktycznego. Głównym problemem jest tu funkcja SKM jako czynnika socjalizującego, współpracującego w tworzeniu pozornej syntezy społecznej. Tymczasem **współtworzą one pseudosyntezę, która służy łagodzeniu sprzeczności w społeczeństwie burżuazyjnym, zwłaszcza zaś sprzeczności między sferą prywatną a społeczną. Funkcjonują zatem jako rodzaj pośrednika w tworzeniu pozornej rzeczywistości.**

W jakiej jednak historycznej teorii została uwzględniona sfera publiczna jako struktura i dziedzina? Nie jest to w żadnym razie marksistowska teoria historyczna.

Dla marksistowskiej teorii historycznej podstawowe znaczenie ma pojęcie wszechobecnego Kapitału. Hans-Jürgen Schanz pisze: „Stosunki wartości (value relation) ustanawiają specyficzne formy przedmiotów (...), poprzez które powstają formy materialne i funkcjonują im podporządkowane, tak jak forma organizacyjna dla reprodukcji i rozwoju stosunków społecznych w warunkach produkcji kapitalistycznej”²⁶. W „Grundrisse...” Marks czyni następujące ciekawe obserwacje historyczno-teoretyczne: „So schafft das Kapital erst die bürgerlichen gesellschaftlichen Zusammenhänge selbst durch die Glieder der Gesellschaft” (Tak więc dopiero kapitał tworzy burżua-

²⁶ H. J. Schanz: Til rekonstruktionen. Århus 1975, s. 175.

zyjne więzi społeczne przez same człony społeczeństwa)²⁷. Stąd wynika ogromny cywilizacyjny wpływ kapitału. A więc: „nichts An-sich-Höheres, Für-sich-selbst-Berechtigtes, ausser diesem Zirkel der gesellschaftlichen Produktion und Austausch” (nic wyższego w samym sobie, uzasadnionego samo-przez-się, poza tym kręgiem społecznej produkcji i wymiany)²⁸.

W przeciwieństwie do tych uwag, kategoria „sfery publicznej” staje się autonomiczna w teorii sfery publicznej. Według teorii, sfera publiczna jest wyraźnie „An-sich-Höheres, für-sich-selbst-Berechtigtes”.

Tak więc, zgodnie z teorią, sfera publiczna tworzy się jako zasada konstrukcyjna dla społeczeństwa burżuazyjnego i jako odrębna część tego społeczeństwa. Funkcjonuje także jako zasada konstrukcyjna. To zaś sugeruje, że sfera publiczna sama się uzasadnia i że wyjaśnieniem sfery publicznej jako struktury jest sfera publiczna jako zasada struktury.

Teoria sfery publicznej, mimo wszelkich nie rozwiązanych jeszcze problemów, jest najpełniejsza i najbardziej **spoista** spośród wszystkich stworzonych dotychczas do badań nad komunikowaniem masowym, lecz, jak już wspomniano, nie jest to teoria, którą można by stosować samodzielnie w analizach zawartości. Znajdujemy się obecnie na tym etapie rozwoju badań, kiedy to kompetentne socjalistyczne analizy procesu komunikowania masowego dotyczą nadawcy (także instytucji), kiedy powstają fachowe analizy tekstów utrzymane w tradycji krytyki ideologicznej. Tymczasem odbiorcy poświęca się wciąż mało rozważań teoretycznych i badań empirycznych.

Siła teorii sfery publicznej, jako teorii całościowej, leży w tym, iż stawia ona pytanie, dlaczego ideologia burżuazyjna jest chętnie przyjmowana — nawet w skali ponadnarodowej. Teoria sfery publicznej wskazuje na obowiązek brania pod uwagę przez badacza pełnej życiowej sytuacji odbiorcy i roli, jaką odgrywają w niej SKM. Do jednostkowych badań tekstów wystarczy analiza ideologiczno-krytyczna, lecz w przypadku, kiedy mamy do czynienia z obszerniejszym materiałem i chcemy pozostać wierni kontekstowi historycznemu, analiza ta już nie wystarcza. Nie wystarcza również w przypadku takich charakterystycznych cech przekazów masowych jak to, że odzwierciedlają one stosunki produkcji w społeczeństwie wyraźniej niż np. beletrystyka; że wykazują tendencję do zacierania różnic między gatunkami; że nie oferują wniosków (inconclusiveness), a wreszcie, że są powtarzalne. Jak dotąd, odpowiedź na te problemy był pluralizm metodologiczny, czerpiący po trochu z psychoanalizy, marksistowskiej teorii kapitalizmu, teorii sfery publicznej i tradycyjnych socjologicznych badań nad konsumentem i marketingiem. Nie jest to jednak zadowalające rozwiązanie zagadnienia socjalistycznej analizy SKM.

Przełożyła z angielskiego
Urszula Szczepańczyk

²⁷ Marx: Grundrisse, s. 313.

²⁸ Op. cit., s. 24.

Struktury sfery publicznej w społeczeństwie burżuazyjnym

„Społeczeństwo”			Państwo
	Sektor prywatny	Sektor publiczny	
Nazwa	sfera intymna	publiczna sfera kulturalna	Aparat państwowy zapewniający: - ogólne warunki produkcji - ogólne stosunki prawne - reprodukcję społecznego kapitału narodu - regulowanie konfliktu pomiędzy pracą a kapitałem. Powyższe osiąga się poprzez ekonomiczne (podatki, fundusze), prawne (prawa, sądy), ideologiczne (szkoły, radio i TV) oraz fizyczne (wojsko, policja, więzienie) interwencje w życie społeczeństwa.
Przedmiot	(religia, emocje, seksualizm)	(wyznanie uczuć religijnych, sztuka, literatura)	
Miejsce	„dom”	„instytucje kulturalne”	
Instytucja	„rodzina”	„społeczeństwo”	
Nazwa	sfera społeczna	polityczna sfera publiczna	
Przedmiot	gospodarka prywatna — produkcja, nabywanie i sprzedawanie towarów (np. siły roboczej)	„polityka” i gospodarka narodowa wraz z warunkami społecznymi	
Miejsce	„warsztat pracy” i sklepy	„parlament”	
Instytucja	„firma”	„partia”	

KRYSTYNA SANETRA

KONRAD WRZOS

Krystyna Sanetra jest absolwentką filologii polskiej oraz Podyplomowego Studium Dziennikarskiego UJ. Jako temat pracy dyplomowej wybrała działalność reporterską i koleje losu popularnego w okresie międzywojennym dziennikarza Konrada Rosenberga znanego pod pseudonimem Wrzos. Z nikłych śladów i dokumentów, z relacji ludzi, którzy Wrzosa znali, z jego książek skonstruowała szkic biograficzny, który przybliży nam sylwetkę dziennikarza porównywanego niegdyś z E. E. Kischem, a dziś — zupełnie zapomnianego.

Z pewnością był Wrzos reżimowym dziennikarzem. Z czołową osobistością II Rzeczypospolitej, min. Beckiem, łączyła go przyjaźń. Linia ideowo-polityczna Wrzosa jest nam obca. Natomiast godna przypomnienia jest jego sylwetka jako znakomitego warsztatowo reportera.

W zawodzie dziennikarskim nic nie znaczy sukces, jeśli nie osiągnęło się go po raz drugi.

(K. Wrzos, „11 głów narodów i armii”, Warszawa 1938, s. 207)

Asy reportażu światowego

Taki był tytuł artykułu, w którym Wacław Rogowicz przedstawia reporterów uważanych za mistrzów w ukazywaniu przekroju życia współczesnego w światowej skali¹. Jednym tchem wymienił w nim Francuza Alberta Loudresa, Amerykanina H. R. Knickerbockera, praskiego Niemca Egona Erwina Kische i — „asa polskiego o znaczeniu międzynarodowym” — Konrada Wrzosa.

Gazeta Polska twierdziła, że Wrzos zdobył tę pozycję szturmem. Pierwsza książka utalentowanego publicysty „Oko w oko z kryzysem” była sygnałem pojawienia się u nas przedstawiciela tak rzadkiego w polskim dziennikarstwie rodzaju, jakim jest wielki reportaż. Druga, „Kiedy znów wojna”, wysunęła go do rzędu reporterów świa-

¹ *Kurier Literacko-Naukowy* 1933, nr 33.

towych, a „Rewolucja w Grecji” umocniła tę pozycję. Entuzjastyczne recenzje witały pojawienie się nowych książek-reportaży K. Wrzosa. Reportaż pt. „Kiedy znów wojna” został przetłumaczony na czeski i francuski. Francuski dziennik *L'Intransigeant* uznał go za swego rodzaju model, a autora za wzór doskonałości w swym zawodzie. W ankiecie *Lidowych Novin* pt. „Jaką najciekawszą książkę czytałem w bieżącym roku?” reportaż Wrzosa zajął drugie miejsce wśród polskich książek (po „Zazdrości i medycynie” Choromańskiego, a przed „Nocami i dniami” Dąbrowskiej).²

Kariera reporterska Wrzosa wypełniona podróżami po kraju i świecie, uwieńczona ogromną ilością publikacji w prasie i wydaniem 9 książek trwała mniej więcej 16 lat. Reportaż o grożącej wojnie przyniósł mu sławę. Wojna zmiotła ją prawie doszczętnie. Świat, który wyłonił się z mroku okupacji był zupełnie inny, wraz z nim zmienili się ludzie, problemy... Dziś nikt albo prawie nikt nie zna nazwiska dziennikarza, który w okresie międzywojennym zajmował pozycję jednego z niewielu, jeśli nie jedyne go, autora reportaży europejskiej miary (Wańkowicza wtedy mało kto znał).

Przeminęło z wiatrem

„Mój syn, redaktor Wrzos” — mawiał z dumą o synu Stanisław Rosenberg w kawiarni „Europejska”. Nie miał więc chyba pretensji, że Konrad zrezygnował z nazwiska na rzecz pseudonimu. Natomiast pretensje do tak brzmiącego pseudonimu zgłaszał autor wielu piosenek, Tadeusz Żeromski. W tym konflikcie zwycięzcą okazał się jednak dziennikarz.

Konrad Bronisław Wrzos, syn Gustawy i Stanisława Rosenbergów, urodził się 28 kwietnia 1905 r. Pochodził z dobrej warszawskiej mieszczańskiej rodziny. Najmłodszy z trójki rodzeństwa miał brata Seweryna i siostrę Marylę. Ojciec jego był sędzią handlowym. (Obecnie urząd taki nie istnieje. Były to własne sądy korporacyjne kupców i przemysłowców, powoływane do rozstrzygania spraw finansowo-handlowych między sobą.)

Karierę dziennikarską rozpoczął Wrzos jako bardzo młody chłopak w r. 1923, w organie PPS, *Robotniku*. Prawdopodobnie nie skończył gimnazjum i nie miał matury. Nie było w tym nic nadzwyczajnego. Bardzo wiele osób, które czuły wenę dziennikarską postępowало w ten sposób: rzucało szkołę i szło do redakcji pracować. Oczywiście, aby pójść taką drogą i zdobywać sukcesy, trzeba było mieć talent, wiedzieć czego się chce. Wrzos wspominał po wielu latach, że dziennikarstwo było jego marzeniem od najmłodszych lat. Gdy miał 10 lat, a jego przyjaciel Jan Librach 11, snuli plany, według których Jan miał być szefem organizacji, a Konrad reporterem. W *Robotniku* Wrzos nie utrzymał się długo. Napotkał konkurenta w osobie Bernarda Szapiry, który miał dużo mocniejszą pozycję, był poza tym członkiem PPS. W konsekwencji Wrzos opuścił redakcję.

² Por. K. Wrzos: *Francja dzisiejsza*. Warszawa 1938, s. 217.

Kurier Polski

Podjął pracę w *Kurierze Polskim*, organie liberalno-demokratycznym, zbliżonym z jednej strony do gen. Sikorskiego, a z drugiej do Aleksandra Skrzyńskiego. Pismem kierował wytrawny dyplomata, publicysta, polityk, bardzo światły człowiek — Ignacy Rosner. Likwidacja cesarstwa austro-węgierskiego i koniec wielkiego Wiednia przeniosły go do Warszawy, gdzie już nie jako „radca dworu”, ale „szara eminencja” prowadził owocnie pismo, w którym Wrzosowi udało się zdobyć ostrogi dziennikarskie. Starszego, lekko pochylonego, starannie ubranego pana, z twarzą pooraną zmarszczkami, z szacunkiem i uznaniem traktowali jego współpracownicy: Witold Giełżyński, Stefan Grostern, Mieczysław Grydzewski. „Pan Radca” (tak go nazywano w redakcji) odkrył Wrzosa jako reportera. Wrzos przynosił do redakcji *Kuriera Polskiego* kronikę „Z życia młodzieży”. Jedna z notatek zwróciła uwagę Rosnera, który — ku wielkiemu zdziwieniu Wrzosa — zaproponował mu pisanie kroniki politycznej. Nieraz Rosner dawał mu sugestie tzw. „sensacyjnych wiadomości”. Gdy Wrzos przynosił je do redakcji, Pan Radca redukował je do jednołamowych informacji, uważając, że ich wymowa jest wtedy większa.

Kierownikiem działu politycznego, polityki wewnętrznej, był w *Kurierze* znany już w okresie międzywojennym dziennikarz Witold Giełżyński. Konrad Wrzos po latach ze wzruszeniem wspominał ranki, gdy po pracy w redakcji odprowadzał na Smolną swego szefa, który po Rady był w *Kurierze* jego mistrzem w rzemiośle dziennikarskim. Wrzos bowiem został pomocnikiem Giełżyńskiego i znalazł w nim nauczyciela, mentora, opiekuna, przyjaciela wreszcie.

Giełżyński był jedynym współpracownikiem pisma, który „śmiał” dyskutować sprawy polityczne z Panem Radcą. „Grydz” (Mieczysław Grydzewski) niczego nie dyskutował, ale uśmiechając się robił co chciał przy łamaniu dziennika. Często dochodziło do utarczek między Grydzem a metrapażem *Kuriera* — p. Kudrzyckim. Stawali wtedy vis a vis stołów zawałonych szpaltami i z płomieniem w oczach, zapaleni, walczyli o wygląd pisma. Kudrzycki nie ulegał presji Grydzewskiego, który doszedł z czasem do mistrzostwa w łamaniu, dzięki „szkole” Kudrzyckiego i koleżeńskiemu porozumieniu z zecerami.

Królem nocy redakcyjnej był Grydzewski — zwycięzca w sprzeczkach z Kudrzyckim i z tymi redaktorami, dla których artykułów nie miał miejsca na łamach dziennika. Wśród nich czołową pozycję miał zajmować mecenas Leon Okręt, którego reportaże Grydz traktował jak tytoń (niech się uleży). Zdarzało się jednak, że nie miał miejsca nawet dla wiadomości dawanych mu przez Pana Radcę. Pierwszeństwo zaś mieli Jarosław Iwaszkiewicz i Antoni Słonimski. Dziennik był utrzymywany na najwyższym poziomie, nastrój w redakcji i w zecerni był nieporównany. Wrzos pisał: „Gdy dziś po latach myślę o satysfakcji, jaką dawała i daje mi praca w dzienniku oraz at-

* J. Frühling: W moim kalejdoskopie. PIW, 1964, s. 78.

mosfera drukarni — ten okres wspominam jako najmiłszy, ten warszawski okres, który «przeżył z wiatrem»».

Po *Kurierze Wrzos* współpracował z miesięcznikiem *Epoka*, a potem z *Nową Epoką*. Od r. 1929 do wybuchu wojny związany był z *Ilustrowanym Kurierem Codziennym*. Był stałym sprawozdawcą politycznym tego pisma, był też kierownikiem warszawskiego oddziału *IKC-a*.

Etapy kariery dziennikarskiej

Początkowo był reporterem. Za tamtych czasów znaczyło to coś innego niż dziś. Reporter to był wścibski człowiek, którego zadaniem było zdobywać i wydobywać wiadomości i informacje, choćby spod ziemi. Rzecz jasna reporter nie siedział w redakcji.

Kuźnią plotek politycznych, najistotniejszej części dzienników zajmujących się polityką, był Sejm przy ul. Wiejskiej. Pracował Klub Sprawozdawców Parlamentarnych, pracowały komisje sejmowe, kluby poselskie. Tam właśnie od godziny 10 rano, musiał kręcić się dziennikarz, który chciał się czegoś dowiedzieć. Gotowało się to wszystko w kuluarach i w bufecie, rozmowy polityków między sobą, ich rozmowy z ludźmi z miasta. Witos np., wraz z całą swą ekipą szedł z Sejmu do słynnej warszawskiej restauracji na rogu Marszałkowskiej i ul. Widok — „Pod Bachusem”. Tam odbywały się ważne rozmowy, dyskusje, spotkania. Dla reportera istotne było dowiedzieć się, o czym oni mówili, kto z kim się spotkał itp. Nieodłączną rzeczą w takich sytuacjach był „nos dziennikarski”, trzeba było wyniuchać, wręcz wydedukować pewne fakty, a w sprzyjających okolicznościach dopaść kogoś, od kogo można by się dowiedzieć, o co chodzi.

Konrad Wrzos potrafił to świetnie robić, był niestrudzony i ogromnie pomysłowy w zdobywaniu potrzebnych informacji. Wieczorem przynosił do redakcji *Kuriera* różne wiadomości, zapisane na bibułkowych serwetkach czy innych skrawkach papieru. Giełżyński adiustował je, pomagał mu w opracowaniu tekstów i z tych niesygnowanych notek powstawała kronika polityczna.

Kolejny etap pracy Wrzosa to sprawozdania z konferencji, wywiady, wyjazdy do Genewy, na posiedzenia Ligi Narodów. Wrzos zaczął wypływać na coraz szersze wody, robił wywiady z mężami stanu, reportaże z podróży zagranicznych. Kierował warszawskim oddziałem *IKC*, ale właściwie mało przebywał w redakcji, podróżował po Polsce i świecie. Zebrane materiały zamieszczał nie tylko w *IKC-u* czy innych dziennikach, ale zaczął wydawać książki.

W r. 1933, od stycznia do kwietnia, Wrzos, z polecenia redakcji *IKC*, podróżował po Polsce. Rezultatem podróży był reportaż, wydany w tym samym roku przez F. Hoesicką, pt. „Oko w oko z kryzysem”. Reporter przejechał kraj wzdłuż i wszerz i rozmawiał z najróżniejszymi ludźmi. Próbował znaleźć źródła kryzysu i drogi poprawy warunków życia milionów ludzi. Przedstawił poglądy na istniejącą sytuację wybitnych osobistości z prezydentem Rzeczypospolitej na

czele. Rozmowy i wywiady uzupełnił autor przenikliwą obserwacją. Ówcześni recenzenci ocenili ten reportaż jako czyn obywatelski. Nie dziwnego, wszak było to dotknięcie najżywotniejszych i najbardziej dotkliwych problemów współczesnego życia polskiego. Przy tym słowa Wrzosa były trzeźwe i obiektywne, nie związane żadną doktryną.

W listopadzie i grudniu 1933, styczniu i lutym 1934 Konrad Wrzos z ramienia *IKC-a* podróżował po Europie środkowej. O wojnie mówiono powszechnie. Wrzos wyszedłszy z założenia, że jej ośrodkiem będą Niemcy, odwiedził kraje sąsiednie. Rozmawiał z szefami państw i z prostymi ludźmi, zadając im jednakowe pytanie: czy widzą możliwość wybuchu nowej wojny i kiedy. Ankietę swą rozpoczął od Austrii (19 XI 1933), gdzie spotkał się z kanclerzem Dollfussem, a także z kierownikami zakonspirowanego ruchu hitlerowskiego w stolicy separatystów austriackich — Grazu. Z Wiednia pojechał do Czechosłowacji, tam był przyjęty przez prezydenta Republiki Czechosłowackiej prof. Tomasza Masaryka, a następnie podróżował wzdłuż pasa pogranicznego między Czechosłowacją i Rzeszą, po Karkonoszach, skąd dochodziły najbardziej tajemnicze wieści. Z Pragi samolotem poleciał do Paryża, a potem do Brukseli. I tu, i tam rozmawiał z ministrami spraw zagranicznych i wojny, z szefami armii, z wojskowymi i cywilnymi organizatorami obrony, z ekonomistami, z fabrykantami i eksporterami broni, z ofiarami poprzedniej wojny, z inwalidami. Dwukrotnie zwiedził Zagłębie Saary. Był przyjęty na prywatnych audiencjach przez premiera miejscowego rządu, sprawującego mandat z ramienia Ligi Narodów, i jego ministra handlu. Rozmawiał z miejscowymi starostami, z celnikami, żołnierzami, z businessmanami i sklepikarzami, konduktorami, szoferami i kelnerami, ze służącymi i sprzedawcami gazet. Zwiedził też linię świeżo wybudowanych francuskich fortyfikacji nad granicą niemiecką. Był przy tym pierwszym dziennikarzem zagranicznym, któremu francuskie ministerstwo wojny udzieliło na to pozwolenia.

W dalszych etapach podróży odwiedził Holandię, Szwajcarię, Luksemburg i ponownie Paryż. Rozważając możliwości sposobu prowadzenia przyszłych wojen był w Paryżu w ministerstwie lotnictwa, w fabryce samolotów, rozmawiał z wybitnymi lotnikami. Z kolei rozważając możliwości utrzymania pokoju, spotkał się w Genewie z przewodniczącym Rady Ligi Narodów.

Rezultat podróży utwierdził Wrzosa w przekonaniu, że źródło niepokoju mieści się w Berlinie, niezależnie od tego, czy Berlin manifestuje swe pokojowe czy wojenne zamiary w stosunku do sąsiadów. Charakterystyczne było też to, że tzw. „góra” zwykle twierdziła, że nie widzi możliwości wojny, zaś prości ludzie z ulicy mówili: tak, będzie wojna; nie umieli tylko powiedzieć kiedy. Wrzos przewidywał wybuch konfliktu za 5 lat.

Książka pt. „Kiedy znów wojna” wydana w r. 1934 przez Gebethnera i Wolffa tłumaczona była na francuski i czeski, a w wyjątkach drukowana w Nowym Jorku, Barcelonie, Kopenhadze, Rydze i Sofii.

W pierwszych miesiącach r. 1935 Wrzos podróżował po Austrii, Węgrzech i Bałkanach. Za cel postawił sobie zbadanie najaktual-

niejszych zagadnień Bałkanów, które uważane były za kipiący kotł, grozący lada chwila wybuchem. Reportaże polityczne, które omawiają te problemy, firma wydawnicza „Rój” wydała w r. 1935 pt. „Wulkany Europy”.

W tym czasie Wrzos przypadkowo przybył do Aten w przeddzień wybuchu rewolucji, był świadkiem jej przebiegu i stłumienia. Jego reportaże — wydane w książce pt. „Rewolucja w Grecji” — utorowały mu drogę do największego wieczornego dziennika paryskiego *L'Intransigeant*, który drukował jego wrażenia i wywiady greckie. Dzięki tej ostatniej książce stał się Wrzos dziennikarzem międzynarodowym, objął bowiem stanowisko specjalnego wysłannika *L'Intransigeant* na wschód Europy.

Nowa książka Wrzosa „Yerba Mate” to reportaż z dwumiesięcznej podróży do Brazylii i Argentyny. Była to próba pokazania warunków, w jakich żył polski emigrant w Ameryce Południowej.

W r. 1937 około 5 miesięcy Wrzos przebywał we Francji. Pobyt ten nie pozostał bez echa. Już w roku następnym wyszła książka pt. „Francja dzisiejsza”. Są to znów relacje z rozmów z czołowymi osobistościami Francji, uzupełnione uwagami i komentarzem autora.

Oprócz wymienionych Wrzos wydał jeszcze 3 książki: „11 głów narodów i armii” (1938 r.) — pierwszy zbiór wywiadów, jakie przeprowadził podczas swojej działalności reporterskiej z prezydentami i królami, z wodzami armii narodów; dwie inne gloryfikowały przywódców sanacji.

Właśnie: rozmowy, wywiady — wydaje się, że to był największy jego talent, umiał docierać do wielkich ludzi i wyciągać od nich to, co chciał wiedzieć. Dzięki tej umiejętności mógł mieć najwyższą pensję w IKC-u, wyższą niż redaktor naczelny Rubel, a wynoszącą 4,5 tys. zł. Miał wszelkie dane po temu, by być dobrym reporterem. Inteligentny, pomysłowy, umiejący prowadzić rozmowę, był przy tym „dziko” przystojny (określenie red. Szrojta), niewysoki, ale bardzo przystojny, bardzo dobrze ubrany (J. Frühling: „Wytworny, nigdy nie zapominający, że za żadną cenę nie wolno zapiać ostatniego guzika kamizelki...”)⁴. Prawdziwy czaruś, który potrafił sobie zjednywać ludzi. Przy Krakowskim Przedmieściu 7, tam, gdzie obecnie mieści się księgarnia naukowa im. B. Prusa, miał piękne mieszkanie. Przyjmował u siebie wszystkich, którzy kiedyś mogli mu się przydać. Potrafił wysyłać ogromne bukiety kwiatów żonom różnych dostojników, tylko po to, aby ich dobrze do siebie usposobić.

Konrad Wrzos pisał: „różne są sposoby dostawania się do wielkich tego świata i głów państw. Raz trzeba pośrednictwa, a raz trzeba bezpośredniego kontaktu, raz trzeba śmiałości, a raz szczęścia i przypadku. Nic jednak nie zastąpi woli wykonania zadania”⁴.

I tę wolę, uparte dążenie do zdobycia informacji należy podkreślić u Wrzosa. Gdy August Zaleski wyjeżdżał do Rygi na jedną z pierwszych oficjalnych rozmów z Litwą, na dworcu zegnało go kilku dziennikarzy. Sprawa była bardzo poufna i minister nie chciał pi-

⁴ K. Wrzos: 11 głów narodów i armii. Warszawa 1938, s. 257.

snąć ani słowa, po co jedzie i z kim będzie rozmawiał. Wielkie było zdziwienie, gdy nazajutrz ukazał się w *Nowej Epoce* wywiad Wrzosa z Zaleskim. Wrzos wskoczył do salonki, którą miał odjechać minister i w jakiś sposób zdołał wycisnąć z niego to, co tylko mógł. Zupełnie w stylu Wrzosa było i następujące wydarzenie: Rada Ministrów ze względu na wyjątkową tajność przedmiotu obrad postanowiła zrobić posiedzenie nie u siebie, lecz w apartamentach Banku Gospodarstwa Krajowego, którego prezesem był R. Górecki. Zaczęły się obrady, aż tu nagle coś poruszyło się za kotarą. Odsunięto zasłonę i oczom zdumionych ministrów ukazał się red. *IKC*-a — Konrad Wrzos.

Wrzos był jedynym dziennikarzem, który widział więźniów brzeskich. Owszem, przy tej okazji zrewidowano go dokładnie, przesiedział się też z godzinę samotnie w celi, za jedyną lekturę mając regulamin więzienny. Lecz cel został osiągnięty — *IKC* mógł zamieścić reportaż o Brześciu, a jego autorowi pozostała na pamiątkę książka ponurej sławy komendanta twierdzy płk. Kostka-Biernackiego, zadeptykowana mu „jako jedynemu więźniowi, który nie ma pretensji”.

Przykładów na tę niebywałą umiejętność Wrzosa, wykorzystywanie różnych sposobów zbierania potrzebnych wiadomości, można by wymienić wiele. „Nie ma tajemnic”⁵ — powiedział Wrzos dziennikarzowi, któremu udzielał wywiadu o sobie. Często drobny, nieznamy przypadek staje się momentem zaczepienia — ocena wartości tego przypadku jest już rzeczą instynktu reportera. Za najtrudniejszy swój wywiad uważał Wrzos rozmowę z Piłsudskim. Ale podkreślić trzeba, że samo dotarcie do Marszałka było już nie lada wyczynem. Możliwe, że utorował mu drogę osobisty przyjaciel a zaufany Piłsudskiego Beck. Podobnych „wyczynów” miał Konrad Wrzos wiele, więc w myśl jego własnego stwierdzenia, że w zawodzie dziennikarskim nic nie znaczy sukces, jeśli nie osiągnęło się go po raz drugi — sukcesy i osiągnięcia Wrzosa, sława polskiego i międzynarodowego asa dziennikarstwa — były w pełni zasłużone.

W końcu r. 1938 Wrzos przygotowywał się do pierwszej podróży do Stanów Zjednoczonych. Podróż do Stanów „należała” mu się poza tym. W latach 1934—1935 płk Bogusław Miedziński i płk Ignacy Matuszewski w imieniu *Gazety Polskiej* oraz Mieczysław Obarski w imieniu PAT-u namawiali Wrzosa do objęcia w USA stanowiska korespondenta. Wtedy red. Marian Dąbrowski, nie chcąc by Wrzos opuścił *IKC*-a, zaofiarował mu bardzo korzystne warunki: podróżę, m. in. do Stanów Zjednoczonych. Tak więc, z końcem grudnia 1938 na statku „Rex” wyruszył Wrzos z Genui do Nowego Jorku. W USA pisywał do prasy amerykańskiej, m. in. na temat polskiej polityki zagranicznej. Niektóre z jego artykułów ukazywały się na pierwszych stronach gazet. Te, które wydrukowano w marcu 1939, nabył nowojorski „King Features Syndicate” i rozesłał również poza Amerykę do wszystkich klientów tej agencji artykułowej.

Polski dziennikarz spotykał się ze znakomitymi dziennikarzami amerykańskimi. Czytał z uwagą to, co pisał Hamilton F. Armstrong

⁵ *Tygodnik Ilustrowany* 1934 nr 14.

w *Foreign Affairs*, słuchał z podziwem Artura Krocka, do którego zaprowadził go Ed Weintal. Stwierdził później po latach, że dziennikarze amerykańscy byli doskonale poinformowani, sytuację polityczną świata widzieli dokładnie i przewidywali katastrofę.

Poza tym Wrzos zaproszony został przez prof. Carla Ackermana dziekana szkoły dziennikarskiej, do wygłoszenia odczytu o prasie polskiej. Stosunki z Ackermanem układały się świetnie i Wrzos wielokrotnie występował z odczytami w Columbia University. Początek tych stosunków „zawdzięczał” Wrzos ... Niemcom. W „Handbuch der Welpresse” (wydanej na 2 lata przed wojną) Wydział Wiedzy Prasowej uniwersytetu berlińskiego umieścił m. in. biografię Ackermana jako pierwszą, a Wrzosa — ostatnią. Zwróciło to uwagę Ackermana i zainteresował się Wrzosem.

Widmo wojny coraz wyraźniejsze

Po powrocie ze Stanów dnia 18 IV 1939 Konrad jadł śniadanie (jak zwykle w dniu urodzin) u rodziców przy ul. Niecałej. Tego dnia Hitler wygłosił mowę, która była wyzwaniem. Podczas śniadania zadzwonił telefon — min. Beck wezwał Wrzosa na ul. Wierzbową. Beck poprosił go, by *IKC* napisał, że Hitler wkłada w ślady Wilhelma II i Stresemanna. Wrzos podyktował ten komentarz do *IKC*-a.

Świat staczał się po równi pochyłej, a mimo to, wspomina Wrzos, wszędzie, również w Polsce, panował nastrój pogodny. Ambasador Jerzy Potocki wzywał Wrzosa, by jak najszybciej powrócił do Stanów. W tym celu pisał nawet do min. Becka i do jego szefa gabinetu. Kontrakt z *IKC*-em pozwalał Wrzosowi na ten wyjazd. Miał bilet na „Queen Mary”. Obiecał ambasadorowi Potockiemu, że przyjedzie w lipcu. Lecz gdy w czerwcu z „Cunarda” napisano mu, aby zgłosił się z paszportem po odbiór biletu, odroczył wyjazd „ad infinitum”. Według kontraktu z *IKC*-em mógł albo wrócić do USA, albo wyjechać do Francji. Wybrał Paryż. Z Paryża zaczął alarmować *IKC*-a oraz przyjaciół w rządzie i w wojsku widmem wojny. W przesyłanych artykułach próbował dać obraz sytuacji politycznej. Drukowano je na pierwszych stronach gazety; wymowne tytuły ostrzegały: „Czynnik, który stracił miarę zagraża całemu światu”⁶.

Wrzos utrzymywał dobre stosunki z Gastonem Palewskim, byłym ministrem, przewodniczącym Rady Konstytucyjnej Republiki Francuskiej, jednym z najbliższych współpracowników gen. de Gaulle’a. To on powiedział Wrzosowi: „według informacji francuskiej plan niemiecki przewiduje zajęcie Polski w ciągu 3 tygodni — między 1 i 21 IX...”⁷. 10 lipca rozmawiał z gen. Gamelinem, szefem armii francuskiej. Generał przewidywał wysokie napięcie z końcem sierpnia. W kilka dni później Gamelin przyjął go znowu, by dać mu interwiew do prasy. Uważał bowiem, że słowa o potęgze armii francuskiej i wierze w armię polską będą czytane w Berlinie.

Po tych rozmowach Wrzos napisał do *IKC*-a alarmujący artykuł: „Paryż przewiduje «la grande alerte» numer dwa z końcem sierp-

⁶ Ilustrowany Kurier Codzienny 1939 nr z 15 VI.

⁷ Dziennik Polski, Londyn 1968, nr 18.

nia". Bezpieczną drogą posłał do kraju kilka listów: do Mariana Dąbrowskiego, prosząc go o pozwolenie na powrót do Warszawy, do płk. Stefana Meyera oraz do jego podwładnego oficera. Wszędzie pisał: „będę we wrześniu w kraju, ponieważ będzie wojna”. Z IKC-a przyszła odpowiedź, że według umowy powinien siedzieć w Paryżu dalsze 2 miesiące, aby skompletować sobie 5 należnych. Jeżeli jednak zechce przyjechać, będzie to oznaczało rezygnację z reszty pobytu i powrócić musi na własny rachunek. Wrzos przyjechał do Warszawy.

6 sierpnia jadł kolację z majorem Żurawskim w hotelu „Bristol”. Dyskutowali nad formą organizacji agencji prasowej na wypadek wojny. W restauracji przebywał też Beck ze swoim otoczeniem. Sekretarz Becka, hr. Łubiński poprosił Wrzosa do stolika ministra. Beck opowiadał z entuzjazmem, jak to w Krakowie noszono go na rękach. Zaprosił potem Wrzosa na śniadanie do swego nowego mieszkania przy ul. Wierzbowej (menu: rzodkiewka na początek i jajecznicza ze szczypiorkiem). Wrzos opowiadał, co słyszał w Paryżu. Beck, opierając się na informacjach z Rzymu, upierał się, że wojny nie będzie. Nie brał on pod uwagę (wg Wrzosa), że Mussolini nie będzie miał wpływu na Hitlera, a wręcz odwrotnie. (Beck: Włosi żądają od Hitlera odroczenia akcji. Według Ciano Mussolini powiedział Hitlerowi, że wojna do niczego nie prowadzi).

Wypadki biegły inaczej.

Dyrektor „Radio Cité” telefonował z Paryża, prosząc Wrzosa o reportaż o nastrojach Warszawy. Wrzos dał ocenę nastrojów, poproszono go o nowy reportaż i o to, by sam go wygłosił. 25 sierpnia wypłynął więc statkiem „Sobieski” z Gdyni do Boulogne. Zapewnił ojca i chorą matkę, że w pierwszych dniach września powróci do kraju. Rannym pociągami pojechał do Gdyni. Towarzysz podróży czytał IKC-a z jego artykułem pt. „Niemcy prowadzą grę do granic wojny”. Wrzos zdawał sobie sprawę, że widzi Gdynię ostatni raz. Podróż „Sobieskim” była spokojna, choć w Kopenhadze krążył nad nimi niemiecki samolot. 29 sierpnia Wrzos mówił przez radio francuskie. 30 sierpnia, po ukazaniu się w prasie jego artykułów, gdy radio powtarzało 2 płyty, które nagrał, podjął decyzję natychmiastowego powrotu do Warszawy. Kupił bilet do Polski przez Szwajcarię, Włochy, Jugosławię i Rumunię. Zlikwidował swe paryskie mieszkanie przy rue Copernic. Starał się bez powodzenia o połączenie telefoniczne z Warszawą. 1 września, na dworcu w Mediolanie dowiedział się o bombardowaniu Polski. W Jugosławii chłopci normalnie wyszli w pole, jakby nic się nie stało. W Bukareszcie panował spokój.

W Czerniowcach z wielką serdecznością przyjął go konsul Buynowski. Wrzos zaofiarował mu swoje usługi. Konsul prosił go, by zechciał towarzyszyć grupie oficerów angielskich i nawiązać kontakt z władzami kraju. Oficerów tych miał spotkać albo w Czerniowcach, albo we Lwowie. 3 września wieczorem słuchał z Buynowskim komunikatów radiowych, a nad ranem pojechał do Lwowa. Dworzec lwowski tonął w ciemnościach. Szef stacji Solecki odprowadził go do pociągu Anglików. Tam poznał kpt. Lloyd Jonesa i kpt. Collinsa, którzy kierowali grupą. Wrzos miał być jednym z oficerów łącznikowych.

Wyruszyli w kierunku Warszawy pociągiem składającym się z jednego wagonu osobowego i jednego bagażowego. O godz. 5 rano dotarli do Lublina, gdzie dowiedzieli się o bombardowaniu miasta. Gdy ruszyli dalej, zaczął krążyć nad nimi samolot niemiecki. Systemem: zatrzymywanie pociągu, skakanie w kartofle i wracanie, dojechali do Nałęczowa. Pilot niemiecki ścigał ich, aż w Puławach zbombardował tor przed nimi, tak że dalsza podróż była niemożliwa. Ambasada angielska poleciła oficerom czekać w Puławach na attaché wojskowego. Wrzos natomiast udał się do Kazimierza. Stamtąd telefonował do sztabu. Korzystając z połączenia poprosił, aby przekazano jego rodzinie, że jest w kraju. Prosił, by natychmiast przyjechali do Puław. Stąd, wśród wozów dyplomatów wyprawił swych bliskich do Krzemieńca.

Sam pojechał do Lublina, gdzie w tłumie spotkał swego szwagra Władysława Martha (współpracownik redakcji *IKC-a*, ożenił się z siostrą Wrzosa Marylą). Razem okrężną drogą przez Żółkiew dostali się do Lwowa. Przed hotelem „Georgesa” spotkali dyrektora *IKC-a* Mieczysława Dobiję, który powiadomił ich, że redakcja została przeniesiona do Lwowa. Wieczór tego dnia red. Konrad Wrzos spędził w „redakcji”.

Nawet podczas katastrofy wrześniowej Beck pamiętał o Wrzosie i chciał nadal korzystać z jego pióra. We Lwowie Wrzos otrzymał wiadomość, że następnego dnia ma się zgłosić u Becka w Krzemieńcu. Nocą z 8 na 9 IX jechał samochodem do Krzemieńca. Oficer oglądający jego przepustkę radził ostrożność, ostrzegał, że w lasach działa V kolumna. Obyło się jednak bez przygód. Beck namawiał go, by wyjechał do Francji, pisał w gazetach i mówił przez radio o tym, co dzieje się w Polsce, żeby Francuzi nie myśleli, że swoją oględnością siebie obronią. Niech pan pamięta, że będzie pan pożyteczniejszy za granicą — powiedział mu minister. Wrzos jednakże upierał się przy swoim mówiąc, że nie po to przyjechał, żeby wracać i że dostał już pierwszą misję. Zaraz po wyjściu Wrzosa od ministra nadleciał samolot niemiecki, który zbombardował miasto. Dom, w którym mieszkała rodzina Wrzosa, został przecięty na pół. Po tym wypadku, choć nic groźnego nikomu się nie stało, Wrzos jeszcze bardziej nalegał na swoich bliskich, aby wyjechali. Ojciec nie chciał o tym słyszeć, uważał, że starszym ludziom wojna nie zagraża. W końcu jednak pojechali do Zaleszczyk, stamtąd do Rumunii, a następnie do Stanów Zjednoczonych.

11 września Konrad Wrzos pojechał do Tarnopola, a potem z grupą oficerów do Mszana. Noc spędzili na kwaterze u państwa Soleckich. W Czortkowie dowiedział się, że marszałek Śmigły cofa się na Kołomyję. 13 IX zanotował w swoim bloku, że w Czortkowie nie ma benzyny. „Benzynę wzięły władze.” Ucieczka dostojników robiła deprymujące wrażenie, wspomina Wrzos.

Po 16 IX Wrzos udał się do Bukaresztu. Wbrew pozorom droga nie była zbyt trudna. Oficerowie rumuńscy uczyli go słów „drumul liber” (wolna droga), aby używał ich w rozmowach z żołnierzami. Po kilku dniach pobytu w Bukareszcie znalazł się w Paryżu. W ambasadzie polskiej przyjęli go amb. Juliusz Łukaszewicz i gen. Stanisław Bur-

hardt-Bukacki. „Niech pan siada i niech pan pisze” — brzmiały ich słowa.

Sytuacja uległa dramatycznej zmianie. Warszawa została zajęta... Należało pisać inaczej. Wrzos zaczął pracować w *L'Intransigeant*. Pisał o agresji niemieckiej na Polskę. Dziennik ten zamieścił pierwsze fotografie zbombardowanego Krzemieńca. Wrzos dostał je od ambasadora amerykańskiego Anthony'ego J. D. Biddle'a, który ich oryginały wraz z raportem wysłał do prezydenta Roosevelta. Następnie Wrzos opublikował szereg artykułów o metodach stosowanych przez Niemców w Polsce. Dzięki dystrybucji agencji artykułowej „Corporation” publikacje te drukowane były równocześnie przez prasę światową. W Paryżu wywołały reakcję wyrażoną w artykułach wstępnych. Pisarz M. Henri de Kerillis w swoim komentarzu uznał je za „rewelację” (tytuł jego artykułu brzmiał: „Les revelations de Conrad Wrzos”).

Z Francji K. Wrzos udał się do Portugalii. W Lizbonie współpracował z polską i brytyjską służbą wywiadowczą. Nie był jednakże na etacie, tak by można było dysponować nim dowolnie. Zaproponowano mu tę współpracę, aby wykorzystać jego niezwykle rozgałęzione stosunki nie tylko między dziennikarzami, ale i politykami wielu nacji, którzy zgromadzili się tam w podobnych celach. Oczywiście Wrzos, podejmując się tej roli, nie miał na uwadze względów materialnych, lecz ideowe. Był przecież patriotą wielkiej miary.

W r. 1942 Konrad Wrzos przybył do Brazylii. Pełnił tu funkcję kierownika Alianckiej Agencji Prasowej, która zwalczała fałszywe informacje hitlerowskie rozsiewane w neutralnej wtedy Brazylii i Ameryce Południowej. Swym talentem, wdziękiem osobistym i inteligencją zdobył sobie przyjaźń wielu wpływowych ludzi ze sfer rządowych, prasy i dyplomacji (z amb. Vasco Leitao de Cunha, amb. Nabuco i in.). W tym czasie otrzymał obywatelstwo brytyjskie.

Po zakończeniu działań wojennych pracował dla szeregu firm, jak fabryka samochodów „Mercedes” czy później „London, South America Bank”. Wydawał informator krajoznawczy dla cudzoziemców: „Brazilian Information Hand-Book”. Wydał też małą książkę o prezydencie Brazylii Kubitschku po portugalsku, ale nie był — jak sądzono — jego doradcą.

Konrad Wrzos władał biegle 6 językami. Niewielkiej kolonii polskiej w Rio udzielał się bardzo mało. Bywał w sferach dyplomacji w kręgach zbliżonych do ambasady brytyjskiej.

Rząd brazylijski odznaczył Wrzosa orderem „Cruzeiro do Sul” i „Rio Branco”, zaś od rządu polskiego otrzymał Złoty Krzyż Zasługi z Mieczami i Medal Wojska. Brytyjski War Office przyznał mu War Medal. W dorocznym wyborze kilkunastu cudzoziemców osiadłych w Rio de Janeiro przez najpopularniejszy dziennik *O Globo* otrzymał tytuł „Carioca Honorario”, czyli honorowego mieszkańca Rio (Mieszkańców tego miasta nazywają „cariccas”).

Od czasów wojny złamał dziennikarskie pióro, uważał, że „rozpamiętywanie przeszłości na emigracji nie prowadzi do niczego”. Nic mi też nie wiadomo o innych — poza wspomnianymi — publika-

cjach obcojęzycznych. W Polsce od wyjazdu w r. 1939 już nigdy nie był, chociaż bywał w Europie na kontynencie, dwukrotnie w Anglii. W Londynie dwa razy poddawał się udanym operacjom.

W swych ostatnich latach Wrzos żył samotnie. Małżeństwo jego nie było szczęśliwe. Żona Catherin (Amerykanka) z córką Gustawą mieszkały osobno. Mieszkanko miał Wrzos małe, ale bardzo gustownie urządzone. Na głównej ścianie wisiał portret malowany przez Stefana Norblina. Na biurku szereg fotografii osobistości, jak gen. Sosnkowski, Witold Małcużyński i inni z autografami. W tych latach najbliżsi byli mu Janusz Pawełekiewicz, Władysław Dzieciolowski i Tadeusz Sułocki. Cierpiał wówczas Wrzos na artretyzm, który zdeformował mu ręce i stopy. Zmarł na raka po paru operacjach w szpitalu adwentystów „Silvestre” 24 września 1974 roku. Pochowano go zgodnie z jego życzeniem na cmentarzu Gamboa w Rio de Janeiro. Na pogrzebie było parę osób, zabrakło wpływowych przyjaciół. Z Polaków byli tylko wyżej wymienieni panowie. Zresztą taka była ostatnia wola Konrada Wrzosa przekazana Januszowi Pawełekiewiczowi. Po mszy żałobnej w polskim kościele parafialnym Pawełekiewicz wręczył córce Konrada jego odznaczenia, tak jak on sobie tego życzył.

Śmierć „asa polskiego dziennikarstwa” i „Carioca Honorario” przeszła niepostrzeżenie.

WYBRANA BIBLIOGRAFIA

K. Wrzos: *Oko w oko z kryzysem. Reportaż z podróży po Polsce*, Warszawa 1933

— *Kiedy znów wojna*, Warszawa 1934

— *Rewolucja w Grecji*, Warszawa 1935

— *Wulkany Europy*, Warszawa 1935

— *Francja dzisiejsza*, Warszawa 1939

— *11 głów narodów i armii*, Warszawa 1939

J. Frühling: *W moim kalejdoskopie*, Warszawa 1964

J. Iwaszkiewicz: *Książka moich wspomnień*, Warszawa 1975

M. Pietrzak: *Reglamentacja wolności prasy w Polsce*, Warszawa 1963

M. Wańkowicz: *Tędy i owędy*, Warszawa 1974

Wzdłuż dalekiego brzegu. Wybór reportaży z lat międzywojennych, Warszawa 1966

Dziennik Polski, Londyn, 1968, nr 8—27

Ilustrowany Kurier Codzienny 1935, nr z 15 XII

Kurier Literacko-Naukowy 1935, nr 33

Prasa 1937 nr 2

Tygodnik Ilustrowany 1934, nr 14

Tygodnik Powszechny 1975 nr 6

Korespondencja z czasopismem *Lud* wychodzącym w Kurytybie w Brazylii, Jackiem Frühlingiem, Wojciechem Giełżyńskim, Klaudiuszem Hrabykiem, płk. Kazimierzem Iranek-Osmeckim, Januszem Pawełekiewicz-Pawelem, Bohdanem Skąpskim, Wandą Wachowiakową, Franciszkiem Zbikiem.

Bezpośredni wywiad ze Stefanem Śliwińskim i Eugeniuszem Szrojtem.

ZBIGNIEW SOBIECKI

DZIENNIKARZE SAMI O SOBIE

Dziennikarze interesują się własnym środowiskiem zawodowym. Lubią porównywać, oceniać własną sytuację w stosunku do sytuacji zatrudnionych w innych redakcjach, wyznaczać hierarchie zawodowe. Czynią to jednak najchętniej prywatnie, unikają natomiast na ogół badań prowadzonych przez ludzi przybywających spoza środowiska. Równocześnie jednak badania takie przynoszą cenny materiał poznawczy, jak świadczyły o tym wyniki ankiety przeprowadzonej przez OBP w 1978 roku w wylosowanej grupie 210 osób. Aby rozszerzyć zakres tamtych badań, postanowiono przeprowadzić następną ankietę telefoniczną wśród osób wylosowanych poprzednio. Ankieta dotyczyła następujących tematów:

- sytuacji rodzinnej badanych dziennikarzy;
- warunków materialnych ich pracy pisarskiej;
- sposobów spędzania wolnego czasu;
- dziennikarzy jako odbiorców książek, programów telewizyjnych i radiowych;
- stosunku dziennikarza do własnego zawodu — jako zawodu o charakterze politycznym;
- stosunku dziennikarza do ludzi rozpoczynających pracę w tym zawodzie.

Wybór tych tematów wyniknął z reakcji respondentów na poprzednią ankietę, reakcji wskazujących na nie ujęte w niej, a istotne aspekty życia dziennikarskiego. Natomiast wybór ankiety telefonicznej był próbą szybszego i sprawniejszego zbierania opinii. Trzeba od razu stwierdzić, że był próbą udaną. Dziennikarze przyzwyczajeni są do używania telefonu w pracy codziennej, a jednocześnie rozmowa telefoniczna zabiera im mniej czasu, niż odpowiadanie na ankietę pocztową. Jak dalece trafna okazała się ta metoda, świadczy o tym fakt, że na 166 osób, z którymi zdołano się skontaktować telefonicznie, jedynie 2 odmówiły uczestnictwa w badaniach.

Oto charakterystyka badanej grupy:

50% badanych legitymuje się stażem pracy w granicach od 2 do 12 lat.

25% pracuje w zawodzie od 12 do 24 lat, a pozostałe 25% — to osoby zatrudnione w zawodzie dziennikarskim dłużej. Stosunkowo najwięcej osób ma pięcioletni staż pracy.

Z kolei wiek w tej grupie kształtuje się następująco:

50% — to osoby w wieku od 22 do 42 lat; 25% ma od 42 do 48, a pozostali przekroczyli już 49 rok życia.

Wśród badanych znalazło się 59 kobiet i 107 mężczyzn.

14,4% — to pracownicy radia lub telewizji; 38,6% pracuje w czasopiśmie, a największa część grupy, tj. 47% — to dziennikarze prasy codziennej.

Spśród wszystkich badanych 54,8% — to bezpartyjni; 43,4% — to członkowie PZPR, a 1,8% — członkowie SD. Wśród badanych nie ma natomiast członków ZSL.

Blisko połowa (48,3%) odpowiadających podała, że dziennikarstwo nie jest ich pierwszym zawodem.

63,3% jest pochodzenia inteligenckiego; 22,9% wskazuje na pochodzenie robotnicze; 11,4% — na chłopskie, zaś 2,4% w ogóle nie podaje swojego pochodzenia.

80% w tej grupie to osoby zamężne lub żonate; 8,5% to niezależni; 9% to rozwiedzeni, a pozostali badani — 2,5% są osobami owdowiałymi.

Wreszcie wykształcenie badanych przedstawia się następująco: zdecydowanie największa liczba badanych ma wyższe wykształcenie — 73,5%; 9,6% badanych uzupełnia wyższe wykształcenie; 12,7% — wskazuje na posiadanie średniego wykształcenia; 1, 2% uzupełnia wykształcenie średnie, a 3% nie podaje w ogóle swojego wykształcenia.

Sytuacja rodzinna badanych dziennikarzy

Większość badanych, bo aż 84,9% — to osoby mieszkające z rodzinami. 73,5% mieszka ze współmałżonkiem, a 54,8% równocześnie z dziećmi. W rodzinach dziennikarskich stosunkowo rzadko mieszka się z rodzicami (9% badanych), stosunkowo często natomiast z dziećmi, choć nie należy sądzić, że rodziny dziennikarzy są wielodzietne. Wręcz odwrotnie — aż 41,5% badanych nie ma dzieci, a 39,2% tylko jedno. 17,5% ma dwoje dzieci, a tylko 1,8% badanych — troje. A zatem najbardziej typową sytuacją w rodzinie dziennikarskiej jest brak dzieci.

Wyłączając godziny snu, dziennikarz najczęściej przebywa z rodziną 5 godzin na dobę, ale 50% badanych spędza na dobę z rodziną nie więcej niż 3 godziny. Stosunkowo najwięcej podaje, że nie uczestniczy z rodziną w imprezach kulturalnych typu kino, teatr, wy-

stawa. Jedynie urlop wypoczynkowy dziennikarze najczęściej poświęcają rodzinie (75%).

Równo połowa badanych podaje przy tym, że korzysta z wczasów pracowniczych, a 46,4% wskazuje, że korzysta z wczasów pracowniczych wraz z rodziną. Jedynie 3% korzysta z wczasów samotnie. Ci spośród badanych, dla których wczasy pracownicze są atrakcyjną formą spędzania wolnego czasu, nierzadko uskarżają się na trudności z ich otrzymaniem:

- Korzystam z uprzejmości zaprzyjaźnionych zakładów pracy.
- Bardzo rzadko jeżdżę — i to zazwyczaj ze strony żony, bo od redakcji trudno uzyskać odpowiednie wczasy.
- Ciężko jest otrzymać odpowiednie wczasy — i w odpowiednim dla mnie terminie.

Brak czasu poświęcanego rodzinie daje się szczególnie odczuwać. Jedno z pytań zadawanych dziennikarzowi brzmiało: Czy dzieci nie odczuwają braku lub ograniczenia kontaktu z Panem(nią)? Przytoczmy parę charakterystycznych wypowiedzi na ten temat:

- Tak — głównie z powodu częstych wyjazdów.
- Bywają takie okresy; staram się wówczas ograniczyć swoją aktywność zawodową; odczuwają, bo mam bardzo mało czasu i na domiar złego wracam bardzo późno.
- Mam kłopoty z dorastającym synem, któremu należałoby poświęcić więcej czasu. Przed pańskim telefonem byłem z nim na spacerze, rozmawialiśmy o świętach, a syn powiedział mi, że dla niego największym świętem jest spacerowanie i rozmawianie ze mną. To daje dużo do myślenia.

W cytowanych wypowiedziach daje się zauważyć związek między arytmicznością pracy dziennikarskiej, a wynikającymi z tego frustracjami rodzinnymi. Bodaj najlepszym przykładem tego zjawiska są następujące wypowiedzi:

- W ciągu ostatnich sześciu miesięcy widzieliśmy się z mężem tylko raz.
- Pracuję w redakcji depešzowej — tylko w nocy. Wskutek tego spędzam praktycznie cały dzień z córką, która ma dopiero 2 lata.

Stosunkowo niewielka liczba respondentów podaje, że utrzymuje kontakty ze szkolnymi wychowawcami dzieci. Z dodatkowych wypowiedzi wynika jasno, że dość powszechne jest cedowanie tego rodzaju obowiązków wychowawczych na współmałżonków lub też rodziców badanych.

Badanych pytano: W jaki sposób łączy Pan(i) obowiązki rodzinne z pracą zawodową? Przytoczenie niektórych odpowiedzi pozwoli lepiej naświetlić konflikt między obowiązkami zawodowymi i rodzinnymi pracujących dziennikarzy:

- Mam bardzo mało czasu na życie rodzinne. 80 procent czasu spędzam na zajmowaniu się sprawami zawodowymi.
- Staram się przenieść część pracy na późne godziny wieczorne, kiedy już wszyscy domownicy śpią.

- Mam duże trudności wynikające z nienormowanego czasu pracy. Planowanie życia rodzinnego jest niemożliwe.
- Możliwe jest to dzięki tolerancyjności żony. Staramy się wzajemnie sobie nie przeszkadzać.
- Trudna to sprawa. Późno wracam do domu. Częste wyjazdy służbowe. Zdaję sobie sprawę, że to może wpłynąć na konfliktowość mojego pożycia małżeńskiego.
- Załatwiamy to po polsku: szukając jednych i drugich — ze szkodą dla siebie.

34,3% badanych dziennikarzy pracuje zawodowo w czasie urlopu wypoczynkowego. Nierzadko też korzystanie z kultury masowej nosi charakter działania celowego. Badani podają, że chodzą z dziećmi na te imprezy kulturalne, z których mogą coś napisać lub też odwrotnie — zabierają rodzinę na imprezy, na które są zapraszani służbowo.

Warunki materialne pracy pisarskiej

Prawdopodobnie życie rodzinne dziennikarzy wyglądałoby zupełnie inaczej, gdyby nie to, że dom rodzinny jest nierzadko również miejscem pracy zawodowej dziennikarza. Większość, bo aż 74,7% badanych dziennikarzy pracuje zawodowo w domu i w redakcji, 12,7% wyłącznie w domu, a tylko 10,8% badanych wskazuje, że jedynym ich miejscem pracy zawodowej jest redakcja (1,8% nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie).

Aż 60,2% badanych stwierdza, że dysponuje w domu osobnym pomieszczeniem przeznaczonym do pracy, podczas gdy zaledwie 25,3% dysponuje odrębnym pomieszczeniem do pracy w redakcji. Tak więc najpowszechniejsze jest posiadania dobrych warunków pracy w domu oraz niekorzystnych warunków pracy — w redakcji.

Jaka jest intensywność pracy dziennikarza? Za podstawowe narzędzie służące pomiarowi szacunkowej wydajności własnej uznano następujące pytanie: Biorąc pod uwagę swoje możliwości, ile przypuszczalnie byłby Pan(i) w stanie napisać. Założmy, że ma Pan(i) do dyspozycji jedną stronę *Trybuny Ludu*. Jaki procent powierzchni tej strony może Pan(i) zapisać dziennie materiałami własnymi? Jaką część tej pracy wykonuje Pan(i) w domu?

Wyniki dotyczące wydajności pracy pisarskiej dziennikarzy są jednoznaczne. Okazuje się bowiem, że przeciętny dziennikarz szacuje swoją dzienną wydajność na około 20% powierzchni 1 kolumny *Trybuny Ludu*. Równocześnie badani najczęściej podają, że aż 95% tej pracy wykonują w domu. Ogółem 59% badanych szacuje własną wydajność pisarską na ok. 25% powierzchni kolumny *Trybuny Ludu* dziennie. Kolejne 25% wskazuje, że potrafi zapisać własnymi materiałami od 26 do 35% powierzchni kolumny *Trybuny Ludu* dziennie. Pozostałe 25% badanych — to osoby twierdzące, że są w stanie pisać więcej. Jednakże stosunkowo rzadko podaje

się, że można dziennie zapisać więcej niż 50% powierzchni kolumny *Trybuny Ludu*.

Biorąc pod uwagę proporcje między pracą pisarską dziennikarzy w ogóle — a ilością tej pracy wykonywaną w domu, można domniemywać, że redakcja służy tylko do pisania drobnych notatek prasowych lub też wyłącznie do czynności adiustacyjnych. Być może jest to prawda, ale z drugiej strony redakcja jest też miejscem szeroko rozumianej wymiany informacji. W zespole redakcyjnym czerpie się informacje niezbędne do publikacji, jak również przetwarza się tę publikację i koryguje.

Pytanie dziennikarzy o wydajność pisarską ich pracy okazało się jednym z trudniejszych, głównie dlatego, że uzależniają oni wyraźnie ilość swojej pracy od wartości jakościowych. Warto przytoczyć tu kilka wypowiedzi, które same mówią za siebie:

- Dziennikarz-reporter napisze więcej niż dziennikarz-publicysta, jakim jestem ja. O wszystkim więc decyduje specyfika zawodu i tematyka materiału.
- Pisać można dużo, problem tkwi w tym, ile z tego redakcja zaakceptuje do druku.
- Kiedyś byłem bardziej „ilościowy”. Teraz trzeba do czytelników przemawiać bardziej intelektualnie. Teraz nie mogę więcej, niż pisać. Intelektualnie nie jestem w stanie rozpraszać się na wiele tematów. Muszę być monotematyczny.

Ogólnie można powiedzieć, że badani często wskazują, iż materiały informacyjne piszą w miejscu pracy, natomiast materiały publicystyczne — w domu. Tego rodzaju odpowiedź pojawia się najczęściej. Wydaje się również, że ci, którzy pełnią w redakcji jakieś funkcje kierownicze, najczęściej piszą tylko w domu.

Dziennikarz jako odbiorca

Większość, bo 74,6% badanych stwierdza, że ogląda dosyć systematycznie programy telewizyjne. W tej liczbie badanych najczęściej telewizję ogląda się kilka razy w tygodniu (39%), mniej więcej codziennie po dwie godziny (27,7%) i mniej więcej codziennie ponad dwie godziny (12,7%); 4,2% badanych stwierdza, że ogląda program telewizyjny raz na tydzień, a pozostali (tj. 16,4%) nie udzielili odpowiedzi na pytanie, jak często są odbiorcami telewizji.

Z kolei dane na temat dziennikarzy jako odbiorców programów radiowych przedstawiają się następująco: 72,9% to systematyczni radiosłuchacze. W tej liczbie badanych najczęściej podaje się, że radio służy mniej więcej codziennie po dwie godziny (37,3%); mniej więcej codziennie ponad dwie godziny (17,5%); kilka razy w tygodniu (22,3%) i raz w tygodniu (5,4%). Pozostali (tj. 17,5%) nie podają, jak często korzystają z radioodbiorników. Uogólniając te dane, należy powiedzieć, że radio jest częściej używanym kanałem ma-

sowej informacji niż telewizja, która dla dziennikarzy jest jakby mniej atrakcyjna.

W poszukiwaniu przyczyn tych różnic warto sięgnąć znów do dodatkowych wypowiedzi badanych, w których mówią oni o tym, jak korzystają z tych kanałów informacji oraz jakie ma to znaczenie dla ich pracy.

- Czynnie oglądam dwa razy w tygodniu, gdy coś robię albo w czasie wieczornego zasypiania.
- Tylko wybrane programy, np. mecze piłki nożnej.
- Jeśli jestem w domu, to często oglądam filmy po dzienniku.
- To się łączy ze wspólnymi spotkaniami z rodziną. Takie wspólne siedzenie po kolacji, rozmowy, oglądanie telewizji.
- TV w moim przypadku zastępuje kino i teatr.
- Wybieram reportaże, programy publicystyczne i ciekawsze filmy.
- Radio nie przeszkadza mi w pracy. Jest prawie zawsze włączone.
- W zasadzie pracuję z radiem.
- Radia słucham regularnie rano i czasami po powrocie z pracy.
- Słucham, bo pomaga mi to w pracy.
- Słuchanie radia nie wymaga koncentracji, jest więc tłem do innych zajęć.

Do tych wypowiedzi warto dodać, że na 166 badanych 45 podało, iż oglądają dziennik TV, z czego duża część uważa to za obowiązek zawodowy.

Na 166 dziennikarzy 62 osoby podały, że korzystają z radia rano przed wyjściem do pracy. Stosunkowo duża liczba badanych wskazuje, iż radio służy im praktycznie cały dzień. Trudno jest jednoznacznie podsumować wypowiedzi badanych na temat sposobów korzystania z radia i telewizji. Wydaje się jednak, że programy telewizyjne są dla dziennikarzy częściej formą rozrywki kulturalnej niż radiowe programy, choć tak duża liczba wskazała, iż telewizja służy im z powodzeniem jako dziennik informacyjny. Przypuszczenie to opiera się na obserwacji, że bardzo duża liczba dziennikarzy pracuje przy radioodbiorniku niejednokrotnie cały dzień, co niewątpliwie powiększa prawdopodobieństwo odbierania programów informacyjnych kanałem radiowym. Odbiór zatem programów radiowych jest bardziej intensywny niż odbiór telewizji, choć dzieje się to jak gdyby mimochodem. Oglądanie zaś telewizji nosi bardziej znamię działania celowego, ale jest też bardziej wybiórcze.

Innym kanałem masowego komunikowania, niewątpliwie znaczącym dla pracy dziennikarskiej, jest książka. Badanych dziennikarzy pytano: Ile tomów mniej więcej zawiera Pana(i) biblioteka domowa? Najczęściej odpowiadali oni, że 1000 tomów, ale wyniki w tym zakresie są bardzo rozproszone. 50% badanych wskazało, że posiadają w domu poniżej tysiąca książek, a 25% stwierdziło, że ich zbiory wahają się w granicach od 1000 do 2000 tomów. Pozostałe 25% oszacowało swoje zbiory na 2000 do 10 000 tomów.

Kolejne pytanie z tego zakresu brzmiało: Ile pozycji książkowych przeczytał Pan(i) lub przeglądnął w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy?

Najczęściej występującą wartością jest sto pozycji książkowych w roku. Lecz i w tym wypadku wyniki są niepokojąco rozproszone, bowiem: 50% badanych wskazuje, że przeczytało lub korzystało z czterdziestu pozycji książkowych w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Kolejne 25% badanych mieści się w przedziale 40 do 98 książek, zaś pozostali korzystali z większej liczby książek w roku, przy czym znikomym procentem korzystał w tym okresie z ponad 200 książek (5%).

Te mało wiarygodne wyniki wyjaśniają częściowo dodatkowe wypowiedzi badanych, z których warto kilka przytoczyć:

- Nie czytałem beletrystyki, nie wypożyczam książek. Bibliotekę mam encyklopedyczną. W tej chwili piszę serial dla telewizji, więc zdarza mi się przerzucić i około 40 pozycji.
- Różne: literatura polityczna, beletrystyka i rzeczy potrzebne mi do pracy.
- Czytam konkretnie rozdziały z książek, a w zasadzie ich określone partie służą mi do pracy zawodowej.
- Przeważnie czytam opracowania fachowe oraz książki, których znajomości wymagają obowiązki służbowe.

Z wypowiedzi tych wynika jasno, że podobnie jak to się ma z odbiorem radia czy telewizji, książka służy dziennikarzowi do konkretnych celów zawodowych częściej niż do celów rozrywki kulturalnej. Nawyk czytania jest chyba podstawowym źródłem zbierania informacji lub jej weryfikowania.

Opinie dziennikarzy o swym zawodzie

Badanych dziennikarzy proszono również o wypowiedzi na temat swego zawodu. Pierwsze pytanie z tego zakresu brzmiało: Zawód dziennikarski jest zawodem politycznym. Co Pan(i) przez to rozumie? Okazało się, że tak postawione pytanie stosunkowo często budzi wśród badanych reakcje sprowadzające się w gruncie rzeczy do próby zdefiniowania zawodu dziennikarskiego w kategoriach normatywnych: co dziennikarz powinien, jakie są jego obowiązki, jakie granice możliwości, komu służy jego praca. Analiza wypowiedzi typu definicyjnego w tak dużej grupie badanych nastroża poważne trudności, gdy chodzi o generalizowanie wyników. Trzeba zatem skorzystać z możliwości analizowania słów kluczowych, które z jednej strony pozwalają stwierdzić, jak dalece wypowiedzi badanych są podobne, a z drugiej strony pozwalają wyszukać wypowiedzi oryginalne.

Podane poniżej słowa były najczęściej użyte w wypowiedziach badanych na temat politycznego charakteru zawodu dziennikarskiego. Podane są one w kolejności od najczęściej występującego do najrzadziej zastosowanego w wypowiedziach:

Polityka, społeczeństwo, partia, powinność, rzeczywistość, propaganda, problem, odpowiedzialność, działanie, świadomość, dysponent.

Wymienione słowa są podstawowymi składnikami definicji podawanych w wypowiedziach badanych w przeciwieństwie do następujących słów, które pojawiły się w reakcjach badanych znacznie rzadziej:

Odbiorca, czytelnik, uczestnictwo, obywatel.

Można tu zatem sformułować tezę mającą wszelkie cechy prawdopodobieństwa, że dziennikarz polski widzi swój zawód raczej w kategoriach służby społecznej, politycznego wychowania, działalności na rzecz społeczeństwa jako całości — niż w kategoriach zaspokajania indywidualnych potrzeb i zainteresowań.

Oto przykłady wypowiedzi krótkich (zawierających słowa o dużej frekwencji):

- Objaśnianie społeczeństwu celów politycznych państwa.
- Odpowiedzialność, zaangażowanie, preferowanie spraw politycznych.
- Traktuję dziennikarstwo jako zawód społeczny.

A oto przykłady wypowiedzi dłuższych, zawierających słowa zarówno o dużej, jak i małej frekwencji:

- Myślę, że nie można przechodzić obojętnie wobec najważniejszych wydarzeń. Dziennikarz powinien uczyć społeczeństwo, powinien być czymś w rodzaju instruktora, który w konkretnej sytuacji politycznej prowadzi szeroką działalność.
- Jest to zaangażowanie obejmujące swoim zasięgiem wszystkie dziedziny pracy dziennikarskiej. Dziennikarz powinien poruszać najważniejsze problemy z życia i pracy narodu.

I wreszcie wypowiedzi najoryginalniejsze:

- Pisanie jest narzędziem oddziaływania społecznego. W odróżnieniu od Zachodu, gdzie „mam rzemiosło i sprzedaję się”, u nas jest: „mam rzemiosło i wojuję o jakąś sprawę”. Czy zawsze jesteśmy za tym, o co wojujemy? Nie zawsze też jesteśmy do kupienia. Przy pomocy pisania jestem w stanie wychować czytelnika. Jesteśmy pedagogami społecznymi. Wychowuję na tyle, na ile jestem przekonany o celach.
- Muszę być nie tylko informatorem, ale też propagatorem i tłumaczącym, wyjaśniającym, organizatorem. Muszę stale mieć na uwadze dla kogo piszę i co chcę przez to powiedzieć. Zajmuję się dużo interwencjami. Jestem działaczem społecznym.

W świetle tych przykładów wydaje się, że wypowiedzi krótkie nacechowane są większą uwagą badanych wobec problemów związanych z pracą nadawcy, natomiast w wypowiedziach rozbudowanych uwaga dziennikarzy jest bardziej podzielona: wypowiedzi dotyczą w równym stopniu problemów nadawcy, jak i odbiorcy w procesie komunikowania.

Opinie dziennikarzy o praktykantach zawodu

Ostatnim otwartym pytaniem wywiadu była prośba o scharakteryzowanie pracy stażystów zawodu dziennikarskiego. W porównaniu z poprzednimi wypowiedziami dotyczącymi politycznego charakteru zawodu wypowiedzi badanych na temat młodych, nowych ludzi w redakcjach były bardziej rozbudowane. Co charakterystyczne — po zadaniu pytania o polityczne cechy zawodu dziennikarskiego zaobserwowano dość wyraźny moment latencji wypowiedzi. Badani nierzadko poświęcali chwilę na refleksję myślową, nim rozpoczęli wypowiedź.

Zjawisko opóźnienia reakcji werbalnej zaobserwowano znacznie rzadziej przy wypowiedziach dotyczących stażystów zawodu dziennikarskiego. Prawdopodobnie wynika to z faktu, że wypowiedzi dotyczące młodzieży dziennikarskiej mogły być konkretniejsze. Temat ten bowiem aktualizował codzienne doświadczenia pracy z młodzieżą.

Kilka przykładów wypowiedzi na temat stażystów w redakcjach pozwoli zobrazować ten problem:

- Przychodzą do nas ludzie po różnych studiach. Ostatnio rzadko trafia się ktoś ze specjalnością dziennikarską. Są to przeważnie ludzie mający słabe pojęcie o specyfice pracy w telewizji. Praca ich polega raczej na biernym przyglądaniu się realizacji naszych zadań. Nie stać nas na powierzenie im samodzielnych zadań, gdyż co innego jest zniszczyć kartkę papieru, gdy materiał stażysty nie nadaje się do druku, a co innego drogie materiały związane z produkcją telewizyjną.
- Nasza redakcja jest mała, liczy około 20 pracowników. Młodzi ludzie, którzy do nas przychodzą, trafiają od razu do działu publicystyki, co — uważam — jest grubym nieporozumieniem, gdyż podstawowe cechy warsztatowe zawodu można poznać głównie w dziale miejskim, którego specyfika pracy decyduje o przydatności do zawodu dziennikarza.
- Uczelnie, niestety, przygotowują słabo, zwłaszcza jeżeli chodzi o samą praktyczną stronę zawodu. Stąd też początki bywają często nieporadne.
- Stażysta przechodzi przez wszystkie działy: kronika lokalna, publicystyka, redakcja nocna. W każdym z nich stażysta sam proponuje tematy do realizacji. Jeśli się mimo ułatwień i pomocy nie potrafi wywiązać, siłą rzeczy musi zrezygnować z pracy w zawodzie, bo nie zarobi. Najgorsi są po studiach dziennikarskich, gdyż mają dużo wiadomości teoretycznych, a w zderzeniu z rzeczywistością nie dają sobie rady.
- Dzielę pokój ze stażystami. Teoretycznie są dobrze przygotowani, myślę, że lepiej niż w latach pięćdziesiątych. Mają dużo entuzjazmu. Gaśnie on trochę w czasie stażu, kiedy daje się im do realizacji zadania zbyt łatwe lub wręcz nie należące do ich obowiązków.
- Jestem nimi zawiedziony, bo rozczarowuje mnie to, do czego dążą. Zaden z nich nie chce pracować w działach trudnych, tzn. ekonomicznych, społecznych, miejskich. Wszyscy pchają się do kultury. Nie wiem, z czego to wynika. Ucieczka? Wygodnictwo? Z drugiej strony muszę zaznaczyć, że są bardzo dobrze przygotowani, nawet praktycznie.

Wypowiedzi badanych na temat stażystów w zawodzie dziennikarskim cechują się większą różnorodnością niż wypowiedzi na temat politycznego charakteru zawodu dziennikarskiego. Jest tu wiele elementów ocennych, a oceny stawiane stażystom są różne; od negatywnych do zdecydowanie pozytywnych. Często też przez ocenianie stażystów dziennikarze starają się coś powiedzieć na temat szkolnictwa dziennikarskiego. Nierzadko kontakt z określonym stażystą powoduje generalizowanie opinii o szkolnictwie dziennikarskim.

Wyraźnie podzielone są zdania dziennikarzy co do tego, jak powinna przebiegać adaptacja młodzieży do zawodu. Nie ma jednomyślności, czy młody dziennikarz powinien od początku być samodzielny czy też powinien mieć opiekuna, który będzie kierował jego pierwszymi krokami w zawodzie. Jednakże przez wiele wypowiedzi przewija się przekonanie o słuszności posyłania stażystów do każdego działu redakcji na określony czas, tak aby, zanim młody dziennikarz osiągnie pewien etap samodzielności, mógł poznać większość sposobów działania w zawodzie.

Obyczaje

NA SPORCIE ZNAJĄ SIĘ WSZYSCY

Ze sport należy do najważniejszych dziedzin życia, to jeszcze można by zakwestionować. Że na sporcie znają się wszyscy, o tym świadczą liczne publikacje i stałe rubryki w czasopismach społeczno-literackich. Czasem zresztą stamtąd właśnie czerpie się rzeczowe wiadomości o przyczynach absencji naszych championów¹ na stadionach.

Często jednak sportsmeni dnia niedzielnego dzielą się informacjami, od których w głowie się mąci. Coś się wie, coś się niby pamięta, czegoś się nie potrafi policzyć, choćby na palcach. Kazimierz Wołkowicki (*Przekrój* nr 1820) prostuje wcześniejszą gafę tego tygodnika, jakoby konkurencje alpejskie weszły do programu zimowych olimpiad dopiero po II wojnie światowej — ale jednocześnie kombinację norweską (skoki + bieg) przemianował na „konkurencję alpejską”. Skąd sympatyczni redaktorzy i jeszcze sympatyczniejsze korektorki arcsympatycznego *P.* mieliby rozróżniać takie niuanse? Lub choćby policzyć 11 piłkarzy z igrzysk olimpijskich 1936 na zdjęciu w nrze 1831, by trzy tygodnie później nie drukować w korespondencji „Kobiety-kibica” 13 nazwisk, w tym jednego wyssanego z palca, jednego piłkarza którego w ogóle nie było w Berlinie i trzech którzy byli, ale akurat nie na tym zdjęciu?

W piśmie literatury faktu, *Kontrastach* (1979 nr 8) Jerzy Janicki opowiada Katarzynie Meloch, jak przygotowywano dla radia „wywiad z Sidłą, wielokrotnym mistrzem świata w rzucie oszczepem (postać ta była niezwykle popularna)...” Niezwykła popularność mistrza oszczepu nie uratowała go od przypisania mu przez mistrzów literatury faktu w piśmie literatury faktu „wielokrotnego” tytułu w mistrzostwach świata NIGDY nie rozgrywanych. Znowu w *Kierunkach* (1980 nr 5) Krzysztof Sotowski ma całkowitą rację, że w Melbourne (1956) medale zdobył „zupełnie kto inny” niż „sławny Akki Bua czy też biegacze kenijscy” — którym jednak nie pozwolono o nie walczyć dopiero w 20 — bagatela — lat później, w Montrealu. W nrze 22 ten autor „odebrał” rekord świata Chromi-

¹ Por. np. K. Sotowski: Żmuda formalnie w porządku. *Kierunki* 1980 nr 13. (Nagłówek mylący, mnie chodzi o Podlasa, chociaż o Żmudę też).

kowi i „obdarzył” nim Zimnego, który nie biegał z przeszkodami i nie miał rekordu świata.

Ale po co się czepląc profanów, skoro jeszcze bardziej zachwaszczono jest poletko profesjonalistów. Gdy profani piszą o piątym miejscu piłkarzy na mistrzostwach świata w Argentynie, to pal licho, ale fachowa *Piłka Nożna* (a z nią reszta pism sportowych) nie powinna powielać tego mitu, bośmy takiego miejsca nie wykopali ani go nam nikt nie przyznał. W finałowej ósemce wygraliśmy tylko jeden mecz, więc najwyżej można mówić o uplasowaniu się między miejscem piątym a siódmym. *Sport* dwukrotnie usiłował wmówić czytelnikom, że w III grupie eliminacyjnej piłkarskich mistrzostw Europy Hiszpanii „tylko odpowiednio wysokie zwycięstwo”, „różnicą nie mniejszą niż 2 bramki” zapewni pierwsze miejsce — podczas gdy zamieszczone obok tabelki jednoznacznie wykazywały, że wystarczy najskromniejsze zwycięstwo w ostatnim meczu. *Przegląd Sportowy* ogłasza: „Piłkarze Iranu piątym finalistą Olimpiady” — podając jednocześnie: „Poprzednio awans do turnieju olimpijskiego wywalczyły: Argentyna, Kolumbia i Norwegia. Zapewniony udział mają również drużyny ZSRR (gospodarz) i NRD (obrońca tytułu)”. Ile jest 1 + 3 + 1 + 1? Paluszków brakło u lewej ręki, a prawa? Wspominając poprzednie Igrzyska Zimowe w Lake Placid, *Tempo* przypominało czwarte (a więc dobre) miejsce naszych hokeistów, tylko zapomniało, że było to zarazem miejsce ostatnie; Stanisławowi Marusarzowi zaś przydało brata Andrzeja, z którym pokrewieństwo było nie tak bliskie. Także w Lake Placid Jerzy Iwaszkiewicz (*Sportowiec* 1980 nr 8) za Stanisława Marusarza „przeleciał na plecach” raz metrów 60, w innym miejscu nawet 66 i to w kombinacji norweskiej, co miało mu dać miejsce 27. Skądinąd wiadomo, że takie miejsce zajął nasz znakomity narciarz wówczas w biegu na 18 km, natomiast w skokach (55 i 53 m) był 17, zaś jego udziału w kombinacji nie odnotowano.

Nic to, jak powiadał Pan Michał, szermierz nad szermierze, chociaż nie mógł znać radosnej twórczości naszych kronikarzy sportowych, a wśród nich samego Bohdana Tomaszewskiego w książce „Łączymy się ze stadionem”². Gwałtu, co się dzieje? Ano nic, po prostu na sporcie znają się wszyscy, tylko mało kto jest na tyle rzetelny, by przed drukiem sprawdzić to i owo.

Paweł Dubiel

² Por. notę recenzyjną w tym numerze ZP.

✱

OLŚNIEWAJĄCE ZDANIE 4:

„...od samego początku twarz Staszka wyrażała wielkie napięcie jakie w nim było i przeważnie o jej wyrazie decydował grymas podniecenia, żądza przebiccia się do przodu, zadziwienia wszystkich. Nigdy nie było to radosne oblicze stabilizacji.” (Maciej Biega: Stanisław Szozda. *Sportowiec* nr 11 (1530) z 11 III 1980, s. 24.)

✱

✱

✱

BENJAMIN CHAPINSKI

SENTYMENTY ETNICZNE W ŚWIELE DWU BADAŃ OGÓLNOKRAJOWYCH W USA

W r. 1978 autor — Amerykanin polskiego pochodzenia — obronił pracę doktorską na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych przy Uniwersytecie Warszawskim. Tytuł pracy — „Obraz Polski i polskości wśród czytelników POST EAGLE w USA”. Wcześniej ukończył studia w University Center w stanie Michigan i prowadził żywą działalność społeczno-polityczną zarówno w organizacjach polskoamerykańskich jak też w życiu politycznym stanu Michigan.

W roku 35-lecia powstania PRL Polonia miała więcej kontaktów z krajem niż kiedykolwiek. Ci spośród członków Polonii, którzy chcą zapoznać się bliżej z kulturą polską, mogą to zrobić na uczelniach w Poznaniu, Lublinie, Warszawie, Krakowie i innych miastach. Dzieci mogą uczestniczyć w koloniach, organizowane są konferencje naukowców, działaczy, dziennikarzy, prawników, lekarzy, architektów, businessmenów itp.

Kontakty międzynarodowe mają ogromne znaczenie dla rozwoju kultury. Są one szczególnie ważne dla Polonii, która liczy do 20 mln ludzi. Specjalne znaczenie mają dla Polonii w USA, Brazylii, Francji, Kanadzie, Wielkiej Brytanii i RFN. W samych tylko Stanach Zjednoczonych żyje 6 do 12 mln Polaków. W latach osiemdziesiątych XIX wieku uczeni szacowali liczbę Polaków w USA na więcej niż milion. Prezydent Roosevelt podczas II wojny światowej określił tę liczbę na około 7 mln¹. W r. 1958 oficjalne statystyki Kongresu Polonii amerykańskiej podały liczbę około 6,5 mln.² W prasie po-

¹ J. Koryzna: Zagadnienia asymilacji wychodźstwa polskiego w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. Niepublikowana praca magisterska, Uniwersytet Warszawski 1978.

² Ibid.

lonijnej często się czyta, że 10 do 20 mln Amerykanów jest polskiego pochodzenia.

Andrzej Ławrowski, znawca spraw polonijnych, uznał za niemożliwe określenie dokładnej liczby Polaków ze względu na różne napięcia na tle etnicznym³. Warto jednak wiedzieć, że — według źródeł amerykańskich i europejskich — ponad 3 mln ludzi emigrowało z ziem, które niegdyś należały do Polski. Połowę stanowili ludzie polskiego pochodzenia, reszta należała do innych grup etnicznych.

Jak pisał Marian M. Drozdowski, członkowie Polonii są bardzo zainteresowani Polską i sprawami polskimi⁴. Warto przypomnieć, że Polacy w Ameryce zbudowali ponad 900 kościołów i 500 szkół i że założyli więcej niż 15 000 organizacji⁵. Dzisiaj organizacji polonijnych jest więcej niż 10 000, wychodzi 107 czasopism, istnieją setki polskich szkół i kościołów, a 1,5 miliona ludzi prenumeruje prasę polonijną w Ameryce⁶. Dawniej mówili oni tylko po polsku; w r. 1920 tylko 3 czasopisma polonijne były wydawane w języku angielskim (z 80 liczących się)⁷. W r. 1927 było już 8 (ze 100 liczących się)⁸; w r. 1939 — 30 (ze 100 liczących się). Dzisiaj prawie wszyscy Polacy z Polonii w USA mówią po angielsku.

Warto podkreślić, że obecnie Polonia ma więcej informacji o Polsce niż kiedykolwiek przedtem, gdyż dysponuje telewizją, radiem i innymi środkami masowego przekazu, które nadają informacje głównie w języku angielskim. W szkołach i uniwersytetach historia Polski jest również wykładana w języku angielskim, książki o Polsce na ogół również są w tym języku. Znajomość języka polskiego nie jest konieczna do tego, aby mieć poczucie łączności z narodem. Na przykład w r. 1973 w Michigan duża grupa studentów, którzy nie mówili po polsku, z Saginaw State College (University Center of Michigan) zdobyła 12 833 podpisy pod petycją w sprawie równouprawnienia Polaków⁹. Domagali się oni także i uzyskali ponad 100 000 dol. od Kongresu stanowego w Michigan na stworzenie polskiego instytutu na uniwersytecie¹⁰.

Obecnie jest w USA więcej ludzi zainteresowanych sprawami etnicznymi niż kiedykolwiek przedtem. W latach siedemdziesiątych ponad 500 000 osób uczestniczyło w rocznym polskim etnicznym festiwalu w Detroit. Według „Directory of Ethnic Newspapers” w r. 1972 ukazały się 903 publikacje o łącznym nakładzie 8 mln; w r. 1976 było ich 1000 o nakładzie łącznym 9 mln.

Wbrew tym faktom niektórzy naukowcy stale twierdzili, że już w najbliższym czasie nastąpi depolonizacja¹¹. W latach dwudziestych Józef Okołowicz utrzymywał, podobnie jak amerykański naukowiec Robert Park, że depoloni-

³ A. Ławrowski: Polacy w dziejach Stanów Zjednoczonych. Warszawa 1977.

⁴ M. Drozdowski: Polonia Stanów Zjednoczonych Ameryki w walce o niepodległość Polski w latach 1910—1918. *Kultura i Społeczeństwo* nr 4, Vol. XXII.

⁵ B. Chapinski: *Ethnics and their Media: A Specific Documentation of Polonia in the United States*. *Gazette* 1979 nr 2.

⁶ Ibid.

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

⁹ B. Chapinski: *The Polish Image as Perceived by the Readership of the Post Eagle*. Niepublikowana rozprawa doktorska, Uniwersytet Warszawski 1977, s. 332.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid., s. 361—372.

zacja czeka już następne pokolenie¹². Niemiecka prasa w USA pisała w latach trzydziestych, że już następna generacja ulegnie wynarodowieniu. W r. 1966 Ketayun Gould dowodziła, że nastąpi to już za życia naszej generacji¹³; dzisiaj naukowcy piszą to samo. Trend ten dominował w czasach mego ojca i dziadka, którzy byli Amerykanami. Faktem jest, że są miliony podobnych do mnie członków grup etnicznych, którzy mają dzieci i którzy wiedzą, że zmiany są rzeczą naturalną, ale to nie oznacza zaniku poczucia łączności z grupą etniczną. Od czasu, gdy istnieją źródła pisane, wiadomo, że grupy etniczne żyły nawet w krajach o najbardziej jednorodnym składzie ludności.

Aby zanalizować problem depolonizacji przeprowadziłem dwa badania w skali krajowej. Respondentami byli prenumeratorki pisma polonijnego wydawanego w języku angielskim *Post Eagle* w Clifton, w stanie New Jersey. Pierwsze badanie przeprowadzono w latach 1972—1975, a drugie w latach 1976—1977. Pierwsze obejmowało 500 respondentów, drugie 237. Mieszkali oni na ogół w miastach kilku stanów. Większość należy do średniej klasy, około 90% stanowili katolicy, niewielu było rozwiedzionych i prawie nikt z nich nie był karany sądownie. Wielu z nich oglądało antypolskie filmy i czytało antypolskie książki (77% i 94%), chciało także zmienić swoje nazwiska (77% i 70%) z powodu trudności w ich wymawianiu jak i innych okoliczności. Prawie wszyscy należeli do organizacji polonijnych; interesowali się problemami etnicznymi; mówili najczęściej lepiej po angielsku, używając na co dzień tego języka; mieszkali w USA od kilku pokoleń.

W podanych niżej ośmiu zestawieniach przedstawiono wyniki badań. Wskazują one, że Amerykanów polskiego pochodzenia cechuje silne poczucie więzi z Polską i Polonią.

Tylko niecałe 10% respondentów z pierwszego badania było w Polsce, natomiast w drugim badaniu — ze względu na odmienny dobór próby losowej — procent ten wyniósł około 80. Ciekawe, że 66% ankietowanych w pierwszym badaniu stwierdziło, że chcieliby pojechać do Polski. Inni respondenci odpowiedzieli, że nie mogą, gdyż muszą pracować, „mają zobowiązania rodzinne” i że to zbyt wiele kosztuje.

Jak pokazuje zestawienie 1, na pytanie „czy pozwoliłbyś, aby twoje dzieci uczyły się w Polsce” — 62% w pierwszym badaniu odpowiedziało „tak”, a w drugim 73%. Wskazuje to na silne sentymenty narodowe. Warto zapamiętać ten fakt, mając na uwadze wyposażenie szkół amerykańskich w baseny pływackie i inne atrakcyjne urządzenia, a także względy materialne, które czynią studia w USA bardziej pożądanymi.

Zestawienie 1. Czy zezwoliłbyś swoim dzieciom studiować w Polsce?

	Badania z 1972—1975	Badania z 1976—1977
1. tak	62%	73%
2. nie	8%	4%
3. nie wiem	30%	23%

¹² J. Okołowicz: *Wychodźstwo i osadnictwo polskie przed wojną światową*. Warszawa 1920.

¹³ K. H. Gould: *Social-Role Expectations of Polonians by Social-Class, Ethnic Identification, and General Positioning*. Niepublikowana rozprawa doktorska, University of Pittsburgh 1966, s. 120.

Warto też podkreślić, że tak duży odsetek respondentów zezwoliłby swoim dzieciom na studia w Polsce mimo codziennej konfrontacji z propagandą przeciwko Polsce, Polonii i Polakom.

Trzeba tu przypomnieć, że w USA istnieje wiele gatunków humoru etnicznego. Weźmy za przykład dowcipy o Murzynach, Żydach i Polakach. Murzynów wyzywano od „brudasów” i „leniuchów”. Dzisiaj humor murzyński nie jest tak drastyczny. Czarni Amerykanie uznawani są za element postępowy. Stało się tak w dużej mierze ze względu na restrykcje grożące ze strony władz federalnych. Dowcipy żydowskie przedstawiają Żydów jako zdolnych, inteligentnych, obrońców praw obywatelskich. Z drugiej strony „Polack jokes” ukazują obraz Polaka głupiego, powolnego, brudnego i konserwatywnego.

Po przeprowadzeniu badań na temat treści polskich dowcipów, Joseph Alecks, kontroler finansów w stanie Massachusetts, doszedł do wniosku, że godzą one w charakter narodowy polskiej grupy etnicznej. Rozwinął on w tej sprawie ogromną kampanię, próbował zaangażować w akcję obrony dobrego imienia Polaków 70 senatorów, 257 członków Izby Reprezentantów i 3 główne stacje radiowo-telewizyjne (NBC, ABC, CBS). W swoim posłaniu do nich argumentował następująco:

„Uważam, że Kongres powinien zbadać motywy i metody propagandy skierowanej w tym kraju przeciwko Polakom, która to, zorganizowana i prowadzona systematycznie na obszarze całego państwa, używana jest w celu zniszczenia dobrego wyobrażenia o Polakach... Ciągłe nękanie Polaków nie jest bynajmniej zasługą izolowanych grup, ale ma wymiar ogólnokrajowy i jest dobrze zaplanowane przez ludzi, którzy dolewają truciznę nienawiści do zasadniczego strumienia amerykańskiego życia publicznego.

Nieustające wyszydanie Polaków w telewizji, w książkach, środkach masowego przekazu, na zasadzie hipokryzji nazywane jest humorem... (jest to) codzienne pranie mózgu nieprzygotowanych odbiorców przez poniżanie i wysmiewanie Amerykanów polskiego pochodzenia.

Uwłączające dowcipy mogą stworzyć wrażenie, że dowolna narodowość jest głupia. Ujemne cechy przypisywane Polakom wywodzą się — jak wykazują to badania socjologiczne — z głębokiej i zadawnionej nienawiści... I właśnie Kongres powinien dociec, dlaczego to Polaków stawia się w tak niekorzystnym świetle!”¹⁴

Antypolska propaganda stanowi w USA poważny problem. Między 1973 i 1977 nie było miesiąca, w którym jeden z 5 najważniejszych tygodników polskoamerykańskich nie podnosiłby tego problemu. Wskazywano na niekorzystne konsekwencje tego zjawiska na arenie międzynarodowej, jak również na jego ujemny wpływ na rozwój stosunków międzygrupowych.

Ponieważ fala dowcipów polskich wzbudziła wiele emocji, można było się spodziewać, że badani respondenci uznają je za obraźliwe dla polskiej dumy narodowej. Otrzymane wyniki warto jednakże porównać z badaniami przeprowadzonymi w r. 1975 przez Jerzego Olędzkiego na próbie 2000 studentów amerykańskich. To zestawienie umożliwi odkrycie charakterystycznych cech czytelników prasy polskoamerykańskiej i ich stosunku do obrazu polskości. Sentymeny etniczne są bowiem tym silniejsze, im więcej informacji o swoim rodowodzie posiada dana grupa.

¹⁴ B. Chapiński: *The Polish Image...*, op. cit., s. 107.

Zestawienie 2. Co myślisz na temat dowcipów o Polakach (Polack jokes)?**Wyniki badań Olędzkiego**

1. lubię je	19,2%
2. są zabawne	33,2%
3. są obraźliwe	10,5%
4. nie lubię ich	7,1%
5. wszystkie dowcipy są takie same	20,7%
6. nie znam ich	9,2%

Badania *Post Eagle*

1. są zniesławiające	79,3%
2. lubię je	3,2%
3. nie lubię ich	8,1%
4. nie wiem	9,4%

Drugie badanie w r. 1976/1977 pokazało, że 89% respondentów uważało polskie dowcipy za obrazę narodową. Badana próba składała się z osób, które były w Polsce. Osoby te były także bardzo uczulone na wszelkie informacje dotyczące polskich dowcipów.

Uznano za celowe zadanie pytania, dlaczego respondenci prenumerują prasę etniczną. Interesujący może wydać się fakt, że około 97% zapytanych wyraziło chęć odnowienia prenumeraty periodyku polsko-amerykańskiego na rok przyszły. To też potwierdza istnienie etnicznych sentymentów.

Zestawienie 3. Dlaczego prenumerujesz periodyk polsko-amerykański?

	badania z 1972—1975	badania z 1976—1977
a) by zyskać wiedzę o swym dziedzictwie	31,4%	57,8%
b) dla informacji o Polakach i Słowianach	20,3%	9,6%
c) aby być reprezentowanym	20,7%	7,1%
d) dla zyskania innego punktu odniesienia od prezentowanego w środkach masowego przekazu	9,7%	8,8%
e) aby móc wyrażać własne poglądy	8,7%	7,5%
f) inne	9,2%	9,2%

Jak pokazuje zestawienie, duża część respondentów czyta prasę etniczną, aby zdobyć wiadomości o swoim pochodzeniu. Wydaje się, że potrzeby Polonii nie są zaspokajane w dostatecznym stopniu przez prasę polsko-amerykańską. Przed zaproponowaniem rozwiązań należałoby powstałą sytuację gruntownie zbadać.

Przed wszystkim zadano respondentom pytanie — jak według nich można by poprawić poziom prasy polonijnej. 76% respondentów z drugiego badania opowiedziało się za zwiększeniem informacji o Polsce, a blisko 40% z badania pierwszego nalegało na poprawę kontaktów z innymi polonijnymi gazetami.

Jak skonstatował jeden z profesorów Uniwersytetu w Michigan: „Najlepszym sposobem poprawienia poziomu gazety jest przeprowadzenie skonsultowanej przez ekspertów analizy wśród jej czytelników”. Wśród odpowiedzi ciekawe wydaje się zdanie pewnego naukowca: „Na przełomie XIX i XX wieku, gdy polscy imigranci tłoczyli się w małych wspólnotach dla wzajemnej pomocy, czytanie polskich periodyków było spowodowane poczuciem więzi grupowej. Politolodzy przez długi okres nie doceniali wagi sentymentów etnicznych. Minęło tym niemniej ponad 100 lat i nadal są one żywe. Naszym problemem nie są więc problemy przywództwa lokalnego, ale ogólnonarodowego.

Zestawienie 4. Jak według ciebie można najlepiej podnieść poziom gazety polonijnej?

	badania z 1972—1975	badania z 1976—1977
a) więcej informacji o Polsce	33,5%	76,8%
b) mniej informacji o Polsce	2,8%	0,4%
c) więcej informacji politycznych	3,8%	4,1%
d) więcej informacji sportowych i z życia towarzyskiego	7,6%	2,5%
e) więcej wiadomości o wszystkich krajach słowiańskich	3,2%	9,0%
f) wzmóc kontakty z innymi pismami polonijnymi	39,4%	2,9%
g) wprowadzić sensacyjne materiały i tytuły na wzór <i>New York Times</i> i <i>Washington Post</i>	9,7%	4,3%

Członkowie Polonii w USA są Amerykanami. W Europie panuje pokój. Polska znajduje miejsce na politycznej mapie świata. Amerykanie polskiego pochodzenia mogą mieć sentymenty kulturowe nawet bez prasy etnicznej.

Problem, jaki stoi dziś przed Polonią, to problem przywództwa i organizacji. Trzeba wskazać, że wydawcy prasy etnicznej (jak wynika to z odpowiedzi o możliwości podniesienia poziomu tej prasy) nie są zainteresowani walką z negatywnym obrazem Polonii. Nie obchodzi ich to, biorą swoje pieniądze i idą do domu... Nasze organizacje nie mają sprecyzowanych celów, co było motorem ich wzrostu w przeszłości. Dzisiaj, gdy mamy dawać pieniądze na nasze organizacje, nie wiemy, na co płacimy! Na przykład PNA, którego organ ma 100 000 nakładu i 500 000 czytelników, nigdy nie rozesłał ankiety w celu zapytania, co zmienić, co czytelników interesuje. Organizacja nie popiera nawet, jak się wydaje, kontaktów z Polską”.

Można ogólnie założyć, że Polonia w USA wie więcej o sprawach polskich niż reszta społeczeństwa¹⁵. Aby zbadać stan jej wiedzy zamieszczono w kwestionariuszu dwa pytania dotyczące spraw religii i gospodarki w Polsce. Jak wykazują dane, brak u respondentów przeważającego zdania na temat religii. Podobne wyniki otrzymał w swych badaniach Olędzki. Inaczej przedstawia się sprawa wśród respondentów, którzy odwiedzili Polskę — uważają oni, że w Polsce istnieje wolność wyznania.

Jeden ze studentów napisał: „Różni ludzie różnie pojmują religię. Osobiście nie miałem żadnych problemów z dostępem do kościołów w Warszawie, Poznaniu, Gdańsku czy Wrocławiu”. Starszy respondent stwierdził: „W Polsce jest teraz więcej kościołów niż przed wojną. Być może powinno być ich jeszcze więcej. Ale z drugiej strony potrzeba też pieniędzy na szkoły i szpitale”.

Z kolei zdanie wybitnego naukowca:

„Siły zewnętrzne utrudniały rozwój Polski przez stulecia. Cierpieli i ludzie i kultura i przemysł. Dzisiaj braki i niedostatki widać w wielu dziedzinach życia. Nawet na najważniejsze publikacje brakuje papieru. Tym niemniej, mimo tych problemów istnieje prasa religijna... Każde państwo reguluje inaczej swoje stosunki z organizacjami religijnymi. W USA kościoły pustoszeją. Tutaj, w Polsce wydają się pełne. Uważam, że mimo istnienia różnych sprzeczności stosunki między państwem a Kościołem są lepsze niż kiedykolwiek w przeszłości i będą się nadal polepszać...”.

¹⁵ B. Chapiński: Kochać Polskę po angielsku. *Argumenty* 1978, nr 27.

Zestawienie 5. Czy w Polsce istnieje wolność wyznania?

Badania J. Olędzkiego z r. 1975:

1. pełna	3,6%
2. częściowa	35,5%
3. prawie nie ma	19,4%
4. nie ma	2,1%
5. nie wiem	38,4%
6. brak odpowiedzi	1,0%

Badania Chapinskiego
1972—1975 1976—1977

1. tak	21,0%	79,0%
2. nie	35,0%	6,7%
3. częściowa	26,0%	9,6%
4. nie wiem	18,0%	4,7%

W celu zbadania ogólnego stanu wiedzy respondentów o polskiej gospodarce w kwestionariuszu znalazło się pytanie o rodzaj systemu ekonomicznego w Polsce. 43% respondentów z pierwszego badania uznało go mimo antykomunistycznej propagandy za „progresywny”. Procent ten wzrósł w drugim badaniu do 69.

Zestawienie 6. Określ rodzaj systemu ekonomicznego w Polsce

	Badania 1972—1975	Badania 1976—1977
1. progresywny	43,6%	69,7%
2. dość progresywny	20,8%	20,2%
3. zacofany	16,3%	8,4%
4. nie wiem	19,3%	1,7%

Dane przedstawione w zestawieniach wskazują na istnienie etnicznych sentymentów. Ale czy oznacza to, że Polonia amerykańska chce zbliżenia z dalekim rządem, z odmiennym systemem politycznym?

Istnieją przecież w USA i Wielkiej Brytanii organizacje przeciwne obecnemu ustrojowi PRL. Co na ten temat sądzą czytelnicy gazet polonijnych?

W odpowiedzi na to pytanie niektórzy czytelnicy przysyłali sążniste wywody wskazujące na potrzebę zacieśnienia stosunków z Polską, głównie ze względu na:

- 1) sentymenty etniczne,
- 2) więzi rodzinne,
- 3) trendy odprężeniowe w stosunkach Wschód—Zachód,
- 4) przyczyny osobiste.

Jak wynika z następnego zestawienia, przeciwko polepszeniu kontaktów z PRL występowało mniej niż 10% ankietowanych.

Zestawienie 7. Czy jesteś za bliższymi stosunkami z Polską?

	Badania 1972—1975	Badania 1976—1977
1. tak	91,5%	91,6%
2. nie	0,8%	3,6%
3. nie wiem	7,7%	4,8%

Jak już wspomniano, istnieją organizacje polonijne wrogie obecnej Polsce. Zasadniczo składają się one z nowej imigracji, ale również trzecie, czwarte pokolenie, które praktycznie nie posługuje się polskim językiem, styka się

z negatywnymi ocenami Polski czy to przez propagandę antykomunistyczną, czy to z innych źródeł.

Warto tu przypomnieć, że żywioł niemiecki jest w USA znacznie silniejszy od polskiego. Mając to wszystko na uwadze zadano pytanie o stosunek do granicy zachodniej Polski. 97% odpowiedzi było afirmatywnych. Student z New Jersey komentował:

„Problem pokoju nie ogranicza się do tego, że ziemie zachodnie Polski były, są i pozostaną polskie. Po raz pierwszy w historii udowodniono, że Słowianie i Niemcy mogą współżyć w pokoju. Polacy, Czesi, Rosjanie i Niemcy Wschodni odwiedzają się i handlują z sobą od 1945 r. z korzyścią dla Europy i ludzkości. Jako Amerykanin jestem dumny z tego dokonania”.

Zestawienie 8. Czy zgadzasz się z oficjalnym uznaniem granicy na Odrze i Nysie?

	Badania 1972—1975	Badania 1976—1977
1. tak	96,4%	97,5%
2. nie	3,6%	2,5%

Z przedstawionych danych wynika, że:

- sentymenty etniczne są nadal żywotne wśród Amerykanów polskiego pochodzenia;
- brak wyraźnych oznak radykalnej depolonizacji.

Większość respondentów czyta periodyki polonijne z różnych powodów, mają oni różnicowane poglądy co do metod poprawy ich poziomu. Niemniej prawie każdy wyraża ochotę prenumerowania gazety polonijnej w przyszłości.

Brak było jednoznacznej oceny sytuacji religijnej i gospodarczej w Polsce, ale większość była przeciw propagandzie antypolskiej, domagała się bliższych stosunków z PRL, uznawała granicę na Odrze i Nysie za nienaruszalną.

Z powyższych rozważań wynika, że kontakt między Polską i Polonią jest pożądanym i może być materialnie i kulturalnie owocny dla obu stron. Jest niezbędny dla podtrzymania ducha współpracy na arenie międzynarodowej i likwidacji sprzeczności. Wydaje się, że zintensyfikowane stosunki służące będą lepszemu zrozumieniu, z korzyścią nie tylko dla społeczności polskiej, ale i dla innych wspólnot narodowościowych i kulturowych.

RADIOWE SYSTEMY EDUKACYJNE W AMERYCE ŁACIŃSKIEJ

W iara, że środki masowego komunikowania mogą się stać lekarstwem na wszystkie bolączki ludzkości, nie wytrzymała próby. Ale w latach sześćdziesiątych, kiedy wiara ta była szczególnie żywa, w krajach Ameryki Łacińskiej wydała owoce w postaci Systemów Nauczania Radiowego.

Wprawdzie pierwszy radiowy program dydaktyczny narodził się już w 1947 (dysponował jedną małą stacją przekątnikową na krótkich falach i był odbierany zaledwie przez 3 stacje odbiorcze), ale dopiero lata sześćdziesiąte

wyzwolili falę tworzenia nowych programów. Powstało ich wtedy kilkanaście. W latach siedemdziesiątych zainteresowanie tą formą popularyzacji wiedzy znacznie spadło i w rezultacie liczba programów dydaktycznych w Ameryce Łacińskiej i na wyspach Morza Karaibskiego wyniosła w r. 1978 — 34.

W Systemach Nauczania Radiowego wykorzystano doświadczenia radio-forum, które w latach trzydziestych miało w Europie (zwłaszcza w Czechosłowacji, Niemczech, Anglii) duże sukcesy. Połączenie środków masowych z działalnością osób kontaktujących się ze słuchaczami bezpośrednio dawało większe gwarancje osiągnięcia zamierzonego efektu. System radio-forum zreformowany wg potrzeb latynoamerykańskich przeszczepiono w latach czterdziestych do Kolumbii. Ta nowa formuła otrzymała nazwę Szkoły Radiowej, umożliwiała dotarcie do milionów słuchaczy rozrzuconych po najdalszych, trudno dostępnych zakątkach Ameryki Środkowej i Południowej. Większość programów została powołana i jest nadal prowadzona przez Kościół katolicki, który w tym rejonie ma duży wpływ.

Chcąc uzyskać informacje, mogące posłużyć do szczegółowego scharakteryzowania wszystkich systemów nauczania, Stowarzyszenie ds. Nauczania Radiowego (ALER) przeprowadziło badania ankietowe, które dostarczyły danych o 24 programach. Tak więc wszystkie zamieszczone tu informacje będą się odnosiły do tych 24 programów, a dane pochodzą z r. 1975. Badane 24 programy dysponują w sumie mocą przekazu ok. 1000 kW w 83 radiostacjach. Każdy program ma własną radiostację, ale też każdy korzysta z kilku dodatkowych, aby uzyskać jak największy zasięg, ponieważ stacje mają na ogół niewielką moc 1,3—5 kW. Toteż praktykowane jest korzystanie grati-sowe lub odpłatne z zakresów fal stacji komercyjnych bądź publicznych.

Tylko 5 na 24 programy (szkoły radiowe) jest na własnym rozrachunku. Pozostałe korzystają w niewielkim stopniu z pomocy państwa, a głównie utrzymują się z darów rozmaitych fundacji międzynarodowych, zwłaszcza RFN-owskich i północnoamerykańskich, do których muszą się zwracać rokrocznie o pomoc. Najpopularniejszy program ACPO Sutatenza z Bogoty ma roczny budżet ok. 5 milionów dolarów.

Jako zasadniczy środek przekazu wiedzy traktuje się radio. Jednakże systemy nauczania wymagają śledzenia kursów z dnia na dzień, stąd potrzeba innych środków, zwłaszcza graficznych, do prowadzenia zajęć. Rozprowadza się więc dla potrzeb szkół radiowych 600 tys. podręczników rocznie, ponadto ok. 60 tys. innych książek. Ogromny procent podręczników stanowią elementarze do nauki podstaw czytania i pisania. Ponadto w wiejskich klubach (czy ogniskach) regularnie wyklada się gazety (12 tytułów o nakładzie 90 tys. egz.). Jako dodatkowe środki stosuje się też płyty gramofonowe oraz objazdowe wozy szkoleniowe.

Pracę prowadzi się wieloma metodami. Obok audytorium otwartego nieorganizowanego (4 400 tys. uczestników), wielką rolę odgrywa grupowe słuchanie programów (audytorium zamknięte — 170 tys.), często kierowane przez animatorów i słuchaczy-pomocników. Większość „uczniów” to chłopię-analfabeci, oddaleni o setki czy tysiące kilometrów od ośrodków kulturalnych, zdobywający w ten sposób podstawową wiedzę. Dziesiątki tysięcy chłopców corocznie deklaruje swój udział w zajęciach. Corocznie otrzymują świadectwa ukończenia kursów. Istnieją jednak również programy skierowane do mieszkańców miast.

Szkoła radiowa składa się zazwyczaj z grup mieszkańców wsi obu płci w wieku 18—50 lat. Zbierają się oni codziennie w 26 tys. zradyfonizowanych ośrodków dla wysłuchania i przedyskutowania programu. Liczba uczestników zależy od typu grupy. Istnieją szkoły rodzinne (rodzice i dzieci) i szkoły komunalne (średnio ok. 20 osób). Praca grupy jest koordynowana przez animatorów. Kursy trwają od 1 do 12 miesięcy; programy nadawane są w godzinach porannych i (lub) popołudniowych; trwają od 15 min. do 2 godzin. Większość programów oferuje kursy czytania, pisania i arytmetyki. Programuje się nauczanie w formie serii kampanii. Np. ACPO w Kolumbii organizuje stale dla chłopów kursy: pielęgnowania zdrowia, uprawy roli i świadomego ojcostwa. Inne szkoły uczą mechaniki samochodowej, podstaw wiedzy o społeczeństwie, zasad wiary chrześcijańskiej, historii, a nawet tańca.

Udział mężczyzn i kobiet jest w większości kursów zrównoważony, choć zdarzają się wyjątki.

Tabela 2: Słuchacze programów dydaktycznych

Nazwa programu	Audytoryum otwarte	Audytoryum zorganizowane	Punkty zradyfonizowane	Liczba zapisanych	Liczba dyplomowanych	Liczba słuchaczy na 1 punkt zradyfonizowany
INCUPU	800 000	—	456	1 771	—	2—5
ERSAR	325 000	1 558	257	2 561	1 452	18
BURGOS	—	2 000	53	419	400	8
ACLO	110 000	10 000	275	1 951	1 227	10—15
FREDER (74)	290	40	—	290	60	6
ICER	—	—	—	—	—	—
ERS	—	15 000	500	15 000	3 000	30
ACPH	—	18 094	937	10 520	—	19
MAM	30 000	500	50	500	—	12
HUACOCOTLA	brak danych					
ACPOVEN	60 000	—	—	—	—	—
EERR	300 000	5 100	327	5 100	2 998	16
ACPO	2 000 000	100 000	25 000	100 000	—	4
RADIO TUZULU-TLAN	—	—	—	—	—	—
FEPLAM	20 325	7 014	—	27 333	—	3 417
RADIO Juan XXIII	25 000	2 185	77	2 185	996	283
CEPAS	1 050	396	38	216	196	10
TGDS	—	—	—	674	—	—
INDICEP	—	1 400	70	1 680	1 400	20
ER SAN GA-BRIEL	600 000	7 100	210	7 100	4 100	—
RADIO CHOR-TIS	100 000	570	61	570	289	9
ERPE	60 000	2 200	100	2 200	900	20—25
FIDES	11 000	1 200	180	1 382	1 134	6

Wg Juan Braun: Les Ecoles Radiophoniques. Une strategie de développement latino-américaine. CEIDER, seria: Formation Technique nr 4, Port-au-Prince (Haiti) 1978.

Opr. Maria Russ

Tabela 1: Pisma, podręczniki i książki wykorzystywane przez 24 programy prasowe w pracy dydaktycznej

Symbol literowy, nazwa i kraj pochodzenia programu	PISMA		
	tytuł pieriodyku i częstotliwość	liczba egzemplarzy	liczba kolumn
INCUPU (Instytut Kultury Ludowej), Argentyna	<i>Acción</i> — miesięcznik	10 000	32—48
ERSAR (Szkoly Radiowe z San Rafael), Boliwia	<i>Rafito</i> — miesięcznik	1 000	2
BURGOS (Nuestro Señor de Burgos), Boliwia			
ACLO (Szkoly Radiowe Loyola), Boliwia	<i>En Marcha</i> <i>La Voz del Campesino</i> — miesięcznik	5 000	6
FREDER (Santa Clara), (Fundacja Szkoły Radiowej dla Rozwoju Wsi), Chile	—	—	—
ICER (Kostarykański Instytut Szkolnictwa Radiowego), Kostaryka	—	—	—
ERMS (Szkoly Radiowe z Santa Maria), Dominikana	—	—	—
ACPH (Honduraska Akcja Kultury Ludowej), Honduras	<i>Mensajero</i> — miesięcznik	3 000	12
NAM (Radio MAM), Gwatemala z	—	—	—
HUAYACOCOTLA (Szkoly Radiowe z Huayacocotla), Meksyk	—	—	—
ACPOVEN (Akcja Kultury Ludowej Wenezueli), Wenezuela	—	—	—
IRFA (Instytut Radiowy Wiara i Radość), Wenezuela	—	—	—
EERR NICARAGUA (Szkoly Radiowe Radia Katolickiego Nikaragui), Nikaragua	—	—	—
ACPO (Akcja Kultury Ludowej Szkół Radiowych z Sutatenza), Kolumbia	<i>El campesino</i> — dziennik	60 000	24
TGTZ (Radio Tezulutlan), Gwatemala	<i>Boletín</i> — miesięcznik	200	30
FEPLAM (Fundacja Edukacyjna Ojca Landella de Moura), Brazylia	Informe FEPLAM — kwartalnik	5 000	16
JUAN XXIII (Jan XXIII), Boliwia	<i>Promoción Popular</i> — nieregularnie	1 500	6
CEPAS (Ośrodek Studiów, Rozwoju i Opieki Społecznej), Panama	<i>Guía de las Comunidades</i> — miesięcznik	500	10
TGDS (Głos Atitlanu), Gwatemala	—	—	—
INDICEP (Instytut Badań Kulturalnych nad Wykształceniem Ludowym), Boliwia	<i>Educación Popular</i> — rocznik	1 500	80
ER SAN GABRIEL (Szkoly Radiowe z San Gabriel), Boliwia	—	—	—
RADIA CHORTIS (Radio Chortis i Szkoly Radiowe Jukatani), Gwatemala	<i>Nuestro Buletín</i> — miesięcznik	800	8
ERPE (Radiowe Szkoly Ludowe Ekwadoru), Ekwador	<i>Jatari</i> — kwartalnik	1 500	12
FIDES (Szkoly Radiowe FIDES), Boliwia		—	—

PODREČZNIKI		KSIĄŻKI	
rozprowadzenie ogółem w l. 1973—1975			
liczba tytułów	liczba egzem- plarzy	liczba tytułów	liczba egzem- plarzy
5	50 345	5	13 000
6	4 470	—	—
korzysta z pomocy ACLO			
10	11 872	4	1 000
b r a k d a n y c h			
2	—	—	—
6	15 000	1	10 000
4	46 000	—	—
—	—	—	—
5	50 000	—	—
—	—	—	—
1	3 600	—	—
4	20 000	2	—
6	1 396 500	—	—
1	2 000	—	—
4	145 000	9	171 000
4	6 000	2	6 000
3	8 600	—	—
3	7 500	1	1 500
1	3 900	—	—
5	18 300	3	11 000
4	8 340	—	—
2	3 000	2	600
5	6 461	—	—

Sondaże OBP**SKUTECZNOŚĆ KRYTYKI PRASOWEJ
W OPINII SPOŁECZEŃSTWA**

Prawidłowe i skuteczne podejmowanie krytyki prasowej to problem zawsze ważny i aktualny. Przedstawione niżej badania OBP sondaowały odczucia społeczeństwa towarzyszące dalszym i bliższym następstwom ukazania się krytycznej publikacji. Wyniki sondażu opinii mogą też rzucić pewne światło na społeczną ocenę skuteczności krytyki prasowej.

Zdając sobie sprawę, iż trudno mówić o skuteczności krytyki i reakcjach na krytykę w oderwaniu od konkretnych publikacji i podejmowanych w nich problemów, zaaranżowaliśmy na użytek akcji badawczej następującą sytuację:

„Mieszkańcy pewnej wsi byli dobrymi gospodarzami. Gospodarzyli na ogół nowocześnie i chcieli żyć tak, jak żyje już większość ludzi w mieście. Budowa nowych zabudowań gospodarczych i domów mieszkalnych wymagała jednak dużej ilości materiałów budowlanych. Przydziały, jakie otrzymywała gmina i spółdzielnia, były niewystarczające i nie mogły zaspokoić wszystkich potrzeb. Na zebraniu mieszkańców ustalono, kto i w jakiej kolejności będzie otrzymywał materiały budowlane. Pracownicy magazynów GS i ich przełożeni postanowili wykorzystać jednak całą sytuację dla własnych celów — nie przyjmując do wiadomości ustaleń zebrania mieszkańców wsi. Sprzedając materiały budowlane kierowali się własnym zdaniem, znajomościami, a także — jak mówili niektórzy — otrzymywanymi prezentami i pieniędzmi. W rezultacie materiały budowlane otrzymali nie ci, którzy ich najbardziej potrzebowali. Zdecydowana większość mieszkańców wsi uważała, że naruszone zostały zasady sprawiedliwości. Przypuśćmy, że Pan(i) jest mieszkańcem wsi, w której zdarzyły się opisane wypadki”.

Opierając się na przedstawionych faktach, prosiliśmy badanych o odpowiedź na kilka pytań. Pytania te i uzyskane odpowiedzi zawarte są w tabelach.

Przedstawiona badanym sytuacja w sposób nie budzący wątpliwości określała zdarzenie wymagające interwencji (naruszone zostały normy współżycia społecznego). Jak wynika z tabeli 1 (ostatni wiersz), blisko $\frac{3}{4}$ badanych uznało, iż gwarantem przywrócenia sprawiedliwości i skuteczną tamą zapobiegającą powstawaniu podobnych sytuacji w przyszłości są konkretne insty-

tucje. Proporcje głosów jednoznacznych świadczą o stosunkowo małej skuteczności niesformalizowanej kontroli społecznej.

Tylko 1 na 7—8 badanych wyraża opinię akceptującą skuteczność krytyki prasowej — szeroko rozumianej. Opinia publiczna zdaje sobie sprawę z istnienia ograniczeń skuteczności krytycznych działań prasy. Wprawdzie około 80% badanych w odpowiedzi na kolejne pytanie stwierdza, iż krytykowana instytucja odpowie na krytyczną publikację, to jednak przeszło 50% twierdzi równocześnie, iż nie będzie to oznaczało trwałego uzdrowienia sytuacji (por. ostatnia kolumna — 11 — tabeli 1).

Interesujących wniosków dostarcza też analiza współzależności opinii zestawionych w tabeli 1: im bardziej badany skłonny jest oddać poziom, na którym (lub którego interwencja) może rozwiązać problem, tym niższa jest ocena możliwości krytyki prasowej (por. oceny dokonywane przez zwolenników interwencji w KC PZPR i władzach gminnej spółdzielni).

Istnienie rozbieżności co do „rzeczywistych” (spotykanych w prasie) odpowiedzi i takich, które satysfakcjonowały czytelnika („postulowane”) potwierdza materiał zestawiony w tabeli 2 (por. kolumny 2 i 3). Szczególnej wymowy nabiera powyższa zależność, jeśli hierarchie „rzeczywistych” i „postulowanych” elementów odpowiedzi odniesiemy do odsetka badanych odnajdujących w reakcjach krytykowanych instytucji te elementy, które ich zdaniem powinny się tam znaleźć (kolumna 5).

Zasygnalizowane fakty i zależności wymagają głębszego zastanowienia i podejmowania działań zwiększających skuteczność działań krytycznych — zwłaszcza przez realizację postulatu właściwej i rzetelnej odpowiedzi na materiał krytyczny. Ten etap krytyki prasowej wymaga zdecydowanie większej uwagi dziennikarzy i redakcji w trosce o właściwą realizację krytycznej funkcji prasy.

Opracował
Stanisław Nowicki

Tabela 1: **Opinie o krytycznej działalności prasy wśród zwolenników różnych form i środków zapewniających skuteczność krytyce (dane w procentach)**

Jak Pan(i) sądzi czy jeśli w lokalnej gazecie ukazałby się artykuł omawiający krytycznie przedstawioną wyżej sytuację to:	Kogo Pana(i) zdaniem należałoby zainteresować sprawą by nie powtórzyła się ona w przyszłości?									w całej zbiorowości
	władze gminy i województwa	władze Gminnej Spółdzielni	milicję i prokuraturę	państwowe organa kontrolne (NIK)	Komitet Centralny PZPR	prasę, radio i telewizję	Komitet Wojewódzki PZPR	organizacje społeczne działające na terenie gminy	sami mieszkańcy wsi powinni zapobiegać takim zdarzeniom	
zmusiłoby to władze GS do odpowiedzi na artykuł i równocześnie zapobiegło powstawaniu podobnych sytuacji w przyszłości	40,0	47,1	33,8	30,3	27,7	47,5	27,3	33,3	30,6	36,4
zmusiłoby to władze GS do odpowiedzi na artykuł, ale wcale nie oznaczałoby to, że podobna sprawa nie powtórzy się za rok	46,4	42,6	47,0	52,8	55,3	34,8	62,4	47,6	38,7	45,4
władze GS nie odpowiedziałyby na artykuł, ale sam fakt jego ukazania się w prasie zapobiegałby powtórzeniu się podobnej sytuacji	7,5	8,8	4,6	5,6	4,3	9,9	4,5	4,5	12,1	7,4
władze GS nie odpowiedziałyby na artykuł i jego ukazanie się nie miałooby wpływu na to czy podobna sprawa nie powtórzy się ponownie	3,1	—	9,3	8,5	10,6	4,3	4,5	4,5	14,5	6,7
Liczebność	295	68	151	142	47	141	44	21	124	1097

Uwaga: Procentowanie do liczebności podanych w kolumnach. Procenty nie sumują się do 100, gdyż pominięto braki odpowiedzi.

Tabela 2: Postulowane i rzeczywiste elementy odpowiedzi na krytykę prasową. Hierarchia oraz skala różnic i współwystępowania — dane w procentach

Elementy treściowe odpowiedzi	Rzeczywiste elementy treściowe odpowiedzi na krytykę	Postulowane elementy treściowe odpowiedzi na krytykę	Różnice między rzeczywistymi a postulowanymi	Odsetek badanych uznających element zarówno za rzeczywisty jak i postulowany
1	2	3	4	5
w stosunku do winnych pracowników wyciągnięto konsekwencje służbowe	54,0	63,9	—9,9	34,2
zmieniono personel magazynu	32,4	29,0	3,4	10,0
przyznajemy rację autorowi publikacji — ze swej strony zrobimy wszystko, by podobne zdarzenia nie miały już miejsca	22,5	29,7	—7,2	6,8
zalecono częstsze kontrole z zewnątrz	21,4	33,6	—12,2	8,1
powołano społeczną komisję, która będzie czuwała nad pracą magazynu	18,4	25,0	—6,6	3,5
sprawę przekazano prokuraturze i milicji do zbadania	17,3	29,2	—11,9	6,7
przyznajemy, że nasi pracownicy naruszyli zasady sprawiedliwości	12,7	21,9	—9,2	3,1
jako spółdzielnia jesteśmy w porządku — mamy pisma, w których składamy dużo wyższe zamówienia na materiały niż otrzymaliśmy	12,5	3,4	9,1	1,1
sprawa została przedstawiona jednostronnie z pominięciem zdania władz spółdzielni	10,4	2,3	8,1	0,5

1

podejmowane przez naszą spółdzielnię działania służą lepiej zaopatrzeniu mieszkańców wsi

przedstawiona sprawa ma charakter wyjątkowy i nie może mieć wpływu na ocenę pracy całej spółdzielni

zalecono informowanie o dostawach materiałów i zasadach rozdziału

pracownicy nasi są ofiarni i uczciwi

wykonujemy dobrze stawiane przed nami zadania

podane fakty są nieprawdziwe — dziennikarz i jego informatorzy zasługują na potępienie

winni są mieszkańcy wsi, którzy zmusili personel magazynu do sprzedaży materiałów

trudno przyjmować nam ustalenia z zebrania wiejskich jako wiążące dla naszej pracy

Liczebność

2	3	4	5
9,5	2,3	7,2	0,2
8,9	6,4	2,5	0,3
8,3	23,0	-14,7	0,9
5,7	1,2	4,5	0,2
5,4	1,7	3,7	0,1
5,2	0,9	4,3	0,4
2,9	2,8	0,1	0,3
2,7	1,3	1,4	0,3
1097	1097	1097	1097

NOWY TOM
BIBLIOGRAFII OBP

POLSKA BIBLIOGRAFIA ADNOTOWANA WIEDZY O ŚRODKACH MASOWEGO KOMUNIKOWANIA za lata 1977—1978 pod redakcją Sylwestra Dzikiego. Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”, Kraków 1979. S. 872.

Od roku 1965 rozległy obszar rozwijającej się w Polsce wiedzy o środkach masowego komunikowania (głównie o prasie, radiu i telewizji) penetrowany jest przez dokumentalistów z krakowskiego Ośrodka Badań Prasoznawczych, kierowanych przez Sylwestra Dzikiego. „Polska bibliografia adnotowana wiedzy o środkach masowego komunikowania”, nieco modyfikowana i ulepszana przez lata, należy obecnie do najlepszych w kraju bieżących bibliografii specjalnych i jest podstawowym narzędziem pracy głównie dla pracujących naukowo w dziedzinach wchodzących w skład bądź pozostających na styku problematyki komunikowania masowego. Wzrastająca co roku (średnio o 10%) liczba publikacji z tego — mającego interdyscyplinarny charakter — obszaru wiedzy uznana być może nie tylko za rezultat wzrastającego zainteresowania komunikowaniem masowym, odgrywającym w nowoczesnym społeczeństwie ogromną rolę, ale i jako efekt „sprężenia zwrotnego” między dorobkiem bibliografów, a rozwojem nauki, której służą ich dokumentalny wysiłek.

Bibliografia OBP wydawana jest stosunkowo sprawnie i szybko (w porównaniu np. z „Bibliografią bibliografii i nauki o książce” Biblioteki Narodowej, której mamy dopiero tom obejmujący rok 1972!); tak więc tom ukazujący dorobek lat 1977 i 1978

ukazał się na początku roku 1980. Tom ten — jak i poprzednie — składa się z dwóch zasadniczych części. Pierwsza, przystosowana do wycinania, poświęcona jest publikacjom zwartym i artykułom głównie naukowym; znajdujemy tu „abstraktową” adnotację dotyczącą treści prezentowanych pozycji pióra 21 współpracowników ze środowiska prasoznawców, a także adnotację dotyczącą klasyfikacji do stałych w tej bibliografii działów i poddziałów. Część ta ułożona jest alfabetycznie wg nazwisk autorów prac. Część druga (wprowadzona od dziewiątego rocznika) ma charakter rejestracyjny i obejmuje artykuły publicystyczne i informacyjne ułożone w grupach sygnalizowanych hasłem wywoławczym. Ogółem w tomie uwzględniono 694 opracowania prymarne w części adnotowanej (wraz z recenzjami z tych opracowań) oraz ok. 1200 pozycji w części rejestracyjnej — zgrupowanych w 574 hasłach. Zarejestrowano również w dziale uzupełnień 49 publikacji będących kolejnymi wydaniami, kontynuacjami bądź recenzjami prac wydanych w poprzednich latach.

W omawianym tomie 100 stron zajmują indeksy: indeks autorów prac uwzględnionych w bibliografii, a także autorów recenzji poświęconych tym pracom, oraz dwuczęściowy indeks przedmiotowy składający się z indeksu alfabetycznego (biograficzno-rzeczowego) oraz indeksu systematycznego. Zatrzymajmy się na moment przy indeksach, one bowiem decydują o funkcjonalności bibliografii jak również nasuwają ogólne refleksje na temat rozwoju wiedzy o środkach masowego komunikowania w okresie, któremu poświęcony jest prezentowany tu tom.

Indeks autorów, liczący ponad 1600 nazwisk, świadczy o tym, jak wiele osób sięga po problematykę z obszarów wiedzy o masowym komuniko-

waniu. W większości jednak są to kontakty incydentalne; tylko 8% autorów opublikowało w latach 1977—1978 więcej niż dwie pozycje, w tym więcej niż trzy pozycje — 54. W wykazie autorów występują liczne kryptonimy; wydaje się i celowe i możliwe ich rozszyfrowanie przez twórców bibliografii.

Część alfabetyczna indeksu przedmiotowego zapowiada skromnie choć niezbyt dokładnie „wykaz nazwisk i tytułów czasopism”; faktycznie znajdujemy w tym wykazie również agencje prasowe, organizacje z kręgu prasy, radia i telewizji, rozgłośnie radiowe, ośrodki telewizyjne itp. Ułatwiłaby korzystanie z indeksu jednolita metoda prezentacji skrótów nazw; wydaje się celowe, aby uwzględniać w indeksie wszystkie skróty nazw (nie uwzględniono CECOM, UNDA i in.) i stosować od nich odsyłacze do nazw pełnych.

Część druga indeksu przedmiotowego w pewnym stopniu (choć nie w pełni konsekwentnie) — powiązana jest z działowym układem tomu. Uwidacznia ona także szeroki zakres bibliografii, która w polu widzenia ma nie tylko prasę drukowaną, radio i telewizję, ale i plakaty, komiksy, encyklopedie czy film. Jeśli przyjmujemy definicję masowego komunikowania jako komunikowania charakteryzującego się „instytucjonalnością, zbiorowym charakterem procesu wytwarzania przekazu, mechanicznością kanału oraz nieograniczonością publiczności” — w zestawie tym raczej będzie brak płyt, kaset (a także wideopłyt i wideokaset), których funkcjonowanie może być samoistne bądź przedłużające (w wypadku nagranych audycji) oddziaływanie radia i telewizji. „Wykaz problematyki szczegółowej” (a więc druga część indeksu przedmiotowego) jest rozbudowany i przejrzysty, ale jego funkcjonalność ogranicza nadmiar odsyłaczy (w tym i odsyłacze do kolejnych odsyłaczy jak np. w wypadku „komiksu”). Niejednokrotnie — zamiast odsyłacza — wygodniejsze i oszczędniejsze byłoby od razu przy hasle indeksowym podanie wskaźników numerowych, choćby miały być one jeszcze gdzie indziej powtórzone. Odsyłacze zresztą nie dość precyzyjnie wiążą tu grupy zagadnień (np. mamy hasło „leninowska teoria prasy” nie powiązane z hasłem „teoria środków masowego komunikowania”,

przy hasle „radio” brak powiązania z hasłem „historia radia” itp.). Zdarzają się także nieścisłości terminologiczne (przecież „prasa Stronnictwa Demokratycznego” czy „prasa AK” to nie „typ” prasy).

Generalnie jednak założenia indeksu są trafne, a korzystając z niego można sformułować szereg refleksji na temat kierunków badań w naszym prasoznawstwie. Przede wszystkim w latach 1977—1978 widoczny jest dalszy znaczny postęp badań nad historią prasy polskiej, w tym zwraca uwagę spory dorobek dotyczący okresu międzywojennego i prasy Polski Ludowej. Wzrosła także nasza wiedza o historii prasy polskiej za granicą, głównie we Francji, Niemczech i USA. Rozwinęły się badania nad typologią prasy, gatunkami dziennikarskimi, zawodem dziennikarskim, a także teorią środków masowego komunikowania. W polu zainteresowania badaczy znajdują się również problemy związane z odbiorem prasy, radia i telewizji w Polsce i rolą tych środków masowego komunikowania w naszym społeczeństwie. Nadal zainteresowanie badaczy koncentruje się przede wszystkim wokół prasy drukowanej. Poświęcono tylko kilka pozycji historii radia, programom radiowym i roli radia; niewiele — gatunkom radiowym (głównie słuchowisku). Z pracami na temat telewizji nie jest lepiej; najwięcej ich dotyczy roli telewizji, część poświęcona jest gatunkom telewizyjnym; ponad dwudziestoletnia historia polskiej telewizji zaciera się w pamięci i pilne wydaje się zajęcie się tym tematem.

Zrozumiiałe jest, że w Polsce rozwijają się badania głównie nad polskimi środkami masowego komunikowania; czy jednak nie za mało uwagi poświęcamy sprawie zagranicznych mediów? W omawianym okresie prasie zagranicznej poświęcono około 7% wszystkich pozycji (najwięcej prasie RFN, ZSRR i USA), zaledwie kilka pozycji radiofonii obcym, kilkanaście — telewizji w innych krajach.

Przygotowując tom XIII/XIV bibliografii Pracownia Dokumentacji i Informacji Naukowej OBP objęła kwerendą ponad 200 tytułów czasopism ukazujących się w Polsce; ostatecznie uwzględniono 55 tytułów wymienionych we wstępie (te spośród objętych kwerendą, w których na-

potkano problematykę o profilu bibliografii). Nie znając wszystkich tytułów nasuwa się pytanie: czy były wśród nich np. *Projekt, Ruch Muzyczny, Poligrafika*? Pytanie to wiąże się z innym: jaki w zasadzie ma być zakres tej bibliografii? Czy ograniczony do prasy, radia i telewizji (co byłoby łatwiejsze), czy też sięgający w sfery innych środków masowego komunikowania? Czy jednak ambitne i częściowo dotąd realizowane zamierzenie prezentacji wiedzy o filmie, plakacie, szczególnych typach książki masowej — realizowane konsekwentnie nie rozbudowałyby nadmierne bibliografii, a OBP nie wyszedłby daleko poza granice tradycyjnie przyjętych jego kompetencji? Inna, podobna wątpliwość: czy bibliografia ta ma informować również o aspektach technicznych procesu masowego komunikowania (częściowo o nich informuje), a jeśli tak, to w jakim zakresie?

Na zakończenie nasuwa się uwaga luźno związana z omawianym tomem; dokumentacja wiedzy o środkach masowego komunikowania w Polsce znacznie wyprzedziła dokumentację dotyczącą bezpośrednio tych środków, dokumentację, bez której ta właśnie wiedza nie może się prawidłowo rozwijać. Wciąż dotkliwy jest np. brak pełnej, retrospektywnej bibliografii prasy polskiej. Wydaje się także niezbędna adnotowana dokumentacja bibliograficzna dotycząca programów radiowych i telewizyjnych, bez niej bowiem nigdy nie będzie możliwa poważna, naukowa refleksja dotycząca audiowizualnych środków masowego komunikowania.

Barbara Petrozolin-Skowrońska

KLUCZ DO TELEWIZJI I RADIA

Marcin Czerwiński: *TELEWIZJA, RADIO, LUDZIE*. Wydawnictwo Radia i Telewizji, Warszawa 1979. S. 136.

Dotarcie do radiowych i telewizyjnych kulis ułatwia nowa stosunkowo oficyna — Wydawnictwo Radia i Telewizji. Publikować ona zaczęła pozycje poświęcone problemom tych

środków masowego przekazu, wydaje również drukiem teksty audycji, jak choćby zbiór opowiadań według osławionego serialu „Życie na gorąco”.

W ramach nurtu służącego poznaniu radia i telewizji ukazała się książka Marcina Czerwińskiego „Telewizja, radio, ludzie”. Gdy na rynku mało jeszcze pozycji tego typu, już samo pojawienie się pracy jest wydarzeniem. Tym bardziej, że nie jest ona pisana wyłącznie z pozycji odbiorcy. Czerwiński dobrze zna tę instytucję „od kuchni”, przez długie lata współpracował z radiem i telewizją. Dobrze pamięta niedawne jeszcze, ale już historyczne początkowe lata polskiej telewizji. Były to zaledwie lata pięćdziesiąte, a już telewizja zdobyła sobie prawo obywatelstwa w każdym domu. Czas więc najwyższy na spostrzeżenia dotyczące tego zagadnienia. Podjął się tego właśnie socjolog. Stąd też pojawia się płaszczyzna badawcza — socjologiczna, pozwalająca na bodaj najwłaściwsze uogólnienia. Jest to kolejna pozycja Czerwińskiego poświęcona tym sprawom. Wcześniej wydał książkę „Telewizja wobec kultury” (WAiF, Warszawa 1973), gdzie zajął się szansą, jaką dla masowej kultury staje się ten techniczny wynalazek. W owej pozycji rozpatrywał zagadnienie bez związku z szerszym tłem kulturowym czy społecznym. Dlatego też nową książkę Czerwińskiego „Telewizja, radio, ludzie” należy potraktować m. in. jako poszerzenie wcześniejszego studium.

Telewizja w dużym stopniu zastępuje dawną kulturę plebejską. Pamiętając o tym Czerwiński zauważa, że telewizja i radio powinny przyspieszać demokratyzację kultury. Przy całym zróżnicowaniu programowym i odwoływaniu się do rozmaitych kręgów społecznych, telewizja i radio powinny włączać w krąg kultury możliwie szerokie masy społeczeństwa, proponując im pewne modele kulturowe. Proces wychowania kulturowego społeczeństwa przez telewizję i radio musi być stały i ciągły zarazem. Telewizja stanowi też cenne dopełnienie nauki szkolnej, zwłaszcza dla tych blisko 70% dorosłych mieszkańców, którzy ze szkoły nie wynieśli nawyku korzystania z dóbr kultury. Z drugiej zaś strony przede wszystkim audycje telewizyjne pozwalają na podniesienie pozio-

mu programów szkolnych, z uwagi na to, że młodociany widz jest lepiej przygotowany do przyswajania sobie treści programów telewizyjnych, aniżeli widz, który z telewizją nie miał nic wspólnego. Jednym słowem, stwierdza Czerwiński, nauczanie można rozpocząć od znacznie wyższego poziomu, aniżeli dotychczas.

Ludzie występujący w telewizji — naukowcy, dziennikarze, artyści, działacze społeczni — winni dbać o uwierzygodnienie nie tylko intelektualne przekazywanych informacji, m. in. przez odpowiedni strój, właściwe otoczenie, w jakim występują. I tak np. problemy rolnicze lepiej będą przyjmowane przez widzów, gdy demonstrowane będą na konkretnym materiale reportażowym. Pamiętać bowiem należy, że telewizja jest przede wszystkim sztuką obrazu, a w mniejszym stopniu słowa. Dlatego też w większym stopniu powinna sugerować określone treści za pomocą obrazów, aniżeli je nazywać. Te znane skądinąd prawdy posłużyły autorowi do stwierdzenia niebezpieczeństwa nadmiaru komentarza. Odbiorcy bowiem nie mogą mieć przeświadczenia, że są traktowani jak ludzie niedojrzali, gdyż wzbudza to ich nieufność do przekazywanych treści.

Przekazywanie informacji nie odbywa się w warunkach neutralnych. Odbiorca często nie potrafi się skupić na proponowanym programie albo wręcz się do niego zniechęca. Chodzi tu o tzw. funkcję fatyczną przekazu informacyjnego, nie tylko o transfer treści, ale o utrzymanie stosunku komunikacyjnego, o sprawienie, by odbiorca nie wyłączył aparatu. Telewizja w mniejszym stopniu niż radio posługuje się muzyką jako przerwającym programowym, ułatwiającym percepcję treści przekazu. Dlatego słuszną wydaje się uwaga autora, iż w telewizji raczej powinny sąsiadować ze sobą pozycje lekkie i te, które u masowego odbiorcy uchodzą za nużące. Zjawisko to wiąże się z psychologią odbioru środków masowego przekazu.

Zdaniem autora w żadnym przypadku ani radio, ani tym bardziej telewizja nie mogą adresować swoich programów do wszystkich odbiorców. Byłoby to niemożliwe i niepożądane. Programy radiowe i telewizyjne powinny być tak zorganizowane, aby większość z nich mógł przyjmować

odbiorca, którego możliwości percepcyjne odpowiadają poziomowi matURALNEMU. Spośród poszczególnych pozycji programu telewizyjnego najbardziej integrują odbiorców dźwięki telewizyjne, transmisje z zawodów sportowych, a także niektóre serie i seriale. Generalnie rzecz biorąc, telewizyjne formy przekazu kultury znacznie silniej oddziałują na szerokie kręgi odbiorców, aniżeli tradycyjne (książka, koncert, spektakl teatralny).

Zagadnienia poruszone w książce, a omówione powyżej, są przynajmniej częściowo powszechnie znane. Niemniej nie zawsze ludzie radia i telewizji — menadżerowie, programowcy, twórcy, pośrednicy, wodzirowie, nadawcy z pierwszej ręki (jak ich autor określa, a nawet tym trzem ostatnim kategoriom poświęca oddzielny rozdział — uświadamiają je sobie wyraźnie. Nie zawsze zdają sobie sprawę, w jakiej określonej sytuacji społecznej wykonują swój zawód. Nic więc dziwnego, że autor sporo miejsca poświęca zagadnieniom teoretycznym, wiążącym się ściśle z teorią komunikacji społecznej i socjologii odbioru wartości kulturowych.

Można się spierać z Marcinem Czerwińskim, czy radio i telewizja przekazują treści dostępne także i innym środkom przekazu, tylko że skumulowanym. I tak na przykład teatr telewizji wbrew temu, co zdaje się autor sugerować, nie jest prostym odтворzeniem „teatru normalnego”, ale stanowi — przynajmniej do pewnego stopnia — nową jakość. Teatr telewizji nie tylko eksponuje całość sceny, gdyż z przyczyn technicznych jest to często utrudnione, ale koncentruje swoją uwagę na poszczególnych postaciach, mocno eksponuje ich mimikę i gestykulację. Moim zdaniem nawet doświadczony aktor teatralny powinien w spektaklu telewizyjnym posługiwać się innymi środkami ekspresji, aniżeli w teatrze. Warstwa foniczna w telewizji odgrywa znacznie mniejszą rolę, aniżeli w słuchowiskach radiowych, w których jest podstawowa. Z kolei specyfika radia wymaga odmiennych sposobów emitowania warstwy fonicznej, niż w widowiskach teatralnych czy telewizyjnych. Telewizja nie stanowi więc sumy składników występujących w innych środkach przekazu, ale nową

jakość, co nie zawsze wyraźnie określa autor.

Powyższe uwagi oczywiście nie powinny przesłonić autentycznej wartości książki.

Czerwiński nie absolutyzuje roli i znaczenia środków masowego przekazu, jeśli chodzi o kształcenie społecznych wzorów kulturowych. Niemniej przypisuje im ważną rolę w całokształcie współczesnych przemian społecznych. W zakończeniu konkluduje: „Radio i telewizja nie spełniają oczekiwań niektórych maksymalistów, nie przynoszą całkowitego przewrotu w kulturze i nie zrywają ciągłości. Jednakże radio i telewizja nie są również jedynie rurą, przez którą miałyby płynąć przekazy nieróżnorodnie od przekazywanych innymi drogami. Przekazy elektroniczne mają natomiast własną tożsamość, która jest określona przez ich cechy wewnętrzne, a także zewnętrzne związki z kulturą dnia powszedniego i z pewnymi zdarzeniami szczególnymi”.

Nowa książka M. Czerwińskiego jest wynikiem przede wszystkim wielkiego doświadczenia praktycznego. Czytelnik ciągle odnosi wrażenie, że autor konfrontuje swoją wiedzę nadawcy z doświadczeniem codziennym odbiorcy. Złożone problemy społecznego oddziaływania elektronicznych środków przekazu, role i zadania ludzi uczestniczących w procesie przekazywania informacji — zostały tu wyłożone w sposób przejrzysty, logiczny, konsekwentny. Ma jeszcze książka Marcina Czerwińskiego jedną właściwość — przystępny język.

Zdzisława Zajac-Otałęga

DE GAULLE PRZED MIKROFONEM I KAMERĄ

Tadeusz Banaszczyk: ROLA RADIA I TELEWIZJI W DZIAŁALNOŚCI POLITYCZNEJ GENERAŁA CHARLESA DE GAULLE'A. Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach nr 248. Uniwersytet Śląski, Katowice 1978. S. 161.

Omówienie tej książki następcza sporo kłopotu. Już jej strona formalna może budzić pewne wahania. Zasadniczo jest to praca naukowa, co po-

twierdza z jednej strony charakter oficyny, która ją wydała, z drugiej zaś określenie na wstępie przez autora celów pracy oraz metod badawczych. Podczas lektury zaczynają nasuwać się jednak pewne wątpliwości. Styl wypowiedzi daleki jest od suchego komunikatu z badań. Sprawiają to nie tylko liczne i obszernie cytaty z dzieł obdarzonych nieraz pewnymi walorami literackimi, ale również styl komentarzy od autorów — miejscami nacechowany sładami emocjonalnego zaangażowania. Sprawia to, że praca ma w sobie coś z eseju czy też opowieści przypominającej w warstwie formalnej — by już trzymać się tego samego kręgu tematycznego — książkę Jana Gerharda „Charles de Gaulle”. Praca T. Banaszczyka staje się dzięki temu w pewnych partiach fascynującą lekturą.

Przy czym w książce tej frapuje przede wszystkim wątek polityczny, historia zmagania de Gaulle'a z materialną władzą i przeciwnikami politycznymi. Sprawy te wyraźnie dominują w całej pracy, zwłaszcza w jej partiach początkowych. Rola środków masowego komunikowania, mimo podkreślania jej znaczenia dla kariery politycznej Generała, przez wiele stron pozostaje na drugim planie. Dopiero gdy autor dochodzi do dziejów V Republiki, bardziej przekonująco zostaje uwidoczniiony wpływ posługiwania się przez prezydenta Francji masowymi mediami. Można odnieść wrażenie, że im bogatszy w sukcesy okres działalności de Gaulle'a opisuje autor, tym trudniej jest mu się zdobyć na chłodne, analityczne oceny, tym bardziej daje się ponieść kreślonej przez siebie wizji męża opatrnościowego Francji, mimo iż — jak zaznacza — nie uważa de Gaulle'a za przywódcę charyzmatycznego. Trzeba jednak gwoili sprawiedliwości dodać, że do takiego rozłożenia akcentów w pracy przyczyniły się też czynniki obiektywne w postaci większej liczby danych statystycznych dotyczących działalności Generała w okresie V Republiki. Brak sondaży opinii publicznej w latach wojny siłą rzeczy pozwalał tylko w przybliżeniu, metodami pośrednimi określać efekty wykonywania radia (i prasy, o której wspomniano fragmentarycznie) w działalności propagandowej przywódcy Wolnych Francuzów.

Aczkolwiek T. Banaszczyk postawił sobie za cel napisanie pracy przede wszystkim politologicznej, trudno pogodzić się z faktem, że wątek prasoznawczy sprawia wrażenie nie dokończonego, albowiem cierpi na tym również strona politologiczna. Autor zgromadził w książce mnóstwo interesujących danych na temat przemówień radiowych w latach 1940—1945, (s. 69) konferencji prasowych (s. 73 i dalsze oraz 109), wreszcie wystąpień radiowych i telewizyjnych w latach 1958—1969 (s. 108—110), omówił pojędźczo niektóre przemówienia i konferencje prasowe w kontekście ówczesnych wydarzeń politycznych. Brak jednakże tym wszystkim danym niezbędnej syntezy.

W „Uwagach końcowych” autor pisze: „Analiza działalności społeczno-politycznej de Gaulle’a w pełni potwierdziła moją tezę o skutecznej roli środków masowego przekazu jako nowoczesnych i potężnych narzędzi władzy oraz skutecznych narzędzi w procesie przyspieszonego tworzenia obrazu bohatera narodowego, przywódcy czy *leadera* partii”. Można dyskutować, czy w końcu lat siedemdziesiątych trzeba aż metod naukowych dla udowodnienia lansującej siły mediów masowych, zwłaszcza radia i telewizji, ich roli w sprawowaniu władzy. Znacznie ciekawsze jest dziś pytanie, na czym polega ta siła, jakie czynniki służą popularyzacji osoby przez elektroniczne środki przekazu, wreszcie co decyduje, że telewizja potrafi jednemu politykowi pomóc, a drugiemu zaszkodzić. T. Banaszczyk w wielu miejscach pracy zahaczał o te kwestie, wskazywał elementy wpływające na powodzenie wystąpień de Gaulle’a przed mikrofonem i kamerą, zwracał np. uwagę na opanowaną do perfekcji sztukę żywego słowa, nie zapominając równocześnie o takiej sprawie, jak niwelowanie przez telewizję dysproporcji ciała de Gaulle’a (s. 24). Uwagi tego typu są jednak rozproszone po całej książce i prawdopodobnie nawet ich zebranie nie stworzyłoby jednolitej całości. Rzecz została bowiem potraktowana marginesowo.

W pracy nieustannie przeplatają się cztery nurty. Dominujący wśród nich — wydarzenia polityczne — stanowią bazę dla pozostałych trzech — danych na temat wystąpień publicz-

nych de Gaulle’a, wyników sondaży opinii publicznej bądź ocen nastrojów społeczeństwa francuskiego oraz uwag na temat radiowo-telewizyjnej osobowości de Gaulle’a. T. Banaszczyk konfrontuje zjawiska występujące w tych nurtach w poszczególnych momentach historycznych. Nie syntetyzuje ich jednak w całość, która pozwoliłaby zaobserwować głębsze prawidłowości we wpływie radia i telewizji na życie polityczne. Ogranicza się w zasadzie tylko do wykazywania związku między korzystaniem z możliwości oferowanych przez radio i telewizję, a tworzeniem się określonych postaw w społeczeństwie francuskim. W sumie więc książka w niewielkim stopniu wyjaśnia samą istotę sukcesów odnoszonych przez de Gaulle’a dzięki elektronicznym środkom przekazu.

Stało się tak — jak można przypuszczać — na skutek zbytniego zaufania przez autora źródłom i cytatom. Długie partie pracy składają się właśnie z cytatów bądź stwierdzeń zapożyczonych z literatury powoływanej w przeszło 200 przypisach. Po zebraniu ogromnego materiału źródłowego autorowi jak gdyby zabrakło już sił na jego dokładniejszą obróbkę. Zabrakło jednego, decydującego kroku.

I chyba tak właśnie należy traktować tę książkę: jako bogaty materiał zebrany i uporządkowany do dalszej pracy. Przynajmniej z punktu widzenia prasoznawcy.

Lesław Peters

530 CZASOPISM PRASOZNAWCZYCH

WORLD DIRECTORY OF MASS COMMUNICATION PERIODICALS. Compiled by Sylwester Dziński with the assistance of Teofila Kadow, Janina Maczuga, Urszula Szczepańczyk. Bibliographic Section of IAMCR and Press Research Centre, Cracow 1980. S. 218.

XIV tom „Biblioteki Wiedzy o Prasie” OBP ukazał się po angielsku, jako wynik współpracy z Sekcją Bibliograficzną AIERI/IAMCR. Z przedmowy jej przewodniczącego, zarazem

dyrektora OBP Walerego Pisarka dowiadujemy się, że pomysł wydawnictwa zrodził się podczas X Zgromadzenia Ogólnego IAMCR w r. 1976; zeszyt próbny był przedstawiony na Kongresie w Warszawie we wrześniu 1978 i przedyskutowany w tej właśnie Sekcji. Dzięki pomocy m. in. badaczy z 20 imiennie wymienionych instytucji zagranicznych zgromadzone i zweryfikowano (częściowo) dane o 530 tytułach prasoznawczych z 55 krajów. Są to przede wszystkim czasopisma naukowe, ale także fachowe, zawodowo-dziennikarskie czy wysokonakładowe programowe informatory czy magazyny radiowo-telewizyjne. Podstawowym kryterium selekcji było poświęcenie pisma problematyce masowego komunikowania.

Opis każdego pisma powinien zawierać następujące dane: 1. tytuł i podtytuł, 2. wydawca, 3. redaktor, 4. charakter pisma, 5. odbiorcy, 6. częstotliwość edycji, 7. rok założenia, 8. format i objętość, 9. język publikacji i streszczeń, 10. zwięzła charakterystyka profilu lub programu pisma, 11. działy bibliograficzne i dokumentacyjne, 12. nakład i procent rozprowadzany za granicą, 13. cena egzemplarza i prenumeraty rocznej, 14. warunki prenumeraty zagranicznej, 15. adres redakcji.

Opis z wszystkimi danymi zawiera 20 i nieco więcej wierszy (*Zeszyty Prasoznawcze* 25 w.), ale trafiają się też bardzo skąpe dane, np. poz. 91 — *Caiete de Teoria si Practica Radiotelewiziuni*; 2. Radiotelewizja, Oddział Sondaży; 3—8 ...; 9. rumuński; 10—13. ...; 14—15. Bukareszt, Nuferilor 60—62, Rumunia.

Ta skąpość wiadomości nie obciąża wydawców, którzy najwidoczniej czerpali tylko z pośredniego źródła, nie otrzymując ani wypełnionego przez redakcję kwestionariusza, ani nie dysponując egzemplarzem okazywym. Takie braki występują niestety zawsze w aktualnych katalogach międzynarodowych. Zazwyczaj pierwsze wydanie jest „jaskółką”, po której nadchodzą uzupełnienia i sprostowania, tak że drugie wydanie bywa wyraźnie inne.

Po 190 stronach z opisami czasopism mamy indeksy. Pierwszy podaje tytuły według krajów, od Australii (31 czasopism) po 70 tytułów w USA. W Polsce wyliczono 13 tytułów, podobnie w NRD (11) oraz ZSRR (12),

ale CSRS ma aż 27 czasopism; zaważyło tu niewątpliwie istnienie dwu krajowych ośrodków w Pradze i Bratysławie. Dalej mamy wykaz miast, w których wydawane są czasopisma — najwięcej w Londynie (35), w Tokio 19, w Pradze 16, w Waszyngtonie 14, w Warszawie 8, w Krakowie 4. Czasopisma prasoznawcze ukażą się najczęściej co kwartał — 141 tytułów, lub co miesiąc — 111, najrzadsze są dwutygodniki — 14. Drukowane są w 36 językach. Ostatni indeks grupuje pisma według lat założenia, od najstarszego *Ayer Directory of Publications* (Filadelfia, 1869) po młodsze o równo 110 lat *Media, Culture and Society* w Londynie. W ostatnim dziesięcioleciu przybywało rocznie ponad 20 tytułów, najwięcej — po 33 — w latach 1974 i 1976.

Podkreślając w przedmowie ograniczoną użyteczność katalogów, które się dezaktualizują po 2—3 latach, wydawca apeluje o poprawki i uzupełnienia. Sygnalizuję od razu dostrzeżone poważne opuszczenia: brak *AV Communication Review* (jest tylko trudny do odnalezienia — jako kontynuacja — nowy tytuł), *Editor and Publisher, Medien-Praktisch, Newsprint Fact*. Nieporeczny jest brak tytułu na grzbiecie książki.

Wartość tego wydawnictwa dla prasoznawców, instytucji prowadzących badania nad komunikowaniem, wreszcie redakcji pism poświęconych tej problematyce trudno przecenić. Wszyscy dawno straciliśmy orientację w zalewie wciąż nowych publikacji periodycznych, których w samych tylko latach siedemdziesiątych katalog odnotował ponad 200! Autorowi S. Dziakiemu i Ośrodkowi Badań Prasoznawczych w Krakowie należy się tym większe uznanie, skoro ani OBP nie leży w kraju przodującym pod względem liczby czasopism prasoznawczych, ani nie mamy długiej tradycji prasy tego typu, ani wreszcie nie posługujemy się na co dzień językiem światowym i nie jesteśmy specjalistami w edycji katalogów międzynarodowych.

Wydanie **polskiego** informatora w języku angielskim, przedstawiającego specjalistyczne czasopisma z całego świata ponownie mocno zaakcentowało naszą liczącą się obecność w badaniach nad komunikowaniem.

Paweł Dubiel

KOMUNIKOWANIE MASOWE W UJĘCIU ANALIZY SOCJOLOGICZNEJ

Teodor Petew: KYM SOCJOLOGIJATA NA MASOWITE KOMUNIKACII. Izdatelstvo na Bylgarskata Akademiya na Naukite, Sofiya 1979. S. 148.

Jak działa system komunikowania masowego, jakie mechanizmy i zależności rządzą tworzącymi go elementami — oto najogólniej mówiąc temat książki Teodora Petewa — młodego teoretyka-badacza tej dziedziny w Bułgarii.

Swoją analizę przeprowadza on z pozycji ujęcia systemowego. Po krótkim omówieniu badań socjologicznych dotyczących komunikowania masowego autor wyznacza 4 główne pola zainteresowań, związane z badaniami: masowego odbiorcy, instytucji komunikowania, różnorodnych procesów komunikacyjnych i kompleksowej społecznej doniosłości zjawisk komunikowania. Opracowanie metodologii w ujęciu systemowym wymaga ustalenia logicznych związków między poszczególnymi koncepcjami, budującymi jądro socjologii komunikowania. W szerszym ujęciu program ten powinien określać stosunki poznawcze między teorią komunikowania masowego i ogólną teorią socjologiczną.

Autor zwraca przede wszystkim uwagę na stanowisko, według którego działalność środków masowych tylko wtedy podlega interpretacji socjologicznej, kiedy rozpatruje się ją w ramach całościowego cyklu społecznej reprodukcji potrzeby komunikowania (rozdz. 3).

Po sprecyzowaniu pojęć „więź społeczna” i „stosunek społeczny” autor zatrzymuje się na problemie dwoistości potrzeb ludzkich. „Biorąc pod uwagę rolę obiektywnych czynników materialnych nie możemy zignorować faktu, że potrzeba jest subiektywnym odbiciem. Oto dlaczego jako obiektywny determinujący czynnik przejawu danej potrzeby rozpatrujemy osiągnięty przez społeczny subiektywny stopień rozwoju jego zdolności odzwierciedlania” (s. 37).

Dialektyczna jedność potrzeb i działań leży u podstawy zapropono-

wanego przez autora modelu reprodukcji potrzeb społecznych. Model ten zawiera 5 wzajemnie powiązanych elementów interpretujących: potrzeby, działania, funkcje, struktury i społeczne stosunki instytucjonalne (s. 41).

Autor podkreśla, że „potrzeba komunikowania nie realizuje się tylko jako stosunek podmiotu do społecznego środowiska, lecz i jako stosunek do siebie samego” (s. 43). Samopoznanie podmiotu jest rezultatem realizacji wyżej wymienionych stosunków.

W reprodukcji potrzeb komunikowania środki masowe odgrywają szczególnie ważną rolę. Autor uważa, że powstają one i rozwijają się jako instytucja, która pośredniczy w przebiegu komunikowania społecznego w społeczeństwie. To stwierdzenie (rozdz. 4) jest podstawą dalszej analizy.

W rozdziale 5 Petew proponuje swój model systemu komunikowania. Współtworzą go środki masowe, odbiorca, społeczno-państwowe organy kierowania oraz środowisko jako warunek wstępny realizacji komunikowania. Pod pojęciem „środowisko” autor rozumie wydarzenia i informacyjne pole społeczeństwa. Pole zdarzeń jest szersze, gdyż tylko część wiadomości pochodzących z niego przekształca się przy pomocy środków masowych w informację. Z tej informacji w tak zwane pole komunikacyjne wchodzi tylko ta część, dzięki której realizują się kontakty społeczne.

Autor ujmuje stosunki między środkami i odbiorcą jako współdziałanie, które realizuje się przez społeczną wymianę wiadomości (rozdz. 6). Z uwagi na to buduje model i określa kierunki zależności między jego elementami. Widoczne jest, że odbiorca w procesie tym jest stroną czynną i decyduje o jego ukierunkowaniu w zależności od stopnia zaspokojenia swych aktualnych zainteresowań informacją, od reprodukcji obiektywnych potrzeb społecznych, między innymi potrzeb komunikowania. W tym miejscu autor odrzuca jako nierealistyczne behawiorystyczne wyobrażenie o odbiorcy jako stronie pasywnej, która podlega całkowicie oddziaływaniu komunikatorów. Dlatego system ten nazywa instytucjonalno-dyfuzywnym, co oznacza, że sens funkcjonowania instytucji zależ-

ny jest ściśle od jej współdziałania z odbiorcą. W przeciwnym bowiem wypadku cały proces gubi i swój systemowy charakter, i swoją socjologiczną wartość.

W tym kontekście T. Petew rozpatruje (rozdz. 7) problem kierowania i społecznej kontroli komunikatora i jego instytucji, jak i tego, jak należy rozumieć i oceniać wypełnianie jego społecznej i profesjonalnej działalności (rozdz. 8). Autor ukazuje niektóre możliwe sytuacje konfliktowe w pełnieniu roli społeczno-zawodowej dziennikarza. Model zawiera 8 pojęciowych wskaźników: społeczne zamówienie; społeczny prestiż zawodu; wartości i normy; polityka organizacyjna; sytuacja zawodowa; wartości zawodowe, normy i przekonania; intersubiektywne wartości i normy jednostki; przyswojone umiejętności zawodowo-twórcze (s. 106).

Następnie T. Petew rozpatruje jeden z podstawowych problemów komunikowania masowego: jego efektywność. Jest to jeden z najistotniejszych momentów analizy. Petew tak stawia pytanie: jak należy rozumieć efektywność; czy jako współdziałanie komunikatora i odbiorcy, czy jako efekty oddziaływania na odbiorcę? (s. 82—84).

Wiemy, że wynikiem tego, iż komunikowanie masowe zaspokaja określone potrzeby i interesy publiczności, jest jej różnicowanie się i grupowanie (widzowie, czytelnicy, słuchacze) wokół konkretnych środków. Oprócz tego w przypadkach, kiedy środki masowe służą zbliżeniu danych potrzeb i interesów, może dojść do integracji różnych pod względem swego społecznego charakteru odbiorców. W tym sensie efektywność komunikowania masowego polega na tym, że działa ono jako czynnik budujący struktury społeczne, który stymuluje procesy społecznej dyferencjacji i integracji. Wychodząc z tego punktu widzenia należy zgodzić się z ideą autora, mówiącą o „dwustronnej determinacji współdziałania przy komunikowaniu masowym” (s. 82).

Z drugiej strony podkreślić należy, że w systemie komunikowania masowego zachodzą oddziaływania. Jasne jest jednak, że gdy pod pojęciem „oddziaływanie” behawioryzm rozumie jednokierunkowość procesu informacyjnego (pasywność odbiorcy), to marksistowska metodologia ma na

uwadze dwustronność oddziaływania. Właśnie wzajemność, dwustronne zdefiniowanie oddziaływania pozwala mówić o współdziałaniu środków komunikowania i odbiorcy.

Czy w takim wypadku nie jest logiczne, realne i konieczne badanie efektu konkretnych oddziaływań w jedną i w drugą stronę, to znaczy poznawanie, jaki jest efekt każdej konkretnej sytuacji? Oczywiście, że w każdym badaniu określa się pewną konkretną efektywność, efektywność jednostkowo zbadanej sytuacji informacyjnej, efektywność oddziaływania jednego z podmiotów komunikowania masowego w ostatniej instancji.

Ale nagromadzenie materiału badawczego umożliwia wyciągnięcie coraz ogólniejszych wniosków dotyczących tych efektów, dzięki którym możemy sądzić już nie tylko o sytuacji, w której ktoś na kogoś oddziaływał, ale o łańcuchu sytuacji, w rezultacie których wzajemne oddziaływanie przeradza się we współdziałanie komunikatora i odbiorcy. Właśnie w taki sposób rozumiem myśl autora, iż oddziaływanie jest tylko jednym z momentów cyklu społecznego współdziałania.

W związku z tym można by powiedzieć, że w badaniu efektywności ciągłość procedury badawczej zapewnia swoiste pomnożenie wniosków o efektywności. Przy tym pewne dane badawcze pozwalają na wyciągnięcie wniosków dotyczących efektów oddziaływania, a wnioski te ze swej strony razem z danymi uzyskanymi w nowych badaniach stają się podstawą konkluzji o takich efektach, które świadczą, że między komunikatorem a odbiorcą zaistniało współdziałanie.

Ostatni rozdział książki, zatytułowany „Niektóre problemy procedury badania empirycznego”, jest poświęcony poznawczej niezgodności między stworzonymi w oparciu o podejście systemowe teoretycznymi koncepcjami, a analitycznie zbudowanym aparatem badawczym. Autor omawia 6 — obiektywnych i subiektywnych — źródeł nieokreśloności pierwotnej informacji socjologicznej. Uzasadnia on konieczność wykorzystania koncepcji Nielsa Bohra o komplementarności (the concept of complementarity) w celu zniwelowania treściowo-instrumentalnych sprzeczności w badaniu systemowych obiektów. Wniosek, że

wciąż jeszcze brakuje systemowo odniesionej teorii instrumentalnej, która byłaby adekwatna do postawionych zadań teoretycznych, rozpatruje się jako nowy bodziec do ustalania granic nieokreśloności w poznaniu socjologicznym.

W zakończeniu autor proponuje nowe teoretyczne ujęcie dla badań komunikowania masowego. Trójwymiarowa matryca interpretacyjna obejmuje wzdłuż osi: (x) 5 stref życia społecznego, (y) 6 rodzajów podmiotów społecznych i (z) 5 podstawowych elementów interpretacyjnych: potrzeby, działania, funkcje, struktury, instytucjonalne stosunki. Matryca ta może służyć nie tylko opisaniu i klasyfikacji obserwowanych zjawisk, ale i ich systemowemu socjologicznemu objaśnieniu.

Eliezer Alfandari
(Sofia)

DZIENNIKARZ I JEGO PRACA

L. G. Switicz, A. A. Szyriajewa: *ZURNALIST I JEGO RABOTA*. Izdatelstwo Moskowskogo Uniwersiteta 1979. S. 190.

Autorzy tej interesującej książki są z wykształcenia socjologami, pracownikami naukowymi Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu Moskiewskiego. Wykorzystując wieloletnie doświadczenie, ściśle związki ze środowiskiem, poddali oni analizie różne dziedziny dziennikarskiej działalności, czerpiąc też z wyników badań socjologicznych poświęconych kadrom redakcyjnym, ich stanowi, roli w założonym procesie funkcjonowania prasy, radia i telewizji oraz agencji informacyjnych.

W pierwszym z pięciu rozdziałów książki prezentującym leninowską charakterystykę dziennikarza nowego typu, znajduje uogólnienie bogate doświadczenie partii w zakresie doboru, kształcenia i doskonalenia kadr dziennikarskich, tworzenia i umacniania aparatu partyjnego i radzieckiej prasy. Przejawem szczególnej troski o wysoki poziom masowej informacji i propagandy, kwalifikacje

kadr środków przekazu, są postanowienia KC KPZR. Tylko w okresie trzech ostatnich lat ukazały się w tym zakresie uchwały: „O dalszym doskonaleniu pracy ideologicznej i polityczno-wychowawczej”, „O kierowaniu środkami masowego przekazu i propagandy w Tomskim Obwodowym Komitecie KPZR”, „O środkach doskonalenia w zakresie przygotowania i doskonalenia kadr dziennikarskich”.

Dokumenty te określiły konkretne zadania prasy na dzień dzisiejszy i na przyszłość, wskazały instancjom partyjnym kierunek dalszego doskonalenia środków masowego przekazu i propagandy.

Jaki jest aktualny obraz dziennikarskiego środowiska w ZSRR? Spośród 63 tysięcy członków Związku Dziennikarskiego, 80 procent to członkowie partii. 82 procent legitymuje się dyplomami wyższych uczelni, 2405 osób — tytułem doktorskim albo kandydata nauk. Setki dziennikarzy posiada ponadto przygotowanie specjalistyczne: naukowo-techniczne, inżyniera, agronoma, ekonomisty. W kształceniu i doskonaleniu dziennikarskich kadr szczególna rola, obok specjalizacji dziennikarskiej na uniwersytetach przypada szkołom partyjnym.

W oparciu o bogaty materiał badawczy w kolejnym rozdziale autorzy starają się usystematyzować podstawowe elementy niezbędne w efektywnej pracy każdego kolektywu redakcyjnego, każdego dziennikarza, mając jednocześnie na względzie coraz bardziej wykształconego i wymagającego odbiorcę.

Zestawienia, odnoszące się do prasy rejonowej i obwodowej, ewidentnie wykazują, jak bardzo niekiedy rozbieżna jest — w określonych obszarach tematycznych — zawartość gazety i zadań informacyjnych i propagandowo-wychowawczych, a także zainteresowań audytorium. Dla przykładu problemy wychowania dzieci i młodzieży zajmują pod względem ważności w opinii dysponentów prasy rejonowej i obwodowej oraz samych dziennikarzy wysokie trzecie miejsce. Analiza zawartości prasy ujawniła natomiast, że faktycznie zepchnięte one zostały na daleką 17 pozycję. Podobnie ma się sprawa z takimi tematami jak rodzina, życie osobiste, sprawy socjalne, znajomość prawa.

Wyniki badań socjologicznych odbiorców środków masowego przekazu zwracają uwagę na fakt, że czytelnika gazet w nie mniejszym stopniu niż produkcja, jej jakość, sprawy współzawodnictwa pracy interesuje wynagrodzenie za pracę, poprawa warunków socjalno-bytowych, stosunki między kierownikiem a szeregowym pracownikiem. Coraz bogatsza musi być również forma dziennikarskiej wypowiedzi — a więc obok informacji, artykułu, korespondencji czy odpowiedzi na list, czytelnik oczekuje więcej felietonów, opowiadań, materiałów o wszystkich sferach życia, przedstawianych w dodatku „poprzez człowieka”.

Autorzy postulują więc potrzebę stałego wzbogacania wiedzy dziennikarzy o społeczną opinię czytelniczej, o zainteresowaniach i oczekiwaniach odbiorców. W odpowiedzi na ankietę — zaledwie 8 proc. dziennikarzy gazet rejonowych i 14 proc. obwodowych odpowiedziało, że zna je w pełni. Odpowiednio 28 i 18 procent odpowiedziało: „w ogólnych zarysach — tak”. Najwięcej, bo 32 i 27 procent pracowników gazet rejonowych i obwodowych dało odpowiedź: „częściowo tak, częściowo — nie”.

Wracając do form dziennikarskiej wypowiedzi, pełnego wykorzystania bogatego warsztatu, w tym także możliwości technicznych środków masowej informacji i propagandy — wiele miejsca poświęcają autorzy specyfice prasy, radia i telewizji, wzajemnego ich stosunku oraz oddziaływania. Każdy z wymienionych środków masowego przekazu dysponuje innymi warunkami technicznymi, dzięki którym nawiązuje kontakt z audytorium. Autorzy słusznie zwracają przy tym uwagę, że wciąż jeszcze nie w pełni wyjaśniono i opracowano zasady, na których opierać się powinien podział pracy pomiędzy tymi trzema „gałęziami”; zarówno w teorii jak i praktyce nie zostały określone szczególne formy ich wypowiedzi. Jednocześnie dziennikarzowi dla owocnej, pełnej pożytku pracy nie wystarczy umiejętność władania piórem, mikrofonem czy kamerą filmową. W równym stopniu jest ważne, by orientował się, zdawał sobie w pełni sprawę z dokładnego miejsca swojego materiału w powszechnym potoku masowej informacji.

Dwa ostatnie rozdziały pracy poświęcono charakterystyce szeroko rozumianego portretu dziennikarza, zawodu dziennikarskiego. Analizując dziennikarstwo jako przejaw działalności — od strony jego funkcji, sposobów realizacji, osobliwości przedmiotu oddziaływania, a także rezultatów — trudno nie dojść do wniosku, konstatują autorzy, że przedstawia ono osobliwy stop różnych rodzajów, typów działalności. Stąd sprawy doboru, politycznego i zawodowego kształcenia, doskonalenia dziennikarskiego kadry, mają znaczenie decydujące dla właściwej realizacji informacyjnych, propagandowych, wychowawczych i organizatorskich zadań prasy, radia i TV.

Specjalizacja młodych adeptów zawodu — nie tylko warsztatowa, ale także tematyczna — ważna jest już na etapie studiów uniwersyteckich, praktyki w selekcjonowanej sieci tzw. bazowych redakcji-szkół. Najcenniejszymi doświadczeniami w tym zakresie szczycą się fakultety dziennikarstwa uniwersytetów w Moskwie i Leningradzie.

Każdy dziennikarz — zwłaszcza utalentowany — jest osobowością niepowtarzalną. Zadaniem, jakie stawiają więc sobie socjologowie, opracowujący typologię tego środowiska, jest wyłanianie zjawisk nie wyjątkowych, ale masowych, powtarzalnych, procesów i faktów wspólnych, charakteryzujących się określonymi prawidłowościami. Takich badań dotychczas na szerszą skalę nie podejmowano. Są one zresztą bardzo złożone. Niezależnie od typologii środków masowej informacji uwzględnić muszą co najmniej kilkanaście dalszych elementów — dotyczących warsztatu (funkcja, specjalizacja tematyczna, gatunek dziennikarski itp.), cech osobowości, działalności społeczno-politycznej, struktury społeczno-demograficznej itp. Zarysowując portret dziennikarskiego środowiska Kraju Rad, autorzy konstatują, że mimo zwiększonego napływu kobiet na fakultety dziennikarstwa, zawiódł ten pozostaje wciąż zawodem zdecydowanie męskim. Związane to jest z dużym wysiłkiem fizycznym i psychicznym, częstymi wyjazdami i nienormalnym czasem pracy. W prasie republikańskiej ZSRR kobiety stanowią zaledwie 17 procent ogółu zatrudnionych. Najwięcej pracuje ich w

różnego rodzaju gazetach rejonowych (od 25 do 35 proc.). Większość dziennikarek zatrudnionych jest przy tym w redakcjach telewizyjnych — 29 procent i radiowych — 25 proc. W prasie partyjnej ich liczba sięga 18 procent.

Statystyczno-socjologiczny portret radzieckiego środowiska dziennikarskiego dopełniają w książce wypowiedzi najwybitniejszych publicystów. Pozwalają one autorom na wydzielenie najistotniejszych wartości społecznych zawodu dziennikarskiego, do których należą: obywatelski stosunek, rzetelność, uczciwość, skromność, talent poszukiwawczy, dociekliwość. Dziennikarz powinien żyć życiem swoich bohaterów, być współuczestnikiem, a nie obserwatorem wydarzeń, o których relacjonuje.

Przeprowadzone w środowisku dziennikarskim badania ankietowe przyniosły odpowiedź na pytanie: jakie cechy stanowią gwarancję zawodowych sukcesów? W kolejności największą ilością punktów wyróżniono: erudycję, szeroki światopogląd, znajomość realiów życia, wytrwałość, spryt, ruchliwość, operatywność, wysokie walory moralne, umiejętność wyrażania swoich myśli, talent pisarski, towarzyskość, dociekliwość, umiejętność analizowania i uogólniania faktów, życzliwość dla ludzi, znajomość ludzkiej psychiki, gotowość niesienia pomocy...

Powyższe wyliczenie jeszcze bardziej uświadamia złożoność portretu dziennikarza, środowiska dziennikarskiego, dziennikarskiego zawodu. Ogromną odpowiedzialność ludzi pióra, mikrofonu i kamery. Wysoką rangę nadają temu zawodowi instancje partyjne, troszcząc się o właściwy dobór, wykształcenie i doskonalenie kadr dla środków masowego przekazu i propagandy, kadr o najwyższych kwalifikacjach politycznych i zawodowych.

Książka, zaprezentowane w niej wyniki badań socjologicznych, zarysowane zadania w tym zakresie — z pewnością zainteresują szeroki krąg czytelników, od dysponentów środkami masowej informacji i propagandy, po naukowców, wychowawców i samych dziennikarzy, których zbiorowego portretu ona dotyczy.

Zbigniew Bożek

KANADA I TRZECI KOSZYK

Rudolf Karnet: DETENTE AND THE FREE PRESS: A CONTENT ANALYSIS OF THE COVERAGE OF EASTERN EUROPE IN THE LIGHT OF THE HELSINKI FINAL ACT. The Norman Paterson School of International Affairs, Carleton University, Ottawa 1979. S. 11 + 99.

Rozprawa Rudolfa Karneta została powielona w nieokreślonej — zapewne niewielkiej — ilości egzemplarzy. Pomimo tego powinna zostać przyjęta z uwagą. Wnosi ona interesujący przyczynek do rozważań na temat realizacji postanowień Aktu Końcowego Konferencji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie o ułatwieniu obiegu informacji między państwami-sygnatariuszami; jest to jeden z trudniejszych aspektów problematyki trzeciego koszyka.

Na podstawie analizy zawartości wpływowego dziennika *Toronto Globe and Mail* autor podjął próbę ustalenia, jaki praktyczny wpływ wywiera Akt Końcowy na sposób informowania czytelników prasy kanadyjskiej o sprawach Europy wschodniej (to jest wszystkich, prócz ZSRR, państw członkowskich Układu Warszawskiego).

Analizą objęto ogłaszane w *Globe and Mail* w latach 1972 i 1977 materiały dotyczące Bułgarii, Czechosłowacji, NRD, Polski, Rumunii i Węgier traktowanych razem lub z osobna, ich przywódców i obywateli. Kontrolnej analizie zawartości poddany został brytyjski *The Times* za 1977. Wybór badanych tytułów i lat należy uznać za trafny.

Globe and Mail jest jedynym dziennikiem kanadyjskim o ponadregionalnym charakterze: blisko połowa nakładu rozchodzi się poza Toronto i jego okolice. Pismo dociera do stałych i wyrobionych odbiorców; wyniki badań wskazują, że wywiera ono znaczny wpływ na kanadyjską opinię publiczną i na twórców polityki zagranicznej. *The Times* służy za podstawę do porównań pozwalających ustalić, jakie tematy zostały pominięte lub odmiennie zaprezentowane w dzienniku kanadyjskim. Wprawdzie oba dzienniki, wydawane w różnych

środowiskach, promują odmienne wartości i ulegają odmiennym naciskom politycznym, niemniej nie różnią się częstotliwością wydań, formatem, objętością, strukturą informacji (w podziale na ogólne, wewnętrzne i zagraniczne) oraz ilością kolumn poświęconych sprawom zagranicznym.

Lata 1972 i 1977 dają właściwą skalę porównawczą. Przedzielone Konferencją Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie — wypełnione były w równej mierze związanymi z nią wydarzeniami. Jesienią 1972 rozpoczęły się w Helsinkach wielostronne rozmowy przygotowawcze, poprzedzające zwołanie Konferencji; jesienią 1977 rozpoczęło się w Belgradzie spotkanie państw uczestniczących w KBiWE. Wskazać też można inne analogie pomiędzy obu latami: w 1972 i 1977 prezydenci Stanów Zjednoczonych składali wizyty w Polsce, a polski przywódca — we Francji, w stosunkach między Polską i RFN pojawiły się korzystne elementy (w 1972 ratyfikacja układu o podstawach normalizacji stosunków, w 1977 wizyta kanclerza federalnego w Polsce), uwagę prasy zachodniej przykuwały wreszcie w obu latach procesy w Czechosłowacji.

Autor dokonał kategoryzacji przekazów obu dzienników na temat Europy wschodniej ze względu na objętość i ogólne nastawienie wypowiedzi (pozytywne, neutralne, negatywne). Pierwsze kryterium służy ustaleniu, ile uwagi poświęcono poszczególnym państwom Europy wschodniej — zatem jak obszerny jest materiał, w oparciu o który czytelnik kształtuje swoją opinię o tym państwie. Drugie kryterium służy ukazaniu założeń polityki redakcyjnej wpływających na treść tej opinii.

Zadanie Rudolfa Karneta było więc wcale trudne. Po pierwsze — przeprowadzenie wartościowej analizy zawartości jakiegokolwiek pisma wymaga dobrej znajomości środowiska, któremu pismo służy. Po drugie — na to, by trafnie ocenić ogólne nastawienie badanych wypowiedzi trzeba je konfrontować z realiami, o których traktują. Autor musiał przeto opanować zarówno problematykę masowego komunikowania w Kanadzie i Wielkiej Brytanii, jak zagadnienia wschodnioeuropejskie. Orientacja w

obu tych tematach na ogół nie idzie w parze, w tym wypadku tłumaczą ją jednak życiowe koleje autora, który urodził się w Czechosłowacji, w lecie 1968 wyjechał do Wielkiej Brytanii i osiadł na koniec w Kanadzie.

Wyniki przeprowadzonej przez autora analizy zawartości, zobrazowane przejrzystie licznymi tabelami i wykresami, wskazują że w *Globe and Mail* nastąpił w 1977 — w stosunku do 1972 — znaczny spadek zainteresowania problematyką państw Europy wschodniej, pogłębiony zmniejszeniem się liczby i objętości przekazów prezentujących nastawienie pozytywne przy jednoczesnym wzroście materiałów o nastawieniu ujemnym.

Posłużę się tu wynikami dotyczącymi Polski. Ich wymowa nie jest wprawdzie pełna, ponieważ izoluję je z kontekstu, niemniej dają one pewne wyobrażenie na temat ogólnej tendencji.

W 1972 wskaźnik zainteresowania Polską wyniósł dla *Globe and Mail* 74 pkt. (za Czechosłowacją 96 i NRD 86), w tym, w rozbiciu na kierunek nastawienia, przeważały wypowiedzi pozytywne 59%, (to jest zdecydowanie najwięcej w stosunku do innych państw) nad neutralnymi (35%) i negatywnymi (6%).

W 1977 Polska uzyskała według tego samego wskaźnika w *Globe and Mail* zaledwie 34 pkt. (za Czechosłowacją 98 i Rumunią 41), w tym wyliczono tylko 12% wypowiedzi pozytywnych (za Bułgarią 30% i Węgrami 28%), 50% wypowiedzi neutralnych i 38% wypowiedzi negatywnych; 20% wszystkich wypowiedzi dotyczyło tzw. „dysydentów”.

Odpowiednie wielkości dla *Timesa* za 1977: wskaźnik zainteresowania Polską wyniósł 163 pkt. (za Czechosłowacją 227), w tym 33% wypowiedzi pozytywnych (za Bułgarią 67% i Węgrami 60%), 24% wypowiedzi neutralnych i 43% wypowiedzi negatywnych; 24% wszystkich wypowiedzi traktowało o tzw. „dysydentach” (za Czechosłowacją 48% i Rumunią 34%).

Ogólne nastawienie wypowiedzi na temat Polski uzyskało w 1972 w *Globe and Mail* +110 pkt. (pierwsza lokata wśród państw Europy wschodniej), a w 1977 wskaźnik ten wyniósł dla *Globe and Mail* zaledwie +12 pkt.

(za Rumunią +21), a dla *Timesa* +75 pkt. (pierwsza lokata).

W 1977 ani jednej wypowiedzi politycznej nie poświęcili: *Globe and Mail* — Rumunii, a *Times* — Czechosłowacji. Ogólne nastawienie wypowiedzi obu pism na temat NRD i Czechosłowacji uzyskało w 1977 odpowiednio: dla *Globe and Mail* 0 i —39 pkt., dla *Timesa* 0 i —141 pkt. Jeżeli wziąć pod uwagę, że zerowy w obu pismach w 1977 wskaźnik ogólnego nastawienia wobec NRD wynosił w *Globe and Mail* w 1972 aż +102 pkt., tendencja staje się bardziej przejrzysta.

Nagły spadek zainteresowania kanadyjskiego dziennika problematyką NRD (z 86 pkt. w 1972 do 22 pkt. w 1977) i zmianę ogólnego nastawienia tłumaczy autor tym, że w 1972 uwagę przykuwały toczące się wówczas negocjacje między dwoma państwami niemieckimi, podczas gdy w 1977 zabrakło podobnych wydarzeń.

Znacznie trudniej wyjaśnić spadek zainteresowania *Globe and Mail* Polską, której w 1977 *Times* poświęcił pięciokrotnie więcej uwagi. Rudolf Karnet zestawia wydarzenia pominięte przez *Globe and Mail*, a omówione przez *Timesa*: amnestia w Polsce, wizyta Edwarda Gierka we Francji, normalizacja stosunków między państwem i Kościołem, wizyta Helmuta Schmidta w Polsce. Tak więc w dniu, kiedy *Times* zamieścił obszerny artykuł o tematyce paryskich rozmów polskiego przywódcy — *Globe and Mail*, kierujący się osobliwymi kryteriami doboru tematów, zamieścił jedynie materiał „Polski kardynał w szpitalu z żółtaczką”. Mamy tu do czynienia, pisze autor, z lokalnym „fenomenem północnoamerykańskim”.

Natomiast zgoda nieproporcjonalne, w stosunku do innych państw Europy wschodniej, zainteresowanie prasy zachodniej Czechosłowacją przypisuje autor m. in. aktywnej działalności „dobrze zorganizowanych i bardzo wpływowych grupek czeskich i słowackich emigrantów żyjących na Zachodzie” (s. 52), reprezentowanych przez własną agencję informacyjną „Palach Press”. Uzyskują oni znaczny wpływ na zachodnią opinię publicz-

ną¹, a za jej pośrednictwem nawet na rząd kanadyjski, który pod ich naciskiem dopuścił się w toku spotkania belgradzkiego, jako jedyny zresztą, imiennego ataku na rząd innego państwa — właśnie Czechosłowacji. Emigracyjne lobby działa w cieniu, autor daremnie szukał traktujących o nim opracowań.

Rudolf Karnet wskazuje, że ilość materiału poświęcanego poszczególnym państwom w dużej mierze zależy od tego, jak aktywni są w nich „dysydenci”. Przejrzystym celem kampanii podejmowanej przez prasę zachodnią w obronie „dysydentów” jest natomiast „zdyskredytowanie w oczach zachodniego czytelnika jakiegokolwiek socjalistycznej lub komunistycznej filozofii” w tym — oczywiście! — „ich własnej filozofii” (s. 58).

Największy ciężar gatunkowy ma stwierdzenie, że zmiana nastawienia przekazów *Globe and Mail* na temat Europy wschodniej została spowodowana głęboką ewolucją stanowiska Stanów Zjednoczonych wobec polityki odprężenia. Przekazy z 1972 przystawały do założeń polityki zagranicznej Nixona; przekazy z 1977 zostały głęboko skażone Carterowską kampanią praw człowieka. Przykład *Timesa* służy tutaj tezie, że prasa Europy zachodniej była na tę kampanię o wiele mniej podatna i zachowała większą wstrzeźliwość wobec państw socjalistycznych.

Na podstawie tej prawidłowości Karnet dowodzi, że kanadyjska prasa nie krzewi i nie wyraża kanadyjskiej tożsamości politycznej. Otóż Kanada słusznie aspiruje do odegrania w świecie własnej roli; jej interesy

¹ Skrajnym przykładem chuligańskich praktyk uprawianych przez prasę zachodnią wobec Czechosłowacji jest ogłoszony przez *Times* i przedrukowany w *Globe and Mail* (4 VIII 1972) artykuł Bernarda Levina „Bohuslav Chnioupek” na temat wizyty ministra spraw zagranicznych CSRS w Londynie. Oto jego początek:

„Bezpodstawne byłoby twierdzenie, że imię Bohuslava Chnioupka jest na wszystkich brytyjskich ustach. Ponieważ jednak jego twarz może być krótko na każdym ekranie telewizyjnym, możemy mu poświęcić nieco uwagi, zwłaszcza że jeżeli jest w ogóle jakaś sprawiedliwość, będzie on wcześniej czy później powieszony. I z mojej strony spodziewam się, że wcześniej...”

Pomyśleć, że niegdyś *Times* był uważany powszechnie za pismo godne szacunku...

nie zawsze są zbieżne z interesami Stanów Zjednoczonych. Pomimo tego, prasa kanadyjska — polegająca na dopływie informacji o wydarzeniach międzynarodowych ze Stanów Zjednoczonych — prezentuje odbiorcom świat taki, jakim widzą go Amerykanie. Rezygnacja z prób sformułowania własnego stanowiska i promowanie przez masowe środki obcego systemu wartości, dyktującego opinie rozpowszechniane w serwisach amerykańskich agencji prasowych, ułatwia Amerykanom kulturalne i ekonomiczne zdominowanie Kanady.

W konsekwencji, prasa kanadyjska dysponuje skromną siecią stałych korespondentów zagranicznych i pomimo postępów w procesie odprężenia sieci tej nie zagęszcza. W 1973 agencja Canadian Press utrzymywała 5 stałych placówek (Nowy Jork, Waszyngton, Londyn, Bruksela i Paryż), agencja Southam News — 4 (Waszyngton, Londyn, Paryż i Pekin), dziennik *Toronto Daily Star* — 4 (Waszyngton, Londyn, Paryż i Hongkong), a *Globe and Mail* — 1 (Pekin). W 1978 Canadian Press utrzymywała te same placówki, lecz przy zmniejszonej liczbie personelu; Southam News otworzyła nową placówkę w Nairobi, *Toronto Daily Star* miał swoich korespondentów w Waszyngtonie i Londynie, a *Globe and Mail* w Londynie i Pekinie.

Liczba korespondentów uległa zatem zmniejszeniu, natomiast ich rozmieszczenie jest nadal niesymetryczne, skoro w ogóle nie ma korespondenta prasy kanadyjskiej w Ameryce Łacińskiej, na Bliskim i Środkowym Wschodzie oraz — pomimo pomyślnego przebiegu KBiWE i podpisania Aktu Końcowego — w ZSRR i Europie wschodniej.

Rosnącą zależność Kanady od dopływu informacji z zagranicy stawia ją w jednym rzędzie z państwami trzeciego świata. Nie chodzi tu bynajmniej o sam prestiż — autor podkreśla, że ułożenie przez prasę kanadyjską stałego korespondenta w jednym z państw Europy wschodniej nie tylko zaowocuje znacznie lepszą wśród Kanadyjczyków znajomością spraw tego regionu, ale nadto — dzięki możliwości korzystania z wiadomości z pierwszej ręki — może pociągnąć za sobą ożywienie kontaktów handlowych, które przysporzą Kanadzie tak zy-

sków materialnych, jak nowych stanowisk pracy.

Autor jest zwolennikiem funkcjonalnej wykładni postanowień Aktu Końcowego: przewidywane nimi usprawnienie obiegu informacji między państwami-sygnatariuszami nie jest zatem celem samym w sobie, lecz ma służyć procesowi odprężenia i przewieniu atmosfery zaufania między społeczeństwami. Oparta o to słuszne założenie, praca przynosi ciekawą konkluzję.

Wskazuje ona, że Kanadyjczycy, w tym nawet czytelnicy *Globe and Mail*, pretendujący do miana „zazwyczaj lepiej poinformowanych”, nie są w pełni świadomi praktycznego znaczenia postanowień Aktu Końcowego i zobowiązań Kanady do aktywnego udziału w procesach odprężenia. Chociaż Kanada uprawia własną politykę zagraniczną, prasa kształtuje opinię publiczną w oparciu o założenia ościennej racji stanu. Masowe środki Kanady, poświęcające tak wiele uwagi postanowieniom Aktu Końcowego w przedmiocie usprawniania obiegu informacji między państwami-sygnatariuszami, same ze swojej strony nie przyczyniają się przecież do ich realizacji.

Przykro jest stwierdzić — pisze Rudolf Karnet — że w czasach szybkiego rozwoju nowych technik komunikowania, „kiedy sygnały elektroniczne obiegają glob w ułamku sekundy, a nasza zachodnia technologia dotarła do odległych krańców ziemi, tak dotkliwie brakuje wysiłków podejmowanych ze strony człowieka dla dostarczenia Kanadyjczykom rzetelnych informacji o świecie. (...) Polityka zagraniczna wymaga poparcia szerokich mas ludności. Jeśli praktyczne urzeczywistnianie odprężenia rząd kanadyjski traktuje poważnie, to nasze studium wskazuje na ogólny brak zainteresowania wśród ludzi dostarczających nasze wschodnioeuropejskie wiadomości” (s. 59—60).

Obszerne to omówienie jak na tak skromną pozycję; skoro jednak czytelnik zapewne nie będzie miał do niej dostępu, wypadnie mu przeto poprzestać na lekturze niniejszego omówienia, co uzasadnia, jak sądzę, jego pokaźne rozmiary.

Andrzej S. Nartowski

ENCYKLOPEDYCZNY SŁOWNIK TV

TELEVIZNÍ VÝKLADOVÝ SLOVNÍK. Red. Ivan Tesar. Odbor Výzkumu Programu ČST a Diváku v ČSR. T. I—III. [Praha] 1978. S. 282+315+370.

Staraniem Instytutu Badawczego Telewizji Czechosłowackiej ukazał się Telewizyjny Słownik Encyklopedyczny pod redakcją doc. dra Ivana Tesara. Obejmuje 2927 haseł referatowych, 1515 haseł odsyłaczych i 510 ilustracji. Słownik ten, w bardzo starannej szacie graficznej, ukazał się niestety tylko jako publikacja do użytku wewnętrznego*. Początkowo zaplanowany w dużo mniejszych rozmiarach, przewidziany był jako publikacja ułatwiająca pracownikom telewizji zapoznanie się z dziedzinami, w których bezpośrednio nie pracują, ale z którymi w swojej specjalności w pracy zetknąć się muszą. W miarę przybywania haseł rozrastał się objętościowo i rozszerzył się zakres jego przydatności. W swej obecnej postaci przydatny może być dla pracowników naukowych zajmujących się problematyką telewizyjną, dla specjalistów z dziedzin pokrewnych, dla uczniów i studentów szkół wyższych i średnich kształcących kadry przyszłych pracowników telewizji.

Hasła ułożone w porządku alfabetycznym nie są zaopatrzone odpowiednikami obcojęzycznymi. W niektórych przypadkach tylko, gdy hasło jest pochodzenia obcojęzycznego pojawia się odpowiednik w języku, z którego pochodzi. I tak na przykład *Zurnalistika* ma odpowiednik francuski, ale *playback* już nie ma odniesienia do języka angielskiego. Brak hasła *kineskop* — które być może po czesku zupełnie inaczej brzmi, ale dla obcokrajowca jest nie do odnalezienia. Prawda, że słownik jest przeznaczony dla określonych odbiorców w kraju, ale tak cenna publikacja stałaby się poszukiwaną pozycją na rynku międzynarodowym. Ogrom pracy włożony w to dzieło wart jest zachodu, aby rozsze-

* ZP uzyskały zgodę wydawcy na zrecenzowanie dzieła. (Red.)

rzyć krąg korzystających z niego, zwłaszcza że autorzy pracy swojej nie uważają za zamkniętą.

Jak podano w słowie wstępnym, zbieranie materiału odbywało się w sześciu grupach problemowych: technika, eksploatacja, ekonomia, prawo, organizacja, socjologia, psychologia, teoria telewizji, estetyka, międzynarodowe organizacje telewizyjne, festiwale. W alfabetycznym układzie słownika z podziałów tych nie ma śladu, służyły jedynie do wstępnego organizowania materiału. Mimo że nie związane z cyklem produkcyjnym telewizji, dobrze się przysłużyły, gdyż słownik zawiera dużą ilość haseł szczegółowych. W praktyce podział powyższy potraktowany został szeroko. I tak na przykład grupie „teoria telewizji, estetyka” przyporządkowane zostały zagadnienia współczesnej teorii telewizji, lecz również kompozycja programu, dramaturgia telewizyjna, reżyseria, aktorstwo, scenografia, rodzaje programów, gatunki. Włączone również zostały dziedziny pograniczne jak publicystyka, sztuka, wiążące się z telewizyjnymi środkami wyrazu. Hasła zaczerpnięto z różnych dziedzin, mających już ustaloną terminologię, ale w wielu przypadkach terminologię tę trzeba było ujednolicić i uściślać i tu czerpano z zasobów doświadczenia praktycznego. Słownik jest efektem wspólnej pracy wielu ludzi, specjalistów różnych dziedzin, naukowców i praktyków. Duży wysiłek i pionierska praca stworzyły słownik, który każdy zainteresowany sprawami telewizji czy zagadnieniami masowego komunikowania chciałby mieć u siebie.

Autorzy apelują do użytkowników o nadsyłanie uwag na temat ich pracy. Gdyby wchodziła w rachubę edycja przeznaczona dla szerszego kręgu odbiorców, sprawą niezwykle pożądaną byłoby zaopatrzenie haseł w odpowiednie terminy obcojęzyczne, a całego wydawnictwa w skróconym widze haseł obcojęzycznych. Poza praktyczną przydatnością byłby to pierwszy i bardzo ważny krok w kierunku uściślenia terminologicznych na forum międzynarodowym — co jest już palącą potrzebą chwili obecnej.

Teresa Lisicka

Noty o nowościach wydawniczych

● **PROBLEMY KULTURY I DZIAŁALNOŚCI SPOŁECZNO-KULTURALNEJ.** Adnotowana bibliografia zawartości prasy polskiej w latach 1974—1975. Wybór i opracowanie: Anastazja Brodziak. Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury, Warszawa 1979. S. 382.

Odpowiadająca tytułowi treść książki zawiera następujące podstawowe części tematyczne: I — Kultura — problemy ogólne; II — Zarządzanie kulturą; III — Upowszechnianie kultury; IV — Działalność społeczno-kulturalna; V — Kadra; VI — Społeczny ruch kulturalny i uczestnictwo w kulturze; VII — Problemy organizacji życia kulturalnego na terenie województw. W końcu książki zamieszczony jest indeks alfabetyczny autorów artykułów oraz przytaczanych wypowiedzi, a nadto spis tytułów uwzględnionych w bibliografii. Łączna ilość pozycji bibliograficznych wynosi 2497. Jeśli przyjąć za tytułem, że recenzowana bibliografia obejmuje całą prasę polską to podana liczba odzwierciedla niejako statystycznie problematykę kultury i działalności społeczno-kulturalnej w czasopiśmiennictwie polskim. W latach 1974—1975 wspomniana problematyka była poruszona niecałe cztery razy dziennie w skali krajowej w 186 tytułach. Mimo to, zebrany przez Anastazję Brodziak materiał bibliograficzny jest tak liczny, że powstała z niego wcale pokażnej objętości książka.

Powstaje jednak pytanie, czy polityka wydawania tego typu bibliografii jest rzeczywiście właściwa. Właże się to zwłaszcza z formą i cezurą czasową, którą obejmuje dane opracowanie.

Wydaje się, że skoro problemy kultury i działalności społeczno-kulturalnej ze względu na swoje znaczenie zostały słusznie zakwalifikowane do oddzielnego opracowania bibliograficznego, to fakt ten winien mieć stały charakter w ciągłości tego rodzaju opracowań. Tymczasem z recenzowanej bibliografii nie można tego odczytać. Trudno wymagać, aby korzystający z opracowania sprawdzili, czy w liczbie 557 dotychczasowych pozycji wydawniczych COK-u istnieje ciągłość tematyczna i czasowa z daną bibliografią. Podany stan rzeczy nie może być obojętny dla czytelnika.

Nie mniejszą wątpliwość powoduje kwestia cezurzy czasowej opracowania i co z tym się łączy — jego charakteru. Okres dwóch lat jest za krótki, jak na opracowanie bibliograficzne nie oznaczone ciągłością chronologiczną.

mk

● **Aleksander Wallis: INFORMACJA I GWAR.** O miejskim centrum. Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1979. S. 196 + 3 nlb.

Mieszczący się dopiero na stronie trzeciej podtytuł książki precyzuje właściwie temat, któremu jest poświęcona. To socjologiczno-historyczne studium o centrum miejskim poza wprowadzeniem posiada rozdziały: Pojęcie obszaru kulturowego; Pojęcie centrum; Agora; Miasto średniowieczne; Wzrost skali; Społeczne następstwa wielkiej skali; Wielkość centrum; Struktura przestrzenno-funkcjonalna; Społeczny skład i struktura ekologiczna; Repertuar instytucji i budowli; Krajobraz i szata informacyjna; Struktura kulturowa; Sytuacje i role; Społeczne dążenia; Funkcjonowanie; Rozwój; Kryzys; Centrum miasta socjalistycznego.

Jak zaznacza autor na stronie siódmej, ideą przewodnią jego studium „(...) była nie tylko chęć opisania zachodzących w granicach centrum wybranych zjawisk, lecz także zrozumienie ich rozwojowych praw, a nade wszystko ukazanie humanistycznych wartości centrum oraz sił, które jemu zagrażają. (...) Tym samym praca ta jest skierowana przeciw traktowaniu centrum jako obszaru, którego głównym przeznaczeniem są usługi, nawet jeśli są to «usługi w szerokim rozumieniu»”. Bo „Takie pojmowanie sprawy redukuje zespół doniosłych procesów informacyjnych, prawnych, politycznych, kulturowych, wreszcie ideologicznych i światopoglądowych do wymiany towarowej”.

Książka A. Wallisa jest cennym opracowaniem również dla dziennikarzy.

mk

● **Tadeusz Pszczołowski: MAŁA ENCYKLOPEDIA PRAKSEOLOGII I TEORII ORGANIZACJI.** Ossolineum, Warszawa 1978. S. 345 + 1 nlb.

Encyklopedia opracowana została w Zakładzie Prakseologii Instytutu Filozofii i Socjologii PAN. Posiada układ alfabetyczny. W treści każdego hasła powtarza się jego brzmienie w formie inicjałowej. Nadto podany jest jego równoznacznik lub odpowiednik w językach: angielskim, francuskim, niemieckim i rosyjskim. W hasłach podane są cytaty polskie i obcojęzyczne, co stanowi novum w praktyce wydawniczej encyklopedii. Pod względem metodycznym zawarte w encyklopedii ha-

sła wykazują nie tylko charakter ustaleń pojęciowych, ale niekiedy i dyrektywny. Poza pojęciami zasadniczymi w encyklopedii podane są inne znaczenia zamieszczonych terminów, np. ekonomiczne, filozoficzne, prawne, psychologiczne itp.

Diagnoza, dezinformacja, dezorientacja, przekaz, przekonywanie, przemieszczanie się celu, środek, urabianie — to tylko wybrane, lecz nie wszystkie hasła, z których z powodzeniem mogą korzystać dziennikarze.

mk

● **Bohdan Tomaszewski: ŁĄCZYMY SIĘ ZE STADIONEM.** Wyd. Radia i Telewizji, Warszawa 1979. S. 400.

Kolejny tom szkiców znanego sprawozdawcy sportowego obfituje w wiele refleksji dotyczących tej specjalizacji dziennikarskiej. Bogate są zwłaszcza doświadczenia B. Tomaszewskiego jako reportera radiowego. Traktuje o nich jednak szerzej, tak że wiele skorzysta z lektury każdy redaktor sportowy, ba — każdy dziennikarz, nie poprzestając na już osiągniętych. Poza tym, czy raczej przede wszystkim: książkę czyta się znakomicie, jak zawsze refleksyjne teksty Tomaszewskiego.

Szkoda tylko, że ten ceniony autor tak bardzo zawiera zawodnej pamięci i — w tym wydawnictwie — nie mniej zawodnej korekcie. W książce roi się od błędów (co już wykryły *Perspektywy*). Nawet odpisując część na karb chochlika, i tak dosyć zostanie na koncie B. Tomaszewskiego, który nolens volens publikację sygnuje i odpowiada za gąfy.

Może wbrew wiedzy autora słynnego sędziego bokserskiego Zapłatkę przemianowano na Zapadkę (s. 23); Reymonta ubrano w rolę piłkarza Reymana (40, tamże nieco niżej jest poprawnie); błędnie podano nazwisko prezydenta Francji Doumergue (41); brytyjskiemu biegaczowi (i politykowi) kazano się nazywać Christ Chatawy (63); nie po polsku napisano Strassburg (118, 145); z Virena zrobiono Virona (287). Ladoumegue podano jako Ladumegue a Carpentiera (dobrze na s. 21) — jako Carpantiera (397).

Ale, proszę Autora, urodzony w 1892 Hajle Sellasje nie był w 1924 ani młodziutki, ani jeszcze cesarzem (41); gdy „atak rozwija piękną akcję zbliżając się do pola karnego przeciwnika” — to jakże trener może zmieniać bramkarza? (82); Cebulak i Szaller z Pańskiej ukochanej Legii jednak zasilali reprezentację (101); gmach Rady Państwa nie mieści się przy Al. Ujazdowskich (107); w meczu ze Szwecją jedną z bramek strzelił nie Pazurek, lecz Pański ówczesny idol Nawrot (109); Cieślak nie

mógł Czechosłowacji strzelić pięknych bramek, bo zdobył jedną (118); pisząc o mistrzostwach w Meksyku: „niewiele o nich wiem, tylko tyle, że zwyciężyła reprezentacja RFN” (138) — Autor i tak wie nazbyt wiele, bo zwyciężyła tam Brazylia, RFN była 3; Poznański mógł zdobyć 7 bramek w meczu międzynarodowym, nie w międzypaństwowym, gdyż nie grał w reprezentacji (157); Sepp Homberger to Herberger i słynnym graczem to on nie był (188); w finale Holendrzy nie mogli już być „zagrożeni stratą szansy awansu” (197), umykała im szansa mistrzostwa — ale to wszak inna historia.

Słowo drukowane jest utrwalone, nie tak ulotne jak w eterze i o tym także trzeba pamiętać. Szkoda, by niepotrzebne rysy kaleczyły tak dobry i ciekawy tekst.

pd

● **Siegfried Sterner: DIE INFORMATIONENSLUT BEWÄLTIGEN.** Econ Verlag, Düsseldorf—Wien 1979. S. 138.

Jest w tej książce coś zastanawiającego, ponieważ wręcz zenującego. O ma to być poradnik, jak się poruszać w zalewie informacji i jak sobie z nimi radzić. Teza, iż lawina informacji potęguje poczucie niedoinformowania, rodzi pytanie „zwrotne”: czy także w tym zakresie człowiek wytworzył nadmiar dóbr zwrócony przeciw sobie samemu?

Autor nie próbuje filozofować na takie tematy. W króciutkich szkicach usiłuje przedstawić złożony proces powstawania gazety — „prawie” idealnego, jak pisze, środka informowania. Radzi, jak z gazety korzystać (wpięrw przeglądać całą, zakreślać pozycje budzące zainteresowanie itp.). Podobnie próbuje przedstawić czasopisma fachowe, które dzieli na „naukowe” i „dziennikarskie”. Dalej pisze o tak różnorodnych źródłach jak informacje firmowe, książki i biblioteki, informacje oficjalne, półoficjalne i nieoficjalne władz i organizacji, konferencje, seminaria i prelekcje, handlowe targi i wystawy, banki i instytucje ubezpieczeniowe itp. Kończy wizją narastającej informacji elektronicznej, która jednak — zdaniem autora — nie osiągnie rysowanego przez innych apogeum, nie wyruguje informacji tradycyjnej.

Sterner jest wieloletnim współpracownikiem *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, pisze z dziennikarską swadą — i powierzchownością. Czy współczesna społeczność jest tak dziecięco nieporadna, że potrzebuje aż informatora, jak na co dzień radzić sobie z informacjami? I czy właśnie o taki poradnik chodzi?

czb

przekazy i *Opinie*

II półrocze 1979

Numer trzeci *Przekazów i Opinii* jest swojego rodzaju ciekawostką wydawniczą. Oddano go do składania w kwietniu, podpisano do druku w październiku 1979, a egzemplarze dotarły do abonentów w połowie stycznia bieżącego roku.

Marcin Czerwiński omawia „Dylematy wiarygodności”, analizując te czynniki, które jego zdaniem zwiększają wiarygodność przekazywanych treści, a zatem warunkują efektywność oddziaływania na odbiorców. Na wstępie autor przypomina, że wiarygodność informacji jest zupełnie czymś innym niż jej prawdziwość. Często się tak zdarza, że informacja nieprawdziwa uzyskuje wiarygodność — a stwierdzenia prawdziwe nie zdobywają wiary. Ocena prawdziwości informacji wiąże się w dużym stopniu z zaufaniem do jej dostarczyciela, a więc problem sytuuje się na płaszczyźnie stosunków interpersonalnych. Na ogół wiadomości prezentowanych w telewizji (i nie tylko) nie możemy sami sprawdzić. Co zatem zwiększa ufność odbiorcy do przekazywanego materiału? Z jednej strony poprawna dokumentacja i struktura teza, czyli poprawność metodologiczna, z drugiej zaś akceptacja wyniku z niesprzeczności między nowościami i dotychczasowym zasobem wiedzy i wiadomości, jest to zatem logiczne uwiarygodnienie sądów. Między tymi trzema elementami: socjologicznym (interpersonalnym), metodologicznym

i logicznym zachodzą różnego rodzaju relacje i na nich opiera się system społecznego komunikowania. W środkach masowego przekazu autorytet medium wspierany jest dodatkowo autorytetem nauki, ekspertów, zawodowców. Te zaś z kolei, dzięki powszechności odbioru, sposobowi przekazu, doborowi elementów przekazu — tworzą dodatkowe przesłanki dla wiarygodności przedstawianych sądów. Rozważania teoretyczne konkretyzuje autor na typach zadań, jakie realizuje radio i telewizja i na stosowanych przez nie środkach.

Praktyka programowa mediów i badania jej poświęcone są przedmiotem artykułu Herthy Stürm „Wzory odbioru krótkich programów telewizyjnych”. Typ percepcji dziecięcej u młodzieży autorka wiąże z nawykami powstałymi na skutek oglądania telewizji. Telewizyjne uproszczenia, szybkie zmiany, proste skojarzenia wydają się przyczyną zjawiska dziecięcego postrzegania u młodzieży dłużej, niż to konieczne w naturalnym rozwoju. Z postrzeganiem wiążą się czynniki emocjonalne. Można uznać za dowiedzione — stwierdza autorka — że właściwością odbioru telewizyjnego jest nie sfera poznawcza, lecz emocjonalna. Szybkie zmiany osób powodują tęsknotę do znanych i bliskich postaci — a być może, telewizja stanie się producentem „deficytu emocjonalnego”. Stres emocjonalny, jakiemu telewizja poddaje swoich odbiorców, powinien się stać przedmiotem badań.

Joanna Papuzińska i Jerzy Szmagalski przeprowadzili badania na temat treści środków masowego przekazu jako czynnika stymulującego motywację kształcenia się. Badania zostały przeprowadzone z dużym rozmachem, gdyż przeanalizowano 1231 wypowiedzi. Podjęte zostały w ramach problemu węzłowego „Kształcenie ustawiczne” w grupie

tematycznej „Środki masowego przekazu w procesie kształcenia ustawicznego” przy pomocy zespołu Pracowni Upowszechnienia Kultury Instytutu Pedagogiki Uniwersytetu Warszawskiego. Jest to poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, jaki model stosunku do kształcenia proponują środki masowego przekazu. Analizą treści objęto komunikaty z prasy, radia i telewizji — również niektóre wybrane pozycje z literatury wysokonakładowej. Mimo stosunkowo dużych rozmiarów, badania — jak zastrzegają się autorzy — mają charakter sondażowy. A oto wyniki: w radiu i telewizji ponad połowa wypowiedzi nawiązuje do spraw kształcenia i nauki. Rzadziej tego rodzaju wypowiedzi pojawiają się w prasie codziennej i periodykach (około 30%). Postawa wszystkich środków przekazu wobec kształcenia się jest raczej jednolita i konsekwentna. Wśród argumentów — na pierwszym miejscu rola nauki jako instrumentu wzrostu gospodarczego kraju. Pod względem bogactwa użytych środków i metod dydaktycznych na czoło zdecydowanie wysuwa się telewizja.

Opracowanie Marianny Grewé-Partsch jest czymś więcej niż przeglądem literatury — jak autorka sygnalizuje w tytule „O pracy dziennikarza: selekcja informacji (przegląd literatury)”. Autorka powołuje często przeciwstawne sobie poglądy, ocenia je krytycznie i wśród nich wybiera wspólne z jej koncepcją sądy o istocie dziennikarskiego zawodu. Właściwa dziennikarstwu kompetencja, to — zdaniem autorki — selekcja i prezentacja informacji z punktu widzenia ich oddziaływania na publiczność. Dziennikarskie praktyki selekcyjne dyktowane są swoistą odpowiedzialnością zawodową. Definiując różne sytuacje dziennikarz tworzy w ten sposób rzeczywistość społeczną. Ukryta zgodność doboru jest znamięm profesjonalizmu, a źródeł jej trzeba szukać w samej istocie kultury politycznej.

W dziale „Materiały z badań” znajdujemy klasyczne badanie empiryczne Zbigniewa Nęckiego: „Odbiór telewizji a postawy, zachowania i wiedza o problemach kultury”. Jak wynika z tych badań, systematyczny kontakt z telewizją nie zwiększa ani też nie zmniejsza poziomu wiedzy o zjawiskach kultury.

Telewizjowicze wykazali przewagę pod względem znajomości trzech dziedzin: polityki, sportu i — nieznacznie — teatru. W pozostałych dziedzinach lepiej zorientowane są osoby rzadko korzystające z usług telewizji. Autor stwierdza również, że systematyczna recepcja programów telewizyjnych nie zmienia poziomu wiadomości z dziedziny kultury, natomiast dość silnie modyfikuje samoocenę: jest ona zbyt wysoka w stosunku do faktycznego stanu poinformowania. I na odwrót — ci, którzy rzadziej korzystają z telewizji, na ogół zaniżają w samoocenie stan swego poinformowania. Zasadniczym celem systematycznego korzystania z telewizji jest dążenie do uzyskania specjalnego zespołu gratyfikacji o charakterze emocjonalnym. Korzyści poznawcze są drugoplanowe, uboczne.

„Przy okazji badań i tekstu Zbigniewa Nęckiego” krytycznie wypowiada się Marian Grzeskowiak. Zgłasza zastrzeżenia w stosunku do założeń badawczych — niedoceniania faktu, że oddziałuje nie tyle program nadany, co odbierany — jak również co do metody i wyników. Generalnie odnoszą się one raczej do metody badawczej niż do autora. Słabości tej metody są na ogół znane, a mimo to stosuje się ją szeroko, gdyż przy całej niedoskonałości daje jakiś stopień badawczego przybliżenia do prawdy.

Metodologiczne zagadnienia z tego zakresu podjęli: Ervin Roth, Elisabeth Ardel, Wolfgang Klimesch w artykule „Zależności między strukturą aktu komunikowania a strukturą postaw odbiorcy”. Jest to propozycja analizy wieloczynnikowej, uwzględniającej nie tylko treść, ale i struktury przekazu, w odbiorze zaś jednostkowe właściwości odbiorcy. Mimo że analiza proponowana przez autorów jest wysoce skomplikowana, zastrzegają się, że nie daje ona efektownych wyników, gdyż w stosunku do złożoności zagadnień jest jeszcze zbyt uproszczona.

Numer czwarty jest wyraźnie dwu-tematyczny. Większa część opracowań poświęcona jest zagadnieniom sztuki w radiu i telewizji. Numer otwiera artykuł przeglądowy Nikołaja Chrenowa: „Teatr telewizyjny jako szczególna forma obcowania z widowiskiem”. Sięgając do prehistorii telewizji, to jest to estetyki Eisensteinowskiej i teatru Stanisławskiego,

autor w widowisku telewizyjnym zauważa rozwój dwóch sprzecznych z sobą kanonów estetycznych: intymności odbioru i właściwości teatru otwartego, powszechnego. Nadaje to widowisku telewizyjnemu bardzo specjalny charakter i autor przewiduje, że taki stan rzeczy przyczyni się do powstania nowej estetyki widowiska telewizyjnego.

Ten sam albo bardzo zbliżony nurt rozważań niesie następny artykuł — Alphonsa Silbermanna „Komunikowanie masowe a sztuka”. Artystyczna produkcja telewizyjna — stwierdza autor — nadaremnie pragnie zadowolić wszystkich i popada stale w konflikt między tym co społeczne, a tym co estetyczne. Gdyby telewizja była sztuką, a nie instytucją społeczno-kulturalną miałaby nieograniczoną swobodę wyboru. Sztuka zaczyna się tam, gdzie kończy się funkcja, a ponieważ telewizja jest instytucją społeczno-kulturalną żadne sprawy społeczne ani kulturalne nie mogą być dla niej kłopotliwym balastem.

I znów powraca pytanie, które towarzyszyło pierwszemu okresowi działalności radia: czy telewizja jest tylko środkiem przekazu, czy też ma własną, odrębną estetykę nobilitującą ją do rangi nowej dziedziny sztuki. Ciekawe na ten temat poglądy — własne i innych autorów, przedstawia István Hermann. Istotę odrębności telewizji upatruje w zwyczajności pokazywanego życia. Powodzenie różnych „rodzinnych” seriali telewizyjnych wydaje się tę koncepcję potwierdzać. Specyficzną dla telewizji „oswojoną obcość” przejęła już część literatury współczesnej. O zauważalnych wpływach telewizyjnego widzenia świata na inne dziedziny sztuki pisze autor na podstawie wyodrębnienia właściwości utworów telewizyjnych. O adaptowaniu na użytek telewizji doświadczeń sztuk tradycyjnych dosyć często się pisze, wpływ natomiast odwrotny umyka naszemu postrzeganiu, a jak wynika z artykułu istnieje i jest już uchwytne dla badacza.

W kwietniu w roku ubiegłym odbyło się w Jankowicach koło Poznania sympozjum młodych polonistów-radiowców z Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Jest to pierwsze w historii oświaty akademickiej

sympozjum polonistów radiowców — pisze Anna Wyka w sprawozdaniu, a jednocześnie wprowadzeniu do publikowanych referatów z tego spotkania. Zamieszczono trzy referaty: „Próba rekonstrukcji procesów znaczeniowców w dziele radiowym” Wojciecha Koniecznego; „Słowo i muzyka jako znaki radiowe w słuchowiskach poetyckich Zbigniewa Kopalki” — Magdaleny Blimel; „Adaptacje radiowe powieści Dostojewskiego. Narracja, czas, przestrzeń (na przykładzie „Zbrodni i kary”)” — Marii Przyszanowicz. I tak, po ponad pięćdziesięciu latach działalności radio doczekało się specjalistów — zawodowców z akademickim cenzusem.

Przemyślenia swoje i uwagi na temat jednego z gatunków telewizyjnych przedstawia Grażyna Stachówna w artykule „Rozwój widowiska parateatralnego w programie telewizji polskiej do 1977 r.” Przypominając wybrane programy od początków telewizji, ich cechy i społeczne znaczenie, autorka określa na czym, jej zdaniem, polega istota widowiska parateatralnego w telewizji. Przeprowadza, konieczne już na obecnym etapie, rozróżnienia gatunkowe. Praca została napisana dla problemu węzłowego 11,1 na zlecenie Uniwersytetu im. B. Bieruta we Wrocławiu.

Bożenna Stokłosa pisze o „Społecznych uwarunkowaniach odbioru programów telewizyjnych”. Autorka na wstępie zadaje sobie pytanie: „czy faktycznie członkowie rozmaitych zbiorowości społecznych (...) różnią się, jeśli chodzi o korzystanie z programów telewizyjnych, i czy różnice te mają charakter społecznej prawidłowości” (s. 92). Jak zwykle przy tego typu badaniach wyniki potwierdzają prawdy już wcześniej znane — np., że wykształcenie najsilniej oddziałuje na stopień i sposób przyswojenia treści programów, nie na sam wybór. Ważniejsze na ogół są korzyści uboczne z takich badań, to jest odkrywanie nowych terenów dla weryfikacji naukowej. W tym przypadku autorka formułując zależności między recepcją a makro- i mikrostrukturą społeczną i czynnikami podziału na kategorie społeczne stwierdza, że wymagają one empirycznej weryfikacji. Pona-

wia się zatem wniosek o bardziej precyzyjne badania i analizy.

Szkic Kazimierza Kowalewicz a „Pomysły do badań odbioru” jest również poświęcony trosce o precyzyjniejsze narzędzia w badaniach masowych. Autor — najogólniej referując — dopomina się o humanizację badań masowych. Środkiem do tego celu powinny być charakterystyki jakościowe prowadzone na małych próbach. Proponuje analizy „odbioru potocznego”, które umożliwią odnalezienie cząstek elementarnych, znaczących i umożliwiających odtworzenie modelu świata funkcjonującego na poziomie zbiorowości, będącego jednocześnie programem zachowań danej grupy społecznej. Postawa badacza winna być zbliżona raczej do postawy krytyka sztuki niż kodera. Wzorem mogą być — stwierdza autor — inspiracje literaturoznawcze, mocno osadzone w kontekście całościowo pojętych rozważań nad kulturą. Omawiając nowe sposoby zbierania materiału i techniki jego opracowania zwraca uwagę, że nie określa się, jaki odbiór jest poprawny, a jaki „fałszujący”. Kłopoty z rozróżnieniem odbioru zgodnego z „normą” maleją w wypadku treści z zakresu przyjętego kanonu. Dopuszcza jednocześnie i taką sytuację, że „normą” odbioru sztuki masowej jest wykraczanie poza estetykę.

W „recenzjach i omówieniach” do dyskusji terminologicznej przeprowadzonej na łamach *Zeszytów Prasoznawczych* (nr 2/1979) ustosunkowuje się Michał Strzeszewski.

Teresa Lisicka

prasa techniczna

II półrocze 1979

„Czy prasoznawstwo jest nauką?” — zapytuje Andrzej Jaworski w tytule artykułu poświęconego głównym dylematom nurtującym badaczy prasy (nr 4, s. 4—6). Wyszedłszy od stworzonych przez Irenę Teletowską i Mieczysława Kafła koncepcji prasoznawstwa autor skupia

się na analizie zawartości, wskazując na wiele słabych punktów tej metody. Pisz o kłopotach z tworzeniem klucza kategoryzacyjnego, który powinien być szczegółowy, ale i operatywny, a przede wszystkim precyzyjny. Pisz o sporach, jaką jednostka powinna być przedmiotem kategoryzacji, czy stosować do pomiaru powierzchni centymetry kwadratowe czy miary typograficzne, jak wielka powinna być próba, by była reprezentatywna. Wspomina wreszcie, że klucz kategoryzacyjny daje tylko opis ilościowy, nie daje natomiast jakościowego. By dokonać analizy jakościowej w sposób możliwie obiektywny, nie obciążony punktem widzenia badacza, funkcję nadaną prasy — sugeruje autor — należałoby powiązać z funkcją intencjonalną (dysponent) oraz funkcją społeczną (czytelnik). Problem jednak leży w tym, że z wielu przyczyn nie można zbadać dysponentów — przede wszystkim dlatego, że oni sami nie chcą się poddać takim badaniom, niezależnie od systemu politycznego, w którym funkcjonują. „Dysponent polityczny ma tendencje raczej do tego, aby ferować arbitralne oceny przed i po zapoznaniu się z analizą zawartości poszczególnych tytułów” — stwierdza trafnie autor.

Cały wywód A. Jaworskiego służy naszkicowaniu złożoności przedmiotu prasoznawstwa, co notabene jest jedną z konkluzji wypowiedzi. Wydaje się, że badacze prasy, tkwiąc na co dzień w rutynie wycinkowych zagadnień, nie zauważają faktu, że w gruncie rzeczy niewiele potrafią powiedzieć o przedmiocie swoich zainteresowań w ogólniejszym kontekście. Autor daje do zrozumienia, że prasoznawstwo nie jest jednolitą całością zdolną do tworzenia szerszych uogólnień — przynajmniej dotychczas. Podkreśla, że badacze wciąż jeszcze nie są zgodni co do słuszności stosowanych metod. „Jedyną metodą, jaką rozwinęli prasoznawcy, która ma służyć do badania prasy w tym aspekcie, w jakim nie podejmują badań inne nauki, jest analiza zawartości. Metoda ta ma wiele wad”.

Najcięższy zarzut pada na końcu. Odpowiadając na postawione w tytule pytanie A. Jaworski stwierdza, że „prasoznawstwo nie wyszło poza opis faktów. Nauka powinna opisywać fakty, odnajdywać prawidłowości i co

najważniejsze budować teorie, które pozwalają wyjaśniać fakty i przewidywać je. Teoria powinna być heurystyczna. Teorie masowego komunikowania lub wzajem, funkcjonowania prasy — wypracowane zostały nie przez prasoznawców, ale przez filozofów, socjologów i psychologów”.

W świetle tych argumentów można by się zacząć zastanawiać, czy prasoznawstwo jako dyscyplina w ogóle istnieje, czy nie mamy tylko do czynienia ze zlepkiem takich dziedzin jak filozofia, socjologia, psychologia (itd.) masowego komunikowania. Bez względu na wynik takich rozważań jedno wydaje się niewątpliwe, nie tylko zresztą w kontekście omówionego artykułu: ściślejsze powiązanie wzajemne różnych technik wykorzystywanych w badaniach prasoznawczych może przynieść wiedzy o prasie, radiu i telewizji rozwiązanie problemów o podstawowym znaczeniu.

Artykuł Michała Gajewicza „Skuteczność w propagandzie” (nr 5, s. 18—20) należy do tych publikacji, które wprawdzie nie głoszą nowych prawd, nie poruszają umysłów, ale za to są bardzo użyteczne w codziennej praktyce, jeśli oczywiście docierają do właściwego czytelnika potrafiącego z nich skorzystać. Materiał zawiera zbiór metod zaleconych do stosowania w celu osiągnięcia zamierzonych efektów propagandowych. Zaczernięte — jak stwierdza autor — z lektur reguły oparte są na doświadczeniach naukowców i praktyków. Wiele spośród podanych zasad każdy dziennikarz świadomie lub intuicyjnie stosuje na co dzień chcąc przekonać czytelnika do głoszonych przez siebie opinii. Ale prawdopodobnie niejedyn po przejrzeniu wszystkich 25 punktów listy znajdzie coś, co przyda mu się do wzbogacenia warsztatu.

Wiesław Sonczyk zainteresował się dziennikarzami z przygotowaniem technicznym („Losy absolwentów studiów dziennikarskich Uniwersytetu Warszawskiego” — nr 4, s. 18—20). Ankieta przeprowadzona wśród absolwentów Pomagisterskiego Studium Dziennikarskiego wykazała, że z 350 respondentów wykształcenie humanistyczne miało 73,4%, ekonomiczne — 8,6%, rolnicze 6,9%, natomiast techniczne tylko 4,3%. Okazało się też, że 22% bada-

nych nie podjęło pracy w zawodzie dziennikarskim. Po wyłączeniu tej grupy odsetek dziennikarzy z wykształceniem technicznym wyniósł 3,7%. W dalszej części artykułu autor dokonuje charakterystyki tej grupy badanych, zwracając zwłaszcza uwagę na opinie o studiach i przyczyny niezadowolenia w pracy, a także na zły stan zdrowia — w porównaniu z innymi grupami pracowników środków masowego przekazu.

Garść rozważań na temat konstruowania szaty graficznej gazety zawiera publikacja Jerzego Adamaczyka „Forma i treść gazety. Kilka refleksji dziennikarza” (nr 6, s. 9—11). Uwagi nie mają w zasadzie charakteru instruktażowego, jak to zwykle w takich przypadkach bywa. Są raczej — jak głosi tytuł — właśnie refleksją dziennikarza, którą redakcja *Prasy Technicznej* proponuje przedyskutować.

Do podjętego rok wcześniej (w numerze 4/1978 *Prasy Technicznej*) tematu powrócił Wiesław Rewerski w materiale „Ankiety redakcyjne — reprezentatywne czy nie?” (nr 4, s. 21—23; por. też ZP 1979 nr 3, s. 143). Tym razem omówił pułapki czyhające na redakcje, które pragną poznać opinię czytelników na swój temat poprzez ankietę zamieszczoną na łamach swego pisma.

Z publikacji o światowej prasie technicznej warto wspomnieć o „Przemysle lotniczym” Kazimierza Gołębińskiego (nr 4, s. 33—34), „Wybranych czasopismach japońskich” tegoż autora (nr 6, s. 25—28) oraz „Urbanistycie i architekcie” Jadwigi Czarnockiej (nr 5, s. 29—31). Są też krótkie materiały o pojedynczych czasopismach.

Historii czasopiśmiennictwa dotyczą: „Władysław Szaynok — redaktor techniczny wydawnictw naftowych” Wincentego Pawłowskiego (nr 4, s. 30—32) oraz „Prasa elektryków na tle jubileuszu 60-lecia Stowarzyszenia Elektryków Polskich” Wojciecha Kiblera (nr 5, s. 8—11). Ponadto ukazały się też w omawianym półroczu jak zwykle ciekawe artykuły o języku prasy technicznej, budzące nawiasem mówiąc głębsze refleksje na temat zmian zachodzących we współczesnej polszczyźnie.

**ROCZNIK
BIBLIOTEKI NARODOWEJ**

tom XII—XIII: 1976—1977

Z dużym opóźnieniem ukazał się kolejny XII—XIII (1976—1977) tom *Rocznika Biblioteki Narodowej* (wg metryczki wydawniczej druk ukończono w październiku 1979) — najważniejszego polskiego periodyku bibliologicznego, niestety ukazującego się b. nieregularnie. Na 434 stronach formatu B-5 pomieszczono 14 rozpraw naukowych (w następujących grupach: czytelnictwo, z warsztatów badawczych, bibliotekoznawstwo, informacja i dokumentacja naukowa, zagadnienia wydawnicze, wiedza o czasopiśmiennictwie, zbiory Biblioteki Narodowej) i 8 recenzji z książek zagranicznych (wydanych w latach 1972—1975) i krajowych (z lat 1973—1976). Szereg artykułów (S. Żółkiewski: Uwagi o semiotycznych aspektach socjologii odbioru tekstów literackich; J. Ankudowicz: Problemy i perspektywy czytelnictwa powszechnego; A. Franaszek: Klub „Człowiek—świat—polityka” w opinii jego członków; J. Kołodziejska: Współczesne kierunki badań bibliotekoznawczych; S. Skwirowska: Rola i funkcje bibliografii zawartości czasopism w polskim systemie bibliografii narodowej), choć nie ma bezpośredniego związku z wiedzą o czasopiśmiennictwie, może w dużym stopniu stanowić interesujące przyczynki do rozważań nad metodologią badań prasoznawczych, badań nad środkami masowego komunikowania.

Dział „wiedza o czasopiśmiennictwie” jest reprezentowany przez dwa artykuły: Mieczysława Adamczyka (Polska prasa podziemna na Kielecczyźnie w okresie okupacji hitlerowskiej 1939—1945) i Andrzeja Paczkowskiego (Polska prasa codzienna w latach 1918—1939. Niektóre kierunki przemian).

Studium M. Adamczyka jest próbą syntezy wieloletnich badań nad dziejami konspiracyjnego dziennikarstwa Kielecczyzny (przedmiot pracy doktorskiej); dotąd jedynie znaliśmy fragmenty tej pracy — w latach 1973—1978 ukazało się na łamach różnych czasopism kilkanaście fragmentów tej pracy (w różnorakiej postaci przeredagowywanych). Zdaniem

autora „Ziemia kielecka w okresie drugiej wojny światowej była obok Warszawy jednym z najaktywniejszych ośrodków propagandowo-wydawniczych w okupowanym kraju” (dotąd ustalono, iż na tym terenie ukazywało się 147 tytułów; katalog L. Dobroszyckiego notuje 90 tytułów). Studium M. Adamczyka wzbogaca nieliczne przecież opracowania poświęcone regionalnemu dziennikarstwu konspiracyjnemu. W końcowych wnioskach autor podkreśla, iż „terenowa prasa podziemna była odbiciem zróżnicowania politycznego kieleckiej konspiracji oraz wzajemnego ścierania się i zwalczania poszczególnych programów i poglądów. Trzeba jednak podkreślić, że mimo różnic wynikających z odmiennych założeń ideologicznych i społeczno-politycznych, całe konspiracyjne czasopiśmiennictwo, z wyjątkiem kolaborującej z okupantem części NSZ-tu, miało charakter antyhitlerowski, niepodległościowy i wysoce patriotyczny”.

Artykuł A. Paczkowskiego jest w polskiej literaturze prasoznawczej studium oryginalnym, podsumowującym dotychczasowe rozważania na temat prasy II Rzeczypospolitej — szczególnie codziennych gazet. W II połowie XIX w. (lata 1850—1870) dziennikarstwo zachodnioeuropejskie przeszło gruntowną modernizację, której charakterystyczną cechą było powstanie komercyjnego przedsiębiorstwa prasowego. Ówczesne polskie dziennikarstwo pozbawione naturalnych podniet rozwojowych (okres zaborów) stało na uboczu tych istotnych przemian. Toteż na początku II Rzeczypospolitej kontynuowało nadal model gazet I połowy XIX w. Dopiero w okresie ożywienia gospodarczego (1926—1929), coraz bardziej upowszechniającego się powszechnego wykształcenia, w dziennikarstwie polskim nastąpiły gruntowne przemiany. „Polska prasa codzienna stała się prasą XX wieku z charakterystycznym podziałem na dzienniki «opinii» (poważne) i pisma popularne. Cechowały ją niskie ceny, systemy mutacji, powstawanie koncernów, koncentracja nakładów, szeroki, ogarniający także warstwy niezamożne, krąg odbiorców, skłonność do sensacji, akcentowanie efektów wizualnych, powielanie wzorów typowych dla kultury masowej. (...) Całość tych przemian — urozmaicenie treści,

sport, kino, dodatki magazynowe i ilustrowane, dynamizowanie układu, kolor — zgodna była z zasadniczymi tendencjami charakteryzującymi proces powstawania i upowszechniania się nowoczesnej kultury masowej”.

Sylwester Dziki

REVUE FRANCAISE DE COMMUNICATION

Nr 4 (1980)

O nowoczesnych systemach audio-wizualnych i wynikających z tego konsekwencjach dla współczesnych społeczeństw zwykło się mówić dotychczas w odniesieniu do takich krajów jak Japonia, Stany Zjednoczone czy Wielka Brytania. Kraje te obecnie mają już za sobą wstępną, eksperymentalną fazę wdrażania w życie nowych technik przekazu. Lata siedemdziesiąte, a ściślej mówiąc ostatnie pięciolecie promowało także Francję do kręgu krajów zaawansowanych w stosowaniu nowoczesnych systemów telekomunikacyjnych. Stworzyła ona (przy aktywnym poparciu rządu) własną technologię komunikowania — *Télématique*. Działania Francuzów w kierunku wprowadzania nowych technik przekazu informacji stawały się tematami wielu sesji, konferencji naukowych. Znajdowały odbicie także na łamach pism zajmujących się problematyką komunikowania. Takim przykładem jest omawiany numer kwartalnika, który wiele stron poświęca stosowaniu nowoczesnych urządzeń do przekazów audiowizualnych.

Gérard Eymery stara się możliwie dokładnie zapoznać z francuskim „systemem informacji na zamówienie” — teletextem ANTIOPE. Określa aktualne warunki funkcjonowania telegazety (m. in. na przykładzie notowań giełdowych) i podejmuje próbę oceny perspektyw rozwoju tej nowej usługi audiowizualnej na żądanie.

Nowe techniki medialne objęły także swoim zasięgiem jedną z największych światowych agencji informacyjnych — France Presse. Dyrektor generalny AFP — Henri Pigeat,

szczegółowo opisując rewolucję techniczną jaką przyszło przeżywać agencji, wyróżnia trzy etapy rozwoju technologii komunikowania. Pierwszy nazywa „rewolucją niewidoczną”, przez którą rozumie automatyzację procesów informowania (komunikowanie za pośrednictwem satelitów).

„Rewolucja widoczna” — zdaniem autora — rozpoczęła się wraz z wprowadzeniem komputera do redakcji. Komputeryzacja była działaniem niezbędnym, rozmiar bowiem informacji w latach siedemdziesiątych osiągnął poziom, w przypadku którego stosowanie tradycyjnych metod przekazu przestało zdawać egzamin.

Aktualnie zaś agencja wchodzi w stadium początkowe tzw. „rewolucji zapowiadanej” tj. stosowania na swój użytek nowych środków przekazu. Za przyjęciem ich wiążą się duże nadzieje (stworzenie tzw. banku informacji), ale i obawy (np. czy wybrano właściwą technikę).

William J. F. Syad — przedstawiciel UNESCO — na przykładzie Afryki stara się wykazać, jak trudne i niebezpieczne staje się przejmowanie nowoczesnego sposobu komunikowania przez kraje rozwijające się. Musi ono następować — zdaniem autora — w powiązaniu z rzetelną znajomością realiów tradycyjnego komunikowania. Największa bowiem część populacji afrykańskiej to wieśniacy, z racji analfabetyzmu mogący korzystać jedynie z przekazów niedrukowanych. Stąd notuje się wśród nich najwyższą popularność radia. Wprawdzie przekaz pisany zaczyna odgrywać coraz większą rolę w komunikowaniu w tym środowisku, ale nie na tyle, aby stać się chociażby równorzędnym z przekazem słownym. Dziesięcioletni plan UNESCO ustalony w 1972 roku na sesji w Paryżu za cel postawił sobie rozpoznanie tradycyjnych struktur i środków komunikowania w Afryce i wypracowanie nowej strategii przejścia w kierunku komunikowania nowoczesnego.

Ponadto na uwagę w omawianym numerze kwartalnika zasługują dwa artykuły oparte na materiale empirycznym. Pierwszy pióra Harolda Wendelbo koncentruje się na patologii komunikowania w spotkaniach międzynarodowych. Zaś autor drugi — Pierre Schaeffer kwe-

stionuje metodologiczną wartość kwestionariusza jako narzędzia badawczego. Odpowiedzi na pytania kwestionariusza są tylko echem — jego zdaniem — badanych problemów, ze względu na brak bezpośredniego kontaktu między nadawcą a odbiorcą.

Natomiast w dziale dokumentacji warto zanalizować materiał tabelaryczny i zapoznać się z komentarzem do niego napisanym przez Jacquesa Duranda. Dokument przedstawia ewolucję oglądania telewizji przez Francuzów w latach 1968—1980. Do analizy tego zagadnienia użyto trzech wskaźników: widzów oglądających

cały program w ciągu jednego dnia (bez względu na czas transmisji), średniej długości oglądania tv w ciągu dnia przypadającą na grupę widzów oraz średniej długości oglądania tv przypadającą na jednego widza (bez względu czy oglądał w danym dniu czy też nie tv).

Przyjęte miary statystyczne pozwoliły autorowi np. na konkluzję, że do 1976 roku następował wzrost widzów, w latach 1975—1978 zaznaczyła się stabilizacja w zbiorowości oglądających telewizję i spadek (być może przypadkowy) w roku 1979.

Teresa Turlik-Marecka

Artykuły z czasopism

● János Pelle: **INFORMACJA, ROZRYWKA...** (refleksje na temat środków masowego przekazu). *Prezentacje* 1980 nr 3. S. 44—48.

Artykuł z węgierskiego miesięcznika *Kritika* (1979 nr 11), świetnie korespondujący z naszymi doświadczeniami badawczymi i refleksjami warsztatowymi. Autor wychodzi od badań nad strukturą czytelników i ich nawykami kulturalnymi oraz nad analizą informacji krajowej i zagranicznej w prasie, przeprowadzonymi przez budapesteński Ośrodek Badań Środków Masowego Przekazu. Nie dąży one jednak do odpowiedzi na pytanie, jak środki przekazu spełniają funkcję informacyjną.

Od siebie autor b. krytycznie ocenia informację krajową, gdzie „dominują wiadomości o charakterze codziennym, które mało uwagi poświęcają procesom zachodzącym pod powierzchnią współczesnego społeczeństwa węgierskiego”. „W korespondencjach omawiających życie krajów socjalistycznych obowiązują te same zasady... w przeważającej części mają charakter codzienny i rzadko kiedy odnoszą się do spraw problemowych. I jeśli od czasu do czasu wspomina się o trudnościach, to mówi się o nich w czasie przeszłym...” Stąd — wnioskuje autor — brak zainteresowania lub niewielkie takimi wiadomościami. „W węgierskich środkach masowego przekazu wiadomości o nadzwyczajnym charakterze, które mogłyby wzbudzić niepokój, ukazują się niezwykle rzadko... Znakomitą ilustracją takiego sposobu postępowania może być niedawna epidemia czerwoni, którą środki masowego przekazu — do chwili, gdy minęło bezpośrednie niebezpieczeństwo — przedstawiały jako «zatrucie pokarmem»”. „Nie tak dawno np. tradycyjnie i nie mające niezwykłego charakteru węgiersko-bułgarskie spotkanie na szczycie zepchnęło w dzienniku radiowym i telewizyjnym na drugi plan informacje o wiedeńskim spotkaniu Breżniewa z Carterem i podpisaniu SALT II”.

Autor dostrzega w zachodnich środkach masowego przekazu pseudooobiektywizm

wizm w informacjach zagranicznych i jawny subiektywizm w publikacjach wewnętrznych, podczas gdy w „krajach socjalistycznych sytuacja jest wręcz odwrotna. Wydarzenia międzynarodowe ocenia się w sposób zrównoważony... Równocześnie informacje i komentarze dotyczące polityki wewnętrznej bardzo rzadko mają charakter oceniający, a ważną rolę spełniają tzw. informacje protokolarne. Informacje protokolarne są w istocie rzeczy komunikatami i tym różnią się od informacji innego rodzaju, że publikują je zazwyczaj ministerstwa, władze naczelne, instytucje i organizacje publiczne, a prasa odgrywa jedynie rolę pośrednika. Ten typ informacji na temat polityki wewnętrznej jest nieciekawym z powodu abstrakcyjności i braku osobistego spojrzenia. Odpowiedzialność za zło spada nie na konkretne osoby czy grupy społeczne, lecz na bliżej nieokreślone typy ludzi. Tylko że walka przeciwko «kapowkarzom», «amatorom łatwych zysków», «kacykom», «biurokratom» itp. jest beznadziejna, jeśli nie podaje się konkretnych informacji”. Temu bezosobowemu tonowi publikacji m.in. przypisuje autor większy upadek autorytetu zawodu dziennikarskiego.

Przechodząc do rozrywki w mediach zwraca uwagę na coraz większą popularność „rozrywki o charakterze apolitycznym”, zwłaszcza wśród młodzieży. Pisze o karierze pisma *MOD Interpress Magazin*, które 5 lat temu zaczęło się ukazywać w 15 tys. egz., a obecnie drukowane jest w 150 tys., mimo że kosztuje tyle ile przeciętnie książka. Autor podkreśla centralną rolę TV w kulturze masowej. Pisze: „Nie bez racji zadajemy sobie pytanie, czy produkty kultury masowej określają gusta odbiorców, czy też odwrotnie” i wskazuje na niebagatelną rolę, jaką odgrywa tutaj także zysk. „Mimo niedociągnięć, środki masowego przekazu dostarczają jednak rozrywki i przekazują masową kulturę na wyższym poziomie, niż to czynią prasa, stacje radiowe i telewizyjne w krajach kapitalistycznych.”

Konkluzja: „Tylko likwidacja bezosobowych, stronicznych i protokolarnych in-

formacji może stworzyć podstawy komunistycznej agitacji i propagandy zmuszającej ludzi do aktywności, a w rezultacie może dodać bodźca kulturze masowej... Agitację i propagandę należałoby odróżniać od informacji. Tylko w ten sposób zacznie funkcjonować zasada społecznej jawności”.

pd

● **Krzysztof Dybcia k:** **ISTOTA I STRUKTURA KRYTYKI LITERACKIEJ.** *Teksty* 1979 nr 6. S. 70–95.

Jest to próba odpowiedzi na pytanie, gdzie we współczesnym krajobrazie społeczno-literackim sytuuje się krytyka literacka. Przyjmując, że właściwością krytyki literackiej jest pragmatyczność podwójnie ukierunkowana: ku literaturze i ku zewnętrznym wobec niej układom społecznym, autor stara się wyodrębnić jej cechy dystynktywne oddzielające ją od nauki o literaturze, polityki literackiej, kompetencji ekspertów i oczywiście samej twórczości literackiej. Z tych cech i definicji jej cech wewnętrznych buduje autor istotę i strukturę krytyki literackiej, pojmowanej jako jedno ze zjawisk kultury literackiej, konfrontowanej z szeroko pojętą sytuacją historyczną.

tl

● **Janusz Roszko:** **REPORTAŻ: POLSKA SPECJALNOŚĆ.** *Kontrasty* 1980 nr 3. S. 42–46.

Referat przewodniczącego Klubu Reportażu SDP, wygłoszony na Międzynarodowym Sympozjum Literatury Faktu w Bratysławie. Autor wychodzi od spraw definicyjnych, podkreśla eksplozję twórczości reportażowej w Polsce Ludowej — wielkie nakłady książek, częsta obecność gatunku w prasie, serie „Ekspres reporterów” i „Biblioteka literatury faktu”. Charakteryzuje rozwój reportażu od międzywojnia (gdy „reportażem zajmowali się u nas pisarze wysokich lotów” — Pruszyński i Wańkowicz), po współczesność w okresach: odbudowy 1945–1949, reportażu produkcyjnego 1950–1954, ofensywnego publicystycznego „zbliżenia się do człowieka” 1955–1961, okresu „małej stabilizacji” lat sześćdziesiątych, „drugiej fali” publicystycznej 1968–1973, trwającego po dziś „okresu piątego” (a raczej szóstego, bo autor zagubił się w tej propozycji periodyzacji). Referat jest przeglądem najważniejszych osiągnięć wojennego reportażu polskiego. Liczne —

niestety — usterki wytknęła autorowi K. Goldbergowa w *Kontrastach* nr 5.

czb

● **Andrzej W. Pawluczuk:** **REPORTAŻ I STEREOTYPY.** *Kontrasty* 1980 nr 5. S. 38–41.

Gdyby zawierzyć Andrzejowi W. Pawluczukowi, to: „Gdyby zawierzyć literaturoznawcom, krytykom i prasoznawcom, należałoby dojść do wniosku, że ani nasza literatura, ani środki masowego przekazu nie posługują się stereotypami.” A. W. Pawluczukowi przesłaliśmy 3 rozpraw o stereotypach opublikowane w ostatnich latach na łamach *ZP*. Może coś jeszcze dołożą literaturoznawcy i krytycy, bo nasz Autor prócz W. Lippmanna zna tylko jeden źródłowy materiał, *Z Kontrastów*.

Po obszernym wprowadzeniu zajmującym blisko połowę eseju, A. W. Pawluczuk przechodzi do rzeczy. Wpierw rozpatruje **stereotyp demaskowany** w reportażu przez jego autora, posługując się głównie przykładem tekstu J. Kuśmierka o budowie Portu Północnego. Kuśmerek zdemaskował „jakiego spustoszenia w naszym życiu dokonuje codziennie stereotyp. Pożyczając od myślenia dziennikarskiego, że priorytetowa inwestycja służy tylko do bezustannych zachwyty, aż po myślenie szefów produkcji, którzy najpierw wynajdują powody, aby czegoś nie zrobić, a robią wtedy, gdy się ich «przyciśnie»”. Reportaż Kuśmierka powinien być podstawową lekturą w każdym szkoleniu i kształceniu dziennikarskim.

Stereotyp zamaskowany w reportażu ilustruje przykład także o Porcie Północnym, tylko innego autorstwa. Prasa zresztą, zwłaszcza codzienna, dostarcza przykładów wielu, od budowy Nowej Huty poczynając, na Dworcu Centralnym bynajmniej niestety nie skończywszy. Chodzi o wychwalane skracanie cykli kosztem jakości, trwałości, w efekcie — strat finansowych i społecznych. Głośno było o budowie Portu Północnego? Teraz „cichoci, cichuteńko. Od paru dobrych miesięcy nie usłyszysz się w gazecie ani notatki o pracy portu” (podkr. PD).

Pawluczuk kończy: „...czerpiemy stereotypy ze środków masowego przekazu i one kształtują nasze nastawienie do rzeczywistości. Ale ktoż je tam, w tych gazetach i w telewizji umieszcza? My sami!”

Ten problem również powinien być tematem seminariów dziennikarskich.

pd

110 rocznica urodzin W. I. Lenina w Uljanowsku, Leningradzie i Moskwie

(Korespondencja własna)

Uroczysty przebieg miały w Związku Radzieckim obchody 110 rocznicy urodzin Włodzimierza Iljicza Lenina. Szeroki był rezonans tego jubileuszu za granicą, zwłaszcza w krajach socjalistycznej wspólnoty. Zgodnie z uchwałą Komitetu Centralnego KPZR, rocznica ta przyczyniła się, w roku przygotowań do kolejnego, XXVI Zjazdu KPZR, do ożywienia pracy politycznej oraz ideowo-wychowawczej. Rozwinęło się jednocześnie masowe współzawodnictwo socjalistyczne — o godne powitanie leninowskiej rocznicy, a także pełne wykonanie zadań tegorocznych i całego kończącego się pięciolecia.

Jubileusz stał się także okazją do ukazania w wydawnictwach, w publikacjach prasowych, audycjach radiowych i telewizyjnych, historycznych doświadczeń Komunistycznej Partii Związku Radzieckiego w rozwiązywaniu konkretnych zadań politycznych i gospodarczych, w twórczym rozwijaniu nauki marksistowsko-leninowskiej, wszechstronnym propagowaniu osiągnięć rozwiniętego społeczeństwa socjalistycznego i zdobywcy narodów wspólnoty socjalistycznej.

W licznych konferencjach, spotkaniach i innych imprezach związanych z jubileuszem nie zabrakło udziału środowiska dziennikarskiego. Związek Dziennikarzy ZSRR w dniach od 9 do 16 marca br. zorganizował międzynarodową konferencję na temat: „Leninizm — rewolucyjny sztandar epoki”. W obradach, obok licznej delegacji gospodarzy, reprezentowanych przez wszystkie czołowe środowiska dziennikarskie Kraju Rad, a także przedstawicieli wydzia-

łów dziennikarstwa, udział wzięły reprezentacje stowarzyszeń dziennikarzy: Bułgarii, Czechosłowacji, Koreańskiej Republiki Ludowo-Demokratycznej, Kuby, Mongolii, NRD, Polski, Rumunii, Węgier i Socjalistycznej Republiki Wietnamu. Uczestniczyła także delegacja Międzynarodowej Organizacji Dziennikarzy. Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich reprezentowali: Andrzej Ślisz — członek Prezydium Zarządu Głównego SDP, przedstawiciel Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego: Franciszek Lewicki — komentator *Trybuny Ludu*, przewodniczący Klubu Publicystów Społeczno-Politycznych SDP; Lucjusz Włodkowski — zastępca redaktora naczelnego *Odgłosów*, członek Zarządu Oddziału SDP w Łodzi oraz Zbigniew Bożek — stały korespondent *Trybuny Robotniczej* w Moskwie.

Konferencja obradowała w nadwożańskim Uljanowsku — mieście urodzin Włodzimierza Lenina, gdzie dziennikarze 12 delegacji złożyli wieniec pod pomnikiem płomiennego rewolucjonisty, twórcy pierwszej komunistycznej gazety w Rosji, teoretyka i inspiratora prasy nowego typu — prasy socjalistycznej. Uczestnicy konferencji zwiedzili także miejsca związane z dzieciństwem i latami młodzieńczymi Lenina — dom w którym urodził się 22 kwietnia 1870, w którym rodzina Uljanowów żyła w latach 1878—1887 — obecnie muzeum, szkołę średnią nr 1, którą ukończył z wyróżnieniem i złotym medalem, wreszcie zlokalizowane w nowoczesnym kompleksie pamiątkowym muzeum, stanowiące filię mos-

kiewskiego Centralnego Muzeum Włodzimierza Lenina.

Wśród licznych dokumentów, zdjęć, wspomnień, podarków — napotkać można akcenty mówiące o więziach Lenina z polskimi rewolucjonistami — zwłaszcza na syberyjskim wygnaniu, w Krakowie i Poroninie. Mówią one m. in. o polskich pieśniach robotniczych i rewolucyjnych, których Lenin uczył się od polskiego przyjaciela, zesłańca, rewolucjonisty, Krzyżanowskiego. W domu Uljanowów, w którym fortepian zawsze zajmował godne miejsce, nieraz rozbrzmiewała ulubiona muzyka Fryderyka Chopina, zaś w bibliotece wśród klasyków literatury znajdują się dzieła Adama Mickiewicza.

W uroczystym otwarciu konferencji uczestniczyli gospodarze obwodu, przedstawiając wszechstronny dorobek i plany rozwoju miasta i regionu, odwiedzanych przez miliony mieszkańców całego Kraju Rad i zagranicznych gości.

Podstawą do dyskusji były referaty programowe: zastępcy dyrektora Instytutu Marksizmu-Leninizmu przy KC KPZR A. Pedosjewa — „Leninizm — rewolucyjny sztandar epoki”, kierownika katedry dziennikarstwa Akademii Nauk Społecznych przy KC KPZR B. Morozowa — „Leninowskie zasady prasy partyjnej” oraz profesora Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu Moskiewskiego I. Kuzniecowa — „W. I. Lenin o prasie”.

W referatach ukazana została postać Włodzimierza Lenina jako publicysty, organizatora prasy i redaktora, bogactwo jego spuścizny, z której skarbnicy czerpią i czerpać będą pokolenia dziennikarzy.

Zabierający głos w dyskusji przedstawiciele poszczególnych delegacji mówili o aktualnych problemach pracy propagandowej w swoich krajach, dzielili się doświadczeniami w partyjnym kierowaniu środkami masowego przekazu — wypełnianiu zwłaszcza przez prasę — leninowskich zadań informacyjno-propagandowych i organizatorskich. Ważnym rozdziałem dyskusji była także sytuacja międzynarodowa, nowa fala narastającej zimnej wojny i wzmagająca się walka ideologiczna.

W imieniu delegacji Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich do problematyki tej ustosunkował się

A. Ślisz, który podkreślił znaczenie publicystyki Włodzimierza Lenina, jej nieprzemijających wartości, mówił o niedoścignionych wzorach, na których wychowują się współczesne kadry frontu ideologicznego, zwłaszcza dziennikarze prasy partyjnej. Przewodniczący polskiej delegacji udzielił także wywiadu *Uljanowskiej Prawdzie*.

Uczestnikom konferencji zaprezentowano także filmy o tematyce leninowskiej: „Rozmowę z towarzyszem Leninem” oraz dokumentalny obraz „Międzynarodówka”, ukazujący w przekroju historycznym rewolucyjną walkę uwieńczoną Październikiem, stale powiększającą się rodzinę państw socjalistycznej wspólnoty, ich osiągnięcia w budownictwie nowego ustroju społecznego.

Sesja w Uljanowsku zbiegła się z wizytą w tym mieście dziennikarzy Związku Radzieckiego, Polski, Czechosłowacji i NRD, którzy w ciągu trzech tygodni odwiedzili najważniejsze miejsca związane z życiem i działalnością W. Lenina. W Polsce miejscami gdzie zaznajomili się z historią i spotkali z działaczami ruchu robotniczego były Kraków i Poronin, zaś w Związku Radzieckim — Uljanowsk, Leningrad i Moskwa. W grupie tej ze strony polskiej uczestniczyli: zastępca sekretarza redakcji *Nowych Drog* — Borys Borysiewicz i fotokorespondent tygodnika *Przyjaźń* — Romuald Broniarek.

Końcowym akcentem konferencji był program moskiewski. Dziennikarze złożyli kwiaty przy Mauzoleum Lenina oraz zwiedzili mieszkanie — muzeum Lenina na Kremlu. Międzynarodową imprezę zakończyło spotkanie w Centralnym Domu Dziennikarza, w którym udział wzięli uczestnicy Wielkiej Socjalistycznej Rewolucji Październikowej. Dzielili się oni wspomnieniami ze spotkań z Leninem, bliską z wodzem Października współpracą.

Międzynarodowa konferencja leninowska dziennikarzy krajów socjalistycznych dostarczyła uczestnikom bogatego materiału teoretycznego, pozwoliła na wymianę doświadczeń, miała duże walory poznawcze, pozwoliła wreszcie na zebranie źródłowych materiałów publicystycznych. Owocować ona będzie zarówno na łamach prasy jak i w pracy środowisk dziennikarskich oraz placówek dy-

daktycznych przygotowujących kwalifikowane kadry redakcyjne.

Należy odnotować niezwykłą gościnność gospodarzy Uljanowska oraz

doskonałą organizację imprezy przez Związek Dziennikarzy ZSRR.

Zbigniew Bożek

Podstawowe zasady etyki dziennikarskiej

przyjęte na II spotkaniu konsultacyjnym
międzynarodowych i regionalnych organizacji dziennikarzy
(Meksyk, 1—3 kwietnia 1980)

Idea współpracy wszystkich międzynarodowych i regionalnych organizacji dziennikarzy nie jest wprawdzie nowa, ale jej urzeczywistnienie nie przychodzi łatwo we współczesnym podzielonym świecie. Z tego względu ważnym wydarzeniem okazało się pierwsze spotkanie konsultacyjne 6 międzynarodowych i regionalnych organizacji w Paryżu w dniach 17—19 kwietnia 1978. Podjęto wówczas decyzję, że takie spotkania należy odbywać regularnie, w ustalonych odstępach czasu, a organizację następnego powierzono Stowarzyszeniu Dziennikarzy Ameryki Łacińskiej (FELAP).

Zgodnie z ówczesnym postanowieniem i własnym zobowiązaniem FELAP zorganizował (z pomocą i pod auspicjami UNESCO) drugie spotkanie w stolicy Meksyku. Wzięli w nim udział (oprócz gospodarzy) przedstawiciele kierownictwa Międzynarodowej Organizacji Dziennikarzy (MOD), Międzynarodowego Katolickiego Związku Prasy (UCIP), Stowarzyszenia Dziennikarzy Arabskich (FAJ) i Ligi Dziennikarzy Krajów ASEAN-u (CAJ). Z uczestnictwa w spotkaniu meksykańskim zrezygnowała Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy (IFJ), która brała udział w spotkaniu paryskim, oraz Unia Dziennikarzy Afrykańskich (UAJ), której przedstawiciele nie dojechali

na czas do Meksyku (na spotkaniu paryskim też ich nie było).

Podczas spotkania w Meksyku wyrażono poparcie dla deklaracji UNESCO o roli masowych środków komunikowania, wymieniano poglądy na etykę zawodową, na nowy międzynarodowy ład informacyjny, na pojęcie informacji, na ochronę dziennikarzy i ich sytuację ekonomiczną i społeczną. Postanowiono wydawać periodyk poświęcony wymianie informacji o działalności poszczególnych organizacji. Przyjęto z zadowoleniem zaproszenie do Czechosłowacji ze strony MOD-u na trzecie spotkanie w roku 1981.

Najdonioślejszym wynikiem II spotkania jest niewątpliwie dokument wspólnie opracowany i jednogłośnie zaakceptowany, nazwany „deklaracją meksykańską”, a poświęcony zasadom etyki dziennikarskiej.

Dokument ten z pewnością odegra bardzo ważną rolę w przygotowywaniu narodowych dziennikarskich kodeksów obyczajowych, w dostosowywaniu istniejących do aktualnych potrzeb, a także w przygotowaniu powszechnego kodeksu etyki dziennikarskiej, nad którym już od kilku lat pracuje się w UNESCO.

Poniżej zamieszczamy cały ten dokument w przekładzie z oryginału angielskiego.

Deklaracja meksykańska

My, przedstawiciele międzynarodowych i regionalnych niereformowanych organizacji, skupiających blisko 300 000 zawodowych dziennikarzy ze wszystkich kontynentów, na spotka-

niu w Mieście Meksyk, w dniach od 1 do 3 kwietnia 1980:

1. Deklarujemy nasze poparcie dla UNESCO, które zgodnie ze swym statutem obarczone jest zadaniem

działania na rzecz międzynarodowego pokoju i bezpieczeństwa i w tym celu popiera nie ograniczone dążenie do prawdy obiektywnej jak również wzajemne zrozumienie między ludźmi oraz prawdziwą i dokładniejszą wiedzę o życiu innych;

2. Wyrażamy naszą solidarność z deklaracją podstawowych zasad dotyczących działań środków masowego komunikowania w umacnianiu pokoju i zrozumienia między narodami, popieraniu praw człowieka i przeciwstawianiu się rasizmowi, apartheidowi i podżeganiu do wojny, przyjętą przez aklamację na XX sesji konferencji ogólnej UNESCO w 1978 r.;

3. Wyrażamy także nasze uznanie dla innych ważnych przedsięwzięć społeczności międzynarodowej, których celem jest popieranie pokojowych i demokratycznych stosunków w dziedzinie informowania, a szczególnie dla Aktu Końcowego Konferencji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie, podpisanego w Helsinkach w 1975 r.;

4. Deklarujemy naszą wolę podtrzymywania i dalszego rozwijania współpracy i kontaktów pomiędzy zawodowymi organizacjami pracujących dziennikarzy, w takich formach jak tradycyjne spotkania europejskich dziennikarzy na Capri i w Jambonnie, jak również niedawny dialog arabskich i europejskich dziennikarzy w Bagdadzie, spotkanie dziennikarzy z obszaru Andów i dwustronne spotkania przedstawicieli stowarzyszeń dziennikarskich w Azji Południowo-Wschodniej oraz, jako ostatni przykład, spotkania konsultacyjne przedstawicieli międzynarodowych i regionalnych organizacji dziennikarskich zwoływane przez UNESCO, rozpoczęte w Paryżu w 1978 r., a obecnie kontynuowane w Mieście Meksyk; zalecamy także, aby organizować spotkania dziennikarzy z sąsiadujących ze sobą krajów, przy zrozumiałym samo przez się założeniu, że stosunki między dziennikarskimi organizacjami opierać się mają na zasadzie pełnej równości, wzajemnego szacunku i wzajemnej nieingerencji w sprawy wewnętrzne poszczególnych organizacji;

5. Uznajemy postęp w określaniu etyki zawodowej dziennikarzy, zdemonstrowany ostatnio przez przyjęcie Łatynoamerykańskiego Kodeksu

Etyki Dziennikarskiej na II Kongresie FELAP w 1979 r.;

6. Proponujemy wszystkim międzynarodowym, regionalnym i krajowym organizacjom dziennikarskim, by zanalizowały treść poniższych zasad, które wyrażają wspólne podstawy obecnych krajowych i regionalnych kodeksów etyki dziennikarskiej, jak również istotne klauzule zawarte w różnych międzynarodowych dokumentach prawnych, w celu ich ewentualnego włączenia do swych przyszłych kodeksów etycznych, a wreszcie przygotowania wstępnej wersji międzynarodowego kodeksu etyki dziennikarskiej:

Zasada I:

Prawo narodów do prawdziwej informacji

Narody i jednostki mają prawo do uzyskiwania obiektywnego obrazu rzeczywistości za pośrednictwem dokładnej i pełnej informacji, jak również do swobodnej wypowiedzi za pomocą różnych środków kultury i komunikowania.

Zasada II:

Spółeczna odpowiedzialność dziennikarza

Głównym zadaniem dziennikarza jest służba na rzecz prawa do prawdziwej i autentycznej informacji rozumianej jako potrzeba społeczna a nie towar, co oznacza, że dziennikarz ponosi odpowiedzialność za przekazywaną informację i to nie tylko wobec tych, którzy sprawują kontrolę nad środkami przekazu, ale w ostatniej instancji wobec szerokiej publiczności z jej rozmaitymi interesami społecznymi.

Zasada III:

Zawodowa uczciwość dziennikarza

Spółeczna rola dziennikarza wymaga utrzymania w tym zawodzie wysokich standardów uczciwości, poczynając od prawa do powstrzymania się od działań niezgodnych z własnymi przekonaniami dziennikarza czy też prawa nieujawniania źródeł informacji, a również prawa uczestniczenia w podejmowaniu decyzji w tej instytucji komunikowania, w której dziennikarz jest zatrudniony. Zawodowa uczciwość nie zezwala dziennikarzowi na przyjmowanie w jakiej-

kolwiek formie łapówek ani też nie zezwala na popieranie jakiegokolwiek prywatnego interesu niezgodnego z dobrem powszechnym. Podobnie, plagiat stanowi pogwałcenie norm zawodowych.

Zasada IV:

Dostęp do informacji i uczestnictwo publiczności

Charakter zawodu wymaga także, by dziennikarz popierał dostęp publiczności do informacji i uczestnictwo publiczności w środkach przekazu, włączając w to prawo do sprostowania oraz prawo do odpowiedzi.

Zasada V:

Poszanowanie sfery prywatnej i godności człowieka

Integralną częścią norm zawodowych dziennikarza jest poszanowanie prawa człowieka do sfery prywatnej i godności osobistej, zgodnie z przepisami prawa międzynarodowego i krajowego, dotyczącymi ochrony praw i dobrego imienia człowieka, np. przed zniesławieniem, paszkwilem, potwarzą, oszczerstwem lub obmową.

Zasada VI:

Poszanowanie moralności publicznej

Podobnie, zawodowe normy dziennikarza nakazują należyty szacunek dla demokratycznych instytucji i moralności publicznej.

Zasada VII:

Poszanowanie wartości uniwersalnych i zróżnicowania kulturalnego

Ponadto prawdziwy dziennikarz staje w obronie uniwersalnych wartości humanizmu, przede wszystkim pokoju, demokracji, praw człowieka, postępu społecznego i wyzwolenia narodów, szanując zarazem odrębny charakter, wartość i godność każdej kultury, jak również prawo każdego narodu do wolnego wyboru i rozwijania swego systemu politycznego, społecznego, ekonomicznego i kulturalnego.

Zasada VIII:

Walka przeciw pogwałceniu praw ludzkości

Zgodnie z powyższym prawdziwy dziennikarz przyjmuje na siebie obo-

wiązek walki przeciw usprawiedliwianiu wojen agresywnych lub zachęcaniu do nich i do wyścigu zbrojeń, zwłaszcza w broń nuklearną, a także przeciw innym formom gwałtu, nienawiści, dyskryminacji narodowej, rasowej lub religijnej, przeciw uciskowi tyrańskich reżimów, a także przeciw wszelkim formom kolonializmu i neokolonializmu. Walka ta przyczynia się do powstawania klimatu opinii sprzyjającego międzynarodowemu odprężeniu, rozbrojeniu i rozwojowi narodów. Znajomość istotnych postanowień międzynarodowych konwencji, deklaracji i rezolucji należy także do etyki zawodowej dziennikarzy.

Zasada IX:

Popieranie nowego ładu międzynarodowego w dziedzinie informacji i komunikowania

Walka dziennikarza o powszechnie uznane cele toczy się we współczesnym świecie, w ramach działań zmierzających do nowych stosunków międzynarodowych w ogóle, a do nowego międzynarodowego ładu informacyjnego w szczególności. Ten nowy ład, rozumiany jako integralna część nowego międzynarodowego ładu ekonomicznego, ma na celu dekolonizację i demokratyzację w dziedzinie informacji i komunikowania, w oparciu o pokojową koegzystencję narodów i z pełnym szacunkiem dla ich swoistości kulturowej. Szczególnym obowiązkiem dziennikarza jest popieranie tego procesu demokratyzacji stosunków międzynarodowych w dziedzinie informacji, zwłaszcza przez obronę i popieranie pokojowych i przyjaznych stosunków między państwami i między narodami.

Zasada X:

Poświęcenie się dziennikarza sprawie obiektywnego przedstawiania rzeczywistości

Na koniec, prawdziwy dziennikarz przyczynia się do realizacji zasad powyżej sformułowanych przez uczciwą służbę sprawie obiektywnego przedstawiania rzeczywistości, sumiennie relacjonując fakty w ich właściwym kontekście, wskazując na ich podstawowe związki i nie powodując ich zniekształcania przez niewłaściwe wyolbrzymianie, należyście korzystając ze swych zdolności twórczych,

tak by publiczność otrzymała odpowiednią informację ułatwiającą kształtowanie się dokładnego i wszechstronnego obrazu świata, w którym przyczyny, charakter i natura wydarzeń, procesów i stanu rzeczy są rozumiane tak obiektywnie, jak jest to możliwe.

Kaarle Nordenstreng, przewodniczący, Jiří Kubka, sekretarz generalny; Międzynarodowa Organizacja Dziennikarzy (IOJ)

Marcel Furic, sekretarz administracyjny; Amador Merino, sekretarz;

Międzynarodowy Katolicki Związek Prasy (UCIP)

Eleazar Diaz Rangel, przewodniczący; Genaro Carnera Checa, sekretarz generalny; Stowarzyszenie Dziennikarzy Ameryki Łacińskiej (FELAP)

Mohamed Laarbi Messari, sekretarz; Sahib Hussain, członek Biura; Stowarzyszenie Dziennikarzy Arabskich (FAJ)

Djafof Assegaff, sekretarz; Liga Dziennikarzy ASEAN (CAJ)

Tłumaczył Andrzej Rusinek

25-letnie tradycje badań prasoznawczych w Lipsku

(Korespondencja własna)

Sekcja Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Karola Marksa w Lipsku obchodziła w ubiegłym roku 25 rocznicę istnienia. Na dwu konferencjach w roku jubileuszowym, które spotkały się z dużym uznaniem praktyków dziennikarstwa w NRD, dano przegląd obecnych kierunków badań jak i ich wyników.

Silniejsze zaakcentowanie problemów codziennej pracy dziennikarskiej znalazło odbicie już w samych tematach konferencyjnych. Omawiano realizację polityki partii przez środki masowego przekazu oraz podniesienie sprawności działania tych środków jako instrumentu politycznego sterowania procesami społecznymi. Równocześnie redaktorzy naczelni, członkowie dziennikarstwa NRD i prasoznawcy dokonali wymiany doświadczeń, można było podsumować te dziennikarskie doświadczenia, które poczyniono w związku z przygotowaniem różnorodnych akcji redakcyjnych z okazji 30. rocznicy NRD.

Konferencja „Ofensywna działalność dziennikarstwa w realizacji politycznej linii partii” przygotowana była na podstawie licznych wywiadów, przeprowadzonych z redaktorami naczelnymi gazet okręgowych. W konferencji wykorzystano uwagi i doświadczenia zespołów redakcyjnych, objętych badaniami. W tezach przygotowanych na konferencję oraz we wnioskach pokonferencyjnych podkreślono, w jaki sposób dzienni-

karstwo powinno uwzględniać kompleksowość wydarzeń politycznych, z którymi jest ono konfrontowane na co dzień. Stwierdzono, że tego rodzaju cele osiąga się poprzez elastyczne planowanie, skuteczne i różnorodnie przygotowane akcje oraz dobrze przemyślane koncepcje przy tworzeniu gazety lub audycji (kompozycja bloków dziennikarskich). Warunkiem jest tu wysoki poziom kolektywu redakcyjnego oraz planowania i kierowania w redakcji.

W podsumowaniu doświadczeń, płynących z akcji dziennikarskich przed 30 rocznicą NRD podkreśla się, że skuteczność światopoglądowego oddziaływania środków masowego przekazu na odbiorców można zwiększyć poprzez pokazywanie przykładów jednostkowych nie w oderwaniu, ale na tle całokształtu polityki i socjalistycznych ideałów. W związku z tym dziennikarz musi w swoim artykule uwypuklić przede wszystkim to, co wykracza poza ramy akcji i jednego dnia, o ile uczestnicy przedstawianych wydarzeń mają dojść do głosu przy uwzględnieniu ich motywacji politycznej i doświadczeń społecznych.

Dziennikarze muszą szybciej odkrywać nowości dnia codziennego. Wobec konieczności, jaką jest właściwe z klasowego punktu widzenia zaszeregowanie tych, niekiedy bardzo skomplikowanych i wręcz sprzecznych ze sobą wydarzeń dnia wzra-

stają wymagania stawiane kierownikom zespołów dziennikarskich. Odpowiednie spojrzenie, umiejętność i gotowość dziennikarzy odpowiedzialnych w redakcji za decyzje kierownicze, należy rozwijać i wystrzegać zawsze z pozycji długofalowo ustalonych warunków zależności ideologicznych. Z tej to pozycji należy ujmować aktualne wydarzenia polityczne dla gazety czy programu, należy je prawidłowo zestawiać, oceniać i w sposób przejrzysty przedstawiać odbiorcy. Przed dziennikarzem stawiane są duże wymagania tak pod względem politycznym jak i warsztatowym. Wymagana jest zdolność wyboru i wymiany materiałów, zestawiania i przedstawiania, opracowanie materiału mające na celu jego aktualizację i przedstawienie tematu w szerszym zakresie, trafne tytuły oraz sensowna szata graficzna czy układ wizualny i akustyczny. Szczególne znaczenie ma także prawidłowe zebranie i zgrupowanie informacji i argumentacji. Tego rodzaju kompozycja dziennikarskich wytworów może czytelnikowi, słuchaczowi czy widzowi dać lepszą orientację w często trudnych procesach politycznych.

Tę główną myśl zaakcentował w swoim referacie nowy dyrektor lipskiej Sekcji Dziennikarstwa, prof. dr Gerhard Fuchs, wysuwając na pierwszy plan realizację dziennikarskiej idei jako niepodzielnego procesu kierowania w redakcji. Nowości pod względem jakościowym w rozwiniętym socjalistycznym społeczeństwie nie można przekazywać odbiorcom tylko za pomocą zwykłych i wypróbowanych już w przeszłości środków i metod dziennikarskich — podkreślił w swym wystąpieniu. Planowanie dziennikarskie zawiera w sobie operatywność. Dziś jednakże najbardziej przydatne są takie plany, których duży stopień aktualności oparty jest na odpowiedniej podstawie teoretycznej i w ten sposób otwiera szerokie możliwości operatywnej działalności redakcji. Prof. Fuchs zilustrował to przykładami artykułów wstępnych i ważniejszymi tekstami dzienników radiowo-telewizyjnych. Referent przedstawił także metody organizowania różnych akcji dziennikarskich, podejmowanych przez prasę, radio i telewizję.

W dyskusji praktycy dziennikarstwa dzielili się doświadczeniami z

tego zakresu. Wypowiedzi w dyskusji oraz materiały złożone do protokołu były tak liczne, że pozwoliło to Sekcji Lipskiej poświęcić cały jeden zeszyt naukowy tej problematyce.

Na wyższym poziomie naukowym można było kontynuować tę interesującą debatę na właściwej konferencji jubileuszowej Sekcji, która odbyła się w Lipsku w dniach od 14 do 16 listopada 1979. Ponieważ konferencja ta była zorganizowana z okazji 30-lecia NRD, 25. rocznicy założenia Fakultetu Dziennikarstwa oraz 10-lecia istnienia Sekcji Dziennikarstwa na Uniwersytecie im. Karola Marksa, temat konferencji był nieco szerszy i brzmiał: „Socjalistyczne dziennikarstwo jako kronika współczesnej historii — świadomość historyczna i dziennikarstwo w 30. roku istnienia NRD”. Znaczenie tej konferencji było podkreślone udziałem licznych gości z NRD i z innych krajów socjalistycznych. Jako przedstawiciele prasoznawstwa w PRL w konferencji wzięli udział doc. dr Tadeusz Kupis, dziekan Wydziału Dziennikarstwa UW i doc. dr Walery Pisarek, dyrektor OBP w Krakowie.

Główne referaty wygłosili: byli wieloletni dyrektor Sekcji, prof. dr Emil Dusiska; obecny dyrektor, prof. dr Gerhard Fuchs oraz kierownik wydziału w KC SED, Klaus Radatz. Właściwe obrady odbywały się następnie w grupach roboczych. Goście przekazali serdeczne gratulacje z okazji jubileuszu lipskiej szkoły dziennikarskiej. Prof. G. Fuchs wyjaśnił w swoim referacie, że główna tematyczna myśl — dziennikarstwo jako kronikarz współczesnej historii — dlatego została wysunięta jako temat konferencji, że socjalistyczne dziennikarstwo jako instrument partii klasy robotniczej jest aktywnym współtwórcą współczesnej historii. Stoi ono w środku walk naszych dni. W tym sensie prasoznawstwo powinno widzieć swój wkład w tym, aby przyczynić się do wzmożonej politycznej i społecznej siły oddziaływania prasy, radia i telewizji. Lipscy prasoznawcy chcą więc jeszcze intensywniej i bardziej bezpośrednio wpływać na praktykę dziennikarską. Ale to wymaga przede wszystkim obszernej i dokładnej pracy w sferze teoretycznej. Prasoznawstwo osiąga większe zbliżenie do praktyki dziennikarskiej

i większe znaczenie dla praktyki nie poprzez ilustrację jego dzisiejszego stanu teoretycznego za pomocą praktycznych przykładów, lecz poprzez odczuwalny wzrost teorii. Dlatego też pierwszą wytyczną badań prasoznawczych Sekcji Dziennikarstwa w Lipsku na najbliższe lata jest przede wszystkim teoretyczne i wnikliwe zbadanie funkcji i zdolności oddziaływania socjalistycznego dziennikarstwa jako instrumentu partii przy kierowaniu społecznymi procesami teraźniejszości. Nadszedł czas, aby wychodząc od politycznej organizacji rozwiniętego społeczeństwa socjalistycznego oraz teorii polityki ująć dziennikarstwo w jego wzajemnych stosunkach z innymi środkami ideologiczno-politycznej pracy partii z masami, a dokładniej — w jego funkcji i jego rzeczywistym politycznym i społecznym oddziaływaniu. Zbadanie podstaw teoretycznych nie ma nic wspólnego z abstrakcyjnym teoryzowaniem. Prasoznawstwo powinno proponować w praktyce dziennikarskiej rozważania i rozwiązania, które w obecnych warunkach są korzystne i możliwe do realizacji. Przy czym pod pojęciem „obecne warunki” nie rozumie się powszechnie stosowanej praktyki, lecz zawsze aktualne wymogi politycznego kierownictwa. Prof. Fuchs przedstawił pogląd, aby badania empiryczno-analityczne koncentrować nie tylko na konkretnym artykule czy audycji, lecz aby coraz bardziej obejmować badaniami procesy powstawania wytworów dziennikarskich. „Chcemy studiować i naukowo analizować funkcjonowanie dziennikarstwa na miejscu, w redakcjach. Interesuje nas kierowanie życiem intelektualnym w redakcjach prasy, radia i telewizji”.

Podkreślając marksistowsko-leninowski charakter lipskiej Sekcji Dziennikarstwa dyrektor przedstawił perspektywiczny plan badań naukowych, prowadzonych obok zajęć dydaktycznych. Przy tym podkreślił konieczność brania pod uwagę **funkcjonalnego aspektu** pracy dziennikarskiej jako punktu wyjściowego i zarazem docelowego w badaniach prasoznawczych. Użyteczność i celowość poszczególnych form i struktur pracy dziennikarskiej lub wytworów dziennikarskich należy widzieć zawsze w relacji do przebiegu aktualnych wydarzeń politycznych. Jedna grupa

robocza zajmowała się tematem: „Socjalistyczne dziennikarstwo jako kronikarz współczesnej historii i instrument partii klasy robotniczej przy politycznym kierowaniu społeczeństwem w warunkach rozwiniętego społeczeństwa socjalistycznego”. Referat wprowadzający wygłosił tu doc. dr H. Pörschke. Podkreślił szczególnie konieczność szybkiego tempa przekazywania informacji politycznej przez techniczne środki komunikowania masowego. Przy dzisiejszej niesłuchanie dużej i stale rosnącej dynamice życia społecznego i walki klasowej takie tempo jest konieczne, aby masom nie przekazywano zinterpretowanej polityki post factum, ale żeby one same włączyły się aktywnie do polityki, aby mogły się stać jej podmiotem. W szeroko zakrojonej wymianie doświadczeń poruszono głównie zagadnienia praktyczne. Doc. dr Pisarek przedstawił w tej grupie roboczej udział badań prasoznawczych w doskonaleniu polskiego systemu prasowego. W ciągu 25-letniej już pracy marksistowskie prasoznawstwo PRL potwierdziło w wieloraki sposób swą praktyczną użyteczność.

Temat „Wymogi, możliwości i metody twórczej, pryncypialnej i bogatej w idee pracy dziennikarskiej przy realizacji i urzeczywistnianiu polityki klasy robotniczej” był przedmiotem obrad drugiej grupy roboczej. Zadaniem tej grupy było przede wszystkim przedyskutowanie doświadczeń, poczynionych w okresie przygotowawczym do obchodów 30 rocznicy NRD. Docent dr K. Puder wystąpił z referatem wprowadzającym. Właśnie w tej grupie wielu praktyków z wszystkich środków masowego przekazu NRD wyraziło chęć porównania doświadczeń w zakresie propagandy historycznej.

Trzecia grupa omawiała temat „Ofensywna walka z ideologią i polityką imperializmu przez socjalistyczne środki masowego przekazu, prasę, radio i telewizję — wymogi, możliwości, metody”. Podstawę do dyskusji stanowił referat dra P. Hamanna. Potwierdzono z dużym naciskiem tezę, że ideologiczna rozprawa z polityką imperializmu oraz z burżuazyjną i rewizjonistyczną ideologią nie jest jedynie chwilowa, przez wroga klasowego podyktowana reakcją, lecz jedną z obiektywnych

stron walki klasowej. W dyskusji nad tym zagadnieniem udział wzięli także prasoznawcy z CSRS. Szczegółowo omówiono także aspekty metodyczne, dotyczące walki z dywersją.

W sumie obie konferencje naukowe w Lipsku, a zwłaszcza jubileuszowa zademonstrowały wysoki poziom marksistowsko-leninowskiego prasoznawstwa w Niemieckiej Republice

Demokratycznej, jego ścisłą więź z praktyką dziennikarską jak i przydatność wymiany doświadczeń pomiędzy teoretykami prasy bratnich krajów socjalistycznych.

Grażyna Peter

Karl-Heinz Roehr

(Lipsk)

Nowe formy nauczania w szkołach dziennikarskich USA

(Korespondencja własna)

Począwszy od jesieni 1979, amerykańskie szkoły dziennikarstwa korzystają z nowej formy nauczania w zakresie osiągnięć z dziedziny badań komunikowania masowego.

Staraniem sekcji teorii i metodologii Stowarzyszenia Nauczycieli Dziennikarstwa AEJ produkuje się i rozpowszechnia taśmy magnetowidowe, zawierające wywiady z przedstawicielem jednej z czołowych szkół komunikowania. Każdy wywiad jest w zasadzie prezentacją osiągnięć badawczych szkoły i pozwala przynajmniej pobieżnie zorientować się w wynikach prowadzonych badań. Dotychczas wyprodukowano zaledwie 12 wywiadów, ale z ich doboru wynika, że przeprowadza się wywiady z przedstawicielami tych uniwersytetów, których szkoły dziennikarstwa i komunikowania cieszą się wysokim prestiżem pośród nauczających tego przedmiotu. Należą do tej grupy uniwersytety stanowe w Wisconsin, Minnesota, Michigan, Washington, Południowej Karolinie, a także Stanford i Annenberg School of Communication w Filadelfii.

Pragnąc się upewnić, czy dobór wywiadów zależy od prestiżu szkoły, pytałem nauczycieli dziennikarstwa w różnych stanach o (ich zdaniem) najlepsze szkoły w USA, prosząc równocześnie o podanie powodów tej szczególnej sławy. Pytania kierowałem do pracowników szkół dziennikarstwa w stanowych uniwersytetach Florydy, Ohio, New Jersey, a także American University w Waszyngtonie. Zaskoczyła mnie duża zbieżność wypowiedzi, a także kolejność wymienionych uniwersytetów, zgodna w dużym stopniu z listą dostępnych

obecnie wywiadów. Co charakterystyczne, w wypowiedziach tych podawano, że o prestiżu szkoły decyduje zwykle łączenie funkcji pedagogicznych z badawczymi. Z wypowiedzi tych wynika też, że prowadzenie obszernych badań w warunkach uniwersyteckich jest w tej chwili kluczem do sukcesu szkoły, ponieważ tylko uniwersytety, które prowadzą badania w zakresie komunikowania, mogą być atrakcyjne dla studentów pragnących uzyskać doktorat.

Wracając do wspomnianych wywiadów, pragnę w skrócie przedstawić dwa spośród nich.

Pierwszy to wywiad z prof. Jackiem McLeodem z Wisconsin. Mówi on, iż „jesteśmy obecnie na etapie konstruowania teorii komunikowania w oparciu o osiągnięcia badawcze przy użyciu metodologii innych nauk (psychologii społecznej, socjologii)”. Dalej objaśnia, że przez wiele lat rozwój dziedziny uzależniony był od „osiągnięć metodologicznych, a także po prostu od postępu technologicznego. Dziś, jego zdaniem „rozwiązanie będą wyraźnie badania długofalowe, dostrzegające nie tylko bezpośredni wpływ mediów, ale też wpływ w przyszłości. Zbliżamy się bardziej do studiów wybranych grup odbiorców, interakcji zachodzących między odbiorcami pod wpływem przekazów. Mam nadzieję, że będziemy mogli częściej symulować modele komunikowania”.

Pytany o plany badawcze prof. McLeod powiada: „Powrócę na pewno do spraw związanych z młodzieżą na tle rodziny, aby zobaczyć, jaka jest rola masowych mediów i komunikowania w rodzinie i szkole. Dalej

chciałbym też poznać bliżej procesy podejmowania decyzji o wyborze zawodu. Przypuszczam, że nie mamy jeszcze rozbudowanej dostatecznie strategii działania mediów w tym zakresie. Będę kontynuował próby porównania naszych badań z atrakcyjnymi badaniami europejskimi”.

Prof. McLeod jest dyrektorem Minnesota Communication Research Center, w którym badania przeprowadza wielu amerykańskich studentów zainteresowanych zagadnieniami komunikowania. Ośrodek ten jest sponsorem i doradcą dla licznej grupy młodych badaczy, którzy doświadczenia badawcze rozpoczynają tu właśnie, by po osiągnięciu doktoratu rozpocząć pracę w jednym z uniwersytetów amerykańskich.

Drugi wywiad przeprowadzony został z prof. Philipem Tichenorem, który twierdzi, że amerykańskie badania w zakresie komunikowania masowego wywodzą się z zapotrzebowań specjalistycznych grup dziennikarstwa (np. rolniczego). „Mielśmy do czynienia ze specyficzną publicznością, jak każdy wyspecjalizowany dział dziennikarstwa. Zajmowaliśmy się dwoma rodzajami procesów informacyjnych: informacją dla indywidualnego odbiorcy, dla jego użytku oraz decyzjami kolektywnymi dotyczącymi komunikowania w społeczeństwie, np. edukacji rolniczej”. I dalej: „Przyczynki do naszych prac pochodziły z modeli psychologii społecznej. Koncentrowaliśmy się na różnicach między zamierzonymi i niezamierzonymi efektami komunikowania. Klasyczne dziennikarstwo opiera się bowiem na komunikowaniu niezamierzonym, gdy tymczasem dziennikarstwo specjalistyczne ma charakter działania zamierzonego”. Zainteresowania prof. Tichenora oscylują jednak bardziej w granicach struktur komunikowania, wokół czynników sprzyjających procesom decyzyjnym w obrębie poszczególnych grup społecznych, w instytucjach publicznych, relacji między publiczną opinią a publicznym podejmowaniem decyzji. W swoich badaniach usiłuje on dowieść znaczenia struktury grupy przy podejmowaniu decyzji wydawniczych. Twierdzi, że konflikt prezentowany przez wydawcę lokalnej gazety będzie zwykle dotyczył spraw, jakie najprawdopodobniej dotyczą również jego samego. Konflikt natomiast prezentowany na

łamach gazety dużego okręgu będzie stosunkowo częściej dotyczył bardziej ogólnych zagadnień; prawdopodobieństwo, że edytor jest osobą związaną z tym konfliktem, jest znacznie mniejsze. „Interesowaliśmy się również dość rozpowszechnionym przekonaniem, że nadawcy często sami kreują konflikty społeczne, a z drugiej strony rzadko podejmują tematykę rzeczywiście istniejących w społeczeństwie konfliktów. Najczęściej jednak gazety w swej działalności wyolbrzymiają konflikty”.

Pytany o plany badawcze prof. Tichenor odpowiada: „Będziemy starali się lepiej zrozumieć procesy komunikowania nie tylko zdarzeń społecznych, ale też zmian zachodzących w społeczeństwie, ruchów społecznych. Moje tradycyjne już związki z socjologią prowadzą właśnie w tym kierunku. W rzeczywistości widać wyraźnie, że psychologia społeczna jest dominantą komunikowania masowego w Ameryce, jednak należy się spodziewać większego rozwoju badań nad nadawcą w procesie komunikowania”. Prof. Tichenor jest od lat wykładowcą w szkole dziennikarstwa uniwersytetu Minnesota, promotorem wielu prac doktorskich z zakresu komunikowania.

Przedstawione wywiady prezentują dwóch różnych badaczy komunikowania masowego w USA. Obydwaj są psychologami społecznymi i socjologami zarówno ze względu na metody badawcze, jak i tematy, jakie podejmują. Taka symbioza dwu różnych nauk w obrębie badań komunikowania masowego wydaje się dziś bardzo popularna w USA i jeśli ufać wypowiedziom tu przytoczonym, ma prowadzić do powstania jednolitej teorii komunikowania.

Nie należy podejrzewać, że nowa forma prezentowania osiągnięć badawczych w komunikowaniu masowym jest atrakcyjna dla przeciętnego studenta szkoły dziennikarstwa w USA. Wręcz przeciwnie, nauczanie bowiem nastawione jest przede wszystkim na trening podstawowych umiejętności zawodowych (professional skills). Ku mojemu zdziwieniu zauważyłem, że księgarnie w miastach uniwersyteckich zaopatrzone są niemal wyłącznie w podręczniki i skrypty, których tematyka nie ma nic lub bardzo mało wspólnego z badaniami. Podobnie specjalistyczne biblioteki uniwersyteckich szkół

dziennikarstwa nie obfitują zwykle w bogatą literaturę przedmiotu. Uświadamia to wyraźną rozbieżność między tym, czym zajmuje się pracownik uniwersytetu jako nauczyciel,

a tym czym ten sam człowiek zajmuje się jako badacz. Rozbieżności te starają się redukować tylko nieliczne uniwersytety.

Zbigniew Sobiecki

Konferencja na temat czasopiśmiennictwa literacko-kulturalnego w Polsce XX w.

25 i 26 marca 1980 r. odbyła się w Bydgoszczy konferencja naukowa nt.: Czasopiśmiennictwo literacko-kulturalne w Polsce XX w. Zorganizował ją Zakład Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej oraz Zakład Filologii Polskiej Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Bydgoszczy. Konferencja stworzyła okazję do zaprezentowania wyników badań prowadzonych w uczelni od kilku lat, skonfrontowania ich z postawami badawczymi innych ośrodków oraz wysunięcia postulatów i wniosków do dalszych poczyniń na tym odcinku. Otwierając obrady doc. dr Henryk Dubowik, kierownik Zakładu Bibliotekoznawstwa i dyrektor Biblioteki Głównej, zaznaczył, iż WSP w Bydgoszczy ma wyraźnie określony program działania. Biblioteka Główna gromadzi źródła do dziejów prasy pomorskiej, w tym czasopisma lub ich mikrofilmy. Na seminariach magisterskich opracowywane są monografie bibliograficzne czasopism, udostępnione czytelnikom. Zaś pracownicy naukowi bydgoskiej WSP przygotowują monografię pomorskich wydawnictw periodycznych obficie ilustrowaną reprodukcjami.

Oprócz gospodarzy w konferencji wzięli udział przedstawiciele Uniwersytetu Jagiellońskiego i WSP w Krakowie, Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu i Uniwersytetu im. Bolesława Bieruta we Wrocławiu, przedstawiając referaty bądź zabierając głos w dyskusji na obradach plenarnych albo dwóch równolegle działających sekcji: czasopiśmiennictwa do 1939 r. i czasopiśmiennictwa po 1945 r. W części plenarnej wygłoszono cztery referaty. Doc. dr Jerzy Konieczny mówił o „Współpracy Adama Grzymały-Siedleckiego z periodykami okresu Młodej Polski”; doc. dr hab. Jerzy Jarowiecki o „Czasopismach społeczno-literac-

kich w okresie okupacji hitlerowskiej”, a mgr Donata Górczyńska o „Problematyce czasopiśmiennictwa w pracach magisterskich WSP w Bydgoszczy”. Ostatni referat był przeglądem osiągnięć lat 1977—1979.

W sekcji I dominowała problematyka prasy lokalnej i regionalnej. Obok monograficznych opracowań *Myśli Narodowej*, *Kuriera Literacko-Naukowego* i *Prosto z mostu* znalazły się: „Czasopiśmiennictwo w Świeciu nad Wisłą” w latach 1840—1939 (doc. dr Zdzisław Mrozek), „Czasopisma w Grudziądzu w latach międzywojennych i ich rola w kształtowaniu kultury literackiej środowiska” (dr Eugenia Sławińska), *Wici Wielkopolskie* (mgr Mirosław Grochowalski), „Regionalne czasopisma podhalańskie w okresie XX-lecia międzywojennego i ich funkcja kulturowa” (dr Maria Jazowska-Gumulska) oraz „Początki prasy zakopiańskiej” (dr Jan Bujak).

Spośród dziesięciu referatów przewidzianych dla sekcji II cztery poświęcono problematyce literacko-kulturalnej *Forum*, *Polityki*, *Tygodnika Powszechnego* i *Przekroju*, cztery inne — *Przeglądowi Kulturalnemu*, *Współczesności*, *Literaturze* i *Tygodnikowi Kulturalnemu*. Z uwagi na odmienną problematykę i metodę opracowania na osobne odnotowanie zasługują wystąpienia mgra Henryka Czubały „Awangarda krakowska na łamach *Odrodzenia* i *Kuźnicy*” oraz mgra Krzysztofa Kopycińskiego „Model regionalnego czasopisma kulturalnego na przykładzie Pomorza”.

Organizatorzy konferencji zapowiedzieli opublikowanie materiałów. Nie zachodzi więc potrzeba dokładniejszego informowania choćby o wybranych referatach. Godzi się natomiast wypowiedzieć kilka uwag ogólniej-

szych. Trafny wydaje się pomysł doprowadzenia do konfrontacji wystąpień osób zawodowo i niezawodowo parających się badaniami, na dodatek z rozmaitych ośrodków. Stosunkowo wysoki i wyrównany poziom zreferowanych prac magisterskich dobrze świadczy o kierunku działań naukowo-dydaktycznych uczelni. Konferencja bydgoska nie ujawniła nowatorstwa metodologicznego. Raczej wskazywała na trzymanie się starych wypróbowanych metod w badaniach bibliograficznych i historycznych, gdzie troska o wierność, dokładność, rzetelność, udokumentowanie i obiektywizm jest najważniejszym postu-

latem. Dość jednostajnie brzmiące sformułowania szeregu tematów razić mogą czytającego program konferencji. Nie należy jednak wysnuwać stąd zbyt daleko idących wniosków, pamiętając że pewien schematyzm stylistyczny a nawet metodologiczny cechuje niemal wszystkie prace pisane pod kierunkiem przewodnika naukowego. WSP w Bydgoszczy zapowiada się jako ważna placówka badająca przeszłość prasy ziem północnej Polski. Lokalne środki masowego przekazu nie okazały zainteresowania konferencją.

Jan Bujak

Nauka i publicystyka wobec problematyki niemieckiej. IX spotkanie dyskusyjne w Poznaniu

Trudno byłoby wyobrazić sobie polskie niemcoznawstwo bez dorobku poznańskiego środowiska naukowego, a także bez tych dokonań, które powstały dzięki płynącemu stamtąd impulsom inspirującym oraz dzięki wysiłkom organizacyjnym i edytorskim tego ośrodka. Zanim jeszcze w 1972 roku Ośrodek Radiowo-Telewizyjny i Instytut Zachodni w Poznaniu oraz Ośrodek Szkolenia i Doskonalenia Kadr Komitetu do spraw Radia i Telewizji w Warszawie zorganizowały pierwsze spotkanie z cyklu „Nauka i publicystyka wobec problematyki niemieckiej”, dorobek i znaczenie poznańskiego środowiska naukowego w dziedzinie niemcoznawstwa były już utrwalone i znane. Wszystko to jednak tylko w części tłumaczy negasnące powodzenie tej dorocznej, a z wielu powodów specyficznej i merytorycznie bardzo istotnej imprezy. Sądzę, że zainteresowanie zawdzięcza ona również swej oryginalnej formule tematyczno-organizacyjnej, w rezultacie której co roku zbierają się w Poznaniu eksperci, reprezentujący środowiska naukowe i publicystyczne z całej Polski oraz praktykę polityczną. Nie inaczej było też w tym roku, na dziewiątym już spotkaniu, które odbyło się w dniach 26 i 27 marca w Pałacu Działyńskich.

Uwidoczniło się to w samym doborze głównych referentów, a także w dyskusji. Wśród tych pierwszych było

trzech przedstawicieli nauki (prof. A. Czubiński, doc. L. Janicki i doc. J. Sobczak), tyłuż publicystów (redaktorzy E. Guz, M. Podkowiński, Z. Ramotowski) oraz czterech przedstawicieli praktyki politycznej (dyr. J. Mąkosa i K. Drozd z MSZ i nacz. E. Nieroda z MHz oraz T. Zaręba z Wydziału Prasy, Radia i Telewizji KC PZPR).

Zwyczajem poprzednich lat, prof. A. Czubiński przedstawił analityczny obraz nowszego dorobku niemcoznawczego naszych ośrodków naukowych. Sporo miejsca poświęcił również publikacjom o Polsce, które powstały w RFN. Jego referat przedstawił nie tylko dorobek, lecz także to, co mamy do zrobienia i co zrobić powinniśmy w możliwie najkrótszym czasie, jeśli dorobek naszej dziedziny ma również mieć praktyczno-polityczne znaczenie. Źródłowo udokumentowany był również postulat prof. Czubińskiego w sprawie popularyzowania większych opracowań z omawianej tu dziedziny przez prasę i inne środki masowego komunikowania.

Doc. L. Janicki mówił o prawnych interpretacjach stosunków PRL—RFN, dokonywanych przez prawników zachodnioniemieckich, a doc. J. Sobczak o ewolucji stosunku głównych partii politycznych RFN wobec problematyki polskiej w latach 1969—1979.

Swoje refleksje i wnioski z perspektywy dziesięciolecia normalizacji stosunków Polska—RFN przedstawił M. Podkowiński, a dalszym ciągiem podjętej przezeń problematyki były referaty E. Guza oraz Z. Ramotowskiego. Pierwszy mówił o kierunkach zmian w podstawach środków masowego komunikowania RFN wobec Polski w latach 1969—1979, drugi zaś o tematyce polskiej w treściach przekazywanych przez prasę, radio i telewizję RFN u progu 1980 roku. Ani refleksje M. Podkowińskiego, ani E. Guza nie wymagają dalszej rekomendacji. Autorów znamy z licznych kompetentnych opracowań, opartych na materiale i doświadczeniach zebranych w RFN. Oba wystąpienia wzbogaciły to spotkanie w sposób niewątpliwy, a znaczącym uzupełnieniem był również referat Z. Ramotowskiego.

Dużym zainteresowaniem cieszą się zawsze referaty ekspertów, reprezentujących praktykę polityczną. Nie inaczej było w tym roku. Zapowiadały to już same tematy tych referatów. Tow. T. Zaręba — podobnie jak w latach poprzednich — przedstawił główne kierunki zainteresowań publicystyki polskiej problematyką RFN w roku 1980. Jest to zwykle na tym spotkaniu referat szczególnie oczekiwany. W tym roku został on ponadto tak skonstruowany, że mógł stanowić zarówno refleksję nad dotychczasowym dorobkiem publicystyki, jak i wytyczną kierunków jej dalszego rozwoju. Zawierał bowiem i analityczne, i inspirujące elementy. Walory te odnieść można również do referatu dyr. J. Mąkosa, który przedstawił główne aspekty polityki zagranicznej RFN wobec Polski, dyr. K. Drozda, który scharakteryzował doświadczenia i wnioski płynące z kontaktów kulturalnych Polski z RFN w latach 1969—1970 oraz nacz.

E. Nierody, który mówił o doświadczeniach kontaktów Polski w tychże latach w dziedzinie gospodarczej.

Wokół problematyki, przedstawionej w referatach rozwinęła się żywa dyskusja. Uczestniczyli w niej liczni przedstawiciele środowisk dziennikarskich i naukowych z całego kraju. Sporo miejsca zajęły zagadnienia stosunków kulturalnych oraz program i realizacja zagranicznej polityki kulturalnej RFN wobec Polski.

Dorobek omawianego tu, dziewiątego spotkania dyskusyjnego naukowców i publicystów — jak imprezę tę nazywają organizatorzy — potwierdził w pełni, że ma ona już swoje stałe grono uczestników, gwarantujących obradom odpowiedni poziom. Szkoda — a postuluję to z tego miejsca nie po raz pierwszy — że impreza nie ma do tej pory stałej publikacji. Jest ona bowiem forum ekspertów i wybitnych znawców przedmiotowej problematyki, których wiedza i doświadczenia mogłyby być lepiej spożytkowane, gdyby udostępniono je również tym, którzy w tych spotkaniach z różnych powodów nie mogą uczestniczyć. Nie bez znaczenia byłyby również walory dokumentacyjne i inspirujące takiej publikacji. Spotkania te są bowiem także swoistą giełdą dorobku naukowców i publicystów w omawianej tu dziedzinie. Są czymś w rodzaju prezentacji dokonań autorskich oraz doświadczeń i refleksji zebranych w roku poprzedzającym kolejne spotkania.

Sprawną organizacją obrad i troska o każdy szczegół ich przebiegu, to już wyłączna zasługa organizatorów, a zwłaszcza red J. Matuśzyńskiego z Rozgłośni Poznańskiej Polskiego Radia, co w słowie końcowym podkreślił zarówno T. Zaręba, jak i prof. A. Czubiński.

Józef Mądry

Wrocławskie sesja prasoznawcza po raz dziesiąty

Organizatorzy zapoczątkowanych przed dziesięciu laty z inicjatywy Aleksandra Berezy spotkań prasoznawców na temat: „Język, treść i funkcja publikacji prasowych” — Wrocławskie Wydawnictwo Prasowe, Instytut Filologii Polskiej i Instytut

Nauk Społecznych Uniwersytetu Wrocławskiego — mają nadzieję, że tymi sesjami przyczynią się do powstania w stolicy Dolnego Śląska ośrodka naukowego, a następnie i dydaktycznego, co miałyby duże znaczenie dla praktyki dziennikarskiej.

Tegoroczna sesja (16—17 IV 1980) koncentrowała się na wpływie prasy na kształtowanie świadomości społecznej i narodowej Polaków. W pierwszym dniu obrad doc. dr hab. T. Goban-Klas przedstawił wyniki badań, prowadzonych przez OBP w ramach tematu „Świadomość kulturalna Polaków”, koordynowanego przez prof. Cz. Hernasa. Prasoznawcy krakowscy, wykorzystując test ogólnopolski, starali się sprawdzić wiadomości, aktywność i preferencje kulturalne, które nasze społeczeństwo zawdzięcza prasie, radiu i telewizji. Stwierdzili większą rolę środków masowego przekazu w tworzeniu wspólnoty informacyjnej w zakresie kultury masowej (piosenkarze, seriale, bieżąca informacja społeczno-polityczna).

Red. J. Łazarz (Redakcja Analiz Prasowych, Warszawa) swoje spostrzeżenia pt. „Problematyka pracy w prasie pozawarszawskiej” sformułował w oparciu o analizę publikacji ośmiu dzienników partyjnych, zaś dr L. Dębowski (Instytut Dziennikarstwa UW) w referacie „Wpływ prasy na kształtowanie świadomości młodzieży”, przedstawiwszy środki masowego przekazu jako element środowiska wychowawczego oraz czynniki warunkujące powodzenie działalności wychowawczej, zanalizował społeczne uwarunkowania postawotwórczej roli prasy w środowisku młodzieżowym. Mgr K. Nordyńska (Łódzkie Wydawnictwo Prasowe) przedstawiła wyniki badań nt. „Nauka i naukowcy w opiniach odbiorców środków masowego przekazu”. 91% badanych jest przekonanych o decydującym wpływie nauki na wszelkie dziedziny życia, ale jej obraz jest konglomeratem elementów idealistycznych i utylitarnych.

W drugim dniu sesji w zespole prasoznawczym prof. J. Trzynałowski omówił udział prasy i jej stosunek do innych środków edukacji społecznej. Wystąpienie to niejako uzupełniał komunikat mgr A. Gregorkiewicza (Szczecińskie Wydawnictwo Prasowe) „Wybrane problemy wychowania morskiego na łamach prasy szczecińskiej w roku 35-lecia PRL”. Dr J. Glenśk (Instytut Śląski, Opole) przedstawił „Wkład prasy Śląskiej w kształtowanie świadomości społecznej”, dr R. Kalbarczyk (MAW Warszawa) — dynamikę zainteresowań młodzieży tematy-

ką zamieszczaną w prasie. „Prasa w systemie instrumentów sterowania procesami rynkowymi i konsumpcji” była tematem wystąpienia dra L. Zabińskiego i mgr G. Światłowy (UWr), zaś wyniki badań w OBP nad czytelnictwem selekcją zawartości gazety przedstawił mgr A. Skowroński.

Natomiast w zespole języka i historii prasy przeważała tematyka językoznawcza. Dr. J. Miodek (UWr) przedstawił zmiany zachodzące w polszczyźnie, które środki masowego przekazu upowszechniają. Zmiany te, mające swój początek w nieznanomości zasad języka u użytkowników, z powodu integracyjnej roli mediów mają szansę, aby stać się wzorcem językowym. Komunikaty M. Sałek „Fleksja nazwisk w prasie wrocławskiej” (przykłady ze *Słowa Polskiego* i *Wieczoru Wrocławia*), I. Kindykiewicz — „Fleksja nazwisk obcych w prasie wrocławskiej” (przykłady z *Gazety Robotniczej* i *Słowa Polskiego*) oraz M. Szykowski — „Czasownik w stylu sportowym” (na przykładzie *Przeglądu Sportowego*, omawiającego na swych łamach wszystkie dyscypliny sportowe przy użyciu wszystkich form dziennikarskich) były swoistym dopowiedzeniem referatu J. Miodka.

Interesujący referat dra J. Nieckuli (UWr) „O perswazyjnej funkcji tekstów prasowych” zasługiwałby na obszerniejsze omówienie.

Drugą grupę stanowiły referaty dotyczące historii prasy śląskiej. Mgr K. Nessel-Zagórska (Instytut Śląski, Opole) wychodząc od analizy zawartości *Odry* (katowickiej), *Śląska*, *Nowin Opolskich* i *Zeszytów Wrocławskich* omówiła rolę literatury pięknej w kształtowaniu świadomości społecznej czytelników prasy śląskiej, mgr M. Gierula (Zakład Dziennikarstwa UŚ) przedstawił *Kronikę Beskidzką* na tle rozwoju prasy lokalnej w województwie katowickim, zaś R. Kasprzyk zaprezentował wydawnictwa studentów wrocławskich (w zasadzie jednodniówki, biuletyny i informatory) w opracowaniu będącym niejako kontynuacją studium L. Herbsta z „Czasopism studentekich w Polsce 1971—1976” (1977).

Mgr W. Zarski na przykładzie ogłoszeń whisky szkockiej i kanadyjskiej w *Time*, *Playboyu* i *Penthouse* przedstawił reklamę w prasie ame-

rykańskiej, omawiając dobór słownictwa i stosunek tekstu do obrazu.

Niewątpliwie interesującym przedstawia się projekt zespołu: dr H. Satkiewicz, mgr G. Majkowskiej i mgra W. Gruszczyńskiego z Warszawy — zbadania świadomości językowej dziennikarzy. Dotychczas badania dotyczyły w za-

sadzie języka w środkach masowego przekazu, tekstu już poddanego działalności adiustatorów i korektorów. Projektowane badania skupić się mają na samym nadawcy (dziennikarze „piszący” i „funkcyjni” oraz studenci dziennikarstwa).

Józef Kozak

IX posiedzenie komisji koordynacyjnej ds. wymiany informacji naukowej z zakresu prasoznawstwa

Z inicjatywy służby dokumentacyjno-informacyjnej Międzynarodowej Organizacji Dziennikarzy w dniach 5—6 maja br. w Pradze odbyło się kolejne, dziewiąte, posiedzenie Komisji Koordynacyjnej ds. wymiany informacji naukowej z zakresu prasoznawstwa, w którym uczestniczyli przedstawiciele Naukowo-Badawczego Ośrodka Dziennikarskiego przy Związku Dziennikarzy Bułgarskich w Sofii (W. Brezinowa — kier. sekcji „Expresse informatie”, T. A. Adamowa — kier. działu dokumentacji), Narodowego Naukowo-Informacyjnego Ośrodka Instytutu Kultury w Bułgarii (M. Amowa — kier. sekcji „Expresse informatie”), Wydziału Dziennikarskiego Uniwersytetu Karola w Pradze (K. Malec — kier. biblioteki naukowej), Zakładu Teorii i Historii Dziennikarstwa Uniwersytetu Komenskiego w Bratysławie (D. Brocko — oddział dokumentacji), Dziennikarskiego Zakładu Badawczego w Bratysławie (K. Denešova — kier. pracowni informacji naukowej), Instytutu Badawczego Środków Masowego Komunikowania w Budapeszcie (J. Lukats — kier. pracowni informacji i dokumentacji), Sekcji Dziennikarskiej Uniwersytetu im. K. Marksa w Lipsku (A. Motzka — kier. pracowni dokumentacji naukowej), Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie (S. Dziki — kier. Pracowni Dokumentacji) i Informacji Naukowej) i Międzynarodowej Organizacji Dziennikarzy (V. Slavik — kier. służby dokumentacyjno-naukowej).

Główna problematyka posiedzenia sprowadzała się do przedyskutowania dwu problemów: nowych zasad pracy Komisji oraz sposobu współpracy ze służbą dokumentacyjno-informacyjną MOD.

Od wielu lat członkowie Komisji (powstała w 1967 r. z inicjatywy bratysławskiego Dziennikarskiego Zakładu Badawczego) czynili starania, by tej Komisji, pracującej bez żadnego organizacyjno-terytorialnego powiązania z instytutem (bądź organizacją), nadać status komisji podporządkowanej konkretnemu instytutowi. Po wielu staraniach dopiero w ostatnim okresie udało się cel ten zrealizować dzięki Międzynarodowej Organizacji Dziennikarzy, która przywiązuje coraz większą wagę do badań naukowych i prac dokumentacyjno-informacyjnych. Dotychczasowa Komisja Koordynacyjna zostaje przekształcona w organ koordynacyjny ds. informacji i dokumentacji służby dokumentacyjno-informacyjnej MOD. Nowy organ pragnie kontynuować dotychczas zakładane cele:

— gromadzić informacje, które będą pomocą w realizowaniu krótko- i długoterminowych planów badawczych poszczególnych ośrodków;

— kontynuować wymianę informacji o pracach realizowanych w poszczególnych ośrodkach badawczych;

— poszukiwać coraz to nowych metod i technik pracy dokumentacyjnej, które mogą przyczynić się do wypracowania jednolitego systemu;

— koordynować opracowywanie bibliografii, informatorów, porównawczych studiów, które mogłyby być publikowane bądź wspólnie, bądź też jako indywidualne przedsięwzięcia poszczególnych ośrodków;

— współpracować ze Środkowo-europejskim Ośrodkiem Dokumentacji Badań nad Środkami Masowego Komunikowania (CECOM), Sekcją Bibliograficzną AIERI i innymi ośrodkami dokumentacyjnymi.

W dalszej części przedyskutowano ogólne założenia planu pracy na rok 1980, a szczególnie udział członków koordynacyjnego organu w pracach dokumentacyjnych służby dokumentacyjnej. MOD. Komórka ta opracowuje głównie tematyczne zestawienia dokumentacyjne, dotyczące wybranych problemów środków masowego komunikowania, szczególnie tych, które wzbudzają aktualne zainteresowanie organizacji dziennikar-

skich. Wiele uwagi poświęcono tematu „Dziennikarstwo socjalistycznych krajów w walce przeciw ideologicznej dywersji imperializmu”. W dalszej kolejności podejmowane będą prace nad nowymi technikami w środkach masowego komunikowania, nowym międzynarodowym łańcem informacyjnym, monopoużycia środków masowego komunikowania.

Sylwester Dziki

III Seminarium Prasoznawcze w Katowicach

Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego oraz Rada Wojewódzka Federacji SZMP w Katowicach zorganizowały III Seminarium Prasoznawcze w dniach od 15 do 17 maja 1980. Tym razem tematem była „Prasa młodzieżowa Polski Ludowej i bratnich krajów socjalistycznych”.

Krąg uczestników sesji w porównaniu z latami poprzednimi znacznie się poszerzył. Oprócz katowickich wykładowców i studentów dziennikarstwa oraz prasoznawców z innych placówek krajowych przybyli także goście zagraniczni: dr Ulla Ackner z Sekcji Dziennikarskiej Uniwersytetu im. Karola Marksa w Lipsku, prof. Rudolf Borecki z Uniwersytetu im. Łomonosowa w Moskwie, dr Hilda Holinová i dr Vladimír Holina z Dziennikarskiego Instytutu Badawczego w Bratysławie. Uczestniczyli również przedstawiciele szeregu Komisji Historycznych Rad Wojewódzkich FSZMP i studenckich kół naukowych z Łodzi, Poznania, Warszawy, Wrocławia, członkowie Sekcji Prasoznawczej Koła Politologów UŚ. Wszystkich serdecznie powitali: przewodniczący RW FSZMP w Katowicach Jarosław Klima oraz prorektor UŚ prof. dr hab. Jan Kantyka, po czym odznakami im. Janka Krasickiego udekorowano kilka osób zasłużonych dla ruchu młodzieżowego. M. in. złotą odznakę wręczono drowi Józefowi Mądrymu, a brązową mgrowi Bolesławowi Duchiewiczowi z Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UŚ.

W pierwszym dniu ogłoszono 3 referaty. Z ramienia gospodarzy dr Krzysztof Janik omówił ewo-

lucję polskiego postępowego ruchu młodzieżowego od czasu zaborów po współczesność. Redaktor naczelny ITD Wojciech Furman bardzo zwięźle, ale interesująco przedstawił najważniejsze cykle publicystyczne swojego pisma, zwłaszcza „Spór o przyszłość”, który często inspirował tematy innych publikacji cyklicznych jak „Sonda” czy „Ring”, a także reportaży i fotoreportaży. Organizowane trzy razy w roku „warsztaty teoretyczne” z udziałem kilkunastu osób wykroczyły już poza ramy jednej redakcji ITD.

Dyrektor ds. dziennikarstwa INP UŚ dr Józef Mądry naszkicował rodowód prasy młodzieżowej od końca XIX w. do współczesności. Prasę młodzieżową scharakteryzował jako swoisty fenomen — wyróżnik polskiej prasy. Zarysował szereg propozycji typologicznych dla celów naukowo-badawczych. Referent podkreślił stałą grawitację tej prasy ku lewicy młodzieżowej, z którego to nurtu wyrastają korzenie prasy młodzieżowej w Polsce Ludowej.

Ponieważ głównym akcentem tematycznym tegorocznego seminarium był tygodnik studencki ITD, w hallu Wydziału Nauk Społecznych UŚ urządzono ciekawą wystawę fotografii z tej redakcji, Krzysztofa Gieraltowskiego.

Drugi dzień miał przebieg nietypowy dla imprezy tego rodzaju. Większość uczestników zwiedziła kopalnię węgla i spotkała się tam z aktywnym młodzieżowym, natomiast goście zagraniczni w katowickim Klubie Międzynarodowej Prasy i Książki uczestniczyli w dyskusji o prasie w krajach socjalistycznych.

Po południu właściwe obrady zaczął referat prof. R. Boreckiego o prasie młodzieżowej w Kraju Rad, której tradycje sięgają 1918 r. (*Motodaj Kommunist*). Referent omówił wielorakie funkcje (ideowo-polityczne, społeczno-wychowawcze, poznawcze, wychowania patriotycznego i internacjonalistycznego) w ich wzajemnym związku, strukturę (administracyjno-geograficzną, periodyczną, rodzajową) prasy młodzieżowej. Pod tym względem jest ona bardzo zróżnicowana, gazety w poszczególnych republikach mają wydania w językach narodów i narodowości. Brak w ZSRR tradycji tygodników, rozpowszechnione są natomiast dwutygodniki i bardziej specjalistyczne (np. popularnonaukowe) tzw. „grube czasopisma”, często wysokonakładowe. Wśród pism literacko-artystycznych szczególną rolę spełnia *Junost'*, założone przez W. Katajewa, obecnie pod redakcją B. Polewoja. Sam za siebie mówi fakt, że najczęściej odznaczana — aż pięciu orderami — gazeta radziecka jest *Komsomolskaja Prawda*. Prof. Borecki przypomniał znane szeroko interesujące badania socjologiczne zainspirowane przed laty w tej redakcji. W zakończeniu referent zaakcentował rolę młodzieżowych programów radiowych i telewizyjnych w obecnych tendencjach rozwojowych radzieckiej propagandy wśród młodzieży.

Dr H. Holinová omówiła strukturę prasy młodzieżowej w ČSRS i badania nad aktywnością kulturalną młodzieży słowackiej. Pamiętać trzeba o dwu narodowych podsystemach u naszych południowych sąsiadów, które określają strukturę prasy — także młodzieżowej. Liczy ona 2 dzienniki, ilustrowany tygodnik czeski oraz tygodnik dla mniejszości węgierskiej, 35 tytułów bardzo zróżnicowanej prasy dziecięcej, czasopisma techniczno-przyrodnicze, miesięczny dodatek literacki, czasopisma studenckie i uczniowskie (w środowiskowym kolportażu zamkniętym). Badania nad aktywnością kulturalną młodzieży słowackiej autorka przedstawiła już w ZP (1979 nr 2). Przypomnijmy więc tylko, że prawie 30% badanej populacji wcale nie czyta gazet i że stronią od ich lektury akurat uczniowie lepsi; wzorce osobowe czerpią młodzi Słowacy przede wszystkim z telewizji i książek, ale

jednak w ok. 20% z czasopism, niespodziewanie dopiero potem z filmu, wreszcie z radia i na końcu z gazet (bądź co bądź 6%).

Dr U. Ackner referat pt. „Rozwój i aktualny stan prasy młodzieżowej i dziecięcej w NRD” wygłosiła po polsku. Prasa ta w 4 mln egz. jednorazowego nakładu jest rozprowadzana w prenumeracie, na której opiera się w ogóle tamtejszy kolportaż. Wśród pism odgrywających szczególną rolę jest dziennik *Junge Welt* o milionowym nakładzie, studencki dwutygodnik *Forum*, tygodnik pionierów *Die Trommel*, gazeta w dwóch mutacjach językowych górno- i dolnołużyskiej, dwa czasopisma popularnonaukowe, dwa miesięczniki rozrywkowe i inne. Każda grupa wieku i zainteresowań ma swoją prasę, przy czym unika się dublowania.

Duże zainteresowanie wywołał referat dra Zbigniewa Bajki z Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie pt. „Wybrane aspekty świadomości historycznej młodych Polaków”. Przykłady i wnioski z badań empirycznych poszerzyły problematykę zakreśloną tematem seminarium.

Dr Lechosław Dębowski z Instytutu Dziennikarstwa UW mówił o informacyjnej i postawotwórczej wartości środków masowego komunikowania dla młodzieży. Także ten referat opierał się na badaniach socjologicznych. Stwierdzone negowanie czy niedostrzeganie przez młodzież wpływu prasy (pod wpływem stereotypów?) uzasadnia apel o zwielokrotnienie i pogłębienie badań w tym zakresie.

Referaty drugiego dnia zamknął głos mgra Tadeusza Kowalskiego (Inst. Dziennikarstwa UW). Podjął on próbę statystycznej charakterystyki prasy młodzieżowej w latach 1977—1979. M. in. podkreślił nieostrość terminu „prasa młodzieżowa”, nieuwzględnianie w statystyce — wbrew zaleceniom UNESCO — czasopism studenckich i inne czynniki utrudniające precyzyjną analizę tej grupy prasy, którą szacuje się na ok. 40 tytułów (14 rozprowadzanych powszechnie) w jednorazowym nakładzie 1,8 mln egz.

W ostatnim dniu obrady otwarło wystąpienie dra Macieja Chrzanowskiego (OBP) pt. „Kulturo-

twórcze funkcje *ITD* na tle innych czasopism studenckich". Przy około 140 tys. egz. nakładu tylko 35% odbiorców stanowią studenci i uczniowie, ale aż 80% czytelników legitymuje się wykształceniem wyższym lub aktualnie uzyskiwanym na studiach. Zdaniem referenta, trudno w przypadku *ITD* mówić o magazynie; jest to raczej pismo opinii. Teksty „kulturalne” zajmują ok. 15% zawartości, najwięcej po ideologii i polityce. Dla przykładu problematyka ta w *Studencie* zajmuje więcej niż drugie tyle miejsca, ale w *ITD* obserwujemy tendencję wzrostową. Do najcenniejszych walorów pisma referent zaliczył łączenie uczestnictwa w kulturze z aktywnością społeczną propagowaną wśród czytelników.

Komunikaty przedstawicieli studenckich kół naukowych i wystąpienia dyskusyjne dydaktyków dziennikarstwa oraz członków Komisji Historycznych FSZMP przyczyniły się również do poszerzenia i uatrakcyjnienia tematyki konferencji. Prze-

wodniczący Komisji Historycznej w Katowicach mgr Lubomir Gromadka przedstawił propozycję poświęcenia przyszłorocznego seminarium postępowemu ruchowi młodzieżowemu i jego prasie w latach trzydziestych. Zamykając obrady, dr J. Mądry dziękował wszystkim referentom, dyskutantom i uczestnikom, a także współorganizatorom sesji — Radzie Wojewódzkiej FSZMP w Katowicach, która przede wszystkim umożliwiła bezpośrednie spotkanie z młodzieżą górniczą. Liczy się także na możliwość opublikowania referatów i wybranych komunikatów w katowickim wydawnictwie poświęconym ruchowi młodzieżowemu. Przewodniczący obrad nie ukrywał jedyne-istotnego mankamentu tej ciekawej, sprawnie zorganizowanej i poprowadzonej, licznie obsłanej konferencji: razila nieobecność większości redakcji młodzieżowych, z niewątpliwą szkodą dla nich samych.

Paweł Dubiel

KRONIKA PRASY POLSKIEJ

(1 stycznia—31 marca 1980) *

18 I — spotkanie zastępcy prezesa Zarządu CZSP W. Dłużniaka z zespołem *Spółdzielczości Pracy* na temat zadań dwutygodnika w rozwoju spółdzielczości pracy.

21 I — w Szczecinie Sekretariat KW PZPR z udziałem wiceprezesa ZG RSW „P-K-R” B. Stępnia ocenił realizację uchwały instancji partyjnej w sprawie rozwoju środowiska dziennikarskiego. Obszerniejsze sprawozd.: *Głos Szczeciński* nr 17.

25 I — w Olsztynie narada na temat udziału środków masowego przekazu w kampanii przed VIII Zjazdem PZPR, z udziałem zastępcy kierownika Wydziału Prasy, Radia i TV KC W. Ilczuka.

26 I — w Krakowie z okazji 35-lecia *Dziennika Polskiego* spotkanie zastępcy członka Biura Politycznego i sekretarza KK PZPR K. Barcikowskiego z kierownictwem redakcji.

1 II — I sekretarz KC PZPR E. Gierek spotkał się z członkami Prezydium Zarządu Głównego SDP oraz gronem publicystów prasy, radia i tv. Podziękował dziennikarzom za aktywność i zaangażowanie w przygotowaniach do Zjazdu oraz w kampanii sprawozdawczo-wyborczej. Wyrzucił przekonanie, że polskie dziennikarstwo będzie tak jak dotąd również w przyszłości sojusznikiem partii w umacnianiu jej więzi z ludźmi pracy, w przyspieszaniu rozwoju kraju i poprawie warunków życia narodu.

4 II — w Ministerstwie Zdrowia i Opieki Społecznej spotkanie dziennikarzy z kierownictwem resortu i zastępcą kierownika Wydziału Administracyjnego KC P. Stecką na temat krytyki prasowej. Obszerniejsze sprawozdanie: *Stużba Zdrowia* nr 6.

5 II — w Katowicach z okazji 35-lecia *Trybuny Robotniczej* ogólnopolska sesja prasoznawcza poświęcona roli TR i jej funkcjom w regionie i miejscu w systemie prasy PRL, zorganizowana przez redakcję TR, Uniwersytet Śląski i Śląskie Wydawnictwo Prasowe. Sprawozdanie: *Zeszyty Prasoznawcze* 1980 nr 2 s. 157.

* Wraz z uzupełnieniem za poprzednie miesiące.

9 II — w Poznaniu w Oddziale Wojewódzkim NOT konferencja na temat roli i funkcji prasy technicznej wydawanej przez „Sigmę”. Obszerniejsze sprawozdanie: J. Bekas: Źródło najnowszej wiedzy i techniki, *Express Poznański* nr 31.

15 II — do centralnych władz partyjnych na VIII Zjeździe PZPR wybrano 19 dziennikarzy (członków Komitetu Centralnego — 6, zastępców członków KC — 6, do Centralnej Komisji Rewizyjnej — 5, Centralnej Komisji Kontroli Partyjnej — 2).

16 II — w Katowicach spotkanie delegatów na VIII Zjazd PZPR ze śląskim środowiskiem dziennikarskim. M. in. relacja z przebiegu prac XVI zespołu problemowego, zajmującego się sprawami kultury, sztuki, i środków masowego przekazu.

18—20 II — pod przewodnictwem członka Biura Politycznego sekretarza KC PZPR J. Łukaszewicza narada pracowników prasowej służby zagranicznej z udziałem ambasadorów PRL akredytowanych w wielu krajach. Zadania stojące przed prasową służbą zagraniczną przedstawił kierownik Wydziału Prasy, Radia i TV KC PZPR K. Rokoszewski, w naradzie uczestniczyli również: przewodniczący CKKP J. Muszyński oraz kierownicy Wydziałów KC — kultury B. Gawroński i zagranicznego W. Piątkowski.

19 II — w Szczecinie spotkanie środowiska dziennikarskiego z delegatami na VIII Zjazd PZPR.

22 II — w KC PZPR pod przewodnictwem członka Biura Politycznego sekretarza KC J. Łukaszewicza narada redaktorów naczelnych prasy, radia i TV oraz I sekretarzy redakcyjnych organizacji partyjnych poświęcona omówieniu zadań masowych środków przekazu w upowszechnianiu uchwał VIII Zjazdu PZPR oraz kampanii wyborczej do Sejmu i wojewódzkich rad narodowych. Podstawę do dyskusji stanowił referat kierownika Wydziału Prasy, Radia i TV KC PZPR K. Rokoszewskiego.

27 II — w Wydawnictwie „Epoka” spotkanie dziennikarzy z wiceprzewodniczącym CK SD wicemarszałkiem Sejmu P. Stefan- skim poświęcone problemom związanym z wyborami do Sejmu i wojewódzkich rad

narodowych oraz roli prasy i krytyki prasowej.

4 III — w Wałbrzychu spotkanie I sekretarza KW PZPR J. Grochmalickiego z dziennikarzami związanymi z woj. wałbrzyskim.

12 III — lubelski *Sztandar Ludu* w 35-lecie powstania uchwałą Rady Państwa odznaczony orderem Sztandar Pracy II stopnia.

14 III — prezes NK ZSL marszałek Sejmu S. Gućwa spotkał się z odchodzącym na emeryturę redaktorem naczelnym *Więści* J. Wojdakiem i obejmującym to stanowisko J. Gawrońskim.

15 III — w Kielcach spotkanie dziennikarzy z I sekretarzem KW PZPR W. Gadowskim. Omówiono zadania środowiska dziennikarskiego w aktualnej sytuacji.

18 III — kierunki pracy w realizacji uchwał VIII Zjazdu PZPR omówił na spotkaniu z dziennikarzami lubelskimi zastępca kierownika Wydziału Prasy, Radia i TV KC PZPR W. Ilczuk.

15 III — dziennikarze zajmujący się problematyką rolną zapoznali się z osiągnięciami naukowymi i wynikami wdrożeń badań w naukowych zakładach doświadczalnych sadownictwa, warzywnictwa i kwaciarstwa w Skierniewicach, Dąbrowicach i Guzowie.

16 III — nagrody marszałka Sejmu za publikacje poświęcone pracy Sejmu VII kadencji otrzymali: *Trybuna Ludu* (zespolowo), Z. Balicki (*Gazeta Robotnicza*), S. Podemski (*Kurier Polski*) i S. Skotnicki (PR).

18 III — w Lublinie spotkanie I sekretarza KW PZPR W. Kruka z przedstawicielami środowiska dziennikarskiego na temat VIII Zjazdu PZPR.

21 III — członek Biura Politycznego sekretarz KC PZPR J. Łukaszewicz spotkał się z kierownictwem Uniwersytetu Warszawskiego. Omówiono problemy kształcenia dziennikarzy na tej uczelni. W spotkaniu uczestniczył kierownik Wydziału Prasy, Radia i TV KC PZPR K. Rokoszewski.

23 III — w wyborach do Sejmu PRL mandaty poselskie uzyskało 19 dziennikarzy, m. in. redaktorzy naczelni *Trybuna Ludu*, *Zielonego Sztandaru*, *Chłopskiej Drogi*, *Polityki*, *Trybuna Robotniczej*, *Słowa Powszechnego*, *Wsi Współczesnej*.

25 III — członek Biura Politycznego KC PZPR przewodniczący CRZZ J. Szydlak spotkał się z zespołem redakcyjnym *Głosu Pracy*. Omawiano problemy i zadania prasy związkowej.

26 III — w Komitecie Centralnym PZPR narada redaktorów prasy, radia i tv poświęcona omówieniu Dni Kultury Radzieckiej w Polsce. (18–27 IV 1980) — z udziałem kierowników wydziałów KC: prasy, radia i tv — K. Rokoszewskiego, pracy ideowo-wychowawczej — W. Beka, kultury — B. Gawrońskiego.

26 III — sprawy związane z doskonaleniem pracy ideowo-wychowawczej w rea-

lizacji Uchwał VIII Zjazdu PZPR omawiano na plenarnym posiedzeniu KW PZPR w Katowicach, skupiającym się na aktualnych zadaniach *Trybuna Robotniczej*. W obradach wzięli udział członkowie Biura Politycznego KC — I sekretarz KW PZPR w Katowicach Z. Grudzień i sekretarz KC J. Łukaszewicz, a także przewodniczący ZG SDP redaktor naczelny *Trybuna Ludu* J. Barecki, przewodniczący Komitetu ds. Radia i TV M. Szczepański, członkowie rady redakcyjnej TR z jej przewodniczącym zastępcą kierownika Wydziału Prasy, Radia i TV KC PZPR W. Ilczukiem oraz przedstawiciele wojewódzkich instancji partyjnych z Bielska-Białej, Opola, Częstochowy, aktyw ideowo-wychowawczy i dziennikarze. Obszerniejsze sprawozdanie: *Trybuna Robotnicza* nr 70.

29 III — w Radomiu obrady Sekretariatu KW PZPR poświęcone twórczej roli krytyki prasowej, z udziałem zastępcy kierownika Wydziału Prasy, Radia i TV KC PZPR W. Ilczuka i wojewody radomskiego R. Maćkowskiego.

KONTAKTY MIĘDZYNARODOWE

18–20 I — w Krakowie spotkanie dziennikarzy zagranicznych akredytowanych w Polsce oraz attachés prasowych niektórych ambasad ze Społecznym Komitetem Odnowy Zabytków oraz konferencja prasowa u władz miasta.

19 I — w Krakowie spotkanie grupy dziennikarzy radzieckich ze środowiskiem dziennikarzy krakowskich na temat funkcjonowania środków masowego komunikowania w Polsce.

22 I — w województwie wałbrzyskim przebywała grupa dziennikarzy bułgarskich pod przewodnictwem członka kolegium redakcyjnego *Rabotniczesko Delo* W. Wonowa.

29 I — rzecznik prasowy rządu wice-min. W. Janiurek przyjął kierownika działu politycznego redakcji *Večernji List* z Zagrzebia, przebywającego w Polsce w związku z 35-leciem *Dziennika Polskiego*. W spotkaniu uczestniczył przewodniczący Klubu Redakcyjnego SDP W. Chećko.

I — w ramach stałej współpracy *Gazety Współczesnej* z rumuńską *Vremea Noua* przebywał w Polsce zastępca red. naczelnego *Vremea* — L. Ghidale.

21 II — w siedzibie SDP w Warszawie ambasador Rumunii I. Cozma spotkał się z członkami Klubu Publicystów Międzynarodowych SDP. Tematem spotkania były problemy polityki wewnętrznej i zagranicznej Rumunii.

27 II — w Moskwie odbyło się spotkanie przedstawicieli agencji prasowych krajów socjalistycznych: „Sofia Press” (Bułgaria), „Orbis” (CSRS), „Panorama” (NRD), „Interpress” (PRL), „Agerpress” (Rumunia), „Budapress” (Węgry) i Agencji Prasowej „Nowosti” (ZSRR). Uczestnicy omówili działalność informacyjną i współpracę w 1980.

28–29 II — w Genewie obradował komitet redakcyjny międzynarodowego dodatku prasowego 16 redakcji *Zycie i Świat*.

Oceniono wyniki rocznej współpracy gazet z wyspecjalizowanymi agendami ONZ. Do grupy pism wydających *Życie i Świat* w styczniu dołączyło *To Vima* z Aten.

6-9 III — na zaproszenie red. naczelnego *Trybuny Ludu* przebywał w Polsce członek Biura Politycznego KC KP Finlandii redaktor naczelny *Tiedonantaja U. Jokinen*. Tematem rozmów była dalsza współpraca obu gazet. U. Jokinen spotkał się z kierownikiem Wydziału Zagranicznego KC PZPR W. Piątkowskim.

9 III — w Moskwie porozumienie o współpracy między SDP i Związkiem Dziennikarzy ZSRR na lata 1980-1984 oraz protokoł na rok 1980 podpisali prezes ZG SDP J. Barecki i przew. ZD ZSRR W. Afanasjew.

11 III — w Pradze redaktor naczelny PAP J. Roszkowski i dyrektor generalny Czechosłowackiej Agencji Prasowej O. Sverčina podpisali umowę o współpracy między obu agencjami.

14 III — na spotkaniu z dziennikarzami ambasador WRL w Polsce J. Garamvoelgyi przedstawił zasady polityki zagranicznej i wewnętrznej Węgier.

16 III — w Uljanowsku, rodzinnej miejscowości Lenina, obradowała międzynarodowa konferencja dziennikarzy z 11 krajów, w tym i z Polski, na temat „Leninizm — rewolucyjny sztandar epoki”. Obserwacje sprawozdanie: Z. Bożek: *Zeszyty Prasoznawcze* 1980, nr 3 s. 157.

27 III — przed 25-leciem powstania Układu Warszawskiego PA „Interpress” zorganizowała przy współpracy z GZP WP i Klubu Publicystyki Wojskowo-Obrońnej SDP spotkanie okrągłego stołu z udziałem dziennikarzy z Bułgarii, CSRS, NRD, Węgier, ZSRR i Polski. Uczestnicy spotkania podkreślili znaczenie Układu jako istotnego instrumentu bezpieczeństwa i pokoju światowego. Podczas wizyty w najstarszej jednostce Ludowej Wojska Polskiego — Praskim Pułku Zmechanizowanym im. kpt. W. Wysockiego zapoznano się z historią i wynikami służby tej jednostki. Z uczestnikami spotkał się kierownik Wydziału Prasy, Radia i TV KC PZPR K. Rokozewski.

III — z okazji 35-lecia wyzwolenia Śląska w Katowicach przebywał przew. KO Związku Dziennikarzy Czeskich w Ostrawie K. Mikulka.

SDP. KLUBY TWÓRCZE

9-12 I — w Białowieży obradowało III Forum Krytyki Teatralnej poświęcone sytuacji i roli krytyki teatralnej w prasie codziennej, radiu i tv oraz czasopiśmiennictwa teatralnego, zorganizowane przez Klub Krytyki Teatralnej.

25 I — we Wrocławiu powstał Dolnośląski Klub Publicystów Ekonomicznych SDP. Prezesem został Janusz Żelazik (*Przegląd Techniczny — Innowacje*).

29-30 I — w Białymstoku obradował Klub Publicystów Związkowych na temat bezpieczeństwa i higieny pracy oraz działalności inspekcji pracy. Z dziennikarzami

spotkał się główny inspektor pracy H. Kowalski.

23-24 II — z inicjatywy Zarządu Politycznego Poinorskiego OW oraz Klubu Publicystyki Wojskowo-Obrońnej dziennikarze zapoznali się w jednostce obrony wyrzeża z przebiegiem szkolenia zimowego.

25-26 II — w Elblągu i Tolkmicku obradował Klub Publicystów Morskich nad problemami kooperacji Zamechu z przemysłem stoczniowym. W Tolkmicku dziennikarze spotkali się z kierownictwem rybołówstwa spółdzielczego.

28-29 II — w Poznaniu i Gnieźnie z okazji 35-lecia *Głosu Wielkopolskiego* Klub Redakcyjny zorganizował sesję poświęconą kształtowaniu postaw patriotycznych i obywatelskich w prasie, radiu i tv. Podstawą do dyskusji były referaty M. Flejsierowicza, zastępcy red. nac. *Głosu*, T. Gobana-Kłosa, sekretarza naukowego OBP i R. Czyżę, zastępcy kierownika Biura Analiz Prasowych.

3-4 III — w Grybowie obradowali dziennikarze gazet zakładowych z 21 województw Polski południowej na temat zadań prasy zakładowej po VIII Zjeździe PZPR i przed IX Kongresem Związków Zawodowych.

4 III — członkowie Klubu Publicystów Ekonomicznych spotkali się z kierownictwem poznańskiego oddziału Polskiej Izby Handlu Zagranicznego oraz prezesami klubów eksporterów pięciu województw regionu środkowo-zachodniego. Dyskusja dotyczyła problemów eksportu.

13 III — w siedzibie SDP wicepremier K. Secomski spotkał się z członkami Klubu Publicystów Ekonomicznych. Omawiano kwestie aktywizacji eksportu, harmonijnego rozwoju poszczególnych gałęzi gospodarki.

26-28 III — uczestnicy sesji Klubu Publicystów Górniczych zapoznali się z pracą Katowickiego Zjednoczenia Przemysłu Węglowego oraz kopalni „Wieczorek”, „Wujek”, „Staszic” i „Lenin”.

III — redaktorzy naczelni prasy, radia i tv województw: gdańskiego, olsztyńskiego, szczecińskiego, bydgoskiego, wrocławskiego i łódzkiego odbyli podróż historyczno-wojskową po terenach Pomorskiego Okręgu Wojskowego.

INICJATYWY REDAKCYJNE

30 I — w Krośnie otwarto wystawę „Nowiny w służbie partii i społeczeństwa”, obrazującą 30-letni dorobek gazety.

8 II — z okazji 35-lecia *Głosu Wielkopolskiego* otwarto okolicznościową wystawę „35 lat z Głosem Wielkopolskim”, autorstwa red. E. Coftę.

II — w nrze 2 ankiety czytelniczka ogłosił Radar.

28-30 III — w Jachrance warszawski KW PZPR i WKZZ zorganizowały seminarium dziennikarzy prasy zakładowej województwa stołecznego warszawskiego.

RYNEK PRASOWO-WYDAWNICZY

Nowe tytuły:

XII 1979 — pierwszy nr miesięcznika *Studenckim piórem*, pisma studentów Uniwersytetu Śląskiego.

I 1980 — pierwszy nr dwutygodnika *Górnik Noworudzki*, organu Samorządu Kopalni Węgla Kamiennego Nowa Ruda; nakład 2 tys. egz.

I — pierwszy nr miesięcznika *Pokolenia*, ukazującego się dotychczas jako kwartalnik.

8 II — pierwszy nr tygodnika *Ziemia Gorzowska*, pisma PZPR; 8 stron, 20 tys. egz. nakład, cena 4 zł.

II — pierwszy nr miesięcznika naukowo-technicznego *Inżynieria Morska*, organu Komisji Naukowo-Technicznej ds. Gospodarki Morskiej NOT.

II — pierwszy nr kwartalnika *Zrób sam*. Wydawca — Wyd. Czasopism i Książek Technicznych „Sigma”. 64 strony, cena 30 zł. Redaguje zespół *Horyzontów Techniki*.

16 III — pierwszy nr dwutygodnika *Poświaty*, organu Ogólnopolskiego Komitetu FJN, w miejsce dotychczasowego *Biuletynu Informacyjnego FJN*.

III — pierwszy nr miesięcznika *Techniczne Zaplecze Motoryzacji*.

Opracował Józef Kozak

Skróty tytułów:

CB	— Cyprus Bulletin
EP	— Editor and Publisher
GR	— Gazeta Robotnicza
IHT	— International Herald Tribune
INSO	— Internationaler Sonderdienst
JD	— Journaliste Démocratique
NDP	— Neue Deutsche Presse
NZZ	— Neue Zürcher Zeitung
OZ	— Otázky Žurnalistiky
SM	— Sztandar Młodych
WW-UNDA	— The Wide World of UNDA

REDAGOWANIE

MIEDZYNARODOWE

Ostatnia światowa konferencja poświęcona przydziałowi fal radiowych (WARC 79, World Administrative Radio Conference, Genewa, 24 września 1979—6 stycznia 1980) omawiała m. in. problemy przydziału fal dla programów nadawanych dla zagranicy. Przy tej okazji zebrano dane dotyczące skali zjawiska. Oto tabela ukazująca ewolucję w ciągu ostatnich 10 lat.

Kraj	Liczba godzin nadawania w ciągu tygodnia		Liczba używanych języków	
	gru-dzień 1968	czer-wiec 1979	gru-dzień 1968	czer-wiec 1979
ZSRR	1906	2010	82	85
USA	2006	1836	52	45
ChRL	1180	1400	38	46
RFN	721	791	33	39
W. Brytania	725	712	39	39
Egipt	599	524	35	30

(WW — UNDA 1980 nr 1 s. 4) t/gk

AUSTRIA. Od 21 stycznia 1980 TV wyświetla „teletext” — odbierany na dwóch normalnych kanałach, jeśli aparat jest wyposażony w przystawkę wywoławczą. „Teletext” obejmuje 64 klatki: 20 z informacjami dot. pogody, stanu dróg, temperatury wody itp. Drugą część stanowią zapowiedzi programowe radia i TV (w tym streszczenia, już nadanych części seriali), część trzecią — znowu 20 „stron” teleekranu — wiadomości bieżące (przeciętnie po 5 z kraju i zagranicy, po 3 dotyczące gospodarki i sportu, 2 — kultury, po jednej z wybranych nagłówkami i spisu treści). W trakcie nadawania programu (od 8.30 do końca transmisji) wymienia się wiadomości na nowsze, w sumie w ciągu dnia przybywa jeszcze raz tyle „stron”, ile było na początku.

By uniknąć zadrażeń z wydawcami gazet, redagowanie wiadomości zostało powierzzone ich związkowi, który zlecił to agencji APA (Austria Presse-Agentur). Po okresie próbnym przewiduje się rozszerzenie „teletextu” do nawet 200 „stron”.

Na razie odbiorców jest mało — wbudowanie przystawki do aparatu kolorowego kosztuje (w przeliczeniu) do 500 franków szwajcarskich. (NZZ z 6 III 1980 s. 40) pd

AUSTRALIA. Przed końcem roku 1979 australijska stacja TVN rozpoczęła emisję programów trójwymiarowych, wywołujących wrażenie głębi u widza, który ubiera specjalne okulary. Eksperyment spotkał się z pozytywnym przyjęciem (Spiegel 1980 nr 12 s. 281) pd

JAPONIA. Obok systemu Bildschirmtext (RFN), Teletel (Francja), Teledon (Kanada), Prestel (Anglia, nb. jedyny komercyjny) — działa w Japonii eksperymentalny system Captain (Character and Pattern Telephone Access Information Network), czyli telefoniczna informacja telewizyjna. 1000 mieszkańców Tokio może telefonicznie zażądać informacji handlowych, o programie kinowo-teatralnym i jego ocenie, najnowszych wiadomości z kraju i ze świata — i przy pomocy przystawek w aparacie telefonicznym od razu ujrzeć je na ekranie elewizora.

Wiadomości są przygotowane w 20-osobowej centrali, zestawiającej informacje od 120 instytucji (redakcji, agencji imprezowych, domów towarowych itp.). Obecny program, obejmujący 30 tys. klatek ekranowych, ma w I kwartale 1981 osiągnąć 100 tys. Zestaw wiadomości jest aktualizowany 5 × dziennie i sięga od informacji ogólnych po porady gastronomiczne, rozwiązania krzyżówek aż do poradnictwa z zakresu urządzania mieszkań. Informacja na ekranie telewizyjnym ukazuje się w technice rastrowej, (obok tekstu są gruboziarniste obrazy), bez dźwięku i filmu. W czasie emisji połączenie telefoniczne jest zajęte. W przyszłości zastosowanie kabli z włókna szklanego usunęłoby te mankamenty. Pracuje się też nad jeszcze doskonalszą technologią.

System Captain jest próbowany jako alternatywa dla zbyt kosztownej w skali krajowej telewizji kablowej. (NZZ z 1—2 V 1980 s. 39) pd

RFN. Ukazują się tu 53 tygodniki i miesięczniki neo hitlerowskie. Czołową rolę odgrywa od blisko 30 lat ostawiona monarchijska Deutsche National-Zeitung dra Freya. Organem prawicowej partii NPD jest Deutsche Stimme. W środowiskach akademickich neo hitlerowska ideologia głoszą Deutsche Studentenzeiter (38 tys. egz.) i Deutsche Hochschulanzeiger. Jako „walczące pismo NSDAP — AO (w odbu-

dowiec)" wychodni ze swastyką w tytule *NS-Kampfruf*, a obok niego kilka pism regionalnych tej organizacji. Pisma *Antikommunist* i *Die Bauernschaft für Recht und Gerechtigkeit* „wstawiły" się artykułami, negującymi istnienie hitlerowskich obozów zagłady. Byli członkowie Waffen-SS mają własny miesięcznik *Der Freiwillige*. Znaczna część periodyków neohitlerowskich jest wydawana w postaci zeszytów „historyczno-dokumentacyjnych". (NDP 1980 nr 2 s. 27) *pd*

USA. Mimo zastrzeżeń do publikowania nazbyt wielkiej ilości drastycznych zdjęć, dotyczących tragedii i okrucieństw, fotografie te nadal zdobywają główne nagrody na konkursach dziennikarskich. Tak więc w historii nagród Publitzera połowa zwycięzców uzyskała nagrody za dokumentowanie scen różnego rodzaju przemocy. W ostatnich latach tendencja ta jeszcze się zwiększyła i właściwie wszystkie główne miejsca zdobywają fotografie dotyczące tego rodzaju tematów, często niezależnie od tego, czy tragedie mają znaczenie ogólnoludzkie, czy tylko lokalne. W znacznej części są to fotografie poświęcone lokalnym wydarzeniom na terenie USA. Oczywiście jest zrozumiałe, że wśród członków jury względy subiektywne i emocjonalne zawsze grać będą dużą rolę, jednakże tematyka przemocy ma zbyt wielki wpływ na selekcjonowanie zdjęć do nagród. (EP 1980 nr 8 s. 17) *bg*

WĘGRY. Forum jest jednym z najpopularniejszych programów telewizji węgierskiej. Każdorazowo emisja tego programu poświęcona jest jednemu tematowi. Uczestnicy Forum komentują wydarzenia polityczne za granicą lub w kraju. W roku 1979 do studia wpłynęło 568 tys. pytań dotyczących tematów poruszanych w tym programie. W czasie dwudziestu minut emisji na pięciu liniach telefonicznych i czterdziestu aparatach obsługujących ten program widzowie zgłosili 2300 pytań. Część z nich pytania przekazywała telegraficznie bądź dalekopisem. Te reakcje świadczą o żywym zainteresowaniu programem i zagadnieniami w nim poruszonymi. W programie przed kamerami występują znani przedstawiciele życia politycznego kraju. (OZ 1979 nr 4 s. 53) *tl*

ROZFOWSZECINIANIE

ChRL. Pierwsze audycje telewizyjne zaczęto nadawać w 1958 roku w Pekinie. W 1960 działało już 12 stacji. Później rozwój telewizji został zahamowany, w części z przyczyn technicznych, w części politycznych. (Rewolucja kulturalna uznała telewizję za „nieprawomyslną" lub w najlepszym przypadku „nieużyteczną"). Niemniej w 1970 roku już wszystkie główne prowincje miały nadajniki i działała sieć obejmująca Pekin, Tianjin, Szanghaj i Kanton. W 1978 roku powstała Stacja Centralnej Telewizji Chińskiej, odpowiedzialna za programy ogólnokrajowe oraz okręgu Pekinu.

W 1978 roku telewizja dysponowała centralną stacją w Pekinie oraz 32 lokalnymi. Telewizja centralna ma dwa programy, lokalna w Pekinie — jeden, w Szanghaju — trzy programy, pozostałe jeden. Ponadto wszystkie stacje retransmitują program centralny. W Pekinie można zatem oglądać trzy programy.

Telewizja centralna używa dialektu putonghua (który rozumie nie więcej niż

70% mieszkańców Chin), telewizje lokalne — dialektów lokalnych.

Telewizja używa radzieckiego systemu „D" (625 linii). Telewizja kolorowa — pierwsze eksperymenty w 1973 roku — używa systemu PAL. Trudno określić liczbę telewizorów — szacuje się ją na 1,5 do 2 milionów czynnych odbiorców. Większość z nich to niewielkie 9-calowe odborniki czarno-białe, choć są także importowane 20-calowe kolorowe Hitachi (cena 14-krotnie większa).

Program pierwszy nadawany jest przez 10 godzin dziennie. Program drugi Telewizji Centralnej — cztery godziny. (*Intermedia* III 1980 s. 16) *tgk*

FRANCJA. Wśród dzienników najpoczytniejszy jest *Le Monde* (1518 tys. osób), przed *France Soir* — 1112 tys., *Le Parisien Libéré* — 1070 tys., *Figaro* — 862 tys., *L'Humanité* — 608 tys., zbliżonym do partii socjalistycznej *Le Matin* — 521 tys., (wystartował przed dwoma laty; nakład 121 tys. egz.), *L'Aurore* — 493 tys. czytelników.

Wśród czasopism *Télé-7-Jours* wyprzedza z 10 450 tys. czytelników zdecydowanie konkurencję. (ZV + ZV 1980 nr 14—15 s. 488) *pd*

FRANCJA. Dziennik *Le Monde* w r. 1979 podniósł nakład o 29 tys. osiągając przeciętnie 445 tys. egz. Blisko 19% nakładu sprzedawano za granicą. Obok innego dziennika paryskiego — *Le Figaro* — jest *Le Monde* jedyną stołeczną gazetą codzienną, przynoszącą zyski; redakcja zatrudnia 1350 pracowników, w tym 185 dziennikarzy.

Pod względem wysokości nakładu wyprzedzają *Le Monde*: bretońska *Ouest-France* (ok. 660 tys. egz.) i paryska popołudniówka *France-Soir* z 470 tys. egz. (ZV + ZV 1980 nr 10 s. 328) *pd*

NIKARAGUA. W kraju o 2 mln mieszkańców (przy 60% analfabetów) ukazują się tylko 2 dzienniki: *La Prensa* w 90 tys. egz. i *La Barricade* w 40 tys. egz. Nakłady są ograniczone m. in. zniszczeniem drukarni podczas walk wywoleńczych.

Przy olbrzymim analfabetyzmie wielkie znaczenie ma radio. Z 18 rozgłośni centralnych 15 należy do państwa, 3 są prywatne. W prowincjach pracuje 15 rozgłośni lokalnych, wśród nich jedna państwowa. Telewizja dysponuje dwoma kanałami.

Ideologiczna jedność społeczeństwa, powstała w walce przeciw dyktaturze, umożliwiła pozostawienie części mediów w rękach prywatnych. (NDP 1980 nr 2 s. 25 i n.) *pd*

RFN. W około 400 wydawnictwach ukazuje się 1240 gazet codziennych, jednak tylko 122 stanowią tytuły redagowane samodzielnie (nie motowane w części ponadlokalnej). W r. 1954 samodzielnych redakcji było 225. (INSO 1—80 s. 5 i n.) *pd*

RFN. Globalny sprzedany nakład dzienników w I kwartale 1979 wynosił 23,4 mln egz., ponadto było ok. 50 gazet tygodniowych z nakładem 1,8 mln egz. Oto zestawienie czołowych tytułów:

Wśród dzienników najwyższe nakłady miały *Bild-Zeitung* (Hamburg) — 4,9 mln, *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* (Essen) — 1,2 mln, *Rheinische Post* (Düsseldorf) — 394 tys., *Münchener Merkur* (Monachium) — 336 tys., *BZ* (Berlin Zach.) — 323 tys., *Süddeutsche Zeitung* (Monachium) — 320 tys., *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Frankfurt) — 299 tys., *Hamburg-*

ger Abendblatt (Hamburg) — 233 tys., *Die Welt* (Hamburg) — 220 tys. egz.

Gazeta niedzielna *Bild am Sonntag* osiągnęła 2,5 mln egz., tygodniki informacyjne *Die Zeit* 370 tys., *Deutsche Zeitung — Christ und Welt* 136 tys., *Deutsches Allgemeines Wochenblatt* 126 tys. egz. (INSO 1—29 s. 6, 7) *pd*

RFN. Wśród ok. 4 tys. czasopism poławę stanowią tytuły fachowe. Przeciętny roczny nakład wszystkich czasopism wynosi 120 mln egz. Ok. 20 czasopism przekracza lub osiąga milion sprzedanych egzemplarzy (wg danych z I kw. 1979). Czołowe miejsce zajmuje *ADAC-Motorwelt* — 5,8 mln egz., przed radiowotelewizyjnym *Hör zu* — 4 mln. W dalszej kolejności: *TV-Hören und Sehen* oraz *Fernsehecho* po 2,6 mln, *Funk-Uhr* — 2,3 mln, *Neue Post* — 2 mln, *Stern* — 1,7 mln, *Tina* — 1,6 mln, *Bravo* i *Burda-Moden* po 1,5 mln, *Bunte Illustrierte*, *Brigitte* i *Das Neue Blatt* po 1,4 mln, *Neue Revue* — 1,3 mln, *Die gute Tat* i *Frau im Spiegel* po 1,2 mln, *Freizeit-Revue*, *Für Sie* i *Gong* po 1,1 mln, *Quick* i *Der Spiegel* po 1 mln egz. (INSO 1—30 s. 9, 11) *pd*

RFN. Wśród czasopism kobiecych w r. 1979 przodowała pod względem nakładu (w tys. egz.) *Tina* — 1 650, przed *Burda Moden* — 1 518 (bez nakładu zagranicznego), *Brigitte* — 1 329, *Für Sie* — 1 051, *Freundin* — 744, *Neue Mode* — 698, *Bella* — 648, *Petra* — 594, *Carina* — 495 tys. egz. (ZV + ZV 1980 nr 5 s. 169) *pd*

USA. Z 350 mln egz. jednorazowego nakładu czterystu największych czasopism kraju 200 mln egz. jest rozprowadzanych w prenumeracie. (ZV + ZV 1980 nr 3 s. 91) *pd*

USA. W Stanach istnieje ok. 4 tys. lokalnych systemów kablowej TV. Oprócz specjalizujących się w programach dla mniejszości etnicznych, grup wyznaniowych, dzieci, w rozrywce — szybko mnożą się stacje nastawione na kibiców sportowych, odbiorców starszych i Murzynów. (NZZ z 28 II 1980 s. 36) *pd*

W. BRYTANIA. Audycje BBC przeznaczone dla odbiorców za granicą są nadawane stale od blisko 50 lat. W 1932 powołano w BBC Służbę Imperiałną obsługującą programy w języku angielskim przeznaczone przede wszystkim dla Brytyjczyków przebywających poza krajem. Pierwszy program w języku obcym — arabskim — zapoczątkowano w styczniu 1933; w marcu 1938 uruchomiono dalsze programy obcojęzyczne, 27 X 1933 (w miesiąc po konferencji monachijskiej) weszły na antenę BBC programy w językach światowych: francuskim, niemieckim i włoskim. Programy w językach obcych zostały uruchomione w interesie brytyjskiej racji stanu pod wpływem rosnącego zagrożenia wojennego; po wybuchu II wojny światowej, kiedy w Londynie przebywały liczne rządy europejskie na wygnaniu, rozszerzono w zagranicznych programach radiowych BBC zarówno liczbę języków, jak czas anteny. Inicjatorem nadawania programów w językach obcych był rząd brytyjski, który do chwili obecnej finansuje Służbę Zagraniczną BBC (External Service) i określa, w jakich językach i w jakim wymiarze mają być nadawane programy dla zagranicy; za ich treść odpowiada BBC.

W czerwcu 1979 BBC nadawała ogółem dla odbiorców zagranicznych 712 godzin programów radiowych tygodniowo w 39

językach, co lokuje ją na piątym miejscu w świecie pod względem liczby godzin (za ZSRR — 2010 godzin tygodniowo, USA — łącznie Voice of America, RFE i Radio Liberty — 1836 godzin, Chiny — 1400 godzin i RFN — łącznie Deutsche Welle i Deutschlandfunk — 791 godzin) i czwartym ex aequo z rozgłośniami RFN pod względem liczby języków (za ZSRR — 85, Chinami — 46 i USA — 45). W listopadzie 1979 brytyjskie Foreign and Commonwealth Office ogłosiło, że z powodu rządowych cięć budżetowych BBC ma zaprzestać nadawania programów adresowanych do odbiorców we Francji, Grecji, Hiszpanii, Włoszech, Turcji, Birmie i na Malcie. Restrykcje miały przynieść 2,7 mln funtów szterlingów oszczędności, co wynosi ok. 6% ogólnego budżetu Służby Zagranicznej BBC. Decyzja ta została zakwestionowana przez liczne gazety brytyjskie i członków parlamentu, wobec czego rząd brytyjski postanowił kontynuować wszystkie programy językowe obciążając oszczędnościami osobowy fundusz plac. (*Europa*, *An Economic Monthly* vol. VII nr 2 s. IV — dołączony do dziennika *The Times* z 8 I 1980) *asn*

W. BRYTANIA. W latach siedemdziesiątych nastąpił szybki rozwój lokalnych stacji radiowych. Obecnie działa ich 39; obejmują one swym zasięgiem ok. 1/3 ludności. Na tę liczbę składa się 20 lokalnych stacji radiowych utrzymywanych przez BBC (pierwsza powstała w 1967 w Leicester) i 19 konkurujących z nimi komercyjnych stacji niezależnych (pierwsze powstały w 1973). Trwają już przygotowania do uruchomienia następnych 25 niezależnych stacji lokalnych. Wprawdzie BBC zakłada, że z powodu trudności finansowych, z jakimi bezustannie się boryka, liczba jej stacji lokalnych nie przekroczy w przyszłości 35 do 40, lecz zrzeszająca stacje niezależne Independent Broadcasting Authority planuje objęcie jeszcze w latach osiemdziesiątych zasięgiem programów lokalnych ok. 90% ludności kraju przez ok. 110 stacji. Ponieważ w W. Brytanii odbiorcy programów radiowych nie uiszczają opłat abonenckich, lokalne programy radiowe BBC finansowane są ze wspólnego poolu, który zdominowany jest przez telewizję i kontrolowany przez parlament zajmujący nierzadko niechętnie stanowisko w stosunku do korporacji. Lokalnym stacjom radiowym BBC przychodzi konkurować nie tylko z programami lokalnych stacji niezależnych, lecz także z własnymi programami o zasięgu ogólnokrajowym; perspektywę rozwiązania tej sytuacji dostrzega się w ściślejszym powiązaniu programu „Radio 4” z siecią programów lokalnych BBC. Zarówno BBC, jak stacje niezależne, unikają dotowania z budżetów samorządowych, pociąga to bowiem za sobą niepożądany wpływ rady lokalnej na sprawy programowe.

Stacje niezależne dysponujące wpływami z ogłoszeń, znajdują się w nieporównanie lepszej sytuacji finansowej. W roku budżetowym zakończonym 30 września 1979 przyniosły one ogółem ok. 40 mln funtów szterlingów zysku; niektóre spośród nich wykazały dochód w wysokości 3 mln funtów przy obrocie w wysokości 8 mln funtów. Powszechnie uważa się, że pozwolenie na prowadzenie lokalnej niezależnej stacji radiowej to „licencja na druk pieniędzy”, a dolna granica opłacalności stacji wynosi zaledwie 150 000 mieszkańców objętych jej zasięgiem. Należy wziąć tu

pod uwagę, że liczba odbiorników radiowych zwiększyła się w W. Brytanii z 38 mln w 1975 do 52 mln na przełomie 1979/1980, co daje przeciętną 2,5 odbiornika na gospodarstwo domowe. (*Times* z 7 II 1980 s. 13–15) *asn*

ZSRR. Radio radzieckie nadaje dziennie 200 godzin programu dla słuchaczy zagranicznych, w osiemdziesięciu językach. W duchu uchwał konferencji w Helsinkach szerzy informacje dla całego świata na falach eteru. W ramach tego programu 20 godzin dziennie przekazywanego programu jest w języku angielskim (OZ 1979 nr 4 s. 56) *tl*

ODBIORCY

RFN. 40 milionów mieszkańców czytuje codziennie gazety. Przeciętny odbiorca poświęca dziennie 35 min. lekturze dzienników i 20 min. czasopiśmom. (INSO 1–80 s. 1) *pd*

USA. W ostatnich latach zmieniły się postawy kobiet amerykańskich wobec środków masowego komunikowania. Według przeprowadzonych badań w Stanach Zjednoczonych pracuje zawodowo około 60% kobiet (z tendencją zwykłą). Kobiety pracujące rządziej oglądają telewizję niż przebywające stale w domu, ale za to są lepszymi czytelniczkami gazet i czasopism, zwłaszcza jeśli przy tym są niezamężne. Zainteresowania tematyczne obu tych grup niewiele różnią się między sobą; wszystkie kobiety preferują raczej wiadomości krajowe niż zagraniczne, pracujące jednakże więcej czytają wiadomości dotyczących spraw zawodowych, opieki lekarskiej oraz recenzji kulturalnych. Obie grupy są szczególnie wrażliwe na sposób prezentowania kobiety w środkach masowego przekazu, a zwłaszcza na praktyki stosowane dla celów reklamowych przez telewizję komercyjną. (EP 1980 nr 3 s. 23) *bg*

WĘGRY. Ogłoszono wyniki badań na temat sposobu wybierania programów telewizyjnych przez odbiorców. Skonstatowano, że przeważająca część ogląda telewizję po dokładnym przesiedzeniu programu dziennego i ogląda tylko program przez siebie wybrany (57%). Około 25% widzów przelata się na inny kanał, gdy oglądany przypadkowo program im nieodpowiada. Z danych wynika, że tylko czwarta część społeczeństwa ogląda program bez wcześniejszego wyboru. (OZ 1979 nr 3 s. 57) *tl*

RUCH WYDAWNICZY

ANGOLA. W prowincji Benguela, w portowym mieście Lobito ukazuje się pierwsza gazeta regionalna *Kilamba*. (NDP 1980 nr 3 s. 27) *pd*

FRANCJA. Wydane dopiero jesienią 1979 przez koncern Hersanta w Paryżu dwie gazety niedzielne — *France-Soir Dimanche* i *Figaro Dimanche* — już zaprzęstały edycji. Nie potrafiły się one przeciwstawić konkurencji czołowej gazety tej grupy, wydawanej przez Hachette w nakładzie ponad 300 tys. egz. *Journal de Dimanche*. (ZV + ZV 1980 nr 6 s. 187) *pd*

HOLANDIA. W nakładzie 100 tys. egzemplarzy ukazała się 15 III 1980 w Haarlemie pierwsza gazeta o zasięgu ogólnokrajowym

od zakończeniu II wojny światowej *De Dag* (dzień); lansowana jest przez wydawców na razie w najludniejszej, zachodniej części kraju. Jeżeli dziennik znajdzie czytelników, jego nakład będzie systematycznie rosł i w ciągu najbliższych dwóch lat może przekroczyć nawet pół miliona egzemplarzy. W pierwszym numerze liczącym 80 stron redakcja najwięcej miejsca poświęca przemysłowi rozrywki i fali przestępczości. Po raz ostatni nowy tytuł o zasięgu ogólnokrajowym ukazał się w Holandii w 1943 roku. Była to amsterdamska gazeta *Trouw*. (SM nr 69 21 III 1980) *wm*

RFN. Obowiązkowy doroczny spis wydawnictw periodycznych wykazał na koniec r. 1977: 2265 wydawnictw, w których ukazują się periodyki, a mianowicie 372 gazety i 5087 czasopism. Charakterystyczne, że aż 336 przedsiębiorstw trudniło się wydawaniem prasy jedynie ubocznie. Dane te podało w numerze 1/80 czasopismo *Wirtschaft und Statistik*. (ZV + ZV 1980 nr 12 s. 382) *pd*

ZSRR. Od początku r. 1980 ukazuje się nowa popołudniówka — *Wieczernij Wołgograd*. Gazety popołudniowe ukazują się także w Moskwie, Kijowie, Leningradzie, Mińsku, Odessie. (NDP 1980 nr 3 s. 26) *pd*

ZSRR. Z początkiem r. 1980 — w miejsce tygodniowego dodatku przy *Sowieckim Sportie* — zaczął się ukazywać dwutygodnik dla szachistów pod redakcją mistrza świata A. Karpowa. Nowe pismo liczy 32 strony i ma 100 tys. egz. nakładu (NDP 1980 nr 3 s. 27) *pd*

AGENCJE

RFN. Agencja DPA (Deutsche Presse-Agentur) jest spółką z ograniczoną odpowiedzialnością. Tworzy ją 190 udziałowców, z których żaden nie może posiadać więcej niż 1,5% kapitału zakładowego. DPA zatrudnia 350 redaktorów i ok. 2 tys. wolnych współpracowników. (INSO 1–80 s. 13) *pd*

USA. Według doniesień prasy fachowej, agencja UPI poniosła w latach 1974–1978 ok. 20 mln dolarów strat, do czego w roku kolejnym miało dojść jeszcze 5 mln. (ZV + ZV 1980 nr 8 s. 250) *pd*

USA. Jak podało waszyngtońskie czasopismo *Covert Action*, wydawca agencja CIA wydaje na własną propagandę rocznie tyle, ile światowe agencje informacyjne Reuter, UPI i AP razem. CIA zatrudnia w swej centrali 2 tys. osób, a tysiąc dalszych pracuje na kontraktach. Agencja wywiadowcza finansuje ok. 50 organów prasowych i ok. 400 dziennikarzy amerykańskich. (NDP 1980 nr 2 s. 26) *pd*

EKONOMIKA

MIEDZYNARODOWE. Lord Thomson of Fleet II nabył za 164 mln dol. kanadyjskie wydawnictwo FP Publications, do którego należy 8 gazet — wśród nich najpoważniejszy dziennik poranny *Kanady Globe and Mail* (285 tys. egz.) w Toronto i *Sun* (220 tys. egz.) w Vancouver. Thomson dysponuje obecnie największym koncernem gazetowym w Kanadzie i czwartym co do wielkości w Ameryce Płn. Ogółem na całym świecie ma on przeszło 200 dzienników

i ok. 150 czasopism. Jego koncern zatrudnia przeszło 35 tys. osób. (ZV + ZV 1980 nr 5 s. 154) *pd*

FRANCJA. Sofirad — Société Financière de Radiodiffusion — jest spółką znajdującą się prawie całkowicie (99,9 proc.) w ręku państwa. Kontroluje ona radiostacje położone „na peryferiach”, których nadawane do Francji audycje mogłyby „naruszyć” monopol radiowy. I tak Sofirad kontroluje w 83,34 proc. Radio Monte Carlo (a pośrednio, poprzez Somera, w 55 proc. Radio Cypr); w 53,5 proc. libańska spółkę TV; w 99 proc. Sud Radio w Andorze. W Radio Europa Nr 1 ma Sofirad blisko połowę głosów. Ma też udziały w Agencji Raves i podporządkowanej tejże agencji Information et Publicité; istnieją powiązania z Radio Télé Luxembourg, wydawnictwem Hachette i in. Sofirad sięga teraz do Afryki: jako udziałowiec radiostacji Africa Nr 1 w Gabonie. (NZZ z 24 IV 1980 s. 36) *pd*

RFN. Wyrazem koncentracji prasy jest skupienie ok. połowy wszystkich dzienników i gazet niedzielnych w zaledwie pięciu wydawnictwach. Sam koncern Springera wydaje 38% globalnego nakładu tych gazet. Na rynku czasopism podobną rolę odgrywa wydawnictwo Bauera. Oto pobieżny przegląd:

Springer to największy wydawca prasy w Europie Zach. Zatrudnia ok. 12 tys. osób, osiąga 1,6 miliarda marek obrotu rocznie. Wydaje m. in. dzienniki *Bild-Zeitung*, *Hamburger Abendblatt*, *Die Welt*, *BZ, Berliner Morgenpost*, *Elmshorner Nachrichten*, gazety niedzielne *Bild am Sonntag* i *Welt am Sonntag*, czasopisma radio-wo-telewizyjne *Hör zu* oraz *Funk-Uhr*, ma udziały w innych tytułach i wydawnictwach.

Bertelsmann AG jest największym w RFN koncernem o strukturze „mieszanej”, obejmującym wśród ponad stu różnorodnych firm media. Ma ok. 25 tys. pracowników, na całym świecie obraca rocznie ca 3 miliardami marek (1/4 w granicach kraju macierzystego). Obok literatury naukowej wydaje przeszło 30 czasopism fachowych, płyty, kasety filmowe i telewizyjne. Posiada 75% akcji grupy.

Gruner und Jahr (5 tys. zatrudnionych, ca miliard mk rocznego obrotu), która wydaje m. in. czasopisma *Stern*, *Brigitte*, *Eltern*, *Capital*, *Sesamstrasse*, *Yps* i ma udziały w takich tytułach jak *Frau im Spiegel*, *Gong*, *Der Spiegel* i in.

Bauer jest wydawnictwem znajdującym się całkowicie w rękach rodzinnych. Należy do niego *Quick*, *Neue Revue*, *Tina*, *Bravo*, *Die Neue Post*, *Das Neue Blatt*, *Neue Mode*, *Riesen Rätsel-Revue*, *Auto-Zeitung*, czasopisma telewizyjne *Fernsehwoche* i *TV-Hören und Sehen*, kilka wydawnictw fachowych z wykrojami oraz zeszytami powieściowymi.

Burda jest także wydawnictwem rodzinnym, w którym ukazują się m. in. *Bunte*, *Freundin*, *Das Haus*, *Bild und Funk*, *Burda-Moden*, *Freizeit-Revue*.

Georg von Holtzbrinck w Stuttgarcie to również wydawnictwo rodzinne. Ma udziały w dziennikach *Handelsblatt* i *Saarbrücker Zeitung*, w czasopiśmie *Wirtschaftswoche* i wydawnictwach książkowych.

Jahreszeitenverlag jest własnością rodziny Ganske w Hamburgu. Wydaje m. in. *Für Sie*, *Petra*, *Zuhause*, ma udziały w *Rheinischer Merkur* i na rynku audio-wizualnym.

Zeitungsverlagsgesellschaft Brost, u. Funke ma silną pozycję na rynku dzienników. Wydaje *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* (która wchłonięła 17 gazet lokalnych), szereg pism reklamowych, ma większość udziałów *Westfälische Rundschau*, *Neue Ruhr Zeitung*, *Westfalenpost*. **Stuttgarter Zeitungsverlag** wydaje 28 tytułów w globalnym nakładzie 1,3 mln egz., wśród nich *Stuttgarter Zeitung*, *Stuttgarter Nachrichten*, *Die Rheinpfalz*, *Südwestpresse*, *Schwarzwälder Bote*. (INSO 1-80 s. 21 i n.) *pd*

RFN. Koncern Bertelsmann AG zamknął rok finansowy 1978/79 rekordowym obrotem 3 988 mln mk — o blisko 15% wyższym od poprzedniego. Szczególny wzrost odnotowano na rynkach zagranicznych, gdzie wiele inwestowano. W wyniku tego jednak zysk był mniejszy od osiągniętego w sezonie 1977/78 o przeszło 1/3 i zamknął się kwotą 39,2 mln mk. (ZV + ZV 1980 nr 11 s. 358) *pd*

USA. Editor and Publisher podał następujące dane o gazetach codziennych w r. 1979: Nie zmieniła się ich ogólna liczba 1756 — edycja 12 została zawieszona, ale tyle samo przybyło nowych. Inwestycje pochłonięły ogółem 321 mln dol. Wpływy reklamowe szacuje się na 14,4 miliardów (przyrost ponad 13%). Trwa trend korzystny dla gazet porannych, 30 popołudniówek przestawilo się na tę edycję. Za cenę 218 mln dol. wydawnictwa gazetowe nabyły 50 radiostacji i 13 stacji telewizyjnych. (ZV + ZV 1980 nr 8 s. 250) *pd*

USA. W okresie 12 miesięcy II półroczu 1978 — I półroczu 1979, 400 największych czasopism zanotowało wpływy ok. 3,9 mld dol. z reklam i 3,3 mld dol. ze sprzedaży. Ogłoszenia zajęły ogółem 466 tys. stron. Na pierwszym miejscu jest czasopismo z programami *TV Guide* (wpływ brutto 552 mln dol.), następnie magazyn informacyjny *Time* (349 mln dol.), *Reader's Digest* (240 mln dol.), *Newsweek* (236 mln dol.) i *Playboy* z 176 mln dol. (ZV + ZV 1980 nr 3 s. 91) *pd*

USA. Rok 1979 był finansowo rekordowy dla New York Times Co. Wpływy przekroczyły 653 mln dol. (33% więcej niż rok wcześniej), zyski wyniosły 36 408 tys. dol. (134% więcej, ale w 1978 dziennik New York Times nie ukazywał się przez 3 miesiące wskutek strajku). Sam „tytułowy” dziennik zanotował wpływy 394 mln dol. i zyski 27 445 tys. dol. (ZV + ZV 1980 nr 11 s. 337) *pd*

USA. Koncern telewizyjny CBS rozbudowuje swe udziały prasowe. Nabył magazyn *Family Weekly*, który w nakładzie 122 mln. egzemplarzy jest dodatkiem do 350 gazet niedzielnych. Cenę kupna szacuje się na 50 mln dol. Roczne wpływy *Family Weekly* z reklamy przekraczają 70 mln dol.

CBS posiada już m. in. *Woman's Day*, *Field and Stream*, *World Tennis*. (ZV + ZV 1980 nr 7 s. 238) *pd*

USA. Federalna Komisja ds. Komunikowania FCC uznała, że RKO General — instytucja podporządkowana koncernowi produkującemu opony General Tyre, który przyznał się do przekupstwa finansowego w kraju i za granicą, nie zasługuje na prowadzenie stacji telewizyjnych w Bostonie, Nowym Jorku i Los Angeles. (W ostatnich 15 latach cofnięcie licencji miało miejsce tylko 6 razy). Wartość

trzech stacji objętych ew. wycofaniem licencji wynosi ok. 300 mln dol. Nadanie mocy prawnej tej decyzji oznaczałoby zawieszenie prawa sprzedaży stacji przez RKO i przekazanie licencji takim osobom fizycznym bądź prawnym, które „służyłyby najlepiej interesom społecznym. (ZV + ZV 1980 nr 10 s. 307) *pd*

USA. Korporacja Harris'a zwróciła się do rządu USA z prośbą o pozwolenie na zbudowanie i użytkowanie prywatnej sieci satelitarnej. Dzięki tej sieci miałyby się zmniejszyć koszty telefonicznych rozmów międzymiastowych o 20%, a ponadto polepszyłyby się wewnętrzne komunikowanie się między oddziałami korporacji. Jak dotąd, pozwolenia tego jeszcze nie uzyskano. (EP 1979 nr 48 s. 33) *bg*

REKLAMA

JAPONIA. Jak oblicza Dentsu Corp., wydatki reklamowe w r. 1979 osiągnęły 2,115 bilionów yenów (ok. 9,2 mld dol.), czyli wzrosły o 15%. Największy przyrost — 18% — zanotowały czasopisma, 17% radiofonia, po 15% TV i dzienniki. W porównaniu z rekordowym rokiem 1963, gdy wydatki reklamowe stanowiły 1,23 od dochodu narodowego brutto, wskaźnik w roku ubiegłym wynosił 0,95. (ZV + ZV 1980 nr 8 s. 251) *pd*

RFN. Mocno usadowiły się na rynku prasowym pisma reklamowe, rozsyłane nieregularnie i bezpłatnie bez zamówienia. W 1964 było ich ok. 170 z nakładem 8 mln egz., w 1977 stwierdzono istnienie 576 tytułów drukowanych w nakładach od 700 sztuk do 460 tys. egz. — ogółem w 20,7 mln egz. jednorazowego nakładu. 37% tych pism było związanych z wydawnictwami prasowymi. (INSO 1—80 s. 8) *pd*

RFN. Sąd w Celle orzekł, gazeta nie musi wydrukować każdego ogłoszenia o pracownikach poszukiwanych. W konkretnym przypadku chodziło o zwerbowanie zecera dla zjednoczenia przedsiębiorstw spożywczych, a redakcja obawiała się utracić któregoś ze swych pracowników i ogłoszenia nie przyjęła. (ZV + ZV 1980 nr 13 s. 451) *pd*

RFN. Obroty reklamowe radia i telewizji w r. 1979 wyniosły okrago 890 mln mk, co w porównaniu z rokiem poprzednim oznacza wzrost o 10,5%. Z podanej sumy 70% przypada na telewizję reklamową, ale tu wzrost wyniósł tylko 6,3%, podczas gdy w radiofonii 21,3%. (ZV + ZV 1980 nr 6 187) *pd*

RFN. Reklama w TV zajmuje jedynie 3,6% czasu programowanego (1,3 miliona minut), daje natomiast 35% wpływów finansowych. W radiu 2% czasu programowego przeznaczono na reklamy (8,2 mln minut) daje 31% wpływów. (ZV + ZV 1980 nr 3 s. 98) *pd*

RFN. Jak stwierdzono, reklama świetlna nie jest tu absolutnie czynnikiem energochłonnym. W ogólnym budżecie energetycznym prąd stanowi 14%, oświetlenie 1,1%, zaś reklama świetlna zaledwie 0,14%. (ZV + ZV 1980 nr 6 s. 187) *pd*

USA. R. J. Coen — ceniony statystyk reklamy, oszacował w *Advertising Age* wydatki reklamowe w r. 1979 na blisko 50 miliardów dol. Oto szczegółowe rozbięcie w porównaniu z r. 1978:

Medium	1978 w mln	% całości	1979 w mln	% całości	% zmiany
Dzienniki ogółem	12 707	28,9	14 585	29,3	+14,8
Dzienniki ponadregionalne	1 737	4,1	2 065	4,2	+18,6
Dzienniki lokalne	10 920	24,8	12 500	25,1	+14,5
Czasopisma ogółem	2 597	5,9	2 930	5,9	+12,8
Czasopisma rolnicze	104	0,2	120	0,2	+14,0
Telewizja	8 972	20,4	10 195	20,5	+13,5
Radio	3 052	6,9	3 385	6,8	+11,0
Reklama własna	5 937	13,6	6 650	13,3	+11,1
Magazyny gospodarcze	1 400	3,2	1 595	3,2	+14,0
Reklama uliczna	466	1,1	535	1,1	+14,8
Różne	8 673	19,8	9 835	19,7	+13,4
Razem ponadregionalne	23 990	54,6	27 070	54,3	+12,8
Razem lokalne	19 980	45,4	22 760	45,7	+13,9

Ogółem wydatki reklamowe wzrosły z 43,970 miliardów dol. w r. 1978 do ok. 49,830 miliardów dol. w r. 1979, co oznacza wzrost o 13,3%. (ZV + ZV 1980 nr 3 s. 98) *pd*

USA. Jak oświadczył przewodniczący Zw. Wydawców Czasopism (NPA), Kent Rhodes, rok 1979 był dobry pod względem reklamowym: wpływy z tego tytułu przekroczyły 2,5 mld dol. Wzrosła też globalna liczba kolumn reklamowych zajmując blisko 120 tys. stron. (ZV + ZV 1980 nr 13 s. 403) *pd*

USA. Wieloletnie starania Federalnego Urzędu ds Handlu (FTC), by zabronić lub drastycznie ograniczyć reklamę w programach TV dla dzieci, zostały przekreślone uchwałą Senatu — stosunkiem głosów 67 wobec 30. (ZV + ZV 1980 nr 11 s. 338) *pd*

W. BRYTANIA. Londyński *Times* w końcu stycznia 1980 nie przyjął ogłoszenia japońskiej agencji Datsun, reklamującego samochody. Redaktor naczelny *Timesa* William Rees-Mogg uznał, że ogłoszenie naruszało „kryteria uczciwej reklamy”. W tekście m. in. była mowa o tym, jakoby samoograniczenia japońskiego przemysłu motoryzacyjnego na rzecz gospodarki brytyjskiej były omijane przez „francuskich i zachodniemieckich importerów i kraje bloku komunistycznego”. Ogłoszenie to ukazało się bez zmian m. in. w *The Guardian*, *Telegraph*, *Mail* i *Financial Times* (ZV + ZV 1980 nr 7 s. 236) *pd*

ZAWÓD DZIENNIKARSKI

MIĘDZYNARODOWE. Na drugim Kongresie Federacji Dziennikarzy Ameryki Łacińskiej (FELAP), w Caracas przedyskutowano a następnie przyjęto *Latynoamerykański Kodeks Etyki Dziennikarskiej*. Na wstępie Kodeksu powołano się na rezolucję 59(I) Zgromadzenia Ogólnego ONZ z 1946 dotyczącą konieczności wolności prasy w życiu narodów oraz na deklarację XX Konferencji Generalnej UNESCO o odpowiedzialności środków masowego komunikowania. Warto zacytować niektóre

fragmenty Kodeksu: „FELAP zdaje sobie sprawę z trudności, jakie przedstawia stosowanie Kodeksu przez prywatnych właścicieli mediów, tam gdzie informacja przekształcona jest w towar. Uważa, że świadomość moralna jest jedną z form świadomości społecznej, konkretnym wytworem historycznym, zdeterminowanym przez strukturę ekonomiczną, który w konsekwencji może ulegać zmianom według norm sektora dominującego. Jest też przekonana, że indywidualna wolność moralna nie jest możliwa bez świadomości zadań społecznych oraz oświadcza, iż etyka zawodowa powinna się doskonalić w walce o prawdziwe wolne dziennikarstwo wewnątrz naszych [latynoamerykańskich] narodów”. I dalej, art. 1 Kodeksu mówi: „Dziennikarstwo powinno służyć interesom ogółu — w swych funkcjach społecznych odzwierciedlać rozwój integralny tak jednostki jak i społeczeństwa. Powinno brać czynny udział w przemianach społecznych zmierzających do polepszenia demokracji w społeczeństwie i popierać poszanowanie wolności i praw człowieka”. Kodeks zawiera 11 artykułów. (JD 1980 nr 3 s. 18) wpp

CYPR. W 1979 Republice Cypru odwiedziło 486 dziennikarzy zagranicznych. Z ramienia rządu współpracą z dziennikarzami zagranicznymi i organizacją ich pobytu na Cyprze zajmuje się **Biuro Informacji Publicznej**. Biuro przygotowuje ponadto codzienne biuletyny prasowe dla ambasad Cypru za granicą oraz wydaje liczne ogólnie dostępne periodyki i publikacje w ośmiu językach, w tym tygodnik *Cyprus Bulletin*, *Weekly Review of Cyprus Developments* i dwumiesięcznik *Cyprus To-day*.

Na r. 1980 zaplanowano uruchomienie pięciu stałych biur prasowych za granicą. Będą one działały przy ambasadach Cypru w Waszyngtonie, Londynie, Paryżu i Brukseli oraz przy stałym przedstawicielstwie przy ONZ w Genewie.

15 stycznia 1980 rządy Cypru i NRD zawarły umowę o współpracy między Biurem Informacji Publicznej Cypru i Biurem Prasy i Informacji MSZ NRD. Umowa przewiduje m. in. konsultacje dyrektorów obu służb, wymianę poglądów i doświadczeń, wzajemne ułatwienia świadczone przez państwo przyjmujące dla ataszatu prasowego i korespondentów państwa wysyłającego, popieranie współpracy między stowarzyszeniami dziennikarskimi, agencjami prasowymi i masowymi środkami oraz pomoc i ogólne ułatwienia dla wymiany informacji i ułatwiania współpracy w duchu Aktu Końcowego KBiWE. (CB 1980 nr 4 s. 2 i nr 9 s. 5). asz

NIKARAGUA. Związek Dziennikarzy zrzesza 270 członków. Narybek kształci się w szkole fachowej, korzystając z pomocy wykładowców kubańskich. (NDP 1980 nr 2 s. 26) pd

RFN. Spośród ok. 25 tys. dziennikarzy, (Deutscher Journalisten-Verband), 4 tys. to członkowie Deutsche Journalisten-Union (afiliowanej przy zw. zaw. „Druck und Papier”), 500 należy do zw. zaw. urzędników. (INSO 1—80 s. 15) pd

USA. Walter Cronkite, najbardziej znany i szanowany komentator telewizyjny pełniący funkcję „anchormana” w dzienniku telewizyjnym sieci CBS — „60 Minutes”, w najbliższym czasie odchodzi na emeryturę. Jego miejsce ma zająć Dan Rather,

46-letni dotychczasowy współpracownik Cronkite'a. Już w przyszłym roku dziennik ma zmienić nazwę na „CBS Evening News with Dan Rather”. Kontrakt, który Rather podpisał, opiewa na 8 milionów dolarów rocznie, co stawia go w rzędzie gwiazd rozrywki. Jest to swoisty znak czasu i wynik rosnącej popularności programów informacyjnych. W sezonie zimowym dziennik „60 Minutes” miał najwyższe notowania, wyprzedzając wiele seriali i przyciągając w niedziele wieczorem 40-milionową publiczność. (Time 25 II 1980 s. 36—43) ar

BADANIA I INSTYTUCJE NAUKOWE

CZECHOSŁOWACJA. Instytut Prasoznawczy w Bratysławie wydaje *Documenta Bibliographica* — bibliografię adnotowaną artykułów z czasopism krajowych i zagranicznych omawiających problemy środków masowego przekazu. Wyszukiwanie informacji ułatwiają skorowidze: autorski i przedmiotowy oraz indeks. Rocznik jest przeznaczony przede wszystkim dla badaczy i pedagogów, kadr kierowniczych i dziennikarzy praktyków. Korzystać z niego mogą i powinni również studenci wydziałów dziennikarskich. Inną publikacją tego Instytutu jest *Biuletyn Informacyjny — Informator*. Przyznosi on głównie przekłady z czasopism zagranicznych i przedruki z krajowych z zakresu teorii, badań i praktyki środków masowego przekazu i propagandy. Pozostałe publikacje to omówienia prac z zakresu dziennikarstwa, które ukazały się w Słowacji. Publikuje się też stałe informacje o nowych nabytkach biblioteki Instytutu oraz bibliografie tematyczne. Informator ukazuje się sześć razy w roku. (OŻ 1979 nr 4 s. 52) tl

PRAWO

RFN. Według prawomocnego orzeczenia sądu w Saarbrücken, książki adresowe i telefoniczne — służąc komunikowaniu publicznemu — należą do prasy. (ZV + ZV 1980 nr 13 s. 443) pd

TECHNIKA

RFN. Próby z telewizją kablową mają się zacząć w r. 1982 w Dortmundzie. Komisja parlamentu krajowego Pln. Nadrenii-Westfalii była też jednomyślna, że dla tego testu trzeba stworzyć nowe przepisy prawne. (ZV + ZV 1980 nr 13 s. 451) pd

USA. Specjalizująca się w satelitarnej transmisji sygnałów telewizyjnych i telefonicznych i przodująca w tej dziedzinie w świecie firma Communications Satellite Corporation (Comsat) zapowiedziała rychłe wystąpienie do Federalnej Komisji do spraw Komunikowania (FCC) z wnioskiem o udzielenie jej licencji na rozpoczęcie przekazywania drogą satelitarną do abonentów w Stanach Zjednoczonych programów telewizyjnych bezpośredniego odbioru, to znaczy przyjmowanych bez udziału naziemnych stacji przekaźnikowych, a jedynie za pomocą anten instalowanych na dachach budynków. Comsat jest instytucją ustanowioną przez Kongres USA w 1962 z zadaniem uruchomienia systemu komunikacji satelitarnej dla Stanów Zjednoczonych. Działalność Comsat jest finansowana przez kapitał prywatny, a przekaz sa-

telitarny programów telewizyjnych ma przyciągnąć nowych inwestorów.

Przekaz satelitarny może udostępnić odbiorcom programy telewizyjne na czterech do sześciu kanałach. W USA oczekuje się powszechnie, że wielkie sieci i stacje stowarzyszone z nimi, jak również niezależne stacje telewizyjne korzystające z „konwencjonalnego” systemu przekazywania programów telewizyjnych poczują się poważnie zagrożone i wystąpią przeciwko wnioskowi. Nie przewiduje się natomiast tak ostrej opozycji ze strony systemów telewizji kablowej, którym Comsat złożyła zapewnienie, że sygnały satelitarne będą mogły być przyjmowane do sieci kablowej i dopiero tą drogą dostarczane poszczególnym abonentom.

Z prawnego punktu widzenia sprawa jest wielce skomplikowana i jej załatwienie może trwać wiele lat. Comsat zdołała wszakże pozyskać dla swoich starań wpływowych sojuszników. Należą do nich m.in. przewodniczący podkomisji Izby Reprezentantów do spraw komunikowania, demokrata z Kalifornii Lionel Van Deerlin i główny doradca prezydenta do spraw telekomunikacji, Henry Geller. Comsat będzie reprezentowana przed Komisją przez waszyngtońską firmę prawniczą Kirkland and Ellis, z ramienia której prowadzić będzie sprawę... były przewodniczący FCC, Richard Wiley. (IHT z 3 IV 1980 s. 10) *asn*

PAPIER

MIEDZYNARODOWE. Największym konsumentem papieru gazetowego na świecie są Stany Zjednoczone — w r. 1979 zużyto tam, 9,8 mln t czyli 41% globalnego zapotrzebowania. Drugie miejsce zajmuje Japonia (10%), Europa Zachodnia zużyła 22%. (ZV + ZV 1980 nr 12 s. 381) *pd*

KANADA utrzymuje dominującą pozycję wśród producentów papieru gazetowego. Z ogółem 23,6 mln t w r. 1979 kraj ten dostarczył 8,8 mln t — 37% (ZV + ZV 1980 nr 12 s. 381) *pd*

HISTORIA

SZWAJCARIA. *Neue Zürcher Zeitung* najstarszy, najbardziej wpływowy i powszechnie uważany za najlepszy dziennik szwajcarski wkroczył w trzecie stulecie nieprzerwanego istnienia.

Zürcher Zeitung narodził się 12 stycznia 1780 w objętości 4 stron formatu ósemki, wychodząc odtąd w środy i soboty. Od 1821 pismo ukazuje się trzy razy w tygodniu pod nowym tytułem *Neue Zürcher Zeitung*, a od 1843 — codziennie. Zaspokajając lokalne potrzeby Zurychu — szybko rozwijającego się i przybierającego na znaczeniu centrum szwajcarskiej gospodarki i finansów — NZZ wydaje od końca XIX w. trzy codzienne edycje, od 1969 — dwie i dopiero od 1974 — jedną, poranną, wychodzącą 6 razy w tygodniu. Dzienny nakład wynosi 116 000 egz., z czego ok. 30 000 kółportowanych jest poza Szwajcarię; 90% nakładu rozchodzi się w prenumeracie. Obok stałych dodatków poświęconych sztuce, modzie, reklamie, oświacie, technice i lotnictwu, NZZ wydaje comiesięczny suplement w języku angielskim *Swiss Review of World Affairs*. NZZ, mający bogate tradycje liberalne, uważany jest za pismo niezależne; zalicza się go powszechnie do czołówek światowych dzienników.

NZZ dysponuje 33 stałymi korespondentami akredytowanymi w 30 państwach;

jest to największa sieć korespondentów utrzymywana przez dziennik tej wielkości. Korespondenci, utrzymywani na placówkach długo, dysponują samodzielnością i nie są krępowani założeniami polityki redakcyjnej; w ich gronie nie ma kobiet.

NZZ odegrał znaczną rolę w rozwoju nowoczesnej Szwajcarii będąc w XIX w. orędownikiem liberalnych przeobrażeń, lecz prestiż międzynarodowy zyskał dopiero w latach I wojny światowej. Tytułem NZZ do szczególnej chwały był jego konsekwentnie antyhitlerowski profil od początku lat trzydziestych. Po II wojnie światowej NZZ przeszedł na pozycję zimnowojennej, a obecnie wyraża sceptycyzm wobec polityki odprężenia.

NZZ jest własnością konsorcjum składającego się z 634 obywateli szwajcarskich posiadających ogółem 1800 zarejestrowanych udziałów; żaden z udziałowców nie może posiadać więcej niż 30 udziałów. Od 1968 redaktorem naczelnym NZZ jest dr Ferd Luchsinger. (Times z 12 I 1980, IHT z 12 II 1980) *asn*

RÓŻNE

MIEDZYNARODOWE. Wietnam został przyjęty jako 10. kraj do organizacji *Intersputnik*. Oprócz europejskich krajów socjalistycznych i Mongolii jest do niej przyłączona naziemna stacja telewizyjna Algierii. (NDP 1980 nr 2 s. 26) *pd*

USA. Czarny redaktor Wilbert Rideau i jeśwópracownik, również Murzyn Billy Sinclair otrzymali nagrodę im. George'a Polka za całokształt działalności w dwumiesięczniku *Angolite* (nakład 2000 egz.). Nie byłaby to ciekawa wiadomość, gdyby nie fakt, że obaj redaktorzy zostali skazani na dożywocie za morderstwa, a i ich czytelnicy popełnili równie ciężkie przestępstwa. Pismo *Angolite* jest bowiem wydawane i czytane w więzieniu stanowym w Luizjanie, w którym przebywa 4100 więźniów. Każdy jego numer zawiera od 35 do 50 listów do redakcji, wiadomości więzienne, streszczenia ostatnio wydanych wyroków sądowych, a także reportaże i felietony związane z kwestiami penitencjarnymi. (Time 10 III 1980 s. 58) *ar*

USA. Telefonistki redakcyjne otrzymują różnego rodzaju dziwaczne pytania od anonimowych rozmówców. Telefonistka *Vancouver* postanowiła spisywać co śmieszniejsze z nich, z czego następnie narodziła się odrębna rubryka w gazecie, bardzo popularna wśród czytelników. Oto niektóre wyjątki z tej rubryki:

„Czy mogłaby mnie pani gdzieś połączyć, chciałem z kimś porozmawiać”. „Przepraszam, nakreśliłem zły numer, palec mi się potknął”. „Kto jest w gazecie odpowiedzialny za dzikie zwierzęta?” „Mój mąż zginął w wypadku miesiąc temu, chciałam zamieścić notkę z podziękowaniem”. „Mam opłaconą roczną prenumeratę waszej gazety — czy jeśli umrę przed końcem roku, reszta należności zostanie mi zwrócona?” (EP — 1980 nr 6 s. 33) *bg*

W. BRYTANIA. Szczególnego rodzaju rekordzistą jest Raymond L. Cantwell. Niedawno na łamach jednej z gazet ukazał się jego już 9-tysięczny list do redakcji. Wycinki z tekstami różnego rodzaju sprośowań, uzupełnień i przytyków, które w ciągu 40 lat nadsyłał do całej prasy anglosaskiej, wypełniają obecnie 16 grubych tomów. Zbiór ten został przez autora ubezpieczony w znanej firmie asekuracyjnej Lloyda. (CGR II 1980) *wm*

РЕЗЮМЕ

Зофия Левартовская: ПРЕССА В ПЕРИОДЫ РОСТА НАПРЯЖЕННОСТИ — ПОБОРНИК МИРА ИЛИ ПОБОРНИК КОНФЛИКТА

Статья основана на результатах исследования, подготовленного для Центра печатоведческих исследований на базе 6 газет и 9 еженедельников конца 1979 — начала 1980 гг., когда резко обострилось международное положение, издающихся в СССР, Польше, ГДР, Франции, США и ФРГ. Это анализ позиции и самоопределения прессы по отношению к вопросам войны и мира; эмоций, которым подвергаются журналисты, и мировоззрения, передаваемого ими читателям; методов представления и формирования облика политического партнера или же условного противника; формулировки прогнозов на будущее; методов и профессиональных техник, применяющихся для усиления воздействия на общественное мнение.

Автор статьи, ссылаясь на ряд примеров, почерпнутых из газет и журналов за рассматриваемое время, наглядно показывает расхождение в позиции прессы двух разных общественно-политических систем, подчеркивает всю ответственность, которую несут журналисты, играющие особую роль в формировании общественного мнения и в деле воздействия на психику читательских масс. (Резюме автора)

Ежи Микуловский-Поморский: КОММУНИКАЦИЯ И ОБЩЕСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ В ЗАПАДНОЙ НАУКЕ. ОПЫТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МОДЕЛЕЙ

Опираясь на выступающие в литературе западных стран тенденции, автор пытается определить основные модели, отражающие зависимость между средствами массовой информации и общественным развитием. Он ссылается на предложения, выдвигаемые многими авторами, не связывая, однако, их имен с определенными позициями. Это попытка обобщения сходных мнений. Исторически первым считается отношение следствия: появление средств массовой информации на определенном этапе общественного развития. Остальные модели связаны с определенными попытками применения средства передачи в качестве фактора, стимулирующего общественное развитие. Таким образом, выделяются модели: обусловленности развития вследствие наличия массовых средств в инфраструктуре и стимулирования массовыми средствами публики в определенном направлении развития. Четвертой из рассматриваемых моделей является трактовка средств массовой информации как орудия, благодаря которому публика преднамеренно, сознательно старается получить информацию, необходимую для ее развития. Последняя зависимость — это попытка определить роль массовых средств в развитии будущей ситуации, когда новые технологии коммуникации станут общедоступными. В этих четырех моделях: следствия, обусловленности, стимулирования и инструментальной трактовке публикой средств массовой информации, автором выделяются переменные, наличие и характер которых определяют применение этих моделей на практике. Эти переменные относятся к: средствам массовой передачи, получателю и обществу в целом. Среди переменных, зачисленных к сфере средств передачи, выделяются: доступность массовых средств, тематические пределы содержания, степень доступности передач, убедительность передач, степень внутреннего аксиологического единства в системе средств массовой информации, связь массовых средств с другими учреждениями воспитательного, политического и культурного характера, степень инструментального значения содержания для получателя.

Относительно переменных, зачисленных к сфере получателя, говорится о: мотивировке изменений, умении пользоваться средствами массовой передачи, систе-

матичности приема с особым учетом ритуальности, связи получателя с другими людьми (межчеловеческие контакты). К общественной сфере автор относит: открытость общества на внешние влияния, динамичность либо статичность и, наконец, доминирующий характер общественных перемен, т.е. спонтанные либо управляемые перемены. Анализируя отдельные модели, автор извлекает переменные, наличие которых особо существенно для их успешной реализации, а также такие, отсутствие которых может сильно повлиять на неудачу в их применении.

Представленная ниже сводная таблица показывает вес отдельных переменных в определенных моделях.

переменные		Модели		
<i>средства массовой передачи</i>	следствие	обусловленность	стимулирование	инструментальной трактовки
доступность	всеобщая	всеобщая	всеобщая	применительно к потребностям
пределы содержания	относительно широкие	широкие	ограниченные	очень широкие
доступность	всеобщая	всеобщая	всеобщая	применительно к публике
убедительность	значительная	значительная	очень большая	малая
аксиологическое содержание	плюрализм	плюрализм	однородное	плюрализм
связь с другими институтами	малая	малая	большая	по принципу ком-плементарности
характер содержания	общий	инструментальный	очень общий	инструментальный
<i>Получатель</i>				
мотивировка к переменам	большая	малая	малая	большая
беглость приема	малая	малая	большая	очень большая
систематичность приема	значительная	малая	очень большая, ритуальность	в зависимости от индивидуальных потребностей
связи с другими людьми	исчезают	значительные	малые	значительные на новых основаниях
<i>общество</i>				
податливость на внешние влияния	открытость	открытость	закрытость	открытость
темпы изменений	динамические	динамические	застой	динамические
характер изменений	спонтанные	управляемые	управляемые	спонтанные — управляемые

(Резюме автора)

Владислав Тыраньский: ПРИГОДНОСТЬ ТЕОРИИ УБЕЖДЕНИЙ ДЛЯ АНАЛИЗА СОДЕРЖАНИЯ ПРЕССЫ

Убеждения — это своеобразная совокупность знаний, чувств и действий, связанная с каким-то элементом действительности, которым может быть человек, предмет, идея или явление. Одним из источников убеждений является психологический механизм их возникновения путем присвоения мнений, распространенных в данном коллективе. Средства массовой коммуникации, — в том числе и пресса, — популяризируют, как известно, различные мнения относительно объектов, реальным либо потенциальным образом представляющих собой предмет убеждений получателей. Благодаря этому они формируют новые убеждения или же модифицируют уже существующие убеждения.

Применение начерченной выше теории убеждений к печатоведческому исследованию создает возможность гармонически связывать анализ содержания с изу-

чением приема. Это представлено в статье на основании результатов анализа 200 номеров 50 польских высокотиражных периодических изданий. Анализ проводился у учетом возможности формирования прессой мнений относительно интеграции стран-членов СЭВ.

Были выделены два типа убеждений, которые благодаря одному и тому же предмету — интеграции социалистических стран, можно было исследовать с помощью одного метода: с одной стороны, позиция по отношению к интеграции, пропагируемая прессой, с другой — фактически существующее мнение читателей.

Отношение к интеграции, пропагируемое нашими журналами, характеризуется в познавательном плане суженными знаниями о принципах и следствиях этого процесса, а также пробелами в рациональности и деловитости аргументации; в эмоциональном плане — сильными положительными оценками достоинств интеграции и сильно отрицательной оценкой всех факторов, угрожающих этим достоинствам; в бихевиористском плане — стимулированием в виде обращения к эмоциям.

Фактически существующая позиция читателей по отношению к интеграции еще не изучена. Для этого следует разработать соответствующие анкеты, определяющие уровень знаний, эмоциональное отношение и позицию читателей прессы относительно интеграционных процессов.

Только сопоставление данных из этих двух исследовательских областей позволит по возможности исчерпывающим образом оценить потенциальную эффективность воздействия прессы на убеждения читателей. В данном случае предметом изучения популяризуемых прессой мнений была интеграция стран социалистического лагеря. Предложенный в статье метод, созданный на базе теории, рассматривающей убеждения как совокупность знаний, чувств и действий, применим и в ряде других случаев когда предметом исследуемых позиций, как пропагируемых прессой, так и читателей, является один и тот же объект. (Резюме автора)

Мацей Хжановский: О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ОБОСНОВАНИЯ АРГУМЕНТАЦИИ

Предметом статьи является критический анализ некоторых способов обоснования документами журналистской аргументации, применяющейся в некоторых публицистических текстах, касающихся общественной и хозяйственной проблематики. Наряду с обсуждением общих принципов и указаниями относительно использования документационного обоснования журналистами, определением элементов его функционирования в структуре публицистического текста, проводится также попытка ответить на вопросы насчет способов отражения в документационном обосновании аргументации общих принципов политики в области информации и пропаганды. В то же время анализируются связи, существующие между способами документации и видами журналистских жанров, а также зависимость от типа прессы, для которого предназначается данный публицистический текст. Исходной точкой для рассуждения является попытка определения, откуда берутся данные, являющиеся документальной базой для публицистической аргументации в польской прессе. Рассматриваются взаимосвязи между информацией и публицистикой, приводятся результаты анализа структуры, логического строя исследованных публицистических текстов, так как статья посвящена, в основном, только способам доказывания на основании рациональной, логической аргументации (а не, например, эмоциональной или этической). Рассуждения, представляющие собой отчет о более подробных эмпирических исследованиях избранных польских газет и журналов, завершается рядом практических выводов и постулатов относительно совершенствования документации публицистических статей. (Резюме автора)

Вениамин Хапинский: ЧУВСТВО ЭТНИЧЕСКОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ В СВЕТЕ ДВУХ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В США

Автором — американцем польского происхождения (кандидатская диссертация на факультете журналистики и политических наук Варшавского университета на тему „Картина Польши и польского национального характера в глазах читателей газеты Пост игле в США” в 1978 г.) — были проведены 2 исследования, посвя-

щенные вопросу деполонизации. Анкетированными в обоих исследованиях были подписчики общеамериканской газеты *Пост игле*, предназначенной для лиц польского происхождения, издающейся в Клифтон на английском языке. В ходе первого исследования, проведенного в 1972—1975 гг., было опрошено 500 человек, второго — 1976—1977 гг. — 237.

Результаты обоих исследований Хапиньской часто сопоставлял с проведенными в 1975 г. исследованиями Ежи Олендзкого.

Ответы респондентов Хапиньского свидетельствуют о том, что у американцев польского происхождения сильно развито чувство связи с Польшей и польской колонией в США. На вопрос, разрешили бы они своим детям учиться в польских вузах, 62% опрошенных в ходе первого и 73% в ходе второго исследования ответили положительно. Оценивая весь комплекс фактов и общественно-политических явлений, характеризующих современную Польшу, 97% читателей газеты *Пост игле* одобрило официальное признание границы на Одере и р. Нысе, 91% высказался в пользу более тесных отношений с ПНР, 69% (во втором исследовании) признало прогрессивной экономическую систему Польши.

Автор статьи подчеркивает, что опрошенные неоднократно имели возможность столкнуться с США с антикоммунистической пропагандой и с отрицательными оценками по поводу Польши.

Как показали исследования, большинство анкетированных, несмотря на все более слабое знание польского языка, чувствует связь с родиной своих родителей и делов, проявлением же этой заинтересованности были заявления о продолжении подписки газеты *Пост игле*. (Резюме редакции)

Збигнев Собецкий: ЖУРНАЛИСТЫ О СЕБЕ

Цель опроса, проведенного по телефону среди 106 журналистов во выборке, состояла в том, чтобы получить ответ относительно их семейного положения, условий работы, способов проведения свободного времени, пользования другими средствами коммуникации, отношения к исполняемой профессии, а также к лицам, начинающим работу в этой профессии.

Как из высказываний журналистов, так и числовых данных вытекает, что дети журналистов могут подвергаться фрустрации, вызванной отсутствием или недостатком контактов с родителями, исполняющими эту профессию. Аритмичность журналистской работы является фактором, усиливающим состояние неудовлетворенности, которому могут подвергаться также и сотрудники журналистов.

Писательская производительность рядового журналиста составляет около 20% колонки Трибуны Люду в день. Эта работа выполняется, в основном, на дому, где условия для писания лучше, чем в редакции, в которой, как правило, делают правку или же собирают материалы для публикации. В редакции, чаще чем дома, журналисты составляют информационные материалы, в отличие от публицистических, которые они предпочитают готовить дома.

Только половина журналистов пользуется путевками в дома отдыха, зачастую вследствие того, что многие из них предпочитают проводить отпуск, организованный частным образом. Очередной отпуск это, как правило, единственный период, полностью посвящаемый семье.

Журналисты обращаются к массовым средствам информации главным образом для удовлетворения профессиональных потребностей. Наиболее распространенным массовым средством является радио, также телевидение служит источником ежедневной информации, которую журналист использует в своей работе. Телевизионные передачи подбираются селективным образом, в отличие от передач по радио.

Журналисты постоянно читают и собирают книги, что неразрывно связано с потребностью постоянно совершенствовать и пополнять энциклопедические профессиональные знания.

Высказывания журналистов относительно политического характера их профессии имеют характер дефиниции с нормативной окраской. Эти высказывания отчетливо свидетельствуют о том, что внимание журналистов чаще обращено на цели, связанные с реализацией задач отправителя, чем на цели, связанные с получателем процесса коммуникации.

Высказывания журналистов, касающиеся стажеров журналистики, весьма разноречивы и разнообразны. Нередко, оценивая позицию и работу стажеров, жур-

налисты оценивают заодно и эффективность системы образования и подготовки журналистов. Самым распространенным является мнение, что стажировку необходимо проходить во всех отделах редакции. (Резюме автора)

Ларс Квортруп, Могенс Шмидт, Ларс Сееберг: ИССЛЕДОВАНИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ДАНИИ (ВСТУПИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА)

В статье рассматриваются некоторые основные проблемы современного марксистского анализа средств массовой коммуникации в Дании. Исходной точкой для рассуждений является критика позитивистского анализа средств массовой информации на примере анализа содержания. Вкратце представлено развитие исследований в области коммуникации. В частности, желая включиться в дискуссию, авторы критически оценивают кажущуюся удачной неомарксистскую теорию средств массовой информации. Сомнению подвергаются те анализы содержания, для которых инспирацией явился структурализм или теория общественной сферы. (Резюме авторов)

Фриц Бекерт: К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПРЕДМЕТА ПСИХОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ. О МЕСТЕ ПСИХОЛОГИИ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ПЕЧАТИ

Впервые опубликовано под заглавием „Erwägungen zur Präzisierung des Gegenstandes der Psychologie der Massen- (Medien-) Kommunikation. Eine Studie zum Standort des Psychologie im System der Journalistikwissenschaft“ в лейпцигском двухмесячном журнале *Theorie und Praxis des sozialistischen Journalismus* 1978, № 5, с. 20—25. Перевод известен автору (Ред.)

Ромуальд Холли: О ЗНАЧЕНИИ ПРЕДМЕТА ПСИХОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ — КРИТИЧЕСКИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Автор, ссылаясь на статью Ф. Бекерта „К вопросу об определении предмета психологии массовой коммуникации. О месте психологии в исследованиях печати“, обсуждает следующие вопросы: 1) зависит ли существование и развитие психологии массовой коммуникации от определения ее формального предмета; следовательно, существует ли в самом деле неотложная потребность в уточнении предмета психологии массовой коммуникации? 2) в самом ли деле неотложной является потребность в создании формального института психологии массовой коммуникации и психологии журналистики? 3) оригинально и полезно ли предложение Бекерта, если же да, то в какой мере?

В результате проведенных рассуждений автор дает отрицательные ответы на все эти вопросы, доказывая, что представленное Бекертом предложение опоздало по крайней мере на тридцать лет. Эффекты, которые могли бы быть получены в случае его реализации, не будут заманчивы ни для журналистской теории, ни для практики.

По мнению автора настоящей статьи, для предлагаемой интеграции психологии с теорией журналистики самым полезным, с практической точки зрения, должно оказаться сопоставление неотложных потребностей в этой области с возможностями современной психологии. Проще и полезнее всего это может совершиться именно путем систематического сопоставления постоянно актуализирующегося перечня важнейших проблем и вопросов, ежедневно возникающих в ходе редакционных работ и в работе по исследованию печати, с новейшими достижениями психологии. Итак, самым неотложным делом является составление такого индекса проблем.

Такого рода проблемы можно, по мнению автора, решить еще и другими способами. Полезным может оказаться, например, точное определение объема психологических знаний, каким должен располагать журналист или исследователь печати, либо же определение веса, который они должны придавать им в ходе своей повседневной работы.

По-видимому, следовало бы также обсудить вопрос о том, насколько профессия журналиста представляет собой обычное, доступное для каждого человека ремесло, насколько же — искусство, в котором на успех могут рассчиты-

вать лишь немногие — кто? А, быть может, для того, чтобы стать журналистом, нужны особые способности — какие? Если врожденные, то психология должна проводить отбор среди журналистов-профессионалов, если приобретенные — то она должна помогать в их приобретении и совершенствовании. (Резюме автора)

Перевод
Данииля Хоровича

SUMMARY

Zofia Lewartowska: THE PRESS IN THE PERIODS OF TENSIONS — AN ADVOCATE OF PEACE OR AN ADVOCATE OF CONFLICT?

The paper has been based on the results of an analysis of issues of six journals and nine weeklies carried out specially for the Press Research Centre. Analysed journals and weeklies were published in 1979/1980 in the USSR, Poland, the GDR, France, the USA and the FRG during the growing international tension. The analysis covered press attitudes and self-determination of the press faced with the dilemma of war and peace, study of emotions of journalists and approaches suggested by the journalists to the readers, methods of building a political image of the partner or an assumed adversary, of forecasting the future, methods and professional techniques applied in order to increase the impact on public opinion.

Quoting many examples from the examined period the authoress presents the different policies of the press of the two political systems and at the same time she stresses the grave responsibility of journalists who in critical periods of history play a significant role in influencing mental attitudes of the readers. (Authoress' summary)

Jerzy Mikułowski Pomorski: COMMUNICATION AND SOCIAL DEVELOPMENT IN WESTERN SCIENCE. AN ATTEMPT TO RECONSTRUCT MODELS

Basing on the trends encountered in the literature of the Western countries the author endeavours to reconstruct the basic models which describe the relationship between mass media and social development. Although he refers to suggestions of numerous authors he does not associate their names with particular approaches. This is an attempt at generalization of converging positions. The author adopts the relation of emergence as chronologically first and what he means here is the emergence of mass media at certain stage of social development. The remaining models are connected with certain definite attempts to use media to further social development. In this way he distinguishes the following models: conditioning development through the mass media in infrastructure and stimulating the recipient to a controlled development through the use of media. Finally, he takes into account the fourth model — using media as a tool enabling the recipient to gain information he requires for his self-development. The last relationship represents an attempt to determine the role of the mass media in the development in the future when everybody will be using new technologies of communication. In these four models — emergence, conditioning, stimulating and using the media as a tool by the recipient — the author specifies variables whose character and occurrence determine the usage of the models in practice. The variables refer to: media, recipients and society. Among the variables referring to the media the author distinguishes the following; access to media, subject range of their content, the degree of the comprehensibility of their messages, persuasiveness of messages, the degree of internal axiological consistency in the system of media, the relationship between media and other institutions of educational, political and cultural character and finally, the degree of the instrumental usefulness of the content for the recipient. Among the variables referring to the recipient the author discusses: motivation for change, the skill of using the media, regularity of reception with particular regard to

ritualism, the relationship between the recipient and other people (maintaining interpersonal contacts). The variables referring to society include: openness to outside influences, dynamism vs. stability and finally predominant character of social changes (meaning here spontaneous vs. controlled changes). During the analysis of the individual models the author singles out those variables which are particularly important in successful realization of the models and those the lack of which can result in failure of the model.

The table below summarizes the importance of particular variables for the given models.

	m o d e l s			
variables	emergence	conditioning	stimulating	instrumental, using media as a tool
m e d i a				
availability	common	common	common	adapted to needs
range of subject	relatively broad	broad	limited	very broad
comprehensibi- lity	common	common	common	adapted to the public
persuasiveness	considerable	considerable	very high	low
axiological con- sistency of con- tent	pluralism	pluralism	homogeneity	pluralism
relationship with other institutions	low	low	high	on the base of being comple- mentary
character of content	general	instrumental	general	instrumental
r e c i p i e n t				
motivation for change	high	very high	low	high
reception skills	low	low	high	very high
reception regularity	considerable	low	very high ritualism	depends on indi- vidual needs
relationship with other people	declines	considerable	low	considerable, on a new base
s o c i e t y				
susceptibility to outside influence	openess	openess	closing	openess
rate of changes	dynamic	dynamic	stagnated	dynamic
character of changes	spontaneous	directed	directed	spontaneous and directed

(Author's summary)

Władysław Tyrański: THE USE OF THE THEORY OF ATTITUDES IN THE PRESS CONTENT ANALYSIS

An attitude is a specific organization of knowledge, emotions and activities related to a certain element of reality. The element can be a man, a subject, an idea or phenomenon. One of the sources of attitudes is a psychological mechanism of their formation through adoption of the opinions disseminated in a given community. Mass media — including the press — disseminate, as it is known, various opinions on objects being in reality or potentially a subject of recipients' attitudes. In this way, they bring new attitudes or modify the already existing ones.

Application of the outlined theory of attitudes in press research gives the possibility to create a harmonious combination between the content analysis

and the research on reception. This was shown, using as an example the results of the analysis of 200 issues of 50 Polish periodicals with a high circulation. The analysis was made having in mind the possibility of shaping by the press the attitudes towards integration of countries belonging to the Council for Mutual Economic Aid.

Two types of attitudes have been distinguished which, considering the same subject, i.e. integration of the socialist countries, can be examined using one method. These two types are as follows: on the one hand the attitude towards integration propagated by the press and on the other, the really existing attitude of readers.

The attitude towards integration propagated by our periodicals can be characterized in a cognitive plane by a limited knowledge of the causes and effects of this process as well as by the gaps in rationality and objectivity of argumentation; as far as emotional plane is concerned it is characterized by strong opinions in favour of the positive values being brought by integration and by strong opinions against these factors which threaten these values; finally considering behavioural plane — by stimulation in a form of appeal to emotions.

Readers' attitude towards integration has not been examined yet. In order to examine it one should prepare questionnaires determining the level of knowledge, emotional reactions and behaviour of press recipients towards integrational processes.

Only if we compare the data from the two examined research areas we may be able to evaluate fully the potential effectiveness of the impact of the press in the domain of shaping the readers' attitudes. In our case the integration of socialist countries was the subject of the examined attitudes propagated by the press. The method which has been suggested in this paper, based on the theory considering the attitude as an organization of knowledge, emotions and activities, can be applied to many other cases where the examined attitudes propagated by the press and readers' attitudes concern the same subject. (Author's summary)

Maciej Chrzanowski: ON SOME ASPECTS OF DOCUMENTARY BASIS FOR ARGUMENTATION

The subject of this paper is a critical analysis of some of the methods of providing a documentary basis for journalistic argumentation used in the chosen publicistic texts devoted to social and economic matters. Apart from the examination of the general principles and instructions referring to the documentary basis in journalistic texts and apart from the examination of the elements of its functioning within the structure of a journalistic text the paper tries to answer the questions about the ways of reflecting in documentary basis general principles of the informational and propaganda policy. At the same time the relations between the methods of documenting and journalistic types and genres have been analysed as well as certain dependencies resulting from the type of the press for which the journalistic text is intended. Starting point for these considerations is an attempt to find out where the data forming a documentary basis of journalistic argumentation in the Polish press come from. The author considers mutual relationship between information and journalism and gives the results of the analyses of the structure, the logical form of examined journalistic texts. The paper concentrates only on the methods of reasoning based on rational, logical argumentation (and not e.g. on emotional or ethical one). The considerations which have been a report from a more extensive empirical research on selected Polish newspapers and periodicals are followed by a list of practical conclusions and recommendations concerning better, more correct documenting of journalistic texts. (Author's summary)

Benjamin Chapiński: ETHNIC SENTIMENTS IN THE LIGHT OF TWO NATION-WIDE STUDIES CARRIED OUT IN THE USA

The author — an American of Polish origin (Ph.D. thesis on "Image of Poland and Polish Nationality among Readers of the *Post Eagle* in the USA" presented to the Faculty of Journalism and Political Sciences of Warsaw

University in 1978) -- carried out two studies on the problem of depolonization. In both cases the respondents were subscribers to the nation-wide paper for the Polish emigrants *Post Eagle* published in English in Clifton. In the first study conducted during 1972--1975 500 people were interviewed, in the second one carried out during 1976--1977 -- 237 people.

Results of the above-mentioned studies were frequently compared by Chapiński with the results obtained by Jerzy Oleǳki in 1975.

The answers of Chapiński's respondents indicate that the Americans of Polish origin are strongly tied with Poland and Polish colony. The question "would you allow your children to study in Poland?" has been answered "yes" by 62 per cent of the people from the first sample and 73 per cent from the second one. Evaluating the set of facts and socio-political phenomena which characterize contemporary Poland -- 97 per cent of readers of the *Post Eagle* approved the official recognition of the Odra and Nysa borderline, 91 per cent inclined towards closer relations with Polish People's Republic and 69 per cent (in the second study) considered Polish economic system as progressive.

The author emphasizes that the subjects must have been on many occasions in the USA exposed to anticommunist propaganda and pejorative opinions on Poland.

The results of the studies showed that the majority of respondents, despite their deteriorating knowledge of Polish language, feel attached to the country of their parents or even grandparents. Their interest in Poland has been demonstrated by their willingness to renew the subscription of the *Post Eagle*. (Editorial summary)

Zbigniew Sobiecki: JOURNALISTS ABOUT THEMSELVES

Telephone interviews carried out among 166 chosen journalists were meant to provide answers to questions concerning their family situation, work conditions, leisure time, the use of other channels for communication, their attitudes towards their own job and towards people who start working as journalists.

Basing both on the answers of journalists and on statistical data it has been found that children from journalistic families can feel frustrated because of the lack of contacts with their parents working as journalists. Irregularity of journalistic work is a factor conducive to the frustrations that can be also felt by the partners of professionally active journalists.

Writer's daily output of an average journalist reaches about 20 per cent of a column printed in *Trybuna Ludu*. The majority of the work is usually prepared at home where journalists find better conditions rather than in editorial office which is a place used more often for editorial preparations of texts and also for gathering materials for publishing. Informational items are more often written in the editorial office whereas materials are usually prepared at home.

Only a half of the sample of journalists go for holiday organized by the Trade Unions because many of them prefer holidays organized by themselves. It is only while on holiday when they devote most of their time to their families.

Journalists use the mass media mainly for professional aims. Radio is the most commonly used mass channel but also television is a source of everyday information necessary for a journalist in his work. Watching TV programmes by journalists is an activity usually of more selective character than listening to radio programmes.

Journalists are regular readers of books, also their collectors, what is caused by the fact that people working in this profession have to have a constant access to references.

Journalists' answers concerning the political character of their job are definition-type answers. In these answers one can see particularly clearly that the journalists are specially interested in carrying into effect the objectives put by the sender and pay less attention to the objectives related to the recipient of the communication process.

The views of journalists on graduates of journalism are quite diverse and varied. The journalists quite often estimate the effectiveness of journalistic educational system through the estimation of graduates. The most wide-spread opinion is that a graduate occupying a junior position should undergo training in all sections of the editorial office. (Author's summary)

Fritz Beckert: COMMENTS ON THE DEFINITION OF THE SUBJECT OF PSYCHOLOGY OF MASS (MEDIA) COMMUNICATION. STUDY ON THE ROLE OF PSYCHOLOGY IN PRESS RESEARCH

The first edition entitled "Erwägungen zur Präzisierung des Gegenstandes der Psychologie der Massen- (Medien-) Kommunikation. Eine Studie zum Standort der Psychologie im System der Journalistikwissenschaft" published in Leipzig bimonthly 1978, no 5, pp. 20—25. Translation seen by the author. (Ed.)

Romuald Holly: ON THE IMPORTANCE OF PSYCHOLOGY OF MASS COMMUNICATION — CRITICAL COMMENTS

The author referring to the article by F. Beckert "Comments on the Definition of the Subject of Psychology of Mass (Media) Communication. Study on the Role of Psychology in Press Research" takes into account the following questions: 1) whether the existence and development of psychology of mass communication depends on the definition of its formal subject; consequently, whether it is really necessary to define the subject of psychology of mass communication; 2) whether it is an urgent necessity to bring psychology of mass communication and psychology of journalism into being and in a way to "institutionalize" them? 3) is the proposition of Beckert (and if so, to what extent) useful and original?

As a result of his considerations the author gives negative replies in all of the above cases. He argues that the proposition presented by Beckert is at least 30 years late and the results which might be obtained if we decided to put it into practice would be attractive neither for journalistic theory nor for practice.

According to the author, from the practical point of view, the confrontation of the actual most pressing needs in this domain with the possibilities of the modern psychology would be most useful for the postulated integration of psychology and theory of journalism. The simplest and most useful way to do it is to confront regularly the up-to-date list of the most important issues and questions arising every day in editorial and journalistic work with the latest achievements of psychology. Thus, the most urgent task is to prepare such a list of questions.

The author believes that this kind of problems can be also solved in other ways. Perhaps it may be useful e.g. to define precisely how much knowledge of psychology should possess a journalist or press researcher and how much importance they should attach to it in their everyday work. It might be as well useful to consider to what degree journalistic profession is simply an ordinary craft which can be practised by everybody and to what degree it is an art in which only few people can be successful and if this is the case, who they are. And may-be being a journalist requires above all some special talents — what sort of talents? If these talents are inborn, psychology should enable a professional selection of journalists; if they can be acquired — it should help to acquire and develop them. (Author's summary)

Translated by
Janina Maczuga