

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH
UNIwersytet Jagielloński

Zeszyty **PRASOZNAWCZE**

(ROCZNIK XXXVI JAKO KONTYNUACJA
PRASY WSPÓŁCZESNEJ I DAWNEJ Z LAT 1958 – 1959)

NR 1-2 (133-134) R. XXXIV

KRAKÓW 1993

NR INDEKSU 38364

PL ISSN 0555-0025

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Zbigniew Bajka, Sylwester Dziki, Ryszard Filas, Ignacy S. Fiut (redaktor numeru),
Józef Kozak (sekretarz redakcji), Walery Pisarek (redaktor naczelny), Henryk Siwek, Andrzej Zagrodnik

WSPÓŁPRACOWNICY ZAGRANICZNI

Prof. Aleksandr B i e r i e ż n o j – Sankt-Pietierburskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet, Fakultet Żumalistiki;
prof. Roger C l a u s s e – Université Libre de Brukselles; dr Shelton A. G u n a r a t n e – Mass Communications
Department, Moorhead State University (Minnesota); prof. James D. H a l l o r a n – University of Leicester,
Centre of Mass Communication Research; dr Vladimir H o l i n a – Novinársky Studyjný Ustav, Bratislava;
doc. Władimir W. K i e l n i k – Uraliskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. M. Gorkogo, Fakultet
Żumalistiki, Jekatierinburg; prof. Jewgienij A. K o r n i l o w – Rostowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet,
Filologičeskij Fakultet; prof. William H. M e l o d y – Centre for International Research on Communication
and Information (CIRCIT), Melbourne; prof. Jewgienij P. P r o c h o r o w – Moskowskij Gosudarstwiennyj
Uniwersitet im. Łomonosowa, Fakultet Żumalistiki; doc. Karl Erik R o s e n g r e n – Lunds Universitet,
Sociologiska Institutionen; prof. Herbert I. S c h i l l e r – University of California, La Jolla; dr Benno
S i g n i t z e r – Universität Salzburg, Institut für Kommunikationswissenschaft; prof. Tapio V a r i s
– University of Industrial Arts, Helsinki

PROJEKT OKŁADKI: Zygmunt Strychalski

© Zeszyty Prasoznawcze 1993

Adres redakcji: 31-007 Kraków, ul. Wiślna 2, tel. 22-60-68. **Wydawca:** Uniwersytet Jagielloński, 31-007 Kraków, ul. Gołębia 24. Nakład 350 egz., ark. druk. 11. Numer został zamknięty i oddany do składu w lipcu 1993. Podpisano do druku i druk ukończono w październiku 1993. **Skład, druk i oprawa:** zespół poligraficzny Ośrodka Badań Prasoznawczych UJ: Janusz Harnik, Ryszard Skimina, Andrzej Zagrodnik.

Nr indeksu: 38364 PL ISSN 0555-0025

SPIS TREŚCI

Z PROBLEMÓW AKTUALNYCH

Andrzej Małak: Nowa polska ustawa o radiofonii i telewizji	5
--	---

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Jörg Becker: Między cenzurowaną a skomercjalizowaną opinią publiczną w systemowej przemianie Europy Wschodniej	12
Alicja Zagrodniak: 1 Maja 1992 r. w prasie polskiej	25
Jan Ożdźyński: Uwarunkowania percepcyjne reporterskiej wiedzy w radiu i telewizji	42
Jan Wawrzyńczyk: Tzw. nowe słownictwo polskie w świetle źródeł prasowych z lat 1918-1939	55

HISTORIA PRASY

Włodzimierz Bernacki: Zapomniana <i>Gmina</i> 1867-1870	61
Gideon Kuc: Nachum Sokołów i jego krytyka prasy żydowskiej w Polsce	71

PRASA NA ŚWIECIE

Stefan Bielański: Prasa włoska o Polsce. Problematyka polska w dzienniku <i>La Repubblica</i> (marzec-wrzesień 1992 r.)	78
Vladimir Holina: O systemie środków komunikacji masowej w Słowacji	92
Eliezer Alfandari: Przemiany w mediach bułgarskich	96
Heather C. Roach: Polityka zagraniczna USA a obraz wydarzeń w mediach amerykańskich	100

MATERIAŁY

Zbigniew Oniszczyk: Największe koncerty medialne świata	109
Katarzyna Ignatowicz: Światowe Dni Środków Komunikowania Społecznego	115
Europejska konwencja o telewizji ponad granicami	123

Sondaże OBP:

Czytelnictwo gazet i czasopism o zasięgu ogólnopolskim w I połowie 1993 – nowe tendencje (<i>Ryszard Filas</i>)	138
Nastroje społeczne i niektóre postawy polityczne (maj 1992 – czerwiec 1993) (<i>Jarosław Grzybczak</i>)	145

RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa. Pod red. Aliny Słomkowskiej, przy współpracy naukowej Danuty Mikołajczyk-Grzelewskiej. T. 17, 18, 19. (*Zofia Sokół*) s. 149; Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa. Pod red. Aliny Słomkowskiej, przy współpracy naukowej Danuty Mikołajczyk-Grzelewskiej. T. 20, 21, 23 (*Zofia Sokół*) s. 151; Transformacja prasy polskiej (1989–1992). Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa. Pod red. Aliny Słomkowskiej. T. 22 (*Jacek Kołodziej*) s. 154; Tomasz Gobań-Kłás: Mass media w Polsce 1989-1992. Rekonstrukcja sfery publicznej (*Walery Pisarek*) s. 157; Vladimir Holina: Publikum prostriedkov masovej komunikacie na Slovensku (*Roman Ivantysyn*) s. 158; Maria Jose Aguàr, Lluís Codina, Daniel E. Jones: Communication, Culture and Society (*Jarosław Grzybczak*) s. 159; Hilda Holinová: Deti a prostriedky masovej komunikacie (*Pavol Rankov*) s. 161; Finnish Papers Presented at IAMCR Conference, Brazil 1992 (*Jacek Kołodziej*) s. 163; Manfred Rehbinde: Schweizerisches Urheberrecht (*Ryszard Markiewicz*), s. 165; *Medien und Zeit*, 1992 nr 4 (*Ignacy S. Fiut*) s. 167.

KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA

Ogólnopolski i Międzynarodowy Festiwal Filmu Reklamowego i Reklamy (<i>Jacek Kołodziej</i>)	170
Nowoczesne radio w Polsce (ogólnopolskie seminarium rozgłośni radiowych) (<i>Lucyna Drelinkiewicz</i>)	173
„Kontrowersje wokół transformacji prasy (1989-1993)” (<i>Zofia Sokół</i>) .	173
„Media na rzecz demokracji” (<i>Andrzej Rusinek</i>)	177
Summary	179

ANDRZEJ MATLAK

NOWA POLSKA USTAWA O RADIOFONII I TELEWIZJI

I. Uwagi wstępne

Obowiązująca dotąd ustawa o Komitecie do Spraw Radia i Telewizji z 1960 r.¹ przyznawała państwu wyłączny monopol w dziedzinie tworzenia i przekazywania programów radiofonicznych i telewizyjnych (skierowanych do powszechnego odbioru), jak również budowy i eksploatacji rozgłośni przeznaczonych do nadawania takich właśnie programów². Taki stan prawny kłócił się w sposób wyraźny z istniejącą w Polsce sytuacją polityczną i gospodarczą. Dlatego w wielu środowiskach podnosiły się głosy o konieczności jak najszybszej zmiany istniejącej w tym zakresie regulacji prawnej.

Nowa ustawa uchwalona 29 grudnia 1992 r.³ określa zupełnie inne ramy prawne działalności w dziedzinie radiofonii i telewizji. Tworzy ona nowy, centralny organ państwowy w postaci Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Rada ta stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności nadawców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji. W skład tego organu wchodzi dziewięciu członków (4 powoływanych przez Sejm, 2 przez Senat i 3 przez Prezydenta). Z grona członków Rady Prezydent powołuje przewodniczącego, który kieruje jej pracami oraz reprezentuje wspomniane

¹ Dz.U. 1960 r., nr 54, poz. 307; zm. Dz.U. 1984 r., nr 54, poz. 275.

² Monopol państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji wynikał również z ustawy o łączności z 15 listopada 1984 r., która została jednak uchylona z dniem wejścia w życie obecnie obowiązującej ustawy o łączności z 23 listopada 1990 r. (Dz.U. 1990 r., nr 86, poz. 504). Ostatnio wspomniana ustawa przewidywała wyjątek na rzecz Kościoła katolickiego, który mógł prowadzić działalność, polegającą na nadawaniu programów radiofonicznych i telewizyjnych, na podstawie umowy zawartej między Ministrem Łączności a Sekretarzem Konferencji Episkopatu Polski. Po wejściu w życie ustawy o radiofonii i telewizji pozycja Kościoła katolickiego została zrównana z innymi podmiotami chcącymi prowadzić działalność uregulowaną we wspomnianej ustawie (art. 59 ustawy o radiofonii i telewizji).

³ Dz.U. 1993 r., nr 7, poz. 34.

organ na zewnątrz⁴. Ustawa dość szczegółowo określa zadania i kompetencje Rady, jak również prawa i obowiązki jej członków. Do zadań jej należy m.in. podejmowanie rozstrzygnięć w sprawach koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów, sprawowanie kontroli działalności nadawców, projektowanie w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji, określanie warunków prowadzenia działalności przez nadawców.

Kadencja członków Rady trwa 6 lat, licząc od dnia powołania, przy czym nie mogą być oni powołani na kolejną pełną kadencję. Dążąc do formalnego zagwarantowania niezależności osób wchodzących w skład tego organu, ustawodawca przewidział zakaz łączenia funkcji członków Rady z prowadzeniem działalności nadawcy lub producenta radiowego i telewizyjnego, zatrudnieniem u takiego nadawcy lub producenta, posiadaniem udziałów albo akcji spółki będącej nadawcą lub producentem radiowym i telewizyjnym oraz zatrudnieniem w administracji państwowej i samorządowej.

II. Zezwolenia na rozpowszechnianie programów

Zgodnie z art. 33 omawianej ustawy, rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych wymaga uzyskania koncesji. Z obowiązku tego zwolnione są jedynie programy publicznej radiofonii i telewizji, tworzone przez funkcjonujące dotychczas państwowe stacje radiowe i telewizyjne⁵. Koncesja może być udzielona osobie fizycznej, posiadającej obywatelstwo polskie i stałe miejsce zamieszkania w Polsce, lub osobie prawnej, która ma siedzibę w Polsce (art. 35 ustawy). O udzielenie wspomnianego zezwolenia mogą występować również podmioty działające w formie spółek z udziałem kapitału zagranicznego⁶. Koncesja dla takiej spółki może być udzielona, jeżeli:

- 1) udział podmiotów zagranicznych w kapitale zakładowym lub akcyjnym spółki nie przekracza 33%;
- 2) umowa lub statut spółki przewidują:
 - a) że członkami zarządu spółki i rady nadzorczej będą w większości obywatele polscy zamieszkali w Polsce,
 - b) że w zgromadzeniu wspólników lub w walnym zgromadzeniu udział głosów podmiotów zagranicznych i podmiotów kontrolowanych przez podmioty zagraniczne nie może przekroczyć 33%.

⁴ Przewodniczącym Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji został Marek Markiewicz. Poza nim w składzie Rady znaleźli się: Ryszard Bender, Lech Dymarski, Maciej Ilowiecki, Ryszard Miazek, Marek Siwiec, Bolesław Sulik, Jan Szafraniec i Andrzej Zarębski.

⁵ Jednostki publicznej radiofonii i telewizji będą działać wyłącznie w formie jednoosobowych spółek akcyjnych Skarbu Państwa. Spółki te mogą być dofinansowywane z budżetu państwa.

⁶ Przepisy dotyczące prowadzenia przez podmioty zagraniczne działalności na terytorium Polski, znajdujemy głównie w ustawie z dnia 14 czerwca 1991 r. o spółkach z udziałem zagranicznym (Dz.U. 1991 r., nr 60, poz. 253).

Organem właściwym dla wydawania koncesji jest przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, który podejmuje decyzje w tym zakresie na podstawie uchwały całego organu. Decyzje w tej sprawie są ostateczne. Ustawa nie przewiduje instancji odwoławczej, do której można byłoby zaskarżyć niekorzystne dla wnioskodawcy rozstrzygnięcie. Chociaż omawiany akt prawny tego wyraźnie nie stanowi, wydaje się, iż wydanie, odmowa wydania oraz cofnięcie zezwolenia następuje w formie decyzji administracyjnej, która podlega zaskarżeniu do Naczelnego Sądu Administracyjnego z powodu jej niezgodności z prawem. Wskazuje na to zmieniona w 1990 r. treść art. 196 kodeksu postępowania administracyjnego⁷, który w obecnym brzmieniu obejmowałby również decyzje wydane w oparciu o przepisy ustawy o radiofonii i telewizji. Warto jednak pamiętać, iż Naczelny Sąd Administracyjny może jedynie uchylić niezgodne z prawem rozstrzygnięcie, bez możliwości jego merytorycznej zmiany.

Stojąc na stanowisku jawności postępowania, ustawa zobowiązuje przewodniczącego Rady do ogłaszania w porozumieniu z Ministrem Łączności, w drukowanych dziennikach prasowych informacji o możliwości uzyskania koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych. W ogłoszeniu tym ustala się termin, do którego można składać wnioski o udzielenie wspomnianego zezwolenia. Za udzielenie koncesji pobiera się opłatę, niezależnie od opłat za używanie urządzeń radiokomunikacyjnych oraz używanie częstotliwości, przewidzianych w ustawie o łączności. Koncesja może być udzielona na okres nie krótszy niż 3 lata oraz nie dłuższy niż 10 lat w przypadku telewizji i 7 lat w przypadku radiofonii.

Ustawa w sposób wyczerpujący określa sytuacje, w których należy odmówić wydania koncesji. Ma to miejsce wówczas, gdy istnieje obawa, iż rozpowszechnianie programów przez wnioskodawcę mogłoby spowodować: zagrożenie interesów kultury narodowej, dobrych obyczajów i wychowania, bezpieczeństwa i obronności państwa, naruszenie tajemnicy państwowej oraz osiągnięcie pozycji dominującej w dziedzinie środków masowego przekazu na danym terenie. Jest to katalog budzący wiele wątpliwości, jeśli chodzi o interpretację poszczególnych sformułowań. Wydaje się, iż w praktyce prawie każdy wniosek można załatwić negatywnie, powołując się na któreś z przedstawionych wcześniej zagrożeń. Ostateczna ocena podmiotu ubiegającego się o koncesję zależy od swobodnego uznania Rady. Ustawa tylko w minimalnym stopniu określa, co w procesie podejmowania tak ważnej, z ekonomicznego punktu widzenia, decyzji powinno być brane pod uwagę. Wskazówki te mogą być jednak bardzo różnie tłumaczone, co w zestawieniu z brakiem merytorycznej instancji odwoławczej może prowadzić do wielu nieprawidłowości. Wydaje się, że niezbyt fortunna redakcja poszczególnych przepisów skomplikuje również pracę samej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, która od początku swej egzystencji będzie musiała pokonywać skomplikowane problemy związane z wykładnią niektórych postanowień ustawy.

⁷ Dz.U. 1980 r., nr 9, poz. 26 z późniejszymi zmianami.

III. Przekaz kablowy programów radiowych i telewizyjnych

Inny reżim prawny przewidziano dla rozprowadzania programów w sieciach kablowych. W przypadku tej formy przekazu należy rozróżnić dwie możliwości, a mianowicie tzw. przekaz programów własnych (chodzi tutaj o takie sytuacje, w których podmiot rozpowszechniający program w sieci kablowej tworzy go przy wykorzystaniu emitowanych przez inne podmioty audycji, z tym że sam dokonuje ich wyboru oraz odpowiedniego zestawienia, oraz przekaz programów, które stanowią przedmiot równoczesnego, integralnego i niezmienionego rozpowszechniania na falach Hertza. Tylko do tej drugiej sytuacji odnoszą się postanowienia omawianej ustawy. Zgodnie bowiem z art. 4 pkt. 3 rozprowadzaniem jest przejmowanie w całości i bez zmian programu nadawcy krajowego i zagranicznego i równoczesne jego rozpowszechnianie. Co więcej, chodzi tutaj tylko o te organizacje radiowo–telewizyjne, które świadczą usługi dla ponad 250 indywidualnych odbiorców.

Prowadzenie takiej działalności wymaga zgłoszenia do rejestru. Organem rejestracyjnym jest przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Podmiot zainteresowany przewodowym rozprowadzaniem programów powinien wystąpić z wnioskiem o wpis do rejestru nie później niż 2 miesiące przed rozpoczęciem swojej działalności. O wpisie do rejestru lub odmowie rejestracji decyduje, podobnie jak przy udzielaniu koncesji, przewodniczący Rady. Jego decyzja w tej materii jest ostateczna.

Inna sytuacja występuje w przypadku przekazu programów własnych. Tutaj konieczne będzie uzyskanie normalnej koncesji, przewidzianej we wcześniej omawianych przepisach.

W tym miejscu warto zwrócić uwagę na związek omawianego aktu prawnego z ustawą o łączności z 23 listopada 1990 r.⁸ określającą podstawowe zasady funkcjonowania telekomunikacji, która obejmuje także nadawanie programów radiowych i telewizyjnych.

Działalność w dziedzinie telekomunikacji zgodnie z art. 4 pkt. 4 ustawy o łączności mogą podejmować podmioty, które otrzymały zezwolenie telekomunikacyjne. Zezwolenie takie udzielane jest na zakładanie i używanie urządzeń, linii lub sieci telekomunikacyjnych, a także na świadczenie usług wykorzystujących wspomnianą aparaturę. Organem upoważnionym do udzielania takiego zezwolenia jest Minister Łączności.

Niezależnie od wspomnianego zezwolenia, zgodnie z art. 7 ustawy o łączności, zakładane i używane na terenie Polski poszczególne urządzenia i systemy telekomunikacyjne powinny posiadać wydane przez Ministra Łączności świadectwo dopuszczenia do eksploatacji, zwane „świadectwem homologacji”. W przypadku przedsiębiorstw telewizji kablowej, świadectwo homologacji powinny posiadać wszystkie przyrządy instalowane u abonentów, aparatura składająca się na wyposażenie studia, przewody telekomunikacyjne itp. Te same wymagania odnoszą się również do innych podmiotów podlegających

⁸ Dz.U. 1990 r., nr 86, poz. 504; zm. 1991 r., nr 69, poz. 293; nr 105, poz. 451.

postanowieniom ustawy o radiofonii i telewizji. Przedstawienie wymaganych przez ustawę o łączności zezwoleń stanowi podstawowy warunek wpisu do rejestru podmiotów rozprowadzających programy w sieciach kablowych.

IV. Odpowiedzialność prawna

Odpowiedzialność prawna związana z prowadzeniem działalności w omawianej tutaj dziedzinie może wynikać bądź z naruszenia postanowień określających formę, w jakiej powinna być prowadzona taka działalność (np. obowiązek posiadania odpowiedniej koncesji), bądź z naruszenia przepisów odnoszących się do treści tworzonego i udostępnianego publiczności programu. Ten pierwszy rodzaj odpowiedzialności znalazł wyraz w przepisach karnych omawianej ustawy, która w art. 52 wprowadziła dwie sankcje. Zgodnie z jego postanowieniami, kto rozpowszechnia program radiowy lub telewizyjny bez koncesji, podlega karze pozbawienia wolności do lat dwóch, ograniczenia wolności albo karze grzywny. Łagodniej potraktowano rozprowadzanie programów w sieciach kablowych bez rejestracji tej działalności. W takiej sytuacji naruszającemu wspomniany obowiązek grozi kara pozbawienia wolności do roku, ograniczenia wolności albo grzywny.

Artykuł 13 ustawy o radiofonii i telewizji przewiduje, iż nadawca⁹ ponosi odpowiedzialność za treść kształtowanego przez siebie programu. Ustawodawca daje kilka wskazówek odnoszących się do zawartości rozpowszechnianych transmisji. Audycje nie mogą propagować działań sprzecznych z prawem, z polską racją stanu oraz postaw i poglądów sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym. Programy powinny ponadto szanować uczucia religijne odbiorców, a zwłaszcza respektować chrześcijański system wartości. Przewidziano pewne ograniczenia dotyczące reklamy i sponsoringu. Reklamy winny być bowiem wyraźnie wyodrębnione w programie i oznaczone w sposób nie budzący wątpliwości, że są reklamami i nie pochodzą od nadawcy, oraz nie mogą zajmować więcej niż 15% dziennego czasu nadawania programu i więcej niż 12 minut w ciągu godziny. Warto zaznaczyć, iż przyjęte w tym zakresie wartości odpowiadają normom ustalonym w dyrektywie Rady Europy z 1989 r., skierowanej do państw członkowskich EWG. W sposób procentowy określono udział programów krajowych w całości emisji przekazywanych przez poszczególnych nadawców. Uznano, iż udział w programie audycji wytworzonych przez producentów krajowych, z wyłączeniem czasu przeznaczonego na dzienniki, transmisje sportowe, reklamy, teleturnieje i przekazy tekstowe nie może być mniejszy niż 30% rocznego czasu nadawania programu. Na straży respektowania tych postanowień stoi Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. Sankcją za naruszenie wspomnianych zasad jest kara pieniężna do 50% rocznej opłaty za używanie częstotliwości przeznaczonej do nadawania programów. Niezależnie

⁹ Nadawcą w rozumieniu omawianej ustawy jest osoba, która tworzy lub zestawia programy i rozpowszechnia je lub przekazuje innym osobom w celu rozpowszechniania w całości i bez zmian (art. 4 pkt. 1).

od powyższego zagrożenia możliwe jest również cofnięcie podmiotowi naruszającemu te przepisy udzielonej już koncesji.

Odpowiedzialność związana z rozpowszechnianiem programów, jak również przekazywaniem ich za pośrednictwem systemów kablowych, nie ogranicza się tylko do przepisów omawianej ustawy. W art. 3 jest wyraźne odesłanie do prawa prasowego z 26 stycznia 1984 r.¹⁰, które reguluje stosunki prasowej działalności wydawniczej i dziennikarskiej. W pojęciu prasy mieści się bowiem znaczna część programów radiowych i telewizyjnych.

Choć ustawa o radiofonii i telewizji wprost tego nie przewiduje, w kształtowaniu treści emitowanego programu należy brać pod uwagę również postanowienia ustawy o prawie autorskim z 10 lipca 1952 r.¹¹ Będzie to miało miejsce wówczas, jeżeli w skład przekazywanej audycji wchodzi elementy stanowiące przedmiot ochrony prawnoautorskiej (np. filmy fabularne, teledyski, spektakle teatralne).

V. Uwagi końcowe

W związku z tym, iż materia regulowana w ustawie o radiofonii i telewizji jest bardzo szeroka, z konieczności ograniczyłem się tylko do tych problemów, które z punktu widzenia osób zainteresowanych działalnością (w omawianej tutaj sferze życia gospodarczego) wydają się najistotniejsze. Oprócz omawianych zagadnień, analizowany akt prawny reguluje organizację i funkcjonowanie publicznej radiofonii i telewizji oraz odpłatność za używanie odbiorników radiofonicznych i telewizyjnych. W minimalnym stopniu opisuje także samą procedurę przydzielania i cofania koncesji. Akt ten zawiera również grupę przepisów zmieniających w pewnym zakresie inne akty prawne, w szczególności ustawy: o łączności, o stosunku państwa do Kościoła katolickiego w Rzeczypospolitej Polskiej, o gwarancjach wolności sumienia i wyznania.

Omawiana ustawa jest niewątpliwie czymś nowym na gruncie naszego ustawodawstwa. Stąd też powstaje konieczność precyzyjnej oceny poszczególnych jej postanowień. Jest to jednak zadanie bardzo trudne, stanowi ona jedynie część systemu normatywnego regulującego działalność radiofonii i telewizji. Warto bowiem pamiętać, że w wielu przepisach akt ten przyznaje Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji delegację do regulowania pewnych kwestii w drodze rozporządzeń. Takie rozporządzenia w szczególności będą określać zasady działalności reklamowej w programach radiofonii i telewizji, minimalny udział w programie audycji wytworzonych przez producentów krajowych, szczegółowe zasady prowadzenia rejestracji rozprowadzania programów w sieciach kablowych.

¹⁰ Dz.U. 1984 r., nr 5, poz. 24, zm; Dz.U. 1988 r., nr 41, poz. 324; 1989 r., nr 34, poz. 187; 1990 r., nr 29, poz. 173; 1991 r., nr 100, poz. 442.

¹¹ Dz.U. 1952 r., nr 34, poz. 234; zm. Dz.U. 1975 r., nr 34, poz. 184.

Zagadnieniem, budzącym liczne wątpliwości z prawniczego punktu widzenia, jest niewątpliwie użycie w wielu miejscach bardzo ogólnych, nieprecyzyjnych sformułowań, których wykładnia może dostarczyć w praktyce wielu wątpliwości. Przykładem może być postanowienie art. 18, w którym powiedziano m.in., iż audycje nie mogą propagować działań sprzecznych z prawem, z polską racją stanu oraz postaw i poglądów sprzecznych z moralnością i dobrem społecznym.

Stwierdzenia te mogą być bowiem interpretowane bardzo różnie, co z kolei może być połączone z daleko idącymi konsekwencjami (np. cofnięciem nadawcy koncesji w wypadku uznania, że jego audycje naruszają przytoczony przepis).

Pamiętając o wskazanych wyżej zastrzeżeniach, należy jednak mieć nadzieję, iż zostaną one skorygowane w praktyce przez jednolitą i jasną wykładnię poszczególnych przepisów ustawy, dokonaną przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji.

JÖRG BECKER

MIĘDZY CENZUROWANĄ I SKOMERCJALIZOWANĄ OPINIĄ PUBLICZNĄ W SYSTEMOWEJ PRZEMIANIE EUROPY WSCHODNIEJ

Opinia publiczna* i społeczeństwo heterogeniczne w kapitalizmie zachodnim

Według własnych politycznych roszczeń**, media masowe w demokracjach zachodnich tworzą tzw. czwartą władzę. Przez nie wypowiada się pluralistyczna opinia publiczna, która z kolei stanowi demokratyczną korekturę przy tworzeniu politycznych decyzji w parlamencie, rządzie i gospodarce. Właśnie dlatego, że te wyobrażenia dawno spadły do poziomu banalnej retoryki politycznej, nie może krytyczna nauka pominąć ani w teorii, ani w praktyce tego, co w 1962 r. Jürgen Habermas wypracował na temat pojęcia *Öffentlichkeit*. W myśl jego ówczesnej analizy, jest ona w kapitalizmie od dawna narzędziem władzy w rękach różnych politycznych grup interesów, pozbawionych jakiejkolwiek demokratycznej legitymizacji. Tę polityczną analizę autorstwa Habermasa trzeba jednak jeszcze wyostrzyć o aspekt ekonomiczny, który w 1977 r. teoretycznie określił Dallas Smythe: Jeśli przez długi czas reklama przekazywana w wielkonakładowych mediach masowych uchodziła za wprowadzie gospodarczo ważny, lecz jednak drugorzędny nośnik zysku i wobec tego mogła być oferowana jako quasi *free lunch* obok treści podawanych przez redakcję, to

* Kluczowe w artykule pojęcie *Öffentlichkeit* w języku polskim jest niejednoznaczne: tłumaczy się zarówno jako *ja w n o ś ć*, jako *p u b l i c z n o ś ć* (oznaczająca cechę zjawiska, nie zaś grupę odbiorców — np. publiczność kinową, prasową itp., w niemieckim — *Publikum*), a nawet jako *o p i n i a p u b l i c z n a* (dla której po niemiecku jest w pełni adekwatne *öffentliche Meinung*). To właśnie znaczenie przyjęto w przekładzie niniejszego artykułu, odstępstwa zaznaczając w nawiasie wyrazem oryginału (uwaga tłumacza).

** Autor rozpoczął artykuł rozdziałem o „dwuobiegowym” komunikowaniu w Europie Wschodniej do 1989 r., spowodowanym cenzurą. Ten fragment, najlepiej znany naszym Czytelnikom z praktyki i literatury ostatniego okresu, pomijamy. (Redakcja)

dziś stosunek treści redakcyjnych i reklamy jest dokładnie odwrotny. Programowe treści telewizji i prasy, za które odpowiadają redakcje, stały się *free lunch* w obliczu do cna skomercjalizowanych struktur mediów. W tym odmienionym przez ekonomię procesie treści mediów już nie „oddziałują” na swych odbiorców, o wiele bardziej chodzi teraz o pozyskanie – przez reklamę – swoistych grup odbiorców dla danego redakcyjnego *free lunch*. To nie programy i treści muszą dziś zwrócić „nieco” uwagi na swe reklamowe otoczenie, odwrotnie: to reklama wyciska piętno na otocze redakcyjnej. Te skomplikowanie brzmiące rozważania teoretyczne weszły na kapitalistycznym Zachodzie już dawno w krwiobieg każdego menedżera w mediach, zmuszonego do rozumowania kategoriami gospodarki rynkowej. Wydawca prasowy wie od dawna, że w ogólnej kalkulacji wpływy z reklamy znacznie przekroczyły pochodzące z prenumeraty i sprzedaży kioskowej; menedżer telewizyjny dobrze zna – przy ostro wzrastających produkcyjnych kosztach programowych – rosnącą finansową wagę wpływów z reklamy.

Reklama to rytm serca kapitalizmu i przeciwieństwo tego, co sugeruje pojęcie *public relations*, czyli koncepcji opinii publicznej. Historycznie ujmując, powstała reklama w tym momencie XIX w. (1864 założenie amerykańskiej agencji reklamy Thompsona), gdy przy nadprodukcji i nasyceniu rynków po raz pierwszy okazała się niezbędna industrializacja potrzeb. Jako producent ideologii stwarza reklama istotne środki zastępcze dla zapewnienia lojalności szerokich kręgów społecznych, w których zaufanie do instytucji tradycyjnych (jak Kościół, partia, parlament) zostało dawno zburzone. Koniec końców, to właśnie pseudoracjonalność i zakłamanie całej branży reklamowej występują jako paradygmat kruchego i nierówno rozłożonego postępu w kapitalizmie zachodnim.

To, co politologia wytwornie nazywa „korporacjonizmem”, język ludu o wiele bardziej plastycznie określa jako „klikowość” itp. – mianowicie jako symbiozę powiązań między przedstawicielami partii politycznych i organizacjami gospodarczych. Jest to właśnie ten korporacjonizm partii i gospodarki, który także państwu odebrał demokratyczną dziewiczość w obcowaniu z opinią publiczną. Należy tu uwzględnić następującą okoliczność: państwo było i jest największym wytwórcą zasobów informacji i wiedzy (szkoły, uniwersytety, badania rozwojowe, patenty wynalazcze i normy krajowe, statystyka). Eksperci w Niemczech szacują, że publicznoprawna działalność wydawnicza ma znaczenie równe całemu prywatnemu księgarstwu. Akurat w okresie thatcheryzmu w Wielkiej Brytanii wolumen reklamy instytucji państwowych i tzw. Charities (Komisja do spraw Dobroczynności) był wyższy od prywatnego, a w Niemczech w 1990 r. Poczta Federalna z budżetem reklamowym 219 milionów marek była już na piątym miejscu wśród ogółu inserentów reklamy, tuż za wielkimi producentami środków czystości. Dawno też stała się w Niemczech fikcją konstytucjonalnie zapewniona odrębność od państwa radiofonii publicznoprawnej. Jej roszczenie, by stanowić forum opinii publicznej, ustąpiło przed podyktowanym wspólnie przez chadeków i socjaldemokratów partyjnopolitycznym tzw. zrównoważeniem na najniższym poziomie.

Tam, gdzie już nie może funkcjonować ogólnospołeczna opinia publiczna, istnieje jeszcze tylko w postaci szczątkowej w łonie różnych grup społecznych (homoseksualiści, emeryci, menedżerowie, yuppiesi, „zieloni” itd.), czyli jako rozdrobnione społeczeństwo typu *anything goes* („wszystko przejdzie”). Tam, gdzie restrykcje techniczne mimo niedostatku frekwencji i kanałów nic już prawie nie znaczą, mnożą się skokowo rodzaje oraz ilości mediów elektronicznych, które się ubiegają o poszczególne grupy odbiorców w rozdrobnionym społeczeństwie. W dziedzinie radia tendencje te są najwyraźniejsze w zasięgu Zatoki San Francisco w Kalifornii, gdzie 22 stacje średniofalowe i 46 na falach ultrakrótkich oferuje programy ok. 7 milionom mieszkańców. KYA skoncentrowała się wyłącznie na ludziach starszych, KWSS na stylu country, KJAZ na jazzie, KKHI na klasycie, KOED nadaje tylko wiadomości, CHR zwraca się po hiszpańsku tylko do Chicanos itd. itp.

Stosunek mediów masowych do rzeczywistości społecznej podlega współcześnie radykalnemu przełomowi, tak ostremu, że nowoczesne pisma ilustrowane jak *Weekly World News* (USA), *The Plain Truth* (Australia) czy *Die Neue Spezial* (Holandia, RFN) świadomie rezygnują z prawdziwych relacji i zamiast nich drukują wszystkie teksty i zdjęcia, nadsyłane im przez czytelników. W tych magazynach Elvis Presley nadal żyje, John F. Kennedy pojawia się w Białym Domu, a zdjęcie potwora z Loch Ness paradytuje na stronie tytułowej. W wyniku znużenia fikcyjnymi kryminałami w tv, przemiana stosunku medium do rzeczywistości w USA następuje obecnie tam, gdzie amerykańskie stacje telewizyjne coraz bardziej nastawiają się na pokazywanie prawdziwych pościgów za zbrodniarzami. Ujęcia na żywo z wideokamer w śmigłowcach policyjnych są zawsze bardziej emocjonujące niż fikcyjni policjanci. Gdzie znerwicowany telewidz w końcu coraz częściej wyłącza reklamę, musi się ona stać integralnym składnikiem fikcyjnych *plots* w formie tzw. *products placement*. Tam, gdzie media masowe i partie polityczne uprawiają reklamę już tylko dla siebie samych i nadal oddają się iluzji, że realny świat jest identyczny ze światem ich wytworów – tam narastanie motywu śmierci w amerykańskich kampaniach reklamowych, tam reklama Benettona w ujęciach fotografa Oliviero może się przedstawiać nie całkowicie fałszywie. Gdy rzeczywistość nie jest już przekazywana opinii publicznej przez media masowe, następuje to przez reklamę Benettona bądź w zdjęciu umierającego na AIDS syna w objęciach zrozpaczonego ojca, bądź pocałunku księdza i zakonniczki na innym zdjęciu.

Latynoamerykanizacja mediów masowych i opinia publiczna w Europie Wschodniej po 1989 r.

Pod nagłówkiem „J'accuse” napisał Tomasz Mann, ten wrażliwy a na wskroś konserwatywny niemiecki esteta, w 1949 roku pełen furii artykuł przeciw antykomunistycznej hecy w USA i Niemczech – wyrażając wstręt do podwójnej moralności i zakłamania prasy owego czasu. Ekonomiczną odbudowę w Niemczech skomentował następująco: „wydało się [...], że paru pocziwych

kupców, nie puszczając w obieg towarów, zarobiło prywatnie przy «reformie walutowej» okragło 40 milionów marek. Nazywa się to «odrodzeniem twórczej osobowości w gospodarce», nazywa się to prywatną inicjatywą, i pod tymi określeniami warstwa barbarzyńskich spekulantów, nieczuła na nędzę ludu, przetworzyła zagarnięte z konsumpcji towary w nowe milionowe majątki” (Mann 1991, s. 1441). Nie lepiej należy określić struktury ekonomiczne w Europie Wschodniej po dramatycznych zmianach zachodzących od 1989 r. Tu występują z jednej strony stratedzy nastawieni na robienie pieniędzy w krótkim czasie systemem *cash*, sięgający od mafii przez czarny rynek aż w głąb rządu; z drugiej – są tu czystej wody teoretycy rynku, którzy na międzynarodowych konferencjach nie błyszczą niczym prócz naiwności. W tym gospodarczym chaosie większość ludności stacza się w materialną nędzę. I tak, dwie trzecie mieszkańców WNP wydaje ponad połowę swych zarobków na żywność albo nie ma żadnych oszczędności, albo wręcz żyje z dnia na dzień, a mniej niż czwarta część wszystkich mieszkańców WNP ma samodzielne mieszkanie. Za ubóstwem materialnym krok w krok postępuje zubożenie duchowe. 60% mieszkańców potwierdza opinię, że każdy troszczy się wyłącznie o siebie, a nikt o innych ludzi. Do nauki dawnego ZSRR wkraczają przesady, obskurantyzm i spirytualizm, nawet w treści ongiś renomowanego czasopisma „Nauki Społeczne i Nowoczesność” byłej sowieckiej Akademii Nauk (Kapitza, 1991). Takim zjawiskom (Albig, 1992) odpowiada w sowieckiej telewizji duży przyrost programów z uzdrowicielami i ludźmi o tzw. siłach nadprzyrodzonych (Vartanov, 1991). Głęboko sięgający kryzys duchowy, jaki objął większość ludzi Europy Wschodniej, objawia się także w najintymniejszej dziedzinie komunikacji ludzkiej, mianowicie w sferze seksu. Nie jest to bynajmniej seks optymistyczny, radosny, otwarty i przyjemny; tu rozkwita i rozpowszechnia się oparta na wyzysku prostytutka, usługi psychoneuropsychiczne i pornografia (zwłaszcza na Węgrzech i w b. CSRF).

Wobec drastycznie malejącej produkcji przemysłowej, spadających obrotów w handlu detalicznym, wzroście cen konsumpcyjnych i jednoczesnego spadku realnych dochodów większości mieszkańców, wobec prawie całkowitego upadku handlu wewnętrznego b. RWPG, wobec wysokich wskaźników inflacji i po części także wysokiego zadłużenia zagranicznego, wobec niedorozwiniętych infrastruktur w sektorze komunikacji, transportu i bankowości, a wreszcie wobec prawie całkowitego braku systemów prawnoparastwowych – nie jest przesadą stwierdzenie, że kraje wschodnioeuropejskie znajdują się w najgłębszej od lat trzydziestych depresji gospodarczej i politycznej. Dla mnie jest zupełną tajemnicą, niemożliwą do wytłumaczenia, w jaki sposób można argumentować tak jak Dimitry Chereszhin i Mikhail Tsalenko (1989), że strategia totalnej informatyzacji społeczeństwa będzie mogła przezwyciężyć chaos ekonomiczny i społeczny w (b.) ZSRR. Można tę argumentację zrozumieć najwyżej na podłożu naiwnej wiary w technologię w dziejach Związku Radzieckiego, bo to przecież zawsze najnowsza technologia miała ten kraj wyprowadzić z zacofania. W latach dwudziestych tego rodzaju nadzieje wiązały się z programem elektryfikacji, w trzydziestych propagowano „wielkie przekształcenie przyrody”,

a potem nastąpiły badania lotów kosmicznych, energii atomowej i wreszcie wielkie nadzieje wiązano ze zmianą kierunków biegu rzek syberyjskich.

W tym ogromnym kryzysie Europy Wschodniej dwa decydujące parametry służą ocenie przyszłego rozwoju; są to 1) prywatyzacja i 2) otwarcie na rynki światowe. Są to dokładnie te same parametry, które dogłębnie zmieniają też sytuację w kulturze, mediach masowych i komunikacji w Europie Wschodniej¹. Zmiany te przebiegają w następujących formach.

Formy przemian struktur społecznych. Polityka kulturalna była w krajach dawnej RWPG zawsze pozycją aktywną i pokazową. Abstrahując od określonych funkcji ideologicznych tej polityki, dawne kraje RWPG miały rzeczywiście w wielu dziedzinach kultury pewien plus w porównaniu z krajami Europy Zachodniej. Tak np. liczba miejsc w kinach na 1000 mieszkańców była w zestawieniu statystycznym następująca: Bułgaria 97, Węgry 52,2, Jugosławia 18,9 – wobec 13 w RFN, 11 w Holandii i 9 w Wielkiej Brytanii. Ta wysoko subwencjonowana przez państwo polityka kulturalna w b. RWPG załamała się tymczasem zupełnie, wyrzucając na śmietnik historii dziesiątki tysięcy bezrobotnych, wewnętrznie załamanych i zgorzkniałych pisarzy, dziennikarzy, reżyserów, rzeźbiarzy, muzyków, aktorów, tancerzy, pracowników muzeów, bibliotek itd. Zrezygnowana charakterizatorka w moskiewskim studiu Mosfilmu komentuje swą obecną sytuację słowami: „Dawniej mieliśmy kosmetyki, lepsze płace i lepszą dyscyplinę pracy, a przede wszystkim mieliśmy do niej motywację. Teraz wszystko jest beznadziejne. Dziś wiemy, że jesteśmy krajem niedorozwiniętym. Został tylko wstyd, ból i spadające głowy” (Lemper, 1992). System wydawniczy b. ZSRR stoi w obliczu całkowitego krachu, system „banku danych” w Polsce przestał egzystować, a państwowa wytwórnia filmowa na Barrandovie w Czechach musiała zwolnić 2100 pracowników. Gorzko brzmi w tej sytuacji zdanie pewnego czeskiego artysty na łamach *International Herald Tribune*: „Niemiecka marka zastąpiła państwowego cenzora jako *bête noire*” (Lobrano, 1992).

Podczas gdy w Europie Wschodniej załamuje się rynek pracy artystów, intelektualistów i naukowców, stwierdzamy coraz silniejszy *brain-drain* ze Wschodu na Zachód. Mimo ciasnoty na rynku pracy w Europie Zachodniej, wydaje się on wielu ludziom ze Wschodu jedyną szansą przeżycia. *Brain-drain* ze Wschodu na Zachód ma dziś miejsce raczej wśród naukowców i inżynierów niż artystów, którzy w swym zawodowym rozwoju są znacznie bardziej skazani na zakorzenienie w rodzimej grupie językowej niż inżynierowie i naukowcy

1 „Sowjetische Publizistik zwischen Öffnung und Umgestaltung” (Leng i in., 1991), to tytuł ogłoszonych niedawno badań. Zainteresowania badawcze dotyczyły „roli sowieckich mediów audiowizualnych w aktualnych procesach przemian” (s. 8). W tym celu przy pomocy ilościowej analizy zawartości zbadano wybrane tygodnie programów telewizyjnych i radiowych z 1989 r oraz treści czasopism *Ogoniok* i *Literaturnaja Gazeta*. Głównym wynikiem analizy jest to, że pierwotnie media silnie wspierały „pierestrojkę”, potem przyjęły postawę ambiwalentną, a przy końcu badań wstrzymały się od jednoznacznego wartościowania (s. 217).

Zdumiewająca w tym studium jest nie tyle małość rezultatów, raczej też nie brak adekwatności celu i metody badań, i nawet nieszczególnie to, że te uniwersyteckie badania zostały sfinansowane przez Federalne Ministerstwo Obrony. O wiele bardziej zdumiewa pojęcie realizmu w Ministerstwie Obrony, zakładające, że z pomocą takich badań można prowadzić poważne planowanie polityczne.

(Wright, 1991; Rhode, 1991). Już w 1990 r. 15% ogółu węgierskich naukowców, to jest ok. 4200 osób, pracowało za granicą. 39% wszystkich emigrantów z b. ZSRR do Izraela miało wykształcenie akademickie, a 64% z nich to inżynierowie i architekci. Konsekwencje tego *brain-drain* są dla krajów wschodnioeuropejskich katastrofalne. Z krajów tych emigrują akurat ci ludzie, których energia, aktywność i wiedza fachowa byłyby tak niezbędne dla transformacji w nowe społeczeństwo.

Formy prywatyzacji. Gdziekolwiek się dziś rozmawia z wschodnioeuropejskimi kolegami o modelach społecznej organizacji mediów masowych, ukazuje się ich prywatyzację jako *deus ex machina*. W przeciwieństwie do tego nieznanym jest model radiofonii publicznoprawnej, jaki istnieje w Niemczech; nie chce się wierzyć, że np. francuska agencja informacyjna AFP jest organizacją państwową; nie wykazuje się żadnego zainteresowania dla coraz większej liczby małych tzw. *independent broadcasters* w USA. Szybko, zbyt szybko i bardzo grubiańsko utożsamia się przymiotnik „publiczny” z następującymi, innymi przymiotnikami: stalinowski, państwowy, kolektywistyczny. Na tym gruncie rozwijają się formy prywatyzacji mediów masowych, jakich pod względem ich brutalności i siły przebiecia nie da się znaleźć w żadnym kraju zachodnioeuropejskim. Kilka przykładów: W państwowej telewizji b. ZSRR ukazywał się przez jakiś czas emblemat włoskiej firmy Olivetti co wieczór na zegarze, pokazywanym krótko przed emisją głównego wydania wiadomości. W obu państwowych telewizjach (b.) CSRF jedna z francuskich agencji reklamowych nabyła w umowie wyłączność na całkowite ukształtowanie reklamy – zarówno produkcję samych reklam, jak prowadzenie pertraktacji z przemysłem konsumpcyjnym oraz z innymi agencjami reklamy. Na Węgrzech istnieją (jeszcze nie przesądzone) plany wynajmu frekwencji telewizyjnych zainteresowanym z zagranicy – model organizacyjny, dotąd w żadnym innym kraju świata poważnie nie dyskutowany. W komunikacji telefonicznej z Niemiec Zachodnich do Wschodnich prywatne konsorcja satelitarne mogą wprzągać satelity także do przekazu mowy, chociaż akurat ta dziedzina – przekazu mowy – w nowej ustawie z 1989 r. o strukturze poczty została zastrzeżona dla monopolu telekomunikacji państwowej i nie została z niego zwolniona w ramach zobowiązania się państwa gospodarki socjalnej do prywatyzacji. Wreszcie w b. ZSRR trwają oficjalne dyskusje o prywatyzacji tzw. segmentu przestrzennego w komunikacji satelitarnej (rakiety nośne, systemy odpalania itd.), wykraczając daleko poza to, co np. Federal Communication Commission w USA dopuściła w tym zakresie do deregulacji.

Prywatyzacja przedtem publicznej komunikacji uderza mocno zwłaszcza niższe warstwy ludności i mieszkańców obszarów wiejskich. Tak np. w b. ZSRR prawie wszystkie mieszkania były wyposażone w trwale zainstalowany kablowy odbiornik radiowy z zasięgiem 1–2 programów. Jeżeli przedtem odbiór był bezpłatny, to od niedawna trzeba opłacać abonament. Podobnie jest z miejscowymi rozmowami telefonicznymi. Gdy dawniej były bezpłatne, to teraz trzeba za nie płacić (lub wkrótce trzeba będzie). Takie opłaty uderzają szczególnie mocno zwłaszcza tych ludzi, którzy i tak w coraz większym stopniu

mogą żyć tylko z dnia na dzień. Tysiące samotnych emerytów, bytujących poniżej minimum egzystencji, są już bez radia i telefonu, odcięte od publicznej komunikacji medialnej. Właśnie także komunikacja medialna we wsiach i małych miasteczkach zmieniła się drastycznie od 1989 r. Jeśli do tego czasu w prawie każdej gminie był subwencionowany z publicznych środków dom kultury na imprezy taneczne, teatralne, muzyczne, jeśli nawet w mniejszych miejscowościach były kina – to dziś brak takich instytucji wszędzie, prywatne zaś knajpy lub dyskoteki nie mogą się utrzymać, gdyż lokalna siła nabywcza jakiejś wsi na to nie wystarcza (Reich, 1992).

Tak więc zasięg i forma prywatyzacji wschodnioeuropejskich mediów masowych przekracza to, co się dotąd praktykuje w kapitalizmie zachodnim. Co więcej, istnieje uzasadnione podejrzenie, że Europa Wschodnia staje się polem doświadczalnym dla takich strategii prywatyzacyjnych zachodniego kapitału w mediach, które na Zachodzie są jeszcze hamowane przez państwowe zobowiązania socjalne, a które by się jednak chciało zlikwidować przy pomocy wschodnioeuropejskiej dźwigni.

Formy wpływu zagranicznego. Przed restrukturyzacją radiofonii w Niemczech Zachodnich i Wschodnich rozległo się w Niemczech Zachodnich parę głosów, przestrzegających przed uprawianiem w Niemczech Wschodnich „polityki kolonializmu w mediach”. Wyraził to np. 14 II 1990 Hartwig Kelm, wówczas prezes Publicznoprawnej Radiofonii w Niemczech Zachodnich. Osiem miesięcy później wyraził się całkiem podobnie zachodnioniemiecki polityk z CDU Kurt Biedenkopf, wtedy kandydujący na stanowisku premiera wschodnioniemieckiej Saksonii. Obecnie takich wypowiedzi z oficjalnej strony już nie ma. Akurat ci, którzy przestrzegali przed polityką kolonializmu w mediach, uczestniczyli potem żywo w zapewnieniu sobie beneficjów w dawnej NRD. Struktury radiofoniczne w byłej NRD zostały poświęcone interesom obu wielkich zachodnioniemieckich partii politycznych w sposób jeszcze bezczelniejszy niż miało to dotąd miejsce w historii starych Niemiec Zachodnich (Frenkel, 1990; Frenkel, 1991).

Jeżeli obecnie jest jeszcze kwestią nieco otwartą, w jaki sposób wpływ zagranicy z Zachodu objawi swą obecność w radiu, zwłaszcza zaś w telewizji poszczególnych krajów wschodnioeuropejskich, to prasę wielu z nich trzyma już mocno w rękę zachodni kapitał z sektora mediów. Dotyczy to szczególnie Polski i Węgier. Studium naukowe Zoltána Jakaba i Mihály’a Gálika (1991) wykazuje, że węgierska prasa znalazła się w rękach wydawnictw niemieckich (i w mniejszym stopniu – austriackich). Podobnie rzecz się zresztą ma z węgierskim przemysłem telekomunikacyjnym. Jeżeli jeszcze przed kilku laty analizy poświadczały Bankowi Światowemu, że wytwory tego przemysłu znajdują popyt światowy, to nowsza praca (Ervin Apáthy, Galina Lamberger, Margit Rác i Miklós Szanyi, 1991) uważa już takie prognozy za iluzję. Z czterech ogółem przedsiębiorstw węgierskiego przemysłu telekomunikacyjnego dwie fiormy znajdują się u progu bankructwa; dwie inne stały się warsztatami filialnymi koncernów Siemens i Ericssona.

Prywatyzacja i otwarcie na rynek światowy to dla wielu ekonomistów w Europie Wschodniej najważniejsze czynniki, które mają umożliwić skuteczną modernizację w celu dorównania Zachodowi. Posługując się różnymi statystykami, wskazują, że sytuacja w ich krajach jest podobna do zachodnioeuropejskiej sprzed tylu to a tylu lat i że poziom zachodnioeuropejski osiągną za tyle to a tyle lat. Jednak formy *brain-drain*, prywatyzacji i wpływów zagranicznych świadczą przeciw takim analogiom i prognozom. Rozwój wydaje się o wiele bliższy temu, co chciałoby się nazwać „latynoamerykanizacją”. Zjawisko to można całkiem dobrze wyjaśnić na przykładzie struktury handlu zagranicznego Rosji. Rosyjska produkcja przemysłowa przed rewolucją socjalistyczną wykazywała wprawdzie ogromne przyrosty, lecz rosyjskie wydobywanie ropy naftowej było w 100% własnością zagraniczną, górnictwo w 90%, przemysł chemiczny w 50%, a tekstylny w 30%. Znamienne, że struktura towarowa handlu zagranicznego Zachodu z Rosją carską i późniejszym Związkiem Sowieckim nigdy się decydująco nie zmieniła. Przy tych samych ca 45% ogółu rosyjskiego/sowieckiego importu w dziedzinie zaopatrzenia maszynowego, utrzymał się przez ponad 70 lat podstawowy model wymiany surowców ze Wschodu na technologię z Zachodu (Gotthelf, 1979). To zaś oznacza, że były ZSRR (a po części także inne kraje wschodnioeuropejskie) jeszcze w czasie władzy komunistycznej należało w znacznej mierze pojmować także jako peryferyjny kapitalizm, a nie tylko jako odmienny jakościowo system polityczno-ekonomiczny. Gdy teraz od 1989 r. nie ma przeciwieństwa systemowego, pozostają jedynie peryferia – porównywalne z Ameryką Łacińską. Marząc o dawnej potędze i świetności, nie bojąc się porównań rasistowskich, kilku przymusowo emerytowanych generałów sowieckich przyrównało niedawno zlikwidowany ZSRR do „Górnej Wólty z bronią atomową”. Mierząc wzrostem produkcji przemysłowej i aktywnym udziałem w handlu światowym (bez zwiększenia sprawiedliwości społecznej), tylko „czterem małym tygrysom” w Azji Południowo-Wschodniej (Singapur, Tajwan, Hongkong i Korea Płd.) powiodła się doganiająca modernizacja ze startu w peryferyjnym kapitalizmie. Malejące w skali światowej znaczenie surowców jest jednym z wielu powodów, dla których b. ZSRR nie uda się nadrobić opóźnień kapitalizacji. Podpisana 17 XII 1991 „Europejska Karta Energetyczna” przyczyni się w sposób bardzo istotny do scementowania roli Rosji jako uzależnionego dostawcy energii. Już się zaczynający wyścig zagranicznych inwestorów do bogactw naturalnych Syberii jest w jego wczesnokapitalistycznych formach porównywalny jeszcze tylko z *gold-rush* w USA w XIX w. Drugą przyczyną, dla której się nie powiedzie strategia nadgonienia kapitalizacji, wiąże się z ogromnym zadłużeniem zagranicznym Europy Wschodniej, które się w latach od 1981 do 1989 zwiększyło o 25%. Podczas gdy Rosja dzięki ogromnemu eksportowi zboża przed 1917 r. miała bardzo korzystny bilans handlowy, to w 1989 zadłużenie ZSRR do Zachodu wynosiło blisko 40 miliardów dolarów USA, Węgier – prawie 20 miliardów i Polski ca 40 miliardów. Wiele przemysłów przemawia za tym, że Europa Wschodnia nie potrafi się wywikłać z pułapki zadłużenia tak samo, jak kraje rozwijające się.

Opinia publiczna i peryferyjny kapitalizm w Europie Wschodniej po 1989 r.

Gdyby stwierdzić uogólniająco, że poprzednia cenzura mediów, poglądów i informacji, sprawowana przez biurokrację partyjną i państwową, została teraz zastąpiona cenzurą kapitału w mediach, byłaby to tylko półprawda. Mimo wszystko jednak taki wniosek przy teoretycznym zgłębieniu tego, czym opinia publiczna mogłaby być w Europie Wschodniej po 1989 r., byłby trafniejszy i o wiele bardziej związany z tradycją krytycznego myślenia, niż powszechna abstrakcyjna gadanina o wolności mediów. Elisabeth Fox, północnoamerykańska ekspertka komunikowania masowego w Ameryce Łacińskiej, określiła ongi hasłowo imperializm mediów w sposób następujący: „Imperializm mediów występuje wtedy, gdy telewizja pokazuje reklamę pasty do zębów «Colgate», a widz nie ma pieniędzy nawet na kupno szczoteczki”. Innymi słowy: Jak długo trwać będzie niezmiernie głęboki proces materialnego zubożenia większości wschodnioeuropejskiej ludności, czyli jak długo nie będzie możliwe żadne konkretne wdrożenie abstrakcyjnej wolności mediów – ona sama pozostanie w najwyższym stopniu zideologizowana, tzn. będzie służyć stabilizacji władzy.

By adekwatnie ustalić, czym mogłaby być sfera publiczna (*Öffentlichkeit*) komunikowania w Europie Wschodniej po 1989 r., należy nie tylko uwzględnić kapitalizację mediów masowych; trzeba raczej zapytać, jak wyglądają struktury społeczne, nadające swoistą formę tej kapitalizowanej sferze publicznej (*Öffentlichkeit*). W tej sprawie nasuwają mi się następujące uwagi:

- wspomniane wcześniej zubożenie wielu ludzi odetnie ich od dostępu do mediów masowych. Zmuszeni do milczenia, będą musieli nadal milczeć. W przeciwieństwie do tego, w metropoliach i nielicznych enklawach wysokiej techniki (strefy bezcłowe, teleporty) znajdują się najnowocześniejsze łącza z zachodnią technologią informacyjną. Zgodnie z dotychczasowym doświadczeniem z takimi strefami (np. na Karaibach), ich efekt „kropli drażących skałę” okaże się równy zeru.
- Abstrahując od byłej NRD, której gospodarcza i polityczna elita została prawie zupełnie wymieniona przez menedżerów z Niemiec Zachodnich, w większości krajów wschodnioeuropejskich stara nomenklatura, *cum grano salis*, utrzyma się. W mediach masowych wytworzy się z tego nowy i dziwny miszmasz, złożony z jednej strony z ekonomiki prywatno-rynkowej i jej presji, a z drugiej ze sztabu współpracowników, przyzwyczajonych do działania w strukturach biurokratyczno-autorytarnych. W Rosji ta sytuacja doprowadziła do tego, że ok. 92 tysięcy państwowych urzędników zajmuje się prywatyzacją przedsiębiorstw państwowych. Na dłuższą metę ten paradoks nie może się utrzymać, bo doprowadzi do dziwnych i autorytarnych form struktur publicznych (*Öffentlichkeit*). W przeciwieństwie do zachodnioeuropejskiego *bourgeois*, który w ostatnich dwustu latach mógł zdobyć prywatną własność i dobrze jej we własnym interesie bronić przez zespolenie wolności opinii z wolnością prasy, nie będzie w bliskiej przyszłości w Europie Wschodniej żadnej znacznej warstwy mieszczańskiej, która by mogła zbudować swój status na bazie

prywatnej własności. W krajach tych wytworzy się więc nowo–stary gatunek klasy państwowej, której podejście do opinii publicznej musi być autorytarnie i niedemokratyczne. Niech kilka przykładów z WNP zilustruje te tendencje. Z końcem 1991 r. zdarzyło się tam, że moskiewscy prokuratorzy sprzedali zachodnim mediom wideofilmy z protokołami przesłuchań puczystów sierpniowych; do dziś wysokiej rangi wojskowi podnoszą swe pobory sprzedając cenne książki niemieckie z łupów II wojny światowej; pracownicy moskiewskiego czasopisma *Business World* nie widzą niczego złego w powiększaniu swoich dochodów przychylnymi artykułami o firmach, odwiedzających się 2000 rubli za tekst.

- Opinia publiczna rozumiana w duchu zachodniej demokracji oznaczałaby też świadomą, beznamietnie dojrzałą dyskusję z historią. To wymagałoby przede wszystkim wiele czasu, a właśnie tego nie ma w krajach b. RWPG. Pośpiech przy zmianie nazw ulic i miast lub nagła tęsknota do żyjących na emigracji monarchów sygnalizują oderwanie historii od współczesności. Tam gdzie trudne przetrwanie przeszłości jest zastępowane przez tabu, następuje wypieranie zamiast jawności; gdzie historia nie jest przetrwawiana, tam trwała przyszłość nie jest możliwa.
- Transformacja zbankrutowanego komunizmu w peryferyjny kapitalizm będzie w Europie Wschodniej przebiegała szczególnie brutalnie i z udziałem przemocy. Odpowiednio do tego będą występowały grubo ciosane formy pozornej jawności. Nagą fizyczną brutalność tego nowego pojmowania sfery publicznej (*Öffentlichkeit*) ukazuje jaskrawo następujący przykład. W lecie 1991 na hałdzie śmieci w b. NRD odkryto 50 tysięcy ton (!) nowiuteńkich książek z wydawnictw b. NRD. Wśród nich – dzieła Henryka Manna, Lwa Tołstoja, Stefana Heyma i Ernesto Cardenała. Była państwowa monopolistyczna centrala księgarska NRD wyrzuciła te książki na śmietnisko, gdy okazały się nie do zbycia przy konkurencji nowego towaru z Zachodu. Po publicznym paleniu książek przez niemieckich faszystów w 1933 r., ta akcja niszczenia była wobec takiego autora jak Henryk Mann czymś więcej niż przykrą powtórką.
- Liczne kraje wschodnioeuropejskie i większość państw b. ZSRR dysponują jedynie skromnym rynkiem. Słaba gospodarka narodowa oznacza zawsze dla kapitałochłonnych mediów masowych i technologii informacyjnych zaniedbanie tzw. *local content* i wzmocnienie zagranicznego wpływu na kapitał, technologię i treść. Tam, gdzie ponadto w procesie demokratyzacji stare scentralizowane struktury mediów muszą ustępować miejsca strukturom zdecentralizowanym, nagła zmiana systemu w wielu przypadkach nie wiedzie do decentralizacji, lecz do chaotycznego rozproszenia.
- W wewnętrznej logice peryferyjnego kapitalizmu tkwi to, że nie jest on sterowany przez własny kapitał narodowy, lecz właśnie przez kapitał zagraniczny, wielonarodowy ze światowych metropolii. Moc tego kapitału jest potężniejsza od wszystkich kapitałów narodowych, a poza tym

z konieczności ma on inne interesy w mediach niż dane kapitały narodowe w Europie Wschodniej (jeżeli takie mogą w ogóle powstać w znaczniejszej mierze). Wynikają z tego dla Europy Wschodniej dwie przesłanki: 1. Mówiąc językiem ekonomii, proces ten blokuje budowę własnego przemysłu mediów. 2. W perspektywie kultur procesy te doprowadzą do tego, że związana z kapitałem zagranicznym forma komunikowania publicznego będzie się musiała wydawać rodzimej ludności obca i kulturowo groźna. Jeżeli wpływ mediów zagranicznych przed 1989 r. niósł zawsze także jakieś kwantum emancypacji politycznej, to po 1989 przyspieszy on kulturową heterogeniczność krajów wschodnioeuropejskich. „Przekonani do Zachodu” znajdują się w ostrej kontrowersji z ugrupowaniami autochtonicznymi. Te wszystkie procesy zostały dobrze poznane i zbadane w tzw. *cultural clash* między Trzecim Światem i krajami przemysłowej Północy. W Europie Wschodniej wystąpią ostrzej przypuszczalnie dlatego, że zarysowująca się tam zagraniczna prywatyzacja mediów masowych wydaje się intensywniejsza niż np. w Ameryce Łacińskiej.

Gdy jakieś rozdwojone społeczeństwo (*Doppelgesellschaft*) z typową dla niego formą opinii publicznej przekształca się w społeczeństwo jawne, to temu, co ukryte i zakazane, brak nagle bodźca; brak też wizji lepszego życia. Tam gdzie komunikacja prywatna i intymna już więcej nie marzy (choćby nawet całkiem nieśmiało) o lepszym świecie, gdzie się na dodatek ów ongi upragniony lepszy świat okazał gorszym (przynajmniej na razie i przynajmniej dla większości ludzi), tam sfera publiczna (*Öffentlichkeit*) w komunikacji prywatnej staje się nader szybko drobnomieszczańskim kołtuństwem. W ten sposób z życiowej komunikacji nader szybko dobywa się stęchlizna.

W tym niezwykle złożonym procesie restrukturyzacji sfery publicznej (*Öffentlichkeit*) kluczową rolę odgrywa reklama. Nie należy tu zapominać, że Węgry i Jugosławia, czyli kraje, które przez długie lata eksperymentowały z socjalistyczną gospodarką rynkową, znały reklamę, i to spełniającą tę samą funkcję ekonomiczną co w kapitalizmie (Hanson 1974). Do wielu krajów wschodnioeuropejskich dociera reklama przez komercyjne stacje tv z Europy Zachodniej. W (b.) CSRF zachodnia reklama dóbr konsumpcyjnych jest już tak intensywna i znana, że w międzynarodowej ankiecie porównawczej wytwory takich firm jak Coca Cola, Pepsi Cola, Sony, Kodak i Michelin były bardziej znane i lubiane niż w b. NRD, chociaż to przecież właśnie Niemcy Wschodnie były zawsze poddane znacznie silniejszemu oddziaływaniu mediów zagranicznych niż każdy inny kraj wschodnioeuropejski. Inna ankietę w WNP wykazuje, że reklama zachodnia jest tam znana z kina, radia i prasy codziennej. Blisko połowa wszystkich respondentów uważa zachodnią reklamę za interesującą, dobrze robioną i niezbędną. Jako *pressure group* dla zachodniej reklamy wykryształizowała się ponadprzeciętnie często taka grupa społeczna: młodzi mężczyźni z wykształceniem wyższym i wysokimi dochodami, z Moskwy i St. Petersburga – tzn. socjologicznie klasyczna grupa, napędzająca dynamikę społeczną tak ku dobremu, jak złemu. Pierwsze (i jeszcze dość mizerne) dane o rosyjskich agencjach reklamowych wykazują, że działają one znacznie częściej na rynku

usług (banki, giełdy, wielkie przedsiębiorstwa) niż dóbr konsumpcyjnych. Podczas gdy za 200–300 giełdami w Moskwie kryją się często stare państwowe firmy handlowe w nowej szacie, to ich intensywna reklama już irytuje obywateli. Jak pisze gazeta *Moskau News*, reklamę należy zredukować, ponieważ „wzmaga rozdrażnienie mieszkańców” (Wesselow, 1992, s. 12). Reklama, szczególnie pochodząca z zachodniego kapitalizmu, może należeć do najbardziej istotnych powodów zaost్రzania kulturowej heterogeniczności w Europie Wschodniej.

Na zakończenie swej ogłoszonej w 1991 r. pracy o kulturze masowej w ZSRR pisze Jasen Zasurski: „Wierzę, że możliwe jest znalezienie narzędzi, które umożliwią rozsądne zachowanie się rynku” (Zassoursky, 1991, s. 18). *Sorry*, ale przeciw tej nadziei świadczą wszystkie doświadczenia historyczne i analizy poznawcze. Kres tego nie dającego się ubrać w słowa komunizmu w Europie Wschodniej zaost్రza pytanie o wroga w nas samych i jeszcze bardziej zmusza do przemyślenia rynku, który zawodzi oczekiwania.

W kronice Nestora z XII wieku znajdujemy opis początków Rusi. W 862 r. wschodniosłowiańskie ludy wezwały na pomoc Normanów, by ich uległe nieładowi i rozpadowi państwo odbudowali i z zewnątrz ustabilizowali. Ich zwrócona wtedy do Normanów błagalna prośba brzmiała: „Nasz kraj jest wielki i bogaty w pożywienie, ale nie ma w nim ładu. Przybywajcie, rządzcie i panujcie nam” (cyt. wg Grasshoff i in., 1975, s. 36). Pewien dziś uważany za mało ważnego filozof z XIX w. kiedyś powiedział, że historia rozgrywa się dwukrotnie – raz jako tragedia, drugi jako farsa. „Przybywajcie, rządzcie i panujcie nam”: takie wezwanie słychać dziś znowu w Rosji, skierowane do zachodniego kapitalizmu. Co nastąpi po farsie?

Czerwiec 1992

Tłumaczył Paweł Dubiel

LITERATURA

- Jörg-Uwe Albig: Wunder. Hokuspokus überall. *GEO Spezial* 8 IV 1992, s. 88–90.
- Ervin Apáthy; Galina Lamberger; Margit Rác; Miklós Szanyi: The Change of Regime and the Hungarian Telecommunication Industry. An Empirical Study. Institute for World Economics of the Hungarian Academy of Sciences, Budapest 1991.
- Dimitry Chereskin; Mikhail Tsalenko: Information Processing 89. G. X. Ritter, Amsterdam 1989, s. 1083–1087.
- Rainer Frenkel: ARD und ZDF über alles. Die Neuordnung des deutschen Hörfunks und Fernsehens: Gewinner in Westen, Verlierer im Osten. *Die Zeit* 2 XI 1990, s. 3.
- Rainer Frenkel: Rundfunkkolonie Ost. Ein Jahr nach der Einigung: Hörfunk und Fernsehen folgen dem schlechten westdeutschen Beispiel. *Die Zeit* 3 X 1991, s. 65.

- Michael Gotthelf: Außenhandelsentwicklung und Außenhandelsstrategie der Sowjetunion. Frankfurt 1979.
- Helmut Grasshoff; Klaus Müller, Gottfried Sturm [wyd.]: O Bojan, du Nachtigall der alten Zeit. Sieben Jahrhunderte altrussischer Literatur (3 wyd.). Berlin 1975.
- Jürgen Habermas: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuwied 1962.
- Philip Hanson: Advertising and Socialism. London 1974.
- Jakab Zoltán; Mihály Gálik: Survival, Efficiency and Independence. The Presence of Foreign Capital in the Hungarian Media Market. The European Institute for the Media, Manchester X 1991. Sergei Kapitza: Wissenschaftsfeindlichkeit in der Sowjetunion. *Spektrum der Wissenschaft*, X 1991, s. 130–136.
- Ute Lemper: Human dignity trampled by perestroika. *The European* 10 V 1992, s. 31.
- Winfried B. Lerg; Marianne Ravenstein; Sabine Schiller–Lerg: Sowjetische Publizistik zwischen Öffnung und Umgestaltung. Die Medien im Zeichen von Glasnost und Perestroika. Münster 1991.
- Alexander Lobrano: Czech Artists Mull Free Market's Cost. *International Herald Tribune* 25/26 IV 1992, s. 7, 10.
- Thomas Mann: „J'accuse“. Wider die Selbstgerechtigkeit der besseren Welt. *Blätter für deutsche und internationale Politik* 1991 nr 12, s. 1435–1445.
- Anja Reich: Dann kam der Westler mit dem Spielsalon. Mit den Kulturhäusern verlieren die kleinen Gemeinden im Osten auch ein Stück Lebensqualität. *Die Welt* 3 IV 1992, s. 19.
- Barbara Rhode: East–West Migration / Brain Drain. EG–Kommission, COST–Committee 1991 (mimeo).
- Dallas Smythe: Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1977 nr 3, s. 1–28.
- Anri Vartanov: Television as Spectacle and Myth. *Journal of Communication*, Spring 1991, s. 162–171.
- Sergej Wesselow, Das Werbegeschäft in Russland. *Moskau News*, V 1992, s. 12–13.
- Robert Wright: Why Soviet science collapsed. The experiment that failed. *The New Republic* 26 X 1991, s. 20–25.
- Yassen N. Zassoursky: Mass Culture and Market Culture. *Journal of Communication*, Spring 1991, s. 13–18.

ALICJA ZAGRODNIKOWA

1 MAJA 1992 R. W PRASIE POLSKIEJ

Jednym ze świąt bardziej czczonych i eksponowanych w mediach masowych w Polsce Ludowej był dzień 1 maja, honorowany zwykle dużą literą 1 Maja, zwany Świętem Pracy, Świętem klasy robotniczej, Świętem ludzi pracy czy innymi wyrażeniami o podobnym znaczeniu, mającymi w podstawie rzeczownik *ś w i ę t o*. Dzień 1 maja stawał się co roku przedmiotem licznych publikacji, zajmując znaczny procent powierzchni gazet i czasopism.

Prasowym materiałom rocznicowym, w których zakres musiały wchodzić również majowe rocznice, poświęcił uwagę Władysław Tyrański w artykule „Rocznicowość i rytualizacja”¹, przedstawiając wyniki ilościowej analizy materiałów wyselekcjonowanych z całej zawartości *Życia Warszawy* w okresie 1954–1983. Ze względu na niejednorodność prób, nie możemy stosować porównań z wynikami Tyrańskiego, wspólna natomiast wydaje się problematyka rytualnego charakteru badanych tekstów rocznicowych w prasie, do tego więc będziemy nawiązywać w tym artykule.

Będziemy się starali wykazać, jak pierwszomajowe Święto Pracy w 1992 r. przedstawiała prasa codzienna „trzeciej Rzeczypospolitej”. Jako materiał do analizy posłużyły wypowiedzi pierwszomajowe opublikowane w ogólnopolskich dziennikach: *Gazeta Wyborcza*, *Kurier Polski*, *Nowa Europa*, *Nowy Świat*, *Rzeczpospolita*, *Trybuna*, *Życie Warszawy*. Tylko dwa z nich mają w podtytule zaznaczoną w „Katalogu prasy polskiej”² nazwę organizacji, której służą – *Trybuna* – gazeta Socjaldemokracji RP i *Kurier Polski* – pismo Stronnictwa Demokratycznego. Na materiał badawczy złożyły się wszystkie teksty dotyczące Święta Pracy, nie wyłączając kalendarzyków imprez. Dla celów porównawczych uwzględnia się w wymienionych gazetach wielkość powierzchni (w cm²) poświęconej szeroko pojętej

¹ W. Tyrański: Rocznicowość i rytualizacja. *Zeszyty Prasoznawcze* 1989 nr 2, s 5–11.

² Katalog Prasy Polskiej 1991/1992. OBP UJ, Kraków 1992.

problematyce pierwszomajowej, przechodząc następnie do analizy stylistyczno-semantycznej słownictwa i frazeologii związanych tematycznie z interesującym nas tematem.

Dobór materiału ograniczono do publikacji, które się ukazały w numerze pisma z dnia poprzedzającego 1 maja 92 r. oraz w numerze z dnia następnego po 1 maja. Były to z *Trybuny* egzemplarze datowane 30 kwietnia – 3 maja oraz 4 maja; z *Życia Warszawy*, *Gazety Wyborczej*, *Rzeczypospolitej* i *Nowego Świata* – z 30 kwietnia – 1 maja; z *Nowej Europy* z 30 kwietnia i 1–4 maja; *Kuriera Polskiego* z 30 kwietnia – 4 maja i 5 maja.

Interesujących nas publikacji znaleziono w *Trybunie* 12: 4 w numerze, jaki się ukazał przed 1 maja i 8 – po 1 maja; w *Życiu Warszawy* – odpowiednio 5, tj. 0 i 5; w *Gazecie Wyborczej* – 2, tj. 1 i 1; w *Rzeczypospolitej* – 1, tj. 1 i 0.

Z obliczeń powierzchni uzyskano następujące dane, które przytaczamy w kolejności malejącej, z uwzględnieniem (jak wyżej) porządku chronologicznego numerów: problematyka pierwszomajowa zajmowała w *Trybunie* łącznie 3037 cm² (910 + 2127), w *Życiu Warszawy* 502 cm² (0 + 502), w *Gazecie Wyborczej* 362 cm² (0 + 362), w *Rzeczypospolitej* 207 cm² (0 + 207), *Nowym Świecie* 178 cm² (0 + 178), w *Nowej Europie* 130 cm² (0 + 130) i w *Kurierze Polskim* 76 cm² (76 + 0).

W powyższym zestawieniu zwraca uwagę wyraźna przewaga materiału, mierzonego wielkością powierzchni, w *Trybunie* w stosunku do wszystkich pozostałych pism. Jest to szczególnie widoczne w zestawieniu z *Kurierem Polskim* (ok. 40-krotna przewaga) i *Nową Europą* (ok. 23-krotna), w nieco mniejszym stopniu w porównaniu z *Nowym Światem* i *Rzeczpospolitą*, gdzie teksty dotyczące 1 maja zajmowały odpowiednio ok. 17 i 15 razy mniej miejsca niż w *Trybunie*. Najbliższe pod tym względem dziennikowi Socjaldemokracji okazało się *Życie Warszawy*, poświęcające Świętu Pracy ok. 6-krotnie mniejszą powierzchnię w badanych numerach, zaraz po nim – *Gazeta Wyborcza*, z ok. 8-krotnie mniejszą niż w *Trybunie* powierzchnią publikacji pierwszomajowych.

Życie Warszawy zbliża się również najbardziej do *Trybuny* liczbą interesujących nas publikacji; porównywane dane tworzą proporcję 5 (ŻW) : 12 (T). W pozostałych tytułach na temat 1 maja pisano jeszcze rzadziej, są to dwa teksty w *Gazecie Wyborczej* i po jednym – w *Rzeczypospolitej*, *Nowym Świecie* i *Kurierze Polskim*. Zwracamy uwagę, że prawie wszędzie ukazały się one albo wyłącznie, albo w większości w pierwszych numerach z maja (2–3 maja; 4 maja; 1–4 maja). Jedyne artykuły z *Kuriera Polskiego*, z przełomu kwietnia i maja (30 kwietnia–4 maja), opublikowany w dodatku *Weekend z Kurierem* dotyczył obu świąt: rocznicy uchwalenia Konstytucji 3 maja oraz 1 maja. W zakres naszych badań wszedł z tego jedynie materiał związany z 1 maja. W 4 gazetach (na 7) nie dano ani jednego materiału na 1 Maja w przeddzień tego święta.

Liczbę tekstów oraz powierzchnię przez nie zajmowaną przedstawiamy w zestawieniu:

Tabela 1. 1 Maja 1992 r. w wybranych dziennikach

Pisma	dni	ko- lumna	ilość tekstów			powierzchnia w cm ²		
<i>Trybuna</i> (T)	30 IV–3 V	1	3	4	12	434	980	3037
		3	1			476		
	4 V	1	2	8		895	1227	
		3	6			1232		
<i>Życie</i> <i>Warszawy</i> (ŻW)	30 IV – 1 V	brak						
	2 V – 3 V	1	1		5	90		502
		2(dok)	4			412		
<i>Gazeta</i> <i>Wyborcza</i> (GW)	30 IV–1 V	brak						
	2 V – 3 V	1	1		2	159		361
		2	1			202		
<i>Rzeczpos- polita</i> (Rz)	30 IV–1 V	brak						
	2 V – 3 V	1			1			207
<i>Nowy</i> <i>Świat</i> (NŚ)	30 IV–1 V	brak						
	2 V – 3 V	9			1			179
<i>Nowa</i> <i>Europa</i> (NE)	30 IV	brak						
	1 V – 4 V	4			1			130
<i>Kurier</i> <i>Polski</i> (KP)	30 IV–4 V	1			1	52		76
	dod. weekendowy	8 (dok)				24		
	5V	brak						
Ogółem	30 IV – 5 V	–	23 (5+18)			4492 cm ²		

W większości badanych dzienników publikacje pierwszomajowe zamieszczono wyłącznie, bądź między innymi, na pierwszej stronie, jedynie w *Nowej Europie* i *Nowym Świecie* przeznaczono na nie strony dalsze: 4 (w NE) i 9 (w NŚ). Wnioskując na podstawie liczby, wielkości, a także miejsca danych tekstów okolicznościowych o ich „rytualnym charakterze”, zdecydowanie na pierwszą pozycję wysuniemy materiały z *Trybuny*, na drugą – z *Życia Warszawy*; większych różnic pod tym względem w pozostałych pismach nie dostrzeżono.

Na rytualny charakter tekstów propagandowych wskazuje, zdaniem Jerzego Bralczyka, przede wszystkim występowanie ich w pewnym czasie, na pewnym

obszarze i w określonym miejscu. Ważniejsze dla nich niż to, co mają przekazać do wiadomości czy do czego nakłonić odbiorcę, staje się to, że „istnieją w określony sposób i w określonym miejscu”³. Warunek rytualności badane publikacje spełniają, podobnie jak inne materiały rocznicowe, których zwiększoną emisję dostrzegano w prasie PRL w tych samych, powtarzających się co roku okresach. 1 maja, obok innych świąt uznanych przez władze za szczególnie ważne, był w prasie wyjątkowo eksponowany, poświęcano mu wiele miejsca i wiele publikacji na łamach gazet (zwłaszcza) i czasopism. Wszyscy to pamiętamy.

Sytuacja zmieniła się w związku ze zmianą panującej ideologii. Z wytypowanych do badań pism tradycję pierwszomajową w pewnym stopniu podtrzymuje tylko *Trybuna*, kontynuatorka *Trybuny Ludu*. Nie dysponując analogicznym materiałem z przeszłości, nie możemy przeprowadzać w tym kierunku wnioskowania porównawczego; będzie ono przebiegać w obrębie wybranych numerów z siedmiu dzienników z 1992 r.

Sięgając do klasycznego już Jakobsonowskiego podziału funkcji wyodrębnionych w procesie komunikowania ze względu na użyte środki językowe, Tyrański analizowanym materiałom rocznicowym przypisuje przede wszystkim funkcję fatyczną, która służy głównie podtrzymywaniu kontaktu między nadawcą a odbiorcą.

W takich aktach komunikacyjnych najważniejsze staje się to, jak dużą część kanału informacyjnego wypełnia dane wydarzenie rocznicowe, o wiele natomiast mniej istotne – to, co się napisze z okazji przypadającej rocznicy⁴.

Po wstępnych uwagach informujących o tym, jak często i jak dużo pisano o Świącie Pracy w prasie polskiej w roku 1992, przechodzimy do analizy stylistyczno-semantycznej słownictwa i frazeologii związanych tematycznie z danym dniem obchodzonym w nowej rzeczywistości, po upadku komunizmu.

Analiza stylistyczno – semantyczna

Przedmiotem analizy jest całe słownictwo i frazeologia w przeznaczonych do badań publikacjach prasowych, wchodzące w zakres tematyczny 1 Maja 1992 r. Jako jednostki badawcze przyjęto *z a l e ż n e i n i e z a l e ż n e* od autora wyrazy, wyrażenia i zwroty, przekazujące interesujące nas treści.

Związki znaczeniowe i tematyczne między wyrazami i związkami wyrazów pozwalają wyróżnić w pełnym zbiorze wynotowanych form trzy podstawowe kategorie znaczeniowe: 1. Święto, 2. Świętowanie i 3. Bohaterowie. Szczegółowa analiza leksykalno-semantyczna będzie przebiegała w tych kategoriach w wymienionej wyżej kolejności. Materiał tworzący pole wchodzi w zakres znaczeniowy nazwy tytułowej zbioru.

³ J. Brałczyk: O rytuale propagandowym. *Zeszyty Prasoznawcze* 1986 nr 2, 21/22.

⁴ W. Tyrański: Rocznicowość i rytualizacja. *Zeszyty Prasoznawcze* 1989 nr 2, s. 8.

1. Święto

Zgodnie ze znaczeniem formy *święto*, w zbiorze znalazły się przykłady oznaczające w danym kontekście sytuacyjnym dzień uroczysty. Były to głównie wyrażenia ze znaczącą niepełną datą: *1 Maja, święto 1 Maja*, pisaną też (rzadziej) *1 maja*; z derywatem przymiotnikowym: *majowe święto, 1-majowe święto*. Występujący w kilku cytowanych związkach rzeczownik *święto* był elementem stałego frazeologizmu *Święto Pracy/święto pracy*, uaktualnionego indywidualnie w postaci *święto pracy i bezrobocia* (ŻW).

Wyrażenie *Święto Pracy* miało, zwłaszcza w *Trybunie*, kilka synonimów: *święto pracujących, święto ludzi pracy, święto ludzi żyjących z pracy własnych rąk, święto klasy robotniczej, robotnicze święto*; także (bezsensowne) *święto dnia pracy*.

Rzeczownik *święto* określało słownictwo atrybutywne: *nasze święto; święto zakazane* (w Przemysłu); w rozbudowanych strukturach: *święto nie wymyślone przez PRL czy komunistów; święto nieco już zdeprecjonowane przez formę jego obchodów* – wszystkie przykłady z *Trybuny*.

Na oznaczenie *1 Maja* używano także formy *dzień* z określeniami podkreślającymi ważność daty w ujęciu historycznym, zestawiając ją na równi z datą „nieobojetną dla Polaków” – *3 Maja: 3 i 1 Maja, dni nieobojetne dla każdego Polaka; dni nieobojetne dla nikogo* (kto choć trochę zna historię Polski); *dni podniosłych, patriotycznych uniesień; dni zabarwione nieraz krwią poległych* – przykłady z *Kuriera Polskiego*, z artykułu „Maje polskie” poświęconego obu świątecznym dniom. Przykład z *Trybuny* podkreśla, niezbyt zgrabnie stylistycznie, wspólnotowy charakter dnia 1 Maja: *dzień wspólnoty ludzi mających wspólne problemy*.

Nawiązaniu do 3 Maja, jednakowemu traktowaniu obu świąt służą elementy leksykalne w grupie orzeczenia *też, nie mniej* (niż): *1 Maja to też rocznica; 1 Maja – to dzień, który od 100 lat wpisuje się też w naszą historię i to nie mniej krwawo i boleśnie* (poprzednie zdania dotyczą 3 Maja). W cytowanym wypowiedzeniu zwrot *wpisywać się w naszą historię* podkreśla doniosłość; określenia *krwawo i boleśnie* – tragizm oznaczanego w podmiocie (1 Maja) historycznego momentu. Podobną motywację trwałości dziejowej obu świąt (dni) ukazują zwroty z określeniami wzmacniającymi wyrażaną treść: *mocno osadzić się w naszych dziejach* (3 i 1 Maja – dni, które od lat *mocno osadziły się w naszych dziejach*); *wejść na trwałe w narodową świadomość* (3 i 1 Maja – dni, które *weszły na trwałe w narodową świadomość*). Swoistą hierarchię ważności zaznacza autor porządkiem wyliczania obu dni: *3 i 1 Maja*.

2. Świątowanie

Druga z wyróżnionych kategorii leksykalnych wykazuje związki znaczeniowe z poprzednią („Święto”), co jest już widoczne w wyrazach pokrewnych służących jako tytuły obu zbiorów. Leksykalno-frazeologiczny materiał, wchodzący w zakres znaczeniowy podstawowego czasownika *świętować* ‘obchodzić święto, czcić jakiś dzień’, zestawiono w podgrupach znaczeniowych: (a) uroczystości i (b) manifestacje.

a/ Uroczystości świeckie i religijne

Wyrazy i związki wyrazów oznaczają wydarzenia, którym kontekst językowo-sytuacyjny nadaje okolicznościowe znaczenie niecodzienności (odświętności): *uroczystości 1-majowe*; *obchody 1-Maja*; *obchodzić dzień 1 Maja*; *akademii 1-majowa*; *nabożeństwa okolicznościowe*⁵; *msza* jako forma uczczenia robotniczego święta – *celebrować Mszę* dla środowisk robotniczych, też w wyrażeniu *msze, pochody, zadamy*.

Punktem programu uroczystości było często składanie kwiatów. Rzeczowniki *kwiaty* używano w związkach frazeologicznych: *składać kwiaty*; *składanie kwiatów* (np. pod pomnikiem wydarzeń poznańskich); *wiązanki kwiatów* (pod pomnikiem Poległych Stoczniovców). Uroczystości były uświetniane też przez efekty muzyczne; na *melodie rewolucyjne* i *odegranie „Międzynarodówki”* zwróciła uwagę *Trybuna*, natomiast według *Gazety Wyborczej* grano „*Pierwszą Brygadę*” (w czasie uroczystości orkiestra grała m.in. „*Pierwszą Brygadę*”);

b/ Manifestacje

Materiał źródłowy wyróżnia jako formy zbiorowej aktywności (1) wystąpienia masowe, (2) wypowiedzi publiczne i (3) różne akcesoria.

b1 – Wystąpienia masowe, oznaczane bliskoznacznym słownictwem i frazeologią:

manifestacja i w l.mn. (pierwszomajowa; sił nacjonalistycznych; OPZZ itp.), w bardziej rozbudowanych wyrażeniach: *łódzka pierwszomajowa manifestacja*; *pierwszomajowa manifestacja zorganizowana przez PPS*. Określeniem rzeczownika *manifestacja* był przymiotnik *pierwszomajowy*.

W analogicznych kontekstach językowych używano rzeczownika *demonstracja* (pierwszomajowa; PPS-owska; SdRP i Ruchu Ludzi Pracy); przykłady innych form bliskoznacznych: *protest* (pierwszomajowy; przeciw władzy; przeciw bezrobociu; wobec polityki rządu); *pierwszomajowy marsz protestu* (zorganizowany przez OPZZ); warszawski *marsz protestacyjny*; *marsz głodnych*; *przemarsz* (np. Krakowskim Przedmieściem); *pochód* (1-majowy; PPS w Warszawie; skinów; socjalistów i anarchistów itd.) – też w związkach z czasownikiem: *przyjść na pochód*, *maszerować w pochodzie* itp.

Odcień znaczeniowy masowego protestu łączy powyższe przykłady z formą *wiec* (np. radomski; w Nowej Hucie; lewicy; OPZZ; też: trwający ponad godzinę; o znaczeniu historycznym itp.); w zwrotach: *uczestniczyć w wiecu*; *zgrupować się na wiecu* itp. Obca nazwa *miting*, odpowiednik *wiecu*, była użyta w wyrażeniu *miting i festyn* (w Koninie), w zwrocie: *wziąć udział w mitingu*.

Formą zorganizowanych zgrupowań w dniu 1 maja były masowe spotkania, oznaczane w badanych tekstach rzeczownikiem *spotkanie* i w liczbie mnogiej (pierwszomajowe; kierownictwa OPZZ z sympatykami związku; ludzi najbardziej zawiedzionych itp.).

⁵ 1 maja Kościół czci św. Józefa robotnika.

Cytowany materiał wzbogacają przykłady czasowników pokrewnych nazwom: *manifestacja*, *protest*, *demonstracja*, *spotkanie* i przekazujących analogiczne treści w zwrotach:

manifestować (np. przeciwko bezrobociu; pod pomnikiem Powstańców Śląskich; pod hasłami „chleba i pracy”; *protestować* (np. przeciwko szerzącej się biedzie; przeciwko przerzucaniu ciężaru reform na barki społeczeństwa); *demonstrować* (sprzeciw wobec odbudowy XIX-wiecznego kapitalizmu; na katowickim Rynku itp.); *spotykać się* (np. w pochodzie; na wiecu; pod pomnikiem Robotników Krakowa).

Rozmaitością stylistyczną wyróżniła się grupa czasowników oznaczających ‘przemieszczanie się’ jako element masowych wystąpień: *maszerować*, *przemarszerować*, *przechodzić*, *przychodzić*, *udawać się*, *ruszać*, *przytączać się*.

Zarówno wysoką frekwencją, jak i szczególną różnorodnością stylistyczno–tematyczną zwraca uwagę materiał prasowy oznaczający

b2 – Akt mowy, towarzyszący manifestacjom w formie pisanej na transparentach;

brzmieć (hasło pochodzącego z *brzmiało...*); *czytać* (na transparentach *czytaliśmy...*); *głosić* (transparenty *głosiły...*). Znacznie częściej oznaczano przekazy mówione pełniące różne funkcje: *charakteryzować* (aktualną sytuację); *domagać się*⁶ – 5 (np. chleba i pracy); *dyskutować* (o tym, co jest i co będzie); *dziękować* (tym, którzy przyszli); *krytykować* (np. politykę rządu); *krzyczeć* – 5 (np. „precz z komuną”); *mówić* – 9; *nawoływać* (do jedności związkowej; *nazywać* (Ministerstwo Finansów przywódca PPS *nazwał* obcym ciałem); *obrzucać się inwektywami* (zwolennicy i przeciwnicy manifestacji wzajemnie *obrzucali się inwektywami*); *odkrzykiwać* (manifestanci *odkrzykiwali* przeciwnikom); *odpowiadać na pytania* (ponad tysiąc osób); *ostrzegać* (Ojczyzna jest w niebezpieczeństwie – *ostrzegał* robotniczy duszpasterz); *podkreślać* (potrzebę jedności, *podyskutować* (z postem); *poinformować* (zebranych); *poruszać* (najistotniejsze potrzeby); *postawić warunek*, *powiedzieć* – 6, *powitać* (zebranych), *pożalić się* (na ciężkie warunki życia); *prosić* (o zachowanie spokoju); *przedstawić* (swoją pogląd); *przemawiać* (do zebranych); *przywitać* (zebranych); *pytać* (o przyszłość); *rozmawiać* (o bolących sprawach); *skandować* (hasła); *skwitować* (okrzyk „Chodźcie z nami!” *skwitowano* – „Ale nie do Moskwy”); *stwierdzać*; *upominać się* (o prawa należne pracującym); *uzasadniać* (warunek); *wotać* (chleba i pracy); *wygłaszać* – 8 (przemówienie; homilię; memento dla OPZZ); *wyrażać* (opinię; nadzieję); *wzywać* (zgromadzonych); *zabierać głos*; *zachęcać* (do podejścia bliżej); *zapowiadać*, *zapraszać* (do udziału w wiecu); *zaproponować* (współpracę); *zwracać się* (do Kwaśniewskiego „towarzyszu Olku”); *żądać* (pracy i chleba; przekazywania zakładów ich załogom).

Stosunkowo rzadziej używano struktur nominalnych – rzeczowników i wyrażań oznaczających sam komunikat (tekst):

żenująca *decyzja* (Zarządu Miasta i prezydenta); gorące *dyskusje* pod pomnikiem Nike); *epitety* (ze strony uczestników pochodzących z OPZZ); *hasła* (dotyczące

⁶ Zaznaczamy tylko frekwencję 5 i powyżej 5.

na przykład obrony praw pracowniczych); *inwektywy* (przeciwników manifestacji); nieprzychylny *komentarze* (witające manifestantów); *modlitwy* (za Ojczyznę i ludzi pracy); *okrzyki* – 7 (poparcia – towarzyszące wypowiedziom lewicowych polityków; też: „precz z komuną”; „Polska dla Polaków”); wspólne *oświadczenie* (działających organizacji polskiej lewicy); *prośby* (o autografy lewicowych posłów); *przemówienie* i w l.mn. – 11, *pyskówki*, *pytania* (skierowane do posłów); *rezolucja* (przyjęta na wiecu); *słowne utarczki* (ze skinheadami); *wypowiedź* i w l.mn. (Ewy Spychalskiej; lewicowych polityków); *wystąpienie* i w l.mn. – 5 (Ewy Spychalskiej; na początku i na końcu pochodu); *żądania* (chleba).

Wyróżniający się frekwencją (łącznie ponad 150 przykładów użycia) zbiór jednostek leksykalnych i frazeologicznych oznaczających „wypowiedź” świadczy o różnorodności takiego słownictwa, zarówno w sensie mówienia o tym samym w różny sposób, jak i mówienia o różnych elementach wchodzących w zakres znaczeniowy danego pojęcia. O pierwszej z wyróżnionych właściwości świadczy obecność synonimów, np. *mówić*, *wygłaszać* *przemówienie*, *przemawiać*, *zabierać głos*; *domagać się*, *nawoływać*, *krzyczeć*, *podkreślać*, *stawiać warunek*, *wzywać*, *żądać*; *przemówienie*, *wypowiedź*, *wystąpienie*; *okrzyki*, *hasła*, *żądania* itp.

Zakres tematyczny powiadamiania zwiększają w danym kontekście sytuacyjnym wyrazy: *charakteryzować*, *domagać się*, *pytać*; *przemówienie*, *decyzja*; związki frazeologiczne: *postawić warunek*, *obrzucać się inwektywami*. Obecność takich form w sprawozdaniach 1-majowych świadczy o różnorodności przekazywanych treści w zakresie aktu mowy.

W całym badanym zbiorze większą częstością użycia (5 i powyżej) wyróżniają się formy: *mówić* + *powiedzieć* 15, *przemówienie* 11, *wygłaszać* 8, *okrzyki* 7, *krzyczeć* + *odkrzykiwać* 7, *wystąpienie* 5, *domagać się* 5. Ze względu na wyższą niż przeciętna (1–2) frekwencję możemy je uznać prócz neutralnego *mówić* – *powiedzieć* za typowe oznaczenia aktu mowy w badanych publikacjach o tematyce pierwszomajowej.

Rejestrując w sprawozdaniach różne formy powiadamiania, dziennikarze (zwłaszcza w *Trybunie* i *Życiu Warszawy*) częściej używali form werbalnych, czasowników i zwrotów niż nominalnych – rzeczowników i wyrażań, co wykazały proporcje 3:1 (w *Trybunie* i *Życiu Warszawy*) oraz 2:1 (w *Gazecie Wyborczej* i *Rzeczpospolitej*).

Oprócz podobieństw, w materiale oznaczającym akt mowy znajdujemy również pokrewieństwa między wyrazami:

mówić, *przemawiać*, *przemawiający*, *przemówienie* – jako element syntaktyczny wyrażenia, np. *pierwszomajowe przemówienia* i zwrotu *wygłaszać przemówienie*, który w *Trybunie* i *Życiu Warszawy* dominował nad czasownikiem *przemawiać* w stosunku 5:1, w pozostałych pismach był używany wyłącznie;

powiedzieć, *odpowiadać*, *zapowiadać*;

krzyczeć, *odkrzykiwać*, *okrzyki*;

głos (*zabierać głos*), *wygłaszać*, *głosić*;

żądać, *żądania*.

W omawianym zbiorze, obok form określających akt mowy w sposób emocjonalnie neutralny, np. *mówić*, *wygłaszać przemówienie*, *wystąpienia*, *opinie*, znajdowały się wyrazy i związki wyrazów wyraźnie nacechowane emocjonalnie lub stylistycznie. Na przykład: *epitety* (pod adresemprzeciwników); *inwektywy* (rzucane na manifestantów), *obrzucać się* wzajemnie *inwektywami* (manifestanci i stojący na chodniku); *okrzyki* (np. „Precz z komuną”; „Chodźcie z nami”), *krzyczeć* (Precz z komuną – *krzyczeli* do maszerujących w pochodzie; Precz z burżuazją – *krzyczeli* uczestnicy wiecu; Jedni *krzyczeli* „czerwoni”, drudzy „ciemnogród”), *odkrzykiwać* (Chodźcie z nami, bo z głodu pomrzecie – *odkrzykiwali* manifestanci), *krzyczący* „Precz z komuną”; *wołać* („Żądamy chleba i pracy” – wołała E. Spychalska); *szczególnie ostro skrytykować*. Wszystkie cytowane przykłady mają konotacje negatywne.

Najwięcej form wyraźnie nacechowanych emocjonalnie (stylistycznie) w stosunku do wszystkich oznaczających w danym piśmie „akt mowy”, znaleziono w *Gazecie Wyborczej* (zajmują tam około połowy całego interesującego nas tu zbioru), mniej w *Rzeczypospolitej* i *Życiu Warszawy* (po około czwartej części zbiorów) i, najmniej, w *Trybunie* (około dziesiątej części zbioru).

Użyte w badanych tekstach ekspresywne słownictwo i frazeologia oznaczające powiadamianie miało charakter tradycyjny, o skonwencjonalizowanym nacechowaniu emocjonalnym. Udział takich wyrazów i związków wyrazowych wpłynął korzystnie na urozmaicenie słownictwa publikacji, w najwyższym stopniu w *Gazecie Wyborczej*, najmniej w *Trybunie*. Nigdzie natomiast nie znaleziono okolicznościowych okazjonalizmów, świadczących o inwencji twórczej nadawców.

W zbiorze przykładów oznaczających akt mowy wyróżnia się ponadto grupa form dyrektywnych, używanych zdecydowanie najczęściej w *Trybunie*, w innych pismach – sporadycznie bądź nie używanych wcale. Są to czasowniki i formy odczasownikowe, w związkach syntaktycznych:

żądać (np. pracy i chleba), *żądać i domagać się* (humanitarnego rozwiązania problemu lokatorów zajmujących mieszkania po wojsku rosyjskim), w formie imiesłowu: *domagając się* (500 osób demonstrowało, *domagając się* chleba i pracy), *zabronić* (*zabroniono* organizowania imprezy kulturalnej w dniu 1 maja – Przemyśl), *zakazać* (urzędowo *zakazano* świętowania w dniu 1 maja – Przemyśl); *żądanie* (chleba i pracy).

Z frekwencji porównywanego materiału wynika, że *Gazeta Wyborcza* częściej niż pozostałe pisma rejestrowała emocjonalne aspekty powiadamiania, *Trybuna* – elementy dyrektywne.

Wyrazy i związki frazeologiczne oznaczające różne dodatkowe materialne atrybuty pochodów, manifestacji czy wieców tworzą podkategorię

b₃ – akcesoria

Były to transparenty, plakietki, hasła, niesione bądź trzymane w czasie masowych zgromadzeń, też: okolicznościowe ulotki, plakaty, gazety, co oznaczano w prasie wyrazami i wyrażeniami:

transparent i w l.mn. (np. PPS; starachowickiego „Stara”; „pracy, chleba i spokoju”); *hasło* i w l.mn. (np. „Mamy dość Wałęsy”, w zwrocie *nieść hasła*);

dużo rzadsze wyrażenia: *plakietki pierwszomajowe*; *plakaty pierwszomajowe*, co może mieć związek z rzadkością desygnatów.

Za swoiste akcesoria możemy uznać okolicznościowy numer gazety: *pierwszomajowy numer (Trybuny)*. Pierwszomajowych akcesoriów dopatrywali się dziennikarze w czerwonym ubraniu bądź w czerwonym kwiatku, co znalazło wyraz w związkach frazeologicznych z przymiotnikiem *czerwony*: *czerwony płaszcz* (przewodnicząca OPZZ szła w *czerwonym płaszczu* na czele pochodu); *czerwona gerbera* (przewodniczący SdRP, machając *czerwoną gerberą* poinformował zebranych...) – oba przykłady z *Gazety Wyborczej*.

Wyrażenie *czerwone sztandary*, należące do typowego nazewnictwa pierwszomajowego w okresie PRL, w badanej prasie z r. 1992 prawie się nie pojawiało; do wyjątków należą pojedyncze przykłady z *Trybuny* i *Życia Warszawy*. W *Trybunie* użyto też nazwy *biało-czerwone flagi*, w związku składniowym *biało-czerwone* i *OPZZ-owskie flagi*, który oznaczał dwa różne desygnaty; drugi z nich nie został, niestety, bliżej określony w szerszym kontekście językowym. Inne przykłady wymiennego użycia bliskoznacznych form *flaga* i *sztandar*, w wyrażeniach będących nazwami innych znaczących przedmiotów: *czerwono-czarne flagi* (anarchosyndykalistów); *czerwone sztandary z sierpem i młotem* (przed manifestacją można je było kupić od handlowców zza Bugu); *czerwona flaga z sierpem i młotem* (powiewała nad zebranymi).

Niepożądanymi akcesoriami, mającymi w danych kontekstach językowo-sytuacyjnych konotację wyraźnie negatywną, były *pałki*, *kije baseballowe*, *tańcuchy*, *butelki* – nazwy tych przedmiotów użyto w wyrażeniach: *6 skinheadów z pałkami*; *skinheadzi uzbrojeni w kije, tańcuchy, butelki i kamienie*; *skinheadzi z kijami baseballowymi* – prawie wszystkie przykłady pochodzą z *Gazety Wyborczej*.

c/ Atrakcje – rozrywki

Materiał tworzący podkategorię „atrakcje – rozrywki” wynotowano w całości z *Trybuny*. Wyrazy i związki wyrazów oznaczają różnego rodzaju imprezy zorganizowane dla uświetnienia 1 Maja. Nazywa się je ogólnie formami: *imprezy*, *imprezy 1-majowe*, *atrakcje*. Zróżnicowane tematycznie słownictwo i frazeologia (wyrazy i wyrażenia) obejmują rozmaite dziedziny – naukę i kulturę: *kiermasz książek*, *koncerty* (kapel; orkiestry kopalni „Konin”), *występy* (estradowe; artystyczne; zespołów ludowych; kabaretu itp.); sport: *zawody sportowe*; *mecz piłkarski*; *biegi terenowe*; *egzamin na kartę rowerową*; handel: *stoiska handlowe*.

Elementy znaczeniowe „atrakcji i rozrywki” mieszczą się w treściach wyrazów i wyrażeń: *pierwszomajowy bal*, *festyn*, *zabawa ludowa*; *pokazy* (pirotechniczne; strażackie; strażackie i policyjne); *przeloty balonem*; *konkursy dla dzieci*; *majówka z piwem i parówkami*, *wojskowa grochówka*, *bečka piwa*.

Oprócz *Trybuny*, żadne z badanych pism nie poświęciło uwagi rozrywkowej części obchodów pierwszomajowego święta.

d/ Incydenty

Podgrupa semantyczna „incydenty” zawiera materiał oznaczający w zdecydowanej większości działania niepożądane, wręcz szkodliwe. Pisząc o nich, posługiwano się nacechowanym ujemnie słownictwem i frazeologia:

gwizdy, nieprzyjemne incydenty (podczas manifestacji w Katowicach); *inwektywy* (rzucane na manifestujących); *krzyki* (w kierunku manifestantów); *przeprychanki* (skinów z manifestantami); *zadymy*; *atakować kijami* (skini próbowali zaatakować kijami manifestantów), *atakować kijami i tańcuchami* (grupa skinów *atakowała* zebranych *kijami i tańcuchami*); *rzucić się na tłum* (skinheadzi *rzucili się na tłum*), *rzucić petardę w tłum manifestujących* (skinheadzi); *przerywać przemówienie* (ts.); *przerwać demonstrację* (demonstrację SLD *przerwała* petarda z gazem łzawiącym); *wywoływać burdy* (skinheadzi *wywoływali burdy* w Gdańsku); *skoczyć z pięściami* (jedna z uczestniczek manifestacji OPZZ poczuła się tak urażona inwektywami „antykomunisty”, że *skoczyła* na niego z *pięściami*).

Zdaniem nadawcy z *Trybuny*, do niepożądanych wydarzeń o charakterze politycznym należało usunięcie przed dniem 1 maja obelisku poświęconego przedwojnemu działaczowi robotniczemu (w przeddzień 1 V *usunięto obelisk* poświęcony pamięci Stanisława Łańcuckiego, w obawie, by nikt nie złożył kwiatów).

Skutki agresywnych zachowań sprawców, należących głównie do subkulturowego ugrupowania skinów, oznaczono formami: *załzawiony* 3-tysięczny tłum (po wybuchu petardy z gazem łzawiącym); *ranny* (4 *ranne* osoby; jedna kobieta została *ranna*); *pobity* (kilka osób poważnie *pobitych*). Tego typu incydenty zostały znacznie częściej (niemal w jednakowym stopniu) zaświadczone w *Trybunie* i *Gazecie Wyborczej* niż w *Życiu Warszawy*; wykazuje to proporcjonalne zestawienie liczby użycia wyróżnionych jednostek w danych tytułach prasowych – 13 (T) : 11 (GW) : 5 (ŻW). W pozostałych pismach analogicznego materiału prawie nie było,

Prawie nie ma przykładów oznaczających pożądane działania represyjne; do wyjątków należy forma *zatrzymać* (policja *zatrzymała* kilku skinheadów; *zatrzymano* 13 uczestników zająć), użyta w *Życiu Warszawy* i *Gazecie Wyborczej*.

* * *

W polu „świętowanie” umieszczono ponadto przykłady czasowników oznaczających w zwrotach obecność w pewnym miejscu: *być* (*było* nas więcej niż rok czy dwa lata temu) – na uroczystościach pierwszomajowych; *być obecnym* (na wiecu); *zebrać się* (na Rynku); *zgromadzić się* (na manifestacji); *towarzyszyć* (wielu imprezom i manifestacjom); bądź pełnienie ważnych funkcji: *nadzorować* (przebieg manifestacji); *organizować* (wiec; manifestację; pochód); *obsługiwać* (manifestację).

3. Bohaterowie

Termin „bohater” jest w naszym badaniu rozumiany w znaczeniu, jakie się przypisuje bohaterowi literackiemu, czyli każdej postaci występującej w utworze

literackim. Analizowany zbiór skupia wyrazy i związki wyrazów oznaczające zbiorowości ludzkie, dużo rzadziej jednostki, których udział w obchodach święta 1 Maja w jakimś sensie zaznaczono w prasie. Według znaczeń nazw osobowych, w kategorii pojęciowej „bohaterowie” wydzielono kilka podgrup, przyjmując różne kryteria klasyfikacji materiału. Pierwsze dwie podgrupy („manifestanci” i „awanturnicy”) tworzą rzeczowniki i wyrażenia, w których znaczeniu jest zawarta informacja o formie czynnego uczestnictwa.

a/ Manifestanci

Uczestników różnych manifestacji oznaczają wyrazy i wyrażenia podobne, częściowo pokrewne:

manifestanci, manifestujący, uczestnicy manifestacji; demonstranci, uczestnicy demonstracji, uczestniczący w demonstracji; uczestnicy pochodu, uczestniczący w pochodzie; protestujący. Wyróżniającą się częstością (19) nazwę „uczestnicy” określają przydawki rzeczowne oznaczające przedmiot uczestnictwa: manifestację, demonstrację, pochód, wiec. Prawie wszystkie (17) przykłady pochodzą z *Trybuny*, w której stosunkowo częściej używano analitycznych wyrażeń: *uczestnicy manifestacji, demonstracji* niż ich syntetycznych odpowiedników: *manifestanci, demonstranci*.

b/ Awanturnicy

Cytowane wyżej formy określają osoby biorące udział w manifestacjach, w sposób zobiektywizowany i emocjonalnie neutralny. Nacechowaniem emocjonalnym wyrażenie ujemnym różnią się od nich nieliczne nazwy, tworzące podkategorię „awanturnicy”: *napastnicy* (jednostki policji rozproszyły *napastników* ‘skinnów’); *bojówkarze* (Frontu Narodowego); *bojówki* (anarchistów); *zadymiarze*.

Zróżnicowany tematycznie pozostały materiał z kategorii „bohaterowie” zestawiamy w kolejnych podgrupach określających oznaczane zbiorowości:

c/ Anonimowi bohaterowie

Należą tu bliskoznaczne nazwy w liczbie mnogiej:

najliczniej zaświadczona (27) *osoby*, zwykle z liczebnikowymi określeniami ilości: kilka tysięcy *osób* (wzięło udział w pochodzie), kilkaset *osób* (zebrało się na Rynku), z dodatkowymi wyznacznikami: jedynie 100 *osób* (uczestniczyło w wiecu); do wyjątków należy liczba pojedyncza: *osoba* (która rzuciła petardę). Pozostałe przykłady: *ludzie* (stojący na stopniach kościoła; grupy *ludzi* dyskutujące o...; 15 tys. *ludzi* uczestniczyło w pochodzie); *tłum* (zgromadzony przed siedzibą OPZZ; nad *tłumem* widać transparenty), *zebrani* (na wiecu); *zgromadzeni* (na Rynku); *obecni* (na wiecu); też w znaczeniu osobowym *sala* ‘obecni w sali’ (wypowiedź... *sala* przerwała oklaskami); *przechodnie* (wielu *przechodniów* dołączyło do manifestujących); zaimek osobowy *my* (jest *nas* więcej niż rok czy dwa lata temu).

W wyróżniającym się łączną frekwencją zbiorach z *Trybuny* i *Gazety Wyborczej* do najczęstszych oznaczeń nie zidentyfikowanych zbiorowości należy for-

ma osoby (17 w *Trybunie* i 7 w *Gazecie*); w pozostałych tytułach znaleziono albo pojedyncze zaświadczenia, albo stwierdzono ich brak.

W kategorii anonimowych bohaterów znalazły się też zbiorowości, których identyfikacja dotyczyła przedziałów wiekowych czy miejsca zamieszkania. Oznaczono je rzeczownikami i wyrażeniami:

dzieci (uczestników manifestacji), *młodzież* (np. z ZSMP), *młode i bardzo młode twarze* (widoczne na wiecu), *młodzi chłopcy* (w czapkach „strzelców”); *ludzie starsi, emeryci*.

Na miejsce zamieszkania wskazują derywaty osobowe od nazw własnych: *radomianie* (stojący na obrzeżu placu Jagiellońskiego), z przeczeniem: *nie tylko warszawiacy* (na pochód przyszli *nie tylko warszawiacy*).

d/ Osoby różnych zawodów lub funkcji

Materiał przykładowy dają wyrazy i wyrażenia, w znacznej części niezależne od autora, czyli takie, których nadawcy musieli użyć, chcąc wyrazić daną treść. W całym zbiorze wyróżniają się łączną częstością rzeczowniki w liczbie mnogiej, razem ze zbiorowymi oznaczające określone zbiorowości ludzkie:

dziennikarze, korespondenci (*Trybuny*), *fotoreporterzy, kolegium* (*Trybuny*); *funkcjonariusze* (*UOP*), *policja, jednostki policji, straż miejska; kapela, zespoły* (Domu Kultury). Stosunkowo mniej w liczbie pojedynczej: *redaktor naczelny* (*Trybuny*), *zastępca redaktora naczelnego* (*NIE*), *poseł* (*SLD*), *radna miejska, przedstawicielka służby zdrowia, pracownica* („*Łucznika*”), *duszpasterz* (środo-wisk robotniczych).

Wśród form od autora zależnych (jak *przedstawicielka służby zdrowia*) znalazły się nazwy osób pełniących szczególnie istotne funkcje w świątecznym dniu: *gospodarze pierwszomajowego święta* (skupieni w OPZZ); *organizatorzy* (pierwszomajowego pochodu; wiecu).

e/ Członkowie organizacji, partii politycznych, instytucji

Formę powiązań osób z oznaczonymi głównie nazwą własną ugrupowania-mi określają znaczenia form pełniących funkcję wyrazów określanych w wyrażeniach; jest to:

e1 – przewodzenie: *lider* (PPS), *przywódca* (PPS), *szeef* (PPS), *szeefowa* (OPZZ) *przewodniczący* (ZSMP), *wiceprzewodniczący* (OPZZ), *kierownictwo* (OPZZ);

e2 – członkostwo: *członkowie* (SdRP; WPZZ; „Solidarności” itd.), *związkowcy* (spod znaku OPZZ; z WSK), *przedstawiciele* (OPZZ; Ruchu Ludzi Pracy), *reprezentanci* (zakładowych organizacji „Solidarności”), *reprezentujący* (m.in. ZSMP i Ruch Społeczny NIE); *posłowie* (SLD; lewicy), *postanka* (SdRP).

Najwyższa frekwencja formy *poseł* (łącznie z l. mnogą i rodzajem żeńskim) wyróżnia ją spośród innych z danej kategorii i czyni osobowe desygnaty przedmiotem ogromnej uwagi sprawozdawców z pierwszomajowych obchodów; oprócz kilku przykładów z *Rzeczypospolitej* i *Gazety Wyborczej*, prawie cały zbiór zaświadczeń tych wyrazów pochodzi z *Trybuny*.

f/ Wyznający pewną ideologię

Należą tu zwolennicy ideologii określonych w znaczeniach nazw: *skinheadzi*, *skini*, *panki*; w podstawach słowotwórczych form: *socjaliści* – socjalizm, *anarchiści* – anarchizm (pochód *socjalistów* i *anarchistów*), *komuniści* – komunizm, *nacjonalistyczny (siły)* – nacjonalizm, a także zwolennicy i przeciwnicy tego, co oznaczają konteksty językowe nazw przeciwstawnych: *zwolennicy* (np. SdRP; manifestacji; wolnych związków zawodowych), *sympatycy* (lewicy), *lewica* – w opozycji do: *przeciwnicy* (np. manifestacji; OPZZ).

W całym zbiorze form oznaczających szeroko pojętych „bohaterów pierwszomajowych”, różnaitością stylistyczną wyróżnia się grupa bliskoznaczących nazw osób pełniących funkcje kierownicze (przywódcze): *przewodniczący*, *szef*, *lider*, *przywódca* – w rodzaju żeńskim: *przewodnicząca*, *szefowa*. Wszystkie wyrazy, oprócz *przywódca*, były użyte w *Gazecie Wyborczej* i *Trybunie*, w której znaleziono też inne nazwy o podobnym znaczeniu: *przedstawiciele*, *reprezentanci*, *delegacja*.

Największą łączną frekwencją wyróżniają się formy: *przedstawiciele* – 11 (z czego najwięcej w *Gazecie Wyborczej* – 7) i *członkowie* – 10 (z czego najwięcej w *Trybunie* – 7).

Jedynie w *Trybunie* znalazły większy wyraz *nastroje* i *emocje* przedstawianych bohaterów pierwszomajowego święta. Słownictwo i frazeologia oznaczające takie stany charakteryzuje się (częściej)

- nacechowaniem ujemnym: *niezadowolenie* (z aktualnej polityki rządu), *oburzenie* (wobec niszczenia służby zdrowia); *determinacja* (wynikająca z dramatycznej sytuacji ludzi pracy); *zawiedziony* (ludzie *zawiedzeni* władzą; spotkanie ludzi najbardziej *zawiedzionych*); *urazony* (jedna z uczestniczek manifestacji poczuła się *urazona* okrzykami „antykomunisty”) oraz (rzadziej)
- nacechowaniem dodatnim: *spokój* i *powaga* (pochód cechował *spokój* i *powaga*); *oklaski* (towarzyszące słowom Kwaśniewskiego; przemówienie przerywane wielokrotnie *oklaskami*); *cieszyć się* (szef PPS *cieszył się*, że na pochod przyszło dużo młodzieży).

Podsumowanie

Z badanych 7 ogólnopolskich dzienników (*Gazeta Wyborcza*, *Kurier Polski*, *Nowa Europa*, *Nowy Świat*, *Rzeczpospolita*, *Trybuna*, *Życie Warszawy*), najczęściej powierzchni aktualnej problematyce pierwszomajowej poświęciła *Trybuna*, uchodząca jako organ SdRP za kontynuatorkę PRL-owskiej *Trybuny Ludu*; zamieściła też najczęściej interesujących nas publikacji na temat święta 1 Maja w Polsce w 1992 r. Najbliższe pod tym względem *Trybunie* okazało się *Życie Warszawy* (ok. 6-krotnie mniejsza powierzchnia tekstów i ok. 2 razy mniej publikacji pierwszomajowych), następnie – *Gazeta Wyborcza* (ok. 8-krotnie mniejsza powierzchnia i ok. 6 razy mniej publikacji). Pozostałe tytuły poświęci-

ły temu dniu od ok. 15 (*Rzeczpospolita*) do ok. 40 razy (*Kurier Polski*) mniej miejsca na swoich łamach; w każdym jednak ukazał się choć jeden tekst dotyczący 1 Maja. Wynika stąd, że o porównawczym obrazie święta 1 Maja w badanej prasie możemy mówić w zasadzie tylko na podstawie materiałów z *Trybuny*, *Życia Warszawy* i *Gazety*.

W większości dzienników interesujące nas teksty były zamieszczane wyłącznie bądź także na str. 1, co należało dawniej do rytuału propagandowego; jedynie w *Nowej Europie* i *Nowym Świecie* przeznaczono na nie strony dalsze.

Z analizy stylistyczno-semantycznej próby słownictwa i frazeologii wynika następujące wnioski:

Wyniki obliczeń udziału wyrazów i związków wyrazów w trzech wyróżnionych nadrzędnych kategoriach leksykalnych, grupujących materiał bliski sobie pod względem znaczeniowo-tematycznym, różniący się natomiast wyraźnie frekwencją, zarówno w całej próbie, jak i w zbiorach z poszczególnych pism, przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Słownictwo i frazeologia pierwszomajowa w prasie, w kategoriach leksykalnych (polach)

Tytuł pisma	Nazwa pola							
	święto		świętowanie		bohaterowie		RAZEM	
	L	%	L	%	L	%	L	%
<i>Gazeta Wyborcza</i>	7	5	92	65	43	30	142	100
<i>Kurier Polski</i>	15	88	2	12	—	—	17	100
<i>Nowa Europa</i>	2	40	3	60	—	—	5	100
<i>Nowy Świat</i>	2	50	2	50	—	—	4	100
<i>Rzeczpospolita</i>	1	2	44	78	11	20	56	100
<i>Trybuna</i>	50	7	462	65	204	28	716	100
<i>Życie Warszawy</i>	2	2	59	69	25	29	86	100
RAZEM	79	8	664	65	283	28	1026	100

Z tabeli wynika, że największą liczbą użyć jednostek leksykalnych i frazeologicznych wyróżnia się w całym materiale – głównie w *Życiu Warszawy*, w nieco mniejszym stopniu w *Gazecie Wyborczej* i *Trybunie* – kategoria „świętowanie”. Najmniej liczna to (ogólnie biorąc) „święto”, trzecia, „bohaterowie” – zajmuje miejsce pośrednie. Jedynie *Kurier Polski* wyłamuje się z tego schematu, poświęcając stosunkowo więcej uwagi „świętu” niż jego obchodom i pominając „bohaterów”.

Nasileniem materiału w poszczególnych polach tłumaczymy hierarchię ważności oznaczanej w pismach problematyki.

W najbardziej urozmaiconym stylistycznie polu „świętowanie” szczególnie wysoką frekwencją wyróżnia się zbiór przykładów oznaczających akt mowy, towarzyszący manifestacjom w formie pisanej na transparentach, hasłach, plakatkach: *głosić* (transparenty *głosily*), *brzmieć* (hasło pochodzącego z *brzmiało*); znacznie częściej oznaczano przekazy mówione: *mówić*, *nawoływać*, *obrzucać się inwektywami*, *dyskusje*, *epitety* itp. Wyróżniający się frekwencją (ponad 150 przykładów użycia) ten zbiór jednostek leksykalnych i frazeologicznych świadczy również o różnorodności słownictwa zarówno w sensie mówienia o tym samym w różny sposób, jak i przekazywania różnych treści.

Oznaczając w sprawozdaniach różne formy powiadamiania, używano częściej, zwłaszcza w *Trybunie* i *Życiu Warszawy*, czasowników i zwrotów niż struktur nominalnych – rzeczowników i wyrażań, co wpływało korzystnie na styl przekazów, zwiększając jego dynamikę.

Za swoistą cechę badanego słownictwa *Gazety Wyborczej* możemy uznać stosunkowo największy udział w zbiorze form oznaczających akt mowy, ekspresywnizmów o skonwencjonalizowanym nacechowaniu emocjonalnym: *inwektywy*, *okrzyki*, *wołać*, *krzyczeć* itp. W *Trybunie* natomiast wyróżniały się udziałem formy typu: *żądać*, *domagać się*, *żądania*.

Niemal w jednakowym stopniu *Gazeta Wyborcza* i *Życie Warszawy* dostrzegały niepożądane wydarzenia, prowokowane sytuacja; pozostałe pisma pomijały je milczeniem. Z materiału przykładowego utworzono podkategorię „incydenty”.

Manifestacje w formie masowych wystąpień, głównie ulicznych, oznaczano wszędzie podobnie, jako: *manifestacje*, *demonstracje*, *protesty*; *manifestować*, *protestować*, *brać udział w manifestacji* itp.

W kategorii leksykalnej „bohaterowie” wyróżniono podgrupy zawierające oznaczenia zbiorowości ludzkich, rzadziej jednostek, na które w jakimś stopniu była zwrócona uwaga piszących; posługiwano się w większości wyrazami i wyrażeniami podobnymi, np. *manifestanci*, *uczestnicy manifestacji*, *demonstranci* (prawie wszystkie przykłady z *Trybuny*); *napastnicy*, *bojówkarze*, *bojówki*. Anonimowi bohaterowie to np.: *tłum*, *sala*, *obecni*; w wyróżniających się frekwencją zbiorach z *Trybuny* i *Gazety Wyborczej* do najczęstszych oznaczeń anonimowych ugrupowań należy forma *osoby*.

W całym zbiorze szeroko pojętych „bohaterów pierwszomajowego święta” bliskością semantyczną wyróżnia się nazewnictwo osób pełniących funkcje kierownicze: *szeff*, *przewodniczący*, *lider*, *przywódca*; najliczniej zaświadczone: *przedstawiciele* (zwłaszcza w *Gazecie Wyborczej*) i członkowie (zwłaszcza w *Trybunie*).

Jedynie w *Trybunie*, gdzie publikacje o tematyce pierwszomajowej występowały zdecydowanie najliczniej i zajmowały największą powierzchnię, znaleziono kilkanaście przykładów wyrazów i związków frazeologicznych o wyróżniającej się frekwencji (10 i powyżej 10); tylko jeden przykład w *Gazecie Wyborczej*.

Przyjmując najwyższą frekwencję form za wskaźnik ich typowości, za typowe dla pierwszomajowych przekazów uznamy cytowane poniżej przykłady; z *Trybuny*: *pochód* (46), *święto* + *Święto Pracy* (38), *manifestacja* (*manifestacje*) 26, *1 Maja* 22, *wiec* (*wiece*) 20, *uczestnicy* 17, *osoby* 17, *składać kwiaty* 17, *poseł* (*posłowie*) 15, *spotkanie* (*spotkania*) 13, *składanie kwiatów* 13, *przemarsz* 11, *przemówienie* (*przemówienia*) 11, *transparent* (*transparenty*) 11, *występ* (*występy*) 11; z *Gazety Wyborczej*: *pochód* (*pochody*) 15.

Dla porównania cytujemy przykłady odpowiednich danych frekwencyjnych z innych badanych dzienników:

pochód: ŻW 5, Rz. 3; *święto*: KP 2, ŻW 1; *manifestacja*: Rz. 6, ŻW 3; *wiec*: ŻW 3, Rz. 1.

Przedstawiony w artykule obraz 1 Maja '92 w polskich dziennikach kończy my informacją, że do tradycji historycznych tego święta sięgnął *Kurier Polski*, poświęcając im znacznie większą uwagę niż współczesności z r. 1992. Świadczy o tym kilkakrotnie liczniejszy materiał leksykalny i frazeologiczny, nie wchodzący jednak w zakres naszej analizy. Sporadyczne odniesienia do analogicznej przeszłości znaleziono w *Trybunie*.

JAN OŹDŻYŃSKI

UWARUNKOWANIA PERCEPCYJNE REPORTERSKIEJ WYPOWIEDZI W RADIU I TELEWIZJI

1. Zmierzając do ustalenia relacji między obiektem a jego opisem, zwanym „kopią werbalną”, i jego możliwych transformacji, jako punkt wyjścia przyjmuję model dynamiki percepcji zaproponowany przez Marię Nowakowską, z centralnymi pojęciami „wagi” i „fragmentu decydującego” (o rozpoznaniu obiektu), które pozwalają nie tylko na identyfikację podstawowej struktury znaku, lecz, co istotne, na empiryczne określenie minimalnego nośnika znaczenia, tj. takiej konfiguracji fragmentów, która prowadzi do spostrzeżenia i rozpoznania obiektu¹. Można przypuszczać, że gramatyka opisu (tj. kopii werbalnej) zależy w określony sposób od struktury obiektu oraz od „gramatyki” świadomości obserwatora, tj. reguł lingwistycznej reprezentacji świadomości w procesie percepcji². Tym, co obraz przedstawia, są nie właściwości prezentowanego przedmiotu, lecz zespół bodźców wzrokowych wywoływanych przez przedmiot. Odpowiednio zorganizowane odtwarzają nie materialną strukturę przedmiotu, lecz psychologiczną strukturę spostrzeżenia³. W płaszczyźnie kodu ściśle językowego – cechy semantyczne wypowiedzi symbolizują nie fizyczne właściwości i relacje poza organizmem człowieka, ale wewnętrzne mechanizmy percepcji i konceptualizacji⁴.

¹ M. Nowakowska: Obiekt i jego kopia werbalna – podstawy semiotyki. [W:] Z zagadnień psychologii socjolingwistyki, red. A. Schaff. Wrocław 1985, s. 251–284.

² Tamże, s. 251.

³ Por. H. Książek – Konicka: O psychologicznych podstawach ikonicznych kodów rozpoznawczych. [W:] Z zagadnień semiotyki sztuk masowych. Studia z teorii filmu i telewizji pod red. A. Jackiewicza, t. 5. Wrocław 1977.

⁴ Por. M. Bierwisch: Semantics. [W:] New Horizons in Linguistics, ed. J. Lyons, Harmondsworth 1970.

Przenosząc zagadnienie na pogranicze rozważań psycholingwistycznych i kognitywnych, zainteresujemy się bliżej relacjami interkodowymi, związanymi z przechodzeniem od postrzegania elementów ruchomego obrazu do słownego rejestrowania spostrzeganych obiektów i kolejnych faz konceptualizowania treści – na poziomie konceptualizacji myślowych oraz ściśle językowych (nominalizacje i gramatyzacje w kodzie werbalnym)⁵. Zwrócimy uwagę na to, które składniki informacji wizualnej znajdują jedynie poświadczenie w informacji zwербalizowanej (konceptualizacje rejestrujące), a które podlegają dalszemu przetworzeniu w wyniku procesów myślowych i wyobraźniowych (różne formy konceptualizacji problematyzujących)⁶.

2. Wypowiedź reporterską w telewizji bezpośredniej (tzn. w programach na żywo), która nas tu szczególnie interesuje, traktować można jako integralny składnik zespołu informacyjnego: obraz (informacja wizualna, konfiguracja „widemów”) – efekty dźwiękowe (w tym odgłosy autentycznego widowiska) – tekst mówiony, zawierający w naszym przypadku elementy relacji i komentarza telewizyjnego⁷. W związku z użyciem kodu językowego – ruchomy obraz (jako zespół rysów konkretnych, percepcyjnych) ustawicznie kontaktuje z pojęciem. Tkwiące w obrazie znaczenia mogą być w sposób reaktywny (spontaniczny) lub refleksyjny (zamierzony, wcześniej przygotowany) przekodowane z użyciem znaków językowych. Telewizja, w odróżnieniu od radiosłuchacza, ma możliwość weryfikacji i oceny trafności oraz stopnia aluzyjności owego przekodowania.

Obrazy nie odznaczają się konceptualizacją znaczeń właściwą słowom – nie są pojmowane, lecz rozpoznawane wprost. Dopiero wtórnie mogą być wyposażone w znaczenia wykraczające poza wartość rozpoznania bezpośredniego. Podstawową funkcją kodu obrazowego jest identyfikacja, natomiast kodu werbalnego – nazywanie⁸. Obrazy ograniczają się jedynie do wskazania tego, co oznaczają (przedstawiają), mówienie zaś (dyskurs) ściśle łączy się z narracją, „opowiadaniem” o tym, co znaki oznaczają⁹.

W poszukiwaniu istotnych wyznaczników stopnia złożoności konceptualizacji słownych i tekstowych można odwołać się do modelu gramatyki komunikacyjnej, który, jak wiadomo, zawiera co najmniej trzy poziomy realizacyjne wypowiedzi mówionej:

⁵ W. Tłokiński: Gramatyzacja w kodzie werbalnym. Studia psycholingwistyczne. Warszawa–Poznań 1979; I. Nowakowska – Kempna: Aproksymacja semantycznego continuum. [W:] Język a kultura, t. 8. Podstawy metodologiczne semantyki współczesnej, pod red. I. Nowakowskiej–Kempnej. Wrocław 1992, s. 125–156. Tu podstawowa literatura przedmiotu.

⁶ Szerzej piszę na ten temat w artykule: Różnice między reportażem prasowym, radiowym i telewizyjnym (na przykładzie dziennikarskich wypowiedzi sportowych). *Rocznik Naukowo–Dydaktyczny WSP w Krakowie*, Prace Językoznawcze IV, 1983, s. 97–124.

⁷ S. W. Swietana: Tielewizionnaja riecz. Moskwa 1976; W. F. Minajew: Sootnoszenije słowa i izobrażenija w tielewizionnoj żurnalistike. *Wiestnik Moskowskogo Uniwersiteta, Żurnalistika* 1969, nr 2.

⁸ Por. U. Weinrich: Explorations in semantic theory. [W:] Current trends in linguistics, t. 3, ed. T. A. Sebeok. Mouton, The Hague, 1966; J. Antas: Projekt metodologii badań relacji obraz – słowo w przekazie telewizyjnym. *Zeszyty Prasoznawcze* 1981, nr 2, s. 33–42.

⁹ Por. J. Łotman: Semiotyka, kino i problemy kinoestetyki. Tallin 1973. H. Książek – Konicka: Semiotyka i film, Warszawa 1980.

- a/ poziom wyprowadzania peryfraz i faktualizacji wypowiedzi (czyli przejmowania parametrów czasu, miejsca i aspektu);
- b/ poziom gramatyk interakcyjnych [m.in. operatory rematycznie–tematyczne (aktualnego rozczłonkowania wypowiedzi), operatory funkcji pragmatycznych: informacyjne (m.in. modalne), aksjologiczne oraz behawioralne (illokucyjne)];
- c/ poziom organizacji dyskursu (m.in. dialogizacji, kondensacji, wyprowadzania anafory i katafory i in.)¹⁰.

Obydwa funkcjonalne zespoły wariantów wypowiedzi (radiowej i telewizyjnej) reprezentują wspólny typ komunikowania jednokierunkowego – przekazywania, w przeciwieństwie do porozumiewania się (np. rozmowy „twarzą w twarz”), które ma charakter dwukierunkowy i zakłada obustronną znajomość danych dotyczących „tu i teraz” oraz innych okoliczności mówienia¹¹. W płaszczyźnie językowej różnice dotyczą stopnia selekcji informacji i wyboru rozwiązań spójnościowych samowystarczającego informacyjnie tekstu relacji radiowej i stowarzyszonego z informacją wizualną (ekranową) tekstu komentarza telewizyjnego¹². Tym, co łączy oba typy wypowiedzi reporterskiej, jest wspólnota percepcyjna sprawozdawcy i komentatora tv, przetwarzających w różnych konfiguracjach subkodowych (w sytuacji dziennikarza mówiącego do mikrofonu)¹³ w zasadzie te same dane wizualne (po stronie nadawcy) dotyczące tego samego widowiska. Nie bez znaczenia są tu także częste doświadczenia radiowe i znajomość realiów praktyki sprawozdawczej wielu komentatorów telewizyjnych.

W informacji zwerybalizowanej mogą znaleźć poświadczenie, dopełnienie i myślowe rozwinięcie wzajemnie przenikające się kody i subkody widowiska¹⁴: 1. kody postrzeżeniowe i rozpoznawcze; 2. bazujące na kodach percepcyjnych – jednostki kodu ikonического oraz ikonograficznego; 3. jednostki kodu kinetycznego (motorycznego) i kinematograficznego; 4. subkody kinezyczne i proksemiczne (interpretacji przestrzeni znaczącej); 5. subkody wokaliczne (i retoryczne); 6. najbardziej wyspecjalizowane (technicznie) jednostki kodu przekątnikowego (subkody realizacji)¹⁵.

¹⁰ Por. A. A w d i e j e w: *Pragmatyczne podstawy interpretacji wypowiedzi*. Kraków 1986; t e n ż e: *Model gramatyki komunikacyjnej* (projekt badawczy). [W:] *Studia nad polszczyzną mówioną* Krakowa, t. 3, pod red. B. Dunaja i K. Ożoga, Kraków 1991, s. 9–38.

¹¹ J. M ü l l e r: *Informacja w cybernetyce*. Warszawa 1970, s. 25.

¹² J. O Ź d ż y ń s k i: *Mówione warianty wypowiedzi w środowisku sportowym*. Wrocław 1979.

¹³ Por. W. M i o d u n k a, A. R o p a: *Z zagadnień socjolingwistycznego opisu sytuacji*. Na przykładzie sytuacji telewizyjnych. *Socjolingwistyka* 2, Katowice 1979, s. 63–75; W. M i o d u n k a, A. R o p a: *O koncepcji badań języka telewizji*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1983, nr 1, s. 19–33.

¹⁴ Por. rozróżnienie „widowiska o konwencjach służebnych” i relacji radiowej „o charakterze elementarnym”. P. W e r t: *Słowo–obrazowa natura widowiska telewizyjnego*. *Kwartalnik Filmowy* 1965, nr 6. G. S t a c h ó w n a: *Telewizyjne widowisko pozateatralne*. *Przekazy i Opinie* 1977, nr 1, s. 85–97; S. K u s z e w s k i: *Widowisko telewizyjne*. Warszawa 1971; B. C h. B g a ż n o k o w: *Specyfika języka radiowego*, tłum. z ros. W. Lipnik. *Przekazy i Opinie* 1976, nr 3, s. 96–106; W. R ö d e l: *O reportażu radiowym*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1973, nr 3, s. 51–58; M. J u r k o w s k i: *Problematyka badań nad językiem radia*. *Poradnik Językowy* 1984, nr 2, s. 94–99.

¹⁵ U. E c o: *La struttura assente*. Milano 1968; wyd. polskie: *Pejzaż semiotyczny*, Warszawa 1972; G. D o r f l e s: *Człowiek zwielokrotniony*. Warszawa 1973; L. F l e c k: *O obserwacji naukowej i postrzeganiu w ogóle*. *Przegląd Filozoficzny* 1935, z. 1–2, s. 58–77.

3.1. Parametry wynikające z mechaniki postrzegania określa się jako minimum albo maksimum percepcyjne. Przedmiot percepcji (w szerszej perspektywie semiotycznej) może być: a/ zauważony lub nie zauważony; b/ rozpoznany (lub nie rozpoznany); c/ na poziomie kodu językowego – konceptualizowany; i wreszcie d/ kontemplowany (wielokrotnie przywoływany, rozpamiętywany i przeżywany), w związku z przekraczaniem norm przewidzianych dla maksimum percepcyjnego, por. kombinacje subkodów realizacyjnych, estetycznych i retorycznych w konwencji „Przeżyjmy to jeszcze raz!” Bohdana Tomaszewskiego w czasie retransmisji, parokrotnego powtarzania w zwolnionym tempie pamiętnego „złotego” skoku Wojciecha Fortuny z olimpiady zimowej w Sapporo.

Wymienionym sytuacjom percepcyjnym, związanym z użyciem subkodów postrzeżeń i rozpoznawczych (a, b) i ich dalszych modyfikacji w wyniku operacji myślowych towarzyszących mówieniu (c), a także reakcjami emocjonalnymi komentatora (d) – przyporządkować można odpowiednie sekwencje słowne i tekstowe (korelaty, analogi, substytuty informacyjne), np. w postaci jednowyrazowych powiadomień, wykrzyknień, wyrażań, fraz, samodzielnych wypowiedzi i fragmentów tekstu (mówionego lub wtórnego pisanego) w obrębie informacji zwerybalizowanej¹⁶.

Posłużmy się przykładami ze sportowego sprawozdania radiowego (RR) i komentarza telewizyjnego (KT), które dotyczą głównie zawodów piłkarskich, rzadziej innych dyscyplin¹⁷. A oto niektóre sytuacje percepcyjne zarejestrowane w wypowiedziach dziennikarskich:

Ad a/ Obiekt zauważony, ale nie rozpoznany – na oznaczenie osoby (sylwetki) zauważonej, częściowo rozpoznanej, ale nie zidentyfikowanej (minimum percepcyjne):... *mignęła nam tam postać któregoś z Anglików...* (RR); informacja wizualna: subkod ikoniczny postaci nierozpoznanej; informacja językowa: wskaźnik sytuacji percepcyjnej – operator przejrzystości przekazu¹⁸ zaimek nieokreślony „któregoś” w grupie nominalnej „któregoś z Anglików” w połączeniu z czasownikiem percepcji wzrokowej („mignęła nam tam postać”) z zastosowaniem „my” inkluzywnego, włączającego radiosłuchacza w obręb reporterskiej obserwacji; wskaźniki faktualizacji¹⁹ wypowiedzi: zaimek lokalizujący przestrzennie „tam” (na boisku) i postać czasu przeszłego dokonanego (momentalnego) „mignęła” we fragmencie natychmiastowej rejestracji faktu lub zdarzenia; podobnie w wa-

¹⁶ Por. W. P i s a r e k: O języku stowarzyszonym, *Język Polski* 1962, z. 1, s. 11–19; t e n ż e: Słowa między ludźmi. Warszawa 1985; W. K r z y s t e k: Dwuplanowy (werbalny i niewerbalny) charakter komunikacji filmowej. [W:] Problemy semiotyczne filmu. Red. A. H e l m a n, E. W i l k. Katowice 1980, s. 70–80; A. H e l m a n: Niektóre typy selekcji subkodów w systemach złożonych. [W:] Problemy semiotyczne, op.cit., s. 81–93; R. L e b d a: Współdziałanie kodu werbalnego i wizualnego w telewizji (problemy badawcze), [W:] Problemy badawcze języka radia i telewizji. Red. W. L u b a ś. Katowice 1981, s. 40–47; A. Z a g r o d n i k o w a: Spójność między słowem i obrazem w wypowiedziach prasowych. *Zeszyty Prasoznawcze* 1974, nr 3, s. 29–36; Kino i telewizja. Praca zbiorowa pod red. B. W. L e w i c k i e g o. Warszawa 1977.

¹⁷ Większość przykładów pochodzi z nie opublikowanej części mojej pracy doktorskiej: Funkcjonalne warianty wypowiedzi w środowisku sportowym (maszynopis). WSP, Kraków 1974.

¹⁸ Por.: Mówione warianty wypowiedzi..., op.cit.

¹⁹ W wyniku faktualizacji powstaje propozycja mająca odniesienie czasowo-przestrzenne, która nie tylko opisuje przedstawiony językowo stan rzeczy, lecz również powiadamia o zaistnieniu w świecie rzeczywistym lub możliwym jakiegoś faktu lub zdarzenia. A. A w d i e j e w: op. cit., wyróżnia operatory temporalizacji, aspektualizacji, topografizacji i lokalizacji przestrzennej.

riancie wstępnej fazy rozpoznania obiektu:... *przy piłce białe kostiumy Górników...* (KT) – potoczna synekdocha, zastosowana w odniesieniu do subkodów koloru i sylwetki;... *niedokładne podanie zostało zastopowane przez któregoś z Anglików...* (próba identyfikacji:) *...to był chyba Tawers...* (RR); trudności w rozpoznaniu, modulant przypuszczający „chyba” i konsekwencje ideacyjne²⁰ w ukształtowaniu składniowym wypowiedzi – znamienne zastosowanie strony bierniej „podanie zostało zastopowane”, w odniesieniu do nie zidentyfikowanego agensa, por. „X zastopował tę piłkę”, w sytuacji, gdy wykonawca czynności jest znany.

Ad b/ Zainteresuje nas szczególnie rozpoznanie będące wynikiem analizy, związanej z dostrzeganiem różnic, które pozwalają wyłączyć spostrzegany przedmiot z określonej klasy czy kategorii w wyniku indywidualizacji (rozpoznanie zawodników na boisku na podstawie charakterystycznego poruszania się bądź przez odczytywanie numerów na koszulkach). Zwracamy uwagę na szczególną rolę w tekście komentarza telewizyjnego poświadczeń indywidualizujących (identyfikatorów) w postaci imion własnych, które funkcjonują jako samodzielne powiadomienia²¹; podobnie w zaangażowanych emocjonalnie fragmentach relacji radiowej:... *A tymczasem Górnicy wznowiają... Znakomita akcja! Podanie do Lubańskiego! Lubański, Wilczek! Strzał!! Corrigan wypuszcza piłkę!!! Pusta bramka!!! Gooooo!!!!!!...* (RR);

– w przykładzie negatywnym – braku rozpoznania zawodnika – w sekwencji komentarza utrzymanej w tonacji „wyrażania skruchy” (moc illokucyjna „przyznania się do winy”), na poziomie organizacji dyskursu:... *Proszę państwa! Dwa zero dla Górnika Zabrze!... Proszę państwa, przyznam się szczerze, że w tym szalonym zamieszaniu nie zauważyłem, kto strzelił bramkę... Chyba Jerzy Wilim... w każdym razie zagranie polskiego zespołu było znakomite...* (KT);

– w sytuacji „dyskryminacji percepcyjnej” sprawozdawcy radiowego: *...Teraz Banaś otrzymuje!... Doskonała pozycja!! Strzela!! Bramka!!!... Nie, proszę państwa... Wydawało mi się, to złudzenie tutaj w świetle reflektorów, że Banaś zdobędzie bramkę... a miał pozycję doskonałą...* (RR); w funkcji nieokreśloności modalnej – operator niepewności sądu „wydawało mi się”; rytualizm „Proszę państwa” sygnalizuje wypowiedź skierowaną do odbiorcy masowego (w oficjalnej sytuacji komunikowania).

Ad c/ Myślenie – obejmujące tak różnorodne procesy, jak planowanie, przewidywanie, projektowanie, odkrywanie, ocenianie, rozumienie czy wnioskowanie – zawiera łańcuch operacji umysłowych, za pomocą których przetwarzamy informację, czyli treści zakodowane w spostrzeżeniach, wyobrażeniach i pojęciach²². Kategorie leksykalne i gramatyczne narzucają pewien sposób porządkowania zja-

²⁰ Funkcja ideacyjna odnosi konstruowany przez jednostkę tekst do jej doświadczenia poznawczego. Por. M. A. K. H a l l i d a y: *Explorations in the functions of language*. London 1973.

²¹ Identyfikacja w znaczeniu Hallidaya nawiązuje do struktury tematyczno–rematycznej komunikatu, daje podział na to, co identyfikowane, i to, co identyfikuje, a więc pozwala nam uwypatnić różne części komunikatu albo też zapewnić związek komunikatu z tym, co powiedziane zostało poprzednio lub co jest wyrażone w innym tworzywie semiotycznym. M. A. K. H a l l i d a y, op.cit.

²² Por. J. E k e l, T. T o m a s z e w s k i: *Orientacja w otoczeniu*. [W:] *Psychologia*, red. T. T o m a s z e w s k i. Warszawa 1975, s. 22; K. O b u c h o w s k i: *Kody orientacji i struktura procesów emocjonalnych*. Warszawa 1970.

wisk i faktów postrzeganych w świecie i w ten sposób zmuszają do określonych wyborów, jednakże procesy percepcyjne i myślowe mogą wprowadzić tu odpowiednie poprawki i zmiany, por. w wypowiedzeniach poświadczających niektóre operacje myślowe²³ np. wnioskowanie:... *No i trzeba przyznać, że nasz zawodnik jednak chyba odczuwa tę kontuzję, bo nie porusza się z taką łatwością...* (RR); w wypowiedzeniu wykolejonym, rejestrującym trudności w znalezieniu właściwego sformułowania myśli:... *Włodzimierz Lubański... Lubański! (na zbliżeniu postać zawodnika)... Proszę Państwa!... Musiało go to drogo... wysiłku kosztować... dojście do tej piłki...* (por. „musiał włożyć wiele wysiłku, by dojść do tej piłki”; „musiał drogo zapłacić za dojście do tej piłki”; „kosztowało go to wiele wysiłku, trudu, ofiary”)... *Zakulał, jak Państwo widzą...* (KT).

3.1.1. Procesy spostrzegania przebiegają, jak wiadomo, na dwóch poziomach organizacji. Wynikiem spostrzegania na poziomie senso–motorycznym jest wyodrębnianie się w polu spostrzeniowym „figur”, tzn. całości przestrzenno–czasowych (punktów, linii, kątów, plam, o określonej powierzchni i kształcie, brył trójwymiarowych, a także rytmów, fraz muzycznych, dźwięków mowy itp.). Wynikiem procesów spostrzegania na poziomie semantyczno–operacyjnym jest spostrzeganie przedmiotów (rzeczy, osób, zdarzeń, sytuacji), a także różnego rodzaju znaków (gestów, sygnalizacji, wypowiedzi, pisma itp.)²⁴.

Wśród podstawowych jednostek kodu postrzeniowego i rozpoznawczego wymienia się:

- a/ subkod wyspecjalizowany w percepcji światła i ciemności oraz ich poszczególnych gradacji, warunkujących wszelkie pozostałe percepcje wzrokowe (w tv – subkod oświetlenia), por. w wypowiedzi reaktywnej w wypadku złego oświetlenia na stadionie (i po włączeniu pierwszych reflektorów):...*Coraz ciemniej tutaj nad stadionem, ale już zapłonęły pierwsze reflektory... A tymczasem Górnicy wznawiają (grę)...* (RR);... *Powoli... bardzo powoli zapalają się potężne reflektory... niedługo już chyba za... płoną re... flektory... Anglicy tam jednak kontrolują całkowicie naszych napastników...* (KT);
- b/ subkod odcieni i kolorów przedmiotów świata zewnętrznego:
 - w wypowiedzi sprawozdawcy radiowego: ...*Z prawej strony drużyna w czerwono–czarnych koszulkach... pasiastych koszulkach... a Górnicy występują w całkowicie białych strojach z czarnymi numerami...* (RR);
 - w telewizji czarno–białej – ogólnikowe określenie: ...*zawodnicy angielscy w ciemniejszych strojach...* (KT);
- c/ subkod percepcji odcuciowych, somestetycznych, dotykowych w szerokim sensie, por. w przykładzie elementarnej konceptualizacji opartej na zewnętrznych skojarzeniach percepcyjnych, związanej z przejściem od konkretnego do metafory potocznej²⁵:

²³ J. K o z i e l e c k i: Czynność myślenia. [W:] Psychologia, red. T. Tomaszewski, op.cit., s. 352.

²⁴ H. K s i ą ż e k – K o n i c k a: O psychologicznych podstawach..., op.cit.

²⁵ Chodzi o konceptualizację na hierarchicznym poziomie organizowania wiedzy i doświadczenia w informację, umożliwiającą użycie i rozumienie przenośni oraz podtekstów, tworzenie nowych pojęć, wyrażanie tego samego innymi słowami, komunikowanie o własnym języku. Por. K. O b u c h o w s k i, op.cit..

— *...Temperatura na boisku tylko pięć stopni powyżej zera... Temperatura na widowni znacznie wyższa... Doping gorący...* (RR); tu pomieścimy także metafory potoczne w rodzaju: miękkie dośrodkowanie, ostry strzał, spieć podbramkowe, zgasić piłkę ‘zastopować’, podkreślona piłka ‘z odpowiednią rotacją dla zmylenia bramkarza przeciwnika’; przedziurawić mur ‘znaleźć lukę w murze przeciwnika’; piłka grzeźnie (w murze przeciwnika) itp.;

d/ percepcje wzrokowe ruchomych przedmiotów manipulacyjnych niewielkich rozmiarów, które nie są związane ze stałym tłem i które są rozpoznawalne z rozmaitych odległości i punktów widzenia, por. „piłka” – wyraz klucz, najczęstszy w relacji z meczu piłkarskiego, częsty także w komentarzu telewizyjnym, mimo uzupełniającej roli kontekstu ekranowego²⁶: *...Lee dostał piłkę, stara się minąć Latochę... podanie piłki tutaj do Summerbee...* (RR);

e/ subkod wyspecjalizowany w percepcji stosunków przestrzennych między osobą postrzegającą (komentatorem, sprawozdawcą) i otoczeniem oraz między fragmentami otoczenia, w tym percepcje odległości i stosunków między przedmiotami znajdującymi się w otoczeniu – w płaszczyźnie językowej – oddawane przez wyrazy funkcyjne (przyimki plus postaci przedrostkowe czasowników ruchu), por. indeksy i konektory przyimkowe oraz przysłówkowe: do, za, przed, pod, nad, obok, blisko, daleko itp.; tu zaliczymy istotne wyznaczniki usytuowania przedmiotów według osi pionowej i poziomej, np. relacje: góra – dół, lewa – prawa (strona boiska), w środku – na zewnątrz, na powierzchni – w głębi, na pierwszym planie – na drugim planie itp.²⁷; owe językowe formy lokalizacji przestrzennej można traktować jako istotne wyznaczniki sytuacyjne i tematyczne reporterskiej wypowiedzi: w ramach komunikatu wielotworzywowego funkcjonują one dodatkowo jako swoiste proksemie (jednostki interpretacji przestrzennej)²⁸, por.:

- określenia adlatywne (dokąd?, do kogo?) w konstrukcjach lokomocyjnych typu „X podaje piłkę do Y—a na prawą (lewą) stronę boiska”²⁹;
- w wariacie niesynchronizowania informacji wizualnej, w wypowiedzi metaobrazowej komentatora tv: *...tymczasem spoglądam poza ekran (monitora kontrolnego)...* (KT) – celem zasygnalizowania tych sytuacji i zdarzeń, które się nie znalazły w zasięgu kamery, a znane są widzom na stadionie (subkody realizacji); *...Patrzę na środek boiska... Lubański*

²⁶ J. O Ź d ż y ń s k i: *Mówione warianty wypowiedzi*, op.cit., s. 63.

²⁷ Relacjom przestrzennym w mówionym tekście relacji radiowej i komentarza telewizyjnego poświęcam osobny artykuł w *Roczniku Naukowo-Dydaktycznym WSP w Krakowie. Prace Językoznawcze VIII* (1993), w druku.

²⁸ K. J a r z ą b e k: *Znaki kinetyczne wspomagające komunikację mowną (ujęcie konfrontatywne)*. Katowice 1989.

²⁹ Por. M. K i t a: *Problem strukturyzowania tekstów radiowych i telewizyjnych sprawozdań sportowych. Socjolingwistyka*, t. 2, s. 133–148. W. C o c k i e w i c z: *Komentarz transmisji sportowej w telewizji. Charakterystyka składniowa. Zeszyty Naukowe UJ, Prace Językoznawcze*, 1988; t e n ż e: *O wyodrębnieniu wypowiedzi w tekście mówionym. Założenia teoretyczne i projekt segmentacji*. [W:] *Badania nad językiem telewizji polskiej. Studia metodologiczne i opisowe*. Red. Z. K u r z a w a. Warszawa 1985.

wyraźnie *utyka*... (KT); kamera rejestruje w tym czasie już następną akcję podbramkową; w warstwie słownej możemy mówić o funkcji redukcji znaczeń (w stosunku do informacji wizualnej);

- określenia lokatywne (gdzie?) wskazujące na zorientowanie obserwacyjne, typu „fasada – (front) – tylnościennosc”, rozplanowanie (przednioplanowość – tylnoplanowość), np. „przed” przednioplanowe:... *wysunięty przed linię bramkową* (bramkarz Manchesteru)...; w interpretacji przestrzeni boiskowej, związanej z ujęciem kamery z boku boiska; por. inne ujęcie w transmisji z meczu tenisowego i jego słowna konceptualizacja: ... *na pierwszym planie – tyłem do państwa – Navratilova*... (KT);
- „za” tylnoplanowe, w znaczeniu ‘po tej stronie aktualnego obserwatora, co lokalizator, ale dalej’³⁰, np. w komentarzu tenisowym: ...*Anglik za siatką, przodem do państwa... w głębi kortu – na drugim planie*... (KT);
- „prawa” – „lewa strona (boiska)”... *pojemny Wilim na prawej stronie boiska*... (RR); w innym układzie odniesienia: ...*po prawej stronie Majewskiego Boniek*... (KT); funkcjonalne wyznaczniki sytuacji ekranowej (TV):... *a tam po lewej stronie ekranu teraz dopiero widzicie państwo, jak za Lubańskim nadciąga dwóch polskich zawodników*... (KT)... *Ryszard Kulesza z lewej strony* (ekranu)... *Obok niego Bernard Blaut*... – w objaśnieniu komentatora (w czasie zbliżenia: „rzut oka” kamery na ławkę trenerską);
- „daleko – blisko” (w funkcji dublowania informacji wizualnej i werbalnej):... *Miał być zaskakujący strzał z daleka z odległości trzydziestu metrów*... (ujęcie z kamery z tyłu bramki, w czasie powtórki, z komentarzem:) ...*No i był ten strzał, ale w odległości trzech metrów od słupka poszedł w aut*... (KT).

W pozbawionej kontekstu ekranowej relacji radiowej obserwujemy znamienne zintensyfikowanie przyimkowych i przysłówkowych określników miejsca. Pojęcia lokalizatora, sąsiedztwa i kierunku jako elementy subkodów percepcyjnych mieszczą się w obrębie informacji wizualnej. Każde użycie wyrażenia lokatywnego do opisu takiej czy innej konfiguracji przestrzennej (w warstwie językowej) wymaga idealizacji, czyli operacji związanej m.in. z postrzeganiem³¹. Jeśli komentator telewizyjny, nawiązując do doświadczeń radiowych, użyje podobnej konstrukcji jak relacjonujący w radiu, wówczas mamy do czynienia ze znamienym nakładaniem się informacji funkcjonujących w odrębnych tworzywach – zwerbalizowanych i nie zwerbalizowanych (wizualnych).

3.2. Kody postrzegawcze ustalają składniki wystarczających postrzeżeń; kody rozpoznawcze zawierają bardziej złożone konfiguracje, powstałe ze składników postrzeżeń; kody przekątnikowe decydują o strukturze optycznej obrazu i rodzaju bodźców wizualnych; kody ikoniczne tworzą postrzeżenia na podstawie kodów

³⁰ A. Weinsberg: Przyimki przestrzenne w języku polskim, niemieckim i rumuńskim. Warszawa 1973.

³¹ Proces idealizacji u Talmy’ego to szczególnie przypadek zjawiska, które Langacker nazywa schematyzacją. L. Talmy: How language structures space. [W:] Spatial Orientation: Theory, Research and Application, red. H. Pick, L. Acredolo. Plenum Press, New York 1983; R. Langacker: Foundation of cognitive grammar. L. A. U. T., Trier 1983. E. Dąbrowska – Michałczak: Potoczność w służbie semantyki: językowy model realizacji przestrzennych w pionie. [W:] Język a kultura, t. 5. Potoczność w języku i w kulturze. Wrocław 1992, s. 61–79.

przekaznikowych (figury, znaki i sematy); kody ikonograficzne tworzą z wybranych znaków ikonicznych złożone sematy, uwarunkowane kulturowo³². Znak ikoniczny jako elementarna jednostka semantyczna odpowiada określonemu wzorcowi przedmiotowemu jako jednostce percepcji wzrokowej. Bazujące na kodach percepcyjnych jednostki kodu ikonicznego oraz ikonograficznego znajdują poświadczenie lub/i deiktyczne odniesienie w szczegółowych subkodach³³:

- a/ subkod scenerii widowiska, np. elementy tła akcji boiskowych, murawa boiska, bieżnia, trybuny, ławka dla rezerwowych, „światło” bramki, punkty, linie, strefy itp., którym odpowiadają „refleksy” i „korelaty” bądź „asynchromy” w postaci konceptualizacji słownych i/lub tekstowych – częste w relacji radiowej, rzadkie lub zupełnie pomijane w komentarzu telewizyjnym – jako oczywiste w warstwie wizualnej, por.:... *Mamy tutaj scenerię zimową... Bardzo dużo śniegu na bieżni, ale boisko niemal zupełnie zielone... Zresztą wczoraj była płyta boiska całkowicie zielona... Dziś siaj napadało trochę śniegu...* (RR);
- b/ subkod napisu i planszy (tablice świetlne, afisze, reklamy, plansze wywoławcze), w tym znaki ikonograficzne symbolizujące określoną konkurencję czy dyscyplinę sportu, por. w przykładzie z relacji radiowej:... *Coraz liczniej... coraz jaśniej palą się te reflektory... Poszły w górę tutaj transparenty... [...]*... *a na tablicy wyników widzimy „Górnik” – „dwa” – „Manchester” – „zero”...* (RR); ta sama informacja w komentarzu telewizyjnym z „podkładem” wizualnym³⁴:... *widzowie coraz częściej spoglądają właśnie tutaj, na tę tablicę (świetlną)...* (KT); w wypowiedzi metaobrazowej, w funkcji ostentatywnej (wskazującej) i kontaktowej³⁵ po ukazaniu się tablicy z wynikiem w „przebitce” telewizyjnej;
- c/ subkod postaci (sylwetki) i grupy postaci, o wielkościach zróżnicowanych, w różnych planach i ujęciach (zawodnicy, sędziowie, kibice i in.):... *A mecz ten prowadzi – teraz na państwa ekranach – Rudi Berger.... Rudi Berger, którego pamiętamy... yyy... sprzed dwu lat... (KT);... Raz jeszcze narzeczona Borisa Beckera na państwa ekranach...* (KT);
- d/ percepcje wzrokowe twarzy ludzkiej (subkod zbliżenia lub detalu): ...*Widzieli państwo na zbliżeniu twarz Marciniaka... Musiało to być i bolesne, i denerwujące...* (KT); rematyzacja obrazowa – elementy predykatywne w obrazie ‘widzę twarz wykrzywioną z bólu’; w zdaniu metaobrazowym komentatora – kontekstowa tematyzacja rematu obrazowego i rozwinięcie w postaci kontekstowej rematyzacji tematu słownego (informacji zwerybalizowanej) na zasadzie wnioskowania „sądząc po wyrazie twarzy, musiało to być bolesne i denerwujące”³⁶.

³² U. E c o: Pejzaż semiotyczny, op.cit.

³³ H. K s i ą ż e k – K o n i c k a: Semiotyka i film, op.cit.

³⁴ Danuta Wesołowska mówi w tym wypadku o monologu „komentującego-pokazującym”. Por. Monolog telewizyjny. Próba typologii. *Zeszyty Prasoznawcze* 1980, nr 4, s. 63–72.

³⁵ J. A n t a s: Projekt metodologii, op.cit., s. 37.

³⁶ F. D a n e ś: Semantyczna i tematyczna struktura zdania i tekstu. [W:] Tekst i język. Problemy semantyczne. Wrocław 1974, s. 32.

3.3. Subkody kinetyczne (motoryczności ludzkiej)³⁷

W słownym i tekstowym ujęciu form ruchu – istotna wydaje się opozycja słowa osobowego i rzeczowników odsłownych (*podaje piłkę* : *podanie piłki*, *wrzut* : *wrzucić*). Odnosi się to do rejestracji samej akcji boiskowej i postaci w ruchu, por.: ... *Lee dostał piłkę... podaje do Bella... długowłosego blondyna... ten z powrotem do Doylea... Przerzutka teraz na prawą stronę... Tam jest Banaś... Bardzo ładny wrzut na pole karne... tu jednak główka Doylea...* (RR); główka w znaczeniu metonimicznym ‘odbicie głową’; a także do uwzględnienia ruchów poszczególnych kończyn, por.: ...*Lubański... w narożniku pola karnego... Piękny zwód na lewą nogę i będzie strzał prawą... no, ale piłka ociera się o słupki i wychodzi na aut...* (RR)³⁸.

3.4. Subkody kinezyczne i proksemiczne (rozpoznawanie gestów, mimiki i zachowania ruchowego, wyodrębnianie oraz interpretacja przestrzeni znaczącej); refleksy słowne i tekstowe na temat gestykulacji (emocjonalnej, naśladowczej) oraz umownej sygnalizacji sędziowskiej³⁹:

a/ Subkod mimiki, rejestrowanie oznak emocjonalnych wyrazów twarzy i odpowiadających im reakcji i stanów psychicznych:

...*Lubański... zakulał – jak państwo widzą ...Twarz skrzywiona!*... (KT); „jak państwo widzą” – odsyłacz (konektor) nawiązujący do sytuacji ekranowej w telewizji; „zakulał” – sfaktualizowany (w formie czasu przeszłego, dokonanego) indeks znaku motorycznego (na oznaczenie „niezwyczajnej” formy ruchu); rzeczownik „twarz” – „ramowe” poświadczenie znaku ikonicznego; (twarz) skrzywiona – cecha wyróżniająca, na oznaczenie bólu, w informacji wizualnej odpowiada jej zespół elementarnych kinów (rysów konkretnych), który pozwala odróżnić – na zasadzie gradacji, np. „twarz skrzywioną z bólu” od „grymasu niezadowolenia”, „twarzy zaszępionej” czy też „ponurego oblicza” i w dalszej kolejności (na zasadzie opozycji) – od „miny zadowolenia”, „twarzy uśmiechniętej” czy „buzi roześmianej” (osobny „kinomorf” możliwy do zastosowania w przekładzie intersemiotycznym)⁴⁰, por. w sekwencjach tekstowych komentarza, który dotyczył innego meczu: ... *Trener Kulesza... mina zadowolona...* (KT); zbliżenie i detale twarzy trenera, subkody przekątnikowe i kinezyczne; ... *Trener Kulesza skupiony... ale bardziej radosny niż sześć minut temu...* (przed strzeleniem bramki przez polski zespół)... (KT); subkod realizacji telewizyjnej; w wypowiedzi w funkcji wskazującej: informacja wizualna ‘błąd polskiej defensywy, który groził utratą bramki’ i komentarz (w czasie zbliżenia): ... *Ta sytuacja mogła spowodować zatkaną minę trenera reprezentacji...* (KT);

³⁷ Por. K. Jarząbek: Znaki kinetyczne wspomagające komunikację mowną, op.cit.

³⁸ J. Antas: op.cit.

³⁹ K. Jarząbek: op.cit., s. 45.

⁴⁰ J. Ożdżyński: Kontekst kulturowy w opisie leksykologicznym (w poszukiwaniu wspólnego kodu). *Przegląd Humanistyczny* 1988, nr 7, s. 115–133.

- b/ subkody ekspresywnej gestykulacji (gesty i zachowania emocjonalne):
...Słusznie podenerwowany Boniek... pokazuje, gdzie piłkę należy kierować... (KT); jako reakcja słowna komentatora na oznaki ekspresji ruchowej wyrażające zniecierpliwienie i zdenerwowanie; subkody emocjonalne:
...Ogromna radość!... Euforia!... Tak cieszą się Polacy... (KT) (na widok obejmujących się zawodników i trenerów);
- c/ subkody zachowania ruchowego (manifestacji ruchowych), w tym subkody społeczne (grzecznościowe)⁴¹, np. gesty powitania, przepraszenia, pozdrawiania publiczności, uścisk dłoni sędziego (przez kapitana drużyny) na powitanie czy pożegnanie, wymiana proporczyków klubowych, wymiana koszulek (po skończonym meczu), pamiątkowe zdjęcie przed ważniejszym spotkaniem; subkody zwyczajowe, w tym oznaki naturalnej ekspresji, np. grupowanie się hokeistów w ścisłym kręgu wokół bramkarza – jako wyraz pełnej mobilizacji i koncentracji przedmeczowej; poklepywanie się zawodników po każdym udanym zagraniu: *...Tak dodają sobie otuchy polscy siatkarze... (KT);* na widok gestów mobilizacji i dopingiu; subkody manifestacji (gestu znaczącego), por. gest podniesionej dłoni z zaciśniętą pięścią – amerykańskich sprinterów na olimpiadzie w Monachium – na znak protestu przeciw dyskryminacji rasowej;
- d/ gesty umowne w sygnalizacji sędziowskiej: *... Sędzia nakazuje bicie rzutu wolnego... (RR)* – na widok gestu o znaczeniu wykonawczym: *...Ale tam była chorągiewka sędziego bocznego w górę – znak, że rzut wolny będzie przyznany drużynie Górnika... (RR)* – mówienie o sytuacji znakowej w kategoriach „meta” (na zasadzie wnioskowania); por. w komentarzu telewizyjnym: *... Sędzia zastosował przywilej korzyści... Podniósł do góry rękę... pokazał... Sygnalizacja sędziego bocznego... Spalony!... (KT).*

3.5. Subkody tonalne (wokaliczne). Paralingwistyczne uwarunkowania dotyczą nie tylko realizacji kodu mowy artykułowanej, ale także dźwięków, które nie mają struktury językowej, ale wskazują np. na powiązania przebiegu linii melodycznej wypowiedzi z tym, co dzieje się na boisku i stadionie. Chodzi m. in. o tzw. kwalifikatory (szybkość wypowiedzania kwestii, specyficzna rytmomelodyka i agogika mowy sprawozdawców sportowych) oraz charakteryzatory – śpiewy, skandowania i inne odgłosy dopingu wskazujące np. na przebieg akcji podbramkowych, oznaki radości po strzelonej bramce, oznaki rozczarowania („jęki” zawodu) po nie wykorzystanej sytuacji i inne reakcje emocjonalne (na widzowi). Subkody retoryczne wypowiedzi dziennikarskiej pozostają w melodycznym związku z emocjonalnymi subkodami wokalicznymi w postaci naturalnych odgłosów z boiska czy widowni (w tym „cytaty” okrzyków dopingujących): *...Nadal trwa koncert na setki przeróżnych instrumentów... (RR); ... Radosna wrzawa po zdobytej bramce trwa nadal... (RR); ...Jeszcze jeden!... Jeszcze jeden! na trybunach... (KT); ...Ogromna radość!... Euforia!... Szaleństwo!... Obłęd zupełny!... Ryk na trybunach!... (KT); ...A oto aplauz!... jak Państwo widzą... (na widok rozen-*

⁴¹ P. Guiraud: Semantyka. Przeł. S. Cichowicz, Warszawa 1976.

tuzjasmowanych tłumów wykonujących charakterystyczną „falę” na widow-
ni)... *realizacja tego widowiska imponująca...* (KT).

3.6. Jednostki kodu przekąźnikowego:

a/ Subkody planu i ujęcia, np. związane z zastosowaniem montażu wewnątrz-
ujęciowego, zróżnicowanych ujęć i planów, np. planów koncentrujących
uwagę na piłce lub zmierzających do uchwycenia całości akcji boisko-
wych; subkody zbliżenia, półzbliżenia, detalu itp.; różnorakie ujęcia ka-
mery, np. z boku boiska, z korony stadionu, z „lotu ptaka” (z helikoptera)
bądź z ruchomej kamery (na motocyklu)⁴²:

*...no i z tych dalszych planów – jak Państwo widzą – nie ma takich
sytuacji, w których nasi mieliby swobodę... (komentarz w czasie powtó-
rzenia akcji boiskowej z magnetowidu); ... ładne ujęcie, jedno z tych,
które zapowiadali realizatorzy... (widok z góry, z wysięgnika korony sta-
dionu – na koło rzutu dyskiem, w czasie olimpiady w Barcelonie) (KT);*

b/ Subkody realizacji; sekwencje słowne informują o warunkach przekazu,
np. powtarzanie z magnetowidu (wcześniej z ampeksu) w zwolnionym
tempie szczególnie interesujących akcji na boisku czy korcie tenisowym,
zatrzymanie i „cofanie” ruchomego obrazu, cięcia montażowe w czasie
retransmisji, chwytty montażowe w czasie powtórki (replayu) itp.:

*...Tak widzimy ymmm... Beckera i Couriera, jak przygotowują się do gry
(rozgrzewka)... My niestety, niestety nie będziemy mogli pokazać państwu
całego meczu... (w czasie retransmisji)... i rozpoczniemy naszą transmisję
w trzecim ste... secie, przy stanie jeden zero dla Couriera... (KT)⁴³;*

*...Bardzo ładny ciasny kross forhendowy Beckera... jeszcze raz ta sytu-
acja... (w czasie powtórki)... Pierwszy wolej Couriera był chyba nie dość
precyzyjny i tutaj konieczność zagrania woleja poniżej kolan... To jest
bardzo trudna sytuacja... Jim Courier nie dał rady... (K.S.);... To dosyć
rzadka sytuacja... Popatrzmy raz jeszcze... Courier tutaj jakby pomógł tej
piłce... podskoczył sobie... (Z.A.);*

*...Ach! To piękna akcja... Obejrzymy ją mam nadzieję, raz jeszcze...
Proszę zwrócić uwagę... on (Courier) wylądował na kolanach... jeszcze
się z tego podniósł... (K.S.);*

*...Tak! wspaniała jest ta realizacja... Oni (organizatorzy) mają kamery
jedną pod siatką, drugą nad głowami serwujących tenisistów... (pod
plafonem hali widowiskowej)... Piękne ujęcie z góry pokazujące ee...
pracę przy serwisie ee... właściwie tłumaczące, dlaczego... do czego
potrzebne jest to wygięcie ciała... to nabranie energii... (K.S.)*

4. Obraz telewizyjny wymaga nieustannego wsparcia przez warstwę
dźwiękową (odgłosy autentycznego widowiska). Brak dźwięku burzy poczucie
przestrzeni, niszczy iluzję współuczestnictwa. Fachowy i zaangażowany ko-

⁴² J. Boroński, J. Trepka: Technika realizacji programów telewizyjnych, Warszawa 1966; R. Wa-
dowicz: Historia magnetycznego zapisu obrazów, Wrocław 1972.

⁴³ Ta grupa przykładów pochodzi z retransmisji TVP 1, meczu tenisowego z 29 XI 1992; komentatorzy:
Zdzisław Ambroziak (Z.A.) i Karol Stopa (K.S.).

mentarz sprzyja czynnemu odbiorowi widowiska. Kontrapunktowo lub równolegle (na zasadzie współbieżności potraktowane linie znaczeń obrazu oraz dźwięku i słowa dochodzą do bezpośrednich kontaktów w zespołach nadających układowi podstawowe cechy regularności. Przekaz radiowy rekompensuje brak informacji wizualnej naturalnością, bezpośredniością i, co istotne, ciągłością informacji dyskursywnej. Różnice między relacją radiową i komentarzem telewizyjnym dotyczą selekcji informacji i rozwiązań spójnościowych samowystarczalnego informacyjnie tekstu RR i stowarzyszonego z informacją ekranową komentarza⁴⁴. Tym, co łączy oba funkcjonalne warianty wypowiedzi, jest w s p ó l n o t a p e r c e p c y j n a sprawozdawcy radiowego i komentatora telewizyjnego przetwarzających w różnych konfiguracjach subkodowych w zasadzie te same dane wizualne w ramach mikrosytuacji reportera mówiącego do mikrofonu. Nie bez znaczenia jest tu także wcześniejsza praktyka radiowa wielu późniejszych komentatorów telewizyjnych.

⁴⁴ Właściwości składniowo-stylistyczne języka telewizji polskiej (na materiale list frekwencyjnych), red. Z. K u r z o w a. Opracowali W. Cockiewicz i W. Śliwiński. Warszawa-Kraków 1989.

JAN WAWRZYŃCZYK

TZW. NOWE SŁOWNICTWO POLSKIE W ŚWIELE ŹRÓDEŁ PRASOWYCH Z LAT 1918–1939

W publikacjach polonistów językoznawców spotyka się umowną nazwę „nowe słownictwo polskie”, którą oznaczają oni wyrazy i znaczenia powstałe po II wojnie światowej. Nazwa ta – utrwalona i upowszechniana przede wszystkim za sprawą trzech obszernych książek ogłoszonych przez Instytut Języka Polskiego Polskiej Akademii Nauk¹ – obejmuje zatem wszystkie nabytki słownikowe polszczyzny w całym okresie PRL. Zmiany w języku były przedmiotem zainteresowania naszych lingwistów od pierwszych lat powojennych, czemu nie należy się dziwić. Wpływu ustroju politycznego na rozwój polskiego słownictwa oczywiście nie można negować. Nie można też mieć do badaczy pretensji o to, że podjęli się wyszukiwania i rejestracji nowych tworów słownikowych na gorąco, w systemie, który zapowiadał się przecież jako porządek nieodwołalny, wieczny². Warunki życia w kraju po wydarzeniach lat 1944–1945 zmieniły się tak bardzo, że słownik polski musiał się powiększyć o niemałą liczbę nowych wyrazów i nowych znaczeń wyrazów starych, przed wojną nie znanych ogółowi użytkowników języka polskiego. Zbadanie tych innowacji i ustalenie ich zasobu niewątpliwie nie było i nie jest pseudoproblemem naukowym.

¹ T. S m ó ł k o w a: Nowe słownictwo polskie. Badania rzeczowników. Wrocław etc. 1976; T. S m ó ł k o w a, D. T e k i e l: Nowe słownictwo polskie. Przymiotniki i przysłówki. Wrocław etc. 1977; D. T e k i e l (red.): Nowe słownictwo polskie. Materiały z prasy lat 1972–1981. Cz. I i II. Wrocław 1988.

² Osobna, objętościowo niewielka pozycja książkowa na temat rozwoju polskiej leksyki w nowych warunkach polityczno-społecznych kraju ukazała się już w r. 1956; por. H. K u r k o w s k a: O nowym słownictwie polskim. Warszawa 1956. Liczne były oczywiście artykuły, nierzadko publikowane z okazji kolejnych „okrągłych” rocznic PRL, jak np. D. W e s o ł o w s k a: Zmiany semantyczne w polskim słownictwie 30-lecia. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego* 1976, s. 35–40. Bibliografię prac o „nowym słownictwie polskim”, dziś już niepełną, podaje K. K o w a l i k: Sposoby wzbogacania słownictwa współczesnego języka polskiego. *Język Polski* 1986, nr 1–2, s. 5–18.

Znamienne jednak, że w specyficznej atmosferze lat, którą ukształtowało, między innymi, ogłoszenie przez PZPR, iż w Polsce został zbudowany socjalizm, jeszcze jeden mit potrzebny władzy stworzyli filolodzy – był to mit o nowym słowie. Nie ma sensu rozważać, czy podjęli się tego zadania świadomie, na zamówienie partyjnych przełożonych, czy też zniekształcili w swych akademickich publikacjach obraz rozwoju polskiego słownictwa po II wojnie światowej mimowolnie, wskutek pewnych braków w kompetencji zawodowej. Tak czy inaczej zafałszowanie obrazu jest na tyle duże, że można mówić właśnie o stworzeniu mitu³.

W 1978 r. ukazał się pierwszy tom nowego słownika języka polskiego pod redakcją Mieczysława Szymczaka⁴, opartego koncepcyjnie i materiałowo na jedenastotomowym Słowniku języka polskiego, którego redaktorem naczelnym był Witold Doroszewski⁵. Oto charakterystyczny pod względem stylu – swojego patosu – fragment wstępu do tej publikacji:

Intensywny rozwój życia społecznego, gospodarczego, kulturalnego i politycznego w naszym kraju wymaga od języka nazywania nowych przedmiotów, nowych narzędzi i metod pracy, nowych pojęć społeczno-kulturalnych. Przyjmuje się, że w okresie trzydziestolecia Polski Ludowej powstało w języku ogólnopolskim około 30 tysięcy nowych wyrazów i nowych znaczeń wyrazowych. Jest to liczba bardzo duża. Oznacza to, że nasz społeczny zasób pojęciowy zwiększył się o taką właśnie liczbę. Musimy pamiętać, że obliczenia te z natury rzeczy nie mogą być precyzyjne, jednakże nawet przy tym założeniu są one wymowną ilustracją olbrzymich zmian dokonywanych w naszym języku⁶.

Tamże, na zacytowanej przed chwilą stronie redaktor napisał, że słownik pod redakcją Doroszewskiego, liczący około 125 tysięcy wyrazów, obejmuje całe słownictwo z ostatnich dwustu lat⁷.

Ten zaskakujący sąd pierwszego w ówczesnej hierarchii państwowej uczonego-filologa tłumaczy po części postawę badawczą osób zajmujących się do roku 1989 „nowym słownictwem polskim”: skoro SJPD dokumentuje całe słownictwo wskazanego okresu, to właśnie ten słownik powinien być podstawą w ustalaniu chronologii najnowszych warstw słownictwa.

W tekście SJPD nie udało mi się znaleźć żadnych wypowiedzi jego twórców, które by uzasadniały przekonanie badaczy neologizmów i neosemantyzmów, że znajdują w nim ścisłą, ostateczną informację chronologiczną. Jest prawdą, że spośród wszystkich słowników ogólnych języka polskiego SJPD wyróżnia się najlepszą dokumentacją źródłową materiału leksykograficznego: prawie wszy-

³ Rzecz w tym, że obie podstawowe monografie „neologiczne” Polskiej Akademii Nauk z lat ’70 są do chwili obecnej powszechnie cytowane, zarówno w literaturze fachowej, jak i pracach popularnych. Specjaliści (w dziedzinie leksykografii, leksykologii i szczególnie często słowotwórstwa) powołują się na nie zupełnie bezkrytycznie, utrwalając nieprawdę o rodowodzie tysięcy polskich rzekomo powojennych wyrazów i znaczeń.

⁴ M. S z y m c z a k (red.): Słownik języka polskiego. T. I–III, Warszawa 1978–1981.

⁵ W. D o r o s z e w s k i (red.): Słownik języka polskiego. T. I–XI, Warszawa 1958–1969. Dzieło to przywoływać będę w artykule w formie skrótu SJPD.

⁶ M. S z y m c z a k, op. cit. t. I, s. XI.

⁷ Wskazana informacja Szymczaka o SJPD została usunięta z najnowszego, siódmego wydania jego słownika, które trafiło do księgarń w drugiej połowie 1992 r. Jest oczywistą nieprawdą, że w SJPD znalazło się całe słownictwo polskie z ostatnich dwustu lat (dowody – na przykładzie hasel na A – zob. J. W a w r z y ń c z y k: Projekt „Polskiego Informatorium Wyrazowego”. Łódź 1992).

stkie cytaty w tym niewątpliwie wielkim dziele mają dokładną lokalizację i datę, a wyrazy hasłowe są zaopatrzone we wskazówkę co do ich obecności (respective braku) w siatce podstawowych słowników języka polskiego opracowanych wcześniej (Linde 1854–1860, Zdanowicz 1861 i Karłowicz, Kryński, Niedźwiedzki 1900–1927). Dane te nie są jednak wystarczające, by można było w każdym przypadku orzec, kiedy ten czy ów wyraz albo jego znaczenie pojawiło się w użyciu po raz pierwszy.

Autorzy SJPD nie stawiali sobie specjalnego zadania, jakie zwykle spełniają słowniki historyczne: w olbrzymiej kartotece dokumentacji cytatowej gromadzonej w toku pracy nad archiwum słownika nie wyszukiwali dla każdego wyrazu najstarszych przykładów tekstowych. Świadczy o tym sam tekst słownika, choćby poprzez to, że nie są w nim rzadkością wyrazy lub znaczenia wyrazowe (wyodrębnione jako poszczególne punkty artykułów hasłowych) w ogóle nie mające ilustracji cytatowych, zob. m.in. artykuły: „Adwokatowa”, „Bałakać”, „Bardotka”, „Bąblisty”, „Bisowy”, „Jednoprzęsłowy”, „Nieskwapliwy”, „Siedmiostrzałowy” i dziesiątki innych pozycji. Ten ostatni przykład jest szczególnie interesujący, rzuca światło na zakres i sposób dokumentowania materiału przenoszonych z archiwum leksykograficznego na łamy słownika: w hasło „Siedmiostrzałowy” nie ma żadnego cytatu ani innej informacji na temat chronologii⁸, niemniej wyraz *siedmiostrzałowy* jest częściowo udokumentowany w SJPD, tyle że odpowiedni cytat (z tekstu Prusa) użyty został dla poświadczenia źródłowego innego przymiotnika – w artykule „Perkusyjny”⁹. Wczytywanie się w dokumentację zawartą w SJPD i jej poprawna interpretacja¹⁰ wymaga sporego wysiłku.

Oprócz dokumentacji umieszczonej w samym tekście SJPD, poszczególni badacze innowacji wyzyskiwali dodatkowe źródła: archiwalną kartotekę SJPD, słowniki dwujęzyczne, indeksy nie ogłoszonych drukiem prac leksykologicznych, przedwojenną literaturę poprawnościową itp.¹¹. Oznacza to, że – podkreślamy – zdawali sobie sprawę z niedostateczności poświadczeń słowników uznanych za źródłowe. Znalazło to też wyraz w przytoczonym wyżej cytacie ze słownika pod redakcją Szymczaka.

Podejście badaczy neologizmów powojennych do wybranych źródeł dokumentacji okazało się jednak niewystarczająco krytyczne. Nie istnieje jeszcze kompletny słownik doby nowopolskiej, nie został opracowany wyczerpujący inwentarz leksyki z ostatnich dwustu lat, najdotkliwszy jest brak tezaursu

⁸ W wypadkach tego typu brak symboli słowników źródłowych (Lindego, Zdanowicza oraz Karłowicza, Kryńskiego i Niedźwiedzkiego) traktowany jest przez większość badaczy neologizmów jako wystarczający dowód lub główny argument dowodowy na rzecz dwudziestowieczności danego wyrazu.

⁹ Zauważmy, że przymiotnik *siedmiostrzałowy* uznany został za powojenny neologizm w pracy T. Smółkowej i D. Tekiel, zob. przyp. 1.

¹⁰ Mam tu na myśli wypadki występowania w słowniku cytatów z wydań, których opis bibliograficzny w SJPD nie zawiera żadnej wskazówki czy sugestii, że pierwodruk źródła cytatu mógł być opublikowany przed wojną (por. w objaśnieniach skrótów w t. I m.in. opis wydania „Ze wspomnień Samowara” Hertza, „Krzyżowców” Kossak czy „Nieba w płomieniach” Parandowskiego). Z tego powodu błędnie zakwalifikowano jako powojenne niemalą grupę wyrazów (np. Smółkowa potraktowała tak rzeczownik *podejrzliwiec*, udokumentowany w SJPD cytatem z wydania 1956 r., mimo że pierwsze wydanie źródła z tymże cytatem ukazało się w r. 1935).

¹¹ Zob. przede wszystkim T. Smółk o w a, op. cit., s. 9–10.

polszczyzny dwudziestolecia międzywojennego, okresu bardzo krótkiego przecięź, ale niezwykle ważnego w historii polskiego słownictwa. Nie mając takich źródeł, autorzy prac poświęconych innowacjom powojennym podjęli się bardzo kłopotliwego zadania. Obrana przez nich metoda jego realizacji naraziła ich na zbyt liczne konstatacje chronologiczne niezgodne z faktami historycznymi i – jakże często – po prostu zdrowym rozsądkiem¹², by można ją było kontynuować bez szkody dla naszej wiedzy o rozwoju systemu leksykalnego polszczyzny wieku XIX i XX, o takich problemach, jak produktywność typów słowotwórczych, ewolucja semantyczna wyrazów i ich grup, kontakty leksykalne polszczyzny z językami obcymi.

Terenem, na którym należy szukać podstawowych dowodów istnienia poszczególnych innowacji przed r. 1945 nie są słowniki. W pierwszej kolejności trzeba sięgnąć po *t e k s t y* (dzieła literatury pięknej, utwory publicystyczne, prasowe, naukowe itd.), zgodnie z klasyfikacją zastosowaną w pracy nad materiałami do SJPD, w celu skonfrontowania z nimi list wyrazów i znaczeń owych 30 tysięcy pozycji uznanych za powojenne głównie na podstawie dokumentacji słownikowej. Wbrew obawom taka konfrontacja nie jest nadzwyczaj pracochłonna¹³.

Szczególnie atrakcyjne pole poszukiwań dokumentacji wykazującej przedwojenność rodowodu *s e t e k* jakoby PRL-owskich neologizmów i neosemantyzmów stanowi prasa lat 1918–1939. Teksty prasowe cechuje znaczna różnorodność tematyczna i stylistyczna, prasa najżywiej reaguje na wszystkie zmiany w życiu i najszybciej odzwierciedla wszelkie nowości, tym samym dokumentując rozwój słownictwa. Nieprzypadkowo część materiału w SJPD jest udokumentowana wyłącznie cytataми zaczerpniętymi z prasy. Są to na ogół właśnie nowe wyrazy.

Spis źródeł dokumentacyjnych do SJPD liczy ponad 3200 pozycji; w tym, jak wynika z ustaleń statystycznych Violetty Jachimczak i Krzysztofa Porosły¹⁴, czasopisma stanowią około 6% całego cytowanego czasopiśmiennictwa, z czego przeważająca część tytułów to publikacje po 1945 r. (87%): czasopisma XX w. do r. 1945 stanowią zaledwie 6%. Znikomy udział źródeł prasowych międzywojennych w SJPD jest z punktu widzenia historycznego i politycznego zrozumiałe – pierwszy słownik języka polskiego pomyślany jako następca monumentalnego słownika z lat 1900–1927 (nazywanego warszawskim) starał się ogarnąć jak najszerzej słownictwo Polski współczesnej; stało się to po części

¹² Oprócz niedoskonałych słowników, potwierdzających funkcjonowanie wyrazów, istnieją inne dokumenty historyczne ważne dla filologa, choćby widokówki czy plakaty, a przede wszystkim – w wypadku licznych rzekomo powojennych innowacji – żyją jeszcze ludzie pamiętający Polskę sprzed 1940 r., jej życie codzienne, instytucje, urzędy, muzea itp. (np. w Warszawie przy ul. św. Barbary 2 mieściło się Muzeum Poczty i Telekomunikacji, nie zawdzięczamy zatem wyrazu *telekomunikacja* Polsce Ludowej, wbrew temu, co twierdzi Smólkowa).

¹³ Na podstawie dotychczasowych prób weryfikacji chronologii „nowego słownictwa polskiego” szacuje, że w jej wyniku urokliwa liczba 30 000 zmniejszy się co najmniej o jedną trzecią. Dziś z całą odpowiedzialnością można twierdzić tylko tyle: rzeczywistych neologizmów powojennych z okresu PRL może być 30 000, a może ich być mniej – albo więcej. Na dokładną odpowiedź trzeba poczekać.

¹⁴ V. J a c h i m c z a k, K. P o r o s ł y: Źródła w Słowniku języka polskiego pod redakcją Witolda Doroszeńskiego, /W:/ W. Lubaś (red.): Wokół słownika współczesnego języka polskiego. T. II. Wrocław etc. 1989, s. 27–37.

kosztem okresu międzywojennego. Wydatniejsze powiększenie zestawu źródeł dokumentacyjnych o pozycje prasowe z okresu 1918–1939 jest niezbędne, by uzupełnić powstałą w leksykografii języka polskiego sporą lukę cytacyjną (jak wiadomo, przygotowane materiały suplementu do „słownika warszawskiego” obejmujące to dwudziestolecie, zaginęły).

Już w polszczyźnie przedwojennej funkcjonowały i trafiały na łamy gazet, tygodników, miesięczników i kwartalników takie rzekomo powojenne twory, jak: *aktualizacja, amerykańskość, automatyzacja, dekoncentracja, demaskator, dezaktualizacja, egzemplifikacja, ekstensyfikacja, frankizm, gigantyczność, interwencjonizm, kokietliwość, kolektyw, kontrademonstracja, małomieszczaństwo, mieszczaństwo, mocarstwowość, montownia, niekaralność, niesolidarność, nieżyctwo, norwidolog, odtwórczość, pięciolatka* (w znaczeniu dotyczącym realiów ZSRR), *pionierstwo, poznawalność, półdziewiectwo, radioabonent, radykalizacja, samoironia, sukcesywność, teatrologia, telewizja, ukrainizacja, wpływolog, wulgaryzacja, wymienialność, zygzakowatość czy żeromszczyzna*. Spośród jakoby zupełnie nowych przymiotników wymieńmy derywaty występujące w tekstach prasowych tzw. Polski przedwrześniowej: *antykoncepcyjny, asocjalny, burżujski, demaskatorski, dziewczynkowaty, interwencjonistyczny, jarzeniowy, komparatystyczny, kopernikowski, kulturotwórzy, leninowski, marksistowski, międzykontynentalny, międzyszkolny, niepaństwowy, obsesjonalny, ogólnoeuropejski, pięściarski, polistopadowy, półsekundowy, przedmaturalny, rasistowski, społecznikowski, stachanowski, stalinowski, telewizyjny, wielopartyjny, witaminowy, wpływologiczny i zjednoczeniowy*. Wiele z tych wyrazów występuje między innymi w publicystyce Boya-Żeleńskiego, Goetla, Irzykowskiego, Pamickiego, Słonimskiego i innych drukujących teksty w licznych periodykach Warszawy, Krakowa, Lwowa czy Wilna.

Spróbujmy ogarnąć treść wyrazów z obu przytoczonych przed chwilą grup, które bez większego trudu można by rozszerzyć setką dalszych przykładów. Każdy z tych wyrazów oznacza pewien mniej lub bardziej ważny fragment rzeczywistości fizycznej i mentalnej, pojęciowej. Suma tych fragmentów to już niewątpliwie znaczny obszar rzeczywistości. Brak wskazanych (jako przykłady!) przedmiotów i pojęć w życiu przedwojennej Polski, pojawienie się ich dopiero dzięki „intensywnemu rozwojowi życia społecznego, gospodarczego” itd. w Polsce Ludowej dowodziłby zaiste wielkiej odmienności obu światów: Polski przedwojennej (kapitalistycznej) i Polski powojennej (socjalistycznej), a przejście z jednego do drugiego oznaczałoby autentyczną rewolucję w słownictwie.

Takiego gwałtownego skoku w rozwoju rzeczy, pojęć i wyrazów Polacy w kraju jednak nie przeżyli. Proces rozwojowy słownictwa był ciągły, ewolucyjny. Np. o telewizji pisano niemało i przed wojną (ukazywały się popularne broszury na jej temat). Rozwijał się przemysł, mieliśmy już *betoniarzy, chłodnictwo, dalekopisy, eksperymentatorstwo, lutowacze, metaloznawstwo, montownie, spawacze i spawalniki* (i *spawaczki*). Dziennikarze interesowali się życiem w Związku Sowieckim (by użyć nazwy powszechnie przed wojną stosowanej), pisali w polskiej prasie o *aktywach, kolektywach, kołchoźnicach, pięciolatkach*, jak też o *szturmowości* i *stachanowskich wyczynach*. Przedwojenne roczniki

Przeglądu Sportowego, Stadionu, Sportu i Wychowania Fizycznego świadczą, że już w tamtych latach, zanim przyszła Polska Ludowa, mieliśmy *trójmecze* i *czwórmecze*, *dyskobolki*, *finalistki*, *florelistki*, *miotaczki*, *płatkarki*, *trenerki* czy *walkowery*, wbrew mniemaniu Smółkowej, Tekiel i innych badaczy. Z warszawskiego czasopisma dla nauczycieli *Polonista* warszawscy historycy słownictwa mogą się dowiedzieć np., że mieliśmy też *polonistki* (niektóre szukały pracy, ogłaszając się w poczytnym *Kurjerze Warszawskim*)¹⁵.

Historycy słownictwa powinni, zastanawiając się nad rodowodem każdego wyrazu kandydującego do statusu powojennego neologizmu, wyszukiwać najprawdopodobniejsze źródła dokumentacji według kryterium *t e m a t y c z n e g o*. Np. przymiotnika *podstołeczny*, nowego zdaniem Smółkowej i Tekiel, można się spodziewać na łamach pisma *Kronika Warszawy*, rzeczownika *montownia* – na stronicach miesięcznika *Auto* (włoskie fiaty montowano w Polsce już przed wojną!), *nikotynizm* – w piśmie *Powściągliwość i Praca*, *półstupek* – w *Pani Domu*, *cukrowość* – w *Przeglądzie Ogrodniczym*, *radiostuchacz* – w *Radiu dla Wszystkich*, *szybownik* – w *Skrzydlatej Polsce*, *politechnizacja* – w *Wiedzy i Życiu*, *arabistyka* – w *Nauce Polskiej*, *metateoria* – w *Ruchu Filozoficznym*, *półanalfabetyzm* – w *Pracy Oświatowej*, *prasoznawstwo* – w *Informatorze Prasowym...* i tak dalej. Możliwości jest, jak widać już na tych kilkunastu przykładach, niemało; różnorodność tytułów prasowych przed wojną, zwłaszcza u schyłku lat trzydziestych, była duża.

Powiedzmy wyraźniej: badacze chronologii słownictwa nowopolskiego powinni, tak samo jak historycy leksyki staropolskiej, znać też historię polskiej kultury i historię Polski w ogóle.

15 W ogłoszeniach drobnych ówczesnych gazet odkryłem ponad 50 rzekomo powojennych neologizmów.

WŁODZIMIERZ BERNACKI

ZAPOMNIANA *GMINA* 1867–1870

Gmina należy do tych wielu czasopism, które w czasie ukazywania się odgrywały istotną rolę w życiu społecznym, ale wraz ze zniknięciem z rynku wydawniczego zniknęły również z historii prasy. Brak wzmianki o *Gminie* w „Historii prasy polskiej”¹; jedyną wzmiankę odnajdziemy w „Bibliografii polskiej” Estreichera².

Pierwszy numer *Gminy* ukazał się we Lwowie 3 maja 1867 roku. Zbieżność daty z rocznicą uchwalenia Konstytucji 3 maja nie była dziełem przypadku. Zrozumiemy to, jeśli przyjrzymy się bliżej osobom wydającym to pismo. Wydawcą, redaktorem odpowiedzialnym był Edward Winiarz, drukarz i edytor lwowski, który aktywnie uczestniczył w działaniach poprzedzających powstanie styczniowe, drukując w swej drukarni ulotki. Autorem większości tekstów był Tadeusz Romanowicz — zbrojnie walczący w powstaniu, były więzień austriacki (więzienie opuścił na mocy amnestii w 1864). Trzecią osobą uczestniczącą w redagowaniu *Gminy* był Jan Komornicki, o którym wiemy jedynie, że był radcą magistratu lwowskiego³. Do pracy w tworzeniu pisma włączali się również Juliusz Starkel, Mieczysław Pawlikowski oraz Adam Sznajder⁴.

Początkowo *Gmina* ukazywała się jako tygodnik, z czasem, po ukonstytuowaniu się w Galicji rad powiatowych, zaczęła wychodzić (od 1868) dwa razy w tygodniu: w sobotę i środę⁵. Zwiększenie częstotliwości ukazywania się czasopisma wynikało z zapotrzebowania społecznego⁶. Pismo cieszyło się dużą popularnością i uznaniem, dowodem na to jest chociażby „Wezwanie Wydziału

¹ Prasa polska w latach 1864–1918, pod red. J. Łojka. Warszawa 1976.

² K. Estreicher: Bibliografia polska XIX stulecia (nowa edycja), t. 9, s. 7, Kraków 1970.

³ Zob. K. Estreicher: op.cit.

⁴ Zob. H. Kozłowska-Sabatowska: Ideologia pozytywizmu galicyjskiego 1864–1881, Ossolineum 1978.

⁵ Od 1 lutego 1868 roku.

⁶ Zob. *Gmina* 1868, nr 38.

powiatowego krakowskiego”: „...postanowiło Zebranie, że będzie przełożonych powiatowych staraniem wpływać: — aby powiększyła się w powiecie liczba prenumeratorów czasopisma «Gminy» [...]. Zarazem złożyło zebranie osobną komisję dla wejścia z redakcją «Gminy» w bliższe stosunki”⁷. *Gminę* propagował lwowski *Dziennik Literacki*, a nawet jej emigracyjna imienniczka⁸.

Niestety, jedyne dochody, płynące z prenumeraty, były niewystarczające. Z dniem 1 lutego 1869, po blisko dwóch latach, wydawanie *Gminy* zawieszono. Ostatni numer ukazał się 31 stycznia, a w nim „Ostatnie słowo” Romanowicza. Jest to tekst człowieka zrozpaczonego, ale jednocześnie głęboko wierzącego w sens wszelkich działań społecznych — nawet zakończonych niepowodzeniem. Artykuł kończy się stwierdzeniem: „Nie rozpaczać nam tedy — ale też i w niedoleżnym zadowoleniu z dzisiejszego stanu rzeczy beczynnie rąk nie zakładać”⁹.

Nie był to jednak definitywny koniec *Gminy*. Po ośmiu miesiącach Romanowicz wznowił wydawanie *Gminy* jako wydawca i redaktor odpowiedzialny. Pierwszy numer trzeciego rocznika ukazał się 2 października 1869 roku.

Romanowicz starał się dotrzeć do szerszej publiczności; w związku z tym zawarł umowę z zaprzyjaźnionym krakowskim *Krajem*, na mocy której *Gmina* stała się na pewien czas dodatkiem tygodniowym do niego¹⁰. Inną formą zdobywania prenumeratorów było dodawanie gratis do *Gminy* innych czasopism, np. *Szczutka* czy *Towarzysza*¹¹.

Czas pokazał, że i te zabiegi okazały się nie wystarczające. Pierwszym przejawem kłopotów finansowych była informacja redakcyjna z 8 I 1870 roku: „Ponieważ urząd pocztowy pism Wydziałów powiatowych i Zwierzchności gminnych do Redakcji wystosowanych nie uważa za pisma urzędowe i żąda od nas podwójnej opłaty pocztowej — prosimy o frankowanie korespondencji.”¹² Z powodu trudności finansowych wydawca często zmieniał drukarnię. Początkowo *Gminę* drukował E. Winiarz; od 14 maja 1870 druk zlecono drukarni dr. H. Jasieńskiego i K. Gromana, a od 14 maja drukarni *Dziennika Lwowskiego*.

Upadek pisma okazał się nieuchronny, nastąpił on w maju 1870 roku — tym razem bez formalnego pożegnania. Istotnym powodem zaprzestania wydawania *Gminy* było i to, że pismo to powstało w najwcześniejszym okresie autonomii Galicji. A więc wtedy, kiedy nowa polityka austriacka zaczęła być praktycznie realizowana.

Układ treści

Każdy numer *Gminy* składał się z trzech części: zazwyczaj obszernego tekstu o charakterze politycznym lub prawnym; części informacyjnej — zawiera-

⁷ *Gmina* 1868, nr 31.

⁸ H. Kozłowska-Sabatowska: op.cit., s. 147.

⁹ *Gmina* 1868, nr 79.

¹⁰ Tamże z 1868, nr 6.

¹¹ *Szczutek* do nru 36 z 1870, *Towarzysz* do nru 43 z 1870.

¹² *Gmina* 1869, nr 27.

jące relacje z prac samorządów gminnych i powiatowych, sprawozdania z obrad Sejmu Krajowego oraz podstawowe akty prawne dla Galicji; trzecią część wypełniały odpowiedzi redakcji na zapytania czytelników. Proporcje między poszczególnymi częściami ulegały zmianom w zależności od ilości i jakości materiałów dziennikarskich. Jak już była o tym mowa, większość tekstów prawnych i społeczno-politycznych pisał Romanowicz.

Mimo wyraźnie zarysowanego w *Gminie* podziału na działy, pozwoliłem sobie, ze względów metodologicznych, na nieco inny podział. Podział ułatwiający analizę zawartości treści. Otóż w zawartości *Gminy* można wyróżnić trzy grupy problemów: prawne, w której zawierają się artykuły koncentrujące się wokół prawnego aspektu funkcjonowania samorządu; społeczno-polityczne, do której wypadnie nam zaliczyć rozprawy prezentujące liberalno-pozytywistyczną wizję społeczeństwa, oraz czysto informacyjne, obejmujące tak odpowiedzi na zapytania czytelników, wszelkiego rodzaju sprawozdania, jak i druk aktów prawnych wydawanych przez organy prawodawcze.

Ograniczę się tu do omówienia jedynie dwóch grup problemów: społeczno-politycznych i prawnych.

Problematyka społeczno-polityczna

Gminę liberałowie z *Gminy* zaliczali do tworów naturalnych, które powstały na bliżej nieokreślonym etapie rozwoju gospodarczego. Gmina była ogniwem pośrednim między odosobnionym człowiekiem, a tworem, który wyłonił się ze zbiorowisk wspólnot terytorialnych, to jest narodem i państwem. Pierwotny charakter tej pośredniej wspólnoty lokalnej — według Romanowicza — zachował się do jego czasów. Tak jak niegdyś gmina stała się pierwotnym tworzywem dla państwa, tak i dziś — dowodził — interes gminy winien wyprzedzać interes państwa. Interes państwa powinien być co najmniej niesprzeczny z interesem gmin. Wzajemne relacje państwo — gmina były dla liberałów papierkiem lakmusowym do stwierdzenia zakresu swobód w państwie.

W państwie opartym na absolutyzmie niemożliwe jest nie tylko funkcjonowanie, ale i istnienie autonomicznej gminy. Wolne gminy, pisał Romanowicz, stałyby się z konieczności zarzewiem buntu i tym samym przyczyniłyby się do upadku władzy hamującej ich wolność. Dlatego autokraci, chcąc utrzymać się przy władzy, niszczyli autonomię gminy¹³.

„Gdy jednak na miejsce władzy despotycznej przychodzi władza oparta na woli narodu i z niej wypływająca, [...] wtedy gmina jako zbiorowa jednostka odzyskuje swą wolność”¹⁴. Romanowicz określając gminę mianem „jednostki zbiorowej” wierny jest zasadzie indywidualizmu metodologicznego. Gmina jest wolną, gdy jej członkowie wolność posiadają. Nie można mówić o cechach, funkcjach, celach bez konieczności każdorazowego sprowadzania ich do płasz-

¹³ Zob. *Gmina* 1867, nru 1, 2, 3.

¹⁴ Tamże.

czyzny pojedynczego obywatela. Gmina nie posiadała — w jego mniemaniu — bytu samoistnego, nie była celem samym w sobie. Miara użyteczności gminy była jej użyteczność wobec członka wspólnoty.

Wartością zasadniczą dla funkcjonowania samorządu gminnego, według Romanowicza, była wolność jednostki. Wolność człowieka definiował on jako możliwość czynienia przez człowieka wszystkiego tego, co dotyczy jego osoby. Granicą tak rozumianej wolności były uprawnienia innych ludzi. Gmina, jako najbardziej spontaniczna forma sformalizowanej organizacji społeczeństwa, miała szansę stać się gwarantem wolności jednostki, jej dopełnieniem — „samorząd gminny wypływa z samego pojęcia wolności”¹⁵.

Funkcje gminy. Do podstawowych funkcji gminy omawiane pismo zaliczyło edukację społeczno-polityczną jej członków. Najprościej można było to osiągnąć przyznając poszerzony zakres zadań, które gmina winna spełnić jako całość. *Gmina* wymienia katalog spraw: „publiczne bezpieczeństwo, policja zdrowia i obyczajności publicznej, utrzymywanie porządku na ulicach, placach i drogach; policja targowa, budownicza, sprawy ubogich, utrzymywanie szkół ludowych, sprawy odnoszące się do miejscowego przemysłu, nadzór nad sługami i wyrobnikami, nadzór nad stowarzyszeniami istniejącymi w gminie.”¹⁶ Mając tak szeroki zakres uprawnień, samorząd nie tylko mógł chronić swych członków, ale przede wszystkim miał prawo żądać od nich daleko idącej współpracy. Aktywne uczestnictwo — to był cel, który *Gmina* chciała osiągnąć propagując ideę samorządu.

Bo któż lepiej, jak nie mieszkańcy gminy, znają swe potrzeby? Wszelkie działania, jeśli mają być wolne — pisała *Gmina* — muszą wynikać z wewnętrznego przekonania o konieczności podejmowanych działań; przykładem choćby policja: „wszędzie, gdzie policja miejscowa oddana jest w ręce gmin, tam bezpieczeństwo publiczne jest w znacznie wyższym stopniu zapewnione...”¹⁷

Nie sposób omówić wszystkich funkcji, jakie liberałowie przypisywali gminie, ograniczę się tylko do kilku zasadniczych.

Tematem niejako dyżurnym w *Gminie* były szkoły ludowe. Do największych problemów ze szkołą związanych zaliczono, po pierwsze, brak odpowiedniej kadry nauczycielskiej, po drugie, brak środków finansowych na płace i utrzymanie szkół. Była to najpoważniejsza przeszkoda w rozwoju oświaty w Galicji. Można ją było usunąć, według *Gminy*, zakładając szkoły nauczycielskie, ale przede wszystkim podnosząc uposażenia nauczycieli do takiej wysokości, aby selekcja negatywna zastąpiona została pozytywną. „Byt nauczycieli ludowych zbyt jest przykrym, ażeby ludzie zdolni, jaką taką przyszłość przed sobą mający, jeli się tego zawodu.”¹⁸ Radą na drugą bolączkę miało być partycypowanie obszarów dworskich w utrzymaniu szkół¹⁹.

¹⁵ Tamże.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Tamże.

¹⁸ *Gmina* 1868, nr 8.

¹⁹ *Gmina* 1868, nr 6–7.

Gmina nie miała zbyt wielkiego pola manewru. Albo dotować szkoły, albo wspierać i utrzymywać nędzarzy. Według publicystów *Gminy* korzystniejsze jest łożenie na szkoły, ponieważ jest to pieniądź zainwestowany w przyszłość tak młodego człowieka, jak i społeczności, w której żyje. Oświata podnosić miała zarówno poziom intelektualny jednostek, jak i przyczyniać się do rozwoju gospodarczego Galicji. Pieniądź przeznaczony na zapomogę nigdy nie podlega zwrotowi — nawet w najbardziej pośredni sposób nie wraca do gminy. Redakcja *Gminy*, zalecając wsparcie dla biednych, jednocześnie zastrzegła: „Do wyżywienia ubogich, nie mających żadnych środków do życia, są przede wszystkim zobowiązane rodziny” i dalej: „prywatne dawanie jałmużny jest nie tylko niedostatecznym, ale nawet zgubnym...” Tym bardziej „rządowi opieki tej poruczać nie wolno.”²⁰

Kto więc miał spełnić rolę opiekuna? Propozycja *Gminy* sprowadzała się do wspierania towarzystw charytatywnych, wyspecjalizowanych tylko w tym jednym kierunku, znających doskonale środowiska nędzarzy, których członkowie byłiby działaczami przede wszystkim społecznymi, a od gmin otrzymywaliby jedynie dotacje. Właściwa opieka opierać się powinna na tym, by nie zachęcać do korzystania z niej, by była stworzeniem szansy na trwałe wyjście z nędzy. Dlatego *Gmina* zalecała zakładanie „domów pracy”, gdzie można byłoby zarobić i przy okazji nauczyć się zawodu, dla dzieci zaś „ochronki ze szkołą [...], a tylko absolutnie niezdolnym dawać zupełne utrzymanie.”²¹

Dla Romanowicza i jego współpracowników wolność gminy miała również walor narodowy. Naród polski utracił wolność, miał szansę odzyskania jej — ale tylko pod warunkiem zdobycia i utrzymania wolności gminy, „samorząd gminny wypływa z samego pojęcia wolności, [...] jest podstawą i jedną z głównych rękodmiej wolności politycznej”²². Gmina była w ich mniemaniu ogniwem pośrednim między jednostką a państwem, mogła tym samym zapewnić wolność nie tylko jednostce, ale i narodowi. Głównie zachowując tożsamość narodową, kształtując kulturę polityczną (postawy obywatelskie), rozwój gospodarczy. W miejsce niepodległego państwa polskiego proponowali autonomiczną gminę polską, która w przyszłości mogła stać się bazą do walki o suwerenność państwową.

Wśród innych tematów najczęściej pojawiających się w *Gminie* wymienić należy:

- problematykę ekonomiczną — propozycje przejścia z gospodarki ekstensywnej do intensywnej; postulaty zaprowadzenia gospodarki „naprawdę” wolnorynkowej²³;
- zagadnienia opieki zdrowotnej²⁴;
- spory wokół kształtu autonomii krajowej; roli Sejmu Krajowego w życiu Galicji; związków Galicji z innymi zaborami²⁵;
- biurokratyzacja systemu administracyjnego²⁶;

²⁰ *Gmina* 1868, nr 6.

²¹ *Gmina* 1868, nr 59.

²² *Gmina* 1867, nr 1.

²³ *Gmina*, nry: 9–10 z 1869 r., 51–54 z 1870 r., 32–38 z 1868 r., 63–78 z 1868 r.

²⁴ Zob. *Gmina* 1868, nr 57.

²⁵ Zob. *Gmina* 1870, nry 44–46.

²⁶ Zob. *Gmina* 1867, nry 23 i 24.

- brak wyraźnego rozdziału państwo — Kościół; upośledzenie polityczne niechrześcijan²⁷;
- brak badań statystycznych²⁸.

Problematyka prawna

Podstawową wartością, która stanowiła punkt wyjścia wszelkich krytycznych rozważań dla publicystów *Gminy*, była wolność w ramach naznaczonych przez prawo.

W o l n o ś ć g m i n y stanowiła dla *Gminy* podstawowy warunek istnienia wartości jednostkowej. Według Romanowicza właśnie przez stosunek władzy administracyjnej do organów samorządowych ocenić można było zakres swobód obywatelskich. Żadna władza, wspierająca się na argumencie siły, nie była (i nie jest) w stanie zaakceptować istnienia wolnej gminy — ośrodka władzy niezależnego od siebie. Wolna gmina dla autokraty zawsze będzie objawem jego słabości, niekonsekwencji, wreszcie — zaczynem buntu. Chcąc zniszczyć wolność jednostki — stwierdza Romanowicz — należy najpierw znieść autonomię gminy²⁹.

Jak rozumieli wolność gminy publicyści *Gminy*? Dla Romanowicza była to „swoboda załatwiania samodzielnie tych spraw, które jej dotyczą jako zbiorowej całości”³⁰. Swoboda ta ograniczona być mogła, po pierwsze, prawami innych zbiorowości (gmin, korporacji itp.); po drugie, prawami swych członków (w sytuacji, gdy władze samorządowe nie wypełniałyby swoich powinności lub wypełniałyby je źle, wtedy miałyby prawo interweniować władze administracyjne).

Swą wolność gmina realizowała poprzez wybór swych władz samorządowych, przez realizację „własnego zakresu działania”. Własny zakres działania nie był w pełni określony przez Ustawę gminną, mówiła ona jedynie tyle, że zakres własny działania obejmuje „w ogóle wszystko, co bezpośrednio dotyczy interesu gminy i w jej granicach własnymi jej siłami załatwionym i przeprowadzonym być może”³¹. Ze szczególnie ostrą krytyką spotkał się paragraf 28 Ustawy, zobowiązujący gminę — w ramach „zakresu poruczonego” — do ścisłej współpracy z organami administracji państwowej. Dla *Gminy* był to zamach na autonomię samorządu lokalnego. Paragraf ten wprowadził zasadę, w myśl której władze gminy stawały się w tym samym stopniu organem władzy państwowej, jak i ciałem samorządowym. Publicyści *Gminy* widzieli w tej zasadzie wyraźną sprzeczność; jak można jednocześnie wypełniać zadania nakazane przez wyborców gminnych, nie popadając w konflikt ze „zwierzchnimi”

²⁷ Zob. *Gmina* 1868, nry 10–13 i 16.

²⁸ Zob. *Gmina* 1868, nr 54.

²⁹ *Gmina* 1867, nr 1.

³⁰ *Gmina* 1867, nr 1.

³¹ *Gmina* 1867, nr 21.

władzami administracyjnymi? Samorząd, który miał stanowić barierę przed omnipotencją władzy państwowej, sam staje się jej organem! Romanowicz pisał: „Między własnego zakresu nie masz jednej, która by nie należała do publicznej administracji, a zatem nie mogła być zaliczaną do zakresu poruczonego.”³² Dlatego uznał on za konieczne zniesienie podziału zadań gminy na własne i poruczone. Proponował precyzyjne wyliczenie przez Ustawę gminną wszystkich zadań, jakie miałyby do wypełnienia rada gminna oraz zwierzchność gminna. Władze gminne miały stać się, według tej propozycji, jedynie organami samorządowymi, a nie, jak dotychczas, równocześnie samorządowymi i państwowymi. Proponowane zmiany stworzyłyby dla gminy sferę, w której miałyby pełnię władzy, a przede wszystkim wolność wyboru własnej opcji rozwoju.

Poważnym zagrożeniem dla autonomii gminy było również — według liberałów — ustanowienie nadzoru władz powiatowych nad sprawami majątkowymi gmin (par. 98 „Rada powiatowa, a w jej zastępstwie wydział powiatowy, czuwa nad tym, aby zakładowy majątek i zakładowe dobro gmin i zakładów gminnych nie zostały uszczuplone.”). Dowolność wynikająca z brzmienia tego paragrafu prowadziła — jak pisała *Gmina* — do niczym nie uzasadnionych częstych kontroli, kępowała swobodny rozwój gminy, narzucała gminom pewne schematyczne sposoby działania, nie zawsze dla nich najlepsze.

W katalogu spraw majątkowych, poddanych nadzorowi władz powiatowych, znalazły się również dodatki do podatków (bezpośredniego i konsumpcyjnego). Liberałowie w pełni popierali konieczność nadzoru stawek podatkowych, zdawali sobie sprawę z tego, że dla władz gminy był to najprostszy — a więc i najczęściej stosowany — sposób zdobycia pieniędzy. Natomiast za absurd uznali ustalenie ustawowej górnej granicy stawki dodatku. Dla dodatków wyższych konieczna stawała się ustawa krajowa. Taka konstrukcja prawna była dla nich zbyt daleko posuniętą centralizacją procesu decyzyjnego, tworzącą nowe mechanizmy biurokratyczne. Esencję swego stosunku do biurokracizmu zawarła *Gmina* w jednym z artykułów wstępnych:

Na tę biurokrację lamentujemy nie od dziś i niemało Boga i ludzi błagamy o jej najrychlejszy zgon, a kiedy właśnie biedaczka chce umrzeć, wyteżamy wszelkie siły, aby ją odrodzić w nowej wprawdzie, bo narodowej, ale kto wie czy nie gorszej jeszcze formie. [...] my Polacy mamy tyle niemal skłonności co Niemcy, i że możemy ją szkodliwszą jeszcze od niemieckiej uczynić. Niemcy robią biurokrację dlatego, aby nic nie robić, a my dlatego — aby ją właśnie zrobić.³³

Władze powiatowe odgrywały w Ustawie gminnej z 1866 roku rolę klucza do autonomii — mogły ją rozszerzyć, ale i zniszczyć.

Tak jak władze powiatowe nadzorowały prace organów gminnych, tak jej prace kontrolował powiatowy przedstawiciel władzy państwowej. Paragraf 51 Ustawy stwierdzał:

³² Tamże.

³³ *Gmina* 1867, nr 23.

Jeżeli reprezentacja powiatowa powyższe uchwałę, która przekracza jej zakres działania lub sprzeciwia się ustawom, polityczna władza państwowa ma prawo i obowiązek wstrzymać jej wykonanie, niezwłocznie jednak przedłożyć powinna pytanie, czy uchwała może być wykonana lub nie, politycznej władzy krajowej, która przed rozstrzygnięciem ma porozumieć się z Wydziałem krajowym.³⁴

Dzięki takiemu brzmieniu paragrafu starosta miał prawo interweniować w każdym pojedynczym przypadku (nawet wtedy, gdy rada nie przekraczała swych kompetencji), blokując prace rady. Zmniejszono tym samym operatywność rady, doprowadzono do obniżenia jej statusu społecznego. Właściwa praca rady — według *Gminy* — zależała w dużej mierze od indywidualnych cech starosty — służbista mógł całkowicie zablokować prace rady, ignorant zaś notorycznie naruszać prawa i wolności gminy. Od prawa wymagać precyzji — „jeżeli wolność ma być szanowana, jeżeli ma być prawdą nie złudzeniem tylko, to należy ją ustawami dostatecznie zawarować, nie licząc na kwalifikacje osobiste ludzi, którymi się ustawą taką daje władzę, że mogą zachwiać samorząd w instytucjach autonomicznych.”³⁵

Wady Ustawy samorządowej z 1866 roku *Gmina* przypisywała nie tylko chęci ustawodawcy do ograniczenia rozwoju żywiołu narodowego, zachowania dotychczasowej struktury społecznej. Jedną z ważniejszych przyczyn chaosu prawnego był pośpiech, w jakim tworzone struktury prawną ówczesnego samorządu.

Chaosowi kompetencyjnemu towarzyszyły sprzeczności występujące między Ustawą a konstytucją w sferze uprawnień obywatelskich.

Po pierwsze, artykuł konstytucji stwierdzał, że „prawo przenoszenia dla osoby i majątku w granicach państwa nie podlega żadnemu ograniczeniu...”³⁶, zaś art. VI — „Każdy obywatel może w każdej miejscowości na terytorium państwa przebywać i zamieszkać.”³⁷ Niemożliwe było pogodzenie tych artykułów z paragrafem 10 Ustawy gminnej, który stwierdzał:

Obcym, którzy się ze swej przynależności do pewnej gminy wykażą lub przynajmniej dowiodą, iż poczynili potrzebne kroki ku wykazaniu swej przynależności, nie może wzbronić pobytu w swym obrębie, dopóki oni, jak i mieszkający z nimi członkowie ich rodzin, nieskazitelną żywot prowadzą i nie stają się ciężarem dobroczynności publicznej...”³⁸

Główna wątpliwość publicystów *Gminy* wiązała się z niedookreśleniem pojęcia „nieskazitelną”. Dla wielu z nich, uczestników powstania styczniowego, wydźwięk tego paragrafu był jednoznaczny — skazać na banicję osoby zaangażowane w działalność niepodległościową.

Po drugie, w myśl art. II Konstytucji wszyscy obywatele Austro-Węgier byli równi wobec prawa. Niezgodny z tym artykułem był par. 61 Ustawy brzmiący:

³⁴ *Gmina* 1868, nr 14.

³⁵ Tamże.

³⁶ *Gmina* 1868, nr 61.

³⁷ Tamże.

³⁸ Tamże.

Jeżeli orzeczenia (administracyjne naczelnika gminy — przyp. W. B.) tyczą się duchownych uznanych wyznań religijnych, nauczycieli publicznych, urzędników rządowych lub krajowych zostających w służbie czynnej, [...] na ten czas naczelnik przedłożyć winien to orzeczenie polityczne władzy powiatowej do poprzedniego zbadania i zatwierdzenia.³⁹

Paragraf ten był naruszeniem zasady równości, według której wszyscy obywatele powinni podlegać jednakowemu sądownictwu, czy to właściwemu, czy to administracyjnemu. Zwolnienie niektórych tylko osób spod tej zasady prowadziło w prostej drodze do bezprawia. Co więcej, osoby wymienione w cytowanym paragrafie zwolnione były również od płacenia dodatków do podatków stanowiących przez gminy! „Wszelki wyjątek — pisał Romanowicz — jest przywilejem, jest zachwianiem zasady równości, po prostu uprawnieniem jednych ze szkodą drugim.”⁴⁰

Po trzecie, w artykule XIV konstytucji przeczytać możemy: „Używanie praw obywatelskich i politycznych niezawisłym jest od wyznania religijnego”⁴¹. *Gmina* zwracała uwagę na sprzeczność z tym artykułem par. 15 Ustawy gminnej postulującym, aby przynajmniej dwie trzecie radnych było wyznania chrześcijańskiego. Zupełnym naruszeniem konstytucji był zakaz piastowania przez „Izraelitów” stanowiska burmistrza lub jego zastępcy.

Po czwarte, anomalią dla *Gminy* był podział na koła wyborcze. Podział ten był nieuzasadniony, ponieważ człowiek płacący mniejsze podatki wcale nie musiał być gorszym obywatelem od tego, którego status majątkowy był wyższy. Rady gminne wybierane w oparciu o taki cenzus były w rzeczywistości „reprezentacją m a ł y c h m n i e j s z o ś c i każdej gminy.”⁴² Wsparcie ordynacji wyborczej na cenzusie majątkowym i ograniczeniu kręgu „rzeczywistych” (mających wpływ na wybór reprezentacji gminnej) wyborców do wąskich elit było generalnie sprzeczne z zasadą równości. Propozycją liberałów było, aby zachowując koła wyborców, dostosować ilość wybieranych przez nie radnych do ilości swych członków.

Po piąte, naruszeniem art. II i XIV konstytucji były także paragrafy 91, 93 i 94 Ustawy gminnej. W myśl ustawy sprawy chrześcijan oddawano w zarząd chrześcijańskich członków rady gminnej. Zupełnie inaczej rzecz się miała z przedstawicielami wyznania mojżeszowego. Wszelkie kwestie dotyczące społeczności żydowskiej rozstrzygać miały kahały. Kahały powoływane były w sposób niedemokratyczny, co w konsekwencji prowadziło do wielu konfliktów i zaniedbań tak w samej gminie żydowskiej, jak i konfliktów między nią a przedstawicielami innych wyznań. Stworzenie odrębności w sposobie traktowania „Izraelitów” i chrześcijan w konsekwencji musiało prowadzić do tworzenia się getta wyznaniowego. Autonomia kahałów była jednak tylko pozorem. Paragraf 94 zezwalał kahałom na nakładanie podatków na

³⁹ Tamże.

⁴⁰ Tamże.

⁴¹ Tamże.

⁴² *Gmina* 1867, nr 21.

swych członków pod warunkiem, że zostaną zatwierdzone przez chrześcijańską część rady gminnej⁴³.

Warstwa prawna publicystyki *Gminy* ma walor nie tylko poznania historycznego. Pewne struktury prawne funkcjonujące w XIX wieku są obecne również w naszym ustawodawstwie, np. system zależności między władzą administracyjną a gminną, stanowienie przez samorządy podatków etc.

Gdzie jest przyczyna zapomnienia Gminy?

Powodów jest z pewnością wiele, chciałbym zwrócić uwagę tylko na dwa. Badania historyków w czterdziestu ostatnich latach koncentrowały się głównie wokół prasy lewicowej i ludowej. Skutkiem tego powstawały prace poświęcone czasopismom, których okres funkcjonowania był bardzo krótki, ale linia programowo-polityczna zgadzała się z zapatrywaniami czynników oficjalnych⁴⁴. *Gmina* była czasopismem liberałów, a ten nurt polityczny był jeszcze lat kilka temu oceniany bardzo negatywnie. Inną przyczyną był brak zainteresowania problematyką samorządową. W państwie realnego socjalizmu nie było miejsca na istnienie samorządu, nawet w tak okrojonej formie, w jakiej istniał on w Galicji. W czasach PRL-u funkcje należące do gmin przejęło państwo.

Do innych przyczyn zapomnienia *Gminy* zaliczyć możemy względy metodologiczne. Ugrupowaniem, na temat którego napisano już chyba setki dysertacji, było ugrupowanie konserwatystów. Dla większości historyków było to jedyne stronnictwo, którym warto było się zajmować. Zapomniano nie tylko o *Gminie*, ale i o liberałach galicyjskich. Być może niewygodne było przełamanie stereotypu pozytywisty — lojalisty?

A przecież *Gmina* jest znakomitą źródłem wiedzy zarówno historycznej, jak i ustrojowej. Nie jestem zwolennikiem prostych porównań. Jednak obecne relacje między władzą zwierzchnią a gminą, ciągły brak pieniędzy w budżetach gmin, problemy opieki społecznej czy oświaty są podobne do tych, z jakimi borykano się sto lat temu.

Czy *Gmina* osiągnęła cele, które sobie stawiała? Wydaje się, że TAK. Mimo krótkiego okresu ukazywania się odegrała bardzo wielką rolę w kształtowaniu się samorządu w Galicji — była jedynym tego typu pismem. Poza tym ukazywała się w okresie powstawania organów samorządowych — często była jedynym dla nich wsparciem merytorycznym. Nie wolno oceniać jej roli długością istnienia. Ówczesny rynek był wolnym rynkiem — podziwiać tylko możemy poświęcenie wydawców, którzy z własnych funduszy utrzymywali tak długo to pismo. Czy dzisiaj możliwe byłoby wydawanie dwa razy w tygodniu, przy braku dotacji, podobnego pisma?

⁴³ *Gmina* 1867, nr 22.

⁴⁴ Zob. *Prasa polska...*, wyd. cyt., s 44–47.

GIDEON KUC

NACHUM SOKOŁÓW I JEGO KRYTYKA PRASY ŻYDOWSKIEJ W POLSCE

W 1934 roku Nachum Sokołów – wybitny rzecznik syjonizmu politycznego¹, wraca z podróży informacyjnej do Polski poruszony fałszywymi informacjami i histerycznym przerostem informacji w prasie żydowskiej (szczególnie w jidysz) na temat ruchu syjonistycznego i Palestyny. Uzasadnia jednocześnie swoją krytykę kapitalnym znaczeniem tej prasy, całej prasy żydowskiej, dla syjonizmu²:

Jeśli ktoś by przyszedł i powiedział nam: «nie musimy brać prasy pod uwagę», odpowiedziałbym: nie jest to zła rada. Oczywiście, gdybyśmy już mieli państwo, można by takie głosy zignorować. Państwo dysponuje wieloma instrumentami, które mu służą i których używa do wywierania swojego wpływu na ludzi. Państwo posiada armię, zbiera podatki itd. i może sobie pozwolić na ignorowanie prasy. Lecz my, my nie posiadamy prawie nic. Jako ruch ochotniczy, zależymy wyłącznie od prasy. A jeśli prasa oszukuje i myli się, jeśli jest histeryczna i oscyluje między nadmiernym optymizmem z jednej strony a pesymizmem i skrajną depresją z drugiej, obraz ten jest wizerunkiem całego syjonizmu.

Dla ruchu syjonistycznego prasa i informacja stanowią ważną broń w mobilizacji opinii żydowskiej (i nie tylko).

Sokołów posuwa się w swojej analizie aż do przedstawienia syjonistycznej prasy i informacji jako jedyne istniejącego już organizmu „tworzącego się Państwa Żydowskiego”, jako oficjalnej prasy przyszłego państwa i jego twórców, przywódców ruchu syjonistycznego. Sokołów jest więc rozczarowany poznaną rzeczywistością.

¹ Urodzony w roku 1859 w Wyszogrodzie, w Polsce, zmarł w 1936 r. w Londynie. Współpracuje z tygodnikiem *Hacefira* w Warszawie od 1875 r., jako redaktor naczelny od 1886. W latach 1896–1902 jest również redaktorem naczelnym *Izraelity* w języku polskim i w 1905 *Telegrafu* w jidysz. Sekretarz generalny Światowej Organizacji Syjonistycznej (1900), członek egzekutywy (1911), przewodniczący (1931), przewodniczący honorowy (1935). Przetłumaczył na hebrajski „Altneland” Herzla (Tel Aviv, 1902).

² „Podróż do Polski w roku 1934” (po hebrajsku), w „Sefer Sokołów”.

Uznanie znaczenia tej prasy było podstawą działania w początkowej fazie syjonizmu politycznego. Już zresztą XIX-wieczna prasa żydowska w Europie i Stanach Zjednoczonych nie ukrywała swojego zamiaru służenia najpierw jako substytut, później jako wzmocnienie więzi fizycznej i solidarności między Żydami na całym świecie. Gazety prowadziły międzynarodowe kampanie w celu podtrzymania spraw żydowskich, lecz dopiero po powstaniu dużych czasopism hebrajskich w Europie Wschodniej (lub przeznaczonych dla tych regionów, jak np. od 1856 r. *Hamagid* w Ełku) na pierwszy plan wysunęła się idea Palestyny i powrotu na Syjon³. Gazety te, o tendencji tradycjonalistycznej, lub oświeceniowej, poświęcają więcej miejsca informacjom o Ziemi Świętej, służą również jako echo i środek przekazu autorom pierwszych publikacji przedsyjonistycznych (Cwi Hirsza Kaliszera, Juda ben Salomona Hai Alkalai itd.) i angażują się prawie zupełnie w służbie idei „Miłujących Syjon” z początkiem lat ’80. Są to zwłaszcza gazety hebrajskie zaangażowane oficjalnie w sprawy syjonizmu; przetrwają one w Europie aż do epoki prasy codziennej, której początek dla prasy hebrajskiej przypada na 1886 rok⁴.

Codzienna prasa w języku hebrajskim odrodziła się w Palestynie dzięki pionierskiej akcji przedsięwziętej przez Eliezera ben Jehudę (Perlmana). Diaspora połowy XX wieku jest zdominowana przez prasę „żargonową” (jidysz) i w języku miejscowym. Nowi redaktorzy żydowskiej prasy hebrajskiej z końca XIX i pierwszej połowy XX wieku byli także, w większości, działaczami politycznymi. Problemem dla Żydów (szczególnie z Europy Wschodniej), którzy chcieliby podjąć jakąś akcję polityczną, był brak niezależnych instytucji (państwowych), jak również konieczność zadowalania się jedynie „opisem” akcji z powodu niemożności wzięcia w niej udziału. W konsekwencji żydowska elita syjonistyczna rekrutowała się, w znacznej części, spośród dziennikarzy. Korzystali oni ponadto z bardzo szczególnego statusu, który tradycja żydowska przyznaje „słowu pisanemu” i tym, którzy je „wypowiadają”⁵.

Znaczenie prasy syjonistycznej uwidaczniało się w dwóch płaszczyznach: „przekazania treści syjonizmu” światowej opinii publicznej, jak również masom żydowskim. Ani żydowska prasa zachodnia, ani wschodnia prasa hebrajska nie przyjęła zbyt życzliwie Teodora Herzla i jego „Państwa Żydów”. W oczach hebraistów Europy Wschodniej, Herzl reprezentował zasymilowany i daleki od tradycji żydowskiej Zachód. Jego projekt jest tylko utopijnym rozwinięciem poglądów już znanych, zagrażającym przedsięwzięciu już udanemu – żydowskim koloniom w Palestynie. Sokołów, naczelny redaktor *Hacefira*, przedstawia szeroko ten pogląd⁶. Herzl odpowiada, że – przeciwnie – żąda tylko międzynarodowego uznania kolonii; Sokołów podtrzymuje w odpowiedzi tezę, iż narodowość żydowska nie jest związana z jednym krajem.

³ Zob. naszą pracę: Wielkie czasopisma hebrajskie w Europie w latach 1856–1886; Uniwersytet Prawa, Ekonomii i Nauk Społecznych w Paryżu, Paryż 1980.

⁴ Pierwszym dziennikiem w j. hebrajskim był *Hajom* (*Dzień*), Petersburg; nie popierał Miłości Syjonu; wkrótce przestał wychodzić. *Hacefira* i *Hamelic* opowiadały się za tym ruchem.

⁵ Zob. przypis 3.

⁶ Szczególnie w „naigrywaniu się”, *Hacefira*, 1896, nr 218.

Nachum Sokołów został syjonistą podczas pierwszego Kongresu Syjonistycznego w Bazylei, w którym brał udział jako specjalny wysłannik *Hacefiry*. Od tej chwili jego gazeta wyrażała oficjalne opinie ruchu syjonistycznego. Na tę zmianę wywarło również wpływ osobiste spotkanie z przywódcą syjonistycznym, co znalazło oddźwięk w reportażach pełnych podziwu dla zalet osobistych i politycznych Herzla.

Po zamknięciu *Hacefiry* w 1906 roku Sokołów zakłada tygodnik – pierwszy oficjalny organ organizacji syjonistycznej w języku hebrajskim – *Haolam* (*Świat*), w Kolonii (1907)⁷. Założenie tego tygodnika było związane z warunkiem przyjęcia przez Sokołowa stanowiska sekretarza generalnego ruchu; „brałem udział w prasie niemieckiej Herzla – mówił później⁸ – lecz powiedziałem i odtąd nie zmieniłem zdania, że syjonizm nie może się obejść bez języka hebrajskiego, który jest wspólny wszystkim Żydom i który ich jednoczy.”

W roku 1908, po rewolucji młodotureckiej, Sokołów korzysta z wizyty w Turcji, aby stworzyć liczącą się prasę syjonistyczną w Stambule, z gazetą hebrajską *Hamevasser* (*Zwiastun*) włącznie. Z tą właśnie prasą współpracował Zeev Żabotyński⁹; stała się ona później przedmiotem krytyk etycznych i politycznych Sokołowa pod adresem prasy żydowskiej w Polsce. Tu właśnie ukazuje swoją rolę w ruchu jako fachowiec od informacji i propagandy: hasbara (objaśnienie). Uważał, że prasa jest odpowiednim środkiem do osiągnięcia celu; „wszystkie moje tutejsze obserwacje nauczyły mnie, że będziemy mogli działać tutaj i teraz jedynie przez prasę, nigdzie prasa nie ma takiego wpływu na opinię publiczną; syjonizm może sobie zapewnić lepszą przyszłość tylko tą drogą”. Sokołów uzna później znaczenie zebrań publicznych i opublikuje wiele przewodników dla syjonistycznego „masbiru”.

Kiedy *Hacefira* pojawiła się ponownie w 1911 roku, Sokołów pisze w artykule redakcyjnym, że gazeta nie będzie służyć żadnej partii, ponieważ „nasz naród jest biedny i nie może pozwolić sobie na taki luksus; prawdę mówiąc, podobnie jak narody bogate i silne, jesteśmy wszyscy członkami jednej partii, partii odrodzenia hebrajskiego w kraju naszych przodków.”

Postawiwszy za cel gazety syjonistycznej „zjednoczenie”, potępia dziennikarstwo „lekkie i tanie, które goni za partiami, kłamstwem i przesadą”. Ten charakter prasy spostrzeżony przez niego, okazuje się jeszcze bardziej alarmujący podczas jego wspomnianej na początku podróży do Polski w 1934 r. Sokołów, przedstawiając w relacji z podróży wady tej prasy, próbuje zarazem określić zasady „dobrej” prasy żydowskiej. Już w „samokrytyce”, wyjaśniającej swoje późne przyjęcie poglądów Herzla¹⁰, Sokołów podkreśla funkcję „wychowania syjonistycznego”, którą spełnia prasa dla przyciągnięcia ludzi do ruchu.

⁷ Przeniesiony do Wilna w roku 1908, z powodów technicznych (druk miał odbywać się w Berlinie), aby zbliżyć się do czytelników w Europie Wschodniej, później do Odessy z powodu problemów z cenzurą.

⁸ *Haolam*, 1933, nr 9, s. 135.

⁹ Żabotyński i Sokołów współpracowali w gazecie *Hajnt* w języku jidysz. W roku 1933 Żabotyński przeszedł do konkurenta, *Monientu* (zob.). Żabotyński blisko współpracował z *Rasswietem*, głównym organem rosyjskich syjonistów, który już w początkach miał 10 000 czytelników (1907–1915).

¹⁰ „Prawa linia” („Hakav hajaszar”) w „Sefer Hashana” Sokołowa, tom 3.

Odrzuca insynuacje pod adresem redaktorów, że przyłączają się do syjonizmu, aby zadowolić swoich czytelników:

Jeśli wśród czytelników znajduje się teraz wielu syjonistów, to właśnie jest naszą zasługą. Syjonizm, proszę panów, nie jest zadziwiającą historią, sensacją, którą się można delektować [...] Szerokie masy żądają innych przysmaków [...] Byliśmy zmuszeni do podrażnienia tej opinii publicznej [...] I oto „golem” powstaje przeciwko swojemu panu; od „niedoinformowania” w okresie powstania przechodzi się do „nadinformacji”. Syjonizm staje się „smakołykiem”.

Sokołów odróżnia stan informacji syjonistycznej na zachodzie i na wschodzie Europy¹¹:

Sytuacja ideologiczna i jej wewnętrzne kryzysy mogą być sformułowane w sposób, który wydaje się paradoksalny: w Europie Wschodniej wie się zbyt dużo o Palestynie, a w Europie Zachodniej za mało.

Sokołów wyjaśnia:

Zbyt dużo? Jak to? Czy można wiedzieć zbyt dużo o Palestynie? Tak! Jeśli każdy odgłos z jakiegoś zaułka Tel Avivu, jeśli każdy pomruk urzędnika, każda hipoteza jakiegoś korespondenta prasowego przybierają formę napuszoną i hałaśliwą, wziąłbym na siebie odpowiedzialność moralną za ten deficyt [...] Żydowski mózg pracuje za dużo, nie jest to obiektywną potrzebą syjonizmu i Palestyny, lecz subiektywną potrzebą ludzi w Europie Wschodniej z powodu ich stanu ducha i przyzwyczajęń. Rzeczywistość syjonistyczna stała się dla nich męcząca i nudna, a oni potrzebują polemik i niekończących się wiadomości dla destabilizacji swoich nerwów [...]

„Mówimy i piszemy zbyt dużo – mówi dalej – stwarzamy kryzysy przez sam fakt ich ogłaszania”, a wyjście: „można dojść do tego, aby treść prasy polemicznej była poprawniejsza...”

W Polsce 1934, w czasie „wojny certyfikatów”¹², kłótni między rewizjonistami a innymi partiami syjonistycznymi, Bund, Agudat Israel, ich prasą, prasa jidysz znalazła się w stanie wrzenia.

Czy wiecie, ile gazet w języku jidysz istnieje w tutejszych miastach? Znacnie jedynie „wieloryby” *Hajnt*¹³ i *Moment*¹⁴, lecz nie znacnie dziesiątków gazet południowych, południowych i wieczornych, każda z nich bardziej sensacyjna niż inne¹⁵.

Sokołów opowiada¹⁶ o przykrych wypadkach dezinformacji tej prasy, w tym prasy otwarcie syjonistycznej

System informacyjny naszej prasy jest tutaj straszny. Nie znajdzie się tu ani jednej dokładnej informacji, która nie byłaby stronniczą. Wszystko jest „perfumowane” i „przegotowane”, koloryzowane i nadęte.

¹¹ „Objaśnienie syjonizmu”, *Haolam* 1934.

¹² Zaświadczenia o emigracji do Palestyny przydzielane przez władze brytyjskie za pośrednictwem Agencji Żydowskiej.

¹³ *Hajnt* 1908–1939. Od 1919 roku połączony z syjonistycznym organem *Dos Judisze Fotk* i praktycznie kierowany przez syjonistycznego przywódcę Izaaka Grünbauma. Od roku 1929 wydanie popołudniowe *Hajntige Najes*, o charakterze sensacyjnym, zdobywa 75 000 czytelników.

¹⁴ *Der Moment* 1910–1939. Czasami w nakładzie 100 000 egz., o charakterze raczej sensacyjnym. Od roku 1938 praktycznie organ partii syjonistyczno-rewizjonistycznej. Wyd. popołudniowe *Warszewer Radio* od 1924 roku.

¹⁵ 171 gazet w języku jidysz w 1928 roku, 106 w 1934 wg oficjalnych polskich statystyk – Statystyka druków, (GUS 1937 s. 20). Zob. Marian F u k s: *Prasa żydowska w Warszawie 1823–1939*. PWN, Warszawa 1979.

¹⁶ W „Podróży do Polski, zob. przyp. 2

Jako przykład deformacji i przesady tej prasy, Sokołów podaje historię artykułu Wacława Gizbert-Studnickiego w wileńskim *Słowie*, który zasugerował przyznanie mandatu na Palestynę – Polsce. Propozycja ta została przedstawiona w prasie syjonistycznej i żydowskiej jako poważny projekt, który został przedyskutowany przez rząd polski, i spowodowała założenie komitetu popierającego tę sprawę przez „pewnych rewizjonistów”.

Wniosek Sokołowa jest następujący: gazety nie reprezentują polityki syjonistów, lecz same ją robią.

Rzeczywiście, funkcja tutejszej prasy nie polega, jak wszędzie, na podawaniu informacji o walce i organizacji syjonizmu, lecz gazety same robią tutaj politykę, w zależności od ich komercyjności i osobistych sympatii (i sympatii ich przedsiębiorców) do swoich współpracowników i antypatii do współpracowników innych konkurencyjnych gazet. Dziwne nakładanie się interesów, związków, układów, którego syjonizm jest piłką w grze wśród wielu innych [...] Liderzy – dziennikarze współzawodniczą zdecydowanie o kromkę chleba i trochę honoru.

Poza „komercjalizacją” pojawia się więc problem polityków bez odpowiedniej trybuny. Ruch syjonistyczny nie zastępuje państwa i nie rozwiązuje tej frustracji. Ilustrując „nieodpowiedzialność” prasy jidysz, Sokołów opowiada, iż po jego spotkaniu z prezydentem Mościckim, w *Moment* zamieszczono artykuł pod znanym tytułem „Pogłoski, iż prezydent Mościcki został zaproszony do przyłączenia się do Komitetu dla Palestyny”. Kiedy zaprotestował przeciwko tej informacji, redaktorzy odpowiedzieli mu, że „pogłoska” w jidysz znaczy „kłamstwo”, więc gazeta nie jest odpowiedzialna za opublikowany tekst.

Jakie były propozycje Sokołowa, by przywrócić odpowiedzialność tej prasy? Najpierw i przede wszystkim należy utworzyć organ syjonistów w języku hebrajskim. Proponuje, aby dziennik syjonistycznego ruchu robotniczego utworzony w Warszawie¹⁷ wychodził w tym języku nie tylko ze względu na wagę historyczną i narodową języka hebrajskiego, ale także ze względów praktycznych:

przede wszystkim, ponieważ taka gazeta skupi wokół siebie, nawet jeśli reprezentuje pewien kierunek robotniczy, wszystkich syjonistów mówiących po hebrajsku, po drugie – ponieważ nie będzie uważaną za groźnego konkurenta, jak byłaby przyjęta nowa gazeta w jidysz.

Ogólnie biorąc, hebrajski jest językiem „poważniejszym”:

Naszym obowiązkiem jest ożywić hebrajski w życiu publicznym, ponieważ w ten sposób będziemy mogli podnieść nieco poziom publiczności i odciąć jej drogę ku brutalności i wulgarności...

Ten zalew informacji wprowadziła do świata żydowskiego prasa jidysz. Hebraizm Haskali i początków syjonizmu miał pewną klasę, pewną szlachetność, i zaletę samokontroli...

Jest prawdą, że hebrajski jest mniej zrozumiały, lecz bardziej respektowany.

Oto jak powinna wyglądać syjonistyczna gazeta:

¹⁷ *Dos Wort* założony w lipcu 1933 roku, kierowany przez Zalmę Rubaszowa (Shazara), późniejszego prezydenta Izraela, utrzymał się tylko przez 11 miesięcy. Później *Dos Naje Wort* – maj 1935 – listopad 1937. *Folkswort* – lipiec – sierpień 1939.

dobra gazeta – pisze Sokołów – nie sucha gazeta partyjna [...] ale gazeta interesująca, aktualna, o wielu obliczach i nie bez humoru, zawierająca bogaty i szeroki program, różnorodną zawartość, wiele obrazów Palestyny, błyskotliwe felietony i artykuły redakcyjne pisane przez wszystkich naszych przywódców [...] Porządna gazeta codzienna, o znaczącej sile, narzędzie kultury i edukacji dorosłych...

Jeśli chodzi o informacje o Palestynie, „byłem przerażony wielką różnicą między rzeczywistością a jej opisem i komentarzem...”.

Wszystkie wypowiedzi specjalnych wysłanników do Palestyny – „ci biedacy szukający sensacji – nie mogą się podobać właścicielom gazet, którzy przeważnie płacą im niewiele w zamian za informacje mogące pobudzić uśpione nerwy ich czytelników...” (tutaj opisuje nieścisłe informacje na temat przejawów brutalności ze strony brytyjskich policjantów w stosunku do kobiet i dzieci); „nie trzeba się dziwić, że taka «bomba» zamieszczona została specjalnie w gazecie piątkowej, ponieważ sprzedaje się jej dwa razy więcej niż numer w tygodniu...”

Jako „środek zaradczy” Sokołów proponuje pozytywne reportaże „budujące”, zamiast komentarzy politycznych i dyplomatycznych, pisanych przez „niekompetentnych” dziennikarzy.

Pragnę powiedzieć – wyjaśnia – że korespondenci ograniczą swoje refleksje polityczne i stymulujące rozważania i zamieszczą więcej informacji na temat życia i pracy. Powinni opisywać przyrodę Palestyny, wzbudzać i podtrzymywać miłość Żydów do Izraela. Powinni opisywać pracę na polach, w ogrodach, w fabrykach [...] Długie telegramy i wielkie artykuły redakcyjne na temat starć z policją na ulicach Tel Avivu przydają duże znaczenie rzeczom mniej istotnym...

To dosyć klasyczne życzenie odnośnie do stosunków między prasą a władzą nie może być skierowane do prasy „komercyjnej” i Sokołów to rozumie.

Jeśli chodzi o prasę prywatną, której dziennikarskie i handlowe potrzeby decydują o jej charakterze, możemy jedynie próbować wywierać na nią wpływ i nie wiem, czy nam się to uda. Natomiast możemy zmienić gazetę *Haolam*, która miałaby następujące cechy: dobrą informację, uważną, czystą i selektywną, natychmiastową reakcję na nieścisłości w gazetach jidysz w Polsce i w Stanach Zjednoczonych i ich sprostowania podane krótko i jasno nie zaś w rubryce „Z prasy” i bez polemiki. Należy informować od czasu do czasu korespondenta w Palestynie co do treści informacji, które musi przekazać [...].

Według Nachuma Sokołowa „Reklama, agitacja i sposoby tworzenia jej są decydującymi elementami naszego ruchu.” „Odpowiedzialność” prasy jest najważniejsza. „Wolność” może zaczekać. „Nasza rola w naszej prasie polega na tym, aby nie postępować jak najgorsi, lecz jak najlepsi z nich” – twierdził w swoich wypowiedziach na temat szczególnej pozycji, jaką zajmuje prasa żydowska w prasie światowej¹⁸.

Stany Zjednoczone mogą znosić rozdmuchane sensacje, lecz nasza rzeka jest tylko strumykiem [...] Fala kłamstw i namiętny styl mogą zniszczyć całe zaufanie, które naród powinien żywić w stosunku do swojej prasy, i mogą pozbawić ją kierowniczej siły i autorytetu, których potrzeba, aby kierować i wywierać wpływ

¹⁸ „W jaki sposób poprawi się prasa”. *Haolam*, 1932.

[...] Stronnicze tendencje muszą ograniczać się do jednej wymiany oczywistych poglądów, a nie powinny przepełniać i "koloryzować" informacji [...] Jestem pewien, że Żydzi zwiększyliby czytelnictwo naszych gazet, jeśli byłyby one mniej „interesujące” a „dokładniejsze” [...].

Pod koniec życia Sokołów był bardzo krytyczny nawet w stosunku do prasy żydowskiej w Palestynie:

Czytam gazety, które z wyjątkiem *Davar*¹⁹ są opanowane przez sensacje, rozmuchują informacje i wykazują się sprytem, tak jak gazety tutaj w Polsce²⁰.

Przed swoją śmiercią w 1936 roku, sprzeciwiał się bezskutecznie przeniesieniu *Haolam* z Londynu do Jerozolimy²¹. Lecz jedynie prasa palestyńska mogła dopasować się, mniej lub bardziej, do opisanego przez niego modelu prasy „oficjalnej”. W ciągłej walce z arabską propagandą i angielskim ciemieniem, pojęcie odpowiedzialności prasy zostało włączone do żydowskiej tradycji piętnowania „donosicieli”²², którzy prowokują zagrożenie z zewnątrz, przenosząc na forum publiczne kłótnie wewnętrzne w łonie prześladowanego narodu. Prasa ta przyjęła postulat autocenzury, która przybrała formę instytucjonalną w ramach „Komisji Redakcyjnych”, reprezentujących wszystkie dzienniki. „Instytucja ta koordynowała i kierowała reakcjami prasy hebrajskiej w Palestynie we wszystkim, co dotyczy polityki syjonistycznej i polityki obecnej implantacji”. Komisja ta kontynuowała działalność przez wiele lat po założeniu państwa Izrael²³. Stan ten przez długie lata wpływał na pojęcie „wolności prasy” w Izraelu, wnosząc do niego elementy pozytywne, lecz także tworząc mity i deformacje o jego funkcjonowaniu, których pozbyto się później.

Wielu dziennikarzy wywodzących się z żydowskiej prasy w Polsce zasiliło szeregi prasy izraelskiej. Wnieśli oni do niej z pewnością swoją ciekawość i „zmysł komercyjny” oraz głęboką kulturę pisania.

¹⁹ Gazeta centrali związkowej Histadrut.

²⁰ W „Podróży do Polski”, jw.

²¹ W liście do Grünbauma; zob. I. Grünbaum: *Penei ha-Dor*, s. 93.

²² Zob. naszą pracę „Wielkie czasopisma [...]”, ibid.

²³ W ramach „Komisji Redaktorów...”, założonej oficjalnie w 1953 roku.

STEFAN BIELAŃSKI

PRASA WŁOSKA O POLSCE

Problematyka polska w dzienniku *La Repubblica* (marzec – wrzesień 1992 roku)

1. Uwagi wstępne

La Repubblica należy, wraz z *Gazetta dello Sport* i *Corriere della Sera*, do najważniejszych i największych pod względem nakładu pism codziennych we Włoszech¹. Gazeta ta powstała przed 17 laty (zarejestrowana została w sądzie w Rzymie 13 października 1975 roku) i od początku kierowana była przez Eugenio Scalfarięgo, pełniącego funkcję dyrektora odpowiedzialnego. Kadre kierowniczą pisma uzupełniają znane postaci włoskiego świata dziennikarskiego: Gianni Rocca, Mauro Bene oraz Antonio Polito. Wydawcą jest Editoriale „La Repubblica” S.p.A. Roma. Samo wydawnictwo, jak i *La Repubblica* jest częścią imperium przemysłowo–finansowego Carlo de Benedettiego (właściciela m.in. koncernu Olivetti).

La Repubblica powstała w wyniku inicjatywy środowisk intelektualnych wywodzących się z klimatu wydarzeń roku 1968. Nie można wszakże jednoznacznie stwierdzić, iż jest to kolokacja lewicowa; we Włoszech na określenie politycznego miejsca środowisk powiązanych z tym dziennikiem używa się terminu „radical chic”. Niewątpliwie poglądy tradycyjnej lewicy były zawsze obecne na łamach *La Repubblica*, zwłaszcza na kolumnach kulturalnych, niemniej tzw. „linia polityczna” ulegała dość częstej zmianie, w dużej mierze zależna była od sympatii czy antypatii dyrektora Scalfarięgo. Natomiast z pun-

¹ *La Repubblica* w odróżnieniu od wielu dzienników zachodnich podaje także wysokość każdorazowego nakładu. I tak na przykład nakład sobotniego wydania z 7 listopada 1992 wynosił dokładnie 807 865 egzemplarzy. Charakterystyczną rzeczą jest brak wydania poniedziałkowego; *La Repubblica* jest jedynym wielkim włoskim dziennikiem, który świadomie zrezygnował z wydawania pisma w poniedziałek.

ktu widzenia obyczajowego dla środowiska skupionego wokół *La Repubblica* „zdobyciami” społeczeństwa włoskiego w ostatnich dziesięcioleciach miały być: legalizacja rozwodów i aborcji oraz uznanie praw tzw. mniejszości seksualnych. Pismo to ma wyraźnie antyklerykalny charakter, niemniej jednak roli i miejscu Kościoła w życiu nie tylko włoskiego społeczeństwa poświęca zawsze wiele uwagi. *La Repubblica* żywo reagowała i reaguje na najważniejsze wydarzenia międzynarodowe. Problemem jest wszakże wyraźnie polityczne zaangażowanie się po określonej stronie konfliktu, często zaangażowanie posługujące się dość schematycznymi kliszami myślowymi. Tak jest w przypadku doszukiwania się wszędzie antysemityzmu, tak jest też, gdy mowa o spojrzeniu na problemy Europy środkowo-wschodniej. Charakterystyczne było postawienie na politykę Michaiła Gorbaczowa, na jej wyraźną idealizację, przy równoczesnej próbie dyskredytacji Borysa Jelcyna. Podobnie schematyczne ujęcie cechuje problematykę polską poruszaną na łamach włoskiego dziennika w roku 1992.

La Repubblica ma ambicje przedstawiania życia społecznego, gospodarczego, politycznego i kulturalnego we Włoszech i na świecie. Należy do tych pism, które nie tylko przekazują czytelnikom fakty i wydarzenia, ale także kształtują o nich opinie. Wydaje się więc, iż należy zwrócić uwagę, w jaki sposób właśnie takie pismo traktuje Polskę czy ogólniej – problematykę polską. Jest to o tyle istotne, iż po latach 1989–90, kiedy tematyka polska znajdowała się w centrum zainteresowania największych pism codziennych i tygodniowych, obecnie Polska i jej problemy nie wydają się warte zainteresowania, opisywania i komentowania. W niniejszym artykule wzięty został pod uwagę okres między marcem a wrześniem 1992 roku. Autor mógł wykorzystać niekompletne zasoby biblioteki Włoskiego Instytutu Kultury w Krakowie².

Dla problematyki polskiej pojawiającej się na łamach *La Repubblica*, można wyodrębnić pewne bardzo konkretne grupy zagadnień. Problemy polityczne to: stosunki Europy Zachodniej i EWG z krajami Europy Wschodniej;; nacjonalizm i antysemityzm w Polsce i w Europie Wschodniej; polska polityka wewnętrzna (kryzysy rządowe); protesty społeczne w Polsce; dekomunizacja; aborcja; zdarzenia o charakterze kryminalnym i obyczajowym; klęski żywiołowe. Dru-

² Wykorzystane zostały następujące numery pisma *La Repubblica*: 65 (19 III) — 67 (21 III); 69 (24 III) — 70 (25 III); 73 (28 III) — 75 (31 III); 77 (2 IV) — 83 (9 IV); 85 (11 IV) — 89 (16 IV); 91 (18 IV); 93 (21 IV); 95 (23 IV) — 101 (30 IV); 103 (3–4 V) — 107 (8 V); 109 (10–11 V) — 112 (14 V); 116 (19 V) — 118 (21 V); 120 (23 V); 122 (26 V) — 129 (4 VI); 131 (6 VI); 135 (11 VI); 137 (13 VI) — 141 (18 VI); 144 (21–22 VI) — 145 (23 VI); 151 (30 VI) — 154 (3 VII); 156 (5–6 VII) — 157 (7 VII); 159 (9 VII); 162 (12–13 VII) — 165 (16 VII); 168 (19–20 VII) — 170 (22 VII); 181 (5 VIII) — 182 (6 VIII); 185 (11 VIII); 187 (13 VIII) — 190 (20 VIII); 193 (23–24 VIII) — 194 (25 VIII); 199 (30–31 VIII) — 200 (1 IX); 205 (6–7 IX); 211 (14 IX) — 214 (17 IX); 218 (22 IX); 222 (26 IX); 224 (29 IX) — 226 (1 X).

Nadmienić należy, iż tematyka zagraniczna pojawiająca się w rubryce *Politica estera* jest niezależna od dnia wydania dziennika. Artykuły na temat Polski pojawiały się wtedy, jeżeli redakcja uznawała, iż w Polsce wydarzyło się coś godnego uwagi. Charakterystyczny jest też ton niemal wszystkich artykułów z rubryki *Politica estera*; są one bowiem w dużej mierze rozszerzonymi informacjami typu agencyjnego, ściśle trzymające się faktów, w niewielkim stopniu pozwalające autorom tych tekstów na ujawnianie własnych opinii. Te ostatnie zastrzeżone są dla stałych komentatorów pisma, niekoniecznie dziennikarzy, często są to bowiem wybitni uczeni takich dyscyplin jak politologia, socjologia czy historia lub politycy (np. w *La Repubblica* stałym komentatorem był przez lata aktualny minister kultury Włoch — Alberto Ronchey; natomiast wielokrotny premier i minister rządów włoskich — Giulio Andreotti jest stałym współpracownikiem tygodnika *L'Europeo*).

ga grupa to wydarzenia związane z ekonomiką: ekspansja Fiata w Polsce w kontekście działań innych koncernów w Europie Wschodniej; konkurencja polsko-włoska w sektorze metalurgicznym; polskie problemy finansowe. Ostatnia grupa to tematy poruszane na kolumnach kulturalnych, a więc odniesienia do literatury polskiej lub poruszające polską problematykę. W tej grupie zagadnień warto też odnotować inicjatywy mające na celu zmianę zasad współpracy naukowej między Włochami a krajami obszaru nazywanego po dziś dzień Europą Wschodnią.

2. Polska w kontekście międzynarodowym

Mimo zmian, jakie nastąpiły od 1989 roku, zmian, których znaczenia autory artykułów opublikowanych we włoskim dzienniku są oczywiście świadomi, nadal Polska zarówno z punktu widzenia politycznego, ale także ekonomicznego i kulturalnego sytuowana jest w świecie określanym mianem Wschodu Europy. Postawa ta szczególnie jest uwidaczniana w tych tekstach, które poruszają aktualne i przyszłe stosunki Europy skupionej w EWG z krajami znajdującymi się poza EWG, szczególnie zaś z owym traktowanym niemalże jednolicie Wschodem Europy. Na łamach *La Repubblica* można wyodrębnić dwie równoległe występujące tendencje: jedna, która traktuje obszar Europy Wschodniej nie tylko nieufnie, ale także niechętnie, uważając, iż stać się on może jedynie ciężarem dla owej Europy „wspólnotowej”. Zwolennicy tego poglądu starają się nie dostrzegać np. różnic między krajami tzw. Trójkąta Wyszehradzkiego (notabene w tekstach, z którymi autor artykułu mógł się zapoznać, wspomniany wyżej termin w ogóle nie funkcjonuje), a krajami bałkańskimi z eks-Jugosławią włącznie, nie mówiąc już o krajach byłego ZSRR. Tego typu stanowisko widoczne było w korespondencji Franco Papitto (z 20 marca), który tytułował ją bardzo charakterystycznie: „Dzisiaj cała Europa chce należeć do EWG”, zaznaczając przy tym, iż w kręgach EWG-owskich pojawia się ciągle dylemat: czy poszerzać skład Wspólnoty, czy też zawęzić go do krajów gospodarczo dobrze rozwiniętych³. Podobny ton znajdujemy w omówieniu sympozjum zorganizowanego w Paryżu przez *Liberation* i właśnie *La Repubblica*, gdzie wręcz jako motto przytoczona jest wypowiedź Bronisława Geremka, odnosząca się do intencji ekonomicznych i cywilizacyjnych krajów Europy Wschodniej: „Chcemy iść w kierunku Zachodu, ale odnajdujemy się coraz bardziej na Południu”. Wypowiedź Geremka jest tu zresztą przez autora artykułu wyraźnie manipulowana; w dalszej części autor, Giampiero Martinotti, przyznaje bowiem, iż wystąpienie polskiego historyka i polityka cechował „ostrożny optymizm”; podobnie też musiał odnotować wypowiedź Adama Michnika, który miał stwierdzić, iż „przykład litewski pokazuje, że obok nacjonalizmu rosyjskiego jest też problem nacjonalizmu litewskiego, który dotyka z bliska mniejszość polską

³ F. P a p i t t o: Adesso tutta l'Europa vuol far parte della Cee. Bruxelles teme per equilibri interni. *La Repubblica* (dalej w przypisach – R), nr 66 (20 III 1992), rubryka Politica estera, s. 18.

w tym kraju bałtyckim”. Niemniej jednak wrażenie czytelnika, nie znającego uwarunkowań stosunków polsko–litewsko–rosyjskich, mogło być zupełnie inne, a mianowicie takie, iż rzeczywiście na całym tym Wschodzie Europy (z Polską włącznie) istnieje przede wszystkim groźba nacjonalizmu. Dodajmy, iż tekst ilustrowany był fotografią Lecha Wałęsy, zrobioną w momencie jego triumfu w wyborach prezydenckich (sławny toast: „W gardła nasze...”)⁴.

Podobny ton jak w artykule Martinottiego znajdujemy w omówieniu innego sympozjum, które tym razem odbyło się we Włoszech w miejscowości Cernobbio. W pierwszej z dwóch korespondencji (opublikowanych w czerwcu 1992) Giorgio Lonardi wyraźnie stwierdza, jaka może być recepta rozwiązania problemów tej części Europy, która do niedawna była tzw. strefą wpływów ZSRR. Brzmi ona: „Tylko Niemcy mogą uratować Wschód Europy”. Teza wyjściowa jest tu następująca: „w Europie Wschodniej pierwszym sygnałem rozwoju gospodarki rynkowej towarzyszą zjawiska słabości politycznej, jak dowodzi tego przykład Polski, lub ryzyko fragmentaryzacji w Czechosłowacji lub na Bałkanach”. Tytułową receptę podał Giorgio Lonardi w ślad za wystąpieniem wicedyrektora francuskiego Instytutu Stosunków Międzynarodowych – Dominique Miosi, który zauważył, iż: „Wystarczy 6 miesięcy, aby stworzyć instytucje demokratyczne, 6 lat, by rozwinąć gospodarkę rynkową, ale aż 60 lat, by powstało społeczeństwo obywatelskie («società civile») godne tej nazwy”. Ten ostatni problem miał stanowić przyczynę trudności politycznych i społeczno–ekonomicznych Polski, Czechosłowacji i krajów bałkańskich. Jedynym rozwiązaniem miałyby być więc powierzenie tych krajów jednemu rozwiniętemu gospodarczo i politycznie państwu w tej części Europy, czyli Niemcom⁵.

W tekstach opublikowanych na łamach *La Repubblica* można odnaleźć też opinie przeciwne do przedstawionych wyżej. I tym razem chodzi o wystąpienie na konferencji naukowej, wystąpienie postaci liczącej się w środowiskach intelektualnych Europy Zachodniej. Na początku kwietnia Ralf Dahrendorf stwierdzał, iż „Celem najpilniejszym, najważniejszym jest natychmiastowe poszerzenie EWG o nowe demokracje Wschodu Europy”. Dahrendorf wyodrębnił przy tym wyraźnie trzy kraje, które na taki gest zasługują (Czechosłowacja, Polska i Węgry). Zdaniem Dahrendorfa EWG rozdrabnia się koncentrując swą uwagę niemal wyłącznie na polityce rolnej, a tymczasem stoją na porządku dziennym kwestie o znaczeniu zasadniczym: respektowanie praw ludzkich oraz ustanowienie zasad państwa prawa we wspomnianych „nowych demokracjach”. Możliwie szybkie wejście tych krajów do EWG pozwoliłoby na ustanowienie „zobowiązań międzynarodowych bardzo pożytecznych w uniemożliwieniu odrodzenia się w tych krajach sił antydemokratycznych i szowinistycznych”. Dahrendorf argumento-

⁴ G. Martinotti: *L'Est guarda ai paesi ricchi ma fa i conti col sottosviluppo. A Parigi un convegno di „Liberation” e „Repubblica”*. *R* nr 95 (23 IV), *Politica estera*, s. 16.

⁵ G. Lonardi: „Solo la Germania salverà l'Est”. *Piu ombre che luci sull'Europa orientale al seminario di Cernobbio*. *R* nr 27 (13 VI), *Politica estera*, s. 12 oraz G. Lonardi: „Porte aperte all'est”. *Saracini e Brittan all'Europa ricca: diamo sbocchi ai Paesi ex comunisti*. *R* nr 138 (14–15 VI), *Economia*, s. 46.

wał przy tym, iż właśnie Czechosłowacja, Polska i Węgry to „z punktu widzenia kultury kraje zachodnie”⁶.

Odpowiadające tej tezie, aczkolwiek wychodzące z całkowicie innych przesłanek ideologicznych, było wystąpienie Papieża w czasie jednej z jego wizyt pastoralnych na terytorium Włoch. W tym przypadku w Trieście (na początku maja) Jan Paweł II wzywał to miasto, by „ze względu na pozycję geograficzną było łącznikiem z Europą Wschodnią”, a także by odgrywało aktywną rolę w konstruowaniu „nowej Europy”, Europy nie podzielonej i nie antagonistycznej⁷. Z kolei przekonanie o możliwości integracji, przynajmniej części Wschodu Europy, wyrażali również na wspomnianym sympozjum w Cernobbio przedstawiciele tzw. „świata biznesu”; na możliwość działania w Polsce wskazywał przede wszystkim szef koncernu Fiata – Gianni Agnelli, który mówił, iż „Zachód nie powinien szukać alibi w trudnościach wewnętrznych, aby powstrzymać pomoc dla krajów, które wyszły z komunizmu”. Równocześnie przedsiębiorcy wskazywali na konkretne korzyści, jakie z tego typu ekonomicznej integracji mogą osiągnąć kraje Europy Zachodniej. Otóż w przypadku aktywnych działań i poważnych inwestycji jest szansa na stworzenie rynku przynajmniej 100 milionów osób, a gdyby jeszcze wliczyć republiki byłego ZSRR, to potencjał ten szacować można na 400 milionów osób⁸.

Jeżeli ocena nadziei i zagrożeń w stosunkach między Europą Zachodnią a krajami wschodniej części kontynentu była na łamach *La Repubblica* często obecna (tematyka rosyjska i stosunków między Zachodem a Rosją jest praktycznie stale obecna), to relacje między krajami w Europie Środkowej oraz tychże krajów z Rosją i innymi republikami byłego ZSRR poruszane bywają raczej rzadko. Przykładem może być miejsce, jakie zarezerwowano dla wizyty Lecha Wałęsy w Moskwie. Wydarzenie to nie zostało praktycznie skomentowane, włoski dziennik posłużył się tu doniesieniami agencji prasowych⁹.

3. Obraz sytuacji wewnętrznej Polski

O wiele więcej miejsca znalazły na łamach *La Repubblica* opisy wydarzeń politycznych w Polsce, a także opinie na ich temat. Autorem zarówno korespondencji, jak i komentarzy był przede wszystkim oficjalny korespondent włoskiego dziennika „w Europie Wschodniej” – Piero Benetazzo. Charakterystyczne, iż jeszcze 2–3 lata temu *La Repubblica* miała własnego korespondenta akredytowanego w Warszawie, a teraz posługuje się wysłannikiem rezydującym w Pradze. Piero Benetazzo należy do grona tych osób, które mają możliwość dość

⁶ R. Dahrendorf: „Subito l'Est nella Cee”. Conferenza al British Council del sociologo inglese sulla nuova Europa. *R* nr 77 (2 IV), *Politica estera*, s. 16.

⁷ D. del Rio: „Trieste, guarda a Est”. Il papa: più dialogo con le minoranze. *R* nr 103 (3–4 V), *Cronaca*, s. 22.

⁸ G. L. onardi: „Porte aperte...”. *Cit.*, s. 46.

⁹ Walesa — Eltsin intesa a Mosca. Raggiunto l'accordo sul ritiro delle truppe ex-sovietiche dalla Polonia. *R* nr 120 (23 V), *Politica estera*, s. 15.

swobodnego kształtowania (ze względu na ogólnie rzecz biorąc słabą znajomość realiów politycznych i społecznych naszej części Europy) obrazu Polski we Włoszech. Jego oceny sytuacji politycznej Polski nie są zbyt optymistyczne. Widać to np. w korespondencjach dotyczących przesileni rządowych w naszym kraju w okresie czerwca–lipca. Już w końcu maja wysłannik *La Repubblica* donosił, iż prezydent Wałęsa ogłosił wotum nieufności dla rządu Jana Olszewskiego. Włoski korespondent odnotował przede wszystkim zarzuty „nieodpowiedzialnej polityki zagranicznej” oraz „braku współpracy między rządem a prezydentem”. Ze swej strony wyjaśniał, iż Olszewski miał bojkotować porozumienia z Moskwą, a ponadto to właśnie ludzie premiera oskarżyli szefa polskiej dyplomacji, iż przez wiele lat był współpracownikiem policji politycznej. Dla korespondenta *La Repubblica* nie to było jednak najważniejsze, przyczynę kryzysu widział w paraliżu procesu reform ekonomicznych, w słabości rozdrobionego Sejmu (nawet dla Włochów 29 partii w parlamencie to stanowczo za dużo), w niemożności funkcjonowania mniejszościowego w istocie rządu, wreszcie w stałych konfliktach personalnych między rządem a prezydentem. W dniu 4 czerwca jedynie krótka notka agencyjna donosiła o tym, iż „leader” rolników może być polskim premierem; sam opis nocnego posiedzenia Sejmu, w czasie którego obalono rząd Olszewskiego, znalazł się w dniach następnych. W korespondencji z 6 czerwca autor jej wskazuje przede wszystkim, iż nowy młody polski premier (tj. szef PSL Waldemar Pawlak) nie należał nigdy do „Solidarności”, zaś dotychczasowy szef rządu Jan Olszewski odsunięty został „w klimacie wielkiego napięcia, wśród gróźb, wyzwisk, ciosów poniżej pasa”. Ale nawet i tym razem włoski korespondent nie omawia szczegółowo kwestii „agentów” i „teczek”, przypomina jedynie, iż w parlamencie pojawiły się listy „rzekomych agentów i współpracowników tajnej policji komunistycznej”. Benetazzo woli własny komentarz, w którym tak oto podsumowuje okres rządu Olszewskiego: „W ciągu 5 miesięcy Olszewski stracił 3 ministrów finansów i nie zdołał przeprowadzić żadnej istotnej ustawy, zablokowany w wyniku starcia między nacjonalizmem, nieufnością wobec kapitału zagranicznego, napięciami społecznymi, presją Kościoła”. Wskazuje Benetazzo na „destruktywną” rolę ZChN („Unione cristiana”), partii sprzeciwiającej się zwłaszcza poszerzeniu koalicji o ugrupowanie byłego premiera Mazowieckiego. Benetazzo tak 6 czerwca, jak i 2 oraz 3 lipca był przekonany, iż jeżeli Pawlakowi nie powiedzie się misja sformowania rządu, to jedynym wyjściem będą nowe wybory, te zaś odbyłyby się przy masowej absencji i w rezultacie w Polsce mogłaby zostać otwarta droga do rozwiązań typu autorytarnego. Dla włoskiego dziennika absolutnym zaskoczeniem było wyjście z polskiego kryzysu rządowego, tj. nominacja dla Hanny Suchockiej i szybkie utworzenie jej rządu. Zaskoczeniem też było i to, że premierem Polski będzie odtąd kobieta „di bell’aspetto”, elegancka i wykształcona¹⁰.

¹⁰ P. Benetazzo: Waleśa „licenzia” il premier in Polonia, governo in bilico „Olszewski non ha più la mia fiducia”. Dopo duro contrasto il presidente ritira il sostegno all’esecutivo di minoranza. *R* nr 123 (27 V), *Politica estera*; P. Benetazzo: Waleśa sceglie subito il premier. Il giovane leader dei contadini affronta la crisi polacca. Pawlak designato mentre Olszewski estromesso accusa in tv il presidente di trame autoritarie.

Należy pamiętać, iż znajomość realiów politycznych Polski od dawna była we Włoszech dość słaba. Powierzchniowo tylko zmieniło ją zainteresowanie w okresie lat 1989–1990. W „pamięci kolektywnej” pozostało niewiele postaci, raczej symbolizujących pewne idee czy ugrupowania polityczne, aniżeli mających wiele wspólnego z rzeczywistymi, a więc i zmieniającymi swe poglądy politykami. Spośród postaci z polskiej sceny politycznej znani są we Włoszech bez wątpienia gen. Jaruzelski, Lech Wałęsa, Tadeusz Mazowiecki oraz w dużo mniejszym stopniu Bronisław Geremek. *La Repubblica* zawsze z dużym zrozumieniem traktowała politykę gen. Jaruzelskiego; krytykując represje stanu wojennego uzasadniała wprowadzenie tegoż stanu wyższymi względami geopolitycznymi. Dowartościowana została też przez to włoskie pismo rola gen. Jaruzelskiego w okresie przemian 1989 roku (Okragły Stół *La Repubblica* określiła wręcz jako „zwycięstwo generała”!). Z kolei Lech Wałęsa był postrzegany z jednej strony jako robotniczy przywódca wielkiego i bohaterskiego związku zawodowego „Solidarność”, z drugiej zaś w płaszczyźnie politycznej wypominano mu ciągoty populistyczne. Obraz Wałęsy–populisty, skłonnego do rozwiązań autorytarnych, a także antysemitę, utrwalił się w okresie kampanii prezydenckiej w 1990 roku. *La Repubblica* stosowała wówczas bardzo uproszczony schemat konfliktu w Polsce: między populistą Wałęsą a „Europejczykiem” Mazowieckim. Rzecz ciekawa, iż schemat ten, czego dowodzą teksty omówione wyżej, utrzymał się we Włoszech do dziś. W rezultacie zarówno konflikty między prezydentem a premierem w okresie rządu Olszewskiego, jak i same dramatyczne wydarzenia nocy 4 czerwca 1992 roku były w dużej mierze dla włoskiej prasy, a co za tym idzie i dla włoskiej opinii publicznej, niezrozumiałe. „Dekomunizacji” i „teczkom” oraz „agentom”, tak żywo w Polsce dyskutowanym poświęcano w gruncie rzeczy niewiele miejsca¹¹. *La Repubblica* niemal bez przerwy podkreślała natomiast „groźbę” autorytarnego zwrotu w Polsce, z Wałęsą w roli dyktatora. W tym kontekście widzieć też należy wiadomości z Polski o możliwości ponownego wprowadzenia cenzury w mediach¹². Wariant z powierzeniem misji formowania rządu Waldemarowi Pawlakowi uznano za bardzo interesujący, i charakterystyczny był osąd, iż jest to właśnie wstęp do owego autorytarnego zwrotu. Stąd niespodzianka, jaką było powierzenie funkcji premiera Hannie Suchockiej. Popieranie aspiracji „feministycznych” jest jednym z kanonów kultury politycznej środowisk związanych

R nr 131 (6 VI), *Politica estera*, s. 13; (p.b.): Sempre piu grave la crisi in Polonia. Fallisce il tentativo del leader contadino di formare un governo. Walesa temporeggia. R nr 154 (3 VII), *Politica estera*, s. 14; Una donna premier in Polonia? La proposta per sbloccare la crisi. Una mini-coalizione indica a Walesa la signora Hanna Suchocka. R nr 156 (5–6 VII), *Politica estera*, s. 13; Polonia, una donna alla guida del paese. Walesa approva il governo Suchocka. R nr 159 (9 VII), *Politica estera*, s. 17.

¹¹ Tematykę dekomunizacji można dostrzec w krótkich tekstach opartych na doniesieniach agencyjnych. Problem sam nie był traktowany nigdy jako pierwszoplanowa kwestia natury politycznej. Wspomniane noty agencyjne to: Solidarnosc vuole mettere fourlegge il comunismo. Proposta in Parlamento. R nr 109 (10–11 V), *Politica estera*, s. 18; La chiesa polacca „Via i rossi”. Chiesta un’epurazione. R nr 144 (21–22 VI), *Politica estera*, s. 14.

¹² A Varsavia il Parlamento vuole ripristinare la censura. Maggioranza a favore di controlli sulla stampa. R nr 165 (16 VII), *Politica estera*, s. 14; a także krótka notka odwołująca się do epizodu w czasie festiwalu w Sopocie: Polonia, canzone rap innervosisce il presidente Walesa. R nr 200 (1 IX), s. 12.

z *La Repubblica*. Polska była zaś zawsze postrzegana jako kraj, w którym kobiety mają mało lub nie mają nic do powiedzenia. Oczywiście decydującą rolę miał w tej mierze odgrywać wpływ Kościoła katolickiego. W przypadku Hanny Suchockiej sytuację wyjaśniało jej usytuowanie po stronie Kościoła, zwłaszcza w kwestiach aborcyjnych¹³.

4. Katolicyzm – nacjonalizm – antysemityzm

W 1992 roku *La Repubblica* mniej pisała o dominacji Kościoła w życiu politycznym i społecznym w naszym kraju. Owa dominacja, podobnie jak „polski antysemityzm”, jak się wydaje, stały się czymś oczywistym w ocenie Polski. Choć więc informacji o roli politycznej polskiego Kościoła było niewiele, to jakże jest charakterystyczne, iż tylko w jednym z analizowanych numerów pisma artykuł dotyczący Polski znalazł się w zapowiedziach na pierwszej stronie. Rzecz związana była z aborcją, a konkretnie z wprowadzeniem w życie Kodeksu etyki lekarskiej, określone przez włoski dziennik jako „Zakaz aborcji w Polsce”¹⁴. Obraz Polski jako kraju katolickiego pojawił się ponownie w bardzo dramatycznych okolicznościach, tj. w dniach, kiedy papież Jan Paweł II musiał poddać się poważnej operacji chirurgicznej. Rzymski w końcu dziennik, jakim jest *La Repubblica*, poświęcał na bieżąco temu dramatycznemu wydarzeniu pierwsze kolumny (pod hasłem: *Il Papa in ospedale*). W opisie tych wydarzeń, obok szczegółowej analizy choroby Papieża, znalazło się też miejsce na podkreślenie modlitw polskich pielgrzymów na placu Św. Piotra (modlą się za zdrowie „ich” Papieża), a samą modlitwę kończył polski hymn kościelny, jak zapisała dziennikarka: *Boze cos Polske, czyli po włosku: Dio tu che ci aiuti a salvare la Polonia*¹⁵.

Innym bardzo schematycznym ujęciem realnych problemów społeczno-politycznych w Europie Wschodniej, w tym i w Polsce, jest traktowanie nacjonalizmu i antysemityzmu. Widoczne ono jest przy tym w bardzo różnych formach dziennikarskich: w komentarzach redakcyjnych, w tekstach o charakterze publicystycznym, w reportażach, w recenzjach czy wreszcie w „umiejętnym” wykorzystaniu doniesień agencji prasowych. I tak 25 marca w komentarzu redakcyjnym Alberto Cavallariego zostaje postawiona teza, której publicyści *La Repubblica* pozostają zawsze wierni. Autor zastanawiając się nad

¹³ Por. wymowę reportażu, który ukazał się w tygodniku *Panorama* i w którym negatywnie oceniano zarówno prezydenta Wałęsę, jak i premier Hannę Suchocką. Tekst ten napisany jest zresztą z wyjątkowo złą wolą: C. R o s s e l l a: Sconcerto il Varsavia. Polonia. Diario da una Paese in crisi, *Panorama*, nr 1379 (20 IX 1992), s. 114–117.

¹⁴ P. B e n e t a z z o: On Polonia proibito l'aborto. Oggi entra in vigore il nuovo codice etico professionale. Medici schierati con la Chiesa. *R* nr 104 (5 V), s. 1. Tytuł samej korespondencji brzmi: Aborto fuorilegge in Polonia. Il codice deontologico di medici sposa le dure posizioni della Chiesa, s. 11 (rubryka *Politica estera*).

¹⁵ D. l a R o c c a (o.r.l.): „Dio salvi il nostro pontefice”. Oggi 5000 polacchi pregano a San Pietro. *R* nr 164 (15 VII), *Il Papa in Ospedale*; s. 4 oraz A. L o n g o: Quei polacchi soli a San Pietro. Erano quasi quattromila. Hanno pregato per il „loro” pontefice e contro l'aborto. La messa celebrata da 83 sacerdoti, *R* nr 165 (16 VII), s. 2.

sytuacją Europy po zakończeniu zimnej wojny, stwierdza, iż „zwycięzeni” w tej wojnie, czyli wszystkie kraje Europy Wschodniej, obecnie się „okcydentalizują”. Proces ten polegać ma z jednej strony na wchłonięciu Niemiec Wschodnich przez RFN, na zamiarach stowarzyszenia się Polski, Węgier i Czechosłowacji z EWG. Z drugiej jednak strony w całej Europie Wschodniej pojawiły się tendencje nacjonalistyczne i antysemickie. O nateżeniu nastrojów antysemickich świadczyć miało np. sprofanowanie cmentarza żydowskiego we Wrocławiu (w kwietniu) przez grupę polskich skinheadów, pojawienie się jako bestsellera „Mein Kampf” Adolfa Hitlera (autorka swoistej recenzji, pytając o przyczyny popularności tej „książki”, sądzi, iż są nimi: „Ciekawość związana z dotychczasowymi zakazami cenzury”, a także „dość duża doza masochizmu”, jaki wykazali w tej kwestii Polacy. To ostatnie tłumaczy tym, iż przecież Hitler wykazywał w swej „ewangelii nazizmu”, iż Słowianie należą „do rasy niższej”¹⁶. O powrocie tendencji nacjonalistycznych, a zwłaszcza antysemityzmu, pisze obszernie wspomniany już korespondent *La Repubblica* w Europie Wschodniej przedstawiając wyniki obrad międzynarodowego sympozjum zorganizowanego w maju w Pradze przez „Franz Kafka Society”. Na tym sympozjum omawiano właśnie kwestię odrodzenia się antysemityzmu w Europie Wschodniej i Środkowej. Zdaniem autora tekstu, uczestnicy sympozjum mieli dojść do wniosku, iż antysemityzm nadal jest bardzo żywy w takich krajach jak: Polska, Rumunia, Słowacja i Austria, w mniejszym natomiast stopniu dotyczyć ma Węgier, Czech i Moraw. Tak czy inaczej: „Obsesja czystości etnicznej i religijnej obecna jest w całym tym regionie”¹⁷. Charakterystyczne było to, iż tego typu wiadomości podawała *La Repubblica* nieśtychanie chętnie w pierwszej połowie 1992 roku. Zmieniło się to w obliczu fali nazizmu i rasizmu, posługującego się bardzo gwałtownymi metodami, jaką odnotowano już w okresie wakacji najpierw w Niemczech, a później także i we Włoszech. W Rzymie oraz w innych miastach włoskich doszło nie tylko do profanacji symboli żydowskich, ale wręcz do starć między włoską mniejszością żydowską a włoskimi skinheadami. Wydarzenia z drugiej połowy roku oczywiście nie zmieniły w żaden sposób uproszczonego podejmowania tematyki nacjonalizmu i antysemityzmu w Europie Środkowo-Wschodniej. Schematy te są doskonale uwidocznione w cyklu reportażu, jakie Edgardo Bartoli zamieścił po podróży do krajów bałtyckich. Najbardziej zdumiewające są jego wrażenia z Wilna. Oczywiście włoski dziennikarz opisuje miasto Vilnius (innych nazw na określenie tego miasta we Włoszech się nie używa), ale traktuje je w bardzo specyficznym kontekście historycznym, jako miasto pełne pamiątek kultury żydowskiej. Przypominając, iż dawne państwo litewskie („antico Stato lituano”) dochodziło aż do Morza Czarnego, stwierdza, iż stało się ono także celem migracji wielu

¹⁶ Polonia, gruppo di skinhead profana un cimitero ebraico. Distrutte 40 tombe. La polizia arresta 20 giovani. *R* nr 82 (8 IV), *Politica estera*, s. 23 oraz *P. S o r g e*: Hitler ritorna a Varsavia. Il „Mein Kampf” diventa un bestseller, *R* nr 107 (8 V), *Cultura*, s. 39.

¹⁷ *P. B e n e t a z z o*: Ritorna l'antisemitismo. Diminuiscono gli ebrei nel Centro Europa ma cresce l'intolleranza nei loro confronti. I dati di una preoccupante indagine in Romania, Polonia, Slovacchia e Austria. *R* nr 124 (28 V), *Politica estera*, s. 16.

Żydów. W rezultacie, pisze Bartoli, jeszcze na początku XX wieku Żydzi stanowić mieli 45% ludności Wilna. Wspomina wprawdzie, iż po I wojnie światowej stolica Litwy „okupowana była przez Polaków marszałka Piłsudskiego”, to nadal jednak inteligencja mówiła językiem jidysz, natomiast język polski używany był przez szlachtę („polacco parlato dai signori”). Dzisiejsza Litwa, mimo przynależności do ZSRR, zachowała swój charakter narodowy oraz identyfikujący ten charakter religię katolicką. Stracić natomiast miała dawne struktury społeczne, tj. inteligencję i kupiectwo żydowskie, polską arystokrację i litewską burżuazję. W zakończeniu powołując się na uczonego rosyjskiego pochodzenia żydowskiego (mieszkającego przy tym w Estonii) Bartoli wyraża opinię, iż tak czy inaczej przyszłość współczesnej Litwy będzie związana z Rosją, z tą Rosją, która tak jak państwo Katarzyny II jest już „krajem całkowicie europejskim”¹⁸.

Przytaczając powyższy tekst nie chcę się wdawać w polemikę z jego tezami, albowiem opierają się one na z gruntu błędnych przesłankach. Warto mieć jedynie na uwadze, iż tego typu schemat funkcjonuje w opiniotwórczych środkach przekazu w Europie Zachodniej. Nie zmienia tego w żaden sposób fakt, iż przyczyną takich opinii jest brak elementarnej wiedzy historycznej i znajomości aktualnych uwarunkowań społeczno-politycznych.

5. Problemy społeczne i gospodarcze

Polska postrzegana bywa nie tylko jako kraj „reakcji katolickiej”, kierujący się instynktami nacjonalizmu i antysemityzmu, ale także jako państwo często wstrząsane protestami społecznymi. *La Repubblica* oczywiście jest w zgodzie z tą linią podtrzymywaną i przez inne środki masowego przekazu. Charakterystyczne było jedynie to, iż w okresie gorącego „polskiego lata” zbyt wiele uwagi polskim strajkom nie poświęcano. Wyjątkiem były dość liczne doniesienia na temat strajku w FSM Tychy, ale to oczywiście związane było z włoskim zainteresowaniem tym strajkiem. Ekspansja Fiata w Polsce śledzona była bowiem uważnie przez włoską prasę. I przy tej okazji we włoskich dziennikach i tygodnikach pojawiały się teksty operujące bardzo schematycznymi ujęciami. Ilustracją takiego podejścia może być reportaż autorstwa Włodka Goldkorna opublikowany na łamach *L'Espresso*, tygodnika notabene intelektualnie i personalnie blisko powiązanego z *La Repubblica*. W tekście tym znajdują się na przykład sformułowania: „Wybór przez Fiata szarych Tych na miejsce produkcji cinquecento był rewolucją, która wręcz zdumiała połowę Polski”. Samochód ten mają zaś produkować byli górnicy, których kopalnie zamyka się z powodu recesji (nadeszła ona wraz z końcem komunizmu); ciż górnicy, zmar twieni swym losem, „zaczęli spędzać swe chłodne wieczory w restauracjach (nelle taverne), gdzie pili wódkę”. W końcu górnicy dochodzili do wniosku, iż

¹⁸ E. Bartoli: Il miraggio capitalista della nuova Lituania. Dopo la libertà voglia di passato e futuro incerto. R nr 122 (26 V), I Baltici verso l'Europa, s. 21.

wszystko to jest „winą Żydów”. Zjawienie się Fiata w Tychach oznaczało szok: „przede wszystkim estetyczny”. Nowa fabryka także nie przypominała niczego, co znane byłoby mieszkańcom Tych wcześniej: „hale nowe, oświetlone, czyste”, słowem zastrzyk nowoczesnej technologii w „zacofanym regionie”¹⁹. Sam tekst Goldkorna jest niespójny, kończy się bowiem opisem pozytywnych przemian ekonomicznych, wprowadzie z warszawskiego punktu widzenia. Niemniej jednak wymowa pierwszej części reportażu była oczywista: wejście Fiata do Polski to dobrodziejstwo dla jej ekonomii i dla polskich robotników. Nic więc dziwnego, iż z zaskoczeniem przyjęto we Włoszech długotrwały strajk w FSM w Tychach. Relacjonowano go dokładnie, aczkolwiek – tak samo jak na łamach *La Repubblica* – podkreślano, iż Fiat nie jest jeszcze stroną w sporze. Zainteresowanie wywołało też rozwiązanie problemu, tj. misja mediacyjna biskupa katowickiego²⁰. Możliwości inwestowania w Polsce, przykład działań w tym zakresie podejmowanych przez koncern kierowany przez Gianniego Agnellego stanowią mimo wszystko element pozytywny obrazu Polski we włoskich środkach przekazu. Autorytet Agnellego jest bardzo duży, tak więc jego decyzja o inwestowaniu w Polsce daje do zrozumienia, iż kraj ten nie znajduje się na całkowicie straconej pozycji.

Inny obraz wyłania się z tekstów opisujących sytuację finansową Polski. W artykułach tych nie ma prawie żadnych optymistycznych akcentów, są one całkowicie zgodne z tendencją ukazywania Europy Wschodniej jako świata niestabilnego, niepewnego, od którego można oczekiwać jedynie sygnałów kryzysowych i którego w rezultacie należy się obawiać²¹.

Pamiętać w tym kontekście należy, iż obraz Polski we Włoszech kształtowany jest nie tylko przez doniesienia prasy, radia i telewizji; Włosi mieli, a uważają, iż mają nadal do czynienia z polską emigracją zarobkową. Niestety tej emigracji było zaangażowanie się w tzw. prace brudne i poniżające (np. osławieni „lavavetri”, czyli zmywający szyby samochodów na skrzyżowaniach rzymskich ulic). Specyficznie też przeciętny Włoch traktuje Polki, kojarzące mu się z „blondynkami o niebieskich oczach”, których względy stosunkowo łatwo zdobyć. Nic więc dziwnego, iż tego typu schemat funkcjonuje we włoskiej prasie na kolumnach poświęconych wydarzeniom obyczajowym i kryminal-

¹⁹ W. G o l d k o r n: Quella macchina e un miracolo, *L'Espresso*, nr 1, Anno XXXVIII, s. 56–58.

²⁰ Na temat inwestycji Fiata w Polsce opublikowane zostały artykuły autorstwa S. T r o p e a: L'industria alla conquista dell'Est. La Fiat in Polonia provatizza la FSM con 2.400 miliardi. Ieri la firma per l'acquisto del 90% della fabbrica di Bielsko Biala, che da lavoro a 18 mila persone e già produce la 500. *R* nr 118 (21 V), *Economia*, s. 43; Tegoż autora: La „lunga marcia” della Fiat all'Est. Agnelli firma per la polacca Fsm ma in Italia e polemica. *R* nr 125 (29 V), *Economia*, s. 45; G. G. L o n a r d i: Fiat Cinquecento „ingolfata” dall'autunno caldo polacco? E Walesa lancia un appello ai sindacati. Da Varsavia a Tychy ondata di scioperi contro privatizzazioni, carovita e stranieri. *R* nr 189 (19 VIII), *Economia*, s. 44. O interesującej polemice biskupów piemonckich zarzucających Fiatowi inwestycje poza Piemontem (a więc także i w Polsce) pisał R. d e G e n n a r o: „La Fiat ci abbandona”. Preoccupato allarme dei vescovi piemontesi. La conferenza episcopale avanza critiche per le scelte produttive al sud e all'estero. *R* nr 214 (17 IX), *Economia*, s. 48. Problemowi „ekspansji Fiata na Wschodzie” poświęcone były też wiadomości agencyjne, które *La Repubblica* publikowała w nrze 82 (8 IV), s. 47; nr 188 (18 VIII), s. 42; nr 213 (16 IX), s. 47.

²¹ E. P o l i d o r i: L'allarme della Banca europea „A Est il mercato non decolla”. Secondo la Bers le riforme procedono troppo lentamente. *R* nr 89 (16 IV), *Politica estera*, s. 13 oraz teżte autorki: Banca di Polonia, una donna guida il risanamento. Governatore in gonnella a Varsavia (tekst poświęcony postaci prezesa NBP Hanny Gronkiewicz-Waltz). *R* nr 93 (21 IV), *Economia*, s. 51.

nym²². Rzecz jasna, tego typu stereotypowe, schematyczne spojrzenie jest obecne i w polskich mediach, gdy piszą o Włochach, a także o państwie włoskim. Italia jest kojarzona z kilkoma zaledwie zjawiskami, wśród których główne miejsce zajmuje chyba sycylijska mafia.

6. Kultura

Przez całe dziesięciolecie wydawało się, iż polska kultura, polski film czy też literatura piękna pełnić mogą funkcję zastępczą w propagowaniu obrazu Polski na świecie. Moim zdaniem jest to stanowisko słuszne jedynie w części. Owszem, we Włoszech doskonale znane są – aczkolwiek w ograniczonym kręgu odbiorców – nazwiska i dzieła Tadeusza Kantora, Andrzeja Wajdy, Krzysztofa Zanussiego czy ostatnio także Krzysztofa Kieślowskiego. Nie znaczy to jednak, iż polska kultura jest w obiegu powszechnym, tematyka polska rzadko jest obecna w recenzjach, dyskusjach prasowych czy prezentacjach telewizyjnych. Akcenty polskie pojawiały się na łamach *La Repubblica* dosyć przypadkowo. Dotyka na przykład spraw polskich czy raczej kompleksu zagadnień stosunków niemiecko-polskich wywiad z Günterem Grasssem, połączony z prezentacją jego ostatniej książki. Grass powiedzieć miał zaś Vannie Vannuccini, że „Jest fałszem utrzymywać, iż były to dawne regiony niemieckie, ale tak samo fałszem są twierdzenia Polaków, iż odzyskali oni pradawne ziemie polskie”. I dalej: „Dzisiaj mówi się o pojednaniu niemiecko-polskim, ale pojednania tego jeszcze nie ma”. Vannuccini przedstawia również treść ostatniej powieści Grassa, zauważa, iż w jej tle są takie wydarzenia polityczne jak: unia monetarna w Niemczech, decyzja o zjednoczeniu Niemiec, rywalizacja Wałęsy i Mazowieckiego, wojna w Zatoce, przejawy ksenofobii, problemy emigracji i imigracji²³. Na wysoki stopień nieporozumienia, różnic między kulturami krajów należących niegdyś do strefy wpływów ZSRR wskazuje też relacja z sympozjum, które odbyło się podczas Salone del Libro w Turynie (w maju 1992). Na wstępie krótkiego tekstu zacytowana została opinia, jaką w trakcie obrad (poświęconych tematowi: „Letterature dell’Est: nuove frontiere per nuovi confini”) zaprezentował Gustaw Herling-Grudziński. Jeden z najwybitniejszych pisarzy polskich, mimo iż stale mieszkający w Neapolu, w samych Włoszech jest znany raczej w kręgach slawistów, mniej zaś szerszej publiczności. Według autora artykułu Herling podczas turyńskiego sympozjum miał stwierdzić tak: „Wierzę, iż nie ma już większego sensu mówienie dzisiaj o literaturze Wschodu Europy. Przed upadkiem komunizmu Zachód spoglądał na fenomen dysydentów i wywodził z niego wyobrażenie jednolitości, w taki sposób, iż zdawało się, że nie

²² Artykuły omawiające proces apelacyjny polskiej „tancerki” Kathariny ukazały się w *La Repubblica* w następujących numerach: 145 (23 VI), Cronaca, s. 22; 151 (30 VI), Cronaca, s. 22; 152 (1 VI), Cronaca, s. 17; 153 (2 VII), Cronaca, s. 21. Podobny aspekt miała też inna notatka agencyjna, przedstawiająca jako swoistą „ciekawostkę” problem prostytucji w Polsce: *Entusiasmo in Polonia per l’ambulanza „a luci rosse”*. *R* nr 153 (2 VII), Cronaca, s. 21.

²³ V. Vannuccini: *Tamburri di guerra. Intervista a Günter Grass*. *R* nr 110 (12 V), *Cultura*, s. 35.

istnieją granice między narodami i że literatura została w pewien sposób zunifikowana przez totalitaryzm, przez represje. Ale dzisiaj sytuacja się zmieniła, dzisiaj są tylko pisarze niemieccy, polscy, czescy, węgierscy. I właśnie dlatego należy rozpocząć rozmowę o literaturach narodowych". Włoski dziennikarz (Antonio Gnoli) absolutnie nie zrozumiał intencji Herlinga, albowiem wypowiedź ta oznaczała dla niego tylko tyle, iż „jest to jedno z wielu potwierdzeń nacjonalizmu, który z polityki przeszedł w dziedzinę kultury”. Równocześnie opinii Herlinga przeciwstawił pogląd reprezentanta eks-Jugosławii – Matvejevića, który „podkreślił trudności, również psychologiczne, w zaakceptowaniu nowych granic”²⁴.

Traktowanie Polski jako integralnej części imperium sowieckiego dotyczy zresztą nie tylko problemów politycznych czy ideologicznych, nie jest związane jedynie z niezrozumieniem specyficznej roli polskiej literatury pięknej. Owo umieszczanie Polski, jej spraw, w kontekście mitycznego, ale ciągle „jednolitego” Wschodu Europy charakterystyczne jest również dla produktów tzw. kultury masowej. Kto wie zresztą, czy to nie jest groźniejsze dla podtrzymywania tego całkowicie zafałszowanego obrazu Polski. Przykładem może być recenzja z książki Luigi Bisignaniego zatytułowanej „Nostra signora del KGB”. Bisignani określony został przez Corrado Augiasa, autora recenzji w *La Repubblica* jako „włoski Ken Follett”. Treścią książki są intrygi międzynarodowe oraz historie szpiegowskie z KGB w roli głównej. Problem w tym, iż akcja dzieje się głównie w Polsce, a następnie w... Watykanie. Bohaterem jest młody Polak o nazwisku Jan Korek, który w okresie reżimu komunistycznego „marzył o lepszym jutrze dla swego kraju”. Wskutek tych marzeń był prześladowany przez policję, musiał zejść do podziemia, ale w efekcie upadku komunizmu w 1989 Korek ze wspomnianego „podziemia” wspiął się na szczyty hierarchii społecznej. Bohater nadal wiele ryzykuje, gdyż nadal żywe są pozostałości dawnego reżimu. Z Polski akcja przenosi się następnie do Watykanu (tam toczy się „un gioco senza pietà e senza morale”), w końcu dobro triumfuje nad złem²⁵.

Wydarzenia roku 1989 zmieniły bez wątpienia wiele w scenerii europejskiego życia politycznego, społeczno-gospodarczego, wreszcie pozwoliły w nowy sposób spojrzeć na problemy kultury europejskiej. Nadal jednak pozostają dawne przyzwyczajenia i to nie tylko po stronie państw i społeczeństw należących do tzw. dawniej „bloku wschodniego”. Świat był o wiele łatwiejszy do ukazania i do rozumienia, gdy podział wydawał się jasny i prosty, między „imperium dobra” a „imperium zła”. Zmiany, do których doszło w ostatnich latach, z jednej strony wywołały nadzieję na pokonanie wieloletnich już podziałów, z drugiej zaś spowodowały niepokój, obawy przed „obcymi”. Na łamach *La Repubblica* wyraźnie przeważają łatwe schematy myślowe, częsta jest niekonsekwencja, wynikająca także z mniejszego w gruncie rzeczy zainteresowania aktualnymi problemami krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Stałe pozostają

²⁴ A. Gnoli: *Alla fiera dell'Est*. *R* nr 120 (23 V), *Cultura*, s. 37.

²⁵ C. Augias: *Ma il Kgb colpisce ancora. Il nuovo romanzo di Luigi Bisignani*. *R* nr 70 (25 III), *Cultura*, s. 36.

staje w gruncie rzeczy zainteresowanie wydarzeniami w Rosji. W mniejszym stopniu przedstawiane są problemy innych krajów powstałych po rozpadzie Związku Sowieckiego, choćby takich jak Ukraina.

Spośród krajów Europy Środkowej faworytami takich pism jak *La Repubblica* były do niedawna Czechosłowacja i Węgry. Nie na darmo sztandarową postacią i symbolem przemian w Europie Środkowej był Vaclav Havel (wbrew pozorom nie był takim symbolem Lech Wałęsa). Sytuację skomplikował rozpad Czechosłowacji. Charakterystyczne tu jednak jest przypisywanie przez włoski dziennik winy za to wydarzenie tylko stronie słowackiej.

Wydaje się jednak, że brakuje także inicjatywy ze strony krajów, takich jak Polska, którym powinno zależeć na tym, by na łamach najważniejszych pism opiniotwórczych ukazywał się jak najkorzystniejszy ich obraz. To oczywiście nie może w żaden sposób oznaczać taniej propagandy, ale chodziłoby tu o wysiłek na rzecz przekonania wspomnianych opiniotwórczych środowisk, iż sytuacja polityczna czy społeczno-ekonomiczna na obszarze Europy Środkowo-Wschodniej jest o wiele bardziej skomplikowana, niż tymże środowiskom to się wydaje. Sądzić należy, iż wówczas byłoby mniej tego typu opinii, jakie pojawiały się w 1992 roku na łamach jednego z największych włoskich dzienników, tj. na łamach rzymskiej *La Repubblica*.

VLADIMIR HOLINA

O SYSTEMIE ŚRODKÓW KOMUNIKACJI MASOWEJ W SŁOWACJI

Pierwszego stycznia 1993 roku na południowej granicy Polski powstało nowe państwo – Republika Słowacka, która ma 5 274 000 obywateli i zajmuje 49 014 km². Jej granica z Węgrami ma długość 679 km, z Polską – 570 km, z Republiką Czeską 220 km, z Austrią – 106 km, a z Ukrainą – 98 km.

Podział Czecho-Słowacji spowodował powstanie nowej sytuacji także w dziedzinie środków komunikacji masowej. Rząd Federalny miał w kompetencji – współdziałając z republikańskimi rządami czeskim i słowackim – określenie zasad polityki informacyjnej, nowelizowanie przepisów dotyczących prasy, radia, telewizji i agencji prasowych, zakładanie i nadzorowanie instytucji wydawniczych, radiowych i telewizyjnych oraz agencji prasowych.

Dyskusje nad kompetencjami republik w różnych dziedzinach były jednym ze zwiastunów podziału państwa. Właśnie środki komunikacji masowej były jedną z dziedzin, gdzie nie znaleziono zadowalającego rozwiązania. Organy federacyjne broniły swoich uprawnień: nie chciano się na przykład zgodzić na to, by federalne radiowe i telewizyjne programy tworzone były wspólnie przez Słowacką i Czeską Telewizję, Słowackie i Czeskie Radio (wszystkie te instytucje powstały w ciągu 1992 roku jako instytucje publicznoprawne zgodnie z prawem obu republik). Czecho-Słowacka Telewizja i Czecho-Słowackie Radio przetrwały aż do końca jako instytucje państwowe. W bardziej skomplikowanej sytuacji znalazła się czecho-słowacka agencja prasowa (ČTK), która była agencją państwową w kompetencji federacji, ale ČTK Republiki Słowackiej w rzeczywistości działała tylko dla Republiki Czeskiej. W praktyce oznaczało to opracowywanie serwisu agencji zagranicznych w Pradze, a słowackim użytkownikom pozostawało tłumaczenie wiadomości z języka czeskiego w Bratysławie. Wyboru i dystrybucji materiałów dla zagranicy także doko-

nywano w Pradze. Instytucje federalne komunikacji masowej przestały istnieć w świetle prawa 31 XII 1992.

Niezadowolone z istniejącego stanu dotyczyło nie tylko sfery formalno-prawnej i konsekwencji, ale głównie – i to od dłuższego czasu – miało swoje przyczyny w zawartości treściowej. Szczególnie wyraźnie przejawiały się one przed wyborami do parlamentu w 1992 r. Federacyjny program telewizyjny F1, a także federacyjna rozgłośnia radiowa Czecho-Słowacja włączyły się do kampanii przedwyborczej, przekraczając granice dopuszczalne przez prawo wyborcze. Kompromitowano i dyskredytowano w nich przedstawicieli ówczesnej opozycji słowackiej, partii opozycyjnych, bezkrytycznie preferowano profederacyjne poglądy (czytaj: poglądy, które nie dopuszczały do reformy istniejącego państwa lub idee konfederacyjne), ignorowano poglądy opozycji na Słowacji, która już wówczas według badań opinii publicznej miała poparcie istotnej części społeczeństwa, co potem potwierdziły wybory.

Sprawdziła się też teza o związku między systemem politycznym i informacyjnym, próba wykorzystania mediów przez struktury polityczne na swoją korzyść. W dziedzinie wydawania prasy periodycznej już w latach federacji istniały dwa niezależne subsystemy – prasa wydawana na Słowacji i prasa wydawana w Czechach, które tylko nieznacznie wywierały wpływ na rynek sąsiedniej republiki. Na przykład wśród dzienników rozpowszechnianych na Słowacji było tylko 1,8 % czeskich tytułów, jeszcze bardziej niekorzystnie przedstawiała się dystrybucja słowackich dzienników w Republice Czeskiej, mimo iż na jej terenie żyje 166 000 Słowaków. Również przed listopadem 1989 próby wprowadzenia na rynek słowacki mutacji czeskich dzienników (*Rudé Právo*) nie przyniosły sukcesu. W pewnym sensie w odrębnej sytuacji były niektóre czasopisma, głównie rozrywkowe i kobiece, rozprowadzane wspólnie w nakładzie kilku tysięcy egzemplarzy. Jednakże ogółem ilość ta nie była zadowalająca i oficjalnie podnoszono problemy dystrybucyjne. Istniało wszakże kilka „federacyjnych” tytułów czasopism o rzadkiej periodyczności i marginalnym znaczeniu, wydawanych przez instytucje federacyjne.

Po listopadzie 1989 znacznie zmieniły się – i ciągle zmieniają się – ekonomiczne warunki wydawania periodyków. Najpierw zlikwidowano subwencje dla prasy, od 1991 wprowadzono początkowo 22 %, później 11 % podatek od obrotu. Rosły ceny papieru i usług poligraficznych. (Na ten temat pisaliśmy w *Zeszytach Prasoznawczych* nr 3–4, 1991.) System podatkowy i podwyżka cen produkcji miały różne konsekwencje dla dziesięciomilionowego rynku czeskiego i pięciomilionowego rynku słowackiego. W listopadzie 1989 na Słowacji ukazywało się 314 tytułów, w roku 1990 powstało około 200 nowych gazet i czasopism. Ów wzrost liczby wydawanych periodyków był widoczny także w 1991 roku, zanotowaliśmy wówczas 533 tytuły, a w roku 1992 – 697 tytułów. Jednakże nie było to zjawisko jednokierunkowe. Powstawały nowe tytuły, ale i znikwały z rynku, zarówno nowe, jak i niektóre stare tytuły. Zmiany te zilustrujemy porównując prasę codzienną z pozostałymi periodykami słowackimi w latach 1991 – 1992:

rok	dzien- niki	tygod- niki	dwuty- godniki	miesię- czniki	rzadsze periodyki	razem
1991	18	43	36	156	106	359
1992	19	55	31	178	121	404
zlikwi- dowane	1	7	18	38	15	79
nowo powstałe	2	19	13	60	30	124

Powyższe dane świadczą o tym, iż sytuacja na rynku prasowym zmienia się szybko i w najbliższym czasie możemy oczekiwać nowych inicjatyw wydawniczych, ale równocześnie wystąpi sporo niepowodzeń w tego rodzaju działalności.

W odrębnej sytuacji znajduje się prasa regionalna. W 1991 roku ukazywało się 170 tytułów o regionalnym lub lokalnym charakterze, w roku 1992 – już 293 tytuły. Obok powiatowych i zakładowych gazet powstaje nowy typ gazety lokalnej, który nie istniał przed listopadem 1989. Polityka prasowa na Słowacji (podobnie jak i w Czechach) była znacznie zcentralizowana.

W porównywanym okresie doszło ponadto do zmian w strukturze czasopism. Po liberalizacji w wydawaniu periodyków powstały dwie nowe grupy – czasopisma reklamowe i erotyczne. Znacznie wzrosła liczba czasopism społeczno-politycznych, ilustrowanych i rozrywkowych. Najmniejsze zmiany zaszły w przypadku tytułów specjalistycznych i naukowych. ogólnie rzecz biorąc, rozwój wydawanych gazet i czasopism jest wewnętrznie sprzeczny, wzrostowi tytułów towarzyszy spadek przeciętnych nakładów, praktycznie we wszystkich grupach typologicznych.

Zwłaszcza w dziennikach spada całkowity jednorazowy nakład. W 1989 roku na Słowacji 83,1 % dorosłych obywateli czytało regularnie przynajmniej jeden tytuł, obecnie – 72,7 %. Przyczyny tego spadku są przeważnie ekonomiczne. Część obywateli, głównie z przyczyn finansowych, ograniczyła kupowanie prasy. Obecnie 10 % populacji wcale nie czyta prasy codziennej. Są to szczególnie osoby z podstawowym wykształceniem, które żyją w małych wioskach, a także część emerytów. Nowe tytuły z trudnością zdobywają rynek, z wyjątkiem dziennika *Nový Čas*, redagowanego na wzór austriackiej *Neue Kronen Zeitung*. Częściowo spada też popyt na czasopisma. Podczas gdy w roku 1987 czasopisma czytało 96,0 % dorosłej populacji, w roku 1992 zaledwie 89,0 %. Pomimo to najaktywniejsza część czytelników z reguły czyta obecnie więcej tytułów niż dawniej. Największą populacją cieszą się czasopisma ilustrowane, kobiece, telewizyjne i poradnicze. Zmienia się także wewnętrzna struktura czytelników głównie przez wybór nowych tytułów, a także dlatego, że poglądy prezentowane przez niektóre gazety i czasopisma przestały czytelnikom odpowiadać.

Od stycznia 1993 prasa periodyczna znalazła się po raz kolejny w nowych warunkach ekonomicznych. Weszło w życie nowe prawo podatkowe, którego konsekwencji jeszcze nie sposób przewidzieć. Dotychczasowy podatek od obrotu został zastąpiony przez podatek od wartości dodanej (VAT), który objął periodyki 5 –procentowym podatkiem. Na wzrost kosztów wydawniczych prawdopodobnie będą mieć wpływ także inne podatki.

Ponadto wyraźnie wzrosły koszty kolportażu. Od początku 1992 roku monopolistyczna niegdyś instytucja dystrybucyjna „Poštová novinová služba” oddzieliła się od poczty, co podniosło koszty doręczania o około 100 milionów Kčs. Od października 1992 weszły w życie nowe opłaty pocztowe, co podniosło koszty kolportażu o kolejne 100 milionów Kčs. Było to główną przyczyną wzrostu cen gazet i czasopism od 1 stycznia 1993 roku. Średnia cena zwyczajnych wydań dzienników wzrosła z 2,20 Kčs na 3 Kčs. Cena wydań specjalnych — z 2,74 na 4,08 Kčs. Już w poprzednich dwu latach spadł jednorazowy nakład dzienników z 1,3 miliona egzemplarzy do 840 tysięcy. Można spodziewać się, że wprowadzona podwyżka cen, która miała miejsce także w przypadku czasopism, będzie miała negatywny wpływ na rynek prasowy. Równocześnie występuje wyraźny wzrost wydatków na życie w związku z wprowadzeniem nowego prawa podatkowego. Zmniejsza się siła nabywcza obywateli, czego skutki odczuje ponownie także prasa.

W krótkim czasie można spodziewać się zmian w sytuacji prawnej mediów. Przygotowany jest projekt nowej ustawy o środkach komunikacji masowej.

Przed Republiką Słowacką stoi zadanie stworzenia systemu przepływu informacji na Słowacji oraz ze Słowacji za granicę. Stan obecny, gdy informacje korespondentów akredytowanych za granicą jeszcze w czasach CSRF docierają na Słowację za pośrednictwem Pragi, a prasa czeska służy jako źródło informacji, obniża wartość informacyjną rozpowszechnianych wiadomości.

Przełożyła ze słowackiego

Agata Januszova

ELIEZER ALFANDARI

PRZEMIANY W MEDIACH BUŁGARSKICH

W Bułgarii nie ma ustaw regulujących działalność mediów. Prawo prasowe działało do 1946 roku. Następnie zostało ono zawieszone i rolę regulatora, a także cenzury, przejęły uchwały i dokumenty partii komunistycznej, z których wynikały dalsze akty państwowe (najważniejszy z nich to dekret Rady Państwa wydany na podstawie uchwały Biura Politycznego KC KPB z 3, VIII, 1976). W końcu 1989 roku podjęto pierwsze próby wypracowywania nowego prawa prasowego, a w 1991 roku – prawa o radiu i telewizji. Prace nad tymi projektami trwają nadal.

Obecnie państwo nie ingeruje w dziedzinę prasy. Jedynie terenowe władze państwowe są niekiedy wydawcami lub współwydawcami małych gazet lokalnych. Wszystkie pozostałe tytuły są prywatne; wydawają je spółki lub pojedyncze osoby. Taki jest też status gazet partyjnych – ich wydawcami są albo spółki tych partii (np. *Duma* – gazeta socjalistów), albo syndykaty wydawnicze (np. *Demokracja* – gazeta Związku Sił Demokratycznych). W Bułgarii nie ma gazet wydawanych przez organy najwyższych władz państwowych.

W odmiennej sytuacji znajdują się radio i telewizja, które nadal stanowią monopol państwa. Nadzór nad tymi mediami sprawuje parlament, a w szczególności jego specjalna Komisja do Spraw Radia i Telewizji. Na podstawie wniosku tej Komisji parlament zatwierdza obsadę kadrową i budżet radia i telewizji, co w dużym stopniu określa treść i zachowanie tych mediów.

Fakt, że radio i telewizja są finansowane przez budżet państwa – to tylko jeden z podstawowych przejawów tego monopolu. Drugi – to aktualna sytuacja polityczna w Bułgarii. W życiu politycznym i parlamencie występują dwie zasadnicze siły polityczne, co się odbija się też w sytuacji radia, a zwłaszcza telewizji. Np. telewizja posiada dwa programy i każdy z nich odzwierciedla poglądy jednej z tych sił. Jednocześnie się postuluje, by radio i telewizja, pomimo finansowania ich przez budżet państwowy, wyzwoliły się spod opieki władzy ustawodawczej i wykonawczej i same się stały czwartą władzą. Warunkiem urzeczywistnienia tych żądań jest uchwalenie odpowiedniego prawa

o radiofonii i telewizji i powołanie na jego podstawie niezależnej Rady do Spraw Radia i Telewizji.

Mimo braku ustawy o radiofonii i telewizji, władze państwowe w ramach obowiązującego prawa zmieniają status tych mediów w kierunku demokratyzacji i prywatyzacji. Działają już cztery prywatne radiostacje (3 w Sofii i jedna w Płowdiwie), a niedługo zaczną działać 3 prywatne stacje telewizyjne, które już otrzymały odpowiednie licencje od tymczasowej rady do spraw częstotliwości radiowej i telewizji kablowej. Rada ta działa przy państwowym Komitecie do Spraw Telekomunikacji i Poczty.

Według danych statystycznych za okres 1989 – 1991, liczba periodyków wzrosła z 301 w roku 1989 do 540 w roku 1990 i 727 w roku 1991; ich łączny roczny nakład przedstawiał się następująco: w 1989 – 895 265, w roku 1990 – 1 098 623 i w roku 1991 – 519 718 egzemplarzy. Różnicę pomiędzy rosnącą liczbą tytułów i spadkiem wielkości nakładu można wytłumaczyć korekcyjną funkcją rynku. Z jednej strony pojawiła się duża podaż tytułów, z drugiej – słaby popyt na nie, który wpłynął na obniżenie nakładów poszczególnych tytułów do poziomu realnie sprzedawanych ilości. Wobec tak dużej różnicy między podażą a popytem na rynku prasowym, nakłady na działalność wydawniczą nie tylko nie przynoszą zysku, ale nawet nie zawsze się zwracają, co dowodzi, że jej motywacja często nie ma charakteru zarobkowego. Rodzi to pytanie o uczciwość źródeł inwestowanych środków.

Dane za rok 1992 wskazują na pogłębienie się tych tendencji. Katalog na prenumeratę, który zawiera 2664 tytuły gazet i czasopism o różnej częstotliwości, ostrzega, że ich ukazywanie się uzależnione jest od popytu.

Ważną rolę w prasie zaczyna odgrywać reklama. Jej udział w gazetach osiąga poziom 1/4 objętości powierzchni a w radio i telewizji dochodzi do 1/5 czasu emisji programu. W związku z tym, że w Bułgarii nie ma aktualnie rozwiniętej gospodarki rynkowej, bowiem sektor prywatny jest skromny, reklama nie zawsze jest uzasadniona. W gruncie rzeczy jej społeczny sens na razie polega nie tyle na informowaniu konsumentów, co na finansowaniu rozgłośni i ich programów.

Istotną cechą współczesnego dziennikarstwa bułgarskiego jest strukturalny, ideologiczny i polityczny pluralizm. Gazety publikowane są przez partie i ruchy polityczne, związki zawodowe, mniejszości etniczne, stowarzyszenia i organizacje społeczne, ugrupowania biznesu i osoby prywatne. Ukazują się gazety lokalne i specjalistyczne (naukowe, techniczne, rozrywkowe, a nawet pornograficzne). Niewątpliwie dzisiejszy model prasy bułgarskiej jest modelem pluralistycznym.

Co więcej, struktura gazet wciąż się rozszerza i rozwija. Zasadą tego wzrostu jest wypełnianie wszystkich nisz czasowych – przede wszystkim zostaje wypełniona przestrzeń społeczna. Wieczne gazety wzrosły z jednej do czterech. Faktycznie, prasa próbuje używać wolnej przestrzeni informacyjnej, pozostawionej przez telewizję, wiadomości bowiem są oferowane przez gazety w pierwszej połowie dnia, a więc przed wieczornym blokiem informacji telewizyjnych. Telewizja odpowie na to własnymi porannymi i południowymi serwisami informacyjnymi. Jest wielce prawdopodobne, że gazety „przetną” dzień na dwie części, informując w południe o tym, co się wydarzyło w Bułgarii w nocy.

Wskutek tego publiczność mediów w kraju nie odczuwa głodu informacji. Pomimo to dzienniki informacyjne utrzymują się na powierzchni. Niedawno zaczął się ukazywać wielki dziennik *Kontynent*, oczekuje się następnego. Jak wyjaśnić to zjawisko? Częściowo tłumaczy je popyt na wartościową informację reprezentującą atrakcyjniejszy model i styl kontaktu z publicznością. To tłumaczenie w odniesieniu do prasy wolnorynkowej okazuje się niewystarczające. Tu bowiem zysk powinien być głównym motywem działalności wydawniczej. Tymczasem obecnie najczęściej gazety tracą zainwestowane pieniądze. Jeżeli 12-stronicową gazetę sprzedaje się za 2 lewy, a koszt produkcji każdego egzemplarza wynosi 4 lewy, to skąd biorą się pieniądze na pokrycie deficytu?

Na pierwszy rzut oka konkurencja między gazetami wydaje się zacięta, lecz gdy gazeta traci pieniądze i dalej znajduje się środki na jej wydawanie, taka konkurencja jest z punktu widzenia reguł gry rynkowej fikcją. Gorzka prawda o gazetach wydawanych w Bułgarii jest taka, że nie jest to normalna działalność gospodarcza, lecz sposób wydawania funduszy o nieznanym pochodzeniu.

Stan ten jest charakterystyczny dla tzw. "prasy niezależnej", jak się przedstawia w Bułgarii prasa prywatna. Są to gazety będące własnością jednej lub wielu osób. Jako przykład można tu podać gazetę grupy "168 godzin". Są to przeważnie gazety-tabloidy: poranny dziennik *24 godziny*, popołudniowy *Wrabec* i tygodnik *168 godzin*. Podobnie funkcjonują w sensie organizacyjnym gazety grupy "Media", powstałe w oparciu o byłą gazetę związków zawodowych – *Trud*, a mianowicie poranny dziennik *Trud*, poranny tabloid *Nocny Trud* i tygodniowy tabloid – *Trud od piątku do poniedziałku*.

Gazety należące do tych grup mają dużą przewagę nad prasą partyjną, tzn. *Dumą* i *Demokracją* oraz kilkoma mniejszymi gazetami tego typu; są one nowym zjawiskiem na bułgarskim rynku prasowym. To one zmieniły styl i język bułgarskiego dziennikarstwa, wprowadzając na swoje łamy slangowe wyrażenia z języka ulicy, a także modele informowania właściwe popularnej prasie anglosaskiej.

Gazety te są redagowane przez dobrze wynagradzanych dziennikarzy o wysokich kwalifikacjach. Ich sprawność warsztatowa nie powinna dziwić, bo w komunistycznej Bułgarii o poziom dziennikarstwa i socjotechniki specjalnie się troszczyły ówczesne władze. Obecnie jednak większe znaczenie ma przypodobanie się czytelnikowi niż rzeczywista informacyjna wartość gazety.

Cała prasa w Bułgarii symuluje dziś opozycyjność i niezależność, nie jest jednak w stanie ukryć faktycznego zaangażowania partyjno-politycznego. Takie zniewolone duchowo dziennikarstwo, niewiele mające wspólnego z prawdziwą niezależnością sądów jest jednym z najbardziej rzucających się w oczy fenomenów postkomunizmu (nie tylko) bułgarskiego.

Pluralizm prasy odbija się w stylu uprawiania dziennikarstwa. Obecny stan nazywa się wolnością, która w praktyce oznacza często wolność od wszelkich barier i zakazów, nie wyłączając ograniczeń politycznych, tematycznych i moralnych. Długo tłumione instynkty dziennikarskie rozwinęły się w dość nieoczekiwanym kierunku. W skrajnych wypadkach przejawiają się dziś w kłamstwie, zmyślaniu faktów, w szkalowaniu różnych osobistości i naruszaniu ich sfery prywatnej.

Te nowe modele komunikowania prasowego zostały jednak przez nie wypaczone w stosunku do postulatów rzeczowego dziennikarstwa. Przyjęte modele informowania wprowadzają w błąd społeczeństwo, twierdząc, że to one po raz pierwszy w Bułgarii używają sposobu komunikowania, wolnego od obowiązków partyjnych, realizującego w ten sposób postulat swobody wypowiedzi w prasie. W praktyce urzeczywistniają one faktycznie model, który deklarują gazety Partii Socjalistycznej (byłej komunistycznej), np. wspomniana *Duma* (była gazeta komunistyczna – *Robotniczesko Deło*), czy inne, które teraz głoszą, że są „prasą niezależną”.

Wydaje się, że moment wolności prasy jest praktycznie poza jakąkolwiek kontrolą. To – rzecz jasna – pozostaje w sprzeczności z twierdzeniem, że dziennikarstwo stanowi czwartą siłę w społeczeństwie. Żadne bowiem z tych czterech sił nie mogą funkcjonować niezależnie od pozostałych. Każda jest siłą tylko w powiązaniu z innymi i działa jako połączona z nimi. Dziennikarstwu właściwa jest społeczna funkcja kontrolno-regulacyjna. Nie może istnieć poza tą funkcją i jeśli jej nie wypełnia, nie zasługuje na miano prasy wolnej. Sytuacja w Bułgarii zmusza jednak do uświadamiania sobie drugiej strony tego zjawiska. Prawdą jest bowiem, że państwo nie jest państwem, jeśli zamyka usta dziennikarzom, ale także jest prawdą, że państwo może być rozkładane i rujnowane przez to, co piszą gazety.

Pojęcie prasy opozycyjnej w Bułgarii ma dwa czasowo zróżnicowane znaczenia. Na początku prasą opozycyjną była ta, którą wydawały w 1990 roku antykomunistyczne siły demokratyczne. Następnie, po wrześniowych wyborach w 1991 roku, w których one zwyciężyły, rola prasy opozycyjnej przypadła w udziale prasie wydawanej przez byłych komunistów, a więc przede wszystkim *Dumie*. Obecnie bułgarska prasa opozycyjna sama staje się pluralistyczna, normalnie, a od niedawna przybiera model binarnego schematu: *Duma* – *Demokratia*.

W tym schemacie miłości się też wiele wyżej opisywanych „gazet niezależnych”. Analiza ich polityki redakcyjnej ujawnia, że w gruncie rzeczy w zakamuflowany sposób reprezentują punkt widzenia partii socjalistycznej (eks-komunistycznej) i jej gazet (oprócz *Dumy* – *Ziemia* i *Weczerni Nowiny*).

Wolność prasy i sposoby korzystania z niej zmieniły styl dziennikarstwa bułgarskiego. Dziś bardziej niż kiedykolwiek wcześniej odróżnia się opinie od faktów. Nie przeszkadza to jednak świadomemu lub nieświadomemu zniekształcaniu rzeczywistości za pomocą mozaikowego, zatamizowanego traktowania informacji. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy w prasie polityczno-społecznej jest swego rodzaju poufałość w stosunkach między politykami a dziennikarzami. Manipulatorskie zabiegi w prasie są faktycznie dziełem polityków a nie dziennikarzy. Dziennikarzy obciążają inne wady prasy, a mianowicie prymitywizm i powierzchowność w traktowaniu opisywanej rzeczywistości. Wprawdzie wielu dziennikarzy stara się odkryć kulisy działania politycznego, rzadko jednak starają się dotrzeć do jego motywacji.

Pomimo tych krytycznych uwag, nie sposób zaprzeczyć, że się dokonało w Bułgarii wyzwolenie inwencji dziennikarzy, która się przejawia w dążeniu do zawodowej sprawności i w nowych koncepcjach redagowania gazet.

Opracowali: *Ignacy S. Fiut* i *Walery Pisarek*

HEATHER C. ROACH

POLITYKA ZAGRANICZNA USA A OBRAZ WYDARZEŃ MIĘDZYNARODOWYCH W MEDIACH

Artykuł ten jest tłumaczeniem fragmentów pracy magisterskiej zatytułowanej „The National Press and U.S. Foreign Policy: A Content Analysis of Coverage of Poland and South Africa in *Time* and *Newsweek* Magazines”, przygotowanej przez Heather C. Roach na Uniwersytecie Missouri Columbia w maju 1992 r. Autorka bada zależności między przedstawianiem wydarzeń międzynarodowych przez media amerykańskie a amerykańską polityką zagraniczną. Wykazuje, że kiedy polityka zagraniczna USA sprzyja jakiemuś krajowi, to także media przedstawiają go w korzystnym świetle. Stwierdza także odwrotną zależność – niekorzystnemu nastawieniu administracji amerykańskiej do jakiegoś kraju towarzyszy negatywny jego obraz w mediach. Prasa amerykańska jest odbiciem polityki zagranicznej, nadając opisywanym wydarzeniom charakter „gry o sumie zerowej”. Materiał dowodowy w tej sprawie stanowią wyniki analizy dotyczących Polski i RPA wypowiedzi z tygodników *Newsweek* i *Time* z lat 1980–1981; 1989–1990 (Polska) oraz 1985–1986 i 1989–1990 (RPA).

Wielu Amerykanów zdobywa wiedzę o zagranicy z mediów. Bernard Cohen w „The Press and Foreign Policy” pisze, że środki masowego przekazu rysują swoim użytkownikom „operacyjną mapę świata”¹.

Amerykanie oczekują od mediów wysokiego stopnia dokładności. Zdania typu „prasa jest kontrolerem (*watchdog*) rządu” czy „prasa winna odzwierciedlać rzeczywistość” to popularne opisy roli mediów, jaką, ich zdaniem, powinny one odgrywać. Amerykanie chcą pewnej porcji komentarzy na temat ważnych wyda-

¹ B. C. Cohen: *The Press and Foreign Policy*. Princeton 1963, s. 13.

rzeń, przede wszystkim jednak oczekują od mediów prawdy i informowania o faktach.

Obywatele Stanów Zjednoczonych w zdobywaniu informacji (zwłaszcza zagranicznych) są uzależnieni od mediów, ponieważ to one są głównym źródłem wiadomości o bieżących wydarzeniach za granicą.

Rzecz jasna, rzadko zdarzają się takie wiadomości, które zawierają wyłącznie fakty lub całą prawdę. Skoro zatem fakty i prawda nie mogą być całkiem odkryte, zachodzi pytanie: jak bardzo media amerykańskie zbliżają się do tego celu – zwłaszcza w odniesieniu do wydarzeń międzynarodowych? Jaka jest natura informowania o wydarzeniach międzynarodowych w amerykańskich mediach drukowanych? Co Amerykanie powinni wiedzieć na temat cech charakterystycznych informowania o innych krajach w amerykańskich mediach?

Prasa amerykańska nie działa w próżni. Jest ona ukształtowana przez istniejący system polityczny, który determinuje formę mediów. W Stanach Zjednoczonych tę formę nazywa się potocznie „wolną prasą”, mając na myśli wolność od kontroli rządu. „Wolność prasy” nie oznacza natomiast wolności od systemu politycznego, w którym przychodzi jej działać².

To jest sedno sprawy w przekazywaniu wiadomości międzynarodowych przez media amerykańskie. Prasa amerykańska przedstawia inne systemy polityczne z dominującej perspektywy amerykańskiego republikanizmu. Demokracja w stylu amerykańskim jest standardem, za którego pomocą mierzy się inne systemy polityczne³. Zarówno prasa jak i rząd używają tego standardu w kontaktach z innymi narodami. Im bardziej system polityczny innego narodu zbliża się do „tej akceptowanej” (czytaj: amerykańskiej) formy sprawowania rządów, tym wyżej znajdzie się w hierarchii przyjętej przez rząd amerykański i amerykańskie środki przekazu.

Media amerykańskie czerpią inspiracje z rządu USA. Wizerunek systemu politycznego danego kraju przedstawiany w mediach odzwierciedla to, czy rząd amerykański ten system popiera czy nie. Im bardziej system polityczny lub forma rządzenia w jakimś kraju przybliża się do demokracji w stylu amerykańskim, tym wyższą zjednuje sobie aprobatę na skali stosowanej przez rząd i media amerykańskie.

Media Stanów Zjednoczonych umieszczają więc informacje międzynarodową w kontekście pro lub antyamerykańskości. Złożone stosunki międzynarodowe sprowadza się do gry o sumie zerowej. Suma zerowa w tym przypadku znaczy, że wydarzenia międzynarodowe widzi się jako wszystko lub nic; jeśli nie są w całości dobre, to muszą w całości być złe. Nie ma żadnej strefy „szarej”, wydarzenia międzynarodowe są albo „białe” albo „czarne”. Prasa amerykańska redukuje informację międzynarodową do scenariuszy „my kontra oni”, „dobrzy chłopcy kontra źli chłopcy”⁴. Prasa pokazuje wydarzenia międzynarodowe jako dobre lub złe dla Stanów Zjednoczonych. Ta tendencja sprawia,

² Zob. J. H. Altschull: *The Agents of Power*. New York 1984, s. 30.

³ F. S. Siebert, T. Peterson, W. Schramm: *Four Theories of the Press*. Chicago 1963, s. 1-2.

⁴ B. Rubin: *International News and the American Media*. London 1977, s. 56-57.

że obiektywne, dobrze wyważone dziennikarstwo jest niczym innym niż zajmowaniem jednego z dwu stanowisk. Jednak wydarzenia w świecie nie zawsze są tak ostro zarysowane. Sprawy międzynarodowe są zazwyczaj bardziej złożone aniżeli tylko dobre i złe. Taki redukcjonizm często wykrzywia wizerunek obcych rządów.

Amerykańskie media nie tylko przekazują wiadomości międzynarodowe, lecz również je kształtują. Nie działają one w próżni. Przekazywane wiadomości powstają nie bez wpływu amerykańskiej filozofii polityki. Same także wpływają na rządy, o których piszą – zarówno na rząd amerykański, jak i rządy innych państw. Informując o wydarzeniach międzynarodowych i o polityce zagranicznej, mają zarazem wpływ na międzynarodowe wiadomości i na politykę międzynarodową. Niewyważone, nie w pełni obiektywne informowanie wywiera wpływ na rząd USA i na inne rządy. Stoi to w sprzeczności z wymogiem obiektywizmu.

Jednym z głównych sposobów, jak media wpływają na międzynarodowe wydarzenia i na politykę zagraniczną, jest ich eksponowanie. Selekcji, której się poddaje wiadomości międzynarodowe w amerykańskich środkach przekazu, dokonują głównie dwie grupy: rząd Stanów Zjednoczonych i same media. Rząd, a w szczególności prezydent USA, ma duży wpływ na wybór wiadomości przekazywanych przez media. Mocą swoich uprawnień do kształtowania polityki zagranicznej prezydent może zogniskować uwagę mediów na sprawach, które są dla niego ważne. Każde oświadczenie prezydenta, bez względu na to, czy dotyczy spraw kraju czy też zagranicznych, jest już wiadomością. Krajowa i międzynarodowa pozycja prezydenta Stanów Zjednoczonych wymaga, by dziennikarze odnotowywali jego działania; elity są zawsze wartym uwagi źródłem wiadomości. Prezydent Ronald Reagan w 1983 roku zademonstrował swoją zdolność wpływania na media, ogłaszając decyzję o aktywnym włączeniu się w rozbudowę systemu obrony nuklearnej (SDI). Oświadczenie Reagana skupiło uwagę mediów na szczególnym zagadnieniu polityki zagranicznej – obronie nuklearnej.

Dziennikarz redakcji zagranicznej *Baltimore Sun*, Richard O'Mara pisze, że media amerykańskie przyjmują kierownictwo rządu amerykańskiego jeśli chodzi o informacje zagraniczne, co widać szczególnie w informowaniu o konflikcie „Wschód–Zachód”, który dominuje w przekazach. O'Mara pisze:

Wraz z wieloma innymi instytucjami, które roszczą pretensje do niezależności i obiektywizmu, my, dziennikarze, maszerujemy kornie za tymi, którzy powiewają sztandarami. Od końca II wojny światowej urzędnicy administracji w Waszyngtonie, bez względu na swoją rangę, potrafili kierować naszą uwagę wszędzie tam, gdzie tylko chcieli, za pomocą prostego mechanizmu sugerowania, że Rosjanie się tam a tam uaktywnili oraz że chodzi o nasze interesy⁵.

W ten sposób media niezmiennie lokowały Europę Wschodnią w kontekście „Wschód przeciwko Zachodowi” lub „my kontra oni”. David Gergen, redaktor *US News & World Report*, doradca prezydentów Reagana, Forda i Nixona, oraz

⁵ R. O'Mara: *Life Without the Red Menace. The Quil.* Vol. 77, no. 1, January 1989, s. 17.

Sanford Ungar, redaktor pisma *Foreign Policy* i dziekan American University's School of Communication wierzą, że media amerykańskie nie informują o Afryce zbyt obszernie, ponieważ rząd amerykański jest mniej zainteresowany tym regionem. Kiedy rząd amerykański wykazywał szczególne zainteresowanie sprawami afrykańskimi, prasa amerykańska skupiała się na nich; w innych wypadkach zainteresowanie prasy przenosiło się gdzie indziej⁶.

Pomimo możliwości wpływu rządu amerykańskiego na selekcję wiadomości nadawanych przez media, środki przekazu potrafią skoncentrować zainteresowanie na tym, co w ich opinii jest ważne. Media w dużym stopniu decydują o tym, które z międzynarodowych wydarzeń i którzy z aktorów tych wydarzeń zasługują na uwagę. Przykładem siły mediów w kierowaniu uwagi na konkretne wydarzenie międzynarodowe może być wojna wietnamska. Wojna ta stała się głównym tematem międzynarodowym, o którym mówiono w mediach, bowiem dzień po dniu przekazywano wiadomości zarówno z pola walki, jak i z poszczególnych posunięć rządu w tej kwestii⁷. Oczywiście media nie dobierały arbitralnie tematów. W przypadku wojny wietnamskiej o zapotrzebowaniu na wiadomości wojenne decydowało to, że ginęli tam Amerykanie. Niektóre wydarzenia, jak na przykład próba zamachu stanu w Związku Radzieckim w 1991 r., muszą być przekazywane przez media z powodu ich wagi (*newsworthiness*), bez względu na to, czy prasa i rząd tego sobie życzą czy nie.

Mimo czynników, na które nie można mieć wpływu i które są istotne w selekcji wiadomości przez media, same media wywierają pewien wpływ na to, które tematy są w nich poruszane. Autorzy opracowania opublikowanego w 1990 r. w *Journalism Quarterly* konkludują, że media wywierają większy wpływ na selekcję wiadomości w konkretnych sprawach, jak np. handlu narkotykami, aniżeli w sprawach bardziej abstrakcyjnych – jak wyścig zbrojeń nuklearnych⁸. Na poziomie międzynarodowym można to przełożyć na sytuację, w której media wywierają większy wpływ na przekazywanie wiadomości o działaniach konkretnych osób, jak np. przywódców „Solidarności” lub przywódców czarnej opozycji w Afryce Południowej. Natomiast mogą wywierać mniejszy wpływ na selekcję informacji takich jak pomoc ekonomiczna dla Polski czy sankcje ekonomiczne przeciwko Afryce Południowej. Media wolą wybierać tematy, które są łatwo zrozumiałe dla czytelnika – kosztem tematów bardziej abstrakcyjnych.

Siła mediów amerykańskich wynika też stąd, że są one dla Amerykanów głównym źródłem informacji o wydarzeniach międzynarodowych. Simon Serfaty, dyrektor Johns Hopkins Foreign Policy Institute, pisze:

...służąc jako główny środek komunikowania między rządem i rządzonymi oraz dostarczając najważniejszych źródeł alternatywnej informacji i analiz dla społec-

⁶ S. J. Ungar and D. Gergen: *Africa and the American Media*. New York 1991, s. 5.

⁷ J. Spanier i E. M. Uslander: *Foreign Policy and the Democratic Dilemmas*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1982), p. 149.

⁸ A. Yagade i D. M. Dozier: *The Media Agenda Setting Effect of Concrete Versus Abstract Issues*. *Journalism Quarterly*. Vol. 66, no. 1, Spring 1990, s. 310.

czeństwa jako całości, media przekazujące wiadomości działają w kraju jako główny nauczyciel zagadnień polityki zagranicznej⁹.

Jeśli media traktuje się jak nauczyciela, obiektywizm staje się najważniejszą wartością.

David K. Perry, profesor dziennikarstwa, odkrył, że czytelnicy są częściej skłonni do formułowania niewłaściwych opinii na temat krajów rozwijających się po przeczytaniu tendencyjnych artykułów o Trzecim Świecie, aniżeli do formułowania niewłaściwych opinii na temat krajów rozwiniętych po przeczytaniu tendencyjnych artykułów o Zachodzie⁸. Innymi słowy, media amerykańskie odgrywają większą rolę w kształtowaniu postaw dotyczących Trzeciego Świata aniżeli w kształtowaniu postaw dotyczących Zachodu. A zatem prasa rzeczywiście działa jak nauczyciel, szczególnie w przypadku Trzeciego Świata, o którym społeczeństwo amerykańskie wie niewiele.

Członkowie rządu amerykańskiego doskonale zdają sobie sprawę, że media są dla społeczeństwa amerykańskiego głównym źródłem informacji o wydarzeniach międzynarodowych i polityce zagranicznej. Często podejmują oni decyzje w kwestiach polityki zagranicznej, biorąc pod uwagę to, jak wypadną w mediach. Bardzo często podejmują decyzje, kierując się przede wszystkim kampanią wyborczą...⁸

Ekspertci twierdzą, że kierowanie się w podejmowaniu decyzji politycznych wynikami sondaży popularności przedwyborczej zamiast zdroworozsądkowym rozumowaniem jest niebezpieczną praktyką. Gergen stwierdził, że podejmowanie decyzji przez rząd zmienia się pod wpływem amerykańskich mediów. Piszemy:

Zbyt często w ostatnich latach amerykańscy decydenci przedkładali władzę telewizji nad władzę swojego rozumu, wychodząc z założenia, że skuteczna polityka musi przede wszystkim zadowalać Wielkiego Boga Opinii Publicznej... Politycy rządowi, co było coraz bardziej widoczne w latach 80., modelują swoją politykę tak, by mówiono o nich dobrze i dużo w telewizji oraz by zapewnić sobie aprobatę społeczną. Zbyt często liczy się to, jak dobrze dana polityka „zagra”, jak wypadną zdjęcia, czy wysyła się właściwe sygnały i czy opinia będzie pod wrażeniem szybkości reakcji rządu – zamiast tego, czy dana polityka odzwierciedla długofalowe interesy Ameryki¹².

Obserwatorzy polityki twierdzą, że decydenci rządowi spędzają więcej czasu na przewidywaniu, jak decyzje przez nich podjęte zostaną pokazane przez media niż na faktycznym podejmowaniu decyzji¹³. Zmartwienia amerykańskich decydentów o to, czy dobrze wypadną w mediach i czy spodobać się opinii publicznej, wywierają wpływ na ich zdolność do podejmowania mądrych decyzji.

⁹ S. Serfaty: *The Media and Foreign Policy*. New York 1991, s. 12.

¹⁰ D. K. Perry: *The Image Gap: How International News Affect Perceptions of Nations*. *Journalism Quarterly*. Vol. 64, nos. 2 & 3, Summer–Autumn, 1987, s. 416–421, 433.

¹¹ I. M. Destler, Leslie H. Gelb and Anthony Lake: *Our Own Worst Enemy: The Unmaking of American Foreign Policy*. New York 1984, s. 151; David R. Gergen: *Diplomacy in a Television Age: The Dangers of Teledemocracy*. [W:] *The Media and Foreign Policy*, ed. Simon Serfaty. New York 1991, ss. 48, 49.

¹² D. Gergen: *Diplomacy in a Television Age...* *ibid.*, s. 48–49.

¹³ R. R. Burt: *The News Media and National Security*. [W:] *The Media and Foreign Policy*, ed. Simon Serfaty. New York 1991, s. 146.

Leslie Gelb, publicysta działu bezpieczeństwa narodowego *The New York Times* i zarazem były członek rządu, dostrzega skłonność rządu do podejmowania decyzji opartych wyłącznie na przesłankach ideologicznych i politycznych, z jednoczesnym pomijaniem długookresowych interesów kraju. Gelb pisze:

Kiedy międzynarodowe interesy kraju są w tak wielkim stopniu kształtowane przez impulsy polityczne i dyktat ideologii, mogące zmieniać się wraz z przywództwem co cztery lata, nie można właściwie tych interesów... zdefiniować. Oczywiście, inne kraje też zmieniają i maskują swoją politykę. Lecz w przeciwieństwie do Stanów Zjednoczonych są one prawie wszystkie modelami stabilności¹⁴.

O'Mara twierdzi, że politycy budują kariery eksploatując ideologię, szczególnie ideologię konfliktu Wschód-Zachód¹⁵. Zgodnie z poglądem Gelba, prasa wzmacnia widoczną przy tworzeniu polityki zagranicznej tendencję do podejmowania decyzji motywowanych politycznie i ideologicznie. Gelb pisze, że media amerykańskie wolą pisać o ludziach i szokujących rewelacjach, aniżeli próbować tłumaczyć idee i instytucje.

Media informacyjne, a w szczególności telewizja, nie radzą sobie z ideami i instytucjami. Wolą przedstawiać osobowości i wyróżniają krańcowe wypowiedzi. A zatem, w erze upolitycznienia i zideologizowania media konsekwentnie wzmacniały najgorsze cechy systemu i w ten sposób przyspieszyły załamanie¹⁶.

David Gergen twierdzi, że decydenci rządowi mogą podejmować mądre decyzje i docierać jednocześnie do mediów i społeczeństwa. Jeśli decydenci mają przekonujące wytłumaczenie swoich działań, które przekazują oni mediom, to, częściej niż rzadziej, społeczeństwo amerykańskie będzie skłonne do poparcia decyzji rządu¹⁷. Polityka i ideologia nie muszą być jedynymi czynnikami podejmowania decyzji.

Decydenci amerykańscy nie śledzą międzynarodowych wiadomości przekazywanych przez media amerykańskie tylko po to, aby poznać opinię publiczną. Media są dla nich także źródłem informacji. Ustawodawcy często powołują się w debatach na materiały prasowe¹⁸. Agencje rządowe rozpowszechniają artykuły prasowe poruszające ważne zagadnienia¹⁹. Media mają także dostęp do informacji, których rząd amerykański nie może zdobyć oficjalnie. Reporterzy mogą rozmawiać z takimi osobami – źródłami informacji – oraz mogą udawać się po informacje w takie miejsca, które pozostają poza zasięgiem rządu ze względu na konflikt z polityką Stanów Zjednoczonych²⁰. Świeżym przykładem tej jedynej w swoim rodzaju zdolności mediów do zbierania informacji były reportaże Petera Arnetta z Bagdadu w czasie, gdy Stany Zjednoczone były w stanie wojny z Irakiem. Ambasador David Newsom pisze:

¹⁴ I. M. Destler, L. Gelb i A. Lake: Our Own... jw., s. 27.

¹⁵ R. O'Mara: Life Without... jw., s. 17.

¹⁶ I. M. Destler, L. Gelb i A. Lake: Our Own... jw., s. 26.

¹⁷ D. Gergen: Diplomacy... jw., s. 55.

¹⁸ M. Rosenblum: Coups and Earthquakes, New York 1981, s. 158.

¹⁹ K. L. Adelman: Woefully Inadequate: The Press's Handling of Arms Control. [W:] The Media and Foreign Policy... jw., s. 152.

²⁰ M. Rosenblum: Coups and Earthquakes... jw., s. 159.

Dziennikarze od czasu do czasu wyszukują ludzi, którzy są niedostępni dyplomatom albo ze względu na oficjalną politykę czy przewrażliwienie miejscowego rządu, albo ze względu na dużą odległość. Mogą to być działacze Organizacji Wyzwolenia Palestyny lub przywódcy partyzantki w Ameryce Środkowej. Reporter, który dociera do takiej osoby i przeprowadza z nią wywiad, prowadzi działalność dyplomatyczną. Publiczność wyrabia sobie poglądy na dany ruch i na oficjalną politykę. Choć rząd może mieć inne sposoby szacowania siły i natury tego ruchu, reakcje społeczne na tego typu wywiady mogą ograniczyć oficjalne działania; przeciwnie, zły portret radykalnego przywódcy może wesprzeć politykę Stanów Zjednoczonych popierających istniejący rząd²¹.

Spółeczeństwo amerykańskie zwraca się do mediów w celu zdobycia międzynarodowych wiadomości; rząd amerykański robi to samo.

Często, zwłaszcza za pomocą komunikacji telewizyjnej i satelitarnej, media dostarczają ludziom informacji międzynarodowej szybciej niż za granicą przedstawiciele rządu amerykańskiego. Oznacza to, że przedstawiciele rządu często muszą reagować na materiały prasowe wcześniej, niż uzyskają dostęp do wszystkich oficjalnych materiałów wywiadu na dany temat²². To daje mediom prawo wyłączności na informowanie o danym wydarzeniu, zmuszając rząd do czasowego polegania wyłącznie na źródłach prasowych. Jeśli materiały przekazane przez media wchodzą w konflikt z oficjalnymi raportami zagranicznymi, rząd amerykański znajduje się w niepewnej sytuacji, ponieważ decydenci w Stanach Zjednoczonych mogą być zmuszeni do podjęcia decyzji na podstawie niewiarygodnych informacji²³.

Media nie są dla rządu amerykańskiego tylko źródłem informacji czy barometrem nastrojów społecznych. Jak już wspomniałam, członkowie rządu wykorzystują media do ogłaszania decyzji politycznych. Używają także mediów jako probierzy różnych działań politycznych. Politycy mogą wyrazić stanowisko polityczne w mediach, nie deklarując go oficjalnie. Podejmujący decyzje mogą potem obserwować reakcje społeczeństwa amerykańskiego oraz innych narodów na opublikowane materiały, aby osądzić, jak dana idea będzie przyjęta i czy może być przyjęta.

Spółeczeństwo amerykańskie i rząd amerykański nie są jedyną publicznością mediów. Rządy innych narodów bacznie obserwują wiadomości międzynarodowe przekazywane przez media amerykańskie. Dyplomaci amerykańscy muszą często tłumaczyć zachodnim rządóm, że oświadczenie ukazujące się w materiale prasowym w Stanach Zjednoczonych niekoniecznie musi być tożsame z oficjalną amerykańską polityką. Wielu polityków z innych krajów nie rozumie w pełni zakresu wolności prasy w Stanach Zjednoczonych²⁴. Newsom opisuje przypadek, kiedy inny kraj zinterpretował materiał prasowy jako oficjalną politykę Stanów Zjednoczonych:

Założenie, że prasa w jakimś stopniu odzwierciedla oficjalne stanowisko, często oznacza, że negatywne lub nieprzyjemne komentarze prasy amerykańskiej przerażają się w wydarzenia dyplomatyczne. W 1948 roku zmarły dwie postaci kluczowe

²¹ D. D. Newsom: *Diplomacy and the American Democracy*. Bloomington 1988, s. 59.

²² *Ibid.*, 55.

²³ M. Rosenblum: *juw.*, s. 159.

²⁴ D. Newsom: *Diplomacy... juw.*, s. 60.

dla polityki subkontynentu indopakistańskiego: Mahatma Gandhi i Mohammad Ali Jinnah. Stosunek prasy amerykańskiej do obu postaci był ostro przeciwstawny. Gandhiego postrzegano jako twórcę pokoju, prawie świętego, męczennika. Jinnah był opisywany jako okrutny, uparty człowiek, ponoszący częściowo odpowiedzialność za kłopoty regionu. Ci z nas, którzy prowadzili oficjalne interesy w tym czasie w Pakistanie, musieli stawić czoła społecznemu gniewowi i protestom dyplomatycznym Pakistańczyków przeciwko negatywnemu przedstawianiu przez amerykańską prasę życia i śmierci założyciela tego kraju²⁵.

Pomimo zakładanego obiektywizmu i wyważenia sądów (*balanced reporting*), media amerykańskie potraktowały w powyższym przykładzie dwie figury polityczne w wyraźnie tendencyjny sposób. Wiadomości były nie zrównoważone i wywołały dyplomatyczne reperkusje. Przedstawianie jednej strony jako dobrej a drugiej jako złej, gdy żadna z nich nie była ani dobra, ani zła, wpłynęło na jakość wiadomości i zakłóciło stosunki między oboma krajami.

Urzednicy amerykańscy muszą za granicą uważać, aby nie przeciwstawiać się polityce rządu, ponieważ informacje o tych sprzecznościach mogą się pojawić w przekazach dziennikarskich i rozdrażnić rząd goszczącego ich kraju²⁶. Jeśli przekazy dziennikarskie zawierają błędy lub nieścisłości, mogą one zakłócić amerykańskie stosunki z innymi państwami. Błąd w amerykańskim przekazie prasowym może spowodować lub powiększyć brak zaufania do Stanów Zjednoczonych ze strony drugiego państwa²⁷.

Są też inne sposoby, jakimi media amerykańskie mogą wpływać na wiadomości międzynarodowe i na politykę zagraniczną Stanów Zjednoczonych. Dziennikarz sam może stać się wiadomością. Na przykład, kiedy bierze się dziennikarza jako zakładnika, nabiera on znaczenia nie ze względu na wiadomości, jakich dostarcza, lecz na rolę, jaką odgrywa w rokowaniach Amerykanów z porywaczami. Cenzurowanie mediów amerykańskich w czasie stanu wojennego w Polsce i w południowoafrykańskim „stanie pogotowia” (*state of emergency*) są przykładami sytuacji, kiedy dziennikarze stali się sami wiadomościami. Dziennikarze mogą stać się także wiadomościami w bardziej negatywny sposób. W czasie wydarzeń na placu Tienamen w 1989 roku w Chinach fakt, że dziennikarz telewizyjnych wiadomości, Dan Rather, był na miejscu gotów do przekazywania informacji, stał się niemal tak atrakcyjny jako wiadomość jak same wydarzenia²⁸.

Wzmianka o amerykańskim dziennikarzu w informacji międzynarodowej, której jest on twórcą, wydaje się wskazywać na to, że czasem amerykański punkt widzenia dominuje nad wiadomościami o znaczeniu międzynarodowym. Lecz wiadomości międzynarodowe nie zawsze zawierają amerykański aspekt.

Media amerykańskie mogą wywierać wpływ na politykę zagraniczną za pomocą raportów z badań amerykańskiej polityki międzynarodowej oraz zamieszczania raportów z badań i analiz, choćby z przesłuchań przed komisjami

²⁵ Ibid., p. 61.

²⁶ Ibid., p. 56.

²⁷ S. S e r f a t y: *The Media and Foreign Policy...* jw., s. 10.

²⁸ M. K a l b: *Słowo wstępne.* [W:] *The Media and Foreign Policy...* jw., s. 6.

Kongresu. Media wpłynęły na amerykańską politykę w czasie wojny wietnamskiej nie tylko przez nieustanne informowanie o wojnie, ale także przez transmisję z przesłuchań przed Kongresem prowadzonych przez senatora Williama Fullbrighta, który badał działania rządu w Wietnamie²⁹.

Na koniec, materiały prasowe mogą wywołać odzew ze strony opinii publicznej, domagającej się od rządu USA zmiany polityki. Często się tak dzieje, kiedy media pokazują brutalność – dotyczy to zwłaszcza telewizji³⁰. Obrazy okrucieństw popełnianych w czasie wojny wietnamskiej, pierwszej z wojen transmitowanych przez telewizję, być może częściowo wpłynęły na to, iż rządowe kręgi decyzyjne przestały popierać politykę wojenną³¹.

Media informują o międzynarodowych wydarzeniach i o polityce zagranicznej Stanów Zjednoczonych, ale także na nie wpływają. Amerykańskie materiały prasowe wpływają na opinię publiczną tak samo, jak działania rządu amerykańskiego i innych rządów. Obiektywizm i zdolność mediów do wyważonego informowania mają takie samo znaczenie jak stosunki między rządem a opinią społeczną. Obiektywizm w dziennikarstwie międzynarodowym jest wartością, która wpływa zarówno na rządy i ludzi, jak i na wiadomości.

Przekład i opracowanie:

Jarosław Grzybczak i Jacek Kołodziej

²⁹ J. Spanier i E. Uslaner: *Foreign Policy...* jw., s. 149.

³⁰ S. Serfaty: *The Media and Foreign Policy...* jw., s. 6.

³¹ H. Roach: *Image and Reality: Government Media Relations in the Vietnam War*. (BSFS thesis, Georgetown University, 1989); op. cit. Paul Warnke, były asystent sekretarza obrony, wywiad przeprowadzony osobiście, 11 X 1988.

ZBIGNIEW ONISZCZUK

NAJWIĘKSZE KONCERNY MEDIALNE ŚWIATA

Wiedza o tym, iż światem mediów rządzą wielkie koncerny, jest już dziś nieomal powszechna. Jednak dopiero zestawienie rocznych obrotów, wielkości osiągniętych zysków, rozległości sfer działania czy wielości ekonomicznych powiązań największych koncernów medialnych świata – uświadamia skalę tego zjawiska u progu lat' 90 i osadza je w wymiernych granicach.

Gdy przyjrzymy się bliżej „największym z wielkich”, czyli pierwszej dziesiątce koncernów w roku 1990¹ – uderza w niej obecność czterech korporacji amerykańskich i trzech japońskich². Potwierdza się więc, iż wydarzenia w świecie mediów wciąż rozgrywają się głównie w trójkącie: Stany Zjednoczone – Europa – Japonia. Bez wątpienia jednak podstawę tego układu tworzą koncerny amerykańskie, jako że w drugiej dziesiątce jest ich aż siedem (Times Mirror – miejsce 12, Gannet – 14, CBS [Columbia Broadcasting System] – 15, NBC [National Broadcasting Company] – 16, Advances Publications – 17, Duns Bradstreet – 18 i Telecommunications Inc – 20), a wraz z nimi tylko jeden japoński (Nippon Hoso Kyokai [NHK] – miejsce 11), jeden europejski (RAI – Radiotelevisione Italia – 19) oraz jeden kanadyjski (Thomson Corp – 13).

Układ ten jest przy tym bardzo stabilny, zwłaszcza jeśli idzie o czołowe lokaty, niemniej z roku na rok dokonują się niewielkie przetasowania. I tak w omawianym roku 1990 najbardziej zauważalny postęp wśród największych

¹ Omawiane wyniki ekonomiczne dotyczą wprawdzie roku 1990, ale trzeba pamiętać, iż koncerny japońskie (Sony, Dai Nippon, Toppan) zakończyły swój rok obrachunkowy 31 III 1991 r., a Bertelsmann i News Corporation dopiero 30 VI 1991 r. Tak więc zebrane dane są najświeższymi z opublikowanych zestawień zbiorczych.

² Przytoczone dane zostały zaczerpnięte z zestawienia 300 największych koncernów medialnych świata, opublikowanego w roczniku: Medien Jahrbuch. Daten und Fakten, Band 1. Ulm 1992, s. 228–251.

(w porównaniu z rokiem 1989) zanotowały dwa koncerty: francuski Hachette i japoński Sony, które awansowały w rankingu o dwa miejsca. Natomiast po raz pierwszy do dziesiątki najpotężniejszych dostało się niemieckie konsorcjum radiowo–telewizyjne ARD, plasujące się w ostatnich latach w drugiej dziesiątce. Szeregi dziesięciu największych opuściły z kolei dwa amerykańskie koncerty: Gannet i Times Mirror, zajmujące w 1989 r. odpowiednio miejsca 9 i 10. Pewien regres nastąpił też wśród dwóch pozostałych koncernów japońskich, przy czym największy był udziałem korporacji Dai Nippon, która przesunęła się o trzy pozycje w dół. Jednakże wszystkie te przemieszczenia są jakby wewnętrznym ruchem układu, o którego mocy decyduje ekonomiczny zasięg tworzących go koncernów. A jest to zasięg przeogromny. Poza tradycyjnym wydawaniem, drukowaniem i kolportażem gazet i czasopism, poza posiadaniem własnych stacji radiowych i telewizyjnych – mamy do czynienia z produkcją filmów fabularnych czy kaset wideo, edycją wszelkiego rodzaju książek, ekspansją w przemyśle fonograficznym, telekomunikacji, komputeryzacji oraz marketingu i reklamie.

Krzyżowanie się interesów ekonomicznych jest również wyraźne, gdy weźmiemy pod uwagę strukturę własności największych koncernów medialnych. Otwierający listę potentatów – amerykański Time Warner ma 21 współudziałowców (w tym jednego z Japonii – Toshiba/Corp. – 12% akcji), którymi są banki, towarzystwa ubezpieczeniowe, spółki kapitałowe, firmy elektroniczne (IBM) oraz właściciele majątków rodzinnych. Podobny skład współwłaścicieli mają pozostałe koncerty pierwszej dziesiątki, z wyjątkiem dwóch niemieckich. Kapitał Bertelsmanna tworzą bowiem majątki rodziny Mohn (89,26 % akcji) i dr. Gerda Buceriusa (10,74%), a w przypadku ARD udziałowcami jest 12 krajów związkowych (landów) i dwie federalne stacje radiowe („Deutsche Welle” i „Deutschlandfunk”).

Do splotu zależności ekonomicznych dodać trzeba jeszcze powiązania geograficzne: przykładowo Time Warner ma swoje udziały w szwedzkiej stacji tv, niemiecki Bertelsmann jest współwłaścicielem wydawnictw w Hiszpanii, na Węgrzech i w Stanach Zjednoczonych., francuski Hachette – to współwydawca 9 amerykańskich magazynów kobiecych i specjalistycznych, a japoński Sony inwestuje w amerykańskie wytwórnie i firmy fonograficzne.

Ta coraz większa sieć międzynarodowych interesów i ogromne pieniądze stojące za nimi – sprawiają, iż wielkie koncerty medialne wymykają się spod kontroli poszczególnych państw, tworząc własne, ponadnarodowe imperia. Jaki będzie to miało wpływ na rozwój komunikowania – pokaże przyszłość, ale już dziś nie ulega wątpliwości, że konkurencja między koncernami z jednej strony, a dążenia do monopolizacji różnych rynków z drugiej – będą zasadniczymi czynnikami określającymi przemiany w dziedzinie mediów w najbliższej perspektywie.

Tabela 1. Koncerny światowe (ich obrót i zysk w 1990 r. w mln DM)

Koncern	Miejsce i rok założenia		Obrót		Zysk w mln DM
	Miejsce	Rok	w mln DM	przyrost*	
1. Time Warner**	Nowy Jork	1923	18 612,5	-8,2	-366,9
2. Bertelsmann	Gütersloh	1835	14 500,0	+8,9	+540,0
3. News Corporation	Sydney -Nowy Jork -Londyn	1952	14 123,9	+11,3	-505,9
4. Hachette	Paryż	1926	8 917,9	+4,7	145,7
5. Capital Cities /ABC***	Nowy Jork	1954	8 704,3	-6,7	772,5
6. Sony	Tokio	1946	8 179,2	9,3	1307,6
7. Dai Nippon	Tokio	1876	8 075,1	-21,4	659,1
8. Toppan	Tokio	1900	7 722,0	-3,5	384,7
9. ARD****	Frankfurt nad Menem	1950	7 005,5	+11,3	brak danych
10. Paramount Communications*****	Nowy Jork	1958	6 252,7	-4,0	418,7

- * – przyrost (lub spadek obrotów) w por. z 1989 (dane w procentach)
 ** – w 1989 powiększony w wyniku fuzji
 *** – w 1985 r. powiększony w wyniku fuzji
 **** – Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
 ***** – dawniej „Gulf and Western Industries”

Źródło: Medien Jahrbuch, tom 1. Ulm 1992, s. 228–229.

Koncerny światowe – sfery działalności

1. Time Warner

Magazyny:

Time, Life, Fortune, Money, People, Sports Illustrated, Parenting, Southern Living, Progressive Farmer, Southern Accents, Cooking Light, Entertainment Weekly;

wydawnictwa książkowe:

„Time-Life Books”, „Warner Books”, „Little Brown”, „Oxmoor House”, „Book-of-the-Month-Club”;

film/video:	„Warner Bros.”, „Warner Home Video”;
wydawnictwa muzyczne:	„Warner Bros. Records”, „Atlantic”, „Elektra”, „WEA”, „Warner/Chappel Birch Tree”, Teldec;
telewizja kablowa:	„American Television and Communications/82”, „Warner Cable”, „Home Box Office”, „Cinemax Pay TV”, „CTV Comedy Network” (50%), „Time Warner Sports”, „Entertainment TV” (44%), „Turner Broadcasting System” (19%), „Black Entertainment TV” (16%);
marketing:	„SAMI/Burke Inc.”;
współudziały:	„Whittle Communications” (37%), „The Columbia House Company” (50%), „TV 1000 Succeskanalen” (Sztokholm – 6,25%).

2. Bertelsmann

Magazyny:	<i>Stern, Brigitte, Capital, Geo, PM, Eltern, Nicole, ar, Impulse, Schöner Wohnen, Frau im Spiegel, Prima, Essen und Trinken, FF-Dabe, Spiegel</i> (24,75%);
zagraniczne pisma:	<i>Femme Actuelle, Prima, Tele Loisirs, Ça m'intéresse, Voice</i> (Francja), <i>Best, Prima, Let's Cook</i> (Anglia), <i>Estar Viva, Muy interesante, Mia</i> (Hiszpania), <i>Parents, gm</i> (USA);
dzienniki:	<i>Hamburger Morgenpost, Berliner Zeitung, Sächsische Zeitung</i> (51%), <i>Dresdner Morgenpost, Chemitzer Morgenpost, Mecklenburger Morgenpost, Berliner Kurier am Morgen /Abend, Nepszabadsag</i> (Węgry 41%);
wydawnictwa książkowe:	C. Bertelsmann, Goldmann, Gabler, Vieweg, Knaus, Siedler, Orbis, Heinze, Prisma, Mosaik MW, Geo Center, Bantam Doubleday Dell Group (USA), Plaza y Janes (Hiszpania), Transworld (Anglia), Officina Nova (Węgry);
usługi informacyjne:	Platow Brief, Fuchsbrief;
muzyka/plyty/kasety/video:	„Ariola”, „Arista”, „RCA”, „Miller”, „Arabella Musikverlag”, „Pacific Musik” (Hongkong), „UFA Video”;
drukarnie:	Mohndruck, Belser Offset, Brown Printing (USA);
banki danych:	Sonopress, Telemedia;
film/radio/tv:	UFA Gruppe, Universum Film, Trebitsch Gruppe (74%), Radio Hamburg (50%), Antenne Bayern (16%), Radio NRW (15%), Klassik Radio Hamburg, stern-tv, RTV plus (38,9%), Canal Plus (Hamburg – 50%), Premiere (Pay-TV — 37,5%).

3. News Corporation

Dzienniki:	<i>The Times, The Sunday Times, The Sun, News of the World, Today</i> (Anglia), <i>The Australian, Northern Territory News, The Sunday Tasmanian, Tasmanian Country, The Advertiser, The Weekly Times, Herald Sun, South China Morning Post</i> (Australia–Azja), <i>The Fiji Times</i> (Hongkong), <i>Post Courier</i> (Papua–Nowa Gwinea), <i>The Boston Herald, San Antonio Express News</i> (USA), <i>Mai Nap</i> (50%), <i>Reform</i> (50%) (Węgry), <i>Super Zeitung</i> (50%) (Niemcy);
------------	--

magazyny:	<i>TV Guide, Mirabella, Sky</i> (USA–Anglia), <i>New Idea, New Women, Australian Post, Home Beautiful, Family Circle, Your Garden, Pacific Islands Monthly, TV Week</i> (50%) (USA–Anglia), <i>168 Ora, Uj Ludas, Tallozo</i> (50%) (Węgry);
wydawnictwa książkowe:	współwłaściciel 19 wydawnictw;
TV/radio:	Fox Broadcasting Company (USA), Twentieth Television Corp. (USA), British Sky Broadcasting (48%), Sky News, Sky Movie Plus, The Movie Channel, Sky One, Sky Sports, Sky Radio (75%), Hit Radio (Anglia);
film/video:	Twentieth Century Fox;
drukarnie:	Progress Press, Griffin Press (Australia);
marketing:	Product Movers, Quad Marketing (USA);
współudział w koncernach:	Pearson (Anglia – 3,23%), Grupo Zeta (Hiszpania – 25%).

4. Hachette

Magazyny:	<i>Elle, Télé 7 Jours, France Dimanche, Parents, Vital., Nouvel Economiste</i> (55%); <i>Woman's Day, Road and Track, Stereo Review, American Photographer, Car nad Driver, Home, Flying, Boating Cycle, Audio</i> (USA);
gazety:	<i>Dernieres Nouvelle d'Alsace, Le Provençal, Le Soir, Parisien Libéré</i> (36%), <i>L'Equipe</i> (36%);
wydawnictwa:	właściciel 16 wydawnictw;
kolportaż:	N.M.P.P. (49%), Presse Routage, Curtis Circulation Co. (USA), Searbach, Tradis (RFN);
TV/radio:	„La Cinq” (25%), Europa 1, Europa 2;
film:	Hachette Premiere, Audiopar;
drukarnie:	Brodard et Taupin, Helio Corbeil;
agencja reklamowa:	Eurosud Publicité;
udziały w koncernie:	Edipresse (49%).

5. Capital Cities/ABC

Radio i tv:	ABC TV–Network, ABC Broadcast Group, Kabel–TV:ESPN Entertainment and Sports Programming Network (80%), WH Smith TV (Anglia – 33,3%), European Sports Network (33%);
wydawnictwa książkowe:	właściciel 5 wydawnictw;
magazyny:	<i>Los Angeles Magazine, High Fidelity, W Supermarket News, Practical Homeowner, Compute!, M inc, Elektronik Component News, Video and Sound, Schwann Record and Tape Guid;</i>
gazety:	<i>Kansas City Times, Fort Worth Star, Arlington Citizen–Journal, Albany Democrat–Herald, Pennysawers, Oakland Press, Springfield News.</i>

6. Sony

Wydawnictwa muzyczne:	Sony Music Entertainment (USA Japonia);
film/video:	Columbia Pictures Entertainment, Tri–Star Pictures, Loew Theatre Managment Corp.;

konsorcja TV: Enterpisses;
 urządzenia elektroniczne: CBS/Sony Family Club, The Columbia House Company (USA – 50%).

7. Dai Nippon

Wydawnictwa: 13 wydawnictw w 7 krajach;
 usługi informacyjne: Dai Nippon Network;
 badania nadmediami: Dai Nippon Computer Data Base.

8. Toppan

Wydawnictwa: 16 wydawnictw w 8 krajach;
 instyt. badań nad mediami: Total Media Development Institute Co., Denshi Media Services Co., Toppan Media School, Toppan Sales Co.;
 upowszechnianie książek, czasopism i podręczników dla dzieci i młodzieży.

9. ARD

Stacje radiowe i telewizyjne: Bayerischer Rundfunk, Hessischer Rundfunk, Sender Freies Berlin, Norddeutscher Rundfunk, Radio Bremen, Saarländischer Rundfunk, Süddeutscher Rundfunk, Südwestfunk, Westdeutscher Rundfunk, Deutsche Welle, Deutschlandfunk, RIAS Berlin, Mitteldeutscher Rundfunk, Eins Plus (program satelit.), Degeto-Film GmbH, Arbeitsgemeinschaft Rundfunkwerbung (stowarzyszenie badań nad reklamą – wydawca pisma *Media Perspektiven*).

10. Paramount Communications

Film/video: Paramount Pictures;
 tv/radio: TVX Broadcast Group, MSG Madison Square Garden Network;
 wydawnictwa muzyczne: Liberty Records, Famous Musik;
 wydawnictwa książkowe: 16 wydawnictw książkowych;
 konsorcjum TV: Premier Advertiser Sales (50%).

Źródło: Medien Jahrbuch, tom 1. Ulm 1992, s. 228–229.

KATARZYNA IGNATOWICZ

ŚWIATOWE DNI ŚRODKÓW KOMUNIKOWANIA SPOŁECZNEGO

Drugi Sobór Watykański zalecił obchodzenie w całym świecie katolickim jednego dnia poświęconego problematyce środków społecznego komunikowania. Szczegółowe wskazania opracowała Komisja Środków Społecznego Przekazu i opublikowała je 14 VII 1966 r. w biuletynie informacyjnym. Od tego momentu dzień ten otrzymał oficjalną nazwę *Dies Mundialis de Communicationibus Socialibus* – Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Ustalono, że będzie on obchodzony w niedzielę – „po Wniebowstąpieniu i przed Ześłaniem Ducha Świętego”. Obchody Dnia powinny być dostosowane do lokalnych warunków i zwyczajów, z zachowaniem jednak podstawowych, wspólnych elementów. Powinny uświadamiać wiernym ich obowiązki w tym zakresie, zawierać modlitwy w intencji prawidłowego działania tych środków oraz „jeśli uzna się za stosowne” – zbiórkę pieniędzy, które mogą być przeznaczone na popieranie inicjatyw w tej dziedzinie. Organizacja obchodów powierzona została – zgodnie z zaleceniem Soboru – komisjom episkopatu do spraw środków komunikowania społecznego; zalecono również, aby wszystkie organizacje parafialne, placówki edukacyjne i organizacje międzynarodowe aktywnie uczestniczyły zarówno w przygotowaniach, jak i obchodach Dni. Każdego roku wybierany jest jeden szczegółowy problem, który staje się myślą przewodnią uroczystości, a także tematem orędzia papieskiego, ogłaszanego co roku na tę okazję.

Pierwszy Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu obchodzony był 7 maja 1967 roku. W orędziu papieskim skierowanym „Do wszystkich, którzy prowadzą działalność na polu społecznego przekazu”, omówiony został wpływ mediów na rozwój współczesnej cywilizacji i kultury, a także ich rola w wypełnianiu misji Kościoła. Oprócz pozytywnych aspektów obecności mediów w życiu społecznym omówiono niebezpieczeństwa, do jakich prowadzi niekontrol-

lowany ich rozwój i brak umiaru w odbiorze. Orędzie kończy wezwanie skierowane do wszystkich pracowników mediów, aby świadomie i godnie wypełniali swe obowiązki. To pierwsze orędzie było przypomnieniem głównych tez nauki Kościoła w tej dziedzinie, stosunkowo ogólnym i jak gdyby wprowadzającym do dalszych przemyśleń.

W 1968 roku orędzie papieskie nosiło tytuł: „Środki społecznego przekazu drogą i środkiem do budowy nowego społeczeństwa w braterskiej jedności”. Opierając się na tezach o rozwoju społeczeństwa rozwiniętych w encyklice „*Populorum progressio*” z 26 marca 1967 r., papież Paweł VI proponuje rozważenie roli, jaką media mogą i powinny spełnić w takim całościowym rozwoju, nie tylko narodów i społeczności, ale i każdego człowieka.

W następnym, 1969 roku na III Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu Paweł VI zaproponował temat: „Przekaz społeczny a rodzina”. W orędziu papież zwraca uwagę na wpływ, jaki media wywierają na życie rodzinne, zmianę obyczajów i upodobań. Powoduje to konieczność rozszerzenia zadań wychowawczych rodziców i placówek edukacyjnych o tę problematykę tak, aby przygotować rodziny do rozumnego, a więc świadomego i odpowiedzialnego odbioru. Przy tej okazji papież zachęca wiernych, a zwłaszcza młode pokolenie, do podejmowania pracy zawodowej w środkach przekazu, gdyż w tych niewątpliwie trudnych zawodach można zdziałać wiele dobrego i dać świadectwo swej religijnej postawy.

Orędzie papieskie z 1970 roku podnosi problem „Środki społecznego przekazu a młodzież”. Papież omawia w nim zmianę, jaka nastąpiła w wychowywaniu: tradycyjne metody w postaci wpływu rodziny, szkoły, Kościoła zostają stopniowo wypierane przez wpływ nowoczesnych mediów. Stają się one źródłem wiedzy i poglądów młodego pokolenia. Wynika z tego wielkie zadanie wychowawcze dla mediów: ukazywać młodzieży autentyczne wartości, uczyć uczciwego i odważnego życia.

V Światowy Dzień w 1971 roku obchodzono pod hasłem: „Środki społecznego przekazu a jedność między narodami”. Orędzie papieskie przygotowane z tej okazji omawiało podziały we współczesnym świecie: polityczne, społeczne, ekonomiczne, które utrudniają zgodną współpracę narodów. Kościół, świadomy tych różnic, chciałby odegrać rolę spoiwa w budowaniu jedności w świecie. Podobną rolę powinny odegrać środki społecznego przekazu, dzięki swojej powszechności i możliwościom. Są one niezastąpionym narzędziem zbliżania się ludzi i społeczności oraz wzajemnego zrozumienia, co jest podstawą autentycznego dialogu.

W następnym, 1972 roku na VI Światowy Dzień wybrano temat „Środki społecznego przekazu w służbie prawdy”. Papież podkreślał w orędziu wspólną odpowiedzialność za prawdę w środkach komunikowania. Obowiązek poszukiwania i szacunku dla prawdy spoczywa na wszystkich uczestnikach komunikacji społecznej, tak na nadawcach, jak i odbiorcach informacji.

„Środki społecznego przekazu w służbie umacniania i propagowania wartości duchowych” – pod tym hasłem obchodzono VII Światowy Dzień w 1973 roku. Orędzie papieskie zachęcało media do oddania światu wielkiej przysługi

poprzez propagowanie dobroci, piękna i prawdy, co pozwoli poprowadzić ludzkość do lepszego świata przyszłości.

Ewangelizacja, czyli niesienie światu Dobrej Nowiny to podstawa misji Kościoła na ziemi. W wypełnianiu tego zadania należy posługiwać się wszystkimi dostępnymi w danym momencie środkami, a więc również mediami masowymi. Problemy te rozważano w 1974 roku w czasie VIII Światowego Dnia obchodzonego pod hasłem „Środki społecznego przekazu w ewangelizacji”. Przy tej okazji papież przypominał, że misja ewangelizacji świata spoczywa na każdym chrześcijaninie, który daje świadectwo swej postawy w aktywnym uczestnictwie w społecznym komunikowaniu, będąc jego nadawcą lub odbiorcą. Drugim wątkiem wystąpienia papieskiego była konieczność odnowienia metod apostołstwa z większym wykorzystaniem mediów, szczególnie tam, gdzie, z różnych powodów, tradycyjne metody nie wystarczają.

IX Światowy Dzień przebiegał pod hasłem „Środki społecznego przekazu w służbie pojednania”. W swym orędziu i homilii z 11 V 1975 roku papież apelował o autentyczną odnowę duchową pracowników mediów oraz odbiorców, nakłaniając ich do pełniejszego uświadomienia sobie praw i obowiązków w tym względzie. Podkreślał konieczność stworzenia wielostronnych i różnych źródeł informacji, co jest podstawą prawidłowej komunikacji. Wiąże się to z obowiązkiem poszanowania obiektywnych faktów oraz prawidłowej hierarchii wartości, aby móc świadomie wybierać nadawane i odbierane treści.

Orędzie papieskie na X Światowy Dzień w 1976 roku nosiło tytuł: „Środki społecznego przekazu wobec fundamentalnych praw i obowiązków człowieka”. Omawiając te prawa, szczególnie mocno zaakcentował papież prawo do życia, do nauki, do pracy, prawo do narodzin i do rodzicielstwa, a w wymiarze politycznym – prawo do pokoju, wolności i do sprawiedliwości społecznej.

Jedenasty Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 1977 roku poświęcono wpływowi tych środków na opinię publiczną. Orędzie papieskie podkreślało opiniotwórczą rolę mediów i odpowiadający tej sytuacji obowiązek świadomego wyboru u odbiorców. Przy tej okazji papież wypowiedział się na temat reklamy. Obok pozytywów tego powszechnego zjawiska wskazał na ogromne niebezpieczeństwa: podporządkowywanie rzeczywistych wartości chęci zysku, nieuczciwość etyczną programów reklamowych, rozbudzanie fałszywego popytu u odbiorców. Te negatywne, a niestety masowe zjawiska powinny skłonić wszystkich do większej odpowiedzialności i kontroli treści reklam.

Bohaterem XII Światowego Dnia w 1978 roku stał się odbiorca środków masowego przekazu – jego oczekiwania, prawa i obowiązki. W orędziu na tę okazję papież stwierdził, że media muszą być podporządkowane służbie na rzecz prawdziwego postępu w świecie i wszechstronnego rozwoju człowieka, czemu ma służyć przepojenie sumień i instytucji zasadami ewangelicznymi. Odbiorcy przysługują fundamentalne prawa do informacji, do szacunku i do krytyki. Prawom tym odpowiadają obowiązki: podawania obiektywnej i kompetentnej informacji oraz stały rozwój kulturalny i duchowy.

„Środki społecznego przekazu w obronie dzieci w rodzinach i społeczeństwie” to temat XIII Światowego Dnia w 1979 r. Papież, teraz już Jan Paweł II, apeluje w orędziu o uświadomienie sobie wpływu, jaki media wywierają na dzieci i młodzież. Ponieważ zaczynają one dominować w kształtowaniu osobowości młodego pokolenia, powinny w doborze treści stale mieć to na uwadze i odgrywać w tym procesie pozytywną rolę.

W rok później, w 1980 r. refleksja nad wpływem mediów objęła rodzinę. W orędziu na Dzień, XIV już z kolei, zatytułowanym „Rodzina wobec środków społecznego przekazu”, papież zanalizował wpływ treści przekazywanych przez media masowe na modyfikację życia rodzinnego, poglądów, wiedzy i aspiracji rodzin. Podobnie jak rok wcześniej, zaapelował, aby środki te przejęły funkcje kształtowania i wychowania, stając się tym samym dodatkowym elementem tradycyjnych metod wychowawczych.

XV Światowy Dzień, w 1981 roku poświęcił papież odpowiedzialnej wolności. Człowiek ma niezaprzeczalne prawo do wolności, którą to wolność świadomie powinien ograniczyć odpowiedzialnością. W odniesieniu do mediów oznacza to, że powinien on być ich użytkownikiem, a nie przedmiotem, treści przyjmować w sposób „krytyczny, a nie uległy”. Odpowiedzialna wolność polega na odrzuceniu konsumizmu, seksualizmu, narkomanii, gwałtu i innych plag współczesności. Człowiek realizuje się w wolności, ale aby tę wolność osiągnąć, musi nauczyć się osądzać i wybierać w zgodzie ze swym sumieniem.

„Środki społecznego przekazu a problemy ludzi starszych” to temat XVI Światowego Dnia w 1982 roku. W przygotowanym na tę uroczystość orędziu papież apelował, aby media budowały więzy między ludźmi, aby pomagały ludziom starszym uporać się z ich podstawowym problemem, czyli samotnością i wyobcowaniem z aktywnego życia. Środki te mogą wypełniać ważną misję społeczną, mogą stać się platformą spotkania ludzi, budować wspólnotę i pomagać jednostkom włączyć się aktywnie w życie społeczne. Mogą także pomóc we wzajemnym zbliżeniu się ludzi, zwłaszcza młodych ze starszymi.

W 1983 roku w czasie XVII Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu papież podjął temat roli i miejsca mediów w służbie pokoju. Przekaz społeczny powinien stać się narzędziem budowania dialogu i zrozumienia między narodami, gdyż tylko to gwarantuje trwały pokój. Dialog taki powinien opierać się na fundamentalnych wartościach, takich jak: prawda, sprawiedliwość, dobro, pluralizm, wyrzeczenie się przemocy, jedność. Pracownicy środków społecznego komunikowania powinni zawsze mieć świadomość, że to oni wpływają na opinię publiczną, nastroje społeczne i świadomość indywidualną. Powinni budować „pokojuowe myślenie” oraz wychowywać do życia w pokoju. Aby jednak mogli wypełniać tę ważną misję, należy im zagwarantować podstawowe prawa, takie jak prawo do informacji i możliwości obiektywnego przedstawiania faktów.

XVIII Światowy Dzień w 1984 roku obchodzony był pod hasłem: „Środki społecznego przekazu miejscem spotkania wiary i kultury”. W tradycyjnym orędziu papież przedstawia wzajemne relacje między wiarą, kulturą i komunikacją społeczną. Proponuje, aby wiara i kultura współpracowały na

plaszczyźnie komunikacji, aby były stale obecne w mediach. Papież apeluje o włączenie się mediów w rozwój kultury wierząc, że jest to droga prowadząca do wiary i pełnej realizacji człowieka. Papież uważa także, że zjednoczenie kultury i wiary może pomóc narodom tradycyjnie chrześcijańskim odnaleźć swoje korzenie, a nowym narodom – stworzyć piękny i pożyteczny model rozwoju kultury narodowej.

W 1985 roku na XIX Światowy Dzień wybrano temat „Środki społecznego przekazu w służbie chrześcijańskiego wzrastania młodzieży”. Papież w orędziu na ten dzień omawia przemożny wpływ mediów masowych na życie i umysłowość współczesnego człowieka. Szczególnie młodzi ludzie są pod tym wpływem, oni też najbardziej bezpośrednio i bezkrytycznie przyjmują przekazywane treści. Dlatego tak ważną sprawą są odpowiednie programy, przygotowanie młodzieży do świadomego i krytycznego odbioru. Młode pokolenie trzeba chronić przed zalewem konsumizmu, seksu i przemocy, tak powszechnych w mediach. Środki społecznego przekazu powinny pomagać młodzieży w ich własnym rozwoju duchowym i w zrozumieniu świata, wypełnić lukę wychowawczą, jaka powstała przez zmianę tradycyjnego modelu wychowania. Media powinny przygotować młodych ludzi moralnie i duchowo do budowy nowego społeczeństwa przyszłości, ucząc ich szacunku dla bliźniego, poczucia obowiązku, przyjaźni dla ludzi, poczucia sprawiedliwości, zamiłowania do nauki i pracy.

XX Światowy Dzień w 1986 roku poświęcił papież wpływowi środków społecznego przekazu na kształtowanie opinii publicznej. W swym orędziu stwierdza, że we współczesnym świecie głównym czynnikiem wpływającym i kształtującym opinię publiczną są media. Ich rola wzrosła jeszcze w przypadku osób, które z różnych względów nie są zdolne do wypracowania własnej opinii. Opinia publiczna, zdaniem papieża, powinna być zdrowa moralnie, to znaczy respektować wartości życia ludzkiego – od poczęcia do starości, wartości rodzinne, pokój, sprawiedliwość i solidarność między narodami. Wszyscy zaangażowani w przekaz społeczny, a zwłaszcza chrześcijanie powinni poczuwać się do odpowiedzialności w tym względzie i aktywnie pracować na rzecz wytworzenia się opinii publicznej zgodnie z tymi wartościami.

„Środki społecznego przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju”, to hasło przewodnie obchodów XXI Światowego Dnia w 1987 roku. Papież uważa, że sprawiedliwość jest niezastąpionym czynnikiem budowania pokoju. Niezbędnym do tego warunkiem jest informacja, która pozwala na rozpoczęcie pełnego dialogu – podstawy trwałego pokoju, opartego na wzajemnym zaufaniu. Papież proponuje, aby środki masowego komunikowania podjęły się wprowadzenia w życie „strategii zaufania” opartej na siedmiu podstawowych czynnikach: uświadamianiu, ujawnianiu, wyrzekaniu się, przezwyciężaniu, przyczynianiu się, rozpowszechnianiu, utwierdzaniu. Za przestrzeganie zasad sprawiedliwości i budowanie pokoju w świecie jesteśmy odpowiedzialni wszyscy, zarówno nadawcy treści, jak i ich odbiorcy.

W następnym, 1988 roku z okazji XXII Światowego Dnia, papież rozszerzył refleksję o udziale mediów w misji budowania świata przyszłości. W orędziu zatytułowanym: „Środki społecznego przekazu jako narzędzia dialogu”, jeszcze

raz zaapelował o propagowanie idei braterstwa i solidarności między ludźmi i narodami. Tylko taka postawa może stać się podstawą dialogu, w którym Kościół upatruje gwarancję lepszej przyszłości.

Na XXIII Światowy Dzień w 1989 roku Jan Paweł II zaproponował temat: „Religia w środkach społecznego przekazu”. W orędziu papież podziękował za coraz większą ilość i lepszą jakość treści religijnych w mediach. To pozytywne zjawisko, zdaniem papieża, jest wynikiem postulatów odbiorców, na które odpowiadają nadawcy. Kościół jest wdzięczny środkom przekazu za pomoc w wypełnianiu swej misji. Papież zwraca się z prośbą o konstruktywną współpracę wielkich ośrodków komunikowania z ośrodkami religijnymi, współpracę opartą na zrozumieniu wspólnego celu służenia światu, a nie chęci zysku. Kościół stale pracuje nad udoskonaleniem i wynajdywaniem nowych form wypowiedzi i przekazu, aby jego głos miał jak najszerszy krąg odbiorców i skuteczniej przemawiał do ludzi. Ponieważ w tym właśnie roku przypada 25 rocznica założenia Papieskiej Komisji do spraw Środków Społecznego Przekazu, papież nadaje jej tytuł Rady Papieskiej, chcąc w ten sposób docenić jej dotychczasową pracę i pokazać, jak duże znaczenie przywiązuje Stolica Apostolska do tej sfery działalności.

W roku 1990 - XXIV Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu poświęcony był misji Kościoła w erze komputerów. Papież Jan Paweł II w swoim orędziu przygotowanym z tej okazji przypomniał naukę soborową o środkach komunikowania jako części ogólnoludzkiej kultury oraz skutecznym narzędziem w wypełnianiu misji Kościoła. Równie pomocne w tej misji mogą się okazać nowe techniki komputerowe, które dzięki swym możliwościom technicznym mogą ułatwić nawiązywanie kontaktu i dialogu między członkami kościoła, a przez to, przyczynić się do „zacieśnienia więzów jedności”.

XXV Światowy Dzień w 1991 roku przypadł w 25 rocznicę ogłoszenia instrukcji „*Communio et progressio*”. W orędziu na ten dzień, zatytułowanym - Środki społecznego przekazu w służbie jedności i postępu rodziny ludzkiej - papież przypomniał podstawowe tezy tej instrukcji oraz zachęcił wszystkich uczestników procesu komunikowania, zarówno zwykłych odbiorców jak i wybitnych twórców do ponownego zapoznania się z jej naukami.

Obchody XXVI Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu poświęcono wyrażeniu wdzięczności za dar Boży, jakim są środki komunikowania, które pozwoliły zwalczyć izolację i samotność jednostkom i społecznościom. Dzięki nim możliwa jest wymiana myśli, uczuć, poglądów i doświadczeń. Papież przypomniał o prawie i obowiązku Kościoła posługiwania się tymi środkami w głoszeniu orędzia zbawienia. Zobowiązał też wszystkich członków Kościoła oraz organizacje zajmujące się tą problematyką do poszukiwania najwłaściwszej formy przekazu tego orędzia dostosowanej do możliwości technicznych oraz wyrażanej w języku zrozumiałym dla ludzi żyjących w erze masowego komunikowania.

Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu obchodzone są w całym Kościele bardzo uroczyście. Na długo przed samą uroczystością Papieska Komisja do Spraw Środków Społecznego Przekazu ustala temat przewodni i opra-

cowuje wskazania i szczegółowe instrukcje dla odpowiedzialnych za tę działalność komisji lokalnych. Wskazówki te mają być przedmiotem katechezy przygotowującej duchownych i wiernych do świadomego uczestnictwa w przygotowaniach i obchodach Dnia. Czas poprzedzający te obchody poświęcony jest na zapoznanie się z problematyką, omówienie sytuacji w tym względzie w aspekcie globalnym, narodowym, lokalnym i indywidualnym.

W Polsce Dni Środków Społecznego Przekazu obchodzone są w trzecią niedzielę września. We wszystkich kościołach odbywają się msze w tej intencji i odczytywany jest list przygotowany na tę okazję przez Konferencję Plenarną Episkopatu, w którym omawia się głównie lokalne uwarunkowania i problemy w dziedzinie wybranej na tematykę przewodnią.

Niewątpliwie najistotniejszym elementem obchodów Światowych Dni są specjalnie na tę okazję przygotowywane orędzia papieskie. Przedstawiają one aktualną naukę i stanowisko Kościoła odnośnie do problemów, które są tematem omawianym w danym roku. Tematy poszczególnych Dni koncentrują się głównie wokół celów i zadań mediów we współczesnym świecie oraz postulatów Kościoła w tym względzie. Początkowo orędzia papieskie zawierały głównie przypomnienie nauki Kościoła zawartej w ustaleniach Soboru i instrukcji „*Communio et progressio*”. W ostatnich latach widać tendencję do uszczegółowienia problematyki oraz wprowadzania nowych elementów doktryny. Przykładem może być nauka o „odpowiedzialnej wolności” wyłożona przez Jana Pawła II w orędziu na XV Światowy Dzień w 1981 roku.

Porównując tematy poszczególnych Światowych Dni można zauważyć, że koncentrują się one wokół dwóch problemów: pokoju w świecie i roli jaką media mogą spełnić w jego tworzeniu i utrzymaniu oraz wokół wpływu środków komunikowania na rodzinę, a zwłaszcza młode pokolenie. Wspólną cechą wszystkich orędzi jest generalnie pozytywny stosunek do komunikacji społecznej i środków przekazu jako jej narzędzia. Bardziej akcentowane są dobrodziejstwa, płynące z wszechobecności mediów oraz możliwości ich pełniejszego wykorzystania niż negatywne skutki i niebezpieczeństwa związane z ich nieodpowiedzialnym nadużywaniem zarówno w sferze nadawania jak i odbioru. W orędziach papieskich ich autorzy, najpierw Paweł VI, a potem Jan Paweł II, zawsze podkreślają swoją życzliwość dla pracowników komunikowania, doceniają ich trudną i odpowiedzialną pracę. Apelują do nich o odpowiedzialność i uświadomienie sobie, jak wielki wpływ mają na innych i jakie obowiązki moralne są z tym związane. Podobnie traktowani są odbiorcy, którym przypomina się o ich prawach i obowiązkach.

Pozwala to sądzić, że Magisterium Kościoła przywiązuje duże znaczenie do obchodów Światowych Dni Środków Społecznego Przekazu. Stają się one okazją do pokazania, że Kościół docenił rolę i pozycję mediów we współczesnym świecie i dla współczesnego człowieka. Orędzia papieskie podkreślają pozytywny stosunek do tej części rzeczywistości i w konsekwencji troskę o człowieka, który w niej żyje. Nie ukrywają również, że Kościół chciałby nie tylko włączyć te środki do własnych metod duszpasterskich, ale i mieć wpływ

na całość komunikowania społecznego, chcąc je przepoić wartościami moralnymi, wpływającymi z nauki społecznej Kościoła.

Światowe Dni Środków Społecznego Przekazu są także doskonałą okazją do podtrzymywania kontaktu ze środowiskiem pracowników komunikowania społecznego i to o różnej orientacji religijnej, pokazując im, że Kościół poważnie i przychylnie traktuje ich pracę i pragnie współpracować z nimi w misji tworzenia lepszego świata przyszłości. Ochody tych Dni mają również na celu przypomnienie wiernym, którzy są przecież nadawcami i odbiorcami, że również w tej dziedzinie obowiązują ich prawa i obowiązki wpływające z ich przynależności do Kościoła.

RADA EUROPY

EUROPEJSKA KONWENCJA O TELEWIZJI PONAD GRANICAMI

Niniejszy dokument zawiera tekst Europejskiej Konwencji o Telewizji ponad Granicami zawartej przez Komitet Ministrów Rady Europy w dniu 15 marca 1989 roku.

Sekretariat Rady Europy zwraca uwagę na fakt, że formalna decyzja w sprawie przedłożenia niniejszej konwencji do podpisu – jaką podjąć można tylko wtedy, gdy żaden z przedstawicieli Komitetu Ministrów nie sprzeciwi się temu – znajdzie się na porządku dziennym spotkania nadzwyczajnego Komitetu Ministrów w dniu 22 marca 1989.

EUROPEJSKA KONWENCJA O TELEWIZJI PONAD GRANICAMI

PREAMBUŁA

Kraje członkowie Rady Europy oraz inne kraje–strony Europejskiej Konwencji Kulturalnej – sygnatariusze niniejszego dokumentu,

- zważywszy na fakt, że celem Rady Europy jest osiągnięcie większej jedności jej krajów członkowskich w celu gwarantowania i realizacji ideałów i zasad stanowiących ich wspólne dziedzictwo;
- zważywszy, że godność i jednakowa wartość każdego człowieka stanowią fundamentalny element tych zasad;
- zważywszy, że wolność wyrazu i informacji, przewidziana w artykule 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka, stanowi jeden z podstawowych warunków demokratycznego społeczeństwa oraz jeden z podstawowych warunków jego rozwoju i rozwoju każdej jednostki;

- potwierdzając swe oddanie zasadom wolnego przepływu informacji i idei oraz niezależności organizacji radiowo–telewizyjnych, co stanowi nieodzowną podstawę ich działalności;
- potwierdzając wagę telewizji dla rozwoju kultury i wolnego formowania opinii w warunkach gwarantujących pluralizm i równe szanse dla wszystkich demokratycznych grup i partii politycznych;
- przekonanie, że ciągły rozwój techniki informacji i komunikacji powinien służyć popieraniu, niezależnie od granic państwa, prawa do wyrażania myśli, do poszukiwania, odbierania i przekazywania informacji oraz idei bez względu na ich źródło;
- pragnąc stworzyć publiczności coraz to większy wybór usług programowych, powiększając tym samym dziedzictwo Europy i rozwijając jej twórczość audiowizualną, oraz zdecydowane osiągnąć ten kulturalny cel drogą wysiłków w celu zwiększenia produkcji i obiegu programów wysokiej jakości, spełniając tym samym oczekiwania publiczności w dziedzinie polityki, kultury i edukacji;
- uznając potrzebę konsolidacji wspólnych szerokich podstaw regulacji prawnej;
- mając na uwadze Postanowienia nr 2 oraz Deklarację Pierwszej Europejskiej Konferencji Ministerialnej na temat polityki środków masowego przekazu;
- pragnąc rozwijać zasady zawarte w istniejących Zaleceniach Rady Europy co do zasad reklam telewizyjnych, równości kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu, wykorzystania możliwości satelitarnych do celów telewizyjnych i radiowych, oraz popierania produkcji audiowizualnej w Europie, postanawiają co następuje:

ROZDZIAŁ I. PRZEPISY OGÓLNE

Artykuł 1. Cele i zadania

Niniejsza Konwencja dotyczy usług programowych zawartych w transmisjach. Celem jest ułatwienie stronom transmisji międzynarodowych oraz retransmisji telewizyjnych usług programowych.

Artykuł 2. Wyjaśnienie pojęć

Dla celów niniejszej Konwencji:

- a/ „Transmisja” oznacza początkowe nadanie, przy pomocy nadajnika naziemnego, kabla lub jakiegokolwiek rodzaju satelity, w postaci zakodowanej lub nie, telewizyjnych usług programowych dla celów odbioru masowego. Nie obejmuje usług komunikacyjnych świadczonych na życzenie indywidualne;
- b/ „Retransmisja” oznacza fakt odbioru i jednoczesnego nadania, bez względu na zastosowane środki techniczne, całych i niezmienionych telewizyjnych usług programowych lub ważnych fragmentów takich usług, nadawanych przez stację telewizyjną do odbioru masowego;

- c/ „Stacja telewizyjna” jest to osoba fizyczna lub prawna, która produkuje telewizyjne usługi programowe do odbioru masowego i transmituje je lub zleca ich transmisję, w całości i w niezmienionej postaci, stronie trzeciej;
- d/ „Usługa programowa” oznacza wszystkie części pojedynczej usługi dostarczonej przez daną stację w znaczeniu określonym w poprzednim punkcie;
- e/ „Dzieła audiowizualne pochodzenia europejskiego” są to dzieła twórcze, których produkcją lub koprodukcją zarządzają europejskie osoby prawne lub fizyczne;
- f/ „Reklama” oznacza wszelkie publiczne obwieszczenia mające na celu popieranie sprzedaży lub wynajmu produktu lub usługi, promocję idei czy sprawy lub spowodowanie innego skutku pożądanego przez reklamującego się, dla których to celów udzielono reklamującemu się czasu transmisyjnego na zasadach odpłatności lub za inne podobne wynagrodzenia;
- g/ „Sponsorowanie” oznacza udział osoby fizycznej lub prawnej, nie zaangażowanej w działalność transmisyjną ani w produkcję dzieł audiowizualnych, w bezpośrednim lub pośrednim finansowaniu programu w celu promocji jego nazwy, znaku fabrycznego lub wizerunku.

Artykuł 3. Zastosowanie

Niniejsza konwencja stosuje się do wszelkich usług programowych transmitowanych lub retransmitowanych przez jednostki lub środki techniczne w ramach jurysdykcji strony Konwencji czy to za pośrednictwem kabla, nadajnika naziemnego, czy satelity, gdy usługi te mogą być odbierane, pośrednio czy bezpośrednio, na terytorium jednego lub kilku spośród pozostałych sygnatariuszy.

Artykuł 4. Wolność odbioru i retransmisji

Strony zagwarantują wolność wyrażania opinii i informacji zgodnie z art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka, a także wolności odbioru, oraz nie będą ograniczać retransmisji na swych terytoriach usług programowych zgodnych z warunkami niniejszej Konwencji.

Artykuł 5. Obowiązki stron transmitujących

1. Każda strona transmitująca zapewni przy pomocy odpowiednich środków i przez swe kompetentne organy zgodność z niniejszą Konwencją wszystkich usług programowych transmitowanych przez jednostki lub środki techniczne w ramach swej jurysdykcji w rozumieniu artykułu 3.
2. Dla celów niniejszej Konwencji stroną transmitującą jest:
 - a. w przypadku transmisji naziemnych, strona, na której terytorium następuje wstępne nadanie programu;
 - b. w przypadku transmisji satelitarnych:
 - i. strona, na której terytorium znajduje się urządzenie nadające do satelity;
 - ii. strona, która udziela częstotliwości lub pojemności satelity, gdy urządzenie nadające do satelity znajduje się w kraju nie będącym stroną niniejszej Konwencji;

- iii. strona, w której znajduje się siedziba stacji telewizyjnej, gdy nie ustalone są kompetencje wynikające z podpunktów /i/ oraz /ii/.
- 3. Gdy usługi programowe transmitowane z krajów nie będących stronami niniejszej Konwencji retransmitowane są przez jednostki lub środki techniczne w ramach jurysdykcji kraju będącego stroną Konwencji w rozumieniu artykułu 3, strona ta, działając w charakterze strony transmitującej, zagwarantuje przy pomocy odpowiednich środków i za pośrednictwem swych kompetentnych organów zgodność z warunkami niniejszej Konwencji.

Artykuł 6. Zapewnienie informacji

- 1. Obowiązki stacji telewizyjnej zostaną wyraźnie i odpowiednio określone w upoważnieniu wydanym przez kompetentne władze każdej ze stron lub w umowie wynegocjowanej z tymi władzami, albo też przez jakiegokolwiek inne środki prawne.
- 2. Na żądanie kompetentne władze każdej strony transmitującej udostępnią informacje na temat stacji telewizyjnej. Informacje takie będą zawierać co najmniej nazwę lub określenie, siedzibę oraz status stacji, nazwę jej prawnego przedstawiciela, skład jej kapitału, charakter, cele i sposób finansowania usług programowych, jakie stacja ta świadczy lub ma zamiar świadczyć.

ROZDZIAŁ II. SPRAWY PROGRAMOWE

Artykuł 7. Obowiązki stacji telewizyjnej

- 1. Wszystkie części składowe usług programowych w swym sposobie prezentacji oraz treści winny szanować godność człowieka oraz podstawowe prawa innych. W szczególności, nie mogą one:
 - a. być nieprzyzwoite, a zwłaszcza zawierać pomografii;
 - b. nadmiernie eksponować brutalności lub stwarzać prawdopodobieństwa wzbudzania nienawiści rasowej.
- 2. Wszystkie części składowe usług programowych stwarzające niebezpieczeństwo zaburzenia fizycznego, umysłowego czy moralnego rozwoju dzieci i młodzieży nie będą umieszczane w programie wówczas, gdy z uwagi na czas nadawania oraz oglądalność istnieje niebezpieczeństwo, że dzieci i młodzież mogłyby je oglądać.
- 3. Stacja telewizyjna gwarantuje, że dzienniki będą uczciwie przedstawiały fakty i wydarzenia oraz stymulowały swobodne formowanie opinii.

Artykuł 8. Prawo do odpowiedzi

- 1. Wszystkie strony transmitujące gwarantują, że każda osoba fizyczna czy prawna, bez względu na narodowość lub miejsce zamieszkania, posiadać będzie możliwości skorzystania z prawa do odpowiedzi lub z innych porównywalnych środków prawnych czy administracyjnych dla wynagrodzenia krzywdy w związku z programami transmitowa-

nymi czy retransmitowanymi przez jednostki czy środki techniczne w ramach jurysdykcji danej strony w rozumieniu artykułu 3. W szczególności strony zagwarantują możliwość skutecznego korzystania z prawa do odpowiedzi, stwarzając stosowne limity czasowe i inne ustalenia dla korzystania z tego prawa. Skuteczne korzystanie z tego prawa lub innych porównywalnych prawnych czy administracyjnych środków wynagrodzenia krzywdy gwarantowane będzie zarówno przez koordynację czasową, jak i przez odpowiednie procedury.

2. W tym celu nazwa stacji odpowiedzialnej za daną usługę programową prezentowana będzie w stosowny sposób w regularnych odstępach.

Artykuł 9. Dostęp widowni do głównych wydarzeń

Strony zbadają środki prawne w celu uniknięcia osłabienia prawa widowni do informacji w wyniku korzystania przez stację z jej wyłącznych praw do transmisji lub retransmisji, w rozumieniu artykułu 3, sprawozdań z wydarzeń budzących szczególne zainteresowanie publiczne, jeśli to korzystanie z prawa powoduje pozbawienie dużej części publiczności na terytorium jednej lub większej liczby stron możliwości śledzenia tego wydarzenia w telewizji.

Artykuł 10. Cele kulturalne

1. Tam, gdzie będzie to wykonalne i za pomocą odpowiednich środków, strony zagwarantują, że stacje rezerwować będą dla dzieł europejskich większość swego czasu transmisyjnego, wyłączając czas przeznaczony na dzienniki, imprezy sportowe, rozgrywki, reklamy i usługi teletekstowe. Tak zarezerwowana część czasu transmisyjnego powinna rosnać progresywnie na podstawie stosownych kryteriów przy uszanowaniu obowiązków stacji wobec widzów w zakresie informacji, edukacji, kultury i rozrywki.
2. W przypadku różnicy zdań między stroną odbierającą a transmitującą co do zastosowania poprzedniego punktu, możliwe jest na żądanie jednej ze stron zwrócenie się do Stałego Komitetu, który przedstawi swą opinię doradczą na dany temat. Taka różnica zdań nie podlega procedurze arbitrażowej przewidzianej w artykule 26.
3. Strony zobowiązują się wspólnie poszukiwać najbardziej odpowiednich narzędzi i procedur wspierania działalności i rozwoju w zakresie produkcji europejskiej bez dyskryminacji poszczególnych stacji telewizyjnych, szczególnie w krajach o niewielkich możliwościach produkcyjnych w zakresie produkcji audiowizualnych oraz w krajach ograniczonych obszarów językowych.
4. W duchu współpracy i wzajemnej pomocy, jaki leży u podstaw niniejszej Konwencji, strony podejmą starania w celu uniknięcia sytuacji, w której usługi programowe transmitowane lub retransmitowane przez jednostki lub środki techniczne w ramach ich jurysdykcji w rozumieniu artykułu 3 stanowiłyby zagrożenie dla pluralizmu prasy i rozwoju przemysłu filmowego. Zgodnie z powyższym, żadne dzieła kinematograficzne nie będą transmitowane w ramach takich usług,

o ile nie zostanie to uprzednio uzgodnione pomiędzy właścicielami praw do tych dzieł i stacją telewizyjną; dotyczy to okresu dwóch lat od premiery kinowej takich dzieł. W przypadku dzieł filmowych, których dana stacja jest koproducentem, okres ten wyniesie jeden rok.

ROZDZIAŁ III. REKLAMY

Artykuł 11. Wymogi ogólne

1. Wszystkie reklamy powinny być rzetelne i uczciwe.
2. Reklamy nie będą wprowadzać w błąd ani przynosić szkody interesom konsumentów.
3. Reklamy adresowane do dzieci lub wykorzystujące dzieci w charakterze aktorów powinny unikać wszystkiego, co mogłoby przynieść szkodę ich interesom, oraz uwzględniać szczególny charakter tej grupy widzów.
4. Reklamujący się nie będzie miał wpływu na redakcję zawartości programów.

Artykuł 12. Czas trwania

1. Ilość reklam nie będzie przekraczała 15% dziennego czasu transmisji. Odsetek ten może jednak ulec podwyższeniu do 20%, jeśli obejmie bezpośrednie oferty sprzedaży, kupna czy wynajmu produktów czy świadczenia usług dla widzów, o ile bezpośrednio reklamy nie przekroczą 15%.
2. Ilość reklam bezpośrednich (natychmiastowych) w ciągu jednej godziny nie przekroczy 20%.
3. Takie formy reklam, jak bezpośrednie oferty sprzedaży zakupu czy wynajmu produktów lub świadczenia usług na rzecz widzów, nie przekroczą jednej godziny dziennie.

Artykuł 13. Forma i przedstawienie reklam

1. Reklamy powinny być łatwe do rozpoznania jako takie i wyraźnie oddzielone od innych części usługi programowej przy pomocy środków optycznych lub akustycznych. Z zasady powinny być nadawane w blokach.
2. Reklamy podświadome są niedopuszczalne.
3. Niedopuszczalne są też reklamy potajemne, w szczególności przedstawianie produktów lub usług w programach, gdy ma to służyć celom reklamowym.
4. W reklamach nie mogą wzrokowo czy słuchowo występować osoby, które regularnie przedstawiają programy informacyjne, jak dzienniki czy magazyny aktualności.

Artykuł 14. Rozmieszczenie reklam

1. Reklamy należy rozmieszczać pomiędzy programami. Pod warunkiem spełnienia warunków zawartych w punktach 2–5 niniejszego artykułu, reklamy mogą też być zamieszczane podczas programów w taki spo-

- sób, by nie ucierpiała na tym ciągłość i wartość programu oraz prawa posiadacza praw do tego programu.
2. W programach złożonych z autonomicznych części lub w programach sportowych czy innych reportażach czy występach o podobnej budowie, zawierających przerwy, reklamy mogą być nadawane wyłącznie pomiędzy poszczególnymi częściami lub w przerwach.
 3. Transmisja dzieł audiowizualnych jak filmy fabularne i filmy wyprodukowane dla telewizji (z wyłączeniem serii, seriali, lekkich programów rozrywkowych i programów dokumentalnych), trwających ponad 45 minut, przerywana być może tylko jeden raz podczas każdego pełnego okresu 45 minut. Następne przerwy dopuszcza się, jeśli dzieła takie trwają co najmniej 20 minut dłużej niż dwa lub więcej okresów pełnych 45 minut.
 4. Gdy reklamy przerywają nadawanie programów innych niż wymienione w punkcie 2, w ramach programu pomiędzy kolejnymi przerwami na reklamy powinno upłynąć co najmniej 20 minut.
 5. Reklam nie umieszcza się w transmisjach z uroczystości religijnych (mszy). Dzienniki i magazyny aktualności, programy dokumentalne i religijne oraz programy dla dzieci nie będą przerywane reklamami, o ile trwają poniżej 30 minut. Jeśli trwają 30 minut lub dłużej, stosuje się przepisy poprzedniego punktu.

Artykuł 15. Reklamowanie szczególnych produktów

1. Nie dozwala się reklamowania wyrobów tytoniowych.
2. Reklamowanie napojów alkoholowych wszelkich rodzajów powinno być zgodne z następującymi regułami:
 - a. reklamy nie mogą być adresowane przede wszystkim do małoletnich; nikt z występujących w reklamie w związku z konsumpcją napojów alkoholowych nie powinien wyglądać na osobę małoletnią;
 - b. reklamy takie nie mogą wiązać konsumpcji alkoholu z tężyzną fizyczną lub prowadzeniem samochodu;
 - c. reklamy takie nie mogą zawierać twierdzenia, że alkohol jest środkiem leczniczym, pobudzającym lub uspokajającym ani też, że pomaga rozwiązać osobiste konflikty;
 - d. reklamy nie powinny zachęcać do nieumiarkowanego spożycia alkoholu ani też przedstawiać abstynencji lub umiarkowania w negatywnym świetle;
 - e. nie należy kłaść przesadnego nacisku na zawartość alkoholu w napojach.
3. Reklamy leków i leczenia dostępnych na terytorium strony transmitującej jedynie z przepisu lekarza są niedopuszczalne.
4. Reklamy wszelkich innych leków i metod leczenia powinny być łatwo rozpoznawalne jako takie, rzetelne, prawdziwe i możliwe do weryfikacji oraz zgodne z wymogiem ochrony jednostki przed szkodą.

Artykuł 16. Reklamy adresowane szczególnie do jednej strony

1. W celu uniknięcia wypaczeń konkurencji i zagrożenia systemu telewizyjnego danej strony, reklamy skierowane specjalnie i dość często do widowni jednej ze stron nie będącej stroną transmitującą nie powinny stanowić obejścia przepisów o reklamach obowiązujących na terytorium tej strony.
2. Przepisy poprzedniego punktu nie stosują się, gdy:
 - a. wspomniane wyżej przepisy o reklamach tworzą dyskryminację między reklamami transmitowanymi przez jednostki lub środki techniczne w ramach jurysdykcji danej strony oraz reklamami transmitowanymi przez jednostki techniczne w ramach jurysdykcji drugiej strony lub
 - b. zainteresowane strony zawrą dwu- lub wielostronny układ w tej dziedzinie.

ROZDZIAŁ IV. Sponsorowanie**Artykuł 17. Wymogi ogólne**

1. Gdy program lub cykl programów jest w całości lub części sponsorowany, fakt ten powinien być wyraźnie stwierdzony drogą umieszczenia stosownych informacji na początku i/lub końcu tego programu.
2. Sponsor w żadnych okolicznościach nie może wpływać na treść i rozmieszczenie programów sponsorowanych tak, by naruszyło to odpowiedzialność i redakcyjną niezależność stacji telewizyjnej w zakresie tych programów.
3. Programy sponsorowane nie mogą zachęcać do zakupu lub wynajmu produktów czy usług sponsora lub strony trzeciej, szczególnie drogą nawiązywania do tych produktów czy usług w programie w celu ich promocji.

Artykuł 18. Zakazane sponsorowanie

1. Programów nie mogą sponsorować osoby fizyczne lub prawne, których główna działalność polega na wyrobie i sprzedaży produktów lub świadczeniu usług, których reklamowanie jest zakazane na mocy artykułu 15.
2. Nie dopuszcza się sponsorowania dzienników i magazynów aktualności.

ROZDZIAŁ V. POMOC WZAJEMNA**Artykuł 19. Współpraca między stronami**

1. Strony zobowiązują się do udzielania sobie wzajemnej pomocy przy wprowadzaniu w życie niniejszej Konwencji.
2. W tym celu:
 - a. każda układająca się strona wyznaczy jedną lub więcej kompetentnych agencji, których nazwy i adresy przekaże Sekretarzowi Ge-

- neralnemu Rady Europy w momencie składania dokumentu ratyfikacji, akceptacji, aprobaty lub przystąpienia;
- b. strona, która wyznacza więcej niż jedną agencję, określi w swym powiadomieniu na mocy podpunktu (a) kompetencje poszczególnych agencji.
3. Agencja wyznaczona przez stronę:
- dostarcza informacje przewidziane w artykule 6 punkt 2 niniejszej Konwencji;
 - dostarcza informacje na żądanie agencji wyznaczonej przez inną stronę, dotyczące wewnętrznych przepisów prawnych i praktyki w dziedzinach objętych niniejszą Konwencją;
 - współpracuje z agencjami wyznaczonymi przez inne strony, jeśli będzie to mogło podnieść efektywność kroków podjętych w celu wprowadzenia w życie niniejszej Konwencji;
 - rozważy wszelkie trudności powstające w wyniku stosowania niniejszej Konwencji, na jakie zwróci jej uwagę agencja wyznaczona przez inną ze stron.

ROZDZIAŁ VI. STAŁY KOMITET

Artykuł 20. Stały Komitet

- Dla celów niniejszej Konwencji powołany zostanie Stały Komitet.
- Każdą ze stron może w Stałym Komitecie reprezentować jeden lub więcej delegatów. Każda delegacja posiadać będzie jeden głos. W ramach swych kompetencji, Wspólnota Europejska korzystać będzie z prawa głosu z liczbą głosów równą liczbie swych krajów członkowskich będących stronami niniejszej Konwencji; Wspólnota Europejska nie będzie korzystać z prawa głosu w tych przypadkach, gdy będą to czynić jej kraje członkowskie i odwrotnie.
- Każdy z krajów wymienionych w artykule 29 punkt 1, nie będący stroną niniejszej Konwencji, może być reprezentowany w Komitecie przez obserwatora.
- Stały Komitet może zwracać się o radę do ekspertów, by w ten sposób wykonać swe zadania. Z własnej inicjatywy lub na żądanie organu zainteresowanego może zaprosić na swe obrady lub część obrad w ramach jednego posiedzenia dowolny organ międzynarodowy czy krajowy, rządowy lub nie, posiadający kwalifikacje w dziedzinie objętej niniejszą Konwencją. Decyzję o zaproszeniu takich ekspertów lub organu podejmą członkowie większością 3/4 głosów.
- Stały Komitet zwołuje Sekretarz Generalny Rady Europy. Jego pierwsze posiedzenie odbędzie się w ciągu sześciu miesięcy od daty wejścia w życie Konwencji. Komitet będzie się następnie zbierał na każde żądanie jednej trzeciej stron lub Komitetu Ministrów Rady Europy lub z inicjatywy Sekretarza Generalnego Rady Europy zgodnie z przepi-

- sami artykułu 23 punkt 2, lub też na żądanie jednej lub więcej stron zgodnie z przepisami artykułów 21 podpunkt (c) oraz 25 punkt 2.
6. Większość stron stanowić będzie quorum dla zwołania posiedzenia Stałego Komitetu.
 7. Zgodnie z przepisami punktu 4 i artykułu 23 punkt 3, decyzje Stałego Komitetu podejmowane będą większością trzech czwartych głosów członków obecnych na posiedzeniu.
 8. Zgodnie z przepisami niniejszej Konwencji, Stały Komitet ustali swój własny regulamin postępowania.
- Artykuł 21. Funkcje Stałego Komitetu
- Stały Komitet odpowiada za przestrzeganie i stosowanie niniejszej Konwencji. Może on:
- a. przedstawić stronom zalecenia odnośnie do stosowania niniejszej Konwencji;
 - b. zgłaszać sugestie koniecznych modyfikacji Konwencji oraz badać propozycje takich modyfikacji zgłoszone zgodnie z przepisami artykułu 23;
 - c. badać na życzenie jednej lub więcej stron kwestie związane z interpretacją przepisów Konwencji;
 - d. dokładać wszelkich starań w celu osiągnięcia polubownego rozstrzygnięcia wszelkich trudności przedstawionych mu na mocy artykułu 25;
 - e. przedstawiać zalecenia Komitetowi Ministrów odnośnie do zaproszenia do przystąpienia do Konwencji krajów innych niż wymienione w artykule 29 punkt 1.

Artykuł 22. Sprawozdania Stałego Komitetu

Po każdym posiedzeniu Stały Komitet złoży stronom i Komitetowi Ministrów Rady Europy sprawozdanie ze swych obrad i podjętych decyzji.

ROZDZIAŁ VII. POPRAWKI

Artykuł 23. Poprawki

1. Każda ze stron może zgłosić projekt poprawek do Konwencji.
2. Wszelkie propozycje poprawek przedłożone zostaną Sekretarzowi Generalnemu Rady Europy, który poinformuje o nich kraje członkowskie Rady Europy, inne kraje–strony Europejskiej Konwencji Kulturalnej oraz wszelkie kraje nieczłonkowskie, które przystąpią lub zostaną zaproszone do przystąpienia do niniejszej Konwencji zgodnie z przepisami artykułu 30. Sekretarz Generalny Rady Europy zwoła posiedzenie Stałego Komitetu najwcześniej w dwa miesiące po otrzymaniu propozycji.
3. Stały Komitet rozpatrzy wszelkie projekty poprawek i przedstawi przyjęty przez większość trzech czwartych członków do zatwierdzenia Komitetowi Ministrów. Po zatwierdzeniu tekst zostanie przekazany stronom do akceptacji.

4. Poprawka wejdzie w życie trzydziestego dnia od chwili, w której wszystkie strony poinformują Sekretarza Generalnego o swej akceptacji tej poprawki.

ROZDZIAŁ VIII. DOMNIEMANE POGWAŁCENIE KONWENCJI

Artykuł 24. Domniemane pogwałcenie Konwencji

1. Strona, która uzna, iż miało miejsce pogwałcenie niniejszej Konwencji, poinformuje stronę transmitującą o domniemaniu pogwałcenia, po czym obie strony dołożą starań, by przezwyciężyć trudności na podstawie przepisów artykułu 19, 25 i 26.
2. Jeśli domniemane pogwałcenie posiadać będzie charakter jawny, poważny i groźny, dotyczyć ważnych kwestii publicznych i odnosić się do artykułów 7 punkty 1 lub 2; 12; 13 punkt 1 (pierwsze zdanie); 14 lub 15 punkty 1 lub 3, a także utrzymywać się w ciągu 2 tygodni po przesłaniu informacji o nim, strona odbierająca może tymczasowo zawiesić retransmisję inkryminowanej usługi programowej.
3. We wszystkich przypadkach domniemanego pogwałcenia, z wyjątkiem przypadków przewidzianych w punkcie 4, strona odbierająca może zawiesić tymczasowo retransmisję inkryminowanej usługi programowej w ciągu ośmiu miesięcy od poinformowania o pogwałceniu, jeśli domniemane pogwałcenie utrzymuje się.
4. Tymczasowe zawieszenie retransmisji jest niedopuszczalne w przypadkach domniemanych pogwałceń artykułów 7 punkt 3; 8; 9 lub 10.

ROZDZIAŁ IX. ROZWIĄZYWANIE SPORÓW

Artykuł 25. Pojednanie

1. Jeśli na tle stosowania niniejszej Konwencji wynikną trudności, zainteresowane strony dołożą starań, by osiągnąć polubowną zgodę.
2. O ile żadna ze stron nie zgłosi sprzeciwu, Stały Komitet może rozpatrzyć sprawę, stawiając się do dyspozycji stron, w celu osiągnięcia zadowalającego rozstrzygnięcia w możliwie najkrótszym czasie, a także sformułowania, tam gdzie to się stosuje, opinii doradczej na dany temat.
3. Każda ze stron zainteresowanych zobowiązuje się niezwłocznie przekazać Stałemu Komitetowi wszelkie dane i udogodnienia niezbędne do wykonywania przezeń funkcji wynikających z poprzedniego punktu.

Artykuł 26. Arbitraż

1. Jeśli strony zainteresowane nie zdołają rozstrzygnąć sporu zgodnie z przepisami artykułu 25, mogą na mocy ugody przekazać ten spór do rozpatrzenia na drodze arbitrażu, którego procedurę określa załącznik do niniejszej Konwencji. W przypadkach nieosiągnięcia takiej ugody co do arbitrażu w ciągu sześciu miesięcy od złożenia pierwszej próby

o wszczęcie postępowania pojednawczego, spór może być przekazany do arbitrażu na żądanie jednej ze stron.

2. Każda ze stron może w każdej chwili stwierdzić, że uważa zastosowanie procedury arbitrażowej przewidzianej w Załączniku do niniejszej Konwencji za obowiązkowe ipso facto i bez specjalnej zgody w odniesieniu do uznania tegoż obowiązku przez jakąkolwiek inną stronę.

ROZDZIAŁ X. INNE POROZUMIENIA MIĘDZYNARODOWE I PRAWO WEWNĘTRZNE STRON

Artykuł 27. Inne porozumienia i ustalenia międzynarodowe

1. Strony będące członkami Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej będą w stosunkach wzajemnych kierować się regułami tej Wspólnoty, a zatem tym samym nie będą stosować reguł wynikających z niniejszej Konwencji z wyjątkiem sytuacji, w której dana kwestia nie jest regulowana przepisami Wspólnoty.
2. Żaden z przepisów niniejszej Konwencji nie powstrzyma stron od zawierania porozumień międzynarodowych dopełniających lub rozwijających jej przepisy albo rozszerzających sferę ich zastosowania.
3. W przypadku porozumień dwustronnych niniejsza Konwencja nie zmienia praw i obowiązków stron, jakie wynikają z takich porozumień, a nie wpływają na korzystanie przez inne strony z ich praw lub wykonywanie ich zobowiązań na mocy niniejszej Konwencji.

Artykuł 28. Stosunek Konwencji do prawa wewnętrznego stron

Żaden z przepisów niniejszej Konwencji nie powstrzyma stron od stosowania przepisów surowszych lub bardziej szczegółowych niż zawarte w niniejszej Konwencji wobec usług programowych transmitowanych przez jednostki lub środki techniczne w ramach ich jurysdykcji w rozumieniu artykułu 3.

ROZDZIAŁ XI. PRZEPISY KOŃCOWE

Artykuł 29. Podpisanie i wejście w życie

1. Niniejszą Konwencję podpisać mogą kraje członkowskie Rady Europy oraz inne kraje–strony Europejskiej Konwencji Kulturalnej, oraz Wspólnota Europejska. Konwencja podlega ratyfikacji, akceptacji lub aprobachie. Instrumenty ratyfikacji, akceptacji lub aprobaty składać należy na ręce Sekretarza Generalnego Rady Europy.
2. Niniejsza Konwencja wchodzi w życie w pierwszym dniu miesiąca następującego po upływie okresu trzech miesięcy od dnia, w którym siedem państw, w tym co najmniej pięć państw członkowskich Rady Europy, wyrazi zgodę na uznanie Konwencji za wiążącą zgodnie z przepisami zawartymi w poprzednim punkcie.
3. Każde państwo może zadeklarować tymczasowe stosowanie Konwencji czy to w momencie jej podpisywania, czy też w dowolnym termi-

nie późniejszym przed wejściem Konwencji w życie w odniesieniu do tego państwa.

4. W odniesieniu do wszystkich krajów wymienionych w punkcie 1 lub do Wspólnoty Europejskiej, które to kraje wyrażą zgodę na związanie się przepisami niniejszej Konwencji w terminie późniejszym, Konwencja wejdzie w życie pierwszego dnia miesiąca następującego po upływie okresu trzech miesięcy od dnia złożenia instrumentów ratyfikacji, akceptacji lub aprobaty.

Artykuł 30. Przystąpienie krajów nieczłonkowskich

1. Po wejściu w życie niniejszej Konwencji, Komitet Ministrów Rady Europy po konsultacji z krajami układającymi się może zaprosić dowolny inny kraj do przystąpienia do niniejszej Konwencji na mocy decyzji podjętej większością głosów przewidzianą artykułem 20 (d) Statutu Rady Europy oraz jednomyślną decyzją przedstawicieli stron układających się upoważnionych do uczestnictwa w Komitecie.
2. W odniesieniu do wszystkich krajów przystępujących, niniejsza Konwencja wejdzie w życie pierwszego dnia miesiąca następującego po upływie okresu trzech miesięcy od dnia złożenia instrumentu przystąpienia na ręce Sekretarza Generalnego Rady Europy.

Artykuł 31. Klauzula terytorialna

1. W momencie podpisywania Konwencji lub składania instrumentu ratyfikacji, akceptacji, aprobaty lub przystąpienia, dany kraj może określić terytorium lub terytoria, do których stosować się będzie niniejsza Konwencja.
2. Kraj może też rozszerzyć stosowanie niniejszej Konwencji na dowolne inne terytorium w późniejszym terminie, drogą deklaracji przedłożonej Sekretarzowi Generalnemu Rady Europy określającej granice tego terytorium. W odniesieniu do takiego terytorium, niniejsza Konwencja wejdzie w życie pierwszego dnia miesiąca następującego po upływie trzech miesięcy od daty otrzymania takiej deklaracji przez Sekretarza Generalnego.
3. Wszelkie deklaracje poczynione na mocy dwóch poprzednich punktów mogą zostać wycofane w odniesieniu do dowolnego terytorium wymienionego w takich deklaracjach. Wycofanie następuje drogą powiadomienia Sekretarza Generalnego. Skutkuje ono w pierwszym dniu miesiąca następującego po upływie okresu sześciu miesięcy od dnia otrzymania takiego zawiadomienia przez Sekretarza Generalnego.

Artykuł 32. Zastrzeżenia

1. W momencie podpisania lub składania instrumentu ratyfikacji, akceptacji, aprobaty lub przystąpienia,
 - a/ każdy kraj może zadeklarować, iż rezerwuje sobie prawo do ograniczenia retransmisji na swym własnym terytorium w tym tylko zakresie, w jakim taka retransmisja jest niezgodna z jego wewnętrzną legislacją; dotyczy to retransmisji usług programowych zawierają-

cych reklamy napojów alkoholowych w oparciu o reguły przewidziane artykułem 15 punkt 2 niniejszej Konwencji;

- b/ Zjednoczone Królestwo może stwierdzić, że rezerwuje sobie prawo niewypełniania obowiązku przewidzianego w artykule 15 punkt 1, a dotyczącego zakazu reklamy wyrobów tytoniowych w odniesieniu do reklam cygar i tytoniu fajkowego nadawanych przez Independent Broadcasting Authority środkami naziemnymi na jego terytorium. Inne zastrzeżenia są niemożliwe.
- 2. Zastrzeżenie zgłoszone zgodnie z poprzednim punktem nie podlega sprzeciwom.
- 3. Każdy z krajów układających się, który poczyni zastrzeżenie na mocy punktu 1, może wycofać je w całości lub części drogą powiadomienia przedłożonego Sekretarzowi Generalnemu Rady Europy. Wycofanie zastrzeżenia skutkuje z dniem otrzymania takiego zawiadomienia przez Sekretarza Generalnego.
- 4. Strona, która uczyni zastrzeżenie w odniesieniu do przepisu niniejszej Konwencji, nie może domagać się stosowania tego przepisu przez którąkolwiek inną stronę; jeśli jednak zastrzeżenie takie jest częściowe lub warunkowe, strona może żądać stosowania tego przepisu w takim zakresie, w jakim sama go przyjęła.

Artykuł 33. Wypowiedzenie

- 1. Każda ze stron może w dowolnym momencie wypowiedzieć niniejszą Konwencję drogą powiadomienia przedłożonego Sekretarzowi Generalnemu Rady Europy.
- 2. Wypowiedzenie takie skutkuje pierwszego dnia miesiąca następującego po upływie okresu sześciu miesięcy od daty otrzymania zawiadomienia przez Sekretarza Generalnego.

Artykuł 34. Zawiadomienia

Sekretarz Generalny Rady Europy powiadamia kraje członkowskie Rady, inne kraje–strony Europejskiej Konwencji Kulturalnej, Wspólnotę Europejską oraz wszelkie kraje, które przystąpią lub zostaną zaproszone do przystąpienia do niniejszej Konwencji, o:

- a. wszelkich podpisach;
- b. złożeniu wszelkich instrumentów ratyfikacji, akceptacji, aprobaty lub przystąpienia;
- c. wszelkich datach wejścia w życie niniejszej Konwencji na mocy artykułów 29, 30, i 31;
- d. wszelkich sprawozdaniach zgodnych z przepisami artykułu 22;
- e. wszelkich innych aktach, deklaracjach, zawiadomieniach i komunikatach związanych z niniejszą Konwencją.

Dla zaświadczenia czego niżej podpisane osoby posiadające stosowne upoważnienia złożyły swe podpisy pod niniejszą Konwencją.

Sporządzono w dnia....., w językach angielskim i francuskim, przy jednakowej autentyczności obu tekstów, w jednym egzemplarzu, który przecho-

wywany będzie w Archiwum Rady Europy. Sekretarz Generalny Rady Europy prześle potwierdzone kopie wszystkim krajom członkowskim Rady Europy, innym krajom–stronom Europejskiej Konwencji Kulturalnej, Wspólnocie Europejskiej oraz wszelkim krajom zaproszonym do przystąpienia do niniejszej Konwencji.

ZAŁĄCZNIK

ARBITRAŻ

1. Wniosek o wszczęcie postępowania arbitrażowego przedkłada się Sekretarzowi Generalnemu Rady Europy. Powinien on zawierać nazwę drugiej strony sporu oraz jego przedmiot. Sekretarz Generalny przekazuje w ten sposób otrzymaną informację wszystkim stronom niniejszej Konwencji.
2. W przypadku sporu pomiędzy dwiema stronami, z których jedna jest krajem członkowskim Wspólnoty Europejskiej, która sama jest stroną Konwencji, wniosek o postępowanie arbitrażowe przedłożyć należy zarówno krajowi członkowskiemu, jak i Wspólnocie, które działając wspólnie powiadomią Sekretarza Generalnego w przeciągu jednego miesiąca od otrzymania wniosku, czy ów kraj członkowski, Wspólnota czy też kraj członkowski i Wspólnota razem będą stanowić stronę sporu. W przypadku braku takiego zawiadomienia w wymienionym terminie, kraj członkowski i Wspólnota uważane będą za jedną i tę samą stronę sporu dla celów stosowania przepisów regulujących ustanawianie i procedurę sądu arbitrażowego. To samo stosuje się do sytuacji, gdy kraj członkowski i Wspólnota działając wspólnie występują jako strona sporu. W przypadkach przewidzianych niniejszym punktem termin jednego miesiąca przewidziany w pierwszym zdaniu punktu 4 poniżej przedłuża się do dwóch miesięcy.
3. Sąd arbitrażowy składa się z trzech członków: każda ze stron sporu wyznacza jednego arbitra, którzy następnie drogą porozumienia wyznaczają trzeciego arbitra będącego przewodniczącym sądu. Przewodniczący nie może być obywatelem któregośkolwiek z krajów–stron sporu ani też mieszkać na stałe na terytorium tych krajów, być przez nie zatrudniony, ani mieć do czynienia ze sprawą w innym charakterze.

Strasbourg, 16 marca 1989

CZYTELNICTWO GAZET I CZASOPISM O ZASIĘGU OGÓLNOPOLSKIM W I POŁOWIE 1993 – NOWE TENDENCJE

Okres zaledwie roku, który upłynął od wykonania stosunkowo obszernych analiz zmian w czytelnictwie prasy (*Zeszyty Prasoznawcze* 1992, nr 1–2) obejmujących cztery pierwsze lata jej transformacji, nie upoważnia do napisania kolejnego większego artykułu analitycznego poświęconego tym zagadnieniom. Jednakże wyniki najnowszych badań ogólnopolskich OBP UJ (wykonanych na przełomie maja i czerwca 1993 na dużej próbie N=4810) świadczą o nowych zjawiskach (i – być może – tendencjach), warto je więc pokrótce zaprezentować. Punktem odniesienia uczynimy skorygowane (co oznacza tu na ogół niewielkie zmniejszenie zasięgów procentowych – w porównaniu z danymi przedstawionymi we wspomnianym artykule w *ZP*) wyniki dwóch poprzednich wiosennych badań OBP (1991 r. – N=3230; 1992 r. – N=2162).

W grupie dzienników o zasięgu ogólnokrajowym (przynajmniej nominalnie) obserwujemy – w stosunku do stanu z 1992 roku – zawężenie czołówki, tzn. pism uzyskujących minimum 1% deklarowanego zasięgu poczytności ogółem (a więc czytelnictwa zarówno stałego jak i dorywczego). Jeśli przed rokiem mieściło się w tej grupie 13 tytułów, to obecnie już tylko 9; dwa są zawieszone (*Nowy Świat*) bądź przekształcone w tygodnik (*Glob 24*), natomiast dwa inne straciły znaczną część czytelników. W tym ostatnim przypadku idzie o gazety, które w ostatnich miesiącach zmieniły tytuły: zarówno o *Gazetę Rolniczą* (następczynię *Gromady Rolników*), mało dostrzeganą w tym nowym wcieleniu przez potencjalnych czytelników wiejskich, jak też o *Słowo – Dziennik Katolicki* (nowe wcielenie *Słowa Powszechnego*). Być może jest to sytuacja przejściowa, dawni czytelnicy oswoją się z obecnością tych nowych tytułów, poznają ich walory i stopniowo zechcą do nich powrócić. Jednakże degradacja – w hierarchii poczytności drugiej gazety wiejskiej (tj. *Gromady–Rolnika Polskiego*) z miejsca czwartego (jeszcze w 1991 roku) przez szóste (1992) na dziewiąte (1993) zdaje się wskazywać na malejące zapotrzebowanie mieszkańców wsi na prasę typowo wiejską i rolniczą, albo też na drastyczny spadek czytelnictwa na wsi (te dwie tendencje nie wykluczają się, a raczej wzajemnie wzmacniają). Co do *Słowa*, to przypuszczalnie (nie mamy na to empirycznych dowodów) odstręcza ich nowa – na tle PAX-owskiej przeszłości – formuła ideowa i silne zaangażowanie polityczne pisma.

W ciągu ostatniego roku nastąpiła w ścisłej czołówce tylko jedna poważna zmiana: zmieścił się w niej *Super Express*, awansując z dwunastej pozycji na czwartą (co zapewne miało związek z głośnymi konkursami prasowymi organizowanymi przez redakcję pisma w roku 1992). Tak więc grupa dzienników o stosunkowo dużym kregu odbiorców (3,8 – 4,6%) liczy obecnie pięć tytułów, a różnice pomiędzy nimi mieszczą się w granicach błędu

statystycznego (*Sztandar Młodych*, *Rzeczpospolita*, *Super Express*, *Express Wieczorny*, *Życie Warszawy*). Wymieniona grupa w żaden sposób nie zagraża dominującej pozycji *Gazety Wyborczej*, choć ta ostatnia odnotowała (w porównaniu z rokiem 1992) pewien (ok. 3%) spadek liczby czytelników.

Trzecią grupę dzienników (1,5 – 2,4% zasięgu) stanowią *Trybuna*, *Kurier Polski* oraz wspomniana *Gromada-Rolnik Polski*. Pisma te na ogół straciły w ostatnim roku pewną część swych dawnych czytelników (zwłaszcza *Gromada*). Natomiast *Nowa Europa* (przeprofilowana na dziennik ekonomiczny) nie tylko nie poprawiła notowań sprzed roku, ale zdaje się tracić nielicznych czytelników.

Odnotujemy na koniec, że wszystkie trzy gazety sportowe mają się nieźle, zachowując dotychczasowy (*Przegląd Sportowy*) lub nieco nawet powiększając (*Sport*, *Tempo*) krąg odbiorców.

Tabela 1. Zasięgi odbioru ogółem (stałego i dorywczego) dzienników ogólnopolskich 1991–1993. (badania wiosenne OBP, próby skorygowane, dane w %%)

Dzienniki		1991	1992	1993
Dzienniki ogólnoinformacyjne				
1.	<i>Gazeta Wyborcza</i>	14,6	25,3	22,7
2.	<i>Sztandar Młodych</i>	2,4	4,6	4,6
3.	<i>Rzeczpospolita</i>	4,6	5,6	4,1
4.	<i>Super Express</i>	*	1,4	4,0
5.	<i>Życie Warszawy</i>	3,7	4,5	3,8
6.	<i>Express Wieczorny</i>	3,2	4,1	3,7
7.	<i>Trybuna</i>	2,3	3,1	2,4
	<i>Kurier Polski</i>	1,7	2,7	2,4
9.	<i>Gromada-Rolnik Polski</i>	3,3	3,8	1,6
10.	<i>Słowo-Dziennik Katolicki</i> **	1,6	1,5	0,5
11.	<i>Gazeta Rolnicza</i> ***	0,2	0,9	0,1
	<i>Nowa Europa</i>	—	0,3	0,1
	<i>Polska Zbrojna</i>	0,2	0,2	0,1
	<i>Świat Młodych</i>	0,7	0,6	0,2
	<i>Nowy Świat</i>	—	1,6	—
Dzienniki sportowe				
1.	<i>Przegląd Sportowy</i>	2,0	2,7	2,6
2.	<i>Sport</i>	1,5	2,0	2,3
3.	<i>Tempo</i>	0,8	0,7	1,2

* – wiosną 1991 r. ówczesny *Express* (poranny) nie był odróżniany przez czytelników od *Expressu Wieczornego*

** – poprzedni tytuł pisma – *Słowo Powszechne*,

*** – poprzednio gazeta ukazywała się pod tytułem *Gromada Rolników*

— – pismo nie ukazywało się w tym roku

Tabela 2. Hierarchia czterdziestu najpopularniejszych czasopism według ich zasięgu poczytności (badania wiosenne OBP 1991–1993)

Czasopisma		1991	1992	1993
1.	<i>Przyjaciółka</i>	15,1	18,4	15,3
2.	<i>Poradnik Domowy</i> [m]	0,9	6,5	12,1
3.	<i>Tina</i>	—	—	11,1
4.	<i>Nie</i>	7,0	9,6	9,2
5.	<i>Kobieta i Życie</i>	7,8	10,0	8,1
6.	<i>Wprost</i>	3,8	6,0	7,4
7.	<i>Twój Styl</i> [m]	1,7	4,9	6,7
8.	<i>Polityka</i>	5,2	5,1	5,4
9.	<i>Bravo</i> (dt)	—	1,7	5,2
	<i>Tele Tydzień</i>	—	—	5,2
11.	<i>Jestem</i> [m]	5,1	4,0	4,7
12.	<i>Dziewczyna</i> [m]	—	2,5	3,8
13.	<i>Kobieta i Mężczyzna</i>	1,6	5,0	3,6
14.	<i>Pani</i> [m]	1,5	3,6	3,4
15.	<i>Detektyw</i> [m]	(3,4)	(4,4)	3,2
	<i>Milliarder</i>	—	—	3,2
	<i>Super Skandale</i>	7,4	7,1	3,2
18.	<i>Popcorn</i> [m]	1,5	2,5	2,8
19.	<i>Nowe Skandale</i>	—	—	2,7
20.	<i>Antena</i>	0,4	0,4	2,6
	<i>Gospodyni</i>	3,2	3,6	2,6
	<i>Przekrój</i>	3,9	3,2	2,6
	<i>Uroda</i> [m]	0,9	1,4	2,6
24.	<i>Gość Niedzielny</i>	2,1	1,4	1,7
25.	<i>Super TV</i>	—	—	1,5
26.	<i>Filipinka</i> (dt)	1,3	0,6	1,4
	<i>Motor</i>	x	1,8	1,4
	<i>Poznaniak</i>	x	0,2	1,4
	<i>Sukces</i> [m]	1,2	1,9	1,4
30.	<i>Piłka Nożna</i>	0,8	0,6	1,3
	<i>Film</i>	1,4	1,5	1,3
32.	<i>Panorama</i>	2,3	1,3	1,2
	<i>To i Owo</i>	0,7	0,7	1,2
	<i>Nowy Detektyw</i>	x	x	1,2
	<i>Wiedza i Życie</i> [m]	1,7	0,7	1,2
36.	<i>Burda</i> [m]	0,6	1,2	1,1
	<i>Cztery Kąty</i> [m]	—	0,7	1,1
	<i>Tylko Rock</i> [m]	—	0,1	1,1
39.	<i>Nie z tej ziemi</i> [m]	1,7	2,0	1,0
	<i>Pan</i> [m]	1,4	1,5	1,0

brak oznaczenia przy tytule – tygodnik; [m] – miesięcznik; (dt) – dwutygodnik

— – w tym roku pismo nie ukazywało się

x – brak danych – nie odnotowano ze względu na mały zasięg lub brak rozróżnienia przez czytelników dwóch podobnych tytułów

W rankingu czasopism osiągających minimum 1% zasięgu czytelnictwa ogółem znalazło miejsce w 1993 roku 40 tytułów o różnej częstotliwości ukazywania się, co jest wynikiem rekordowym (w poprzednich latach – niewiele ponad 30). Uważna analiza składu czołówki pozwala stwierdzić, iż zmiany dotyczyły łącznie losów 18 pism:

– przybyło ogółem 13 tytułów

w tym

- 4 całkiem nowe na rynku
- 2 przez „pączkowanie” istniejących pism
- 7 drogą awansu z niższych pozycji
- ubyło ogółem 5 tytułów (degradacja na niższe pozycje).

Wszystkie cztery tytuły, które od lata 1992 roku pojawiły się na rynku i zrobiły szybką karierę, zdobywając znaczną liczbę czytelników – są (obecnie) tygodnikami. Bez wątplenia najbardziej spektakularny sukces na rynku (11,1% zasięgu) osiągnęła *Tina* (silnie reklamowana, startująca jako miesięcznik, przekształcona niebawem w dwutygodnik, a od maja 1993 roku – już tygodnik), plasując się późną wiosną na trzecim miejscu na liście czasopism (spychając niżej *Kobietę i Życie*). W pierwszej dziesiątce znalazł się również nowy (ukazuje się od stycznia 1993) kolorowy magazyn telewizyjny *Tele Tydzień* (5,2%). W drugiej – co do poczytności – dziesiątce tytułów znajdujemy jeszcze młodszy (start w marcu 1993) tygodnik – *Miliarder*, którego obecny zasięg (3,2%) jest prawdopodobnie niższy niż na początku. Natomiast pod koniec trzeciej dziesiątki znajdujemy kolejny nowy (wychodzi od września 1992) magazyn telewizyjny – *Super TV*. Zestaw nowych tytułów na naszej liście rankingowej wzbogacają ponadto *Nowe Skandale* (po podziale we wrześniu 1992 r. starej redakcji *Skandali* na dwa odrębne tytuły; dziś „stare” *Skandale* kontynuowane są jako *Super Skandale*) oraz *Nowy Detektyw* – tygodnik ukazujący się już od kilku lat, ale w poprzednich sondażach nie odróżniany przez respondentów od miesięcznika *Detektyw*.

Tytuły, które „awansowały” z niższych pozycji (tj. poprzednio uzyskiwały zasięgi poniżej 1%), nie mogą szczycić się takimi sukcesami, jak w grupie pierwszej. Zarówno *Filipinka*, *To i Owo*, jak i *Cztery Kąty* plasowały się poprzednio nieco poniżej przyjętego progu i systematycznie, choć powoli zwiększają liczbę czytelników. Podobnie rzecz się ma z tygodnikiem *Półka Nożna*, który w ostatnim roku radykalnie zmienił formę, stając się kolorowym magazynem (przyrost z 0,6 do 1,3%). Bardziej widoczny jest awans tygodnika *Poznaniak* (użyskującego poułarność daleko od regionu poznańskiego, choć jeszcze nie kolportowanego w całej Polsce) oraz miesięcznika *Tylko Rock*, startującego przed rokiem z bardzo niskiej pozycji (obecnie pod koniec czwartej dziesiątki). Stosunkowo największy sukces w tej grupie przypada odnowionej *Antenie* (przekształconej w marcu 1993 z „gazety” w kolorowy magazyn), zyskującej obecnie rezultat 2,6% (w porównaniu z 0,4% przed rokiem).

W gronie tytułów zdegradowanych (poniżej 1% zasięgu) znalazły się dwa stosunkowo znane tygodniki opinii (*Prawo i Życie* oraz zawieszzone w czasie naszych badań *Spotkania*), magazyn młodzieżowy *TIM* (po upadku bliźniaczego tytułu), a także dwa miesięczniki – *Zwierzciadło* oraz *Dziatkowiec*.

Podobnie jak w poprzednich latach, wyraźne przetasowania w ścisłej czołówce najbardziej poczytnych czasopism (obejmującej w 1993 roku 23 tytuły) nastąpiły nie tylko za sprawą nowych (na rynku) tygodników i miesięczników. Wprawdzie wciąż na czele utrzymuje się *Przegląd*, ale w ostatnim roku utraciła kilka procent (3%) czytelników i zmniejszyła się jej przewaga (co do zasięgu odbioru) nad następnymi tytułami na liście najpopularniejszych. Pismem „numer 2” (ale zarazem najpoczytniejszym miesięcznikiem) stał się *Poradnik Domowy* (wiosną 1992 zajmował w naszych badaniach piątą pozycję), podwajając niemal liczbę zadeklarowanych odbiorców (z 6,5% do 12,1%), co skądinąd znajduje potwierdzenie w przyroście nakładów (z 1,8 do 3 mln egz.). Również powyżej 10% zasięgu ma – jak wspomniano wyżej – *Tina*. W przedziale 5–10% zasięgu ogółem mieści się 7 tytułów, spośród których dwutygodnik *Bravo* zrobił największą karierę w analizowanym okresie (awans z trzeciej dziesiątki do pierwszej), a umocniły swą pozycję w pierwszej dziesiątce: miesięcznik *Twój Styl* (z 4,9 do 6,7% zasięgu) oraz tygodnik *Wprost* (z 6,0 do 7,4%). W drugiej dziesiątce umocnił się miesięcznik *Dziewczyna* (z 2,5 do 3,8% zasięgu), awansował zaś do tej

grupy z trzeciej dziesiątki miesięcznik *Uroda*. Po stronie tytułów tracących pozycje, choć ciągle mieszczących się w obrębie drugiej dziesiątki znalazł się nieoczekiwanie tygodnik *Kobieta i Mężczyzna* (co być może jest związane z umocnieniem się na rynku bliźniaczego tytułu *Wszystko o Miłości – Wróżka* oraz dość udanym wejściem nowego miesięcznika – kolorowego magazynu *Twój Weekend*), a ponadto dwa inne popularne jeszcze kilka lat temu tygodniki: *Gospodyni* (dzieląca – jak się wydaje – los innych pism adresowanych do czytelnika wiejskiego) oraz *Przekrój*. W trzeciej grupie (zasięg poniżej 2%) także można wskazać kilka tytułów tracących pozycję sprzed roku. Należy do nich przede wszystkim miesięcznik *Nie z tej ziemi*, a w pewnej mierze również *Sukces* oraz *Pari* (ten ostatni przypadek możemy tłumaczyć obiecującym debiutem polskiej edycji *Playboya* 0,8%).

Grupa czasopism stanowiących bezpośrednie zaplecze pierwszej czterdziestki, tzn. takich, których zasięg ogółem mieści się w przedziale 0,5–0,9%, liczy 18 tytułów. Znajdujemy tu 10 tygodników, przeważnie wydawanych w formie „gazetowej” (*Prawo i Życie*, *Kobra*, *Spotkania*, *Wszystko o Miłości*, *Tygodnik Powszechny*, *TIM*, *Forum*, *Gazeta Bankowa*, *Niedziela*, *Veto*) i 8 miesięczników – magazynów kolorowych (*Playboy*, *Nowa Fantastyka*, *Cats*, *Dziatłowiec*, *Kobieta i Styl*, *Twój Weekend*, *Zwierciadło*, *Żyjmy dłużej*). Obok wymienionych wcześniej pięciu pism „zdegradowanych” mamy tu również dziewięć tytułów „awansujących” bądź to z pozycji poniżej 0,5% zasięgu (*Tygodnik Powszechny*, *Forum*, *Gazeta Bankowa*, *Niedziela*, *Veto*, *Kobieta i Styl*, *Żyjmy dłużej*) bądź świeżo zaistniałe na rynku (*Playboy*, *Twój Weekend*), a jedynie cztery pisma utrzymały się w tej grupie od co najmniej roku (*Kobra*, *Wszystko o Miłości*, *Cats*, *Nowa Fantastyka*). Tak więc i na zapleczu nastąpiły w ostatnim roku dosyć rozległe zmiany, choć ich wagi nie należy przeceniać ze względu na możliwy błąd statystyczny (niewielkie różnice rzędu kilku dziesiątych procenta).

Próbie ogólniejszego spojrzenia na te wyniki poprzedzimy analizą zmian w ważniejszych grupach (typach) czasopism.

W grupie tygodników opinii (społeczno–politycznych) nie widać większych zmian, poza dalszym umocnieniem się (mierzonym rozszerzeniem kręgu odbiorców) *Wprost* (obecnie, po zawieszeniu *Spotkań* – jedynego magazynu tego typu). Dystans pomiędzy „poważnym” tygodnikiem *Wprost* oraz pierwszym (od trzech lat) na tej liście satyryczno–sensacyjnym tygodnikiem *Nie* zmalał jednak do niespełna 2%. Minimalnie zwiększyły poczytność także zarówno identyfikowana z sympatiami raczej lewicowymi *Polityka*, jak i katolicki *Gość Niedzielny*. Minimalnie, co skłania do ostrożnych sądów, zyskały też czytelników inne pisma katolickie (różnej orientacji ideowej i politycznej): *Tygodnik Powszechny* oraz *Niedziela* (czego nie da się jednak powiedzieć o *Ładzie*), a ponadto tygodnik przeglądowy *Forum* i pismo konsumentów *Veto*. Z roku na rok (i zapewne z różnych powodów) tracą natomiast czytelników *Przegląd Tygodniowy*, *Tygodnik Solidarność*, *Chłopska Droga* i *Zielony Sztandar*. Spośród tygodników specjalizujących się w problematyce ekonomicznej po raz pierwszy od wejścia tytułu na rynek udało się przebić do bezpośredniego zaplecza czołowej czterdziestki *Gazecie Bankowej* (0,5%). Jednakże niskie (0,1–0,2%) zasięgi innych pism z tej dziedziny (*Życie Gospodarcze*, *Cash*), podobnie zresztą jak i efektownie wydawanego miesięcznika *Businessman Magazine* (czy również – o czym była wcześniej mowa – dzienników) zdają się wskazywać, że dość już liczny w Polsce krąg ludzi biznesu w niewielkim stopniu korzysta z prasy specjalistycznej. Dla tych tytułów ważniejsza jest jakość niż wielkość publiczności. Być może sięgają oni po dodatki ekonomiczne popularnych dzienników ogólnoinformacyjnych (*Rzeczpospolita*, *Gazeta Wyborcza*), ale być może także ich potrzeba informacji ekonomicznej i prawnej nie została jeszcze w pełni rozbudzona i uświadomiona.

Sytuacja w czołówce grupy stosunkowo tanich i wydawanych w niewyszukanej szacie graficznej pism sensacyjno–skandalizujących (mówi się o nich: prasa bulwarowa, rewolwerowa) wskazuje na pewną stabilizację; po rozłamie w redakcji *Skandali* łączny zasięg *Super Skandali* i *Nowych Skandali* jest obecnie (połowa 1993 r.) mniejszy (6,0%) niż przed podziałem (7,1%). Nie zwiększyły swoich wpływów obydwa *Detektywy* (tygodnik i miesięcznik); podobnie ustabilizowany krąg odbiorców ma *Kobra*.

Większość zaburzeń w hierarchii czytelnictwa pism kobiecych (czy szerzej – rodzinno–domowych i poradniczych) można – jak się wydaje – wiązać z opisywaną wyżej błyskawicz-

ną karierą *Tiny*. Spadek czytelnictwa dotyczy głównie starych tygodników – *Przyjaciółki*, *Kobiety i Życia*, *Gospodyni*, ale, jak wspominaliśmy, zmniejszył się również krąg odbiorców *Kobiety i Mężczyzny*. Miniony rok stał natomiast pod znakiem dalszego wzrostu pozycji miesięczników, szczególnie *Poradnika Domowego*, *Twojego Stylu*, *Urody* czy też – choć to sprawa bardziej swoista ze względu na adresata – *Dziewczyny*. Również i kilka innych miesięczników może wykazać się pewnym przyrostem liczby odbiorców (*Cztery Kąty* oraz *Kobieta i Styl*). Dwa ostatnio wymienione tytuły – obok *Dziewczyny* – należą do jedynych miesięczników „drugiej generacji” (tj. takich, które weszły na rynek w II połowie 1991 roku, kiedy to *Twój Styl*, *Pani* czy *Poradnik Domowy* reprezentujące „pierwszą generację” nowej prasy kobiecej zdobyły już solidną pozycję), które zwiększają krąg czytelników (a ściślej – czytelniczek); nie udaje się to natomiast *Claudii*, *Eli* i in. W dalszym ciągu liczne pisma poświęcone modzie, „robótkom ręcznym” itp. (nie licząc dobrze osadzonej *Burdy*), pomimo osiągania sporych nakładów, nie funkcjonują w świadomości odbiorczyń jako „prasa”.

W grupie magazynów adresowanych do młodzieży umocnił wyraźnie swą pozycję dwutygodnik *Bravo* oraz – nieco – miesięcznik *Popcorn*, a więc tytuły poświęcające gros uwagi muzyce rockowej. Również wspomniana wyżej *Dziewczyna* oraz *Filipinka*, adresowane do dziewcząt, odnotowały wzrost poczytności. Natomiast ostatni uniwersalny tygodnik młodzieżowy *TIM* notuje obecnie nieporównanie niższy zasięg (0,5%) niż wymienione tytuły o bardziej skonkretyzowanym odbiorcy. Podobnie prawie nie wzrosła (z 0,2 do 0,3%) poczytność miesięcznika *10/20*.

Stare tygodniki-magazyny treści ogólnej *Przekrój* i *Panorama* od kilku lat przeżywają spadek poczytności i nic nie wskazuje, aby proces ten miał ulec przerwaniu. W ostatnim roku straty objęły także bardziej luksusowe miesięczniki *Sukces* i *Pan*, natomiast obiecująco wystartował *Playboy*. Pismem sukcesu w tej grupie jest jednak niewątpliwie – choć czas pokaże na jak długo tygodnik *Miliarder*.

Ostatnia grupa, której pragniemy poświęcić nieco uwagi, wyróżnia się tym, iż wszystkie należące do niej pisma odniosły w ostatnich miesiącach sukces rynkowy i są tygodnikami. Mowa o „magazynach telewizyjnych” (tv-guides), które – w tej formie są w Polsce zjawiskiem dopiero ostatniego roku. Jeszcze wiosną 1992 roku czytelnicy dostrzegali jedynie *To i Owo* (pismo tanie i dość siermiężnie wydawane, ale zawierające programy telewizji satelitarnej) oraz – w mniejszym stopniu – *Antenę* (w starej, gazetowej szacie graficznej, bez informacji o programach innych niż PR czy TVP). Obecnie na rynku ostro konkurują ze sobą kolorowe magazyny zawierające informacje o programie kilkunastu zagranicznych oraz ważniejszych polskich, w tym także regionalnych i lokalnych stacji telewizyjnych): *Tele Tydzień*, *Antena* (od marca br. w tym kształcie, doskonałym zresztą), *Super TV* oraz czego bezpośrednio nie udało się nam precyzyjnie zarejestrować *Tele Magazyn* (funkcjonujący jako tygodniowy, drukowany za granicą dodatek do niektórych dzienników regionalnych; ponadto wiele dzienników wydaje własne dodatki tego typu).

W podsumowaniu tego pobieżnego przeglądu najnowszych wyników badań pragniemy zwrócić uwagę na kilka kwestii.

Po okresie sukcesów (mierzonych wejściem do grona najbardziej poczytnych – tj. minimum 1% zasięgu – tytułów) odnotowanych przez nowe bądź „odnowione” (w procesie transformacji) miesięczniki, rok 1992/1993 stał pod znakiem skutecznego szturmu do czołówki raczej nowych tygodników (podczas gdy proporcje „starych” tytułów, niezależnie od częstotliwości ich wydawania, nie uległy zmianie).

Najbardziej zwartą grupę tych nowych tygodników stanowiły, jak podkreślaliśmy, magazyny telewizyjne. Rozwój tych ostatnich był zapewne odpowiedzią na imponujące postępy w dziedzinie budowy infrastruktury mediów elektronicznych – urządzeń do odbioru programów telewizji satelitarnej (indywidualne anteny, lokalne sieci kablowe), ogromnego wzrostu ilościowego komercyjnych stacji radiowych i telewizyjnych, a wreszcie rozbudowy oferty regionalnych ośrodków TVP.

Wśród pism sukcesu znajdujemy coraz więcej tytułów reprezentujących polskojęzyczne wersje periodyków zagranicznych, by wymienić *Tine*, *Bravo*, *Popcorn*, *Dziewczynę*, *Super TV*, *Playboya* czy nawet *Twój Weekend*.

Prasa staje się coraz bardziej „lekka”, rozrywkowa i komercyjna; tytuły poważne – poza nielicznymi wyjątkami (*Wprost*, *Polityka*) – spychane są na margines zainteresowań czytelników.

Jeśli czołowa grupa najpopularniejszych czasopism – w porównaniu z sytuacją z pierwszych lat okresu transformacji uległa wyraźnemu powiększeniu, to w przypadku dzienników (ogólnopolskich) zachodzi obecnie proces odwrotny: czołówka zawęziła się do 9–10 gazet i proces eliminacji najsłabszych rywali z rynku prawdopodobnie na tym się nie zakończy. W tej grupie umacniają się pisma nastawione bardziej na sensację niż na obszerny, poważny serwis informacyjny czy publicystykę (czego dowodem jest kariera *Super Ekspresu* i niezła kondycja *Ekspresu Wieczornego* czy nawet *Kuriera Polskiego*).

Nasze wyniki, w warstwie szczegółowej, odbiegają tu i ówdzie od rezultatów tegorocznych badań innych firm, np. Instytutu PENTOR (*Wprost* nr 26 z 27 VI 1993), gdyż inna jest metoda badawcza (przy zastosowaniu tzw. pytania otwartego zwykle uzyskuje się niższe i – naszym zdaniem – bliższe rzeczywistości, chociaż i tak zawyżone deklaracje poczytności danego tytułu aniżeli przy użyciu listy tytułów). Jednakże wszystkie generalne konkluzje wypowiedziane wyżej znajdują oparcie również w wynikach tamtych badań.

Ryszard Filas

NASTROJE SPOŁECZNE I NIEKTÓRE POSTAWY POLITYCZNE

(maj 1992 – czerwiec 1993)

W roku 1992 i w pierwszym półroczu roku 1993 pojawiły się wreszcie pierwsze symptomy ożywienia gospodarczego w Polsce, zdające się wskazywać możliwość sukcesu reform ekonomicznych i wychodzenia kraju z recesji. Ten fakt – jeżeli w ogóle był dostrzegany – nie wpłynął jednak na poprawę nastrojów naszego społeczeństwa. Przeciwnie, w minionym roku zaobserwowaliśmy dalsze (odnotowywane od roku 1991 – zob. tabela 1) pogorszenie się nastrojów społecznych w Polsce.

Gdy w maju 1992 roku ówczesna sytuacja budziła nadzieje, „że będzie lepiej”, wśród ok. 10% badanych, to w czerwcu bieżącego roku odsetek ten zmalał do 8. Przed rokiem obawy nad nadziejami przeważały u ok. 49% badanych; w czerwcu 1993 r. taki stan odczuć zadeklarowała już ponad połowa (ok. 53%) naszych respondentów. Odnotowywane wskaźniki deklaracji obaw i nadziei wskazują wprawdzie na spowolnienie (w porównaniu z okresem lat 1991 – 1992; tabela 1) tempa wzrostu społecznego pesymizmu, jednak jest to fakt mało pocieszający w sytuacji, gdy obawy lub niepewność nadal charakteryzują stan nastrojów ponad 3/4 społeczeństwa.

Reformy gospodarcze nie przynoszą poprawy warunków życia ludności; przeciwnie: coraz bardziej odczuwany jest ich ciężar. Rozwój sektora prywatnego nie jest jeszcze w stanie zrównoważyć procesów kryzysu dużych państwowych zakładów przemysłowych, rolnictwa czy sfery budżetowej. Nie uległ więc zahamowaniu spadek dochodów ludności.

Ponad 2/3 ogółu respondentów stwierdziło pogorszenie sytuacji finansowej własnej rodziny (w porównaniu z sytuacją sprzed roku); poprawę zaś tylko ok. 12%. Zmiana własnej sytuacji materialnej była więc postrzegana niemal równie źle, jak rok wcześniej (patrz: tabela 2.).

Pewien wpływ na pogorszenie się nastrojów społecznych mogły mieć również wydarzenia rozgrywane się na polskiej scenie politycznej. Zwłaszcza atmosfera kłótni, afer i skandali, towarzysząca pracom bardzo podzielonego parlamentu. Tym też zapewne należy tłumaczyć dalszy spadek zaufania do Sejmu i Senatu, zajmujących w przedstawionej w tabeli 3. hierarchii stopnia zaufania do najważniejszych instytucji społeczno-politycznych ostatnie miejsca (z wynikami na skali 100–punktowej, gdzie 100 = pełne zaufanie, 0 = całkowity brak zaufania: 31,9 i 32,9).

Spadek zaufania do obu izb parlamentu jest tym bardziej wymowny, że odnotowaliśmy nieznaczny wzrost zaufania do wszystkich pozostałych z wyróżnionych instytucji. Uległa zahamowaniu (odnotowywana w poprzednich dwóch latach) tendencja spadku zaufania do Kościoła rzymskokatolickiego (episkopatu), choć utrzymuje się ono na dość niskim – jak na

kraj katolicki – poziomie (46,0 p. – wzrost w porównaniu z majem 1992 o 0,4 p.). Kościół (jeszcze w maju 1991 r. instytucja ciesząca się największym zaufaniem), coraz bardziej ustępuje nowym liderom hierarchii społecznego zaufania: rzecznikowi praw obywatelskich (64,9 p.; nie uwzględniany w poprzednich badaniach), wojsku (64,2 p.; wzrost zaufania o 6,6 p.), policji (53,0 p.; wzrost o 5,3 p.) i sądownictwu (50,8 p.; wzrost o 3,6 p.). Poprawił się również społeczny odbiór samorządu lokalnego (42,7 p.; wzrost o 3,4 p.) oraz związków zawodowych: „Solidarności” (37,6 p.; wzrost zaufania o 4,0 p.) i OPZZ (37,5 p.; wzrost o 5,4 p.).

Zaufanie społeczeństwa do wymienionych instytucji jest wyższe niż do Sejmu, Senatu oraz prezydenta (33,6 p.) i rządu (37,2 p.). Pomimo pewnego wzrostu wskaźników zaufania do dwóch ostatnich instytucji (zaufanie do prezydenta wzrosło, w ciągu minionego roku, o 1 p. a rząd H. Suchockiej cieszy się zaufaniem o 6,4 p. wyższym niż rząd Olszewskiego) musimy więc jednak stwierdzić generalnie zły odbiór działalności najważniejszych instytucji władzy państwowej. Wynika to zapewne m. in. z odczuwanego przez społeczeństwo ciężarów reform, braku ich wyraźnych efektów (w postaci poprawy poziomu życia ludności) oraz braku poczucia bezpieczeństwa i stabilizacji (zob.: rosnące zaufanie do wojska i policji). Powoduje zaś niezrozumienie oraz brak aprobaty i poparcia dla polityki rządu, a w efekcie: konflikty społeczne.

Wyraźnym sygnałem „rozmiłowania się” polityczno-ekonomicznych programów komunistycznych rządów i orientacji społeczno-politycznych Polaków są uzyskane przez nas wyniki akceptacji przedstawionych badanym sądów o charakterze teleologiczno-aksjologicznym, odnoszących się do zasad, wg których należy rządzić w Polsce, a także celów i wartości ważnych dla naszego narodu¹:

% wskazań na „TAK” (w nawiasach dane z maja 1992 r.)

W Polsce dziś...

... potrzebne są rządy silnej ręki, nawet ograniczające swobody obywatelskie	34,7 (34,5)
... najważniejsza jest pełna wolność każdego obywatela, nawet jeśli utrudnia to rządenie krajem	37,4 (40,2)
... większa część gospodarki (przedsiębiorstw) powinna pozostać w rękach państwa	53,0 (50,4)
... cała gospodarka (niemal wszystkie przedsiębiorstwa) powinna(y) się znaleźć w rękach prywatnych	19,7 (16,8)
... państwo powinno zapewnić opiekę swoim obywatelom (leczenie, bezpłatne szkoły, godziwe renty lub zasiłki itp.)	87,8 (82,1)
... ludzie powinni sami troszczyć się o własne leczenie, naukę dzieci, opiekę na starość, a nie liczyć na państwo na to, że państwo załatwi te sprawy za nich	9,5 (31,8)
... powinniśmy umacniać naszą narodową odrębność, bo zbytnie wiązanie się z innymi krajami może zagrażać polskim tradycjom i wartościom	48,8 (50,5)
... powinniśmy dążyć do zjednoczonej Europy, a sprawy narodowe nie są teraz najważniejsze	17,6 (18,3)
... jedynie respektowanie wartości chrześcijańskich we wszystkich dziedzinach życia oraz większy wpływ Kościoła na politykę państwa może przywieść Polskę powodzenie	17,6 (17,6)
... religia powinna być sprawą prywatną każdego obywatela i nie należy jej (ani Kościoła) mieszać do spraw państwa	82,0 (83,4)

¹ Szerzej na temat zasad konstruowania tych sądów w: W. Pisarek: Pięciowymiarowy model świadomości społecznej. *Zeszyty Prasoznawcze* 1992, nr 1–2, s. 151–154.

**Tabela 1. Odczucia społeczne, dotyczące rozwoju ogólnej sytuacji w Polsce
w latach: 1989 – 1993 (dane w procentach)**

Aktualna sytuacja w kraju budzi w badanym...	Data realizacji badań				
	X 89	IV 90	IV–V 91	V 92	VI 93
głównie nadzieje, że będzie lepiej	33,8	22,6	24,5	10,3	8,3
niepewność (nadzieje i obawy równoważą się)	15,1	3,1	33,3	29,8	22,8
głównie obawę i lęk	43,8	26,9	30,2	48,8	52,6
nie ma zdania	5,8	10,2	11,9	10,5	15,5
określiłby to inaczej	1,5	3,2	1,1	0,6	0,5

**Tabela 2. Ocena rozwoju sytuacji finansowej własnych gospodarstw domowych
w porównaniu z sytuacją sprzed roku
(na podst. badań z maja 1991 i 1992 r. oraz czerwca 1993 r.)**

Oceny	Data realizacji badań		
	V 1991	V 1992	VI 1993
Znaczna poprawa	3,5	2,1	2,0
Niewielka poprawa	18,1	9,9	9,7
Bez zmian	19,3	15,9	19,1
Niewielkie pogorszenie	22,4	25,1	27,9
Znaczne pogorszenie	31,5	42,5	36,7
Trudno określić	3,4	4,1	4,2
Brak odpowiedzi	1,8	0,4	0,5

**Tabela 3. Stopień zaufania do wybranych instytucji – w badaniach z lat: 1990 – 1993
(na skali 100–punktowej, gdzie 100 = pełne zaufanie, 0 = całkowity brak zaufania)**

Instytucje	Data realizacji badań			
	IV 1990	V 1991	V 1992	VI 1993
1. Rzecznik praw obywatelskich	—	—	—	64,9
2. Wojsko	53,7	54,6	57,6	64,2
3. Policja (* milicja)	32,4	42,9	47,7	53,0
4. Sądownictwo	38,6	46,3	46,4	50,8
5. Kościół rzymsko katolicki (** episkopat)	62,6	**53,5	**45,6	46,0
6. Samorząd lokalny	—	37,4	39,3	42,7
7. „Solidarność”	47,2	38,5	33,6	37,6
8. OPZZ	37,2	30,0	32,1	37,5
9. Rząd (Rada Ministrów)	55,4	45,6	30,8	37,2
10. Prezydent	—	45,7	32,6	33,6
11. Senat	53,4	40,7	33,9	32,9
12. Sejm	56,7	44,9	35,1	31,9

Porównując wyniki odpowiedzi z maja 1992 r i czerwca 1993 możemy stwierdzić, że opinie badanych są – w przedstawionych im kwestiach – wyjątkowo stałe. Niestety, ich rozkład wskazuje, że nawet najbardziej podstawowe zasady reform gospodarczych i priorytety polityki rządu mają niewielkie społeczne poparcie.

Polskie społeczeństwo przedstawia się tu jako zbiorowość znacznie bardziej preferująca hasła obrony wartości narodowych (48,8%), niż ideę wspólnej Europy (17,6%); woląca utrzymać stan upaństwowienia gospodarki (53,0%), niż akceptować jej pełną prywatyzację (19,7%); tęskniąca za ideałem państwa opiekuńczego (87,8%); odrzucająca wpływ Kościoła na sprawy kraju (82,0%); i nawet – w dość dużym stopniu (34,7%) skłonna zaaprobować rządy autorytarne.

W kontekście zbliżających się wyborów parlamentarnych wypada się więc cieszyć, że jeszcze chyba nie ma partii, której program w pełni by spełniał takie oczekiwania. Poza tym konkretne postawy polityczne i zachowania wyborcze Polaków są zwykle bardziej racjonalne, niż wyrażane przez nich opinie.

Wielość ugrupowań politycznych, rozbieżność polskiej sceny politycznej oraz brak partii – zdecydowanych liderów powoduje jednak, że przyszły układ sił politycznych jest dość trudny do przewidzenia. Żadna z partii politycznych nie może liczyć na wyjątkowo duże poparcie społeczne. Opracowane na podstawie deklaracji ankietowanych wskaźniki sympatii (poparcia) dla różnych ugrupowań nie wskazują, by – nawet przy selekcyjnym działaniu progów wyborczych – mógł powstać przejrzysty i stabilny układ partyjny². Hierarchia popularności ugrupowań politycznych (wg wskaźników deklaracji sympatii) jest następująca: UD – 17,5; PSL – 13,8; SdRP – 12,1; KPN – 9,3; PPPP – 8,5; UP – 8,3; ZChN – 5,8; KLD – 4,4; PL – 4,0; PC – 3,8; UPR – 3,3; RdR – 3,2; SLCh – 3,0.

Biorąc pod uwagę deklaracje tylko tych badanych, którzy są całkowicie zdecydowani wziąć udział w wyborach parlamentarnych (28,4% ogółu) otrzymujemy nieco inne, lecz jednak podobne zestawienie popularności partii politycznych: UD – 19,4; SdRP – 14,2; PSL – 13,2; UP – 10,7; KPN – 8,7; ZChN – 5,9; KLD – 5,7; PPPP – 4,5; UPR – 3,8; PC – 3,7; RdR – 2,9; i w tych proporcjach (zakreślonych przez oba zestawienia) mogłyby się kształtować wyniki wyborów (gdyby miały odbyć się już w czerwcu)³.

Wskaźniki popularności wielu ugrupowań każą przypuszczać, że wyniki głosowania mogą sytuować je bardzo blisko progów, zamykających im dostęp do parlamentu. Trudno więc stwierdzić, czy przyszłe wybory przyniosą znaczące ograniczenie liczby partii w parlamencie. Nie wydaje się również (biorąc pod uwagę różnice dzielące najsilniejsze partie) by mogły przyczynić się do ustabilizowania naszej sceny politycznej, choćby przez powstanie silnej koalicji rządzącej.

Wiele będzie zapewne zależało od przebiegu kampanii, od kształtu i siły układów koalicyjnych oraz od frekwencji wyborczej. Ta zaś też może być różna (tylko bowiem ok. 28% ankietowanych zadeklarowało, że z całą pewnością wezmą udział w wyborach i ok. 14 % stwierdziło, że z całą pewnością nie będą głosować). Możemy jednak przypuszczać, że będzie ona większa niż w poprzednich wyborach, i tym razem przekroczy granicę 50% uprawnionych do głosowania⁴.

Jarosław Grzybczak

² Wskaźnik średniej sympatii do danej partii został skonstruowany przez przeliczenie „zważonych” głosów, wg zasady: ankietowany wskazał tylko jedną partię – głos „wagi” 1; wskazał dwie partie – 0,5; trzy partie 0,33 itd.

³ Niestety, nie dysponujemy danymi na temat stopnia poparcia udzielanego BBWR, gdyż nasz sondaż został zrealizowany przed ogłoszeniem tej koncepcji.

⁴ W celu oszacowania ew. frekwencji wyborczej przyjęliśmy zasadę, że w przypadku deklaracji *tak*, z pewnością weźmie udział w głosowaniu prawdopodobieństwo uczestnictwa w wyborach wynosi 90%; *chyba tak*, ale nie jestem pewien – 75%; *jeszcze nie wiem* – 50%; *raczej nie będę głosować* – 25%; z całą pewnością nie będę głosować – 10%.

Z HISTORII DZIENNIKARSTWA W PRL

MATERIAŁY POMOCNICZE DO NAJNOWSZEJ HISTORII DZIENNIKARSTWA. Pod redakcją naukową Aliny Słomkowskiej przy współpracy Danuty Mikolajczyk – Grzelewskiej. T. 17: 1992, T. 18: 1992, T. 19: 1988. Warszawa, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

Omawiane trzy kolejne tomy materiałów i studiów do historii prasy są efektem pracy seminarium doktorancko-habilitacyjnego i Pracowni Najnowszej Historii Dziennikarstwa pod kierownictwem prof. Aliny Słomkowskiej. Przygotowane pięć i sześć lat temu publikacje noszą jeszcze cechy pewnej ostrożności autorskiej i liczenia się z istnieniem cenzury, wydane prawie jednocześnie, już w innej epoce historycznej. Układ treści w stosunku do tomów wydanych wcześniej pozostał bez zmiany; każdy składa się z następujących części: artykuły, biogramy, wspomnienia dziennikarzy, relacje dziennikarzy, materiały źródłowe. W tomie 17 (1992) zamieszczono dodatkowy dział zatytułowany „Z dziejów szkolnictwa dziennikarskiego”, a w 18 (1992) „Fraszki i wierszyki” publikowane w prasie z 1955 roku. T. 19 jest monotematyczny, specjalny, wydany z okazji jubileuszu 40-lecia *Trybuny Ludu* i poświęcony tej gazecie.

Najbardziej zróżnicowany tematycznie i problematycznie tom 17 składa się z sześciu części dotyczących początków prasy w Polsce po zakończeniu drugiej wojny światowej,

kształtowania się systemu prasowego po kongresach zjednoczeniowych partii, stronnictw politycznych i ruchu młodzieżowego, roli i funkcji prasy w latach 1944–1947, zmiany w systemie prasy po roku 1956. Pierwsza część tego tomu została przygotowana na seminarium poświęconym przeobrażeniom prasy w latach pięćdziesiątych i wygłoszona w formie referatów. Problematykę tę otwiera Józefa Kądzielskiego „Prasa – kultura – nauka” o miejscu prasy w badaniach nad kulturą jako wytworu, składnika i „siły twórczej” kultury. Następne dwie prace są poświęcone początkom prasy w Polsce po wyzwoleniu; są to Lidii Piwońskiej – Pykały „Pierwszy dziennik w Polsce Ludowej – *Rzeczpospolita* (1944 – 1950)” i Andrzeja Krawczyka „Miejsce Resortu Informacji i Propagandy w systemie prasowym PRL (1944–1947)” (w tym czasie resort ten wydawał ogółem 71 wydawnictw ciągłych, w tym pięć dzienników w Białymstoku, Częstochowie, Olsztynie, Radomiu i Rzeszowie). Kolejny artykuł „Dyskusje o roli i funkcjach prasy oraz zadaniach organizacji dziennikarzy w latach 1953–1956” Andrzeja Koziela dotyczy poglądów wyrażanych przez ówczesnych decydentów politycznych oraz środowiska dziennikarskie na temat wolności słowa, pluralizmu w prasie, a jednocześnie prób podporządkowania prasy partii rządzącej i uczynienia z tego „narzędzia politycznego kierowania i socjalistycznego wychowania mas” – owego „pasa transmisyjnego” dla decyzji i uchwał partyjnych. Prasę starano się scentralizować przez wydawanie jej w jednym koncernie Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa”. Prace te, oparte na archiwach Wydziału Propagandy KC PZPR, są ciekawym przyczynkiem do początków prasy w Polsce powojennej i nikt interesujący się tą problematyką nie może ich pominąć.

Następna część materiałów dotyczy przemian w prasie wydawanej przez poszczególne stronnictwa polityczne: Piotra Kościńskiego „Powstanie *Kuriera* i przemiany w prasie Stronnictwa Demokratycznego w latach pięćdziesiątych”, Grażyny Kubickiej „Przemiany w prasie Zjednoczonego Stronnictwa Ludowego w latach 1949–1957”, Andrzeja Zielińskiego „Przeobrażenia prasy młodzieżowej w latach pięćdziesiątych”. Zmianom „popaździernikowym” 1956 roku poświęcone zostały dwie ostatnie pozycje w tomie: A. Leszka Gzelli „Nowa formuła pism popołudniowych (1956–1957)”, które w tym przełomowym okresie stały się „barwną plamą jakościową”, wyróżniając się na tle innych gazet szybkością i obiektywnością informacji i swobodniejszym językiem. Drugi artykuł – Wiesława Końskiego „Powiatowe organy Frontu Narodowego (1954–1958)” dotyczy wydawanych w tym czasie tzw. „gazet powiatowych” ze szczególnym uwzględnieniem *Wiadomości Płockich* – organu Miejskiego i Powiatowego Frontu Narodowego w Płocku.

Nowy w „Materiałach” jest dział „Z dziejów szkolnictwa dziennikarskiego”; zawiera on dwie prace: Edmunda Męclewskiego „Podziemne wyższe kursy dziennikarskie w latach 1940–1944” (pierwsza część wspomnień) oraz Leszka Olejnika „Dzieje Studium Dziennikarsko-Publicystycznego w Łodzi w latach 1945–1949”.

W dziale „Biogramy dziennikarzy” należy wymienić opracowany przez A. Leszka Gzellę życiorys Konstantego Turowskiego (1907–1983) współzałożyciela *Tygodnika Powszechnego*. Drugi biogram, Feliks Bąbola (1914–1986) dotyczy redaktora *Expressu Ilustrowanego* i innych pism łódzkich.

W dziale „Wspomnienia dziennikarzy” znalazły się teksty Edmunda Męclewskiego „Zachodnia Agencja Prasowa” w Poznaniu w latach 1946–1958 oraz Zdzisława Kandziory „Czerwiec 1956 roku, jakim go pamiętam”.

W dziale „Relacje” na uwagę zasługują wspomnienia Mariana Podkowińskiego o sytuacji w dziennikarstwie w przedwojennej Warszawie w okresie dwudziestolecia, Ignacego Krasickiego o początkach prasy w Krakowie w latach 1946–1956, Ireny Tarłowskiej – redaktora naczelnego *Sztandaru Młodych* i innych gazet na temat przełomu październikowego w 1956. Wspomnienia oraz relacje dziennikarzy są szczególnie cennym i interesującym materiałem dla

każdego historyka prasy, kultury czy też literatury. Są to autentyczne wydarzenia i fakty przeżywane przez autentycznych ludzi, których indywidualne doświadczenia oddają klimat, atmosferę i tło tamtych czasów, podają szczegóły nieznanne bądź pomijane.

Tom 18 wydany w 1992 roku jest również bogaty treściowo: część artykułową otwierają monografie dwóch gazet: Jana Golca *Na straży demokracji* – pisma wydawanego w Warszawie w latach 1945–1954 przez Zarząd Polityczno-Wychowawczy Milicji Obywatelskiej oraz Zofii Sokół „*Nowiny*. Dziennik PZPR” (wydawany w Rzeszowie od 15 września 1949 roku), artykuł napisany z okazji 40-lecia tej gazety. O zawodzie dziennikarza i początkach dziennikarstwa łódzkiego pt. „Dziennikarze łódzcy w pierwszych latach Polski Ludowej” pisze Leszek Olejnik, ujmując straty w tej dziedzinie w czasie drugiej wojny światowej i okupacji hitlerowskiej, tworzenie się i kształtowanie środowiska dziennikarskiego po wyzwoleniu itp. Kolejny artykuł Andrzeja Koziała pt. „Prasa w dokumentach PZPR w latach 1948–1958” przybliżył poglądy, opinie i zalecenia dotyczące prasy zawarte w dyrektywach KC PZPR, jak również w przemówieniach czołowych działaczy. Jest to spojrzenie na prasę od innej strony, od strony decydenta i dysponenta prasy. Uzupełnieniem tej problematyki jest artykuł Lidii Piwońskiej-Pykało „Wytyczne Jakuba Bernana dla prasy”. Autorka pokazała mechanizmy i metody kierowania przez niego prasą w latach 1947–1956. Z problematyką tą łączy się praca Józefa Lubińskiego „Poglądy przeciwników i obrońców prasy na VII Plenum KC PZPR w 1956 roku”, przedstawiająca dwie koncepcje kierowania prasą, które jednocześnie były różnymi koncepcjami sprawowania władzy w Polsce: obrońców starego porządku i reformatorów poszukujących nowych rozwiązań.

Innej problematyki, chociaż z tego samego okresu, dotyczą publikacje Marka Nadolskiego „Prasa w koncepcjach programowych Zjednoczonego Stronnictwa Ludowego w latach 1949–1959”, Piotra Kościńskiego „Poglądy Stronnictwa Demokratycznego na prasę” do r. 1981 charakteryzują politykę prasową tych stronnictw.

A. Leszek Gzella zajął się innym tematem: „Środki społecznego przekazu w dokumentach Kościoła katolickiego”, dając jednocześnie obraz sytuacji prasy katolickiej w Polsce

w latach 1945–1970, a więc ingerencje cenzury, zakazy tworzenia nowych tytułów itp.

Danuta Mikołajczyk–Grzelewska zamieściła publikację „Prasa południowa – koncepcje i spory”, będącą spojrzeniem na historyczny rozwój tego gatunku prasowego w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem okresów: 1945–1947, 1956–1957 i 1967–1983, ich oceny, charakterystyki treściowej, odbioru czytelniczego itp. Natomiast Andrzej Zieliński zajął się „Prasą młodzieżową w kształtowaniu postaw” młodych Polaków w latach 1953–1956 i spojrzenia na rolę i funkcję tego rodzaju prasy.

W dziale „Biogramy dziennikarzy” sylwetkę Jana Kazimierza Wojtyńskiego (1899–1967) – redaktora wielu pism łódzkich, m.in. *Kuriera Codziennego* przybliżył Leszek Olejnik, a Zbigniew Grabowski – Jana Łangowskiego (1904–1953) – przedwojennego dziennikarza, redaktora *Nowin Codziennych* w Opolu i innych pism tego regionu, oraz Ryszarda Hajduka (1920–1982) – dziennikarza *Nowin Opolskich*, *Trybuny Opolskiej*, *Odry* i innych.

W dziale „Wspomnienia dziennikarzy” godny polecenia jest tekst Mieczysława Brzezickiego „Dziennikarze frontowych dróg” z czasów jego pracy jako korespondenta wojennego, redaktora *Pancernych*, i Stanisława Kosickiego z czasu jego pobytu w Łodzi i pracy w redakcjach *Młodzi Idą* i *Przegląd Sportowy*. W dziale „Relacje” zamieszczono drugą część wspomnień Mariana Podkowińskiego pt. „Proces norymberski – to mój start do wielkiego dziennikarstwa” oraz wspomnienia Andrzeja Leszczyńskiego redaktora *Odnowy* (1956–1957).

Materiały źródłowe opracował Leszek Olejnik; dotyczą one ruchu korespondentów robotniczych i chłopskich w Łodzi oraz czytelnictwa w powiecie Przysucha. Nowościami w t. 18 są „Fraszki i wierszyki” publikowane w *Trybunie Ludu* z 1955 roku, wybrane i opracowane przez Alinę Słomkowską.

Ostatni z omawianych tomów „Materiałów Pomocniczych” jest wydawnictwem monotematycznym, w całości poświęconym 40-leciu *Trybuny Ludu*, wydany jeszcze w 1988 roku nakładem tego pisma, opracowany przez Zespół Pracowni Historii Dziennikarstwa pod redakcją A. Słomkowskiej. W części artykułowej zawiera on dwie prace dotyczące poprzedników *Trybuny Ludu*, a mianowicie *Głosu Ludu* (1944–1948) autorstwa Zbigniewa Grabowskiego oraz *Robotnika* (1944–1948) w opracowaniu Andrzeja Koziela. Następnie zamieszczono tu

obszerną pracę Jerzego Lobmana pt. „Początki *Trybuny Ludu*” oraz Andrzeja Lewandowskiego „Narodziny Wyścigu Pokoju”.

W dziale „Relacje” Stefan Arski, Jerzy Lobman, Marian Podkowiński, Jerzy Baumritter opowiadają o pracy w redakcji *Trybuny Ludu*. Podobnie we „Wspomnieniach” o współpracy z *Trybuną* pisze Andrzej Kłyszynski, Jan Brodzki, Zygmunt Broniarek, Zygmunt Słomkowski. Tom ten zawiera również dział „Dokumenty programowe w sprawie *Trybuny Ludu*”, „Wybór publicystyki o charakterze programowym”, „Noty biograficzne redaktorów naczelnych”, „Skład i struktura redakcji *Trybuny Ludu* w latach 1948–1950” (gdzie między innymi można znaleźć nazwisko Leszka Moczulskiego), „Listę niezających pracowników *Trybuny Ludu*”, „Nakłady” pisma w latach 1948–1988, a także redakcyjne anegdoty oraz „Z kroniki błędów korektorskich i wpadek”.

Tom ten daje pogląd na życie i działalność redakcji *Trybuny Ludu*, jej redaktorów, pracowników i współpracowników w ciągu czterdziestu lat jej ukazywania się, tak jak oni sami widzieli tę gazetę jeszcze pięć lat temu.

Zofia Sokół

PRASA MIĘDZY PRL a III RP

MATERIAŁY POMOCNICZE DO NAJNOWSZEJ HISTORII DZIENNIKARSTWA. Pod redakcją naukową Aliny Słomkowskiej, przy współpracy Danuty Mikołajczyk–Grzelewskiej. Warszawa, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. T. 20: 1992, s. 313; T. 21: 1993, s. 428; T. 23: Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989–1992). Pod red. A. Słomkowskiej. S. 243.

Omawiane tomy są niejednorodne pod względem treści oraz techniki wydawniczej, różni się od wydanych wcześniej.

Tomy 21 i 22 są poświęcone przeobrażeniom środków masowego przekazu w latach 1989–1990, obejmującym wszystkie dziedziny prasy: materialne, prawne i moralne. Sfera materialna objęła przekształcenia własnościowe podstaw ekonomicznych mediów z jawnym lub utajonym udziałem kapitału zagranicznego, tworzenie spółek z ograniczoną odpowie-

działnością itp. Sfera prawna wynika z nowego ustawodawstwa i zmian podstaw prawnych, głównie nowych ustaw, z Ustawą z 22 marca 1990 roku o likwidacji RSW na czele. Wpłynęło to na dalsze zmiany krajobrazu politycznego polskiej prasy. Część środków przekazu przejęły nowe partie polityczne, część – różne ośrodki i siły polityczne, w tym także pozaparlamentarne. W tym przełomowym okresie wystąpiły nowe procesy: „komercjalizacja i prywatyzacja, demonopolizacja i decentralizacja, polaryzacja i pluralizacja, rywalizacja i brutalizacja, amerykanizacja, deprofesjonalizacja itp.” pisze we wstępie Alina Słomkowska.

Transformacja to zmiany ilościowe i jakościowe w prasie: pojawiły się nowe tytuły, nowe typy i rodzaje prasy dotąd nie spotykane. Pojawili się nowi wydawcy, nowe redakcje i nowi dziennikarze, zmieniły się zasady kolportażu prasy. Powiększyła się ilość reklam i ogłoszeń. Jednocześnie z pojawieniem się nowych tytułów na rynku wydawniczym trwa proces odwrotny: zanik i upadek „starych” tytułów, jak również nowo powstałych. Rynek prasowy jest tak zmienny, że trudno udokumentować nowo powstałe tytuły, a zgłaszane w sądach wojewódzkich inicjatywy wydawnicze w połowie nie dochodzą do skutku. Nastąpił rozpad solidarności zawodowej w środowisku dziennikarskim, toczą się polemiki rozrachunkowe, kontrowersje wokół związków zawodowych i dziennikarskich, konflikty wewnątrzredakcyjne, wystąpiły zmiany pokoleniowe i najgroźniejsze zjawisko: bezrobocie dziennikarzy, ich całkowite uzależnienie od wydawcy – oto najczęściej występujące zjawiska w polskich mediach.

W tym tyglu przemian funkcjonują jeszcze resztki starego systemu i jednocześnie tworzy się nowy model środków masowej komunikacji. Tym zjawiskom poświęcone zostały cztery prezentowane tomy z tym, że dwa pierwsze stanowią wybór dokumentów do transformacji, dwa następne – omówienia, komentarze i opracowania naukowe, efekty dwu sympozjów zorganizowanych w maju 1991 i 1992 roku.

Tom 21, obok „Słowa wstępnego” od redaktorki, w którym nakreślone zostały główne zjawiska przemian w prasie polskiej na tle wydarzeń politycznych, które wpłynęły na proces transformacji, zawiera także wybór innych dokumentów, wniosków, listów protestacyjnych, polemik i dyskusji oraz różnych odmiennych stanowisk wobec tych zjawisk. Tom ten obej-

muje czas od obrad Okrągłego Stołu do końca grudnia 1990 roku i składa się z 10 części. Część pierwsza zatytułowana „Z dokumentów Okrągłego Stołu”, zawiera sprawozdanie z prac podzespołu do spraw środków masowego przekazu z 22 marca 1989 r. oraz wspólne oświadczenie ZSL i SD do protokołu Okrągłego Stołu w sprawie radia i telewizji.

Część druga zatytułowana „Z dokumentów PZPR” zawiera tylko jeden dokument: „Uchwałę XI Zjazdu PZPR o zakończeniu działalności” (z 29 stycznia 1990). Część trzecia zawiera projekty i ustawy sejmowe związane ze środkami masowego przekazu, począwszy od Ustawy z 22 marca 1990 o likwidacji RSW wraz ze wszystkimi nowelizacjami, dodatkami i uzupełnieniami, projekty ustaw o radiofonii i telewizji wraz z uzupełnieniami. Czwarta część dotyczy przekształceń strukturalnych RSW „Prasa-Książka-Ruch” zawierając między innymi „Wykaz tytułów, które RSW zaprzestała wydawać” według stanu na 13 lutego 1990 r., wykaz tytułów zlikwidowanych, zawieszonych i przekazanych, ponadto Protokół z posiedzenia Rady Nadzorczej RSW w sprawie przeobrażeń strukturalnych RSW z 27 lutego 1990 i inne dokumenty dotyczące tych zagadnień. Część piąta obejmuje „Działalność Komisji Likwidacyjnej” i zawiera szereg dokumentów z nią związanych, m.in. plan zagospodarowania majątku RSW oraz dysponowanie składnikami majątku tej spółdzielni. Część szósta – zawiera protesty wobec decyzji Komisji Likwidacyjnej RSW poszczególnych redakcji, między innymi *Kuriera Lubelskiego*, gazety codziennej *Nowiny* ukazującej się w Rzeszowie, *Dziennika Łódzkiego* i innych. Część siódma dotyczy środowiska dziennikarskiego i zawiera dokumenty odnoszące się do Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich i Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej oraz ich stanowiska wobec zachodzących przemian. Część ósma to komunikaty o wystawieniu poszczególnych tytułów prasowych na przetarg opublikowane w *Rzeczypospolitej*. Część dziewiąta zawiera „Kontrowersje wokół Radiokomitetu” i programów telewizyjnych w postaci dokumentów oraz wypowiedzi prasowych na ten temat. Ostatnia część, dziesiąta, zatytułowana „Sytuacja dziennikarzy” zawiera dokumenty oraz wypowiedzi prasowe na temat środowiska dziennikarzy, głównie bezrobocia i odpaw w związku z likwidacją RSW. Tom kończy „Zaproszenie zespołu Try-

buny na happening pożegnalny z okazji zmiany lokalu” – datowany 21 grudnia 1990 roku.

Tom 21 „Materiałów Pomocniczych do Najnowszej Historii Dziennikarstwa”, wydany w 1993 roku, jest kontynuacją tomu 20 i dotyczy przeobrażenia prasy, radia i telewizji w Polsce w latach 1989-1990. Składa się z 13 rozdziałów, stanowi nie tylko część drugą transformacji, ale także jej dalszy ciąg, pogłębiony o nową, bardziej szczegółową dokumentację.

W słowie wstępnym redaktorka tomu prof. A. Słomkowska podkreśliła, że najważniejszym aktem normatywnym była Ustawa z 22 marca 1990 o likwidacji RSW, która zapoczątkowała system dodatkowych norm prawnych, a głównym jej celem była demonopolizacja, dekomunizacja, prywatyzacja i decentralizacja największego koncernu prasowego w Europie, aby stworzyć warunki dla pluralizmu prasowego. Przewidziano dwa sposoby przekształceń własnościowych: nieodpłatne przekazanie tytułów dziennikarskim spółdzielniom pracy i drugi – przez wystawienie tytułu na przetarg. Nie ustalono natomiast założeń nowej koncepcji tzw. „ładu prasowego”, toteż przebieg likwidacji RSW wywołał szereg kontrowersji. Tom 21 jest poświęcony tym kontrowersjom.

Rozpoczyna go część pierwsza zatytułowana „Likwidacja cenzury”, stanowiąca wstęp do części drugiej: „Kontrowersje wokół likwidacji RSW” zawierającej głównie artykuły z czasopism, stanowiska i wypowiedzi dziennikarzy i czytelników, m.in. publikowanych w *Gazecie Wyborczej*, *Polityce*, *Życiu Warszawy*, *Po prostu*, *Rzeczypospolitej* i innych. Część trzecią stanowią „Refleksje o transformacji prasy” złożone z wypowiedzi znanych dziennikarzy jak Stefan Bratkowski, Dariusz Fikus, Maciej Iłowiecki i innych. Czwartą część stanowi „Konflikt w sprawie obsady na stanowisku redaktora naczelnego *Tygodnika Solidarność* oraz – dalsze części od piątej do ósmej – na redaktorów innych redakcji: *Expressu Wieczornego*, *Życia Warszawy*, *Gromady – Rolnika Polskiego* – pism centralnych, wydawanych przez koncern RSW.

Od części dziewiątej mowa jest o walce zespołów redakcyjnych o swoje tytuły: w Rzeszowie, Łodzi, Płocku, Wrocławiu i Bydgoszczy. Walka o przejęcie tytułów wiązała się

z niezależnością prasy, wzbudzała też emocje, kontrowersje i powszechne zainteresowanie czytelników.

Część jedenasta zatytułowana „Zmiany na rynku prasowym w Lublinie” dotyczy transformacji *Sztandaru Ludu* – organu KW PZPR w *Dziennik Lubelski* – niezależną „Gazetę poranną Regionu środkowowschodniego” i *Kuriera Lubelskiego* oraz dwu tygodników: *Słowo Podlasia* i *Tygodnika Zamojskiego*.

Dalsze części dotyczą środowiska dziennikarskiego, zawodu i organizacji dziennikarskich, ich stanowiska wobec przekształceń własnościowych, nowej sytuacji ekonomicznej wydawcy itp.

Tom ten kończy się rozdziałem XIII zatytułowanym „Kronika wydarzeń” w opracowaniu Doroty G d a ŋ s k i e j i złożonym z dwu części: „Kronika transformacji środków masowego przekazu (1989-1990)” oraz „Pisma nowo powstałe i zlikwidowane”.

Oba tomy są obrazem i zbiorem dokumentów przemian w pierwszej fazie procesu transformacji prasy i potrzebne będą każdemu, kto interesuje się współczesnymi zagadnieniami społecznymi i przemianami zachodzącymi w naszym kraju i Europie po upadku realnego socjalizmu. Potrzebne będą także każdemu dziennikarzowi, prasoznawcy, historykowi, kulturoznawcy itp.

Odmienne w treści i szacie graficznej są następne dwa tomy: 21 zatytułowany „Transformacja prasy polskiej (1898-1992)” (omawiany osobno w tym numerze *Zeszytów Prasoznawczych* przez Jacka Kołodzieja) i t. 23 „Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989-1992)”. Stanowią one pokłosie dwóch sympozjów naukowych, które odbyły się w maju 1992 roku i 1993 roku. T. 23 został sponsorowany przez firmę „Chaber” Konrada Baneckiego i Andrzeja Sadowskiego, podobnie jak majowe sympozjum 1993 roku. Tom ten składa się z następujących części: „Słowo wstępne” redaktorki, jednocześnie organizatorki sympozjum, wypowiedzi prezidenta Lecha Wałęsy „O mediach” – przemówienia na posiedzeniu inauguracyjnym Rady do Spraw Mediów i Informacji przy Prezydencie RP 3 marca 1993 roku; „Problemy ogólne”, „Grupy pism”, „Prasa regionów” i „Monografie”.

Część pierwsza, „Problemy ogólne”, zawiera szereg opracowań dotyczących między

innymi sporów o wartości chrześcijańskie w mediach. Problem ten wystąpił w artykułach Jana Chrapka, Adama Lepy i Grzegorza Rydlewskiego. Zmiany w Polskiej Agencji Prasowej, kontrowersje wokół projektów ustaw o radiofonii i telewizji, polemiki prasowe wokół Wojska Polskiego i polityki obronnej – opracowali: Elżbieta Ciborska, Zdzisław Bielecki i Marek Ciecierski. Część ta zawiera jeszcze wiele innych, godnych uwagi opracowań, kończy się dwoma artykułami dotyczącymi organizacji i działalności Biura Prasowego Rządu, napisanych przez Andrzeja Drzycimskiego i Wiesławę Lewandowską.

Część druga zatytułowana „Grupy pism” zawiera opracowania dotyczące typów i rodzajów prasowych: Marka Pacholczyka „Kontrowersje wokół transformacji prasy ukraińskiej mniejszości narodowej w Polsce (1988-1992)”, Adama Roka „Prasa żydowska w Polsce (1992)”, Daniela B. Rudnickiego „Pisma parafialne w Bydgoszczy”, Wojciecha Pawlaka: „Transformacja prasy technicznej (1989-1992)” i Zbigniewa Bajki „Tygodniki wojewódzkie (1992)”.

Część trzecia – „Prasa regionów” zawiera dwie prace: Miry Kozak „Transformacja prasy polskojęzycznej na Litwie” i Zofii Sokół „Kontrowersje wokół transformacji prasy w Polsce południowo-wschodniej (1990-1992)”.

Ostatnia, czwarta część zatytułowana „Monografie” zawiera kontrowersje wokół poszczególnych tytułów: *Rzeczpospolitej* – Dariusza Fikusa, *Expressu Wieczornego* – Danuty Grzelewskiej, *Gromady – Rolnika Polskiego* – Marty Pionkowskiej. Dalsze publikacje dotyczą działalności spółdzielni wydawniczych opracowane przez Bożenę Szal, Mariusza Załuskiego i Adama Olechowskiego, dotyczące poszczególnych spółdzielni dziennikarsko-wydawniczych jak np. *Oficyna Toruńska* czy też *Gazeta Giżycka*.

Zofia Sokół

PRZEMIANY PRASY W POLSCE W LATACH 1989 – 1992

TRANSFORMACJA PRASY POLSKIEJ (1989—1992). Materiały Pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa. T. 22 pod red. A. Słomkowskiej. Warszawa 1992. S. 272.

W maju 1992 r. Pracownia Najnowszej Historii Dziennikarstwa Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego zorganizowała sympozjum na temat przeobrażeń polskiej prasy w latach 1989–1992. Informowaliśmy już o nim w *Zeszytach Prasoznawczych* nr 1–2 z 1992 r., w bardzo obszernym sprawozdaniu piora Zofii Sokół. W tym samym numerze *Zeszytów* zamieściliśmy także siedem publikacji uczestników sympozjum. Były to artykuły: Elżbiety Ciborskiej „Transformacja prasy byłej PZPR”, Doroty Gdańskiej „Transformacje dzienników poczytelnikowskich (1989–1992)”, Danuty Grzelewskiej „Transformacja pism popołudniowych (1989–1992)”, Mariana Gieruli i Bernarda Grzonki „Prasa lokalna w latach 1989–1992 (na przykładzie województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego i opolskiego)”, Daniela Rudnickiego „Prasa lokalna województwa bydgoskiego (1989-1992)”, Zofii Sokół „Lokalne czasopisma samorządowe w Polsce południowo-wschodniej (w latach 1989–1992)” i Ryszarda Filasa „Zmiany poczytności gazet i czasopism o zasięgu ogólnopolskim (1989-992)”.

Książka, będąca podsumowaniem warszawskiego sympozjum, została wydana jeszcze w 1992 r. (z pomocą Uniwersytetu Warszawskiego; jako XXII tom Materiałów Pomocniczych do Najnowszej Historii Dziennikarstwa). Dużego znaczenia tej pozycji dla badaczy prasy i wszystkich osób zainteresowanych przemianami demokratycznymi w Polsce lat '89–92 nie zmniejsza fakt, że wydano ją dosyć pospiesznie (literówki!) i w ograniczonym nakładzie.

Na „Transformację prasy polskiej” składają się trzydzieści dwie publikacje, podzielone na działy: „Wprowadzenie”, „Grupy pism”, „Prasa regionów”, „Monografie” oraz „Dokumenty”.

Tematyka większości esejów składających się na Wprowadzenie zapowiada, co czeka czytelnika w dalszych częściach wyboru. Jako pesymistyczną przestrożę można odczytać na po-

czątku „wybrane tezy” Franciszka Ryszki, noszące tytuł: „Jak pojmune się politykę w Polsce w świetle działania mass–mediów” oraz uwagi Jadwigi Puzyniny i Haliny Satkiewicz, dotyczące kultury języka polskiego.

F. Ryszka opisuje, jak media wpływają na rozumienie polityki. Jego zdaniem, media ponoszą winę za to, że Polacy kojarzą politykę głównie z „działaniem przeciwko wrogowi” (a nie z programem działań pozytywnych). Źródła takich zapatrywań można doszukać się w dwiętnastowiecznym etosie walki o niepodległość. Zdaniem J. Puzyniny i H. Satkiewicz stan polszczyzny używanej publicznie „budzi niepokój”. Powodem tego są także media, ulegające zbyt mało wyszukany gustom i rozpowszechniające złe wzory, które powstają w parlamencie (agresywność, demagogia, brak logiki), w szkołach i uczelniach wyższych, w Kościele („...język kazań pozostawia wiele do życzenia”) oraz wśród osób o zbyt niskiej świadomości językowej. Środki przekazu powinny lansować kulturę humanistyczną, która zapewni „godne i bezpieczne życie całego społeczeństwa.”

Kolejne artykuły mają historycznoopisowy charakter. Bogdan Michalski omawia przeobrażenie od 1989 r. w Polsce zmiany prawa mającego wpływ na własność i funkcjonowanie prasy, Grzegorz Rydlewski daje wykładnię oficjalnego stanowiska Kościoła katolickiego wobec środków przekazu (ewangelizacja w mediach i ewangelizacja samych mediów są „fragmentem realizacji funkcji duszpasterskiej Kościoła”), Henryk Zagańczyk opisuje bezrobocie wśród dziennikarzy, a Mira Kozak przytacza współczesne polsko–litewskie polemiki prasowe.

Autorzy dwu następnych części „Transformacji” poruszają się na poziomie konkretnych. Część zatytułowana Grupy pism zawiera omówienia przekształceń poszczególnych typów prasy: pism byłego PZPR, dzienników tzw. czytelnikowskich, popołudniówek, pism młodzieżowych, czasopism kobiecych oraz prasy wojskowej i prasy mniejszości narodowych – na przykładzie mniejszości ukraińskiej w Polsce. Szkoda, że zabrakło artykułu poruszającego kwestie przeobrażeń prasy wyznaniowej; ten brak odczuwa się szczególnie dotkliwie w kontekście publikacji G. Rydlewskiego we Wprowadzeniu; ciekawej, ale nie omawiającej konkretnych przykładów transformacji prasy katolickiej.

Część książki pt. Prasa regionów wiąże przeobrażenia prasy z ich lokalnością. Lektura artykułów na temat transformacji prasy lat 1989–1992 w regionach: pomorskim, lubelskim, śląskim, bydgosko–toruńskim, kieleckim, południowo-wschodnim oraz w Płocku dostarcza wniosków ogólnych tyle ciekawych co niewesołych. Uświadamiamy (przypominamy) sobie, jak bardzo jeszcze nie tak dawno temu, prasa była scentralizowana. Autorzy dziewięciu artykułów piszą w zasadzie o tym samym – o niezwykle trudnym procesie przekształcania się centralnie sterowanego systemu prasy w system zdecentralizowany, bazujący na lokalności. Trudności, na jakie napotykały przekształcające się zespoły redakcyjne, były także wszędzie podobne i zazwyczaj dotyczyły: powoływania spółdzielni dziennikarskich, niemożności porozumienia się z pełnomocnikami Komisji Likwidacyjnej, targów z wydawnictwami prasowymi zlikwidowanej RSW Prasa–Książka–Ruch na temat kosztów druku, sporów prawnołasnościowych, szukania bogatych sponsorów, najchętniej za granicą. I chociaż trudno o optymizm, kiedy czyta się o nie mających końca sporach dziennikarzy, redaktorów, urzędników i polityków, to zainteresowanych szczegółami (a tych tutaj nie brakuje) odsyłam do artykułów: Wiktora Peplińskiego. „Transformacje prasy gdańskiej i pomorskiej (1989–1992)”, Leszka Gzelli „Transformacja prasy na Lubelszczyźnie (1989–1992)”, Mariana Gieruli i Marka Jachimowskiego „Transformacja prasy na Śląsku (1989–1992)”, Mariusza Załuskiego „Transformacja rynku prasowego regionu bydgosko–toruńskiego”, Daniela Rudnickiego pt. „Likwidacja Pomorskiego Wydawnictwa Prasowego (1990–1991)” i „Prasa lokalna woj. bydgoskiego (1989–1992)”, Zofii Sokół „Transformacja prasy w Polsce Południowo-Wschodniej (1989–1992)”, Wiesława Końskiego „Transformacja prasy w Płocku (1989–1992)” oraz Jolanty Adamskiej pt. „Pisma samorządowe na Kielecczyźnie (1990–1992)”.

Dwie ostatnie części zatytułowane Monografie i Dokumenty w sposób podstawowy odróżniają się od poprzednich. Nie są to już ani obiektywnie omówione wyniki badań, ani bezstronne wypowiedzi historyków prasy. Pomimo to pasują do całości; tworzą koloryt swego wyboru tekstów.

Zamykające książkę Dokumenty to przytoczone in extenso oświadczenia obu związków dziennikarzy (SDP i SDRP), sygnowane

w kwietniu 1992 r. Mają one już wartość historyczną – potwierdzają zgodne (przynajmniej w tym zakresie) działania SDP i SDRP w obronie wolności słowa i niezależności prasy. Przy czym wydania oświadczeń, jak należy się domyślać, były kolejne rozszady personalne przeprowadzane przez rząd Jana Olszewskiego w prasie i instytucjach pokrewnych (np. zmiana redaktora naczelnego *Polski Zbrojnej* czy powołanie Jacka Hofmana na stanowisko nowego przewodniczącego Komisji Likwidacyjnej) i powstałe w związku z nimi obawy o czyistość intencji rządu. Ton obu oświadczeń jest dramatyczny. W pierwszym czytamy m. in.: „Coraz nam trudniej zdobywać informacje. Rzecznicy prasowi zbywają nas półsłówkami”. „Władze państwowe i terenowe stosują politykę faktów dokonanych, uzyskując kontrolę nad środkami masowego komunikowania” – uzupełnia oświadczenie drugie.

Podobny dramatyzm towarzyszy niektórym materiałom składającym się na ostatnią omawianą przeze mnie, a przedostatnią w książce część – zatytułowaną Monografię (choć bliższy prawdzie byłby tytuł „Monologi”). Cechą wspólną większości tych wypowiedzi, poza publicystyczną doraźnością, jest to, że ich autorzy są bezpośrednio zaangażowani w konflikty, o których opowiadają.

Na przykład, zainteresowani mogą przeczytać „informację dla posłów z sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu” napisaną przez Dariusza Fikusa i Macieja Łukaszewicza pod tytułem: „Jaka i czyja Rzeczpospolita?”. Ta wypowiedź, opisująca i oceniająca spór o *Rzeczpospolitą* (jaki zaistniał między redakcją pisma a rządem Jana Olszewskiego) jest w gruncie rzeczy wyrażeniem pretensji przez redaktora naczelnego i jego zastępcę pod adresem rządu, który „chce przywrócić polityczne sterowanie mediami...” W podobny sposób jednobarwna jest krótka monografia *Trybuny* pióra Macieja Kowalskiego, który dostrzega i opisuje jedynie trudności i „kłody rzucane pod nogi” „zupełnie nowemu” i „młodemu” pismu lewicy. Jeśli wierzyć Kowalskiemu, *Trybuna* to pismo sukcesu, które powstało w lutym 1990 r. (wyłącznie dzięki pieniądзом przysyłanym przez wiernych czytelników) i wbrew woli pozostałych sił politycznych („chodziło o to, aby pozbyć się pisma wygłaszającego opinie niewygodne dla aktualnej władzy”). Autor w bardzo ciekawy sposób tłumaczy także, dlaczego *Trybuna* nie jest organem

SdRP: „*Trybuna* wystartowała jako gazeta codzienna SdRP, a więc nie jako organ tej partii. Organizacyjnie nie była więc od niej zależna”.

Podobna w tonie i stopniu zagęszczenia jednostronnych ocen jest opowieść Ryszarda Biskupa o ostatnich trzech latach *Słowa Ludu*. Wspólnym, negatywnym bohaterem artykułów Czesława Pazery o *Gazecie Olsztyńskiej* i Wojciecha Kluska o *Kurierze Lubelskim* jest ówczesna Komisja Likwidacyjna, która – jak można wnosić ze słów obu redaktorów – niezbyt sprawiedliwie i złośliwie rozdzielała majątek RSW. Redaktor *Kuriera Lubelskiego* narzeka na to, że „nawet [...] atakowano *Kurier Lubelski* za to, co w stanie wojennym pisali”. Redaktor *Gazety Olsztyńskiej* posuwa się jeszcze dalej – formułuje brawurową tezę, że nowym ośrodkiem ideologicznym *Gazety Olsztyńskiej* stał się Kościół – a konkretnie Metropolia Warmińska...

Monografie zawierają jeszcze wypowiedź Juliana Bartosza o *Sprawach i Ludziach* oraz, pozytywnie odbiegający od sąsiednich pod względem obiektywizmu w ujęciu tematu, artykuł Eugeniusza Rudzińskiego na temat paryskiej *Kultury*. To emigracyjne pismo, przez wiele lat antykomunistyczne, pomimo „odejścia komunizmu” stara się o zachowanie pozycji rozsądnego komentatora wydarzeń w naszej części Europy. Znaczną część artykułu Rudzińskiego stanowi przegląd zawartości *Kultury* z lat 1989, 1990 i 1991.

Dołączenie do poważnego zbioru artykułów niemal reporterskiej relacji J. Bartosza pt. „Próba bycia własnym panem w *Sprawy i Ludzie*” daje się najprościej wytłumaczyć chęcią urozmaicenia książki o materiał zawierający pokąsną dawkę komizmu. Chęć także wierzyć, że przesłaniem tej części książki jest pobudzenie czytelnika do krytycznej refleksji i historycznej zadumy (miejscami rubaszną opowieść Bartosza czyta się z rozrzwieniem podobnym do tego, z jakim oglądamy obecnie fragmenty wystąpień Gomułki czy Gierka). Jeśli tak jest w istocie, to przynajmniej rację autorom, którzy zdecydowali się wzbogacić wybór tekstów prasoznawczych o parę subiektywnych głosów z toczącej się publicznej dyskusji o niezależności mediów.

Jeśli by nie brać taryfy ulgowej na to, że książka pod redakcją A. Słomkowskiej jest zapisem (i to nie kompletnym) referatów przygotowanych na sympozjum z historii prasy, to można postawić pytanie o zasady doboru właś-

nie tych, a nie innych tekstów. Można by pytać, dlaczego tak ważny wybór tekstów otwiera tekst F. Ryszki o polityce w mediach, a nie np. esej J. Tischnera o wolności wypowiedzi. Można by zgłaszać pretensje, że brakuje wypowiedzi na temat prasy wyznaniowej, transformacji konkretnych tytułów w dużych środowiskach wielkomiejskich; że z apelem J. Puzyrny i H. Satkiewicz stoi w sprzeczności opublikowany 240 stron dalej miejscami wulgarny tekst J. Bartosza... itd.

Mimo wszystko trzeba przyznać, że „Transformacja prasy” polskiej to publikacja niezwykle i potrzebna. Stanowi dokument, którego wartość trudno przecenić. Szkoda, że niewysoki nakład ogranicza możliwość jej zdobycia; taka książka ze względu na swoją wartość faktograficzną powinna być dostępna nie tylko w bibliotekach uniwersyteckich i instytutach naukowych.

Jacek Kołodziej

RAPORT OSOBISTY

Tomasz G o b a n – K l a s : MASS MEDIA W POLSCE 1989–1992. REKONSTRUKCJA SFERY PUBLICZNEJ. Raport bardzo osobisty na prawach rękopisu. Kraków, wrzesień 1992. S. 124.

Młodszy czytelnikom *Zeszytów Prasoznawczych* godzi się przypomnieć, że autor omawianej pracy – obecnie profesor w Instytucie Socjologii UJ – był w latach 1972–1985 sekretarzem naukowym Ośrodka Badań Prasoznawczych i członkiem Kolegium Redakcyjnego jego kwartalnika. Zaangażowany w tych latach w Ośrodkowe badania nad komunikowaniem masowym zyskał swoimi publikacjami opinię wybitnego specjalisty w tej dziedzinie, co spowodowało powołanie go na członka („koalicyjno-rządowej”) delegacji do spraw mediów w ramach Okrągłego Stołu. Jeśli dodamy do tych badawczych i politycznych doświadczeń staże naukowe w ZSRR, Francji i USA oraz obecną wiceprezeturę SD RP, chyba każdy się zgodzi z opinią, że trudno by było znaleźć bardziej **kompetentnego** autora charakterystyki mediów masowych w Polsce 1989–1992. Kto zna wcześniejsze teksty T. Gobana–Klasa, wie ponadto, że ma on oprócz wiedzy i doświadczenia także bardzo dobre pióro.

Biorąc do ręki omawianą tu broszurę, czytelnik – jak się to kiedyś mówiło – z branży ma wobec niej duże oczekiwania. I na ogół nie doznaje zawodu, a jeśli doznaje, to dlatego że zmiany w mediach zachodzą szybciej, niż trwa publikacja książki, a tym bardziej recenzji z niej. Kiedy T. Goban–Klas pisał swój tekst, nie było jeszcze Ustawy o radiofonii i telewizji, był zaś *Nowy Świat*. Dla ludzi z branży nie ma w książce T. Gobana–Klasa wielu nowych faktów, zostały one jednak skomponowane w jeden obraz i służą w charakterze materiału dowodowego do opinii autora.

Przekonywająco pisze T. Goban–Klas, że „[...] prasa w Polsce jest pluralistyczna, lecz nie jest niezależna.” Daje bardzo trafną i wyrazistą – choć może nieco zbyt uproszczoną charakterystykę podstaw polityki informacyjnej kolejnych rządów pokomunistycznych, ważniejszych partii i Kościoła. Godna uwagi jest też sporządzona przez niego lista dylematów stojących przed polskimi mediami; warto ją tu przytoczyć: *Komercjalizacja czy polityzacja, specjalizacja czy masowość, prywatyzacja czy monopolizacja własności, deregulacja czy centralizacja kontroli państwowej, amerykanizacja czy nacjonalizacja treści, modernizacja czy pogorszenie stanu technicznego, sekularyzacja czy chrystianizacja, lokalność czy krajowość, globalizacja czy regionalizacja.*

Nie podzielam natomiast opinii T. Gobana–Klasa, że „podstolik medialny” odrzucił „leninowską zasadę partyjności mediów” (s. 16). Moim zdaniem odrzucił on tylko zasadę monopartyjności. Nie docenia T. Goban–Klas pozycji gazety *Le Canard Enchaîné* na rynku francuskim, która – podobnie jak *Nie* w Polsce ustępuje pod względem nakładu tylko jednemu ogólnokrajowemu dziennikowi. Myli się, nazywając Polskie Radio i Telewizję w r. 1992 organizacją „prawnie monopolistyczną” (s. 32); jej monopol prawnie (i faktycznie – ze względu na możliwości Kościoła) zniesiony został Ustawą o łączności z r. 1990, o czym zresztą można przeczytać na str. 51. Opisując czytelnictwo prasy, korzysta autor z opracowania Instytutu Badania Opinii i Rynku PENTOR „Prasa '92”, bezkrytycznie powtarzając mylne dane o zasięgu odbioru prasy ogólnopolskiej (za wyżone) i regionalnej (zanizone).

Te drobne krytyczne uwagi nie podważają mojej ogólnej dobrej opinii o omawianej pracy i przekonania, że z dużym pożytkiem powinien ją przeczytać każdy, kto chciałby zabierać

głos w sprawie pożądaných kierunków rozwoju mediów w Polsce. Mniej niż właściwy tekst pracy podoba mi się dołączona do niej kolekcja wycinków prasowych dotyczących prasy, radia i telewizji. Niemal każdy z nich mógłby być wykorzystany jako przypis we wcześniejszych partiach tego w gruncie rzeczy nie tak „bardzo osobistego raportu”. Rozumiem autora, że żał mu było wyrzucić tę kolekcję, więc opublikował ją w aneksie. Wycinki dowodzą lub dowodzić mają, że „Solidarność” jest niechętna wolności prasy, w rządzie coraz więcej byłych dziennikarzy, którzy jednak źle traktują dziennikarzy obecnych i oskarżając ich o różne grzechy, starają się ograniczyć ich niezależność.

Na koniec nie mogę się powstrzymać przed wyrażeniem opinii, że omawiana broszura stanowi odstraszaający przykład tego, jak by wyglądała literatura, gdyby nie było redaktorów i korektorów.

Walery Pisarek

PUBLICZNOŚĆ MEDIÓW SŁOWACKICH

Vladimir Holina: PUBLIKUM PROSTRIEDKOV MASOVEJ KOMUNIKACIE NA SLOVENSKU. Novinarsky Študijny Ustav. Bratislava 1992. S. 158 + 18.

Na Słowacji zachodzą szybkie zmiany systemu mediów masowych i ich odbiorców, podobnie jak w innych krajach postkomunistycznych. Oddziaływanie mediów na społeczeństwo z historycznego punktu widzenia analizuje praca V. Holiny „Odbiorcy środków komunikacji masowej w Słowacji”.

Punktem wyjścia dla autora jest porównanie wyników badań socjologicznych, przeprowadzonych w latach 1968, 1978, 1987 i w listopadzie 1991. Najwięcej uwagi poświęca odbiorcom prasy, ponieważ właśnie w tej sferze zaszło najwięcej zmian co do liczby wydawanych tytułów oraz ich nakładów. Przy całkowitym spadku liczby czytelników dochodzi też do wewnętrznych zmian ich struktury publiczności prasowej; pogłębia się jej zróżnicowanie, powstaje publiczność nowych tytułów, zmienia się struktura publiczności starych gazet i czasopism. W przypadku dzienników waż-

ną rolę odgrywa zgodność – lub też niezgodność – poglądów czytelnika z orientacją periodyku, w przypadku zaś czasopism bardzo istotne są zmiany typologiczne i ich znaczenie.

Pomimo zmian politycznych analiza wykazała znaczną stabilność stosunku czytelników do pewnych tematów (wydarzenia międzynarodowe, sport, materiały rozrywkowe, kultura, sztuka itp.), zmieniły się jednakże preferencje czytelników w stosunku do problemów ekonomicznych i gospodarczych, a także polityki wewnętrznej. Praca zatem analizuje szeroki rejestr problemów zmieniającej się sytuacji na rynku prasowym.

Jeden z rozdziałów poświęcony jest analizie stosunku czytelników do ogłoszeń i reklam w gazetach i czasopismach (autorką rozdziału jest Daniela Topolska). Jak wynika z tej analizy, czytelnicy przyzwyczajają się do przenikania reklamy do periodyków i tylko nieznaczna część ankietowanych zdecydowanie odrzuca reklamę. Uzyskane informacje na temat planowanych przez czytelników zakupów mają praktyczne znaczenie dla wydawców gazet przy tworzeniu rynku ogłoszeń. Omówiony jest również wpływ całego systemu środków komunikacji masowej, informując też o zmianach i przyspieszonym rozwoju publiczności radia i telewizji.

Zmiany w strukturze publiczności telewizyjnej spowodowane są szczególnie wprowadzeniem programów satelitarnych, telewizji kablowej, a także wideo. W poprzednich dziesięcioleciach zarówno radio jak i telewizja przejawiały wysoki stopień politycznej dyspozycyjności. Zniesienie państwowego monopolu w tej dziedzinie przyczyniło się głównie do ukształtowania odbiorcy nastawionego na nowo powstające stacje, przy jednoczesnym spadku odbioru programów państwowych, adresowanych do ogółu obywateli Słowacji.

Praca również analizuje popularność poszczególnych źródeł informacji. Wyniki wskazują, że gazety zajmują miejsce przed telewizją oraz że wyraźnie uaktywniła się rola komunikacji interpersonalnej. Na przykład przy podejmowaniu decyzji podczas wyborów 1990 istotnie rolę miały właśnie kanały komunikacji interpersonalnej – szczególnie rozmowy w gronie rodzinnym.

Badania naukowe V. Holiny „Odbiorcy środków komunikacji masowej w Słowacji” mogą być nadwzyczaj przydatne nie tylko ze względu na swój wkład w naukowe poznawanie

zmian w oddziaływaniu mediów w nowych warunkach ekonomicznych i politycznych. Wnioski metodologiczne z opracowanych badań mają olbrzymią wartość praktyczną dla wydawców periodyków i dla każdego, kto w Słowacji prowadzi tzw. działalność gospodarczą w dziedzinie mediów. W czasach, gdy kształtuje się ich nowy odbiorca, badania naukowe tego typu są w dwójnasób użyteczne.

Roman Ivantysyn

Przełożyła ze słowackiego

Agata Januszowa

KATALOŃSKIE BADANIA KOMUNIKOWANIA MASOWEGO

Maria Jose A g u a r, Lluís C o d i n a and Daniel E. J o n e s (editorial redaction and coordination): COMMUNICATION, CULTURE AND SOCIETY: Contributions from Catalonia to contemporary media research, Generalitat de Catalunya, 1992.

Kataloński Ośrodek Badań Komunikowania (Centre d'Investigació de la Comunicació) został utworzony w 1987 roku, przez Generalitat de Catalunya, autonomiczny rząd Katalonii. Jest placówką badawczą stosunkowo młodą, ale już mogącą wzbudzać zainteresowanie, choćby ze względu na nieprzeciętną aktywność w promowaniu i koordynowaniu badań nad wieloma aspektami komunikowania masowego (m. in. we współpracy z uniwersytetami, publicznymi i prywatnymi instytucjami oraz organizacjami biznesu).

Aktywność CEDIC nie ogranicza się tylko do granic Katalonii. Kataloński Ośrodek chce być instytucją o prawdziwie „naukowym i otwartym duchu”, wykorzystując w badaniach elementy światowego dorobku badań nad komunikowaniem masowym (prowadząc też bibliograficzną bazę danych), dbając również o szerokie kontakty międzynarodowe (zwłaszcza z ośrodkami o podobnym charakterze) i o upowszechnianie własnych osiągnięć badawczych. Przejawem dobrze rozumianej troski CEDIC o promocję własnych dokonań jest również prezentowane opracowanie: „Communication, culture and society”, zawierające streszczenia ponad trzydziestu prac, publikowanych wcześniej (w języku

katalońskim) przez CEDIC i instytucje współpracujące z Ośrodkiem. Prezentowane są w nim wyniki badań, przeprowadzonych w Katalonii po 1987 roku.

Pięcioletni dorobek CEDIC prezentuje się tu bardzo ciekawie. Zestawienie zawiera szeroki zakres tematów, przedstawionych z różnorodnych punktów widzenia. Pomimo różnych podejść badawczych, różnych metodologii badań i przedmiotów zainteresowań badawczych można również odnaleźć pewne elementy wspólne dla wszystkich prezentowanych prac. Łączy je przede wszystkim zainteresowanie społecznymi aspektami komunikowania masowego (z uwzględnieniem ich historycznej, prawnej, politycznej i ekonomicznej perspektywy), sytuowanie zjawisk komunikowania w dziedzinie kultury, jak również holistyczne podejście do problematyki komunikowania masowego.

Znajdują się tu także tematy mogące zainteresować i polskich czytelników. Niestety, pełne wersje materiałów opublikowane zostały chyba tylko w języku katalońskim. (Nie znalazłem informacji wskazujących na istnienie innych wydań tych opracowań.) W omawianym przewodniku przedstawiane są zaś tylko kilkustronicowe (angielskojęzyczne) streszczenia prac, co oczywiście nie daje możliwości dostatecznego zapoznania się z poruszonymi problemami. Jednak nawet i szczątkowe wersje wielu prezentowanych publikacji mogą stanowić ciekawą lekturę, dostarczając pewnej ilości informacji (nie tylko o dokonaniach CEDIC).

Przykładem takiego materiału może być streszczenie pracy autorstwa Ampelo del Rio („Wyzwania dla środków telekomunikacji i telewizji w Europie.”), który przedstawia interesujące (zwłaszcza w kontekście naszych aspiracji do integracji ze Wspólnotą Europejską) zagadnienie prawnych, politycznych i organizacyjnych problemów budowy „europejskiej przestrzeni telekomunikacyjnej”.

Autor podkreśla znaczenie telekomunikacji, stanowiącej (wg jego opinii) strategiczny sektor dla ekonomicznego, społecznego i kulturalnego rozwoju Wspólnoty Europejskiej. Rozwój tego sektora na świecie (technologii i oferty usług teleinformatycznych) wywołuje potrzebę reorganizacji europejskiego przemysłu telekomunikacji, by przez zwiększenie jego efektywności ekonomicznej mógł sprostać konkurencji Stanów Zjednoczonych i Japonii. Między innymi te wyzwania

nia były powodem gwałtownej adaptacji (w latach 80.) polityki Wspólnoty, której perspektywicznym celem jest budowa „europejskiej przestrzeni telekomunikacyjnej” i „telewizji bez granic”.

Na drodze do realizacji tego zamierzenia stały tradycyjne modele państwowych monopolii; praktyka polityki protekcyjnej, wyrażająca się państwową kontrolą nad publicznymi inwestycjami (np. zakupami sprzętu) oraz prawnymi i technicznymi barierami. Chroniła ona „narodowych czempionów” (producentów), ograniczała wolny obieg sprzętu i usług telekomunikacyjnych. Konsekwencją tych procesów była fragmentaryzacja i izolacja narodowych rynków – wbrew zasadzie wolnej konkurencji, oficjalnie gwarantowanej przez Wspólnotę Europejską.

Proces tworzenia wspólnej przestrzeni telekomunikacyjnej (wspólnego rynku sprzętu i usług) rozpoczęto od usuwania tych barier. Pod koniec lat 80. Komisja Europejska zaleciła krajom członkowskim Wspólnoty redukcję ograniczeń, którymi były obwarowane usługi telekomunikacyjne oraz przepływ technologii (*Green Book COM 87/290*). Zalecono ponadto wprowadzenie zasad *Open Network Offer* zobowiązujących kraje członkowskie Wspólnoty do zrównania praw prywatnych i publicznych (państwowych) użytkowników sieci środków telekomunikacji.

Główne zalecenia, określone przez Wspólnotę Europejską celem realizacji tych zasad, sformułowano w sposób następujący: a) standaryzacja techniczna, uruchomienie procesów wymiany informacji i homologacji oraz otwarcie rynków publicznych, b) wzbogacenie oferty (usług) oraz usprawnienie sieci środków telekomunikacji przez wspieranie wspólnych projektów rozbudowy infrastruktury (jak program budowy wspólnej, szerokiej sieci *RACE Programme*); c) opracowanie międzyinstytucjonalnych systemów komunikacji wizualnej; d) ułatwienie dostępu do serwisów informacyjnych zaniedbanym (pod tym względem) regionom (*STAR Programme*); oraz e) koordynacja prac w organizacjach międzynarodowych.

Zbliżoną problematykę prezentuje Rosario de Mateo w opracowaniu (w oryginale: dwustronicowej książce): „Pomoc państwowa dla prasy w Zachodniej Europie”. Zasady niedyskryminacji oraz wolnej konkurencji odnoszą się, oczywiście w EWG również do rynku

prasowego. Często jednak są podważane i omijane przez rządy państw Wspólnoty, uważające (i chyba słusznie), że prasa nie jest zwyczajnym produktem komercyjnym, lecz również pewnym dobrem społecznym (służącym społecznym interesom). W wielu państwach Europy Zachodniej (także w państwach EWG) istnieją więc (lub występowały) różne formy państwowej pomocy dla wydawnictw prasowych. Na przykład (w 1989 r.): na cele modernizacji technicznej (w Hiszpanii, Holandii i Portugalii); w celu rozpowszechniania poza granicami kraju (w Hiszpanii, Francji i we Włoszech); szkolenia dziennikarzy (w Austrii, Finlandii, Holandii, Portugalii i Szwecji); wspierania wydawnictw „o wysokich wartościach kulturalnych” (w Hiszpanii i we Włoszech); na współzawodnictwo z mediami audiowizualnymi (w Belgii i Holandii); na promocję języków mniejszości (w Hiszpanii, Irlandii i we Włoszech); czy też w celu wsparcia własnej (narodowej) produkcji prasowej (w Hiszpanii, Francji i we Włoszech). Niektóre z tych form pomocy spotykają się ze zdecydowaną reakcją Komisji Europejskiej. W 1988 r. (na przykład) rząd Hiszpanii otrzymał „upomnienie” za naruszenie zasady wolnej konkurencji (przez wspieranie tylko narodowego kapitału prasowego). Spowodowało to – rok później – likwidację w Hiszpanii większości form pomocy dla prasy (z wyjątkiem przeznaczonych na modernizację techniczne).

„Czułość” rynków prasowych, mało odpornych na zagrożenia pojawiające się wraz z ekonomicznymi kryzysami oraz „podwójna natura” prasy od dawna wywołują dyskusje na temat potrzeby stworzenia jakiegoś ogólnego, obiektywnego systemu subsydiów dla prasy. Jak dotąd, nie udało się jednak znaleźć zadowalających rozwiązań. Dotychczasowe doświadczenia wskazują, że różne formy pomocy, jak – w krajach skandynawskich – na cele „politycznego pluralizmu prasowego”, mogą doraźnie rozwiązywać problemy wspieranych wydawnictw. Nigdy natomiast nie będą w stanie powstrzymać procesu koncentracji ani też w – znaczący stopniu – wzbogacić rynku dzienników.

Również z naszego punktu widzenia nie wydaje się celowe wspieranie (gdyby były takie możliwości finansowe) upolitycznionej prasy partyjnej, która i tak nie byłaby czytana (a więc efekt w postaci „większego pluralizmu

informacyjnego" byłby znikomy). Natomiast nie ulega wątpliwości, że niektóre typy wydawnictw powinny otrzymać wsparcie finansowe. Dotyczy to zwłaszcza periodyków o tematyce kulturalnej, których cena nie może (ze względów społecznych) pokrywać pełnych kosztów produkcji.

Omawiane opracowanie zawiera informacje na temat wielu innych materiałów, z których wnioski można odnosić do sytuacji polskich mediów. Są to teksty mogące być przedmiotem zainteresowania zarówno badaczy komunikowania masowego, jak i dziennikarzy i studentów. Tym pierwszym można szczególnie polecić wykład Abrahama Molesa („Zamknięte okno na świat”) zawierający propozycję nowego, socjocybernetycznego modelu komunikowania masowego.

Model Molesa ukazuje utopijny charakter koncepcji „globalnej wioski”, gdyż (jak dowodzi) nie wszystkie krążące w sieci informacji sygnały docierają do każdego z punktów na końcu układu (*terminal*), tworzącego wspólną płaszczyznę (*interface*) tej sieci i człowieka. Czyli: dlatego, że żadna ze stacji nie jest w stanie przetworzyć wszystkich krążących sygnałów, docierających do niej informacji.

Ludzie tworzą – twierdzi Moles – społeczną masę (na drodze technologii, zarówno architektonicznej, jak i elektronicznej), która jest jak bezkresny labirynt, a „łącza” (*cables*), które w w tej społecznej masie występują, tworzą korytarze labiryntu. Ściany tych korytarzy formują zaś mniej lub bardziej ukryte dojścia do sieci informacji, co moment „spotkania” czyni rodzajem gry losowej (niezależnej od sukcesu negocjacji czy też „solidności” funkcjonalnych relacji).

Różniczne okna, przez które ludzie mogą mieć dojście do sieci, są zamknięte. Pozwalają tylko na przenikanie przedstawień (*appearances* – prawnej tożsamości), odbić teatru świata, w których każda jednostka anonimowo interpretuje grę, w której bierze udział (nie sprowadza się to jednak do kwestii: kary – nagrody). Nie wszystkie z tych okien (nie wszystkie naraz) są przeźroczyste (*transparent*). Niektóre tylko właściwości istnienia mogą przez nie przeniknąć. Wyjątkowo też (tylko niektóre) sieci tworzą ekrany pozwalające na walkę z losem, przetwarzanie potrzeb w profity.

Jarosław Grzybczak

DZIECI A MEDIA

Hilda Holinová: DETI A PROSTRIEDKY MASOVEJ KOMUNIKACIE (Sučasný stav a vývoj). Novinársky študijný Ustav. Bratislava, 1991. S. 172.

Najnowsza praca H. Holinovej dostarcza aktualnych informacji na temat spędzania wolnego czasu przez dzieci słowackie, o ich stosunku do czytania książek i periodyków, oglądania telewizji, wideo, kina i radia. Już na wstępie autorka stwierdza, że po upadku reżimu totalitarnego w listopadzie 1989 zaszły wielkie zmiany społeczne i powstała nowa sytuacja w mediach, która wymusiła realizację prezentowanych badań; przeprowadzono je pod koniec 1990 roku. Autorka porównuje wyniki własnych badań stosunku dzieci do środków komunikacji masowej z lat 1970 i 1990 z wynikami badań stosunku młodzieży do mediów z 1989 roku.

Za podstawowe tendencje w rozwoju percepcji mediów przez dzieci i młodzież w latach 1970 – 1990 uznaje H. Holinová: 1) dominującą pozycję środków audiowizualnych i 2) spadek zainteresowania czytaniem. Autorka sądzi, że jeżeli nie dojdzie do zmian w systemie wychowawczo-rozwojowym, proces ten będzie miał „głęboki i negatywny wpływ na młodą generację” (s.6). Jednego z rozwiązań tej sytuacji badaczka upatruje we wprowadzeniu znanego w świecie programu noszącego nazwę „Czasopisma w szkole” (*Journal a l'Ecole – Newspapers in Education – Zeitung in der Schule*).

Recenzenci badań Holinovej z 1970 roku podkreślali ich metodologiczną jednolitość, dlatego też – dla jak najbardziej rzetelnego porównania – w badaniach z 1990 użyto tej samej metody. Reprezentatywną próbę tworzyło 2200 uczniów z klas 5–8 z dokładnie tych samych szkół podstawowych, co przed 20 laty. Wartość poznawczą i uogólnienie wyników umożliwiło połączenie na pół standardowych pytań zarówno dla uczniów, jak i ich rodziców z „techniką fotograficzną” (dziennik, który zawierał wszystkie dni w tygodniu od 5 do 24 godziny w półgodzinnych czasowych odstępach).

Istotną część publikacji stanowi interpretacja wyników badań opatrzona czytelnymi i fun-

konalnymi tabelami oraz wykresami graficznymi. Wyniki opracowane są metodą „krzyżową”. W pierwszej części publikacji autorka analizuje czas wolny dzieci i przeznaczone w nim miejsce dla środków komunikacji masowej, następnie zajmuje się dokładniej poszczególnymi mediami (najpierw odpowiada na pytanie „Co robią dzieci?”, potem odpowiada na pytanie „Kto i jak poświęca swój czas książce, czasopismu, gazetom, telewizji, radiu?”). H. Holinová za „czas wolny” uważa czas poświęcony czynnościom, o których dziecko może zdecydować samo. Ponad połowę tego czasu (20,88 godz. tygodniowo) dzieci poświęcają środkom komunikacji masowej. Współczesne dziecko poświęca telewizji dziesięciokrotnie więcej czasu niż książkom, a wideo trzykrotnie więcej – niż kinu.

W rozdziale poświęconym czytaniu książek H. Holinová już na wstępie podkreśla, że straciło ono swoją czołową pozycję, a jego miejsce zajęły mniej skomplikowane zajęcia i to nie tylko w rzeczywistości, ale także w preferencjach i gratyfikacji. 12,4% dzieci przyznało, że nie czyta książek. Przed 20 laty było to zaledwie 5,3% (s.72). Równocześnie spadła przeciętna ilość książek przeczytanych w ciągu miesiąca.

Czytanie prasy periodycznej zakłada umiejętność orientowania się w strukturze czasopism, które z zasady są wielotematyczne. Okazało się, że rozluźnienie barier wydawniczych i szerszy asortyment tytułów odbiły się także na czytelnictwie. Obecnie więcej dzieci czyta czasopisma niż w przeszłości. Pośród innych ciekawych zjawisk autorka wskazuje także na rozumienie informacji. Czasopisma dla dorosłych czyta więcej dziewcząt niż chłopców (nie czytających jest 18,6% chłopców i 12,6% dziewcząt).

Lekturę dzienników uważa H. Holinová za szczyt piramidy trudów, z którymi dziecięcy czytelnik musi sobie poradzić. Zaskakujące jest, iż przeszło połowa uczniów 5 – 8 klas szkoły podstawowej już czyta gazety codzienne, a jedynie 14,6% dzieci nie czyta ich wcale. Dziewczęta czytają dzienniki częściej niż chłopcy, ale różnica w porównaniu z czytelnictwem czasopism jest mniejsza (nie czyta dzienników 16,6% chłopców i 13% dziewcząt). W tym przypadku znaczną dynamikę prezentuje rozwój czytelników wg wieku – w piątej klasie nie czytających jest 23%, w ós-

mej tylko 11%. Dzieci są niedojrzałymi czytelnikami gazet, do ich ulubionych tematów należą sport, kronika wypadków i programy telewizyjne. H. Holinová jednakże zaznacza, że dzieci są „samoukami”, czytaniu bowiem gazet nie poświęca się uwagi ani w szkole, ani w domu.

W 1970 roku telewizję oglądało codziennie 56,3%, w roku 1990 już 93,2%. Ilość tych, którzy nie śledzą telewizji, spadł w tym okresie z 2,6% do 0,3% (s.134). Ten ogromny wzrost odbioru telewizji H. Holinová uzasadnia jej technicznym i programowym rozwojem. Publikacja zwraca uwagę także na związaną z tym możliwość socjalno-psychologicznego ryzyka. W ciągu 20 lat ulubione typy programów zmieniły się minimalnie. Do najbardziej popularnych należą filmy, konkursy i muzyka.

Telewizję satelitarną oglądało w 1990 roku regularnie 9,2%, a nieregularnie 7,5% dzieci. Skoro w 15,5% domów respondentów jest telewizja satelitarna, oznacza to, że dzieci nie przejawiają w tym zakresie aktywności przekraczającej ich możliwości (s.137). Przeciwnie, aż 55,2% dzieci jeśli nie ma w domu magnetowidu, ogląda program u kolegów i znajomych.

Film zachował swoją atrakcyjność, jest nadal preferowany, spada jednak liczba osób chodzących do kina. Natomiast radio zaczynają dzieci traktować na równi z innymi mediami o wiele później. Jego postrzeganie i uważne słuchanie ma miejsce stosunkowo rzadko wśród najmłodszych.

Według H. Holinovej wolny czas jest spożytkowany jednostronnie. Koncentruje się na śledzeniu telewizji, a zainteresowania rozwijające twórczość dzieci są mało rozpowszechnione. Autorka przypomina, że dzieci w swoich „zachowaniach komunikacyjnych” naśladują domowe zachowania rodziców. Skoro program szkolny w znacznej mierze wykorzystuje możliwości przyjmowania informacji – rozumiałe się staje, że szukają dzieci w mediach odpoczynku i odprężenia.

Książka potwierdza wysoką pozycję H. Holinovej na Słowacji, a biorąc pod uwagę podobne społeczne i kulturowe warunki w Polsce, jest prawdopodobnym, iż publikacja może zainteresować również polskich specjalistów.

Pavol Rankov

Przełożyła ze słowackiego
Agata Januszová

FIŃSCY PRASOZNAWCY NA KONGRESIE IAMCR

FINNISH PAPERS PRESENTED AT
IAMCR CONFERENCE, Brazil 1992. Red.
Iiris Ruoho, Tampere 1992. S.135.

Centralne Biuro Statystyki Finlandii wspomogło finansowo wydanie książki, która jest dobrą reklamą tego skandynawskiego kraju. Stanowi ona zbiór referatów, które fińscy prasoznawcy przedstawili na ostatniej konferencji Międzynarodowego Stowarzyszenia Badań Masowego Komunikowania (IAMCR). Konferencja odbyła się w sierpniu 1992 r. w miejscowości Guarujá w Brazylii. Książka nie zawiera tylko jednego tekstu wygłoszonego w Guarujá – wystąpienia Pertti Suhonena „Zagadnienia ochrony środowiska a masowe media” – ponieważ zaplanowano jego publikację gdzie indziej.

W skład wyboru wchodzi dziewięć referatów. Otwiera go Mirja Liikkanen tekstem zatytułowanym „Życie codzienne – subiektywne rozumienie wypoczynku i konsumpcji dóbr kultury”. Autorka rozważa kwestię wypoczynku, zadając na wstępie pytanie: „Czym jest wolny czas?” Rozpoczynając poszukiwania odpowiedzi od starożytnej Grecji (w której wolny czas był zasługą i należał się wyłącznie „wolnym obywatelom płci męskiej”), M. Liikkanen zwraca uwagę na historyczne zjawisko „zastrzegania dla swojej klasy czy grupy” prawa do wypoczynku i wolnego czasu. Także teraz wypoczynek jest „częścią walki o kontrolę nad przestrzenią i czasem; walki, jaką prowadzą ze sobą dominujące w społeczeństwie grupy”. Autorka, biorąc udział w dyskusji toczony w naukach społecznych na temat obecnego etapu rozwoju zachodnich społeczeństw, staje po stronie tych naukowców, którzy w definicji nowych klas odwołują się do zjawisk korzystania z dóbr kultury i wypoczynku. Badania, które M. Liikkanen przeprowadziła na ponadczterotysięcznej próbie, miały na celu m. in. określenie różnic w pojmowaniu wypoczynku przez Finów oraz ustalenie, co lubią oni robić najbardziej (i w jaki sposób korzystają z dóbr kultury) w wolnym czasie. Okazuje się, że kobiety najchętniej odpoczywają: czytając książki, wykonując różne prace domowe i oglądając programy telewizyjne.

Mężczyźni natomiast najchętniej w wolnym czasie oglądają telewizję, po prostu „odpoczywają” oraz czytają książki¹. Autorka, chyba z lekka faworyzująca kobiety, podsumowuje wyniki swoich badań następującymi słowami: „Chociaż prawie wszystkie kobiety są zajęte pracą na pełnym etacie, są bardziej wykształcone od mężczyzn, więcej czytają, a telewizji oglądają mniej...” Z badań wynika także, że kobiety chętniej się wypowiadają (i mają więcej do powiedzenia) na temat wypoczynku. Największa część Finów jest zdania, że odpoczywają wtedy, kiedy „mogą robić to, co chcą”. Mężczyźni natomiast najczęściej sądzą, że wypoczynek to „czas spędzany poza godzinami pracy”.

Następny referat nosi tytuł: „Produkcja programów audiowizualnych”. Jego autor Rauli Kohvakka przeprowadza bardzo dokładną analizę oferty programów telewizyjnych, produkowanych rocznie w Finlandii. R. Kohvakka nie ogranicza się do omówienia „blisko czterech tysięcy godzin audiowizualnej produkcji” – próbuje także przewidzieć kierunki rozwoju telewizji w Finlandii.

Artykuł Erkki Karvonena „Kultura popularna a sztuka życia” może zainteresować z wielu powodów czytelnika w Polsce. Zasługuje na uwagę nie tylko ze względu na przejrzysty układ i solidną podbudowę teoretyczną, ale także ze względu na swój temat, który można by, przenosząc problem na grunt polski, wyrazić pytaniem: „Dlaczego ludzie tak bardzo lubią oglądać «Isaurę» i «Dynastię»?” Autor stawia na samym początku dość przewrotną tezę: „ludzie wykorzystują kulturę masową do wyczyszczenia umysłów”. Potem znajduje podstawy teoretyczne dla swoich poglądów w dziełach m. in.: Emile’a Durkheima, Jamesa W. Careya, Mary Douglas, Serge’a Moscovici, Edmunda Husserla, Alfreda Schutza – głównie w kwestiach „rytualnego podejścia do komunikowania” oraz: Janice A. Radway, Umberta Eco, Margarety Rönnerberg – w kwestiach kultury masowej. W dalszej części artykułu E. Karvonen, dostrzegając we współczesnych czasach istotne pierwiastki „modernistyczne” (a wyróżnikiem modernizmu jest „kontrast z tradycyjnie ustalonym porządkiem [...], innowacyj-

¹ Wyniki badań przeprowadzonych w Polsce wykazują, że Polacy wolą spędzać wolny czas podobnie do Finów. (Badania, przeprowadzone przez W. Pisarkę i GUS odbyły się w 1985 r.)

ność, oryginalność i dynamizm”), proponuje, by naszą epokę nazywać „późnomodernistyczną”. Jego zdaniem sytuacja późnomodernistyczna, w jakiej się teraz znajdujemy, stwarza nowe podstawy do dyskusji na temat masowej kultury. „Ludzie wiedzą lepiej od krytyków, czego im potrzeba. [...] Masowa kultura jest w pełni wartościowa, ponieważ umożliwia ucieczkę od codziennego życia i obowiązku stałego podnoszenia efektywności.”

Iiris Ruoho w artykule zatytułowanym: „Telewizja jako technologia różnicująca płęć” relacjonuje wyniki podejścia badawczego zgodnego z „całkiem nową orientacją” – czyli tzw. analizą mediów ze względu na płęć (*gender oriented media analysis*). Badania takie przeprowadzono na próbie kobiet, które oglądają w telewizji fińskiej serial pt. *Czas róży*. Ich głównym celem było dostarczenie odpowiedzi na pytania: Jak kobiety dostrzegają problemy płci w wymienionym serialu? Czy ich zdaniem, na podstawie serialu, można powiedzieć, że struktura i kulturowe znaczenie rodziny ulegają zmianie? W badaniach wymagano m. in. ustosunkowania się do poczynąń bohaterki i bohatera serialu oraz wyrażanych przez nich opinii. W podsumowaniu wyników I. Ruoho pisze: „...telewizja oferuje ideologiczny konglomerat, [...] w którym co prawda broni się praw kobiety do wykonywania nowych ról zawodowych, ale jednocześnie przedstawia się zupełnie bezkrytycznie starsze, bardziej proro-dzinne wartości. Serial [...] ma zdecydowanie charakter postfeministyczny, ale jego teksty umożliwiają różne interpretacje, nawet pre-feministyczne i feministyczne.”

Autorka następnej publikacji, Ullamaija Kivikuru, porównuje media fińskie z tanzańskimi. Jej artykuł, zatytułowany „Masowe komunikowanie na peryferiach: sprzeczności bogaczy”, jest podsumowaniem analizy systemów komunikowania w obu krajach. Zdawać by się mogło, że bogata i rozwinięta Finlandia, charakteryzująca się „nadmiarem”, nie może stanowić konkurencji dla biednej Tanzanii. Autorka stawia tezę wręcz przeciwną: „Pod wieloma względami, ale nie pod wszystkimi, prymitywny system komunikowania w Tanzanii reprezentuje wyższy stopień prawdziwej lokalności i istotności niż cierpiący na nadmiar system mediów w Finlandii”. Dalsze części artykułu są wykładnią poglądów autorki, która stara się dowieść swoich racji. Píše więc m. in., że media tanzańskie są zainteresowane przekazy-

waniem informacji przede wszystkim swojemu społeczeństwu, a nie produkcją „towaru” dla międzynarodowych środków przekazu, oraz że tanzańskie programy rozrywkowe – w przeciwieństwie do fińskich – koncentrują się na tematyce krajowej. Tanzania przewyższa Finlandię m. in. pod względem rozlicznych kanałów komunikacji ustnej. Autorka pisze: „Komunikacja werbalna jest całkiem skuteczną strefą buforową. W rzeczywistości rytuały, rogi i bębny, tak samo jak opowieści i debaty *ngonjera* przy wieczornym ognisku spełniają funkcję analogiczną do współcześniejszych sposobów interpersonalnej komunikacji: spotkań całych wiosek, organizacji kobiecych i młodzieżowych czy lokalnych społeczności, które stanowią kręgosłup życia gospodarczego na szczeblu lokalnym.” Dzięki temu przepływ wiadomości w afrykańskim kraju ma charakter dwustronny. Media fińskie, przeciwnie, nie dość że dostarczają społeczeństwu „raczej surogatu aniżeli prawdziwych wiadomości lokalnych”, to jeszcze włączają się bezkrytycznie w sieć „wspólnego nurtu” (*mainstream*), wspólnej dla bogatego Zachodu papki informacyjno-rozrywkowej.

Kaarle Nordenstreng jest autorem publikacji zatytułowanej: „Ruch NWICO: karta równowagi”. NWICO (New World Information and Communication Order), czyli „Nowy ład w światowym informowaniu i komunikowaniu”, to zespół poglądów przeciwstawiających się jednokierunkowości przepływu informacji na świecie: z bogatej Północy i technicznie rozwiniętego Zachodu – w stronę biednych i zacofanych: Wschodu i Południa. Autor publikacji, popierający idee NWICO od wielu lat, opisuje jego główne założenia oraz wyraża zaniepokojenie z powodu stagnacji Ruchu w latach '80. „Jest to dobry powód, by wierzyć – pisze K. Nordenstreng na zakończenie – że może on (NWICO – J.K.) ponownie wejść w okres bardzo dynamiczny; nie jako koncepcja powstała dwie dekady temu, ale jako twórcza inicjatywa na rzecz reformy mediów”. Znakiem czasu jest to, że najnowsze publikacje na temat „nowego ładu informacyjnego” parafrazują tytuł słynnego Raportu MacBride'a, czyli końcowego raportu Międzynarodowej Komisji do spraw Komunikowania UNESCO z 1980 r. Oryginalny dokument nosił tytuł: „Wiele głosów, jeden świat” – współczesna parafraza tytułu raportu to: „Mało głosów, wiele światów”...

W następnym materiale Kaarina Melakoski rozważa niektóre problemy nauczania dziennikarstwa w Finlandii; szczególnie dokładnie omawia postępy w wykładaniu tzw. „dziennikarstwa ekologicznego”. Autorka następnego artykułu Esa Väliveronen omawia publiczną debatę nad wyniszczaniem lasów w Finlandii.

Tom Moring i Hal Himmelstein w najobszerniejszym artykule książki („Polityka nowego obrazu w fińskich przekazach telewizyjnych w czasie kampanii wyborczych”) opisują najnowsze sposoby telewizyjnej realizacji programów składających się na kampanie wyborcze. W Finlandii przełom nastąpił w marcu 1991 roku, kiedy dopuszczono do udziału w kampanii prywatną stację telewizyjną o zasięgu ogólnokrajowym (MTV), zezwalając jej po raz pierwszy na realizację w ramach kampanii do parlamentu także „własnych programów pozainformacyjnych”. Autorzy twierdzą, że kultura polityczna w Finlandii uległa zasadniczej zmianie wraz z przejściem z tradycyjnego modelu „zorientowanego na prasę drukowaną” do „postmodernistycznego modelu polityki obrazu”. T. Moring i H. Himmelstein opisują fińskie tradycje pokazywania w telewizji kampanii wyborczych oraz analizują prawne regulacje, obowiązujące nadawców w czasie kampanii. Obszerne badania, które zostały przez nich przeprowadzone w czasie kampanii wyborczej w 1991 r. składały się z trzech części: analizy zawartości wszystkich przekazów, określenia za pomocą elektronicznego „systemu pomiarów” aktywności medialnej fińskiej publiczności oraz przeprowadzenia wywiadów (z tą samą reprezentatywną grupą 1326 osób) przed kampanią i po niej. Okazało się m. in., że telewizja publiczna (YLE) w większym stopniu niż prywatna pokazywała merytoryczne zagadnienia, natomiast MTV skoncentrowała się na przedstawianiu kampanii jako gry, wprowadzając jednocześnie nowy na fińskiej scenie politycznej zwyczaj promowania polityków za pomocą programów rozrywkowych. Stwierdzono rosnące zainteresowanie publiczności „największymi debatami” i udziałem polityków w programach mniej poważnych, ale tylko młodsza część elektoratu traktowała te programy całkiem „na serio”. T. Moring i H. Himmelstein kończą swoją relację przestroga, że „tradycyjne programy polityczne” już wkrótce mogą nie wystarczyć, skoro już teraz młodzi Finowie dają się przekonać, jak wykazały badania,

tylko krótkim scenkom z politykami oraz „lekkim programom rozrywkowym, które nawiązują do tematów politycznych”.

Właściwie wszystkie teksty zgromadzone w omawianej książce nie schodzą poniżej pewnego, dosyć wysokiego poziomu. Polski czytelnik może na ich podstawie zorientować się o zakresie zainteresowań prasoznawców i stanie wiedzy o mediach w zaledwie pięciomilionowej Finlandii. Zakładając, że tematyka wyboru tekstów wydanych w Tampere odzwierciedla współczesne zainteresowania fińskich badaczy komunikowania, trzeba przyznać, że są one bogate i rozległe. Finowie przykładają nadal wagę do badań „tradycyjnych” (analizy zawartości przekazów, analizy porównawcze systemów medialnych, badania świadomości kulturalnej społeczeństwa, historia mediów), nie rezygnując jednak z włączania się w „modne” obecnie na Zachodzie badania o podłożu „multikulturalizmu”. Świadczy o tym obecność w książce tekstów o przedstawianiu roli i pozycji kobiety w programach telewizyjnych, analiz porównawczych mediów fińskich z tanzańskimi czy pogłębionych studiów nad włączeniem się środków przekazu i dziennikarzy w ochronę środowiska naturalnego.

Jacek Kołodziej

SZWAJCARSKIE PRAWO AUTORSKIE

Manfred R e h b i n d e r: SCHWEIZERISCHE URHEBERRECHT. Verlag Stampfli + Cie AG, Bern 1993. S. 191.

Istnieje szereg niezależnych przyczyn zainteresowania ostatnią książką profesora Manfreda Rehbindera, wybitnego prawnika, profesora Uniwersytetu w Zurychu, autora wielu monografii z zakresu prawa autorskiego i równocześnie redaktora dwóch renomowanych czasopism z tej sfery (*Archiv für Urheber-, Funk-, Theaterecht* i *Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*).

Dla polskiego czytelnika omawiana praca jest przede wszystkim kompetentnym przewodnikiem po nowym szwajcarskim prawie autorskim. Weszło ono w życie 1 VI 1993 r. po ponad 30 latach dyskusji nad jego ostatecz-

nym kształtem. Informacja ta jest znamienna w świetle zarzutów o szczególnie wolnym, a w istocie skoncentrowanym na ostatnich kilku latach, trybie prac nad polskim prawem autorskim. Dodajmy, że autor nie ogranicza się do interpretacji i krytyki przepisów nowego szwajcarskiego prawa autorskiego. W sposób oryginalny Rehinder przedstawia także historię i źródła prawa autorskiego. Rozpoczyna od czasów rzymskich, następnie charakteryzuje średniowieczny system przywilejów drukarskich i późniejszych przywilejów wydawców, by z kolei omówić, według chronologii ich powstawania, podstawowe teorie prawa autorskiego: własności intelektualnej, praw osobistych oraz teorie dualistyczne i monistyczne. Wyjaśnijmy, że chodzi tu bądź o uznanie, że w ramach prawa autorskiego istnieją niezależne autorskie prawa majątkowe i autorskie prawa osobiste (ujęcie dualistyczne), bądź też o uznanie, że uprawnienia majątkowe i osobiste są w sposób nierozdzielny objęte prawem autorskim (ujęcie monistyczne).

Książka adresowana jest przede wszystkim dla studentów prawa, ale napisana jest na tyle jasno i przejrzysto, że może być bezpośrednio wykorzystywana przez głównych „adresatów” prawa autorskiego: twórców, artystów, wykonawców, wydawców itd.

Mamy tu do czynienia z oryginalnym, zwłaszcza na gruncie europejskim, podręcznikiem. Autor włącza do swego tekstu obszernie fragmenty uzasadnień z ważniejszych orzeczeń sądów szwajcarskich, poprzedzone krótkim streszczeniem stanu faktycznego z danej rozprawy sądowej. Zabieg ten, z jednej strony, uzmysławia, w jaki sposób w praktyce jest rozumiane i interpretowane prawo autorskie, z drugiej zaś istotnie uatrakcyjnia lekturę książki. Każdego bowiem czytelnika interesują okoliczności spraw sądowych związanych np. z ochroną nazwy Myszką Mickey bądź postaci Sherlocka Holmesa w współczesnym utworze literackim.

Poza pierwszymi ogólnymi rozdziałami (dotyczącymi charakterystyki prawa autorskiego i kryteriów odgraniczenia go od innych pokrewnych dziedzin prawa, a także aspektów gospodarczych i etycznych prawa autorskiego), w książce konsekwentnie przejęto układ zastosowany w szwajcarskiej ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Uła-

twia to niewątpliwie korzystanie z tego podręcznika jako z swobodnego komentarza. Brakuje jednak w omawianej pracy przedruku tej ustawy.

Szczególnie interesująco wypadły rozważania dotyczące relacji autorskich dóbr osobistych i dóbr osobistych prawa powszechnego. Autor wyróżnia tu: a) prawa, które bezpośrednio dotyczą fizycznej, psychicznej i socjalnej ochrony osobowości, b) prawa, które bezpośrednio nie odnoszą się do człowieka, lecz w których „odbija” się jego osobowość (np. listy, portrety) oraz c) prawa, których bezpośrednim przedmiotem jest dobro niematerialne stanowiące wynik twórczości osobistej (s. 113). Ciekawe są także rozważania w sprawie statusu współautora. Autor krytycznie odnotowuje generalne stanowisko, według którego reżyser filmowy jest zawsze współautorem filmu, zaś reżyser teatralny jest „artystą wykonawcą” w przedstawieniu i nie ma statusu współautora (s. 57, 147).

Ale dla polskiego czytelnika niewątpliwie najważniejsze w książce są porównania nowego prawa szwajcarskiego z zaawansowanym projektem polskiego prawa autorskiego. Temat ten nie dotyczy bezpośrednio recenzowanej książki i zasługuje na odrębne opracowanie. Warto jednak już w tym miejscu chociaż zasygnalizować te istotne regulacje z prawa szwajcarskiego, które powinny być rozważone z punktu widzenia zasadności ich przejęcia do polskiego prawa autorskiego. Chodzi tu zwłaszcza o: 1) wprowadzenie zasady, iż prawo autorskie zawsze w sposób pierwotny powstaje na rzecz twórcy (pracodawca nabywałby zatem prawa do „pracowniczych” utworów tylko na podstawie odpowiedniej umowy), 2) ustanowienie konstrukcji „wyczerpania” prawa autorskiego do egzemplarza utworu wprowadzonego do obrotu, 3) umożliwienie wykorzystywania cudzych utworów dla parodii oraz zezwolenie właścicielowi budowl wykonanej na podstawie dzieła architektonicznego na wprowadzanie do niego zmian bez zgody twórcy, 4) konieczność zaofiarowania oryginału utworu twórcy w przypadku zamiaru jego zniszczenia, 5) znaczne rozbudowanie przepisów dotyczących stowarzyszeń ochrony praw autorskich, w tym także w aspekcie kontroli nad ich działalnością.

Ryszard Markiewicz

MEDIEN & ZEIT

1992, nr 4

Przedmiotem prezentacji jest nr 4 austriackiego kwartalnika *Medien & Zeit*. Forum für historische und Kommunikationsforschung, 1992. Na czele 16-osobowego kolegium redakcyjnego stoi dr Wolfgang Duchkowitsch. Wedle autoprezentacji zamieszczonej w niemieckim periodyku *Aviso* (1992/6, s. 7.), opracowanej przez Fritza Hausjella, jednego z zastępców redaktora naczelnego *Medien & Zeit*, czasopismo to powstało w 1986 roku jako organ grupy inicjatywnej – „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung” (Koła Roboczego Historycznych Badań Prasoznawczych). Do końca 1992 roku wydano 23 zeszyty. Celem pisma są prezentacje badań nad historią prasoznawstwa niemieckojęzycznego w ostatnich 100 latach. Ale tylko 1/7 liczby dotychczas opublikowanych tekstów to artykuły historyków. Co 9 artykuł napisany był przez dziennikarza. Prace germanistów zajęły 6% powierzchni w opublikowanych numerach. Po 8% powierzchni zajęły materiały autorstwa pedagogów, filozofów, socjologów, psychologów i slawistów. Każdy numer ma charakter monotematyczny i zawiera względnie stałe rubryki poświęcone bieżącym zdarzeniom, związanym z życiem prasoznawczym w Austrii. Zawartość omawianego numeru poświęcona została zagadnieniom *cudzoziemkości* (Fremdheit). Reprezentują ją następujące artykuły: „Ograniczenia w Austrii. Uwagi o niebezpieczeństwach odkrycia «cudzoziemkości»” – Dileka Cinara i Sabine Strasser; „O szczególnej wartości obcości. O etnicznym posegmentowaniu narodowych i międzynarodowych rynków pracy” Christofa Pamreitera; „Międzyludzkie stosunki większościowo – mniejszościowe – czy komunikacyjne nieporozumienie? Prasoznawcze wprowadzenie do złożoności problematyki na przykładzie Chorwatów w kraju azylanckim” – Petry Herczeg; „Powiązania informacyjne mediów lipskich a współzycie z obcokrajowcami. O wkładzie gazet codziennych w integrację społeczną z obcokrajowcami na przykładzie *Leipziger Volkszeitung* i saksońskiego wydania *Bild*. Częściowe studium regionalne” – Petera Hamanna i Hansa Poerschke; „Literatura o masowej komunikacji w Bregenz. Zbliżenie związków pomiędzy literaturą i masową komunikacją w życiowej przestrzeni miasta. Sprawozdanie robocze” – Herberta Artla.

Problematykę tę dopełniają dwa materiały związane tematycznie z zawartością numeru: „Wszyscy ludzie muszą rozumieć, że są gośćmi na tym świecie. Obserwacje nad przedstawianiem obcokrajowców w niemieckiej telewizji regionalnej anno 1992” Manfreda Andresa oraz „Na krawędzi nocy”: Aporie emigracji wewnętrznej. Szkic do literatury niemieckiej pomiędzy adaptacją a oporem 1933 – 1945) Johanna Gnthera.

Cinar i Strasser twierdzą w swym artykule, że obecne prawo austriackie powoduje rozwarstwienie wśród cudzoziemców w społeczeństwie austriackim. Uwidacznia się to na rynku pracy, w obszarze kultury i nauki. Zakłada ono bowiem równe prawo dla obywateli i cudzoziemców, co w praktyce ich dyskryminuje, gdyż nie mają oni równego z nimi startu. Następnie ów defekt przechodzi na ich dzieci, które mają prawo, by stać się pełnoprawnymi obywatelami Austrii. Głównym źródłem tego rozwarstwienia jest słabsza znajomość języka niemieckiego lub jej zupełny brak wśród przybyłych emigrantów. Korzenie takiego prawa sięgają końca lat trzydziestych i mają znamiona faszystowskie. Jest to więc podstawowe, prawne źródło wyobcowywania się i kształtowania się pośród cudzoziemców syndromu obcości. Następujące obecnie – piszą autorzy – zaostrzenie prawa w stosunku do obcokrajowców, wyrażające się w obowiązku przedstawiania przez nich pozwolenia na pobyt i zatrudnienie na określony czas przy wjeździe do Austrii, uzasadnia się ograniczonymi możliwościami rynku pracy, możliwościami wolnej substancji mieszkaniowej oraz wydolnością szkół i służby zdrowia, co niewątpliwie w niedalekiej przyszłości zaostrzy te wszystkie procesy wyobcowywania się cudzoziemców.

Przyczyny nieasymilowania się uchodźców do warunków życia w kraju azylanckim – konstatują autorzy – są podobne do tych, które powodowały utrzymywanie odrębności etnicznej pośród emigrantów polskich i włoskich we Francji w okresie międzywojennym. Nadto, tzw. „goście”, którzy nie adaptują się, wpływają – zdaniem badaczy – dezorganizująco na lokalne grupy kulturowe, gdzie obowiązują określone wzory monokulturowego zachowania. To z kolei budzi często wśród Austriaków postawy nazistowskie. Łagodzący wpływ na taką sytuację mogłyby mieć ich zdaniem – lansowanie przez media lokalne idei społeczeństwa multi-kulturowego, opartego na tolerancji i równo-

uprawnieniu dla żyjących tam mniejszości, takiego jak w Kanadzie i Australii. Idea ta może określić kształt społeczeństwa austriackiego i innych państw o podobnym standardzie życia w Europie w niedalekiej przyszłości – konkludują.

Współczesny kapitał potrzebuje taniej i dyspozycyjnej siły roboczej, dlatego – sądzi Parnreiter w swej pracy – w jego interesie jest utrzymywanie obecnego układu różnicowania siły roboczej na rodzimą i cudzoziemską na krajowym i międzynarodowym rynku pracy. Osiągnięcie obydwóch tych celów gwarantuje bowiem najszybszy sposób zdobywania ogromnych zysków. Możliwości takie zapewnia właśnie obca siła robocza, jest bowiem najtańsza i najbardziej mobilna. W interesie więc pracodawców jest utrzymanie owego układu, który nie pociąga żadnych społecznych zobowiązań wobec pracobiorców. Obcość więc w tym układzie ma *stricte* podłoże ekonomiczne. Stoją za tym lobbies, które dyktują określone warunki prawne przekraczania granicy, by cudzoziemiec zasilił szeregi taniej i sezonowej siły roboczej, na którą, poza skromną zapłatą, kapitalista nie musi łożyć dodatkowo. Historia kapitalizmu jest przecież historią migracji za pracą. Cudzoziemską siłą roboczą tym bardziej jest wydajna i mało potrzebująca, im bardziej jest obca i nie zaadaptowana do warunków życia w kraju zatrudnienia. W tym mechnizmie prawno-ekonomicznym tkwi źródło antagonizowania rynku pracy oraz powstawania dwuklasowego społeczeństwa pracobiorców, dzielących się na tych lepszych – krajowych i tych gorszych – emigrantów. System rasizmu na rynku pracy stanowi dodatkowo główną przesłankę dla powstawania faszyzmu, bowiem nie narodowość w ostatniej instancji przesądza o obcości pracobiorcy, ale możliwość otrzymywania adekwatnej zapłaty za wykonywaną pracę. Biedny biały staje się „murnym” na rynku pracy jako emigrant, a zamozny Murzyn autochton – przeobraża się równie dobrze w „czarnego kapitalistę”. Kwestię tę – twierdzi autor – można rozwiązać tylko przez międzynarodową regulację prawną pracy cudzoziemców, pod warunkiem, że wszystkie państwa staną się jej sygnatariuszami.

Na przykładzie starej mniejszości narodowej Chorwatów w Austrii, Herczeg opisuje jej aktualną kondycję narodową, na podstawie badań nad obecnie używanym przez nich języ-

kiem chorwackim oraz zawartością programów radiostacji regionalno-narodowych, poprzez które utrzymują więź medialną ze społeczeństwem oraz między własnymi grupami etnicznymi. Zauważa ona różnicę pomiędzy starymi i nowymi emigracjami Chorwatów, wyjaśniając aktualne różnice w możliwościach abstrakcyjnych języka starej i nowej części tej emigracji. Np. stara emigracja chorwacka posługuje się językiem, który nie ewoluował od XVI wieku i służy on jej tylko do porozumiewania się między sobą w domu i przy uprawie roli. Natomiast nie można go używać do porozumiewania się przez media z resztą społeczeństwa chorwackiego. Młodzi ludzie, członkowie tej mniejszości, uciekają od języka swych ojców i przenoszą się do miast, gdzie ulegają szybkiej asymilacji. Stara emigracja ogranicza tożsamość narodową li tylko do folkloru, ich obecny język wyraża bowiem właściwie rytuały narodowe, składające się na niego – obecnie już mało zrozumiałe we współczesnej Chorwacji. Nowa emigracja potrzebuje odmiennego rodzaju mediów, by swe interesy móc wyartykułować i dlatego nie interesuje się mediami starej emigracji. Raczej porzuca język rodziny i uczestniczy w mediach większości niemieckojęzycznej, gdzie może swe interesy zrozumiale i adekwatnie przedstawiać. Stara mowa chorwacka to w t ó r n y a n a l f a b e t y z m – konkluduje autorka – którego źródło tkwi m. in. w tym, że dzieci Chorwatów-autochtonów najczęściej czytają komiksy i nie rozwijają mowy rodziców. Ich media posiadają właściwie charakter przekazu folklorystycznego albo komiksowego, co prowadzi w rezultacie do utraty przez te społeczności pełnej kompetencji komunikowania się w używanym języku.

Hamann i Poerschke w swym materiale zaprezentowali analizę zawartości dwóch lipskich periodyków – *Leipziger Volkszeitung* i *Bild* pod kątem przedstawianych przez nie treści, dotyczących współżycia mieszkańców Lipska i okolic z obcokrajowcami. Uzyskane przez nich wyniki wskazują, że bardziej integracyjnie przedstawiał to zjawisko wydawany przez dziennikarzy zorientowanych demokratycznie „postkomunistyczny” *Leipziger Volkszeitung*, niż *Bild*. Ten ostatni – należący do koncernów wydawniczych związanych linią ideową CDU – podkreślał ich odrębność kulturową oraz przydatność instrumentalną. Autorzy sugerują, że wyniki ich badań powinny obywatelom, dziennikarzom, wydawcom i partiom politycznym –

uświadomić potrzebę budowania „otwartego społeczeństwa multikulturowego”.

W podobnym tonie teoretycznym referuje wynik analizy przedstawiania cudzoziemców w regionalnej telewizji niemieckiej w roku ubiegłym Andres, który zaobserwował, że najwięcej wiadomości składających się na obraz cudzoziemców wiązało się z informacjami kulturalnymi i sportowymi, w których najczęściej przedstawiano przybyszów z krajów Europy Środkowo-Wschodniej oraz WNP. Były one związane ze zdarzeniami lokalnymi, przyjmującymi przede wszystkim formę sprawozdania filmowego.

Pozostałe teksty podejmowały zagadnienia ujmujące problematykę *Fremdheit* w kontekście doświadczenia społecznego okresu faszystwu oraz w związkach z ekologicznym środowiskiem życia społeczeństwa austriackiego i niemieckiego.

W opublikowanych artykułach można zauważyć dwie główne orientacje teoretyczne na temat pojmowania źródeł a g r e s j i w stosunku do cudzoziemców, prezentowanej przez prasoznawców obszaru niemieckojęzycznego, tj. obszaru austriackiego, dawnej RFN i byłej NRD. Pierwsza łączy zjawisko cudzoziemskości z brakiem w społeczeństwach wielokulturowych odpowiednich rytów i mechanizmów hamujących rozwój zachowań agresywnych,

co z kolei stawia się jako zadanie dla mediów, by popularyzowały one postawy interakcyjne, hamujące zachowania agresywne względem obcych. Nawiązuje się przy tym do poglądów na ten temat K. Lorenza i I. Eibl-Eibesfeldta, którzy łączyli takie zachowania ludzkie ze zjawiskiem „rzeczywistego zła”, pojawiającego się w społeczeństwach, które jest warunkowane wrodzonymi mechanizmami ludzkiego zachowania się. Agresja wzmaga się, gdy zostają zaburzone mechanizmy rozwoju więzi społecznych między następującymi po sobie pokoleniami oraz ludźmi o odmiennym pochodzeniu etnicznym, żyjącymi obok siebie w danej społeczności. Natomiast badacze ze wschodniej części Niemiec nawiązują najczęściej do tradycji szkoły frankfurckiej i koncepcji E. Fromma, wiążącej rozwój postaw nietolerancji wobec cudzoziemców z warunkami społeczno-ekonomicznymi oraz systemem edukacji, który w praktyce sprzyja powstawaniu zachowań agresywnych. We wszystkich publikacjach poświęconych tej tematyce daje się odczuć zażenowanie autorów wzrostem postaw nazistowskich wśród mieszkańców państw obszaru niemieckojęzycznego i chęć poszukiwania w komunikowaniu masowym mechanizmów, które by mogły osłabiać te niebezpieczne tendencje.

Ignacy S. Fiuł

Ogólnopolski i Międzynarodowy Festiwal Filmu Reklamowego i Reklamy

(Kraków, 25 – 27 lutego 1993 r.)

*Gutta cavat lapidem non vi,
sed saepe cadendo*

Jeśli nie liczyć publicznych ogłoszeń typu „Zgaś zbędną żarówkę” czy „Chroń lasy przed pożarem” itp., to pierwsze reklamy telewizyjne (zwane dalej „filmami reklamowymi”) pojawiły się w Polsce w drugiej połowie lat '80. Nie były jednak one wtedy istotnym elementem komunikacji publicznej, która obchodziła się bez reklam i nikt ich brakiem się zbytnio nie przejmował. Sytuacja zmieniła się pod koniec lat '80 w związku z wprowadzeniem w Polsce niektórych elementów gospodarki kapitalistycznej – w tym wolnej konkurencji na rynku towarów i usług oraz, z drugiej strony, w związku z upadkiem modelu centralnego sterowania prasą, radiem i telewizją. Pod względem tempa rozwoju rynek filmów reklamowych zaczął przypominać rynek towarów i usług, o czym poniekąd może świadczyć fakt, że doczekaliśmy na początku 1993 roku już piątego przeglądu i jednocześnie trzeciego międzynarodowego festiwalu filmów reklamowych. (Poprzednie to: I Przegląd Filmów Reklamowych, Łódź 1980; Ogólnopolskie Sympozjum Filmu Reklamowego, Kraków 1991; Międzynarodowy Festiwal Filmów Reklamowych, Kraków 1991 i 1992.)

Tegoroczny festiwal, zorganizowany w lutym w Krakowie, zgodnie z ustaloną już for-

mułą miał do zaoferowania uczestnikom konkursy na najlepszą reklamę w kategoriach: filmu reklamowego zrobionego w Polsce, adaptacji reklamy zagranicznej, reklamy radiowej i reklamy prasowej. W sumie na festiwalu obejrzelśmy około 600 prac, a do konkursu filmowego zgłoszono 170 reklam. Laureatem konkursu prasowego została *Gazeta Wyborcza* (za cykl reklam „Fakty mówią za siebie”), konkursu radiowego – Radio Plus FM z Gdańska (za „Siedzę sobie” i zestaw reklam), a w kategorii najlepszej reklamy filmowej statuetki Tytana otrzymali: agencja Lintas (za produkcję reklam m. in. firmy Johnson & Johnson), Jacek Kęcik i Basia Poznański (za film „Okna Thermoplast”), Jerzy Orłowski (scenariusz reklamy „Bambolino – samolot”), Jacek Mierosławski (zdjęcie reklamy „Stalowa Wola”), Jerzy Matuszkiewicz (za kompozycję do reklamy „Centertel”). Nagrody za najlepsze adaptacje zagranicznych filmów reklamowych otrzymały agencje: Young & Rubicam Poland (za „Ruffles”), Ogilvy & Mather Poland („Aquafresh”) oraz Publicis FCB Poland („Dim Sara Lee”). Wybrano także najgorszą reklamę.

Poza częścią konkursową na trzydniowy program festiwalu złożyły się m. in.: dodatkowe pokazy filmów reklamowych polskich i zagranicznych – w tym przedstawienie reklam nagrodzonych na podobnych festiwalach w Cannes oraz projekcja pięciogodzinnego

filmu Jeana Marie Boursicota „Noc reklamozerców”, wystąpienia badaczy reklamy z uniwersytetów polskich i zagranicznych, z Profesjonalnej Szkoły Biznesu z Krakowa, Pentoru, Ośrodka Badań Opinii Publicznej, Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, wystąpienia osób pracujących w agencjach reklamowych (m. in. Young and Rubicam, DMB&B, BBDO, Armando Testa, McCann–Ericsson, US WEST, News Visuel, Biuro Reklamy TVP). Zorganizowano także dyskusję na temat pluralizmu w polskich mediach. O dużej rozpiętości tematyki i formy poszczególnych wystąpień niech świadczy fakt, że zebrani w kinie Kijów mogli słuchać zarówno wykładu Normana Vale’a, przewodniczącego Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy (IAA), jak i bawić się podczas kabaretowego wystąpienia niegdyśszego członka „Salonu Niezależnych”, Janusza Weissa.

Nie zabrakło nowych inicjatyw; do najciekawszych trzeba zaliczyć ukonstytuowanie się Koalicji Wolnego Słowa VOX oraz włączenie się agencji działających w Polsce do międzynarodowej kampanii na rzecz reklamy.

Niewątpliwie największym wydarzeniem towarzyszącym festiwalowi była projekcja filmu Boursicota, pod polskim tytułem „Noc reklamozerców”. Tytuł był mylący; w filmie nie chodziło wcale o zażartych przeciwników reklam („-zercami”), lecz o tych, którzy uwielbiają filmy reklamowe oglądać. O krakowską premierę tego pięciogodzinnego montażu zadbała *Gazeta Wyborcza*, która postanowiła uczcić w ten sposób początek wydawania swojego kolorowego magazynu. Autor filmu, Jean Marie Boursicot, ma w swoich zbiorach kilkadziesiąt tysięcy filmów reklamowych z całego świata, nakręconych w ciągu ostatnich 88 lat – prawdopodobnie najstarszy z nich, francuski, pochodzi z 1905 r. Przedstawia on... nagą kobietę, wychodzącą z dużego pudelka z makaronem. Oprócz tego widzowie zgromadzeni w Kijowie mogli zobaczyć zupełnie nieprawdopodobny zestaw filmów reklamowych powstałych na całym świecie: reklamy południowoafrykańskie, amerykańskie, angielskie, francuskie, japońskie itp.; indonezyjskie reklamy z przepięknymi tańcami narodowymi, pastelowe reklamy belgijskie, egipskie, niezwykle dowcipne reklamy papierosów Camel i wiele, wiele innych – czarno-

białych i kolorowych, egzotycznych i swojskich, znakomitych, śmiesznych i perfekcyjnych.

Najciekawsze, moim zdaniem, wystąpienia badaczy reklamy oraz osób dzielących się swoim doświadczeniem z wieloletniej pracy w reklamie to m. in.: wykład dra Bogusława Kwarciaka na temat szczególnych cech zwolenników i przeciwników polskiej reklamy; wykład Williama Marsha z agencji Young & Rubicam, który starał się odpowiedzieć na pytanie, czy dobra reklama powinna mówić o produkcie czy o jego nazwie; relacja Marka Skały z badań przeprowadzonych przez słuchaczy Profesjonalnej Szkoły Biznesu w krakowskich przedszkolach; sprawozdanie Jacka Dohnalika z badań Pentoru; prezentacja pani Hilary Boszko (reprezentującej British Council i agencję D’arcy Masius Benton and Bowles z Londynu), która mówiła o funkcjach, jakie w agencji reklamowej spełnia osoba planująca strategię, i o samych strategiach w reklamie; wykład dra Zbigniewa Bajki z OBP UJ na temat reklamy w polskiej prasie; odczyt dra Heinricha Schustera z Wiednia na temat prawnych regulacji obowiązujących w światowej reklamie; wykład Heinza Buschki z niemieckiej Filder-Filmverleih Agency na temat historii reklamy w Niemczech oraz wystąpienie przedstawiciela agencji McCann–Ericsson, który mówił o łamaniu reguł obowiązujących w reklamie.

Ponieważ nie sposób omówić wszystkich ciekawych wystąpień i prelekcji, chciałbym się skoncentrować na wystąpieniu pani Hilary Boszko, reprezentującej jedną z londyńskich agencji reklamowych. Jej wystąpienie nosiło tytuł „Najważniejsze osiągnięcia reklamy filmowej w Wielkiej Brytanii” i, jak większość wystąpień, zaczęło się od krótkiej autoreklamy. Potem prelegentka opisała, na czym polega praca osoby planującej strategię (*strategie planner*) w dużych agencjach reklamowych na Zachodzie. Planujący strategię to stosunkowo nowa funkcja w agencjach reklamowych. Ze względu na przekonanie o jej niezbędności, wszystkie liczące się agencje zaczynają zatrudniać takie osoby i otwierać dla nich osobne wydziały, których jedynym zadaniem jest opracowywanie strategii.

Agencja zatrudniająca panią Boszko, znana w Polsce choćby z kampanii reklamowej podpasek Always, stosuje obecnie trzy główne

strategie. Pierwsza, oparta na rozpoznaniu „funkcjonalnych potrzeb” klienta (*functional needs*), nakazuje skoncentrowanie się reklamy wyłącznie na produkcie. Informowanie o nim nie powinno wykraczać poza ramy racjonalności i powinno się ograniczyć do jednej, tej najlepszej cechy produktu – tak, aby przekonany reklamą klient mógł sobie pomyśleć: „O tak, z tym się zgadzam. To robi na mnie wrażenie! Tak, ta pasta z pewnością najlepiej będzie zwalczać próchnicę!...” Druga strategia ma na celu wytworzenie silnej więzi emocjonalnej między produktem i jego (potencjalnym) użytkownikiem. Oparcie reklamy na osobistych, wewnętrznzych przeżyciach emocjonalnych podobno zawsze odnosi skutek, chociaż takie przekazy oddziałują zazwyczaj tylko w obrębie jednej kultury. Reklamy oparte na takiej strategii nazywa się „reklamami przywiązywającymi (do produktu)” (*bonding advertising*) i jeśli odnoszą skutek, to konsument pod wpływem takiej reklamy powinien się identyfikować z naszkicowaną w reklamie więzią produkt–użytkownik i powinien myśleć sobie np.: „Jestem dobrą matką, dbam o rodzinę – bo stosuję ten proszek...” Stosowanie trzeciej strategii polega na wytworzeniu w przekazie reklamowym opartej na marzeniu relacji produkt–człowiek. Reklamy stosujące tę strategię nazywa się „reklamami wizerunku” (*icon advertising*). Ich przykładami mogą być słynna już kampania Coca-Coli, w której wizerunek produktu wyprowadzano z amerykańskich mitów marzeń, oraz np. reklamowanie Kodaka – jako sposobu na powrót do sielankowego świata przeszłości. Obecnie na rynku zachodnim dominuje reklama funkcjonalna, jednakowoż „wzmocniona” elementami pozostałych strategii.

Jednym z polskich akcentów krakowskiego festiwalu było powstanie Koalicji Wolnego Słowa VOX, zrzeszającej wydawców, hurtowników, sprzedawców, agencje reklamowe oraz zleceniodawców reklamy. I „wszystkich, którzy wierzą w gospodarkę wolnorynkową i system handlu oparty na prawie konsumenta do swobodnego dokonywania wyboru wśród oferowanych towarów. (...) VOX sprzeciwia się nieuzasadnionym ograniczeniom nieskrępowanego przepływu informacji między producentem i konsumentem. Taką informację stanowi m. in. reklama” (cyt. z ulotki KWS VOX). Członkowie Koalicji ostro zaprotestowali przeciw wprowadzeniu przez Sejm RP

całkowitego zakazu reklamy alkoholu i tytoniu w Polsce w ustawie „O zapobieganiu i zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.” Ponadto zadeklarowali oni chęć zwalczania wszelkich zakazów na wolnym rynku.

„Najważniejszy” gość zagraniczny festiwalu Normal Vale, dyrektor Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy (International Advertising Association), przyjechał do Polski z misją. Jej głównym celem było przedstawienie celów, istoty i źródeł prowadzenia przez IAA na całym świecie akcji pod nazwą „Reklama na rzecz reklamy” (Campaign For Advertising), a następnie skłonić agencje reklamowe obecne na festiwalu do podjęcia tej akcji w Polsce. Amerykańscy twórcy kampanii na rzecz reklamy chcieliby, aby o reklamie nie mówiono w kategoriach „manipulacji”, „oszustwa”, „naruszenia prywatności klientów” czy w końcu „niepotrzebnego elementu handlu, który tylko podwyższa koszty”. Zdaniem autorów kampanii reklama niesie ze sobą same zalety: realizuje potrzebę wolności słowa w handlu (*free commercial speech*), rozwija i pobudza konkurencję, zmusza do polepszania produktów (też w efekcie do obniżenia ich ceny), stwarza nowe miejsca pracy, ożywia i uatrakcyjnia zawartość mediów, subsydiuje rozrywkę, w tym w ogromnym stopniu sport. Reklama, zapewniając powyższe korzyści, przyczyni się w ogólności do pluralizmu w mediach.

Cechą szczególną krakowskiego festiwalu było to, że zgromadził wyłącznie osoby nastawione pozytywnie do reklamy i do przeobrażeń zachodzących w Polsce. Jedną z jego uczestniczek, przedstawicielką dużej zachodniej agencji, sformułowała nawet opinię, że my w Polsce nie zdajemy sobie sprawy z tempa przemian zachodzących na naszym rynku reklamy. Jej zdaniem, w trzy lata zrobiono w Polsce to, co Zachód robił przez pełne sto lat.

Bez względu jednak na to, czy powyższa opinia jest tylko trochę czy bardzo przesadzona, organizatorom krakowskiego festiwalu, szefowi crackfilmu Lesławowi Wilkowi i etnografowi Piotrowi Wasilewskiemu należą się wielkie słowa uznania za dobre zorganizowanie tak potrzebnego przecież festiwalu.

Jacek Kołodziej

Nowoczesne radio w Polsce

*(Ogólnopolskie seminarium rozgłośni radiowych,**19-21 kwietnia 1993 w Dębem k. Warszawy)*

Z inicjatywy warszawskiego Radia „ZET” oraz Fundacji Stefana Batorego odbyło się seminarium poświęcone prywatnym rozgłoszonom radiowym w Polsce, ich szansom i perspektywom. Uczestniczyli w nim dziennikarze z rozgłosni regionalnych Polskiego Radia, rozgłosni komercyjnych i katolickich.

W czasie dwudniowych obrad wygłoszono następujące referaty: „Radio XXI wieku (Andrzej Woyciechowski - dyrektor Radia „ZET”), „Radio publiczne - radio komercyjne” (Wojciech Biedak - Radio „Merkury”, A. Woyciechowski oraz Jacek Eysmont - szef III Programu Polskiego Radia), „Informacja we współczesnym radiu: lokalna, krajowa i serwis zagraniczny” (Paulina Stolarek - Radio „ZET”), „Nowoczesne techniki radiowe: studio, news-room, emisja” (Leszek Żardecki - Radio „ZET”), „Radio we Francji” (przedstawicielka CSA - odpowiednika polskiej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji), „Promocja radia: sondaże, reklama, akcje promocyjne” (Jacek Miroński - Radio „ZET”) oraz „Reklama: organizacja sprzedaży, emisji (Iwona Dynkowska - dyrektor finny RRM Warszawa)”.

W toku seminarium odbyło się spotkanie z Markiem Markiewiczem - prezesem Rady Radiofonii i Telewizji. Mówił on o prawnych podstawach organizacji struktury prywatnej

radiofonii w Polsce oraz możliwości przydziałów częstotliwości rozgłoszonom. Podkreślił, że już 900 wnioskodawców złożyło podania o przydział częstotliwości. Zdarzyły się już próby szantażu, zastraszania i przekupstwa członków Rady. W dyskusji nad jego wystąpieniem podnoszono kwestię konieczności przyznania częstotliwości już funkcjonującym rozgłoszonom, wskazując na poniesione koszty w związku z ich uruchomieniem.

W dyskusji nad referatami, w której dominowały wątki praktyczne, wskazywano na rangę szybkiej informacji w nowoczesnym radiu, uwarunkowanej nowoczesną techniką jej przygotowywania oraz przekazu, co się wiąże ze stopniem wyposażenia rozgłosni w sprzęt najnowszych generacji. Wiele uwagi poświęcono także omówieniu zasad nowoczesnej reklamy radiowej i promocji nowych rozgłosni. Zastanawiano się też nad różnicami programowymi pomiędzy radiem publicznym, komercyjnym i kościelnym. Przy okazji zauważono, że nacisk rynku komercyjnego na rozgłosnie publiczne spowodował takie przemiany w ich programie, że wiele ich funkcji publicznych, z których musiały zrezygnować, przejmują obecnie sieć radiostacji kościelnych.

Lucyna Drelinkiewicz

„Kontrowersje wokół transformacji prasy (1989–1993)”

(Symposium naukowe, Warszawa 21–22 maja 1993 r.)

Kolejne, ósme z rzędu, majowe sympozjum prasoznawcze, zorganizowane przez pracowników Instytutu Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, poświęcone było polemikom i dyskusjom wokół transformacji środków masowej komunikacji w Polsce, po wyborach czerwcowych do parlamentu w 1989 roku. Organizatorką była prof. dr hab. Alina Słomkowska wraz z grupą osób związanych etatowo lub społecznie z Pracownią Najnowszej Historii Dziennikar-

stwa. Na zaproszenie zgłosiło się z referatami lub komunikatami 31 osób, udział w Sympozjum wzięło 29, z 10 miejscowości w Polsce. Obrady przebiegały w 4 blokach tematycznych: pierwszy obejmował zagadnienia ogólne związane z transformacją prasy i polityką prasową oraz odbiorem czytelnictwem prasy w tym okresie; drugi transformację prasy; trzeci – monografie poszczególnych tytułów prasowych i czwarty – rodzaje i typy prasy, zmiany i kontrowersje związane z tym procesem.

Symposium otworzył prof. Franciszek Ryszka referatem „Kontrowersje wokół mediów w Polsce” – na tle innych mediów i wydarzeń politycznych w Polsce i na świecie, gdyż proces transformacji jest zjawiskiem złożonym i wpływają na niego zmiany polityczne, ekonomiczne, kulturalne i społeczne. Jakie nowe zmiany zaszły na rynku prasowym? Są one „natury ekonomicznej”, gdyż prasa żyje z ogłoszeń i reklam i nie służy żadnej partii. Ale to wszystko nie wystarczy, nawet pomoc sponsorów, „prasa polska jest zgrzebna i taką pozostanie w najbliższej przyszłości, będzie się raczej kurczyć, niż rozszerzać” – powiedział prof. Ryszka. Pozostawia wiele do życzenia, jeżeli chodzi o szybkość obiegu informacji i jej rzetelność, dotyczy to wszystkich środków masowego przekazu w Polsce.

Kolejny referent – ks. biskup dr Jan Chrapek mówił na temat „Roli i środków społecznego przekazu”, zwracając uwagę na etyczny aspekt pracy i jej funkcje wychowawcze.

Następnie prof. dr hab. Bartłomiej Golka (Uniwersytet Warszawski) w referacie „Kapitał zagraniczny w polskich mediach” omówił nowe zjawisko – obcy kapitał, który wniknął w sposób „dyskretny i zakamuflowany” do wszystkich środków masowego przekazu. Jakie to będzie miało skutki – okaże najbliższa przyszłość. Sprawa jest o tyle niepokojąca, że nie ma żadnej określonej polityki wobec inwazji obcego kapitału do polskich mediów.

Temat ten rozwinął dr Zbigniew Bajka (Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ) w referacie „Kapitał zachodni w polskiej prasie”, w którym ogólnie przedstawił stan kapitału zagranicznego w polskich mediach i domagał się rejestracji i ujawnienia rozmiarów tego wpływu. „Zmienia się stan własności tytułów prasowych, o czym – nie zawsze mówi się publicznie, stąd dopiero po czasie – dowiadujemy się np., że jakiś tytuł sprzedany dwa lata temu spółdzielni dziennikarskiej ma już innych udziałowców, nadto, że spory (czasem dominujący) pakiet akcji posiada udziałowiec zagraniczny”. Kapitał zachodni w polskiej prasie występuje najczęściej w dwóch postaciach: jako spółki wydawnictw zagranicznych – bez udziału Polaków i spółek z udziałem kapitału zagranicznego mieszanych np. wydawców grupy Roberta Hersanta, czy też kapitału przemysłowego np. w spółce SM Media. Są takie firmy tworzone przez Polaków posiadających majątek za granicą i w Polsce np. W. Fibak czy

Z. Niemczycki, są też firmy „niby polskie” i wiele innych kombinacji. Sam udział przedstawia się różnorodnie, gdyż spółki z kapitałem obcym stają się współwłaścicielami już wydawanych tytułów bądź też zakładają nowe albo też tworzą tzw. „kalki”, czyli polskie wersje obcych wydawnictw np. *Bravo*, *Popcorn*, *Dziewczyna* itp. Referent przedstawił też egzemplifikację tytułową wraz z informacją o udziale kapitału zachodniego takich potentatów wydawniczych jak np. R. Hersant, H. Bauer, A. Burda i innych, których udało mu się ustalić.

W tym bloku zagadnień poruszone zostały także problemy badań nad czytelnictwem prasy, które wystąpiły w dwóch referatach: dr Ryszarda Filasa z Ośrodka Badań Prasoznawczych UJ z Krakowa oraz mgr Jacka Dohnalika z Instytutu „Pentor”.

Pierwszy referat pt. „Zmiany w preferencjach czytelniczych prasy kobiecej” dotyczył zmian na rynku prasowym czasopism kobiecych, na który weszło wiele nowych tygodników i miesięczników. Wielu wydawców przymierza się do wprowadzenia nowych tytułów, przynajmniej jednego rocznie o zasięgu ogólnopolskim, wzorem krajów zachodnich. W okresie badawczym załamały się nakłady „starych” tytułów pism, takich jak *Przyjaciółka*, *Kobieta i Życie*, *Gospodyni* czy *Filipinka* które zmieniły wydawców. Na rynek weszły tytuły nowe, kolorowe magazyny o luksusowej szacie graficznej – jak *Twój Styl* czy *Pani* oraz polskie wersje pism zagranicznych (jak np. *Dziewczyna* czy *Tina*), które w krótkim czasie kilkakrotnie zwiększyły swoje wyjściowe nakłady. Kto obecnie czyta prasę kobiecą? Z badań wynika, że sięga po nią 60% kobiet, ale korzysta z niej też 15% badanych mężczyzn. W ostatnich dwóch latach daje się zauważyć zmiany jakościowe w odbiorze prasy kobiecej, kurczy się tzw. czytelnictwo komplementarne (tzw. równoczesne korzystanie z wielu pism tego typu), na rzecz koncentracji wokół wybranych tytułów. Z tygodników największą karierę zrobiła *Tina*, która już w jesieni ub. roku odebrała *Przyjaciółkę* i *Kobietę* i *Życiu* pewną część czytelników i stanowi na przyszłość bardzo groźne wyzwanie. Z miesięczników zawrotną wręcz karierę zrobił *Poradnik Domowy*, którego nakład przekroczył już 3 miliony egzemplarzy; jest czytany nie tylko przez dorosłe kobiety, ale także i młodzież.

Natomiast mgr J. Dohnalik w referacie „Czytelnictwo według badań «Pentora»”, fir-

my, która działa od jesieni 1990 roku i zajmuje się badaniem opinii publicznej, w tym także czytelnictwa prasy. Badania są prowadzone na 1000-osobowych próbach reprezentatywnych. Wydano już 3 raporty: „Wiosna '92”, „Jesień '92” i „Wiosna '93”. Wyniki badań dotyczące czytelnictwa prasy kobiecej w połowie roku 1992 (bowiem nowsze – jak zaznaczył J. Dohnalik – nie zostały ostatecznie opracowane) w zasadzie pokrywały się z wynikami uzyskanymi w Ośrodku Badań Prasoznawczych i prezentowanymi w referacie dr R. Filasa.

Tańsze magazyny o bogatej szacie graficznej mają większe szanse utrzymać się na rynku czytelnictwa, niż droższe, np. *Twój Styl* którego popularność spadła w ostatnim okresie: wiosna 1992 (6%) – wiosna '93 – (4%). Zwrócił również uwagę na *Poradnik Domowy* którego czytelnictwo wciąż wzrasta i budzi ciekawość, na jakiej liczbie nakładu zatrzyma się zainteresowanie tym pismem. Z dzienników przewodnictwo utrzymuje *Gazeta Wyborcza* (27%), potem *Express Wieczorny* (10%), *Standard Młodych*, *Rzeczpospolita* i *Życie Warszawy* (od 4 do 8%).

Wygłoszone referaty wywołały żywą dyskusję, w czasie której zadawano dziesiątki pytań i uwag dotyczących głównie obecności kapitału zagranicznego w prasie, jakie to może przynieść efekty i skutki, czy faktycznie zespoły redakcyjne nie tracą niezależności, co zyskują itp. Wiele razy podnoszono sprawę społecznej, kulturalnej i informacyjnej roli prasy, wzrost znaczenia prasy regionalnej i lokalnej, przy widocznym zmniejszeniu się roli prasy centralnej itp.

Następny blok tematyczny dotyczył prasy regionalnej. Otworzył go referat prof. dr hab. Jerzego Jarowieckiego (WSP Kraków) „Zmiany w prasie krakowskiej 1989–1993” – ilościowe i jakościowe przemiany w prasie codziennej, gdzie nastąpiły całkowite lub częściowe wymiany zespołów dziennikarskich, w zasięgu oddziaływania, formuły wydawniczej, ideologii itp. Kraków jest drugim po Warszawie ośrodkiem wydawniczym, gdzie w omawianym okresie wychodziło 275 tytułów, ale rynek jest niestabilny, powstaje dużo nowych tytułów, dużo też zanika po wyjściu kilku lub kilkunastu numerów.

Drugi referent – prof. dr hab. Wiktor Pelpliński (Uniwersytet Gdański) w wystąpieniu „Kontrowersje wokół mediów w Gdańsku” omówił sytuację w prasie pomorskiej, wyda-

wanej w Gdańsku, Gdyni, Kartuzach, Kościerzynie i innych miastach pomorskich. Występują tutaj zjawiska podobne do innych regionów: powstawanie spółek z ograniczoną odpowiedzialnością na gruzach RSW, upodobnianie się ukazującej się prasy do wydawnictw sensacyjno-bulwarowych, wprowadzanie różnego rodzaju konkursów z nagrodami, gier, licytacji itp. „Tocząca się w mediach walka o wpływy polityczne i interesy grupowe koncentruje się w regionie gdańskim głównie na walce o dominację na rynku czytelnictwa i ogłoszeniowym”. Jeżeli chodzi o środowisko dziennikarskie, wyraźnie widać deprecjację, w którym „niepotrzebna jest umiejętność pisania i talent”. W atmosferze walki o akwizycję i ogłoszenia etyka zawodu dziennikarskiego schodzi na daleki plan. „Środowisko dziennikarskie czuje się zdeprecjonowane pod względem statusu zawodowego, sytuacji socjalnej i materialnej” – zauważył referent. Podobne problemy, tylko odnoszące się do innego regionu poruszyło dwóch autorów z Uniwersytetu Poznańskiego: prof. dr hab. Marian Szczepaniak i mgr Krzysztof Figaszewski w referacie „Transformacja prasy w Poznaniu”, obejmującym zmiany w całej Wielkopolsce, a więc także w województwach: pilskim, leszczyńskim i konińskim. Autorzy skoncentrowali się głównie na powstawaniu nowych tytułów prasowych, głównie sublokalnych, zawartości zarówno nowo powstającej prasy jak też starych tytułów po transformacji, wreszcie – bardziej szczegółowo – okolicznościach przetargu na *Gazetę Poznańską* itp.

Kolejna spółka autorska: dr Marian Jachimowski i dr Marek Gierula z Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego omówili przebieg transformacji prasy na Śląsku, poruszając sprawy wysokości nakładów, zasięgów czytelnictwa, efemeryczności prasy, głównie tytułów nowo powstałych. Zwrócili uwagę na rozmińanie się intencji z realizacją: gdy w 1991 roku w katowickim Sądzie Wojewódzkim zgłoszonych zostało 247 tytułów, ukazało się zaledwie 72, nie wyszło aż 175. Na Śląsku, podobnie jak i w innych regionach kraju „stare” tytuły (sprzed 1989 r.) mają nadal swoją klientelę ogłoszeniową i swoich czytelników. Kłopoty ze zdobyciem rynku czytelnictwa (i ogłoszeniowego) mają nowe tytuły. Przy tej okazji autorzy poruszyli ważny problem braku etyki zawodowej i nierzetelności reklamowania się niektórych tytułów, które w walce o klienta

(czytelnika i akwizytora) dopuszczają się kłamstw w podawaniu wysokości nakładów i zasięgu odbioru.

Region lubelski został przedstawiony przez redaktora Wojciecha Kluska: „Kontrowersje wokół transformacji dzienników lubelskich” głównie *Dziennika Lubelskiego* przekształconego ze *Sztandaru Ludu* i *Kuriera Lubelskiego* – dziennika południowego powstałego w 1957 roku, a wcielonego do RSW w 1961 roku. Proces przekształcania prasy lubelskiej „miał charakter polityczny, a Komisja Likwidacyjna pracowała w atmosferze nacisku i interesów grup politycznych” – powiedział W. Klusek.

Nieco odmienny charakter miało wystąpienie dr Zofii Sokół „Spory wokół mediów w Polsce Południowo-Wschodniej”, które obejmowało już „drugi etap przekształceń”, jakie zaistniały w pierwszym kwartale 1993: potworne zmiany na stanowisku redaktora naczelnego *Nowin*, procesy prasowe, w tym o „konkurs o dekretynizacji” rozpoczęty przez redakcję *Pogranicza* w Przemyślu, ponowną sprzedaż *Podkarpacia* w Krośnie, walkę o utrzymanie Rzeszowskiego Ośrodka Telewizyjnego i Radiowego itp.

W następnym bloku tematycznym dotyczącym polityki prasowej, zawodu dziennikarskiego i losów redaktorów naczelnych, głos zabrano czterech referentów: Henryk Zagańczyk „Bezrobocie i rozdroża dziennikarzy”, red. Elżbieta Ciborska „Losy redaktorów naczelnych prasy PZPR”, mgr Mariusz Załuski „25-lecie marca 1968” i mgr Marek Ciecierski „Wojsko polskie w świetle sporów prasowych”.

W drugim dniu obrad referaty dotyczyły spraw szczegółowych i jednostkowych np. prawnych problemów prasowych, sporów wokół poszczególnych tytułów w procesie transformacji, prasy narodowościowej i problemów mniejszości narodowych w prasie itp.

Problemy prawa prasowego dotyczył referat prof. dr hab. Bogdana Michalskiego „Prawne i obyczajowe ograniczenia wolności prasy”, w którym zauważył, że zniesienie cenzury nie przyniosło wolności prasie polskiej. Referent doszukiwał się przyczyn takiego stanu rzeczy, na który złożyło się wiele czynników: samowola wydawców i właścicieli poszczególnych redakcji, słabość i bezbronność zespołów redakcyjnych, brak ochrony prawnej zawodu dziennikarskiego, który utracił wszy-

stkie te zdobycze, jakie zyskał od końca XIX wieku, obniżenie etyki zawodowej, po amatorsku przeprowadzona likwidacja RSW, niepowołanie dotąd Rady Prasowej, brak nowego prawa autorskiego i wiele innych. Zakres wolności prasy jest inny dla każdego kraju, gdyż jest uwarunkowany różnymi czynnikami politycznymi, ekonomicznymi, zwyczajowymi i kulturowymi. Temat ten kontynuował redaktor Jan Brodzki w wystąpieniu „Sporne sprawy prawne prasy”, w którym przedstawił problematykę nowej ustawy prasowej i swojej pracy w Komisji Kodyfikacyjnej nowelizującej projekt ustawy. Podzielił się uwagami i obawami związanymi z pracą nad ustawą, ilością i jakością wprowadzanych zmian, brakiem Rady Prasowej, co jest – jak powiedział – łamaniem prawa w państwie prawa” itp. Poruszył również problem reaktywowania czasopisma zawodowego pt. *Prasa Polska*, co spotkało się z przychylnym przyjęciem wszystkich uczestników sympozjum.

W kolejnym bloku tematycznym dotyczącym poszczególnych tytułów prasowych wystąpili: dr Danuta Grzelewska „Kontrowersje i konflikty wokół przetargu *Expressu Wieczornego*”, dr hab. Tomasz Mielczarek „Częstochowskie A-Z – nieudana próba wydawania dziennika” lokalnego w Częstochowie, red. Paweł Dybicz „Nowa formuła *Sztandaru Młodych*” i red. Piotr Grochmalski „Proces o prawo do śmiechu”. W tym ostatnim referacie poruszone zostały sprawy procesu posła ZChN Marka Jurka o karykaturę „Madonny z Jurkiem”, jaka ukazała się na łamach *Poznaniaka*. Procesowi nadano charakter i cel polityczny, wyraźnie zmierzający do zawładnięcia tytułem, gdyż jak się wyraził poseł M. Jurek „zadawała go jedynie zamknięcie pisma”. Referent podkreślił, że w toku tego dziwnego procesu zaczęły się pojawiać opinie i ekspertyzy, których dotąd sąd nie zlecił, a „w cudowny sposób” trafiły one na biurko sędziego. Referent zakończył konkluzją, że proces ten – to „strategia polityczna ZChN – walki z prasą”, chociaż partia ta ciągle podkreśla, że jest partią walczącą o państwo prawa.

Wygłoszone referaty wywołały żywą dyskusję, w której udział wzięło kilkanaście osób. Dyskusja dotyczyła sum, za jakie nabywali oferenci poszczególne tytuły, okoliczności i atmosfery przetargów na prasę, zasad, na podstawie których ustalano ceny wywoławcze, czy istniały jakieś kryteria ekonomiczne,

czy tylko polityczne, język sporów, zmiany rynku czytelniczego i sposobu przemawiania do czytelników, pojawienie się „nowomowy” itp.

Ostatni blok tematyczny dotyczył jednostkowych spraw związanych z prasą i kontrowersji wokół tych wydarzeń, zjawisk czy osób. Udział wzięło siedmiu referentów, w następującej kolejności: mgr Paweł Adam Olechowski: „Media krajowe w świetle prasy emigracyjnej”, zwłaszcza przebieg transformacji prasy na łamach *Dziennika Polskiego* i *Dziennika Żołnierza*; mgr Irena Wnuk-Ficińska: „Kisiel o politykach” – wypowiedzi znanego publicysty na temat wybitnych postaci naszego życia politycznego, m.in. na temat Lecha Wałęsy, Tadeusza Mazowieckiego, Adama Michnika, Jacka Kuronia i innych zamieszczonych także w „Alfabecie” Kisiele; mgr Marek Pacholczyk: „Polemiki polsko-ukraińskie” dotyczące tematów dotąd zakazanych jak np. Akcja Wisła, zwrot majątku ukraińskiego Kościoła katolickiego, społecznego i prywatnego, sprawy UPA i UON, rehabilitacja podziemia i ukraińskiego ruchu oporu itp.; mgr Andrius Vaisnys: „Sprawy polsko-litewskie w prasie litewskiej” – zbliżone lub tożsame problemy dotyczące Polaków na Litwie i sytuacji społeczno-politycznej; mgr Małgorzata Przynus: „Autoportret nastolatków w magazynach młodzieżowych” na podstawie analizy listów do redakcji magazynów młodzieżowych takich jak: *Dziewczyna*, *10/20* i *Bravo* i ukazanie problemów nękających współczesną młodzież; mgr Daniel Rudnicki: „Prasa parafialna w Bydgoszczy” – nowe zjawisko w prasie polskiej, czasopisma parafialne, ich zakres tematyczny, zasięg czytelniczy, rolę i funkcje, jaką mogą odegrać w środowisku zamkniętym i autonomicznym, jakim jest parafia.

Ostatni komunikat odbiegał treściowo od innych i dotyczył problemu dotąd nie poruszonego w badaniach prasoznawczych, a mianowicie „Periodyki dla mniejszości seksualnych” w Polsce opracowany przez mgr Wojciecha Pawlaka. Jest to nowy rodzaj czasopism, jakie pojawiły się dopiero po 1986 roku. Promują one „sztukę i literaturę homoseksualną, przełamują stereotypy dotyczące tego środowiska” i jego oceny. Autor przeprowadził porównania statystyczne i przedstawił 6 tytułów, wysokość nakładu, technikę kolportażu oraz ośrodków wydawniczych i oceny przez czytelników.

Podsumowania Sympozjum dokonali prof. dr hab. Jan Baszkiewicz oraz główna organizatorka – prof. dr hab. Alina Słomkowska, podkreślając znaczenie tegorocznego spotkania, nowe elementy i problemy, jakie zostały poruszone i zarysowane, zapowiedzieli też druk materiałów posesyjnych.

Na zakończenie opracowano i odczytano apel podpisany przez wszystkich uczestników, którego tekst przytaczamy:

„My, dziennikarze i prasoznawcy, zebrani na Sympozjum Prasoznawczym w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego 21–22 maja 1993 roku, apelujemy o wznowienie *Prasy Polskiej* – jako ważnego forum prezentacji najważniejszych interesów całego środowiska dziennikarskiego”, Warszawa 22 maja 1993 roku.

Warto wspomnieć, że sympozjum, jak również druk pokłósia sponsoruje firma „Chaber” – spółka polsko-niemiecka, wytwórnia pieczywa chrupkiego w osobach Henryka Banckiego i Andrzeja Sadowskiego. Spełnia się bowiem stwierdzenie, że „prasa – jak chleb powszedni” jest niezbędna do życia.

Zofia Sokół

„Media na rzecz demokracji”

(Budapeszt, 1 - 3 lipca 1993)

W dniach od 1 do 3 lipca 1993 r. odbyło się w Budapeszcie spotkanie działaczy dziennikarskich związków i stowarzyszeń, zorganizowane przez International Federation of Journalists (IFJ). Było to drugie z serii spotkań zaplanowanych przez tę organizację pod wspólnym hasłem „media na rzecz demokracji”.

Pierwsze odbyło się w Wilnie i zgromadziło przedstawicieli dziennikarskich organizacji z Europy Wschodniej, w drugim – budapeszteńskim uczestniczyli przedstawiciele polskich, czeskich, słowackich i węgierskich dziennikarzy, a w trzecim, które ma się odbyć we wrześniu w Sofii, obradować będą Bułgarzy, Rumu-

ni i reprezentanci dziennikarzy z państw byłej Jugosławii. Podsumuje te regionalne spotkania zjazd w Kopenhadze, w grudniu br., w którym mają wziąć udział także organizacje dysponujące funduszami na tworzenie lub wzmacnianie istniejącego ruchu zawodowego dziennikarzy i osób twórczo zaangażowanych w powstawanie mediów.

Spotkanie budapeszteńskie prowadził Aidan White, sekretarz generalny IFJ, przy pomocy Janosa Berenyi'a (przewodniczącego Węgierskiego Związku Prasowego) i Gabora Bencsika (sekretarza generalnego Stowarzyszenia Dziennikarzy Węgierskich). Wśród uczestników byli reprezentanci Słowackiego Syndykatu Dziennikarzy, a także Syndykatu Dziennikarzy Republiki Czeskiej, Uniwersytetu Komenskigo w Bratysławie i Uniwersytetu Karola w Pradze oraz Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich.

Hasło „media na rzecz demokracji” okazało się wcale pojemne, obejmując, według zamierzeń organizatorów zresztą, cały katalog skarg, problemów i niejasności sytuacyjnych dziennikarzy i mediów w postkomunistycznych krajach Europy Środkowej. Spadek zaufania do mediów w opinii publicznej, upadek norm zawodowo-etycznych, bezpośrednie i pośrednie ingerencje rządów w media, naciski wpływowch i potężnych finansowo osób i organizacji - te problemy pojawiały się w wypowiedziach wszystkich przedstawicieli organizacji dziennikarskich. Stawiano pytania, jak temu zapobiegać, jak nad tym zapanować, jak reagować.

Wspólny jest dla reprezentowanych na spotkaniu krajów brak nowego, adekwatnego do rzeczywistości prawa prasowego. Prywatyzacja mediów, w różnym stopniu zaawansowana, różne też przynosi kłopoty, z kapitałem zagranicznym w mediach, a także, jak skarżyli się węgierscy koledzy, jeszcze większe z kapitałem krajowym.

Modelowe, w rozumieniu organizatorów, rozwiązanie, może nie tyle do bezpośredniego wykorzystania, ale jako cel, wizja i przyszłość - zaprezentowała Kate Bluhme z Danii, członkini zarządu Duńskiego Związku Dziennikarzy, korespondentka parlamentarna popularnej duńskiej gazety. Mówiła ona o duńskich roz-

wiązaniach związkowych, o duńskiej Radzie Prasowej, której jest członkiem, a której funkcja polega głównie na obronie dóbr osobistych osób przez media skrzywdzonych. W skład tej instytucji wchodzi dwóch członków Sądu Najwyższego, dwie osoby z prasy i z RTV, dwie ze związku zawodowego dziennikarzy oraz dwie osoby delegowane przez organizację społeczną Rada Edukacji Dorosłych. Działania tego organu są zbliżone do roli Rzecznika Praw Obywatelskich, oczywiście w dziedzinie mediów. Jest też odwołanie się do ombudsmana jedną sankcją, jaką Rada dysponuje.

Zasadniczą jednak sprawą dla dobrego funkcjonowania dziennikarzy i mediów są dobre przepisy prawa prasowego, obejmujące ochronę źródeł informacji i zabezpieczające dziennikarską niezależność.

W części „instruktażowej” wystąpił też Dominique Vidal, przewodniczący Europejskiego Stowarzyszenia Szkolenia Dziennikarzy (European Journalism Training Association). Ta organizacja, która była współorganizatorem spotkania, poszczycić się może dużymi osiągnięciami we współpracy z Europą Wschodnią. Wprawdzie polskie uczelnie nie uczestniczą w jej programie (a właściwie dlaczego?) ale kontakty z nią Wydziału Nauk Politycznych Uniwersytetu Karola w Pradze są bardzo żywe i owocne. Praskie dziennikarstwo otrzymało od EJTA komputery Macintosh dla celów szkoleniowych, odbywają się stałe wymiany studentów, konferencje okrągłego stołu, seminaria, kursy zawodowe i językowe, w których Czesi uczestniczą.

Schemat zaplanowany przez organizatorów był zatem jasny, najpierw uczestnicy z krajów Europy Środkowej przedstawiają sytuację w swoich mediach, dzieląc się doświadczeniami i porównując lokalne instytucje i rozwiązania, następnie organizatorzy przedstawiają modelową duńską sytuację w tym krajowym oddziale IFJ. Uzupełnienie stanowił wspomniany referat Dominique'a Vidala, o szkoleniu i kształceniu dziennikarzy. Z oceną efektów tych działań przyjdzie jednak poczekać do kopenhaskiego spotkania.

Andrzej Rusinek

S U M M A R Y

Jörg Becker: BEETWEN THE CENSORED AND THE COMMERCIALIZED OPINION IN THE SYSTEM TRASFORMATION OF EASTERN EUROPE

The work offers an analysis of the socio-economic background of the trasformation of the role of mass-media in the states of Central-Eastern Europe and the states of the previous USSR. Adopting the thesis of Jürgen Habermas that at present media in democratic countries „the fourth political power”, Becker shows that in reality the changes in Central-Eastern Europe hand over the media at the disposal of pressure groups devoid in fact of democratic legitimization. Following the changes which accompany the formation of free-market economy Becker quotes a number of examples of negative socio-kultural which he refers to as the Latino-Americanization of the media and the public opinion in the above-mentioned states. (Editorial summary)

Alicja Zagrodnikowa: THE PICTURE OF THE FIRST OF MAY CELEBRATIONS AS PRESENTED IN THE POLIHS PRESS IN 1992

Most space was devoted to the topical First of May issues in *Trybuna*; moreover, this paper contained the biggest number of items about the First of May holiday. *Życie Warszawy* came next in those terms, followed by *Gazeta Wyborcza*. The remaining newspapers devoted from about 15 to about 40 times less space to the celebrations of the First of May in Poland in 1992. Majority of the dailies placed the texts which we examined either on the front page only, or on the front page as well. This belonged to the ritual of propaganda in the past.

The stylistic-semantic analysis has enabled us to draw the following conclusions:

The semantic category „celebrating” was the most frequently used lexical and phraseological unit (mainly in *Życie Warszawy*). The least often used (generally speaking) is „a holiday”; „heroes” is in mid position.

Within the stylistically most differentiated denotation „celebrating” a particularly high frequency belonged to a set of examples which meant an act of speech besides manifestations in the written form on banners, and slogans on badges; however, spoken messages were much more frequently distinguished viz.: verbs and phrases were more often used than nouns and expressions – which postively influenced the style of messages.

A specific feature of the investigated of *Gazeta* is comparatively largest proportion of expressions marked with a conventionalized emotional load (*inwektywa* ‘invective’, *okrzyki* ‘shouting’, *wolać* ‘to shout’), whereas in *Trybuna* the proportion was noticeable of forms of the type: *żądać* ‘to demand’, *domagać się* ‘to insist’, *żądania* ‘demands’.

To denotate grups of people participating in the First of May celebrations the journalists used mostly similar words and expressions (*manifestanci* ‘demonstators’, *uczestnicy manifestacji* ‘participants of the manifestations’ also: *bojówki* ‘a storming party’, *bojówkarze* ‘members of storming parties’).

Only in *Trybuna* there were about a dozen or so words and phraseological clusters whose frequency was higher (10 and more than 10), and only one such example in *Gazeta Wyborcza*.

Only one daily in the group on investigated papers viz. *Kurier Polski* reached to the historical traditions of the First of May celebration devoting those traditions more attention than the contemporary celebration in the year 1992. (Author’s summary)

Jan Wawrzyńczyk: THE SO CALLED „NEW POLISH VOCABULARY” AS VERIFIED BY THE TEXTS OF THE PRESS 1919-1939

Analysis and evaluation of the so called „new” words which were commonly recognized as born in the period of the Polish People’s Republic. Author looks for these words in older texts and he proves that most of them existed and were used in the newspapers before the World War II.

According to him, recognition of so many words as the new ones was motivated politically: big number of such new words was to prove magnitude of the Socialist Poland's contribution to the Polish National culture. (Editorial summary)

Jan O ż d z y ń s k i: PERCEPTIVE CONDITIONING (VISUAL CONTEXT) OF REPORTER'S COMMENTS IN RADIO AND TV

Presenting the problem in terms of psycholinguistic and cognitive discussion, I deal mainly with intercode relationships connected with the transition from the perception of elements of a motion picture to a verbal recording of objects and events perceived – and successive forms of content conceptualization – at the level of thought conceptualization (within the „landscapes” of action and consciousness) and their respective grammaticalization (at the level of sentence and discourse).

Verbal information might confirm and complement reciprocally penetrating codes and subcodes of a performance: 1) perceptive and recognitive codes; 2) elements of kinetic (human movement) and cinematographic (technical recorded movement) based on perceptive codes, 3) kinetic and proxemic codes (of mimicry, gesticulation, and interpretation of meaningful space); 4) vocalic (tonal) and rhetoric codes; 5) highly specialized communication (and realizational) codes.

The work presents a survey of the most interesting intercode realizations of those mentioned above, illustrated with examples of reporter's comment in radio and TV (radio and TV commentary of the same sports event). (Author's summary and translation)

Włodzimierz B e r n a c k i: THE FORGOTTEN JOURNAL *GMINA* (1867–1870)

The article re-discovers the journal *Gmina* published in Polish in the years 1867–1870 in the territory of Galicia which was part of the Austro-Hungarian Empire. The author tells the history of the paper and analyses its contents. Particular attention is given to socio-political and legal problems. The cause of abandoning the journal – the author believes – in the fact that during the period of formation of Polish People's Republic the function of organization of self-government of the life of rural community was taken over by the state. (Editorial summary)

Gideon K u c: NACHUM SOKOLOV AND HIS CRITICISM OF THE JEWISH PRESS IN POLAND

The article is devoted to the personality and journalistic work of Nachum Sokolov, an outstanding Zionist activist in the period of between the two World Wars. The author discusses Sokolov's criticism and evaluation of Polish Jewish press in Poland in the 1930s, particularly the press published in Yidish. Kuc emphasizes the political-social importance of this press in supplying the background of propaganda for the formation of the Jewish state after World War II. Finally, as the Polish Jewish press in the period between the two World Wars raised a number of eminent Jewish journalists Kuc points to the important role of this press in the development of journalism in the state of Israel. (Editorial summary)

Stefan B i e l a ń s k i: ITALIAN PRESS ON POLAND. POLISH PROBLEMS IN THE JOURNAL *LA REPUBBLICA* (MARCH – SEPTEMBER 1992)

The author looks into texts of the Italian daily *La Repubblica* dealing with Polish problems against the background of international affairs, particularly in relation to the states of Central-Eastern Europe. The emerging picture of Poland is schematic and stereotyped. It has been shaped through a prism of catholicism, nationalism and antisemitism. The economic and cultural problems are presented fragmentarily and haphazardly. Poland is presented as a country economically unstable, troubled by crises. Polish culture is perceived through achievements of outstanding Polish artists. At the same time a traditional, unfavourable stereotype of a Pole is created which functions in Italian society. (Editorial summary)

Translated by Krystyna Bławat