

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH
UNIwersytet Jagielloński

Zeszyty **PRASOZNAWCZE**

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

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

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

WSPÓŁPRACOWNICY ZAGRANICZNI

Prof. Aleksandr B i e r i e ż n o j — Sankt-Pietierburskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet, Fakultet Żurnalistiki; prof. Roger C l a u s s e — Université Libre de Bruxelles; 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 — Uralskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. M. Gorkogo, Fakultet Żurnalistiki, Jekatierinburg; prof. Jewgienij A. K o r n i l o w — Rostowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet, Filologiczeskij 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 Żurnalistiki; 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 1994

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. 14. Numer został zamknięty i oddany do składu w lutym 1994. Podpisano do druku i druk ukończono w lipcu 1994. **Skład, druk i oprawa:** zespół poligraficzny Ośrodka Badań Prasoznawczych UJ: Janusz Hamik, Ryszard Skimina, Andrzej Zagrodnik.

Nr indeksu: 38364 PL ISSN 0555-0025

SPIS RZECZY

Zbigniew B a j k a: Kapitał zagraniczny w polskich mediach	5
Jan J i r a k, Barbara K ö p p l o v á, Otokar S o l t y s: Sytuacja dzienników w Republice Czeskiej	23
Vladimir H o l i n a: Przemiany w mediach w Słowacji	29
Mihai C o m a n: Dziennikarstwo rumuńskie w okresie przejściowym 1990-1992	33
Lija P. J e w s i e j e w a: Transformacja mediów w krajach postkomunistycznych na przykładzie Polski i Rosji	42
Media w Bułgarii	48
Media na Węgrzech	52
Ryszard F i l a s: Pięć lat przemian mediów masowych w Polsce: bilans wstępny	57
Alina S ł o m k o w s k a, Mirianna K o z a k, Jacek Z i e l i Ń s k i: Nowe regulacje prawno-organizacyjne mediów w republikach nadbałtyckich i słowiańskich byłego ZSRR	67
Izabela D o b o s z: Rozwój ustawodawstwa prasowego w Polsce w latach 1981-1993. Perspektywy legislacyjne	83
Marian G i e r u l a, Marek J a c h i m o w s k i: Media na Śląsku Górnym i Opolskim w latach 1989-1993	93
Jacek K o l o d z i e j: Bohaterowie prasowej kampanii wyborczej	110
Ignacy S. F i u t: Obraz kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu RP — 1993	131
Krzysztof W o ź n i a k o w s k i: 7 Dni (1940-1944). Quasi-kulturalny gadzinowy tygodnik warszawski	146
Joanna M a c h o w s k a: Metafora w nowomowie	168

MATERIAŁY

Sondaże OBP	
Zmiany w czytelnictwie prasy 1993 — zmierzch optymizmu? (Ryszard Filas)	181
List do redakcji	192

RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Grzegorz H r y c i u k: *Gazeta Lwowska 1941-1944 (Jerzy Jarowiecki)* s. 193; Andrzej B u c k: *Czasopisma literackie młodych 1944-1971 (Ignacy S. Fiut)* s. 197; Materiały Pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa, pod red. Aliny S ł o m k o w s k i e j. T. 24: Dylematy transformacji prasy polskiej (1989-1993) (Ignacy S. Fiut) s. 199; Andrzej M a g d o Ń: Reporter i jego warsztat (Walery Pisarek) s. 200; Jacek S o b c z a k: Prawo prasowe. Komentarz (Ryszard Tomczyk) s. 202; Grażyna Maria P e t e r: Die Europaberichterstattung in Zeitungen der neuen deutschen Bundesländer und ihren östlichen Nachbarn (Wincenty Kościół) s. 206; *Media Perspektiven*, rocznik 1992 (Zbigniew Oniszczyk) s. 207.

KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA

Maciej Józef Kwiatkowski (<i>Sylwester Dziki</i>)	209
Jerzy Parzyński (<i>Sylwester Dziki</i>)	212
I światowe forum prasy polonijnej — Tamów '93 (<i>Włodzimierz Chorązki</i>)	213
III konkurs Instytutu na rzecz Demokracji w Europie Wschodniej — idee dla niezależnej prasy lokalnej (<i>Włodzimierz Chorązki</i>)	213
Kreowanie marzeń. V Ogólnopolski Międzynarodowy Festiwal Filmu Reklamowego i Reklamy (<i>Jacek Kołodziej</i>)	214
Czas prasy parafialnej (<i>Marek Glogier</i>)	218
SUMMARY	219

Do numeru dołączony jest jako wkładka spis rocznika 1993 ZP.

ZBIGNIEW BAJKA

KAPITAŁ ZAGRANICZNY W POLSKICH MEDIACH

I. Prasa

Wstęp

Stworzenie pełnego obrazu wpływów kapitału zagranicznego w polskiej prasie, radiu i telewizji jest zadaniem trudnym, wręcz niewykonalnym. Co najwyżej można tu określić najważniejsze tendencje oraz ustalić głównych uczestników gry kapitałowej. Całej prawdy nie da się odstąpić, choćby dlatego, że jest ona często ukrywana, a jeśli się uda coś ujawnić, to jest to zaledwie wierzchołek góry lodowej. Opis jest zwykle niepełny także dlatego, że dotyczy PROCESU dość intensywnego; tylko w czterech pierwszych miesiącach 1994 roku kapitał zagraniczny przejął kilka dzienników, do kilku innych wszedł ze swoimi udziałami, zmieniło swoich właścicieli kilka znanych czasopism, powstało kilkanaście innych, powołanych przez wydawców zagranicznych.

Trudności, jakie się napotyka w analizie tego problemu, wynikają z kilku powodów.

1. Nie ma systemu rejestracji tych zjawisk w skali ogólnokrajowej, ergo — nie ma możliwości zdobycia kompletnych danych o udziałach firm zagranicznych w polskich spółkach i przedsiębiorstwach wydawniczych. Często też są problemy ze zdobyciem wiarygodnych danych o wszystkich uczestnikach przedsięwzięć wydawniczych, są także kłopoty z uzyskaniem wiarygodnych informacji o poziomie nakładów, wielkości zwrotów (w przypadku prasy) oraz zyskach np. z reklamy.

2. Zmienia się stan własności tytułów prasowych, np. inni są obecnie właściciele wielu dawnych pism RSW „PKR”, niż wynikałoby to z aktów sprzedaży wydanych przez Komisję Likwidacyjną RSW. Dane te zwykle nie są ujawniane publicznie, stąd — dopiero po pewnym czasie — dowiadujemy się, że np. jakiś tytuł sprzedany lub oddany nieodpłatnie spółdzielni dziennikarskiej ma już innego właściciela (właścicieli). Czasem też okazuje się, że dominujący pakiet akcji ma udziałowiec zagraniczny.

3. Enigmatyczne są informacje dotyczące spółek joint-venture, dobrze, jeśli z rejestru sądowego można uzyskać dane o przynależności państwowej zagranicznego współnika. Zdarza się też — jak w innych przedsiębiorstwach w Polsce — że firma X będąca udziałowcem w wydawnictwie, to fragment większej całości innego przedsiębiorstwa prasowego, ale z różnych przyczyn o jeszcze innej nazwie.

Uwagi te przede wszystkim dotyczą prasy. Udział kapitału zagranicznego w radiu i telewizji jest bowiem określony przez art. 33 nowej ustawy o radiofonii i telewizji. Dopuszcza on udział kapitału zagranicznego w kapitale zakładowym lub akcyjnym spółki radiowej lub telewizyjnej — w wysokości nie większej niż 33%. Dlatego spółki zawiązane w celu zdobycia pasm antenowych ogólnokrajowych lub regionalnych — mają głównie udziałowców polskich, a zagraniczni posiadają tylko trzecią część udziałów. Obserwacja zdarzeń na linii: kapitał zagraniczny — prasa prowadzi jednak do wniosku, że podobne zjawiska w sferze radia i telewizji to tylko kwestia czasu. Omijanie przepisów, „podnajem” polskich udziałowców przez kapitał zagraniczny, czyli tajne współnictwo — to sprawa najbliższej przyszłości.

Przykład prasy pokazuje bowiem, że takie działania są i będą się nasilały. Chodzi w końcu o duże pieniądze w kraju zaliczającym się do większych w Europie, także o pomost — w działaniach na kierunku wschodnim.

Przedstawione powyżej zjawiska nie służą bynajmniej opisywaniu ciężkiej doli badacza polskich mediów. Artykuł ten powstał po kilkuletnim śledzeniu przemian rynku mediów w Polsce i — nawet jeśli obraz jest niekompletny — warto go pokazać. Warto także powiedzieć, iż konieczne są unormowania prawne udziału tego kapitału w polskich mediach — generalnie, a szczególnie w prasie. Konieczne jest także zawarowanie jawnej i pełnej rejestracji i sprawozdawczości, aby każdy, kto zajmuje się światem mediów w Polsce, mógł to czynić bez takich utrudnień jak dotychczas.

Przygotowując się do napisania tego tekstu, wykorzystano różne źródła:

1. Bank informacji o prasie OBP UJ (dane na ten temat publikujemy corocznie w aktualizowanym „Katalogu prasy polskiej”).
2. Publikacje prasowe (archiwum wycinków OBP i własne autora artykułu).
3. Publikacje w *Zeszytach Prasoznawczych*, m. in. na temat transformacji prasy po 1990 roku.
4. Materiały z różnych konferencji (np. organizowanych na Uniwersytecie Warszawskim i Jagiellońskim).

5. Katalogi firm w Polsce (m. in. joint-venture i zagraniczne).
6. Akta rejestracji przedsiębiorstw wydawniczych (sądowe).
7. Różne dokumenty oficjalne (np. Informacja NIK o wynikach kontroli aktualnej struktury własności wybranych składników majątku RSW „PKR” w likwidacji, 1993).
8. Bezpośrednie rozmowy autora artykułu w redakcjach wybranych pism.

Szczególnie cenne były poszukiwania dziennikarzy prasowych, m.in. *Gazety Wyborczej*, *Rzeczpospolitej*, *Wprost* i innych. Dostarczyły one zarówno informacji o kapitale zagranicznym, jak też pokazały drogi dalszych możliwych ustaleń.

W ramach likwidacji koncernu RSW „PKR” część tytułów została oddana nieodpłatnie zespołom (spółdzielniom, spółkom) dziennikarskim, część sprzedana bądź spółdzielniom (spółkom) dziennikarskim wyłącznie lub z udziałem innych podmiotów (np. banków), bądź też nowym właścicielom — krajowym lub zagranicznym, zazwyczaj z — symbolicznym choćby — zawarowaniem praw zespołów dziennikarskich. Tajemnicą Komisji Likwidacyjnej oraz uczestników przetargów są różnice cen ustalanych za tytuły, których sytuacja rynkowa była podobna, jeśli nie identyczna; *Trybunę Śląską* sprzedano za 23,1 mld złotych, a *Dziennik Zachodni* za 40 mld złotych, *Gazetę Poznańską* — za 3 mld złotych, a *Głos Wielkopolski* oddano dziennikarzom nieodpłatnie.

Dość szybko po przekazaniu tytułu lub wygraniu przetargu dochodziło do powoływania nowych spółek wydawniczych, niektóre w okresie 1991-1994 zmieniały kilkakrotnie zestaw współników. Kapitał zagraniczny zainstalował się w większości polskich dzienników. Jedynie słabsze i nie przynoszące większych zysków gazety codzienne (choć i tu są wyjątki) nie znalazły (na razie) udziałowców zza granicy.

Oto przegląd zmian na przykładzie dzienników — ogólnopolskich i regionalnych.

Dzienniki ogólnokrajowe

ŻYCIE WARSZAWY — najbardziej dochodowy dziennik RSW (1990 r. — zysk 9690 mln zł) sprzedany został za 40 mld złotych spółce „Życie Press” (1000 udziałów), której udziałowcami byli: Società Televiziva Italiana (STEI) — 400 udziałów, Spółdzielnia Wydawnicza „Czytelnik” — 160 udziałów, Wielkopolski Bank Kredytowy — 150 udziałów, „Varsovia — Press” sp. z o.o. — 90 udziałów, Lexecom sp. z o.o. — 40 udziałów oraz 45 osób fizycznych — 160 udziałów. Spółka kupiła gazetę pożyczając pieniądze w WBK. W maju 1993 roku WBK sprzedał swoje udziały stronie włoskiej, która w ten sposób uzyskała większość pakietu własnościowego (55%). Według danych z początku 1994 roku udziały Włochów w spółce „Życie Press” wynoszą co najmniej 80%.

RZECZPOSPOLITA (gazeta nie należąca do koncernu RSW) — w powołanej do wydawania dziennika spółce „Presspublica” sp. z o.o. — 49% udziałów (za 19 mld złotych) ma Robert Hersant (francuska grupa „Socpresse”), zobowiązując się do przekazania 23,75 mld złotych na modernizację gazety. Drugi wspólnik — PPW „Rzeczpospolita” (dotychczasowy wydawca gazety) ma 51% udziałów.

SZTANDAR MŁODYCH — sprzedano za 12 mld złotych „SM-Media” spółce z o.o. Po kilku miesiącach „SM-Media” stały się spółką joint-venture z udziałem kapitału austriackiego w wysokości 39%. W początkach 1994 roku *Sztandar Młodych* nabyła spółka „Fibak-Marquard Press” i JMG Ost Presse Jörga Marquarda.

KURIER POLSKI — właścicielem dominującego pakietu udziałów (ponad 85%) stał się Zygmunt Solorz (zarazem właściciel Polsatu). *Kurier Polski* był wcześniej głównym dziennikiem wydawnictwa Stronnictwa Demokratycznego „Epoka”.

EXPRESS WIECZORNY — kupiła Fundacja Prasowa „Solidarność” w Warszawie za 16 mld złotych (fundatorami było 6 osób fizycznych, związanych później z PC). W następnym czasie *EW* przeżywał różne perturbacje. Część zespołu stworzyła nową gazetę *Express*, później *Express Poranny*. Po kolejnych przekształceniach — na bazie tego dziennika — powstał *Super Express*.

W połowie 1993 roku *EW* stał się własnością kapitału zagranicznego: pakiet większościowy zdobył szwajcarski koncern JMG Ost Presse Jörga Marquarda, drugim właścicielem stał się Wojciech Fibak, zamieszkały (jak czytamy w dokumentach) w Monte Carlo.

W trzech dziennikach sportowych — wprost lub pośrednio — posiada udziały także kapitał zagraniczny.

PRZEGLĄD SPORTOWY — tytuł przekazany Agencji „Przegląd Sportowy” sp. z o.o. pod warunkiem udziału w niej Spółdzielni Wydawniczej „Czytelnik”. SW „Czytelnik” miała w spółce 10% udziałów, Spółdzielnia Pracy „Przegląd Sportowy” — 30%, zaś „dwie osoby fizyczne” — 60%. W ten sposób pakiet większościowy uzyskał szef Curtis International — Zbigniew Niemczycki.

SPORT — właścicielem tytułu stała się Dziennikarska Spółdzielnia Pracy „Sport” w Katowicach, ale większość udziałów zagwarantował sobie w tym dzienniku Wojciech Fibak. Wydawcą *Sportu* była najpierw „Fibak — Sport S.A.”, potem „Fibak — Noma Press S.A.” Według rejestru z lutego 1991 roku Wojciech Fibak i jego (nieznany z nazwiska) wspólnik mieli w spółce 82% akcji. W 1993 roku *Sport* przejęła grupa „Fibak — Marquard Press”.

TEMPO — udziałowcami wydającej gazetę spółki „Sportpresse” zostali: Dziennikarska Spółka Wydawnicza „Tempo” sp. z o.o. (30%) oraz „Socpresse” S.A. z Warszawy (Robert Hersant) — 70% udziałów. Obecny udział Francuzów szacuje się na 72%.

Sytuacja innych dzienników

GAZETA WYBORCZA — w sierpniu 1993 roku redakcja GW podała oficjalnie, że 12,5% udziałów gazety wykupiła amerykańska grupa prasowa COX ENTERPRISES, jeden z największych koncernów prasowych (także właściciel stacji telewizyjnych i radiowych) w USA.

Gazetę Wyborczą założyli w kwietniu 1989 roku Zbigniew Bujak, Aleksander Paszyński i Andrzej Wajda. Jak wynika z ustaleń sądu (Wydawnictwo „Agora” przeciwko Jackowi Maziarskiemu), poza kapitałem zakładowym spółki w wysokości 150 tys. złotych i kredytem z banku PKO w lipcu 1989 roku, „Agora” korzystała także z wsparcia zagranicznego: otrzymała maszynę drukarską z *Le Monde*, 50 tys. dolarów z funduszu National Endowment for Democracy oraz 20 tys. funtów z brytyjskiego funduszu know-how.

NOWA EUROPA — założona w lutym 1992 roku przez spółkę „Nowa Europa sp. z o.o.”, w której udziałowcami byli Włosi (firma Zanussi). Od listopada 1993 roku nowym właścicielem dziennika (54% akcji) została grupa wydawnicza „IL SOLE-24 ORE” z Mediolanu. *Il Sole-24 Ore* jest głównym (obok *Financial Times*) dziennikiem finansowo-ekonomicznym Europy i czwartym na świecie.

SUPER EXPRESS — początkowo *Express*, *Express Poranny*, ukazuje się od października 1990 roku. W spółce „ZPR — Express”, która jest wydawcą dziennika, 50% udziałów ma ZPR S.A., w pozostałym pakiecie sporą część ma redaktor naczelny *SE* — Grzegorz Lindenberg, twórca sukcesu gazety, wcześniej jeden z organizatorów (dyrektor ekonomiczny) *Gazety Wyborczej*.

Dzienniki regionalne**Białystok**

GAZETA WSPÓŁCZESNA — sprzedana w kwietniu 1991 roku Zarządowi Regionu „Solidarność” w Białymstoku za 1530 mln złotych; wydawcą staje się spółka z o.o. „Kresy BG”, w której ZR posiadał najpierw 88% udziałów, a gdańska spółka „Przekaz” (Krajowej Komisji Wykonawczej NSZZ „Solidarność”) 12%. W grudniu 1991 roku ZR zmniejszył swoje udziały do 51%, „Przekaz” — zwiększył do 49%. Od stycznia 1994 roku spółka (obecnie Kresy BO) ma nowego wydawcę *Gazety*, jest nim ORKLA PRESS INTERNATIONAL będąca częścią koncernu ORKLA MEDIA, drugiej na liście prywatnych firm zajmujących się mediami w Norwegii, piąte — w klasyfikacji największych przedsiębiorstw w tym kraju (obroty — 2 mld ECU rocznie). Poza *Gazetą Współczesną* jest także współwłaścicielem pięciu innych gazet regionalnych w Polsce.

Kurier Podlaski przekazano Spółdzielni Pracy „Kurier Podlaski”.

Bydgoszcz

DIENNIK WIECZORNY — bydgoską popołudniówkę sprzedano za 300 milionów Przedsiębiorstwu Handlu Zagranicznego Pol-Tech sp. z o.o. w Bydgoszczy. Wydawcą została spółka DE-WU Press w Bydgoszczy. Jednym ze współników była firma hanowerska „Waren und Dienstleistungen «Pol-Tech»”, która w grudniu 1991 roku, po transakcjach z PHZ „Pol-Tech” przejęła 77% udziałów w gazecie.

Gazetę Pomorską, która w 1991 roku miała nakład zwykły 75 000 egzemplarzy, a magazynowy 265 000 egzemplarzy, przekazano nieodpłatnie Spółdzielni Pracy Dziennikarzy i Wydawców.

Nowości przekazano Spółdzielni Dziennikarsko-Wydawniczej „Oficyna Toruńska” w Toruniu.

Gdańsk

GŁOS WYBRZEŻA — zakupiło za 3,5 mld złotych w kwietniu 1991 roku Wydawnictwo Prywatne „GW” sp. z o.o., którego udziałowcami byli: BHK International Consulting z Katowic (50% udziałów), OLECH INTERNATIONAL sp. z o.o. z Gdańska (26%) i PELPETZOL — Krauze i Nawrocki S.C. z Gdyni (24%). Wszystkie te firmy mają powiązania kapitałowe z Zachodem. (Obecnie do spółki weszły też firmy „Marżał” i „Lonzavis”).

DIENNIK BAŁTYCKI — sprzedany za 12 mld złotych „Prasie Gdańskiej” sp. z o.o. w czerwcu 1992 roku; współnikami byli: „Socpresse” Hersanta z Paryża (50%), „Przekaz” sp. z o.o., reprezentująca Zarząd Regionu Gdańskiego „Solidarności” (49%), Polska Presse sp. z o.o. (przedstawicielstwo Hersanta w Warszawie) — 1%. Grupa Hersanta kontroluje więc w pełni *Dziennik Bałtycki*.

WIECZÓR WYBRZEŻA — sprzedany za 5 mld złotych w marcu 1991 roku spółce z o.o. „Prasa Wybrzeża”; współnikami byli „Socpresse” Hersanta z Paryża (39%), „Przekaz” sp. z o.o. (39%), Zrzeszenie Pomorsko-Kaszubskie (10%) i „Polska Presse” z Warszawy (przedstawicielstwo Hersanta) — 12%. Łącznie — udziały Francuzów wynosiły 51%, co zapewniło im kontrolę nad gazetą.

W lipcu 1992 roku „Polska Presse” (według cytowanej wcześniej „Informacji NIK”) odkupiła (za ponad 580 mln złotych) od Zrzeszenia Pomorsko-Kaszubskiego 120 udziałów (po zmianie wielkości kapitału zakładowego — 12%); w ten sposób udziały „Socpresse” i „Polska Presse” wzrosły do 63% (jeszcze w maju 1992 roku „Polska Presse” nabyła od „Socpresse” S.A. 5% udziałów).

Katowice

DIENNIK ZACHODNI — sprzedano w listopadzie 1991 r. za rekordową cenę 40 mld złotych spółce z o.o. „Prasa Śląska” w Katowicach. „Polska

Presse" (Hersant) miała 50% udziałów, „Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe" sp. z o.o. (Region Śląsko-Dąbrowski NSZZ „Solidarność") — 30%, a SW „Czytelnik" z Warszawy — 20%. Koncern Hersanta zapłacił udziały za „Solidarność" i „Czytelnika" (był to kredyt na 5 lat, płatny w rocznych ratach). W 1993 roku Hersant odkupił udziały „Solidarności" w spółce „Prasa Śląska". Nadal nie uregulowana jest sprawa odstąpienia przez Hersanta 20% akcji dziennikarzom DZ. Formalnie „Polska Presse" ma 89% udziałów w *Dzienniku Zachodnim* — jednej z dwóch największych gazet regionalnych w Polsce.

TRYBUNA ŚLĄSKA — sprzedana została 3 października 1991 roku za 23,1 mld złotych spółce z o.o. „Gómośląskie Towarzystwo Prasowe" w Katowicach. Udziałowcami byli najpierw: Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie (25% udziałów), Związek Gómośląski, Związek Gmin Górnego Śląska, Gómośląskie Towarzystwo Gospodarcze, Regionalna Izba Gospodarcza — wszystkie w Katowicach (10%), pięć miejscowych firm prywatnych oraz spółka „Propress". Zakup gazety sfinansowały Gómośląski Bank Gospodarczy i Bank Ochrony Środowiska. W latach następnych właściciele się zmienili. Według stanu na marzec 1993 roku 76,5% udziałów — w jednakowej liczbie — miały trzy spółki z o.o.: „Propress" i „Książnica" z Katowic oraz „Euromarket" z Czeladzi. Spółki „Euromarket" i „Książnica" kontrolowane są przez łódzką grupę „Tower", w której przyniatająca większość udziałów należy do Hersanta lub jego łódzkich współpracowników. W ten sposób francuska grupa prasowa weszła w posiadanie drugiej (obok *Dziennika Zachodniego*) największej gazety regionalnej w Polsce.

WIECZÓR został sprzedany za 1,5 mld złotych spółce z o.o. „Akapit", początkowo mającej 2 udziałowców: Bank Handlowo-Kredytowy w Katowicach (14 udziałów) i spółkę dziennikarzy „Evening" (6 udziałów). Według wpisu do rejestru z lutego 1993 roku — właścicielami gazety jest 6 nowych udziałowców, w tym m.in. IBC International Consulting sp. z o.o. i dwie inne — prawdopodobnie z udziałem kapitału zagranicznego.

K o s z a l i n

GŁOS POMORZA — sprzedany w lipcu 1991 roku za 4 mld złotych spółce z o.o. „Forum", której głównymi udziałowcami byli: Fundacja Gospodarcza NSZZ „Solidarność" w Gdańsku, Spółka Dziennikarska z o.o. „Pomorze" oraz Henryk Reclaw (koszaliński „król betonu", obecnie aresztowany pod zarzutem przestępstw gospodarczych). Potem do grona wspólników dołączył Zakład Energetyczny oraz „Agroma" z Koszalina. W listopadzie 1991 roku część zespołu redakcyjnego nie zgadzająca się z polityką nowych właścicieli założyła dziennik *Głos Koszaliński* z wydaniem mutacyjnym *Głos Słupski* (Dziennikarska Oficyna Wydawnicza RONDO).

W 1993 roku współwłaścicielem *Głosu Pomorza* stała się norweska firma wydawnicza ORKLA PRESS.

GONIEC POMORSKI — popularna gazeta Pomorza założona została w listopadzie 1989 roku przez Agencję Wydawniczo-Reklamową „LGH” (jak wynika z różnych źródeł), przy pomocy kapitału niemieckiego.

K r a k ó w

CZAS KRAKOWSKI — założony w marcu 1990 roku dziennik poranny, wydawany przez ARKA PRESS, jest francusko-włosko-polską spółką joint-venture. Połowę udziałów ma Francuz Frédéric Decazes, po 15% udziałów — jego dwóch przyjaciół z college'u w Szwajcarii — Włosi Bruno Breviglieri i Giovanni Ocleppo. Pozostałe udziały ma wydawnictwo ARKA Jana Polkowskiego.

GAZETA KRAKOWSKA — sprzedana została w lutym 1991 roku wydawnictwu „Gazeta Krakowska” za 2,5 mld złotych; połowę akcji mieli mieć dziennikarze *Gazety*, połowę Bank Handlowo-Kredytowy w Katowicach. W 1993 roku, ze względu na kłopoty finansowe, nastąpiła zmiana właścicieli. Dziennikarze — udziałowcy spółki mają 0,3% udziałów, zaś „Socpresse” S.A. z siedzibą w Paryżu (koncern Hersanta) — 99,7%. Według danych z 30 kwietnia dziennikarze odsprzedali swoje udziały koncernowi Hersanta, który ma obecnie pełną kontrolę nad *GK*.

TEMPO — gazeta sportowa sprzedana została w maju 1991 roku za 500 mln złotych spółce „Sportpresse” z o.o., w której 72% udziałów ma „Socpresse” S.A. z Warszawy (R. Hersant), a 28 % dziennikarze *Tempa*.

DZIENNIK POLSKI — sprzedany w czerwcu 1991 roku za 6 mld złotych Wydawnictwu „Jagiellonia S.A.” wielokrotnie otrzymywał propozycje kupna ze strony koncernu Hersanta. Jego właścicielami jest grupa dziennikarzy *DP*, Bank Przemysłowo-Handlowy z Krakowa, „Solidarność” Małopolska i Uniwersytet Jagielloński. W początkach 1994 roku 25% akcji dziennika nabyła szwajcarska firma INTER-PUBLICATION A.G. „Jagiellonia S.A.” sfinansowała zakup „Pałacu Prasy” w Krakowie spadkobiercy Mariana Dąbrowskiego (13 mld złotych) Adamowi Radzikowskiemu; jedną z jego pierwszych decyzji było wymówienie pomieszczeń redakcjom *Gazety Krakowskiej* oraz *Tempa*, należącym do koncernu Hersanta.

ECHO KRAKOWA sprzedano za 1,5 mld złotych Wydawnictwu „Echo Krakowa”, sp. z o.o. (inni oferenci dawali nawet 4 mld złotych). Od sierpnia 1992 roku głównymi udziałowcami *EK* są: BANCO-D sp. z o.o. (nieznana bliżej firma z Katowic; zapewne powstała po likwidacji Banku Handlowo-Kredytowego w Katowicach) — 900 udziałów, Fundacja Odnowa Zabytków Krakowa i „Ship” sp. z o.o. z Katowic (po 500 udziałów), tyleż samo ma grupa 18 osób fizycznych (dziennikarze *Echa*). *Echo* posiada też udziały w katowickim *Wieczorze*.

Ł ó d ź

DZIENNIK ŁÓDZKI — sprzedany przez Komisję Likwidacyjną w czerwcu 1991 roku za 25 mld złotych spółce „Polska-Presse” (Hersant) z Warszawy. Rok później został odprzedany sp. z o.o. „Prasa Łódzka”, za tę samą kwotę. Głównymi udziałowcami są obecnie sp. z o.o. „Socpresse” (460 udziałów) i związana z Hersantem sp. z o.o. „Tower” (150 udziałów) oraz Zarząd Miasta Łodzi (300 udziałów). Koncern Hersanta ma pakiet kontrolny (ok. 68% udziałów).

EXPRESS ILUSTROWANY — sprzedany został w czerwcu 1991 roku za 13 mld złotych sp. z o.o. „Polska-Presse” (Hersant) z Warszawy. Rok później — na podobnej zasadzie jak *Dziennik Łódzki* właścicielem *Expressu* stała się „Prasa Ilustrowana S.A.” w Łodzi, której głównym udziałowcem została sp. z o.o. „Socpresse” Hersanta (72%).

Głos Poranny sprzedany został za 1,2 mld złotych Ludowemu Towarzystwu Prasowemu. W obecnej spółce „Głos-Press” LTP ma 60% akcji, pozostałe ma 7 osób fizycznych. Nicoficjalnie wiadomo, że udziałowcami *GP* są osoby związane z PSL-em.

P o z n a ń

GAZETA POZNAŃSKA — sprzedana w marcu 1991 roku za 3 mld złotych Wojciechowi Fibakowi. W założonej w maju 1991 roku spółce „Fibak Investment Group” (która nabyła *Gazetę* od Fibaka), Wojciech Fibak ma dominujący pakiet udziałów. Posiada także 23,3% udziałów w spółce „Drukarnia Poznańska”.

Część dziennikarzy z *GP*, która nie chciała pracować z nowym właścicielem, założyła *Dziennik Poznański*, którego współwydawcą jest spółka „Polifrost”.

GŁOS WIELKOPOLSKI — został przekazany nieodpłatnie w marcu 1991 roku Dziennikarskiej Spółdzielni Pracy „Głos” w Poznaniu. Następnie powstała Oficyna Wydawnicza „Głos Wielkopolski” sp. z o.o., do której spółdzielnia dziennikarska „Głos” wniosła aport w postaci prawa do dziennika *GW* o wartości 540 mln złotych (18% kapitału zakładowego spółki). Jednym z głównymi udziałowców stała się szwajcarska firma Lako Industrie Consulting A.G. (pożyczkowo 30% udziałów, obecnie więcej).

EXPRESS POZNAŃSKI — został przekazany w marcu 1991 roku nieodpłatnie Dziennikarskiej Spółdzielni Pracy „Express Poznański”. W maju 1992 roku wpisano do rejestru Wydawnictwo „Express Poznański”, którego głównymi udziałowcami zostali: dziennikarze *EP* — 20 udziałów, Fundacja Wspierania Niezależnej Myśli Politycznej i Gospodarczej — 35 udziałów oraz 3 osoby fizyczne — 45 udziałów.

W marcu 1994 roku udziały FWNM-PiG w *Expressie Poznańskim* wykupił Wojciech Fibak. Trwają także pertraktacje w celu przejęcia przez niego udziału osób fizycznych.

R z e s z ó w

NOWINY — sprzedane zostały w maju 1991 roku spółce z o.o. „R-press” za 6 mld 813 tys. złotych. Z końcem 1991 roku udziałowcami spółki byli: „Solidarność” Region Rzeszowski (140 udziałów), Stronnictwo Ludowo-Chrześcijańskie (85 udziałów), dziennikarze *Nowin* (65 udziałów), „Editions-Spotkania” (50 udziałów) i 1 osoba fizyczna (60 udziałów). W połowie 1993 roku pozbyło się swoich udziałów Editions-Spotkania. W początkach 1994 roku ponad 20% udziałów (prawdopodobnie od stronnictwa Józefa Ślisza) nabyła norweska grupa wydawnicza ORKLA PRESS.

S z c z e c i n

DZIENNIK SZCZECIŃSKI — założony w 1992 roku przez Biuro Handlowe „Mikos”; udziałowcem dziennika (w nieznanej wysokości) jest wspólnik niemiecki (prawdopodobnie z Berlina).

W r o c ł a w

GAZETA ROBOTNICZA — przekazana nieodpłatnie w lutym 1991 roku „Spółdzielni Pracy Dziennikarzy i Wydawców *GAZETA ROBOTNICZA*”. Pod koniec 1993 roku udziałowcem *GR* w 50% stała się szwajcarska firma INTER PUBLICATION A.G.. W planie budowa nowej drukarni dla *Gazety*.

SŁOWO POLSKIE — przekazane w styczniu 1991 r. nieodpłatnie Spółdzielni Pracy „Słowo Polskie”. W czerwcu 1992 roku zarejestrowano nową spółkę „Słowo Media Ltd”, w której 17% udziałów ma norweska firma ORKLA MEDIA S.A.; aktualnie ma co najmniej drugie tyle udziałów.

WIECZÓR WROCŁAWIA — przekazany w styczniu 1991 roku nieodpłatnie Spółdzielni „Wieczór Wrocławia”. W 1992 roku część udziałów przejęła norweska firma ORKLA MEDIA S.A.

Czasopisma ogólnokrajowe (w wyborze)

W y d a w n i c t w o HEINRICH BAUER

TINA
BRAVO-GIRL
ŚWIAT KOBIETY
TELETYDZIEŃ

BRAVO
TWÓJ WEEKEND
ULICA SEZAMKOWA
NEUE MODE

Wydawnictwo AENNE BURDA

<i>BURDA</i>	<i>VERA</i>
<i>DUŻE JEST PIĘKNE</i>	<i>NASTOLATKI</i>
<i>MODA DLA PANÓW</i>	<i>MODNY MALUCH</i>
<i>SZAFKA PRZEDSZKOLAKA</i>	<i>DZIEWCZĘTA I CHŁOPCY</i>
<i>MISS B.</i>	

Wydawnictwo JAHR-VERLAG

<i>MAJSTER</i>	<i>ESOX</i>
----------------	-------------

Wydawnictwo PHOENIX INTERMEDIA

<i>DZIEWCZYNA</i>	<i>ELA</i>
<i>POPCORN</i>	<i>PRAMO</i>
<i>AUTO INTERNATIONAL</i>	<i>CHIP</i>
<i>STRICK & SCHICK</i>	

Wydawnictwo MAKLER

<i>BEZ TAJEMNIC</i>	<i>CIASTA DOMOWE</i>
<i>MAŁA DIANA</i>	<i>MOJA KUCHNIA</i>
<i>ROBÓTKI RĘCZNE</i>	<i>SABRINA</i>

Wydawnictwo EGMONT (komiksy)

<i>MICKEY MOUSE</i>	<i>DONALD I SPÓŁKA</i>
<i>KRÓLIK BUGS</i>	<i>DUMBO</i>
<i>KOMIKS GIGANT</i>	<i>ASTERIX</i>
<i>BAMSE</i>	

Wydawnictwo LUPUS (pisma komputerowe)

<i>PCkurier</i>	<i>ENTER</i>
<i>AMIGA</i>	<i>CadCam FORUM</i>
<i>PCvirus</i>	

Wydawnictwo TM — SEMIC (komiksy)

<i>SPIDERMAN</i>	<i>GI JOE</i>
<i>BATMAN</i>	<i>SUPERMAN</i>
<i>BARBIE</i>	<i>MUMINKI</i>
<i>TOM JERRY</i>	<i>TRANSFORMERS</i>
<i>CONAN</i>	<i>GREEN LATERN</i>
<i>X — MEN</i>	<i>PUNISHER</i>
<i>PIXI</i>	<i>MEGA MARVEL</i>

Nowe Wydawnictwo Czasopism (Gong Gruppe, Burda Gruppe, Phoenix Intermedia)

SUPER TV *SUPER TELE* (bezpłatny dodatek do 11 dzienników)

Scandinavia—Poland Publishing House

CATS *EXTRA RAPORT*
NIE Z TEJ ZIEMI *PLAYSTAR INTERNATIONAL*

Wydawnictwo INTER-MEDIA

AUTO SUKCES *SUKCES*
ZDROWIE I SUKCES

Wydawnictwo CONECTA Ltd

AS SEKRETARKA *BEA COLLECTION*
BEA ŚLUB *MINI BEA COLLECTION*

Wydawnictwo ADAMINA BRETSCHNEIDER VERLAG

AUTO KURIER *EUROPA*

Wydawnictwo IDG POLAND

COMPUTER WORLD *KOMPUTER*

Wydawnictwo DSV (Deutscher Supplement Verlag — koncern Bertelsmanna)

TELE MAGAZYN

Wydawnictwo GRUNER + JAHR

CLAUDIA *SANDRA*
MOJE MIESZKANIE *SEKRETY KUCHNI*

Wydawnictwo FIBAK SPORT S.A.

SPORT — wydanie śląskie (tygodnik)

Wydawnictwo FIBAK NOMA PRESS

PANORAMA *NARTY*

Wydawnictwo URMA, polsko-francuska sp. z o.o. (joint-venture)

NIE

Wydawnictwo ZARZĄDZANIE I BANKOWOŚĆ + francuska grupa EUROEXPANSION

GAZETA BANKOWA

WYDAWNICTWO PRZYJACIÓŁKA SP. Z O.O.

Od początków 1994 roku współwydawcą tygodnika (spółka joint-venture) jest „Jean Frey Publishing A.G” szwajcarska grupa wydawnicza (m.in. *Weltwoche* oraz *Bilanz*).

PRZYJACIÓŁKA
SEZAM

PRAWO I ŻYCIE
ŻYCIE GOSPODARCZE

*

Polacy nie są zgodni w kwestii wpuszczania kapitału zagranicznego do Polski. Większość optuje za budowaniem kapitalizmu własnymi polskimi rękoma. Mniejszość — sprzyjająca dołączeniu do zjednoczonej Europy — uważa natomiast, że bez zagranicznych funduszy będziemy budować nasz kapitalizm długo i opornie, nie wiadomo też z jakim ostatecznie efektem.

Nastawienia generalne odbijają się w kwestiach szczegółowych, także w odniesieniu do świata mediów. Wchodzenie kapitału zagranicznego do prasy, radio i telewizji budzi emocje owocujące różnymi wystąpieniami publicznymi, w których akcentuje się głównie obawy, że wskutek inwazji zagranicznego kapitału, zwłaszcza w sferę kultury, zatracimy swą odrębność, a przekazy zostaną zdominowane przez produkcję zagraniczną. Obawy te akcentowane są w licznych wypowiedziach publicystów (np. na łamach *Gazety Wyborczej*), w wypowiedziach twórców pism nie związanych z kapitałem zagranicznym oraz na forum parlamentu.

Przestrogom płynącym z ust Polaków sekundują także niektórzy publicyści i analitycy zachodni. Niedawno w *Zeszytach Prasoznawczych* pojawił się artykuł Jörga Beckera, który uważa, że w Europie środkowo-wschodniej następuje „latynoamerykanizacja mediów” oraz, że „w okresie przechodzenia od zbankrutowanego komunizmu do peryferyjnego kapitalizmu, kapitalizm ten będzie sterowany nie przez własny kapitał narodowy, ale przez kapitał zagraniczny, wielonarodowy, ze światowych metropolii”. Moc tego kapitału jest wielka, a interesy w mediach odmienne od interesów kapitałów narodowych w krajach Europy środkowej i wschodniej. Inna sprawa, że także kapitał uznawany za narodowy ma powiązania i wsparcie — często mocne, lecz rzadko jawne — z Zachodu.

Obawy te mogą być tym bardziej realnym zagrożeniem, jeżeli popatrzymy na to, co dzieje się w innych krajach naszego regionu np. na Węgrzech czy bliżej — w Czechach i Słowacji. Jest paradoksem, że na Węgrzech główny dziennik dawnej partii komunistycznej — *Népszabadság* — wydaje spółka, której głównym udziałowcem jest koncern Bertelsmanna, że znaczną część rynku prasowego w tym kraju zajął koncern Axela Springera, najczęściej krytykowany w

prasie krajów „wspólnoty socjalistycznej”, który powołał agencję prasową, konkurencyjną w stosunku do państwowej MTI.

Robert Hersant kupił tygodnik *Magyar Nemzet*. Francuska agencja AFP podała swego czasu, że grupy prasowe: niemieckie, francuskie, austriackie i brytyjskie — kontrolują na Węgrzech ponad 80% prasy, a co najmniej połowa dzienników węgierskich jest w rękach zachodnich inwestorów. Upaństwowione wydawnictwo prasowe odkupiło ostatnio dziennik *Esti Hirlap* od koncernu Maxwella, a dziennik *Mai Nap* — od Murdocha.

U naszych południowych sąsiadów wejście kapitału zachodniego jest także bardzo widoczne. Niemcy i Austriacy do spółki z czeskimi wydawcami lub sami rządzą poszczególnymi sektorami rynku prasowego. Towarzyszy im Robert Hersant, który najpierw chciał kupić cały dom wydawniczy z najbardziej popularnymi w Czechach dziennikami, w końcu kupił udziały w socjalistycznym *Slobodnym Slovie* i — najbardziej poczytnym dzienniku czeskim *Mládá Fronta Dnes*. Szwajcarska grupa Ringier Europa jest wydawcą innego bardzo poczytnego dziennika *Blesk*. Jesienią 1993 roku „Ringier A.G.” przejął również *Lidové Noviny*. Większość udziałów w *Hospodářských Novinach* ma francuska grupa EUROEXPANSION (w Polsce współwydawca *Gazety Bankowej*).

Na Słowacji w 1993 roku dotychczas najpopularniejszą lewicową *Pravdu* wyprzedził *Nový Čas*, wzorowany na austriackiej *Neue Kronen Zeitung* i wydawany ze znacznym udziałem kapitału austriackiego. W obu tych krajach wiele gazet (biznesowe, wiejskie, a nawet partyjne) wydawane jest ze wsparciem i poważnym czasem udziałem kapitału niemieckiego, austriackiego i francuskiego.

Dodajmy także, że podobnie jest w sferze środków audiowizualnych. W 1990 roku francuskie FUN RADIO (ówczesny współwłaściciel: Robert Hersant) weszło do Polski; jego program retransmitowany był ponad rok przez krakowską stację RADIO MAŁOPOLSKA — FUN. Obecnie stacja jest niezależna, nazywa się inaczej (RMF — FM) i otrzymała koncesję na program ogólnopolski. FUN RADIO można nadal słuchać w Bratysławie, jest to także najbardziej popularna stacja komercyjna w Rumunii (Bukareszt).

Wchodzenie kapitału zagranicznego na rynki krajów Europy środkowej i wschodniej zaowocowało ukazaniem się tych samych tytułów w różnych wersjach językowych. Są to zarówno magazyny (jak np. *Tina* czy *Bravo* koncernu Bauera), jak też tygodniki „telewizyjne” (np. *TeleMagazyn* wydawany przez DSV Bertelsmanna).

Kapitał zachodni stał się de facto międzynarodowy już wcześniej. Niemieckie grupy wydają wiele tytułów w Austrii, także w Szwajcarii, nawet w — niechętniej inwestorom zagranicznym — Francji, gdzie, jak w Polsce, rodzima prasa kobieca została zdominowana przez „niemieckie” *Femme Actuelle* i *Prima* (Gruner + Jahr) oraz *Maxi* i *Marie-France* (Bauer). Ostatnie lata przyniosły zmianę kierunku działania. Polska jest więc największym pozafrancuskim rynkiem dla „Socpresse” Roberta Hersanta. Przedstawiciele Bertelsmanna w Polsce twierdzą publicznie, że obecnie nasz rynek jest jednym z ważniejszych celów wydawnictwa. W imieniu grupy FININVEST Berlusconiego wszedł na polski rynek mediów Nicola Grauso.

Zdobywanie polskiego rynku prasowego przez kapitał zachodni wciąż trwa. Do tej pory odbyło się kilka rund.

1. Przedbiegi

Już po nowelizacji ustawy „Prawo prasowe” w czerwcu 1989 roku pojawili się pierwsi chętni do inwestowania w polską prasę wydawcy zachodni. W tym czasie (wrzesień 1990) powstał m. in. *Dziennik Dolnośląski* we Wrocławiu z udziałem Norwegów, który jednak upadł po jakimś czasie. Pojawiają się w Polsce wysłannicy koncernów zagranicznych (m.in. Hersanta, Maxwella i Bauera), ponieważ coraz bliższa jest data podjęcia przez sejm decyzji o likwidacji RSW „PKR”.

2. Likwidacja koncernu RSW „PKR”

Kiedy parlament uchwalił (marzec 1990) ustawę o likwidacji RSW, zainteresowanie kapitału zagranicznego polską prasą wyraźnie wzrosło. W tej odsłonie najwyraźniej zwyciężył Hersant, kupując — do spółki z różnymi udziałowcami (głównie spółdzielniami dziennikarskimi oraz NSZZ „Solidarność”) — osiem dzienników, w tym jeden spoza RSW, wystawiony w tym czasie na sprzedaż (*Rzeczpospolita*). Po kilku latach okazało się, że w większości tych dzienników „Socpresse” (grupa Hersanta) ma dominujące pakiety udziałów.

Epizodem tej odsłony, choć nie najmniej istotnym, było oddawanie (nieodpłatne) różnych tytułów spółdzielniom dziennikarskim (do połowy 1993 roku — 72 tytuły na 74 planowane). Część spośród nich zmieniła po jakimś czasie status prawny i zyskała udziałowców zagranicznych (niemieckich, norweskich, szwajcarskich, także francuskich).

3. Polskie „kalki” zachodnich wydawnictw

W tym samym czasie, niejako niezależnie od głównej areny, na której likwidowano RSW, pojawiły się „balony sondażowe”; powstały wydawnictwa, których głównym zajęciem było wydawanie „kalek” pism zachodnich (w języku polskim). Były to pisma niemieckie, rzadziej szwajcarskie (lub niemiecko-szwajcarskie), a ich wydawcami było kilka polskich wydawnictw jak np. PHOENIX INTERMEDIA i PP-U „Makler” we Wrocławiu. Firma PHOENIX INTERMEDIA państwa Poniżników kategorycznie i stale odżegnuje się od powiązań z kapitałem zachodnim (niemieckim), jednak wiele śladów na takie powiązania wskazuje. W 1993 roku w budynku PHOENIXA we Wrocławiu zainstalowała się redakcja SUPER TV. Po jakimś czasie okazało się, że redakcję założyła firma PHOENIX INTERMEDIA do spółki z niemieckimi wydawcami BURDA i Gongiem.

„Kalki” PHOENIXA, jak np. *Dziewczyna* (Brisas Verlag) czy *Popcorn* (ZAG Zeitschriften Verlag) dość szybko zdobyły młodych czytelników w Polsce.

4. Filie i spółki zachodnich wydawców na rynku polskim

Kolejny etap wchodzenia na polski rynek to zainstalowanie się tutaj przedstawicielstw zachodnich wydawców (czasami były to spółki j-v z dominującym

udziałem kapitału zagranicznego). Dość wcześnie powstała spółka SCANDINAVIA — POLAND PUBLISHING HOUSE Ltd, która zaczęła wydawać takie pisma, jak *Cats*, *Extra Raport*, *Playstar International* oraz *Nie z tej ziemi*. W podobny sposób wszedł HEINRICH BAUER VERLAG, BURDA i JAHR VERLAG, potem także GRUNER-JAHR (Bertelsmanna).

5. Kolejne etapy transformacji mienia b. RSW

W roku 1993 i pierwszej połowie 1994 dokonują się przemiany własnościowe w gazetach b.RSW, oddanych nieodpłatnie zespołom dziennikarskim lub sprzedanych spółkom z udziałem grup dziennikarzy. Wejście kapitału było niezbędne bądź dla ratowania upadającej gazety, której rodzimy kapitał nie chciał lub nie mógł pomóc, bądź dla modernizacji gazety na przepełnionym rynku prasowym. Operacje takie dotyczyły wyraźniej dzienników, ale były także obecne w czasopiśmie. Koncern Hersanta kupił 99,7% akcji znajdującej się w trudnej sytuacji *Gazety Krakowskiej* (choć redakcja zawarowała sobie w umowie prawo do własnej polityki redakcyjnej i wyboru redaktora naczelnego); jednak pod koniec kwietnia 1994 roku doszło do wstępnego podpisania umowy, mocą której Hersant zdobył brakujące 0,3% od kilkunastu osób fizycznych mających udziały w *GK*. Z większym rozmachem działa natomiast Wojciech Fibak, którego niektóre pisma (*Wprost*) nazywają polskim „magnatem prasowym”. Wszedłszy w kontakt z wydawcą szwajcarskim (de facto szwajcarsko-niemieckim) Jörgiem Marquardem, dodał do posiadanych wcześniej tytułów (m. in. *Gazety Poznańskiej*, *Sportu*, *Sportu Śląskiego*, *Panoramy*, *Nart*, *Dziennika Beskidzkiego*, *Nowego Echa*, drukami w Katowicach i udziałów w drukarni poznańskiej) nowe tytuły nabyte pod szyldem Fibak-Marquard Press S.A. sp. joint-venture. Były to *Sztandar Młodych* i *Express Wieczorny* w Warszawie, które wraz z pismami śląskimi znalazły się w nowej spółce. Nabyty w początkach 1994 roku *Express Poznański* dołączył do *Gazety Poznańskiej* wydawanej przez „Fibak Investment Group” (współwłaścicielami — obok Fibaka są jego przyjaciele: Michał Stachurski, Marek Modecki i Krzysztof Bielewicz). Wojciech Fibak został też jednym z udziałowców stacji telewizyjnej NTP (Niezależna Telewizja Polska) starającej się o przydział pasma ogólnopolskiego.

Rok 1993 przyniósł także zainteresowanie się polską prasą przez Norwegów. ORKLA MEDIA — jeden z największych koncernów norweskich, działających w mediach, zainwestował pieniądze w *Słowie Polskim* i *Wieczorze Wrocławia* (Wrocław), *Głosie Pomorza* (Koszalin), *Gazecie Współczesnej* (Białystok), *Nowinach* (Rzeszów) i ostatnio — w *Gazecie Pomorskiej* (Bydgoszcz). Z tego, co wiadomo, nie jest to koniec apetytów norweskiej grupy wydawniczej, jeśli idzie o polskie media.

6. Nowe formy — nowe tytuły

Ruszyli się, być może za przykładem Marquarda, także Szwajcarzy. Wydawnictwo RINGIER A.G., obecne już w innych krajach postkomunistycznych (m. in. w Czechach, Bułgarii, Słowacji, Rumunii i na Węgrzech), zaczęło wydawać tygodnik *Cash* i jak twierdzą dziennikarze *Gazety Wyborczej* chce

zdołać udziały w *Życiu Warszawy*. W Czechach i na Słowacji „Ringier A.G.” współpracuje z niemieckim koncernem „Kirch Group”, w pozostałych krajach wschodnioeuropejskich — z amerykańską korporacją „Gannet Inc.”. „Cash” nosi nazwy: na Węgrzech — „Kape”, w Bułgarii — „Kesz”, w Rumunii — „Capital”, na Słowacji i w Czechach — „Profit”. Wydawnictwo INTER PUBLICATION A.G. zdobyło połowę udziałów w *Gazecie Robotniczej* (Wrocław) i 25% w *Dzienniku Polskim* (Kraków). Także *Przyjaciółka*, przez lata najpopularniejszy tygodnik polski, zdystansowana w 1993 roku przez *Tinę*, skłoniła się w stronę Szwajcarów; pieniądze na nową *Przyjaciółkę* wyłożył Jean Frey, właściciel koncernu Curti z Zurychu.

Dość słabo inwestują w polskie media Włosi (wyraźniej w telewizję: Berlusconi i Grauso). Po firmie Zanussi, pakiet kontrolny *Nowej Europy* zdobyła mediolańska spółka wydająca *Il Sole-24 Ore*.

Ze strony francuskiej widać jeszcze działania koncernu EUROEXPANSION (duże udziały w *Gazecie Bankowej*), duże wydawnictwo regionalne z zachodniej Francji (M. Hutin) wsparło poważnie *Tygodnik Powszechny* (połowa udziałów), mamy też informacje, że wydawnictwo „Twój Styl” prowadzi zaawansowane rozmowy z koncernem Hachette w celu wydawania w Polsce *Elle*. Z pism powstałych wcześniej należy wspomnieć *Nie*, w spółce j v „URMA” wydającej ten tygodnik ponad 48% ma udziałowiec francuski.

Kapitał amerykański wchodzi na rynek polski różnymi drogami. Dość wcześnie wsparł nowo powstający *The Warsaw Voice* (i jego wydawnictwa rozprowadzane na Okęciu i w samolotach różnych linii lotniczych). Pojawiły się potem polskie edycje pism amerykańskich, jak np. *Business Week/Polska* (wydawany przez McGraw Hill — najpierw do spółki z AGPOLEM, obecnie z firmą „Pożarowski i S-ka”); *Muscle and Fitness* (dla kulturystów), którego wydawcą jest PUMP PUBLISHING (w początkach 1994 roku zaczął ukazywać się miesięcznik *Lady Fitness*); *Świat Nauki* (polska wersja *Scientific American*), wydawany przez Science Press sp. z o.o.; *Jama* — polska wersja *The Journal of American Medical Association*; wreszcie polska wersja *Playboya*. W przygotowaniu są polskie wersje *The National Geographic* oraz *Reader's Digest*. Pojawiły się też różne wydawnictwa, głównie z kapitałem amerykańskim, wprowadzające na nasz rynek komiksy (EGMONT wydające: *Mickey Mouse*, *Donald i Spółka*, *Królik Bugs*, *Dumbo*, *Komiks Gigant*, *Asterix* oraz *Bamse*; TV SEMIC, który jest wydawcą: *Spidermana*, *GI JOE*, *Batmana*, *Supermana*, *Barbie*, *Muminków*, *Toma Jerry*, *Transformers*, *Conana*, *Green Latern*, *X-Mena*, *Punishera*, *Pixi* i *Mega Marwel* — co jakiś czas pewne pisemka są likwidowane, a w ich miejsce pojawiają się nowe). Wydawnictwo LUPUS zajęło się komputerami i wydaje: *PC Kurier*, *Enter*, *Amiga*, *CadCam*, *Forum* oraz *PCvirus*.

W 1993 roku wydawcy zagraniczni w Polsce i ich liczni przedstawiciele powołali Ogólnopolskie Stowarzyszenie Wydawców. Skupia ono oficyny wydające ponad 60 czasopism. Według danych „Ruchu S.A.” na koniec 1993 roku, wśród głównych dostawców wydawnictw periodycznych w Polsce znajduje się siedmiu członków tego Stowarzyszenia, a jeśli chodzi o wartość sprzedaży

prasy w miesiącu, przoduje Heinrich Bauer Verlag z wpływami w wysokości prawie 82 mld złotych.

Według stanu z początków 1994 roku kapitał zagraniczny posiada udziały w 56% gazet o zasięgu ogólnopolskim i 50% gazet regionalnych. Jednakże owe 56% gazet ogólnopolskich to 70% całego jednorazowego nakładu w tej grupie, zaś jeśli idzie o dzienniki lokalne — analogiczny odsetek wynosi 65%.

Udział kapitału zagranicznego w grupie czasopism obliczyć jest znacznie trudniej, ponieważ trudno ustalić „podstawę procentowania”. Jednak, nie licząc wymiennych komiksów i efemerycznych piśmiek komputerowych, w skali miesiaca ukazuje się nie mniej niż 15 mln egzemplarzy. W stosunku do podstawowego nakładu jednorazowego czasopism rozprowadzanych przez „Ruch”, wynoszącego blisko 100 mln egzemplarzy, jest to niezbyt dużo, należy jednak pamiętać, że pewna grupa tych pism (wydawanych bezpośrednio przez zagraniczne koncerny lub z dużym ich udziałem) jest licznie reprezentowana w czołowie polskich czasopism zarówno pod względem nakładu jak też poczytności, mając zarazem niskie wskaźniki zwrotów (*Tina*, a obecnie także *Przyjaciółka*, *Nie*, *Świat Kobiety*, *Tele-tydzień*, *Bravo*, *Dziewczyna*, *Popcorn*, *Super TV*, *Tele Magazyn* i inne). Owe 15 milionów przypada zatem na mniejszą grupę pism, niż inne 15 mln nakładu odnoszące się do wydawnictw polskich.

Jeżeli chodzi o uzależnienie się, choćby niewielkie, od kapitału zagranicznego, jedynie mało poczytne lub niskonakładowe pisma są bez grzechu. Duże polskie wydawnictwa jak „Prószyński i spółka”, wydawnictwo „Twój Styl” itp. także nawiązują kontakty zagraniczne (miesięcznik *Bęc* firmy Prószyński i S-ka to polska wersja francuskiego pisma dla dzieci *Pomme d'Api*, a *Twój Styl* nie tylko wychodzi sam poza granice [rosyjska wersja *TS*], ale też — jak pisaliśmy wcześniej — nawiązuje kontakty z Hachette). Średnie i mniejsze nawiązały już kontakty z wydawcami zagranicznymi lub je nawiązują.

Odpowiedź na pytanie o zasięg — ogólnych przynajmniej — wpływów kapitału zagranicznego w polskiej prasie została powyżej udzielona. Pytanie o wpływ wymaga dalszych studiów i analiz.

Próby urzędowego ograniczenia napływu kapitału zagranicznego nie wydają się zasadne. Z drugiej strony uzasadnione jest zapewne nawoływanie o ograniczenie napływu „kolorowej papki prasowej z zachodu, która przynosi obce naszej kulturze wartości”. Choć, w tej ostatniej kwestii uzasadnione byłoby zbadanie zawartości tej prasy oraz odbioru owych „wartości” przez polskich czytelników. Wówczas przyszedłby czas na bardziej konkretne wnioski.

Niewątpliwie także konieczna jest zasadnicza nowelizacja prawa prasowego, a być może także stosownych ustaw wykonawczych. Jednak niekoniecznie w celu bezwzględnego zahamowania dopływu kapitału zagranicznego.

JAN JIRAK, BARBARA KÖPLOVÁ, OTOKAR SOLTYS

SYTUACJA DZIENNIKÓW W REPUBLICE CZESKIEJ

W dniach 23-24 listopada 1993 r. odbywała się w Krakowie zorganizowana przez Środkowoeuropejskie Centrum Dokumentacji Badań nad Komunikowaniem Masowym (CE-COM) i Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ konferencja międzynarodowa KOMUNIKACJA SPOŁECZNA W ZMIENIAJĄCEJ SIĘ EUROPIE ŚRODKOWEJ. Z wygłoszonych wówczas referatów, zgodnie z zapowiedzią zawartą w sprawozdaniu z tej konferencji (*Zeszyty Prasoznawcze* 1993, nr 3-4, s. 181-182) drukujemy w polskiej wersji językowej teksty: J. Jiraka, B. Köplovej i O. Soltysa; V. Holiny, L. P. Jewsiejewej, M. Comana, R. Filasa; M. Gieruli i M. Jachimowskiego; A. Słomkowskiej, M. Kozak i J. Zielińskiego oraz I. Dobosz. Wyłaniający się z tych referatów obraz mediów w Europie Środkowej uzupełniają polskie przekłady rozdziałów poświęconych w Bułgarii i Węgrom z pracy „A Report on Freedom of the Media in Eastern Europe and in the Countries of the Former Soviet Union”, opracowanej i wydanej przez The Transatlantic Dialogue on European Broadcasting. Rozdziały te drukujemy za uprzejmą zgodą twórców całego raportu.

Rok 1989, szczególnie jego koniec, przyniósł zasadnicze zmiany społecznej i politycznej struktury państwa, ukształtowanej według wzoru późnego Związku Radzieckiego. System polityczny, zbudowany na własności państwowej w oparciu o zasadę nazywaną „realnym socjalizmem”, został zastąpiony przez wracający system, oparty na własności prywatnej. Ta zasadnicza zmiana dotyczy bezpośrednio struktury własności mediów, ich organizacji, zachowywania się i zakresu ich oferty. Dziś już możemy podsumować procesy rozpoczęte w roku 1989. Dzięki dostępnym danym z innych krajów postkomunistycznych można powiedzieć, że procesy związane z restrukturyzacją mediów przez ostatnie cztery lata są w bardzo podobne w takich państwach jak Polska, Rosja, Węgry, Słowacja itp. Jesteśmy przekonani, że sytuacja w prasie w Republice Czeskiej, którą chcemy tu przedstawić, jest w pewnym sensie odzwierciedleniem rozwoju mediów w pozostałych wymienionych krajach.

Mimo zasadniczych zmian jakie zaszły od listopada 1989, obecna sytuacja prasy czeskiej przypomina stan sprzed listopada 1989 roku.

Sytuacja przed listopadem 1989 roku

Sytuację przed listopadem 1989 roku przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Wybrane dziennik krajowe, wydawane w Republice Czeskiej pod koniec 1989 roku

Tytuł	Wydawnictwo	Wydawca	Nakład (tys.)
Rudé Právo	Rudé Právo	KSČ	1 132
Svobodné Slovo	Melantrich	ČSS	500
Práce	Práce	ROH	395
Zemědělské Noviny	Rudé Právo	ČMZ	385
Lidová Demokracie	Lidová Demokracie	ČLS	330
Mladá Fronta	Mladá Fronta	SSM	300

Wielkość nakładu gazet pod bezpośrednią kontrolą Partii Komunistycznej (*Rudé Právo*, *Mladá Fronta*) była prawie taka sama, jak wielkość nakładu innych dzienników, które były pośrednio kontrolowane przez tę partię.

Sytuacja po listopadzie 1989 roku

W euforii pierwszych tygodni po listopadzie 1989 roku wydawało się, że transformacja mediów w Czechosłowacji będzie potrzebować nie więcej czasu, niż rozpad narzędzi represji stosowanych w poprzednich czterdziestu latach funkcjonowania totalitarnych zasad. Oczekiwano i spodziewano się szybkiej transformacji sposobu działania mediów.

Nowe prawne ramy działalności mediów były tworzone stopniowo, począwszy od serii poprawek do prawa prasowego z lat 1966 i 1968. Wprowadzone w ten sposób zmiany w mediach Republiki Czeskiej nie zmierzały do transformacji istniejących mediów masowych, lecz do kształtowania całkowicie odmiennego modelu komunikacji masowej.

Najbardziej uderzające zmiany po 1989 roku, co jest zrozumiałe, dokonały się w sferze własności. Ze względu na różnice charakteru prasy regionalnej i ogólnokrajowej, zmiany, które zaszły w tych dwu typach mediów, dokonywały się w różnym tempie, w różny sposób i często z różną motywacją.

Na rozwój stosunków między właścicielami i redaktorami prasy wyraźny wpływ wywierały także ramy prawne. Do początku 1990 roku status redaktora nie był określony żadnymi przepisami, które można by stosować w nowej sytuacji. Szukano luk w obowiązujących ramach prawnych. To doprowadziło do dwóch przeciwstawnych tendencji — z jednej strony, redaktorzy gazet (pracujący dziennikarze) pragnęli zmienić kondycję własnej pracy (by się „oswobodzić”), z drugiej — wydawcy próbowali utrzymać status quo lub przynajmniej utrzymać kontrolę nad zachodzącymi zmianami, np. przez przekształcanie gazet partyjnych w niezależne wydawnictwa.

Tylko po przyjęciu nowego ustawodawstwa (a szczególnie prawa, które uznaje, że „gazety” są własnością taką samą jak inne jej rodzaje), były możliwe zmiany także w dziedzinie własności.

W latach 1990-1992 można było zaobserwować kilka podstawowych tendencji zmiany w czeskiej prasie, szczególnie w czasopiśmie o krajowym zasięgu. Wiele z tych tendencji miało wspólne cechy z rozwojem w mediach regionalnych, lecz niektóre były typowe tylko dla periodyków ogólnokrajowych:

— gazety formalnie należące do partii politycznych pozostają w rękach dawnych wydawców, lecz nie określają się już jako organy partii (*Svobodné Slovo*, *Lidová Demokracie*);

— gazety formalnie wydawane przez partie polityczne lub licencjonowane organizacje zostają sprzedane i stają się własnością prywatną. (Wydawana przez „Rudé Právo” gazeta *Večerní Praha* — 1 stycznia 1990 została przekształcona w prywatny dziennik *Večerník Praha*, podobnie jak *Občanský deník*, który powstał jako środkowoczeski dziennik regionalny — *Svoboda* i został następnie przekształcony w *Český Deník*, którego właścicielem jest prywatny przedsiębiorca);

— gazety uniezależniają się od swych pierwotnych wydawców wskutek jednostronnej akcji redaktorów (*Mladá Fronta*, *Rudé Právo*);

— powstają zupełnie nowe poważne dzienniki (np. *Noviny*, *Metropolitan*, *Prostor*, *Telegraf*); jednak z końcem 1992 roku tytuły te okazały się niezdolne do życia ze względów finansowych i połączyły się w jeden dziennik pod wspólnym tytułem *Telegraf*;

— powstają nowe masowe tabloidy komercyjne (*Český Expres*, *Špigl*, *Blesk*);

— zespoły redakcyjne niektórych gazet, wydawanych przez przedsiębiorstwa państwowe, dzielą się i wydają paralelną gazetę pod trochę zmienionym tytułem, np. *České a Moravskoslezské Zemědělské Noviny* (pierwotnie *Zemědělské Noviny*, wydawane przez Ministerstwo Rolnictwa);

— gazety tygodniowe przekształcają się w codzienne (tygodnik *Hospodářské Noviny* — od 21 maja 1990 roku ukazuje się jako dziennik).

W tym samym okresie wielu wydawców prasy codziennej walczyło z poważnymi trudnościami finansowymi (np. wskutek stanu technicznego wyposażenia), w wyniku czego decydowało się sprzedać większą lub mniejszą część swego przedsiębiorstwa partnerom zagranicznym. Np. 11 grudnia 1991 *Mladá Fronta Dnes* utworzyła nowe wydawnictwo w partnerstwie z wydawcą francuskim „Socpresse”, podczas gdy *Hospodářské Noviny* przyjęły „Euroexpansion” jako akcjonariusza mniejszościowego.

Jak z tego widać, w roku 1990 pierwotnie jasna i organizacyjnie przezroczysta struktura należąca do partii politycznych i organizacji społecznych, praktycznie rozpadła się. Z rozbudowanej na wielką skalę prasy partyjnej chyba tylko jeden organ Partii Komunistycznej przeżył do 1992, to jest *Haló Noviny*, które jednak nie przyznają się w podtytule do swych partyjnych powiązań, lecz określają się jako „dziennik opozycyjny”.

Dziennik socjaldemokratyczny *Právo Lidu* został pierwszy sprzedany w czerwcu 1992 roku (za 1000 koron czeskich, tzn. 36 USD po obecnym kursie wymiany)

nieznanej firmie austriackiej i został poddany gruntownej przebudowie graficznej i edytorskiej, lecz przed końcem tego samego roku wypadł z rynku.

W przeciwieństwie do innych krajów tzw. bloku wschodniego, w szczególności Polski, bardzo niewiele nowych periodyków utworzonych zostało na bazie wcześniejszych publikacji drugiego obiegu. Wyjątek stanowią tylko *Lidové Noviny*, dziennik założony w 1883 roku, który został zamknięty w okresie powojennym.

We wrześniu 1987 roku wydano numer próbny odrodzonych *Lidových Novin* w trzydziestu egzemplarzach; następny ukazał się w grudniu. Mimo różnych trudności, pierwszy właściwy numer został opublikowany w styczniu 1988 roku, a do listopada 1989 roku wydano ogółem 23 regularne wydania i dwa specjalne. Nakład każdego wydania wynosił zwykle w regionie 450 egzemplarzy, lecz całość nakładu w obiegu szacuje się na 10 000 egzemplarzy. W listopadzie 1989 roku zostało wydane pierwsze profesjonalne wydanie w nakładzie 600 000 egzemplarzy, a w styczniu 1990 roku wydawca utworzył własny koncern wydawniczy „*Lidové Noviny*”. *Lidové Noviny* były wydawane na początku dwa razy w tygodniu, a od kwietnia 1990 ukazują się jako dziennik.

Rozwój nakładu dzienników

Z początkiem 1990 roku zwiększonemu zainteresowaniu publiczności szybko następującymi wydarzeniami politycznymi wyraźnie odpowiadała polityka redakcyjna w prasie codziennej. Zainteresowanie to utrzymywało się mniej więcej do czerwcowych wyborów 1990 roku. W okresie tym gazety nie tylko odnotowały niezwykły wzrost nakładu, lecz także trwały i wysoko zwiększanie się ich liczby.

W drugiej połowie 1990 roku nastąpiło zauważalne zatrzymanie wzrostu zainteresowania czytelników polityką, a następnie dał się zaobserwować stopniowy, choć niewielki spadek czytelnictwa gazet.

Od listopada 1990 roku, kiedy przeciętny czytelnik w Republice Czeskiej czytał 2,4 dzienniki, a prawie czwarta część dorosłych czytelników czytała trzy tytuły a nawet więcej, wielkość ta spadła do końca 1991 roku do 1,1 tytułu na czytelnika.

Przynajmniej częściową przyczyną tego spadku czytelnictwa był wzrost cen gazet od stycznia 1991 roku, a także ogólny wzrost kosztów utrzymania, spowodowany uwolnieniem cen.

Do innych ważnych czynników sprzyjających załamaniu się czytelnictwa należały:

- stopniowy spadek instytucjonalnej prenumeraty prasy codziennej przez organizacje; jednocześnie zmniejszyła się liczba zamawianych tytułów i liczba egzemplarzy poszczególnych dzienników;

- wzrost objętości poszczególnych tytułów (w sensie liczby stron), co dało „efekt nasycenia”, powodujący, że ludzie nie chcą czytać kilku różnych tytułów;

- jednoczesna stopniowa specjalizacja gustów czytelników i samej oferty wydawniczej (prasa poważna, tabloidy, pisma wieczorne, prasa ogólnokrajowa i regionalna).

Proces ten skończył się w 1991 roku, co przedstawia tabela 2. Pokazuje ona ważniejsze dzienniki o zasięgu ogólnokrajowym, uporządkowane według preferencji czytelników w całej Republice Czeskiej w końcu 1992 roku.

Tabela 2. Czeskie dzienniki o zasięgu ogólnokrajowym
uporządkowane według preferencji czytelniczej (dane z 1992 roku)

Tytuł	czytany wczoraj (w % czytelników)	czytany w ostatnim tygodniu (w % czytelników)
<i>Mladá Fronta Dnes</i>	19	30
<i>Rudé Právó</i>	12	19
<i>Zemědělské Noviny</i>	9	14
<i>Špigl</i>	8	16
<i>Lidové Noviny</i>	8	12
<i>Svobodné Slovo</i>	7	12
<i>Práce</i>	7	12
<i>Československý Sport</i>	7	10
<i>Český Expres</i>	5	8
<i>Lidová Demokracie</i>	5	7

Preferencje czytelnicze w wyborze prasy codziennej, czytanej regularnie, wykazują również wyraźną zbieżność z politycznymi sympatiami czytelników. Np. 48% wyborców, którzy poparli ČSL czyta *Lidová Demokracie*, co trzeci z głosujących na ODA (31%) czyta *Lidové Noviny*, więcej niż połowa (55%) z głosujących na Partię Komunistyczną czyta *Rudé Právo* a trzecia część — *Špiгла*. Wśród głosujących na ODS 35% czyta *Mladą Frontę Dnes*, 18% *Lidové Noviny*, 14% — *Svobodné Slovo*, 14% — *Zemědělské noviny* i 10% — *Telegraf*.

Okres lat 1989-1992 charakteryzował się gwałtownymi zmianami modelu własności w sferze mediów; od wstępnej hossy i ostrego wzrostu czytelnictwa po stopniową stabilizację na scenie mediów. Można przyjąć, że radykalna zmiana systemu politycznego, mająca formę „aksamitnej rewolucji”, doprowadziła do rozwiązania struktur przedrewolucyjnych prasy codziennej i dominujące dzienniki usuniętego systemu nie będą dalej kontynuowane. Praktyczne wyniki tego rozwoju nie dają argumentów dla przyjęcia takiej przesłanki, jak to widać w tabeli 3.

Tabela 3. Czeskie dzienniki o zasięgu ogólnonarodowym
uporządkowane według preferencji czytelniczej w oparciu o dane z trzeciego kwartału 1993 roku

Tytuł	czytane wczoraj (% czytelników)	liczba czytelników (w tysiącach czyteln.)
<i>Blesk</i>	24,4	2026
<i>Mladá Fronta Dnes</i>	16,6	1383
<i>Rudé Právó</i>	13,0	1078
<i>České a Msl. Zem. N.</i>	6,9	573
<i>Práce</i>	6,2	515
<i>Svobodné Slovo</i>	4,8	399
<i>Sport</i>	4,8	399
<i>Lidové Noviny</i>	4,8	399
<i>Hospodářské Noviny</i>	4,6	382
<i>Moravskoslezský den</i>	3,8	315

Z grzeczności można zapytać — dlaczego? Przyjęcie odpowiedzi najprostszej, że nakład prasy codziennej jest wyrazem woli politycznej i oczekiwań czytelników, wydaje się zbyt prostym wyjaśnieniem zjawiska bardziej złożonego. Wola polityczna obywateli Czech, by się określić jako zorientowani prawnicowo, jest najmocniej odczuwana. Drugie proste wyjaśnienie, że jakość prawnicowo zorientowanych gazet nie jest dobra, a nawet porównywalna np. z *Rudým Pravem*, nie może być brane jako prawda. Istniał bowiem absolutnie najwyższej jakości dziennik (druk, fotografie, zawartość i poziom dziennikarski) pt. *Prostor*, którego edycja została obecnie przerwana. Możemy więc zaproponować rozwiązanie metaforyczne. Nie możemy wyjaśnić tej sytuacji przy pomocy młodego Ludwiga Wittgensteina (młodego Wittgensteina z okresu „Traktatu logiczno-filozoficznego”), kiedy mamy możliwości, by wyjaśnić przez starego Wittgensteina z okresu „Dociekań filozoficznych”. Po czterech latach jest jasne, że *gra językowa* reprezentowała strukturę czeskich dzienników i ich nakładów; opiera się na tradycyjnych regułach powierzchownego konwensu pomiędzy dziennikami i ich czytelnikami, który przechodzi z okresu przedrewolucyjnego do porewolucyjnego, bez zasadniczych zmian. Zasady te są tak subtelne, że przenikają świadomościowe sito przekonywania politycznego. Są one tak „naturalne”, że działają poza racjonalną i świadomościową kontrolą. By je zmienić, należy je zastąpić innymi konwencjami, by podjąć nowe gry językowe. O ile wiemy, żaden prawnicowo zorientowany podmiot nie wydał dość pieniędzy i nie poświęcił dosyć czasu, by to zrobić.

Przełożył z angielskiego
Ignacy S. Fiut

VLADIMIR HOLINA

PRZEMIANY W MEDIACH W SŁOWACJI

Zmiany w komunikowaniu masowym, które się dokonały w Słowacji z początkiem lat dziewięćdziesiątych, są swoiste dla tego kraju. Dogmatyzm oraz ideologiczna nietolerancja typowe dla okresu od militarnej okupacji Czechosłowacji w 1968 po rok 1989, oddziaływały silniej niż gdzie indziej na same media i na dziennikarzy. Z tego względu zmiany, które zaszły w listopadzie 1989, były bardziej radykalne niż w tych krajach, w których reformy wprowadzano stopniowo. W Federacji Czesko-Słowackiej silne były tendencje centralistyczne w kierownictwie mediów masowych, choć na Słowacji istniało narodowe radio i telewizja, a prasa była publikowana zarówno po słowacku, jak i w językach mniejszości. Powstanie Republiki Słowackiej 1 stycznia 1993 stworzyło nową sytuację w sferze komunikowania. Federalna telewizja, federalne radio i federalna agencja prasowa zostały rozwiązane. Nowa sytuacja wymagała zbudowania nowych, narodowych instytucji tego rodzaju.

Najistotniejsze zmiany komunikacji masowej nastąpiły na czterech poziomach:

- prawnym (zmiana prawnego statusu instytucji komunikowania),
- organizacyjnym (zmiana bazy instytucjonalnej),
- ekonomicznym (zmiana warunków ekonomicznych),
- odbiorczym (zmiana publiczności poszczególnych mediów).

Wydarzenia z końca 1989 zadecydowały o kierunkach rozwoju w dziedzinie mediów. Zniesienie artykułu Konstytucji stanowiącego o przewodniej roli partii (grudzień 1989) przekreśliło także formalnie monopolistyczną pozycję Komunistycznej Partii Czechosłowacji zarówno w sprawowaniu władzy politycznej, jak w sferze mediów. Kiedy w ostatnich dniach listopada partia komunistyczna straciła swoją pozycję, w mediach oczywistą koniecznością stało się stworzenie prawnych podstaw dla tych zmian. W wielu przypadkach rzeczywistość wyprzedzała reformy. Bodaj najważniejszą z nich była nowelizacja prawa prasowego (ustawa nr 81/1966) z marca 1990 (ustawa nr 86/1990), która stworzyła nowe możliwości prywatnej inicjatywy w sferze mediów. Obecnie prawo prasowe zezwala na udział kapitału zagranicznego w wydawaniu prasy. Nie ma jednak obowiązku publikowania danych o właścicielach wydawnictw periody-

cznych. Jednakże, mimo udziału kapitału zagranicznego w wydawaniu wielu periodyków, ograniczenia tej partycypacji nie są oznaczone dokładnie. Pod koniec 1992 (ale jeszcze przed rozpadem CSFR), rozwiązania prawne tworzyło Zgromadzenie Narodowe CSFR i Izby Czeska i Słowacka Zgromadzenia Narodowego. Ustawy federalne obowiązywały także po rozpadzie federacji. Nowelizacja prawa prasowego obowiązuje nadawców razem z ustawą nr 486 o kierowaniu radiem i telewizją (dotyczy to byłego państwowego radia i telewizji, a także nowej grupy nadawców, która powstała na podstawie przyznanych koncesji). Ustawa modyfikuje warunki nadawania za pośrednictwem systemu kablowego i ustanawia komisję parlamentarną dla przyznawania koncesji. Słowacka Izba Zgromadzenia Narodowego przyjęła ustawy o słowackiej telewizji i radiu (nr 254 i 255), które weszły w życie w maju 1991. Zgodnie z nimi, słowackie radio i telewizja są niezależnymi instytucjami publicznymi. Warto wspomnieć o niektórych kontrowersjach, jakie powstają podczas szczegółowych analiz wspomnianych aktów prawnych. Dotyczy to zwłaszcza Słowackiej Izby Telewizyjnej i Słowackiej Izby Radiowej — organów, które mają strzec obiektywności i niezależności publicznego radia i TV. Fragmenty ustawy, które dotyczą obu Izb, były poprawiane dwa razy (ustawy nr 482 i 483 z października 1992, ustawa nr 166 z lipca 1993). Nowa konstytucja została uchwalona 1 października 1993 po utworzeniu niezależnej Republiki. Artykuł 26 konstytucji mówiący o prawach politycznych, gwarantuje wolność słowa zgodnie z międzynarodowymi paktami praw człowieka. W czerwcu 1993 Zgromadzenie Narodowe Republiki Słowackiej przyjęło ustawę nr 186 o przydziale częstotliwości fal radiowych i telewizyjnych, regulującą warunki funkcjonowania radia publicznego w relacjach z nowymi, licencjonowanymi nadawcami. Nowelizacja objęła także — z powodu nowej sytuacji — ustawę federalną nr 486 z 1991 o przekazach radiowych i telewizyjnych. Rekonstrukcja podstaw prawnych mediów masowych w Słowacji umożliwiła dokładniejszą analizę problemów i konfliktów, które towarzyszą tworzeniu i wprowadzaniu w życie rozwiązań prawnych. Z jednej strony bardzo wyraźne stają się wysiłki w kierunku zbliżenia prawa prasowego do europejskich standardów, z drugiej, ścierają się różne interesy podmiotów politycznych, szczególnie w mediach, których wpływu na społeczeństwo trudno nie dostrzegać.

Obecny stan prasy periodycznej jest rezultatem jej rozwoju po 1989. W tym czasie zmienione zostały zarówno stosunki własnościowe, jak i warunki ekonomiczne wydawania prasy. Rozwój ten był stymulowany przez państwo nie wprost, lecz za pomocą systemu podatkowego, stopy oprocentowania kredytów, cen itd. Istniejące obecnie podstawy instytucjonalne prasy były tworzone w sytuacji antagonistycznej, która się charakteryzuje liberalizacją warunków wydawania prasy z jednej strony i wzrostem kosztów produkcji oraz problemami ze sprzedażą z drugiej. Obecnie (1993) na Słowacji ukazują się 753 czasopisma. W porównaniu z rokiem 1989 jest ich dwa i pół raza więcej, szczególnie wydanie wzrosła liczba periodyków sublokalnych. Tak szybki wzrost liczby publikowanych tytułów rekompensował 20 lat stagnacji systemu prasowego, kiedy to struktura prasy nie reagowała na zmiany zainteresowań i potrzeb odbiorców.

Inną przyczyną była liberalizacja działalności wydawniczej oraz zniesienie systemu licencjonowania prasy. Liczba wydawanych dzienników wzrosła z 12 do 20. Większość z nich skupia się w Bratysławie (14), pozostałe (w tym 3 popołudniówki) ukazują się w innych większych regionach poza Bratysławą. Jak z tego wynika, choć liczba gazet uległa zmianie, ich struktura terytorialna pozostała nienaruszona. Nieliczne próby wydawania nowych dzienników zakończyły się niepowodzeniem. Mimo wzrostu liczby tytułów nastąpił wyraźny spadek jednorazowego nakładu całej prasy codziennej, a także spadek średniego nakładu jednej gazety (106,9 tysięcy w 1989 do 60,2 tysięcy w 1993). Czasopism o krajowym zasięgu jest więcej dwukrotnie (z 192 w 1989 do 414 w 1993), liczba tytułów społeczno-politycznych trzy razy większa. Liczba czasopism specjalistycznych, adresowanych do grup demograficznych i grup interesu zwiększyła się dwukrotnie. Wzrost tytułów prasy naukowej (1,3%) i zawodowej (1,9%) jest relatywnie wolniejszy; ten rodzaj prasy dotknięty był stagnacją także przed 1989. W porównaniu z dziennikami jednorazowy nakład czasopism jest wyższy o 60%, ale jednocześnie średni nakład jednego z nich jest niższy o 30%.

Mimo tych na ogół pozytywnych zmian nie brak też niekorzystnych. Na przykład: choć w zeszłym roku ogólna liczba wydawanych w kraju tytułów wzrosła o 27, to w tym samym okresie 97 tytułów zostało zlikwidowanych, 124 utworzono, a 31 zmieniło częstotliwość ukazywania (zwykle była to mniejsza frekwencja). Te liczby dobrze ilustrują niestabilność działalności prasowo-wydawniczej. Wydawanie prasy sublokalnej także uległo poważnym przemianom. W 1989 wydano 122 gazety okręgowe i zakładowe. W następnym roku 319 tytułów gazet i czasopism tego rodzaju było rozprowadzanych w regionach i w mniejszych jednostkach terytorialnych. Pojawiły się także nieznane dotąd rodzaje prasy: gazety miejskie i samorządowe, regionalne czasopisma reklamowe itp. W ostatnich trzech latach decydujący wpływ na rozwój prasy wywierały warunki ekonomiczne. W 1989 prasa nie płaciła podatków, a istotna część tytułów była subsydiowana. W 1990 prasa nadal nie była opodatkowana, a jednocześnie wiele organizacji, instytucji i podmiotów politycznych dotowało wydawanie prasy. Od 1991 został wprowadzony podatek obrotowy. Wynosił on 22% w okresie od 1 stycznia do 15 maja. Od 15 maja podatek obrotowy zmniejszono 11%, wprowadzono 20% podatek od wynagrodzeń, ponadto obowiązuje podatek dochodowy w wysokości 55%. W tym samym czasie bezpośrednio i pośrednio koszty produkcji istotnie wzrosły, co spowodowała dewaluacja pieniądza, a także liberalizacja cen. Poza tym musimy wziąć pod uwagę, że rynek reklamy nie był wówczas zbyt mocno rozwinięty, a wpływy z niej wynosiły przeciętnie jedynie 10% ogólnych przychodów redakcji. Ostatecznie ciężar ekonomiczny muszą ponosić czytelnicy, ponieważ ceny okresowo wzrastają, a ich wzrost wiąże się z ogólnym wzrostem kosztów utrzymania. Zobowiązania podatkowe pozostały niezmienione w 1992. Jednakże koszty produkcji i koszty obsługi stale wzrastały. W ostatnim kwartale roku znaczny wzrost opłat pocztowych dotknął również prasę, to spowodowało podwyżkę kosztów kolportażu, a co za tym idzie cen wydawnictw periodycznych. (Na przykład: ceny dzienników są średnio 1 SK wyższe.) Od początku 1993 wprowadzono 5%

podatek VAT od towarów i usług, oraz 23% podatek od reklamy. Opodatkowanie wynagrodzeń wzrosło z 20 do 50%, a wydawcy muszą także ponosić koszty związane z obsługą prawną i sferą ubezpieczeń socjalnych. Podatek dochodowy został zredukowany z 55 do 45%. Wspomniany wzrost kosztów produkcji z 5 do 10% został spowodowany dewaluacją korony słowackiej w 1993. W połowie roku podatek VAT wzrósł z 5 do 7% i z 23 do 25%. Chociaż wpływy z reklamy rosną (w przybliżeniu 10% rocznie), wydawcy borykają się z innymi kłopotami płatniczymi oraz mieli problemy z płatnościami ze strony Republiki Czeskiej. W obliczu tych faktów jasne się staje, że obecne warunki nie sprzyjają wydawnictwom prasy, choć zmieniają się z roku na rok. Wzrost cen wydawnictw periodycznych spowodował problemy ze sprzedażą — szczególnie jeżeli chodzi o dzienniki — a także przyczynił się do obniżki siły nabywczej czytelników.

Rozwiązania skomplikowanych problemów związanych z niesprzyającą sytuacją ekonomiczną wpływającą na wydawanie prasy musimy szukać szczególnie w systemie pośredniego wspierania prasy, występującym w krajach o rozwiniętej gospodarce rynkowej, a mającym na celu ochronę demokracji i pluralistycznej prasy (liberalne systemy podatkowe, różne formy pośredniego wspierania wydatków, korzystne oprocentowanie kredytów, dotowanie krajowej produkcji papieru itd.). Społeczne funkcje prasy realizują się w jej kontaktach z publicznością. Zmiana publiczności jest warunkowana zmianami struktury samej prasy, struktury ludności, zmianą wyznawanych przez nią wartości i opinii, orientacji. Niezwykle ważnym czynnikiem jest spadek siły nabywczej rodzin.

Czytelnictwo prasy codziennej rozwija się nie tak korzystnie jak sama prasa. Od 1989 można zaobserwować spadek liczby regularnych czytelników (więcej niż 10%); 72,2% dorosłych czyta dzienniki regularnie, 17,3 nieregularnie, a 10,0% nie czyta ich w ogóle. Czytelnictwo prasy codziennej jest znacznie spolaryzowane, utworzyła się grupa obywateli, którzy wykazują głęboko rozwiniętą potrzebę dostępu do aktualnej informacji społeczno-politycznej i ekonomicznej. Owa grupa poświęca obecnie prasie więcej uwagi w porównaniu z minionym okresem, 33,4% tej grupy czyta dwa tytuły, a 11,2% nawet trzy. W tym samym czasie zwiększa się bezustannie liczba ludzi, którzy w ogóle nie czytają prasy, przeważnie z powodów finansowych (wzrost cen prasy i spadek siły nabywczej ludności). Równolegle z tym stanem rzeczy, pogłębiają się różnice interesów i opinii, widoczne są zmiany w czytelnictwie poszczególnych tytułów (identyfikacja czytelników z gazetami ma znaczenie szczególnie w połączeniu z ich regularnym czytelnictwem). 89,9% populacji czyta czasopismo, liczba nie czytających wynosi nieco ponad 5%, za to aktywna czytelniczo część mieszkańców korzysta z 2-3 tytułów (regularnie lub nieregularnie). Analiza rozwoju prasy wykazała, że jest istotne wyznaczenie głównych celów polityki informacyjnej, uwzględniającej podłoże ekonomiczne, równoległe z zachowaniem pluralizmu i wolności słowa w prasie. Zgodnie z doświadczeniami rozwiniętych krajów konieczne jest stworzenie specjalnego systemu pośredniego wspierania prasy (dla wszystkich wydawnictw periodycznych), w sferze podatkowej, oprocentowania i cen.

Tłumaczył Jacek Kołodziej

MIHAI COMAN

DZIENNIKARSTWO RUMUŃSKIE W OKRESIE PRZEJŚCIOWYM 1990-1992

W grudniu 1989 roku, kiedy rewolucja zmiotła dyktaturę Ceausescu, rumuńscy dziennikarze, ich czytelnicy i zagraniczni obserwatorzy zgodnie widzieli w mediach instrument rewolucji. Można powiedzieć, że zaczęto traktować środki przekazu jako czynnik zmian, jako element społecznej i politycznej metamorfozy, a nie jako neutralną instytucję, która ma dostarczyć informacji.

Takie potraktowanie społecznej roli mediów, którą ujmuje się w kategoriach gry rewolucyjnej, świadczy o tym, że wspólne dla rumuńskich dziennikarzy wartości są nadal mocno zakorzenione w przeświadczeniu, iż główną rolą mediów jest wychowywanie społeczeństwa. Zastanawiające, że mimo erupcji nowej prasy w Rumunii, mimo decentralizacji rumuńskich środków przekazu, mimo całkowitej wolności wypowiedzi, mimo szerokich kontaktów z prasą na Zachodzie i z zachodnią etyką obiektywnego informowania, nadal wierzy się, że rolą środków przekazu winno być przekonywanie obywateli, na kogo mają głosować, kogo popierać, a kogo zwalczać, czy też wyrażanie własnych sądów wartościujących i opinii.

W roku 1990 powstało w Rumunii mnóstwo nowych, atrakcyjnych dla czytelnika, różnicowanych tematycznie i gatunkowo pism i gazet. Tak szybki rozwój rynku prasowego traktowano jako element odrodzenia narodu. Ludzie chorowali na „gorączkę prasy”, której zasięg był trudny do ogarnięcia. W tamtym czasie widok setek ludzi stojących codziennie w długich kolejkach, by kupić stos gazet, nie był rzadkością.

Codzienny nakład dzienników *România Libera* i *Adevarul* sięgał miliona egzemplarzy, a tygodniowych magazynów, takich jak *Zig Zag* czy *Expres*, wynosił zwykle około 40-50 tysięcy egzemplarzy. Wymienione dane należy dopasować do dwudziestu trzech milionów osób, które stanowią całą ludność

Rumunii. Wyniki badań, przeprowadzonych przez Rompres, a opublikowane w czerwcu 1991 roku, potwierdzają, że w końcu 1990 roku w Rumunii było zarejestrowanych 1468 pism (w tym 1379 rumuńskich i 89 w innych językach). Badania uwzględniały dzienniki, tygodniki i miesięczniki, zarówno o zasięgu ogólnokrajowym, jak i lokalnym.

Rumuńska telewizja nadawała codziennie od 13 do 15 godzin programu. Porównanie danych Głównego Urzędu Statystycznego Rumunii pomaga zrozumieć wielkość zmian: łączny czas nadawania programu telewizyjnego wynosił w 1961 r. — 1369 godzin, w 1968 r. — 2931 godzin, w 1989 r. — 1795 godzin, a w roku 1991 — 8855 godzin. Z tych samych źródeł wiadomo, że na sto rodzin przypadało wtedy 61,9% odbiorników telewizyjnych i 93,1% odbiorników radiowych.

Zreformowane także narodową radiofonie; po reorganizacji radio zaczęło nadawać bardziej zróżnicowane programy na trzech kanałach o zasięgu ogólnonarodowym („Redakcja Programów Informacyjnych” — przez całą dobę, „Redakcja Kulturalna” — 16 godzin na dobę, „Redakcja Młodzieżowa” — 15 godzin dziennie). Poza tym rozpoczęło pracę także sześć stacji lokalnych (nadających mniej więcej po 12 godzin dziennie) oraz stacje komercyjne (pięć w samym Bukareszcie), które, nadając głównie muzykę, szybko zdobyły sobie dużą popularność.

Wyniki badań przeprowadzonych na zlecenie „Fun Radio” przez Centrum Socjologii Miasta pokazują, że 84,9% respondentów słucha programów państwowego radia, a rozgłośnie prywatne nadające w stolicy mają następujący odbiór: 24,8% respondentów słucha programów „Fun Radio”, 22,8% — „Uni Plus”, 21,5% — „Radio Contact”, 7,8% — „Radio Nova” i 6,8% — „Radio Delta”. Na pytania, dlaczego wybrali właśnie tę rozgłośnie, 60% badanych odpowiedziało, że ze względu na dobrą jakość programów muzycznych. Tylko 19% respondentów odpowiedziało, że przyczyną wyboru danej stacji radiowej były programy informacyjne¹.

Po upadku reżimu komunistycznego także mniejszości etniczne rozszerzyły w Rumunii ofertę swych mediów. Mówiacy po węgiersku mogą teraz czytać 115 węgierskich pism (w czasach rządów Ceausescu było ich tylko 28), z których osiem jest wydawanych w Bukareszcie i następnie rozpowszechnianych w regionach zamieszkałych przez Węgrów; pozostałe powstają w następujących miastach tych regionów: 30 w Cluj, 10 w Tirgu Mures, 12 w Covasna, 10 w Harghita. Przedstawiciele innych mniejszości narodowych wydają mniej pism: 9 po niemiecku, 2 po ormiańsku, 3 po bułgarsku, 3 po ukraińsku, 2 po serbsku. Także telewizja i radio rumuńskie, jak również stacje i rozgłośnie lokalne, nadają audycje skierowane do mniejszości, które trwają od 3 do 6 godzin tygodniowo².

Szybki rozwój mediów w Rumunii został spowodowany nie tylko ogromnym popytem potencjalnych odbiorców, lecz także stosunkowo niskimi ko-

¹ *Expres Magazin*, 1991, nr 25.

² *Expres Magazin*, 1992, nr 9.

ształmi produkcji środków przekazu. Na przykład, niskie koszty wydawania gazety wynikały z ciągle dofinansowywanych przez państwo cen papieru, energii, transportu czy nawet siły roboczej. Stwarzało to szczególnie korzystną sytuację dla wydawców prasy, która — rozchodząc się w milionach egzemplarzy — zapewniała krociowe zyski. Można nawet powiedzieć, że wydawanie gazety stało się dla wszystkich chętnych szybkiego zysku czymś w rodzaju eldorado.

Polaryzacja sceny politycznej dodatkowo wspomogła powyższy proces. Media, głęboko zaangażowane w walkę polityczną, stały się szybko terenem wymiany opinii. Z jednej strony, polityczny dyskurs był gatunkiem zrozumiałym przez wszystkich wykształconych odbiorców; z drugiej — obfitość wydarzeń zrodziła iluzję, że gromadzenie i rozpowszechnianie wiadomości to bardzo proste zajęcie, nie wymagające ani profesjonalnego przygotowania, ani mocnego kręgosłupa etycznego.

Tak właśnie narodził się „typ kombatanckiego dziennikarstwa”, koncentrującego się na ideologiach, dyskursywnym przedstawianiu opinii, który łączył informację z komentarzem i nie zwracał szczególnej uwagi na kryteria obiektywności. W efekcie, paradoksalnie, „młodzi” dziennikarze, zupełnie podobnie do swoich „starszych” kolegów, oddali się na służbę propagandzie.

Jakkolwiek by oceniać opisywane zjawiska, gwałtowny rozwój mediów w Rumunii przyczynił się do powstania stosunkowo silnego środowiska dziennikarzy, którzy zaczęli działać jako istotne lobby prasowe. W 1991 roku w samej rumuńskiej prasie pracowało aż dziesięć tysięcy dziennikarzy, podczas gdy ich liczba w roku 1989 nie przekraczała trzech tysięcy (dane nieoficjalne). Liczba dziennikarzy zatrudnionych w ogólnokrajowych rozgłośniach radiowych wzrosła odpowiednio z 1418 do 1802, a w telewizji państwowej z 1731 do 2582 osób³.

Chaos ustawodawczy stwarza duże możliwości nieskrępowanego rozwoju mediów. Nowe prywatne przedsiębiorstwa w Rumunii skorzystały z dobrodziejstw zwolnień podatkowych przez dwa pierwsze lata działalności. Starsze przedsiębiorstwa państwowe po sprywatyzowaniu (całkowitym lub częściowym) weszły za darmo w posiadanie całej bazy technicznej lub, co najwyżej, odkupiły ją za grosze. Prawo prasowe, opracowane jeszcze przez rząd komunistyczny w 1974 roku, zostało *de facto* anulowane. Nie istniały zatem żadne reguły zatrudniania i zwalniania dziennikarzy, nie było przepisów określających prawa i odpowiedzialność reporterów, wydawców i menedżerów. Z organizacyjnego punktu widzenia, struktura mediów zaczęła przypominać hybrydę:

1) Media subsydiowane to państwowe stacje telewizyjne, rozgłośnie radiowe, państwowa agencja informacyjna Rompres oraz rządowe publikacje w dziedzinie kultury, turystyki, spraw zagranicznych i inne przeglądy, jak również pisma partii politycznych — *Azi* (Dzisiaj), *Dreptatea* (Sprawiedliwość), *Viitorul* (Przyszłość) i inne.

2) Media, które są (lub mówi się, że są) niezależne ekonomicznie — w tym przypadku można spotkać dwa typy organizacyjne: a) spółdzielnie udziałow-

³ *Expres Magazin*, 1992, nr 22.

ców (dziennikarzy i innych osób prawnych lub prywatnych), które kupiły daną instytucję. Mogły ją kupić albo w całości, albo tylko część udziałów, a dobre przykłady stanowią: *Adevarul* (Prawda), *România Libera* (Wolna Rumunia), *Tineretul Liber* (Wolna Młodość); b) grupy prywatnych właścicieli — głównie małych, prywatnych stacji radiowych i telewizyjnych oraz dużych korporacji mediów drukowanych (takich jak *Expres*, *Topaz*, *Tinerama*, *Baricada*, *Curierul Romanesc*, *Flacara*). Ta grupa kontroluje szeroką gamę pism, dzienników i tygodników, czerpiąc zyski z ich sprzedaży i z reklam.

Późną jesienią 1991 roku w Rumunii zdarzyły się skutki dwu kryzysów: załamania społecznej odporności na transformację systemu oraz wyczerpania rynku rozwoju mediów. Spowodowało to spadek zainteresowania środkami przekazu.

Najbardziej ucierpiała na tym prasa, ponieważ przeciętnego czytelnika nie było już więcej stać na jednoczesne kupowanie 2-3 dzienników i 4-5 tygodników. Został on zmuszony do kupowania tylko tych pism, które albo odpowiadają jego poglądom, albo dostarczają ciekawych dla niego wiadomości, albo zaspokajają jego inne potrzeby (tak się tłumaczy sukces rynkowy magazynów erotycznych, sensacyjnych, rockowych i sportowych). Ten złożony mechanizm sprawia, że marzenia i aspekty rozrywkowe przysłaniają funkcję informacyjną. Stale malejąca liczba egzemplarzy pism informacyjnych mówi sama za siebie.

Coraz mniejsze codzienne nakłady, coraz słabsze systemy promocji, dramatyczny wzrost cen papieru, energii i transportu, chaos systemu rozpowszechniania prasy spowodowały wiele bankructw. Wydawnictwa, które przeżyły, znacznie podrożały. Cena dziennika wzrosła z jednego do siedemdziesięciu lei, a tygodnika — z pięciu lei do stu. W publicznej debacie na ten temat, którą publikował dziennik *Adevarul*⁴, redaktorzy naczelni kilku specjalistycznych pism (m.in. dziecięcych i naukowych) przyznali, że jeżeli w 1990 roku mogli sprzedać 100 000 — 150 000 egzemplarzy tygodniowo po pięć lei, to w 1992 roku drukują tylko 20 000 — 50 000 egzemplarzy, które sprzedają po trzydziści — czterdzieści lei. Koszt produkcji jednego egzemplarza wynosił już jednak pięćdziesiąt lei. Nie mając zysków z reklam, byli zmuszeni do ubiegania się o rządową subwencję lub dofinansowanie ze strony innej instytucji, państwowej czy prywatnej.

Po dwu pierwszych latach „apetytu na media” Rumuni coraz mniej im ufali, a stało się tak dlatego, że środki przekazu nie mogły poradzić sobie z dostarczaniem czytelnikom potrzebnej informacji. Jednym z głównych tego czynników była dominacja opinii kosztem informacji (zarówno pod względem ilościowym, jak i jakościowym). Z jednej bowiem strony, opinie były obszernie przytaczane w dziennikach informacyjnych, a z drugiej — co wydaje się istotniejszą przyczyną — mieszano opinie z praktycznie wszystkimi gatunkami dziennikarskimi obecnymi w rumuńskiej prasie. Reporterzy i redaktorzy, zapomniawszy o prawdziwym życiu, nie umieli pokazać prawdziwego obrazu dnia codziennego, przedkładając nad nie debaty polityczne, skandale i tanią sensację. Zarówno w

⁴Zob. *Adevarul*, 25 I 1992 r.

programach nadawanych przez państwową telewizję, jak i na tytułowych stronach dzienników informacyjnych zaczęły dominować pseudowydarzenia, teoretyczne wywody, zupełnie nieodkrywcze przeglądy zdarzeń, puste, bezowocne wywiady i teoretyczne analizy. Można by jeszcze dodać, że zupełnie zniknęły także wiadomości użyteczne dla odbiorcy: tak jakby dziennikarze przygotowywali dzienniki i audycje dla samych siebie, a nie dla innych, mając na względzie ich zainteresowania. Teraz na przykład, *Evenimentul Zilei* (Wydarzenie Dnia) — niezwykle popularny dziennik będący przykładem „yellow journalism” (prasy bulwarowej) — zasłynął tym, że postanowił podawać informacje in statu nascendi. Dzięki częstemu mieszanii faktów z plotkami, dzięki łączeniu prawdziwych wydarzeń z rzekomymi zajściami wymieniony dziennik potrafił zawsze wyprzedzić inne o krok. W tym przypadku niedostatki wiarygodności zrekomensowano przerostem sensacyjności, a brak roli informacyjnej — rolą rozrywkową.

Zbieranie informacji i dostęp do nich były także utrudnione, ponieważ instytucje dostarczające mediom informacji pracowały źle. Agencje prasowe, biura kontaktów ze środkami przekazu, sieć pocztowa, system konferencji prasowych działały całkowicie amatorsko, niespójnie i bez zawodowej rzetelności. Rumuńska agencja informacyjna Rompres została poddana swoistej próbie: jej pracownicy musieli się przestawić z systemu rozpowszechniania „nowości” opracowywanych uprzednio gdzie indziej na system szybkiego rozpowszechniania prawdziwych informacji. Z początku, nie byli oni w stanie dostarczać informacji całemu krajowi, nie potrafili także oddać dynamizmu rzeczywistości: przekazywali więcej „pseudowydarzeń” (w definicji Daniela Boorstina) aniżeli prawdziwych i nieoczekiwanych faktów. Z drugiej strony, małe i prywatne rumuńskie agencje informacyjne (takie jak: A. M. Press czy Mediafax) miały mało pracowników i przekazywały wyłącznie informacje polityczne — a ściślej mówiąc, polityczne pogłoski i plotki. Z tych powodów niektóre dzienniki, jak np. *România Libera*, *Viitorul Românesc*, *Libertatea*, *Expres*, *Evenimentul Zilei*, zdecydowały się powołać własne agencje informacyjne. Te agencje nie spełniały jednak wymogów prawdziwych agencji informacyjnych, ponieważ pracowały na zasadzie działów redakcyjnych poszczególnych gazet i nie wolno im było rozpowszechniać wiadomości, zanim ich macierzysta gazeta się z nimi nie zapozna lub ich nie wydrukuje. Dodatkowo, wzmiankowane „agencje” były wykorzystywane do obrony dziennikarzy przed zarzutami o oszczerstwo — kiedy dziennikarz nie był pewien prawdziwości informacji, mógł po prostu podpisać ją nazwą takiej agencji informacyjnej. Anonimowa nazwa rzekomej agencji była znakomitą alibi dla drukowania nie sprawdzonych wiadomości.

W tym okresie dziennikarze uważali się za zawodową grupę heterogeniczną, agresywną, wybredną, heroiczną lub zabawną, popularną, lecz niezdolną do uzyskania pełnej odpowiedzialności i prestiżu. Jedną z przyczyn tego stanu rzeczy był brak solidarności zawodowej. Dziennikarze nie potrafili utworzyć ani żadnego stowarzyszenia, ani trwałego związku zawodowego, który mógłby ich reprezentować i bronić ich praw. Siła i skuteczność prasy zostały osłabione przez różnorakie wojny, publiczne i ukryte, które wybuchały między poszcze-

gólnymi strukturami zawodowymi (także niekonsekwencja stosowanych stylów zarządzania i przyjmowanych rozwiązań teoretycznych przyczyniły się do osłabienia skuteczności mediów). Wojny dziennikarskie wynikłe z osobistej nienawiści stron, pełne pomówień i insynuacji, były przekazywane przez media niezmiennie obszernie. Użyczenie czasu antenowego i kolumn gazet stronom walk i wojen dziennikarskich mogło tylko osłabić wiarygodność mediów, choćby z moralnego i społecznego punktu widzenia. Przykład pierwszy z brzegu: w roku 1992 oskarżono grupę znanych dziennikarzy, którzy wspierali partię opozycyjną, o współpracę z Securitate (tajną komunistyczną policją). Dziennikarze przyjęli oskarżenia, publicznie wyznali swoje winy i... zaczęli pracować w innej gazecie. Brak uczciwości i honoru to kolejny czynnik, który potwierdza wizerunek dziennikarza jako niepoważnej osoby o zmiennych poglądach.

Z drugiej strony, łatwo zauważyć u przedstawicieli mediów (reporterów, a zwłaszcza redaktorów) szczególne zainteresowanie tanią, łatwą sensacją. Setki reportaży opartych wyłącznie na „ściśle tajnych” materiałach, opisujących „unikatowe odkrycia” czy skandalizujące rewelacje, które w ostatecznym rozrachunku zwykle okazują się wyssanymi z palca plotkami, wytworzyły reakcję psychologiczną, którą metaforycznie można by nazwać „syndromem wyjącego wilka”. Dziennikarze i media odgrywają przed publicznością rolę prestidigitatora, który potrafi oczarować przez chwilę widza za sprawą kilku sensacyjnych sztuczek. To tłumaczy, dlaczego środki przekazu prześlizgują się przez funkcje informacyjne na rzecz spektakularnego przekazywania wiadomości w celach rozrywkowych.

W listopadzie 1992 roku Instytut Gallupa przeprowadził badania zaufania do mediów w Rumunii. Wyniki dotyczące telewizji przedstawiają się następująco: „bardzo ufam” — 13%; „raczej ufam” — 30%, „raczej nie ufam” — 42%, „wcale nie ufam” — 8%, „nie mam zdania” — 7%. Wyniki dotyczące radia: „bardzo ufam” — 15%; „raczej ufam” — 38%, „raczej nie ufam” — 31%, „wcale nie ufam” — 3%, „nie mam zdania” — 13%. Wyniki dotyczące prasy: „bardzo ufam” — 15%; „raczej ufam” — 23%; „raczej nie ufam” — 34%; „wcale nie ufam” — 9%; „nie mam zdania” — 25%.

Po trzech latach gwałtownego i fascynującego rozwoju rumuńskich mediów można powiedzieć, że treść rozrywkowa i sensacyjna nadal przeważa nad treścią informacyjną, a dostarczanie odbiorcom rozrywki stanowi poważne ograniczenie aktywności medialnej. Wyliczając składniki i skutki rozwoju mediów w Rumunii, trzeba wspomnieć o ukształtowaniu się sporej publiczności lekkich programów radiowych (przygotowywanych przez redakcje lokalne i młodzieżowe), dużym zainteresowaniu rozrywką telewizyjną, rozkwicie magazynów o charakterze rozrywkowym i satyrycznym (w przeciwieństwie do zupełnej klapy pism literackich) oraz niewyobrażalnym wcześniej rozwoju rynku taśm magnetowidowych.

W 1992 roku struktura I programu Telewizji Rumuńskiej była także zorientowana na rozrywkę: 15% przeznaczano na programy muzyczne, 18% na filmy, 8,7% na programy sportowe, 4% na programy dla dzieci, 9% na przedstawianie teledysków — i tylko 9,6% na programy informacyjne.

Poza tym wiele małych nowych prywatnych stacji radiowych i telewizyjnych z pewnością zwiększy, przynajmniej na jakiś czas, ilość rozrywki. W

listopadzie 1992 r. 218 grup dziennikarzy ubiegało się o 63 licencje telewizyjne, 447 zespołów dziennikarskich starało się o 101 licencje radiowych i 68 potencjalnych nadawców telewizji kablowej złożyło wnioski o przyznanie jednej z 48 licencji. Krajowa Rada Radia i Telewizji podjęła już większość decyzji, ale formalności jeszcze trwają: w okręgu stołecznym (w Bukareszcie) będą prywatne stacje telewizyjne, 10 prywatnych stacji radiowych i 7 telewizji kablowych. Dotychczas, na terytorium całego kraju, 31 grup dostało licencje zezwalające na nadawanie programów radiowych, 21 grupom pozwolono na nadawanie programów telewizyjnych, a 51 będzie mogło nadawać programy telewizji kablowej.

Z drugiej strony, dzienniki jak *Evenimentul Zilei*, *Ora*, magazyny jak *Zig Zag*, *Baricada*, *Dracula*, *Infraactorul*, *Pretul Succesului*, *Cinema*, *Academia Catavencu* i inne dowodzą, że wydarzenia polityczne, społeczne i przeobrażenia ekonomiczne mogą być przedstawiane w kategoriach „widowiska informacyjnego”, jako lżejsze wiadomości. Inne gazety, zmuszone do walki o rynek, zaczęły teraz zmieniać szatę graficzną, styl redagowania, strukturę — nawet swoje kolumny tytułowe, aby tylko zachować własną publiczność, dostarczając jej przy tym tych samych, co zwykle, produktów. Jest to proces normalny, nawet neutralny, ponieważ przejście od prasy „upartyjnionej” do informacyjnej — kiedy większość czytelników stanowią niewybredni przedstawiciele słabej i nieukształtowanej sfery publicznej — dokonuje się za pośrednictwem prasy bulwarowej, która koncentruje się na rozrywce i sensacyjności. Jest to zupełnie naturalny sposób zaspokajania ludzkich potrzeb.

Przyrost liczby mediów o charakterze rozrywkowym wiąże się z agonią specjalistycznych tytułów; na przykład *Azi* (Dzisiaj), dziennik rządzącego poprzednio FSN (Frontul Salvării Național — Frontu Ocalenia Narodowego), systematycznie traci czytelników — dzienny nakład 120 000 egzemplarzy w roku 1990 skurczył się do 30-20 000 egzemplarzy. I dzieje się tak mimo że redaktorzy wyraźnie odżegnali się od partyjności swojej gazety, zmienili format i szatę graficzną. *Dreptatea* (Sprawiedliwość), dziennik jednej z głównych partii opozycyjnych PNT (Partidul Național Țărănesc — Partii Narodowo-Chłopskiej) stał się w 1993 roku tygodnikiem i ma teraz tylko 9-10 000 egzemplarzy (a w 1990 roku codziennie rozchodziło się 60-70 000 egzemplarzy). Gazety innych partii, takie jak *Viitorul* (Przyszłość), *Viitorul Românesc* (Przyszłość Rumunii) — związane z partiami liberalnymi; *Heraldul* (Herald) — związany z partią republikańską czy *Eco* — reprezentujący partię zielonych, wszystkie zniknęły.

Względy ekonomiczne (obniżanie kosztów) i estetyczne (zwiększanie atrakcyjności) sprawiły, że nowoczesne technologie całkowicie podbiły wydawców i redakcje. Będzie to wywierało wpływ nie tylko na strukturę przekazów (wszystko jedno, czy będzie to dziennik, czasopismo czy program telewizyjny), ale także zmieni całą strukturę produkcji mediów, jak choćby ich drukowania czy technicznej kontroli.

Analiza ewolucji mediów w Rumunii, szczególnie głównych tendencji przeobrażeń doprowadza do kluczowego zagadnienia: metamorfozy systemu medialnego w instytucję, metamorfozy osób pracujących w mediach w specjalistów od masowego komunikowania. To wcale nie jest takie proste, ani też łatwo tego dokonać. Ale, bez wątpienia, jest to bardzo potrzebne. Moim zdaniem,

największa zagadka prasy rumuńskiej (a także mediów w całej Europie Wschodniej) tkwi w samych dziennikarzach. Przybyli oni z różnych stron, reprezentują różne kierunki, stanowią niejednorodną grupę społeczną. I jeżeli różnice oraz odmienny poziom profesjonalizmu nie szkodzą w polityce, kwestiach społecznych czy kulturalnych — dla których są czymś naturalnym — to w dziennikarstwie są czymś dziwnym. Współczesna prasa staje się terenem spotkań wielkich osobowości z ignorantami w kwestiach kultury, ludzi utalentowanych z miernotami, uczciwych dziennikarzy z ludźmi robiącymi interesy na mediach. Najbardziej przerażające jest to, że prawdziwi profesjonalści spotykają się z ludźmi niekompetentnymi, a od takich spotkań trzeba wymagać przynajmniej minimum kompetencji zawodowej. To minimum można osiągnąć przez odpowiedni trening, wzbogacenie swojej wiedzy i umiejętności zawodowych. Można je osiągnąć przez poddawanie się osądowi poważnych redaktorów, którzy profesjonalnie potrafią oddzielić rzeczy wartościowe od bezwartościowych. Można je także osiągnąć przez sumienne szkolenie młodej kadry dziennikarskiej oraz przez branie udziału w zajęciach specjalistycznych. Jest tak dlatego, że odpowiedzialność stowarzyszeń, związków zawodowych i lokalnych zrzeszeń dziennikarskich jest nie większa od odpowiedzialności instytucji szkolących dziennikarzy.

Przeciętne nakłady rumuńskich dzienników w latach 1990-1993 (w tysiącach)

Tytuł	1990		1991		1992		1993	
	I	II	I	II	I	II	I	II
Romania Libera	1,500	900- -1,000	900	600	300	200- -180	160	80-100
Adevarul	1,000	900- -1,000	845	500- -600	250- -300	250- -180	160	100— 150
Tineretul Liber	300-600	450-500	230	200	90-120	80	40-50	20
Curierul National			40-60	40-70	60-70	70	50-60	40
Evenimentul Zilei					150	450	600	400

Źródła: nieoficjalne; dane zebrali studenci Wydziału Dziennikarstwa i Studiów nad Komunikowaniem Uniwersytetu Bukareszteńskiego pytając drukarzy i kolporterów. Gazety w Rumunii nigdy nie podają dziennych nakładów.

Sluchalność radia i oglądalność telewizji
(dane w procentach)

	Liczba godzin	W ogóle nie	1 godz.	1-2 godz.	3-4 godz.	5-6 godz.	Więcej niż 6 godz.
	Miesiąc						
Radio	Grudzień	3,5	10,5	33,6	24,5	9,8	17,6
	Styczeń	4,4	8,5	33,8	28,5	9,9	14,5
	Marzec	4,0	11,5	32,6	25,8	10,0	15,5
TV	Grudzień	4,2	3,3	33,9	40,0	18,5	
	Styczeń	1,8	3,2	30,0	43,4	21,3	
	Marzec	2,9	5,4	37,0	37,2	17,5	

Źródła: Instytut Badań Naukowych. Bukareszt, grudzień 1991 — marzec 1992.

**Audycje radiowe
(dane w procentach)**

Kanał \ Rok	Luty 1990	Grudzień 1991	Kwiecień 1992
Rumunia — Wiadomości	65,8	56,0	65,2
Rumunia — Kultura	14,3	20,0	2,5
Rumunia — Młodzież	16,9	16,0	11,8
Lokalne	12,5	—	7,7
BBC	6,6	11,0	1,1
Głos Ameryki	7,3	15,0	1,0
Wolna Europa	18,2	23,0	7,3
	Źródła: badania społecznej grupy Dialogu	Źródła: badania Rumuńskiego Instytutu Sondaży	Źródła: badania Instytutu Badań Marketingowych z Bukaresztu

Tłumaczył z angielskiego
Jacek Kołodziej

LIJA P. JEWSIEJEW

TRANSFORMACJA MEDIÓW W KRAJACH POSTKOMUNISTYCZNYCH NA PRZYKŁADZIE POLSKI I ROSJI

Swoistość transformacji mediów, ich demonopolizacji i komercjalizacji zależy pod wieloma względami od przekształceń politycznych danego kraju. Jako bardzo ważna część systemu politycznego państwa totalitarnego środki komunikacji masowej reagują, jak zawsze zresztą, nie tylko na istotne zmiany w tym systemie, ale na każde, nawet niewielkie wahnięcia koniunktury politycznej.

Każdy z krajów socjalistycznych, należących do niedawna do bloku wschodniego, w sobie właściwy sposób, zgodnie z narodowymi uwarunkowaniami, wychodzi z tej przymusowej wspólnoty. Zmienia się także zmonopolizowany kompleks informacyjno-propagandowy, w swoim czasie budowany według wzoru radzieckiego, stopniowo reformowany pod naciskiem wydarzeń.

Zestawienie osobliwości przekształceń mediów w procesie przechodzenia do systemu liberalnego w poszczególnych krajach może być płodne poznawczo. W pewnych okresach bowiem państwa byłego obozu socjalistycznego — w tym także Polska — powielały ważniejsze cechy totalitaryzmu ZSRR.

Uwalnianie się od komunizmu w Polsce rozpoczęło się wcześniej niż w ZSRR. Każdy kryzys polityczny, a było ich więcej niż pięć, przybliżał owo uwolnienie. Istniały żywe tradycje republikańskie Polski przedwojennej z jej demokratyczno-liberalną prasą. W Polsce już od 1956 roku władza reżimu komunistycznego stopniowo słabła. Tylko część społeczeństwa polskiego, tzn. jego partyjno-państwowa nomenklatura, obsługująca aparat władzy, „żyła z komunizmu”. Władzy nie udało się wciągnąć całego społeczeństwa w totalną walkę przeciw przeciwnikom reżimu, jak to z sukcesem zrobiono w ZSRR. W Polsce ostało się wiele wolności politycznych, chroniących społeczeństwo obywatelskie. Do tego wydatnie przyczynił się Kościół i wierzący, którzy stali się silnym przeciwnikiem ustroju komunistycznego. Zagraniczna emigracja była także czynnikiem aktywnym w podtrzymywaniu i umacnianiu ducha liberalizmu. W Polsce przecież nie było zakazu wyjazdów za granicę i emigrowania. W

roku 1980 generał Wojciech Jaruzelski ogłosił Polskę „ojczyzną wszystkich Polaków”. Tym samym umożliwił powrót Polaków do ojczyzny po wymuszonej emigracji z powodów politycznych i ekonomicznych. Opozycja polityczna w Polsce działała aktywnie od 1976 roku. Walka z nią była prowadzona — jak to mówiono — metodami demokratycznymi. Ogłoszenie stanu wojennego w grudniu 1981 roku mówiło jasno o tym, że władza „wyczerpała samą siebie”. Intermowanie przeciwników politycznych, zakaz druku i inne formy walki z przeciwnikami politycznymi wskazywały na agonie reżimu politycznego, na jego oczywistą demoralizację. Ruch „Solidarność” cały czas rozszerzał swoją bazę społeczną i mógł liczyć na poparcie większości społeczeństwa. Ważnym krokiem w tej walce stała się sprawa księdza Popiełuszki. Była więc przygotowana baza dla stopniowych przemian. Kryzysy polityczne w kraju zmuszały władzę do ustępstw, przemyślenia strategii i taktyki, zmiany doktryny państwowej. Ostatni, najdłuższy kryzys: „pełzająca rewolucja”, przygotował „miękkie lądowanie” dla głównych przekształceń w latach 1989–1990. Wiele bowiem zdążyło się zmienić na mapie politycznej kraju. Posiedzenia i postanowienia Okrągłego Stołu i pierwszy rząd koalicyjny dały możliwość pokojowego przekazania władzy komunistycznej w Polsce. Następnie rozwiązała się PZPR i zdarzyło się to, o czym marzyła wiele lat opozycja. Rząd Mazowieckiego powołał Komisję Likwidacyjną do przekształcenia kompleksu propagandowego wcześniejszej władzy. Został zlikwidowany główny monopolista RSW — partyjny kompleks wydawniczy.

Wydawnictwa PZPR przestały istnieć. Dla ich zreformowania zaproponowano rozwiązanie rynkowe. Część gazet i wydawnictw, które nie mogły zorganizować się w spółdzielnie wydawnicze, została wystawiona na sprzedaż. Zaczął się więc proces transformacji mediów. Nie wszystkie decyzje Komisji Likwidacyjnej były udane. Jej działalności i związanym z tym procesom transformacji polskich mediów poświęcono wiele publikacji¹. Ważne jest — jak sądzę — że proces transformacji mediów w Polsce dokonywał się na sposób zorganizowany, a nie chaotyczny, chociaż nie zawsze bezboleśnie. Nie udało się jednak obejść takiego negatywnego zjawiska jak bezrobocie wśród dziennikarzy.

W Rosji proces transformacji środków komunikowania masowego przybrał zgoła inny charakter. Wprawdzie mechanizmy rynkowe zostały uruchomione, ale wmieszała się ideologia i pojawiły się tendencje powrotu do starego porządku. Przebudowa gorbaczowowska tylko powierzchownie dotknęła naszego kraju. Jeżeli w Polsce procesy rozpadu starego porządku wznosiły się „od dołu”, to w ZSRR, a później i w Rosji, przekształcenia demokratyczne rozpoczęły się „od góry”². Opór stawiały im praktycznie wszystkie struktury partyjno-radzieckie-

¹ Piszą o tym źródła polskie: Polskie media w okresie przemian, Warszawa 1991; Transformacja prasy polskiej (1989–1992), Warszawa 1992; Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej, Warszawa 1993; *Zeszyty Prasoznawcze*, 1991, nr 1-2, nr 3-4, 1992, nr 3-4, 1993, nr 1-2.

² Trafnie odzwierciedla tę „oddolną” tendencję transformacyjną społeczeństwa polskiego praca Walerego Piśarka, ukazująca różnice w obrazie zauważania „aktorów politycznych” polskiej sceny politycznej w prasie socjalistycznej i zachodniej pod koniec lat siedemdziesiątych. Por W. Piśark: *Heroes of Foreign News. A Polish Perspective on Newsmakers in Socialist and Nonsocialist Newspapers. Mass Communication. Review Yearbook*, 1981, Vol. 2, s. 759-766.

go aparatu sprawowania władzy. Przeciwnicy przebudowy byli w ministerstwach, w radach, w urzędach kierujących przemysłem i rolnictwem. Dopiero w sierpniu 1991 roku, kiedy zakazano działalności KPZR, pojawiła się nadzieja na przemiany demokratyczne. Długo jednak na prowincji stare wydawnictwa partyjnych gazet niewolniczo-zachowawczych utrzymywały się z dotacji czujnych rad obwodowych. Tam, gdzie dziennikarze odważali się na śmiałe, rzeczowe działania i wystąpienia, zaraz otrzymywali reprimendę miejscowych radzieckich władz. Taki rozwój demokracji, często spowalniany, nie mógł odbiegać od ogólnej sytuacji politycznej państwa. W ważniejszych miastach Rosji, większych ośrodkach przemysłowych, w Moskwie i „drugiej stolicy” — Sankt-Petersburgu obraz był inny. Tam dokonywał się całociśowy proces transformacji środków masowej informacji. Tam powstał rynek prasy. To on w sposób zasadniczy zadecydował o swobodzie popytu, gdyż wolność wydawnicza wymagała autentycznych wolności ekonomicznych³. Niestabilność polityczna także negatywnie wpływała na procesy demokratyczne w społeczeństwie i ich spowolnienie. Społeczeństwo zostało podzielone, część przestała w nie wierzyć. Prasa i telewizja były mocno zaangażowane. Po próbie zbrojnego powstania władza wykonawcza i ustawodawcza wszystkich szczebli rad została rozwiązana. Powstała kolejna nadzieja na pogłębienie demokratycznych przemian w Rosji. Wtedy Rosja wybiera własną drogę i praktycznie rządzi się teraz dekretemi prezydenckimi.

Nie należy tego jednak oceniać do końca negatywnie, zważywszy na niestabilność polityczną, na wzloty i upadki demokratyzacji w Rosji. Demokratyczna prasa w Rosji przeszła już bowiem określony odcinek drogi, na który złożyły się następujące etapy:

1985–1991 (sierpień) — komunistyczna przebudowa „od góry”. Jawność prasy komunistycznej. Upadek „figur uwielbienia”, „Pluralizm” mediów oparty na zasadzie — „wszystko dozwolone”. Przygotowanie i przyjęcie „Prawa o prasie i innych środkach komunikacji masowej”.

1991 (wiosna) — pierwszy zamach na „Prawo o prasie”, kiedy Gorbaczow proponował, by je zrewidować, gdyż deputowanym nie podobala się krytyka ich działalności w publikacjach prasowych. Oznaka tego zaangażowania i próby ograniczenia to napady na Jelcyna na łamach *Prawdy*. Pojawiają się już niezależne stacje radiowe i telewizyjne oraz niezależne agencje informacyjne.

1991 (sierpień) — 1993 (październik) — zanika monopol prasy, powstaje rynek prasowy niezależnych gazet narodowych, „małego druku” dla zainteresowanych, prasy komercyjnej, gazet komercyjno-reklamowych. Powstanie gazet subsydiowanych przez większy kapitał i banki. Decentralizacja rynku informacyjnego i powstanie niezależnych agencji informacyjnych. Rozszerzenie się sieci prywatnych radiostacji i stacji telewizyjnych. Demonopolizacja radia centralnego i centralnej telewizji. Powstanie niezależnych kanałów.

1992 (marzec) — walka prezydenta z parlamentem. Media włączają się w zacieklą walkę po stronie władzy. Silna polityzacja i polityczne zaangażowanie

³ Por. L. P. J e w s i e j e w a: Media w Rosji, *Zeszyty Prasoznawcze*, 1993, nr 3-4, s. 140-150.

mediów. Wielkie nasilenie walki w mediach o elektroniczne środki masowej informacji. Opowiedzenie się telewizji po stronie prezydenta. Proces przeciw *Izwiestiom*. Do opozycji przechodzą następujące wydawnictwa: *Prawda*, *Dień*, *Sowietskaja Rossija*.

1993 (21 września) — rządy prezydenckie: rozwiązanie parlamentu. Przewodniczący parlamentu i wiceprezydent zostają uwięzieni. Ogłoszenie stanu wyjątkowego: zamknięcie 15 gazet i wprowadzenie cenzury w telewizji.

1993 (12 grudnia) — przyjęcie konstytucji, która uprawomocnia autorytarny reżim prezydenta. Wybory do Dumy. Zwycięstwo Partii Liberalno-Demokratycznej Żyrinowskiego: kraj rządzony jest przy pomocy dekrétów prezydenta. Powołanie telewizji federalnej i prasy federalnej oraz federalnych agencji informacyjnych. Powstanie Wydziału Informacji o Bezpieczeństwie w ramach Rady Bezpieczeństwa przy prezydencie.

Z tego schematu wydarzeń jasno widać, że sytuacja środków komunikacji masowej w Rosji głównie zależy od sytuacji politycznej w kraju. Rosja znajduje się jeszcze w sytuacji politycznej niestabilności — w sytuacji przemian rewolucyjnych. Dlatego też obserwuje się taką niestabilność również w środkach masowego komunikowania. Nasza prasa przede wszystkim stała się „prasą opinii”.

Dzielenie społeczeństwa na swoich i obcych, podziały w prasie, podział prasy ze względu na polityczną orientację, poszukiwanie wroga — wszystko to należy traktować jako przeżytki charakterystyczne dla naszej nieodległej i totalitarnej przeszłości, od której nie można się odciąć jednym dekretem. Tym bardziej, kiedy mowa o kryzysie, który, jak to miało miejsce 3/4 XI 1993 roku, doprowadził do rozlewu krwi. W okresie między dwoma ostrymi kryzysami zaangażowanie polityczne królowało w „wielkiej prasie”, ale nie pojawiało się w „małej”. To była już dobra oznaka. Jednak część regionalnej „prasy małonaładowej” została użyta przez organizacje ekstremistyczne, co doprowadziło do powstania w jej obrębie całej gamy prasy opozycyjnej. Gazety *Puls Tyszi*, *K toporu* i inne nawoływały do obalenia ustroju i przemocy w stosunku do mniejszości narodowych. Pod tym względem wyróżniły się przede wszystkim niektóre wydawnictwa z Sanki-Petersburga, mówiące „faszystowskim esperanto” — jak określił taką antysemitką propagandę polski poeta Julian Tuwim. Ani jeden proces sądowy przeciw tego typu publikacjom nie przyniósł pożądanego rezultatu, chociaż w naszym prawie kamym istnieją odpowiednie terminy: „faszizm”, „terroryzm”. W ten sposób niedoskonałość norm prawnych przeszkadza procesom demokratyzacji. Po 3/4 XI 1993 zostały zamknięte wszystkie gazety opozycyjne. Na 36 godzin wprowadzono cenzurę. Części gazet zaproponowano przerejestrowanie w Ministerstwie Wydawnictw i Informacji. Dokonano zmian w telewizji centralnej Ostankino, która coraz szybciej traci swoje stanowisko „głównego” kanału telewizyjnego, zmieniając się w oficjalny kanał informacji państw WNP. Zmiany w telewizji, zamknięcie gazet, chociaż był to efekt wprowadzonego stanu wyjątkowego, nie mogą nie niepokoić społeczeństwa demokratycznego całego kraju i ludności, która wyborami demokratycznymi prezydenta i wynikami referendum potwierdziła swą zgodę na demokrację

i przekształcenia polityczno-społeczne w Rosji. Z drugiej strony w części społeczeństwa obserwuje się nadmierną nerwowość, jeśli idzie o przemiany, związane ze zwyczajnym procesem, poprzedzianym nagłymi przełomami. Media rosyjskie trudno jeszcze nazwać idealnymi, a dziennikarzy rosyjskich obywatelami o wysokim stopniu moralności. Nowe realia polityczne sprawiają, iż potrzebne jest nowe podejście do dziennikarstwa i jego roli w społeczeństwie. Obniżenie progu odpowiedzialności i moralności niepokoi nie tylko radzieckich analityków mediów i prawników. Tematyka ta jest także znana uczonym polskim. Osądy tych zjawisk mogą być spolaryzowane. Słaba postawa moralna i brak właściwych kryteriów mogą być oceniane jako „dziecinna choroba” pluralizmu. Polscy prawnicy trafnie zauważają, że transformacja mediów prowadzi do erozji etyki dziennikarskiej⁴.

Obecnie okazało się, że niekontrolowane szaleństwa pluralizmu stawiają coraz częściej odwieczne pytanie: czy prasa może być wolna? Na podobne pytania znany rosyjski prawnik i dziennikarz Aleksandr Buzugłyj odpowiada cynicznie: „prasa powinna być sprzedajna, jeśli nie może być inna”⁵. Prasa i wcześniej była towarem — towarem specjalnego rodzaju, co potwierdzają zarówno polskie, jak i rosyjskie badania⁶. Zależność wcześniej było widać już w tytule gazety. Obecnie zależność nie zawsze jest widoczna, ale jest jasne, że ma charakter ekonomiczny. Składa się na to sponsorowanie, reklama i kryptoreklama, związki ze strukturami komercyjnymi — wszystko to wpływa na działalność tego lub innego organu prasowego. Znajomość spraw tego typu pozwala przypuszczać, że jest to problem niby dostatecznie zbadany, ale przecież nie na tyle, by wyciągać z wyników badań wnioski na temat organizacji.

W wyniku transformacji mediów w znacznym stopniu zaistniała możliwość „wolności wyboru” — pracy, sponsora i rodzaju sponsoringu, organu druku itp. Takiej sytuacji nie miały media wcześniej w Rosji. To przybliżyło je do prawdziwej wolności.

Coraz częściej wyrażane obawy w związku z zapełnianiem stron gazet reklamą i ogłoszeniami reklamowymi nie są zawsze uzasadnione, gdyż jest to poszerzenie informacji⁷. Można już obecnie stwierdzić, że w poszukiwaniu nowego obrazu mediów, w poszukiwaniu nowego obrazu gazet i czasopism, nowa transformacja dziennikarstwa wolnych krajów zmierza drogą samodzielności twórczej, proponując wszechstronną informację, uwzględniającą interesy współczesnej ich specyfiki społecznej. Już praktycznie żadna gazeta codzienna w Rosji, podobnie jak w Polsce, nie ukazuje się bez kolorowej wkładki „telereklamowej”, uwzględniającej i ożywiającej silne zainteresowanie obywateli mediami elektronicznymi. W Rosji przyczyny ekonomiczne nie pozwalają jeszcze, by podejmowano działania w kierunku organizacji „koncernów wydawniczych”. Znany jest tylko dom wydawniczy „Kommiersant”, wydający różno-

⁴ B. G o l k a, B. M i c h a l s k i: *Etyka dziennikarska a kwestie informacji masowej*, Warszawa 1989.

⁵ *Izwestia* z 23 IV 1993, s. 6.

⁶ *Moskowskije Nowosti* 1993, nr 4 s. 4, 12.

⁷ *Polskie media w okresie przemian*, op. cit., s. 125.

rodną literaturę oraz m. in. *Nowoje Wriemia* i *Siegodnia*. Gazety także wydają dodatki. Np. *Moskowskaja Prawda* w roku 1994 wydała już 12 bezpłatnych dodatkowych wkładek. Banki komercyjne rozporządzające silnym kapitałem chętnie subsydują domy wydawnicze i oddziały gazet. Np. zjednoczenia banków komercyjnych — Most, Bank Stolicznyj utrzymują gazetę *Siegodnia* oraz niektóre programy telewizyjne *Siegodnia* itp. Obecnie media nie znajdują się jeszcze w „kole fortuny”, ale mogą już wiele powiedzieć światu. Odpowiedzi na wiele pytań nie ma jednak w krzyżówkach, grach, zagadkach, czym w dużym stopniu zapełniane są dzisiaj gazety. Ich poszukiwania mogą być skuteczne w odwołaniu się do doświadczeń historycznych — schodząc do nich po spirali.

MEDIA W BUŁGARII

Ludność: 8 866 000; główne grupy narodowościowe: Bułgarzy (85%), Turcy (9%), Cyganie (3%), Macedończycy (3%); język urzędowy: bułgarski.

Radio i Telewizja podlegają Komitetowi Telewizji i Radia Komitetu Kultury, który podlega Radzie Ministrów.

Telewizja

Bułgarska Telewizja Narodowa ma 2 kanały: kanał pierwszy odbiera około 92% ludności, drugi zaś — 82%. Oba te kanały nadają blisko 8 min. reklamy na godzinę. Ogółem nadaje się codziennie mniej więcej 7-8 godzin w lecie, a 10-11 godzin w pozostałych porach roku. Ponadto 4 ośrodki regionalne nadają codziennie 2-3 godzinowe programy poranne.

Bułgarską Telewizję Narodową kieruje dyrektor naczelny, wybierany przez parlament. Dyrektor naczelny wyznacza szefów obu kanałów.

Dawny I kanał Telewizji Radzieckiej, czyli obecnie „Ostankino”, dzięki retransmisji jest dostępny 30-40% ludności Bułgarii. Bułgaria odbiera ponadto przez satelitę program „TV-5 Europe” oraz programy telewizyjne sąsiednich krajów (Turcji, Grecji, Rumunii i dawnej Jugosławii). Tylko 2% Bułgarów ma anteny umożliwiające odbiór telewizji satelitarnej. Obecnie nie ma ani lokalnej, ani regionalnej telewizji prywatnej, ale parlament debatuje nad możliwościami licencjonowanych kanałów prywatnych. Czynne są już 3 lub 4 sieci telewizji kablowej w Ruse, Wielkim Tymowie i Burgas. Wyniki badań marketingowych przemawiają za tym, że telewizja kablowa będzie się szybko rozwijać.

Radio

Bułgarskie Radio Narodowe (BNR) ma dwudziestoczterogodzinne programy („Horizont” i „Christo Botew”), które pokrywają cały kraj. Jedna z tych stacji obejmuje blisko 90% terytorium państwa, druga zaś — około 40%.

Ponadto BNR ma 5 stacji regionalnych, z których każda nadaje na 2 lub 3 częstotliwościach. Jedna z tych stacji nadaje 24 godziny na dobę, pozostałe od 7 do 15. BNR zatrudnia 2270 osób i — jak twierdzi — cieszy się najwyższym zaufaniem publiczności (ponad 72%).

Działalność BNR regulowana jest przez Tymczasowy Statut nadany przez parlament, który sprawuje nad nią bezpośrednio nadzór. Dyrektor naczelny BNR jest wybierany i odwoływany przez parlament. Głównym źródłem finansowania BNR jest budżet państwa; ostatnio BNR otrzymał prawo nadawania reklam i korzystania z pomocy sponsorów. Obecnie około 4% dochodów BNR pochodzi z reklamy.

W Sofii retransmitowane są programy 5 radiostacji zagranicznych: Głosu Ameryki (24-godzinny program na lokalnych falach FM), Radio France Internationale (również 24-godzinny program na falach FM), Deutsche Welle i Radio Wolna Europa. Dostępne są również międzynarodowe programy na falach krótkich. Fundusz Otwartego Społeczeństwa pomógł w wyekwipowaniu tych stacji.

Jeśli chodzi o radio prywatne, Tymczasowa Rada ds. Częstotliwości Radiowych i Kanałów Telewizyjnych wydała już rekomendacje 37 lokalnym stacjom radiowym, lecz nie wszystkie z nich rozpoczęły regularne nadawanie programu. Radio prywatne próbuje wspierać się dochodami z reklamy.

Sofia ma 6 prywatnych radiostacji: „FM+”, „Express”, „Tangra”, „Radio 99”, „Witosza” i „Darik”. Tylko 3 prywatne radia w Sofii mają swoje własne źródło transmisji niezależne od państwowego. Nadają one głównie muzykę zachodnią z wyjątkiem radia „Darik”, które oferuje bogaty serwis wiadomości. Radio „Darik” ma własnych korespondentów w całym kraju i współzawodniczy z siecią BNR. Inne prywatne radiostacje są uważane za lokalne, bo pokrywają tylko poszczególne regiony, z wyjątkiem radia „Express”, które ma licencję ogólnokrajową. Dyrektor tej radiostacji jest deputowanym do bułgarskiego parlamentu i członkiem Narodowej Komisji Radia i Telewizji. Ponadto studenci Uniwersytetu Amerykańskiego prowadzą swoją całkowicie prywatną stację.

Prasa

W 1990 r. liberalizacja regulacji prawnych udostępniła wiele publikacji, do tego czasu zakazanych. Obecnie ukazuje się ponad 20 ogólnokrajowych gazet reprezentujących różne orientacje polityczne, choć Bułgaria nie ma dotychczas krajowego, solidnego dziennika ani magazynu informacyjnego. Sensacjonalizm wypiera obiektywne, zrównoważone dziennikarstwo.

Grupa prasowa „168 Godzin” wydaje czołowy codzienny tabloid *24 Czaa* i popularny tygodnik *168 Czaa*. W połowie 1992 r. *24 Czaa* było najbardziej poczytną gazetą w Bułgarii, osiągając nakład 270 tys. egz. Do nowych dzienników bułgarskich należą ponadto: *Kontinent* i *Standart*. Wbrew trudnościom ekonomicznym niektóre z mniejszości narodowych, jak Turcy i Cyganie, też

mają swoje wydawnictwa prasowe. W większych miastach można dostać czasopisma zagraniczne.

Stan prawny

Aż do roku 1991 nie było w Bułgarii osobnego prawa o mediach. Potem projekt takiego prawa opracowano, ale odrzucił je poprzedni parlament. Nowy jeszcze się regulacją prawną mediów nie zajął.

Ze względu na brak prawa o mediach elektronicznych, działają one na podstawie wspomnianego Tymczasowego Statutu, który zawiera ogólne przepisy regulujące wykorzystanie czasu antenowego dla spraw politycznych i religijnych. Poza tym obowiązujące przepisy dotyczą głównie standardów technicznych i procedury licencyjno-rejestracyjnej. Nie ma szczegółowych przepisów regulujących użycie mediów elektronicznych przez partie polityczne. Co więcej, ze względu na brak prywatnej telewizji istniejące przepisy stosuje się tylko do radia i nawet nie jest pewne, czy będą się do niej odnosić.

Decyzje w sprawach telewizji i radia podejmowane są przez parlamentarną Komisję Radia i Telewizji, Komitet Poczty i Łączności oraz Tymczasową Radę ds. Częstotliwości Radia i Kanałów Telewizji.

Bieżące regulacje

Jak wspomniano, projekt prawa o mediach został przygotowany w 1991 i odrzucony przez parlament. Potem już nie został wniesiony pod obrady. Ostatnio Georgi Wasilski, dyrektor programu „Christo Botew”, stwierdził, że zgodnie z ustawą, która już znajduje się w parlamencie, Bułgarskie Radio Narodowe stanie się instytucją publiczną podległą Radzie Radia i Telewizji. Członkami tej Rady mają być osoby nie będące członkami parlamentu. Nowa Rada ma być zatwierdzana przez prezydenta.

Komentarz

W obecnym klimacie ekonomicznym media drukowane w Bułgarii są powiązane z partiami politycznymi, które też je finansują, a przez to stają się źródłem istotnych ograniczeń redakcyjnych. Polityka redakcyjna gazet zmierza do silnej polityzacji.

Bułgarska Telewizja Narodowa, Bułgarskie Radio Narodowe i Bułgarska Agencja Telegraficzna zachowują dawną dominację wskutek swoich zasobów finansowych. Ponadto wymagania licencyjne ze strony państwa są na tyle liczne i surowe, że przeszkadzają rozwojowi prywatnej telewizji i prywatnego radia. Sprzęt radiowo-telewizyjny jest wprawdzie ogólnie dostępny, ale bardzo dużo kosztuje. Uniwersytet Amerykański w Bułgarii oferuje studia dziennikarskie. W

tym kraju poświęca się jednak stosunkowo mało uwagi zawodowej odpowiedzialności dziennikarzy. Skoro bowiem wielu dziennikarzy okazuje się działaczami politycznymi, wymagają oni przeszkolenia w dziedzinie dziennikarstwa i zawodowej odpowiedzialności.

Prognoza

Kroki ku systemowi pluralistycznemu, które podjęto ostatnio w Bułgarii, stwarzają nadzieję na niezależne media. Wiele musi się zmienić zasadniczo; niezbędna jest zwłaszcza regulacja prawna obejmująca ochronę wolności słowa, ale i jakaś forma kodeksu zawodowego.

Z niezależnych źródeł wiadomo, że jeden z dwóch państwowych kanałów telewizyjnych zostanie sprywatyzowany, a mianowicie „Efir 2”. Zostanie on sprzedany w całości albo państwo zachowa sobie 51%, a resztę udziałów rozprowadzi między bułgarskie przedsiębiorstwa.

Wszelkie przywydywania rozwoju komunikowania masowego w Bułgarii są trudne. Można się jednak spodziewać, że parlament uchwali prawo o mediach elektronicznych, a powołana na jego podstawie Rada będzie nadzorować działalność mediów. Niewątpliwie też nastąpi wzrost radia i telewizji kablowej.

Obecnie znaczną liczbę planów rozwoju mediów wspiera Fundacja Społeczeństwa Otwartego — Sofia, która przyznaje m. in. dotacje gazetom, radiu, telewizji i agencji prasowej.

MEDIA NA WĘGRZECH

Ludność: 10 331 000; główne grupy narodowościowe: Węgrzy (95%), Słowacy, Niemcy, Rumuni.

Węgry doświadczyły tzw. „wojny o media”. Rząd utrzymywał faktyczny monopol radia i telewizji. Telewizja Węgierska (MTV) i Radio Węgierskie (MR) są rozgłośniami państwowymi i tracą wiele ze swej autonomii. W ostatnim roku szefowie radia i telewizji zostali usunięci, a kontrola finansowa MTV i MR znalazła się w gestii kancelarii premiera.

Telewizja

MTV była finansowana jako samodzielna jednostka prawna od 1979 r. Ma ona 2 kanały i regionalne rozgłoszenie w Segedzie, Pecs i Budapeszcie. MTV1 pokrywa blisko 100% gospodarstw domowych, nadaje tygodniowo 66 godzin programów informacyjnych, widowisk i powtórek. MTV2 pokrywa niemal 98% gospodarstw domowych, nadaje 34 godziny tygodniowo, poświęcając z tego kilka godzin na transmisje obrad parlamentu.

Zdaniem MTV do jej zadań należy wspieranie obyczajowego i duchowego rozwoju narodu, zaspokajanie gustów widzów, włącznie z mniejszościami narodowymi, a poświęcanie szczególnej uwagi węgierskiej historii i kulturze. 51% całości rocznego czasu antenowego muszą wypełniać programy produkcji węgierskiej, a przynajmniej 70% czasu — programy wytwarzane w Europie. Na czele MTV stoi przewodniczący z Radą Dyrektorów i Zespołem Doradczym, Komitet Nadzorczy, Komitet Etyki Telewizyjnej, Rada Redakcyjna, Redakcja Wiadomości, Komitet Językowy i Komitet Artystyczny. Dochody MTV pochodzą z opłat abonentów (40%), z reklamy i od sponsorów (50%) i z subwencji rządowych (10%).

W kraju nie ma niezależnych stacji telewizyjnych. Istnieje wszakże niezależna firma produkcyjna „NAP TV”, która na podstawie umowy z MTV nadaje swoje programy, ale nie ma własnej częstotliwości. Ostatnio „NAP TV” zmuszona została do uzgodnienia z Redakcją Wiadomości MTV udziału w swoim programie gości politycznych wysokiego szczebla.

W grudniu 1992 r. rząd węgierski uruchomił własny system telewizji satelitarnej „Duna TV”, która ma na celu dostarczenie węgierskiego programu kulturalnego węgierskim mniejszościom narodowym w krajach sąsiednich, tzn. w Słowacji, na Ukrainie, w Serbii i Rumunii. Program ten można odbierać za pomocą anteny Eutelsat. „Duna TV” traktowana jest też jako rządowa próba wprowadzenia nowego narodowego kanału telewizyjnego.

Węgry mają aktywne wytwórnice programu telewizji kablowej, bardziej nowoczesnego niż MTV. Telewizja kablowa przeżywa rozkwit inwestycyjny. Jej programy pochodzą głównie z 3-4 firm telewizji kasetowej, które dzielą się swymi wpływami za reklamę z licznymi małymi towarzystwami kablowymi za nadawanie ich kaset.

Firmą największą jest „Kabelkon”, który jest właścicielem „HBO Hungary” (jest to pierwszy kanał HBO poza USA). „Kabelkom” jest własnością Time Warner Inc., US West i „TC1”; ma 215 000 abonentów. Ogółem około miliona domów ma doprowadzony kabel telewizyjny (250 000 domów jest połączonych w mniejsze systemy, a 750 tysięcy połączonych jest w „SMATV”, czyli systemy wideo lokalnego). Choć w sumie jest około 300 systemów kablowych, tylko „Kabelkom” jest systemem wielokablowym.

Radio

Węgierskie Radio (MR) jest jedyną instytucją radiową na Węgrzech; zatrudnia 2100 pracowników. Finansowane jest z rocznego budżetu zatwierdzanego przez parlament. Odkąd subwencje państwowe znacznie się zmniejszyły, radio musiało spróbować samofinansowania się z własnych przychodów. MR ma 3 główne stacje krajowe oraz 7 regionalnych. Zasięg krajowy mają następujące rozgłośnie państwowe: „Radio Kossuth” — kanał informacyjny i artystyczny, „Radio Petöfi” — kanał rozrywkowy kierowany do młodzieży, „Radio Bartók” — kanał z poważnymi programami i muzyką klasyczną.

Węgierskie Radio obejmuje też 7 regionalnych stacji w większych miastach, stacje „Radio Danubius” (zasięg krajowy) i „Radio Calypso” (pokrywa tylko Budapeszt), które dostarczają informacji lokalnej i oferują własne usługi informacyjne. Pojawiły się też na Węgrzech komercyjne radiostacje lokalne.

Budapeszt ma 2 prywatne radiostacje komercyjne; niezależne radiostacje są też na prowincji. W sumie w całym kraju jest ich cztery.

Prasa

Prasa jest najbardziej sprywatyzowanym sektorem gospodarki na Węgrzech. Sprywatyzowano ją w latach 1989-1990. Zagraniczny kapitał ma większy udział w gazetach na Węgrzech niż w jakimkolwiek innym kraju Europy Wschodniej. Według badań RWE/RS zachodnie inwestycje wynoszą około 80% całego kapitału w węgierskiej prasie.

Chociaż prasa zmierza do całkowitego wyzwolenia się spod kontroli rządu, może on wywierać wpływ na trzy dzienniki budapeszteńskie: banki i inne przedsiębiorstwa państwowe mają udziały w *Uj Magyarország*, *Pesti Hírlap* i *Esti Hírlap*. Rząd zachował Państwowe Wydawnictwo Prasowe z okresu komunistycznego, a nawet odkupił wcześniej już sprywatyzowane pisma, np. *Esti Hírlap* od Maxwella; później największy państwowy bank komercyjny odkupił od Ruperta Murdocha dwie gazety: *Reform Magazine* i *Mai Nap*.

W prasie można spotkać szeroki wybór opinii. Ponad 10 dzienników ma zasięg krajowy, jest też wiele gazet lokalnych i regionalnych. Największym wpływem cieszą się dzienniki *Népszabadság* (320 tys.) i *Magyar Hírlap* (90 tys.). Z pozostałych dzienników wybijają się: *Mai Nap* (100 tys.), *Népszava* (150 tys.), *Esti Hírlap* (65 tys.), *Magyar Nemzet* (65 tys.), *Nemzeti Sport* (150 tys.), *Reggeli Kurir* i *Delutani Kurir*. Za najważniejsze tygodniki można uznać *Vasarnapi Hírcik* (220 tys.), *Heti Világgazdaság* (120 tys.), *Heti Magyarország* (55 tys.), *Figyelő* (20 tys.) i *Tozsde Kurir* (10 tys.). Źródłem informacji o podanych tu nakładach jest „European Media Business nad Finance” (z 13 IX 1993). Rozpocząć publikację czasopisma na Węgrzech jest stosunkowo łatwo, ale system kolportażu, pozostający w rękach państwa, stale rodzi problemy. Opozycja polityczna skutecznie wyraża swe poglądy za pośrednictwem mediów drukowanych, a nie przez radio i telewizję.

Stan prawny

Węgry nie mają nowego prawa prasowego i nie przewiduje się go przed końcem 1994 r., tzn. przed wyborami do parlamentu. Proponowana ustawa o mediach masowych, przygotowywana pod wielką presją polityczną, została odrzucona przez parlament węgierski w grudniu 1992 r. W tym projekcie ustawy rząd próbował uzyskać kontrolę nad telewizją i radiem, jaką sprawował na mocy dekretu z 1974 r. Praktycznie żadnych ograniczeń (oprócz zakazu propagandy nazistowskiej) nie napotykały media drukowane.

Wspomniany dekret rządowy z r. 1974, dający rządowi prawo nadzoru nad telewizją publiczną, uznany został w 1992 r. za sprzeczny z konstytucją, ale pozostaje nadal w mocy z braku innego prawa gwarantującego wolność słowa. Kwestia obowiązywania tego dekretu była głównym przedmiotem „wojny o media”. Trybunał Konstytucyjny uznał ważność dekretu, zobowiązując rząd do samoograniczania się w korzystaniu z przysługujących mu z tego tytułu praw i wzywając parlament do wprowadzenia nowych regulacji prawnych w dziedzinie mediów.

Nadal obowiązuje także komunistyczne Prawo prasowe, ale nie odnosi się ono do radia i telewizji z wyjątkiem przyznania rządowi prawa do wydawania licencji na rozgłośnie radiowe i telewizyjne.

Ustanowione przez poprzedni rząd komunistyczny moratorium na przydzielanie częstotliwości (miało zapobiegać powstawaniu prywatnych rozgłośni radia i telewizji) wkrótce się skończy. Zanim się to stało, rząd w sierpniu 1993 ostatecznie skorzystał z przysługującego mu prawa i rozdzielił 102 lokalne

częstotliwości. Całą procedurę szeroko krytykowano za brak gwarancji. Zdaniem opozycji częstotliwości otrzymują przyjaciele rządu, a żadnych działań nie należy podejmować bez właściwych podstaw prawnych.

Od lipca 1993 r. obowiązuje nowe prawo o podatkach od dochodu brutto od wszystkich publikacji. Wpływy podatkowe z tego tytułu składają się na „fundację kulturalną”, ustanowioną przez rząd. Rodzi to obawy, że uzyskane w ten sposób środki mogą być użyte na rzecz publikacji prorządowych, a ze szkodą prasy niezależnej, wbrew zasadzie uczciwej konkurencji.

Bieżąca regulacja

Od roku 1990 rząd premiera Jozsefa Antalla przygotował kilka projektów ustaw o mediach, ale zostały one konsekwentnie zablokowane przez opozycję, która uświadamiała sobie, że proponowane ustawy dałyby rządowi zbyt wielki wpływ na media masowe. Nowej regulacji prawnej mediów należy się spodziewać po wyborach do parlamentu.

Komentarz

Chociaż węgierskie media wyzbywają się powoli komunistycznych metod, a ogromna większość prasy drukowanej została sprywatyzowana, wiele problemów pozostało. Media obecnie walczą o przeżycie z warunkami ekonomicznymi. Papier łatwo kupić, ale jego cena rynkowa jest bardzo wysoka. Systemem kolportażu włada państwo, a państwowe drukarnie drukują 80% dzienników.

Prace nad regulacją prawną mediów zostały uwikłane w walki polityczne o kontrolę nad MTV i falami radiowymi. 6 stycznia 1991 r. Elemér Hankiss, prezes MTV, zrezygnował ze swego stanowiska częściowo wskutek rosnącej presji ze strony prawego skrzydła w rządzie oraz z powodu kontroli budżetu MTV przez Urząd Rady Ministrów. Hankiss rozpoczął reorganizację telewizji, tworząc nowe niezależne jednostki produkcyjne zdolne do konkurencji na wewnętrznym rynku.

Prognoza

Wiele osób sądzi, że wojna o media doprowadziła do obniżenia standardów radiowo-telewizyjnych. Z tego względu nowe regulacje prawne są pilnie potrzebne, by sprywatyzować radio i telewizję i stworzyć gwarancje dla niezależnych mediów. Jak wspomniano, telewizja i radio odgrywają ważną rolę w życiu węgierskim, lecz działają bez jakichkolwiek jasnych konstytucyjnych lub prawnych zobowiązań.

Jeżeli po najbliższych wyborach nastąpi zmiana rządu, prawo o mediach uzyska priorytet. Mogłoby to dać większą autonomię MTV i MR oraz ustalić

procedurę uzyskiwania licencji. Ustawa o mediach mogłaby nakazać powołanie autonomicznych władz radia i telewizji, które to władze byłyby uprawnione do rewizji przydziałów częstotliwości i licencji.

Programy nauczania dziennikarstwa mogą także pomóc Węgrom w uznaniu wolności mediów. Uniwersytet Loranda Eotwosa w Budapeszcie uruchomił studia dziennikarskie we wrześniu 1992. Również inne uniwersytety oferują takie studia. Amerykański Ośrodek Dziennikarstwa w Budapeszcie, utworzony w r. 1991 a kierowany przez Uniwersytet Maryland, korzysta z dotacji Międzynarodowego Funduszu Mediów (IMF). Organizuje on kursy praktycznego dziennikarstwa i szkoły letnie dla studentów dziennikarstwa.

Jak wspomniano w nocie na str. 23, teksty odnoszące się do mediów w Bułgarii i na Węgrzech pochodzą z pracy *A Report on Freedom of the Media in Eastern Europe and in the Countries of the Former Soviet Union*, opublikowanej w listopadzie 1993 przez grupę badaczy The Trans Atlantic Dialogue on European Broadcasting, kierowaną przez Davida Webstera. W przedmowie do tej pracy czytamy:

„Za poświęcony temu przedsięwzięciu badawczemu czas, starania i wsparcie The Trans Atlantic Dialogue on European Broadcasting dziękuje Fundacjom Sorosa w Europie Środkowo-Wschodniej i krajach byłego Związku Radzieckiego, Biuru Programów i Planowania USIA, p. Sandrze Colliver z grupy «Article 19», Międzynarodowemu Ośrodkowi Sprzeciwu wobec Cenzury, Radiu Wolna Europa i Radiu Wolność oraz Międzynarodowemu Funduszowi Medialnemu. Dziękujemy też naszej asystentce ds. badań nad prawami człowieka p. Alyi Kayal za nieoceniony wkład w opracowanie materiału. Informacja zawarta w Raporcie pochodzi od wymienionych ekspertów oraz z materiałów dokumentacyjnych *Wolność na świecie 1992-1993*, ogłoszonych przez Freedom House”.

(Red. ZP)

RYSZARD FILAS

PIĘĆ LAT PRZEMIAN MEDIÓW MASOWYCH W POLSCE: BILANS WSTĘPNY

Po 60 miesiącach przemian mediów masowych w Polsce, towarzyszących czynnie procesom transformacji ustrojowej kraju, warto podjąć próbę ich bilansu i refleksji co do kierunku dalszych przeobrażeń. Teza, iż główny trend po upadku komunizmu to przechodzenie od monopolu do pluralizmu w mediach, wydaje się dziś zbyt banalna i uboga, a z kolei sugestia, że zmierzamy od monopolu do monopolu — kuszące, ale przedwczesne. Są to zresztą procesy złożone, wielopłaszczyznowe i tylko uwzględnienie większej liczby wymiarów może się okazać płodne poznawczo, choć ich liczba i rodzaj są dyskusyjne.

Jedno, co nie budzi wątpliwości badaczy mediów, to traktowanie całego pięcioletniego okresu jako przejściowego na drodze do czegoś „nowego”, nie w pełni określonego. Im bardziej się jednak ów stan „przejściowości” wydłuża, tym wzrasta pokusa, aby go podzielić na jakieś „podokresy” (fazy, etapy), które by ilustrowały ważniejsze punkty zwrotne dotychczasowych przeobrażeń. Z perspektywy wiosny 1994 roku możemy arbitralnie wyróżnić trzy charakterystyczne fazy zmian na rynku prasowym i w mediach elektronicznych (ich granice są płynne, w znacznej mierze umowne, nazwy zaś — robocze): 1. fazę „żywiłowego entuzjazmu” i wymuszonych przekształceń; 2. pozornej stabilizacji i zmian podskórnych; 3. otwartej walki o rynek.

Scharakteryzujemy każdą z nich, z tym jednak, że pierwsze dwie, jako stosunkowo wyczerpująco opisane w wielu publikacjach (w tym w *ZP*)¹, potraktujemy bardzo skrótowo, natomiast trzecią, obecną — nieco szerzej.

¹ Wiele materiałów na ten temat zawierają *Zeszyty Prasoznawcze* z lat 1991-1992 (zwłaszcza *ZP* 1991, nr 3-4 oraz *ZP* 1992, nr 1-2), a także trzy tomy Materiałów Pomocniczych do Najnowszej Historii Dziennikarstwa pod redakcją Aliny Słomkowskiej: Tom XXII — Transformacja prasy polskiej (1989-1992), Warszawa 1992; Tom XXIII — Kontrowersje wokół transformacji prasy polskiej (1989-1992), Warszawa 1993; Tom XXIV — Dylematy transformacji prasy polskiej (1989-1993), Warszawa 1994.

I. Faza „żywiotowego entuzjazmu” i wymuszonych przekształceń

W pierwszej fazie (od maja 1989 do mniej więcej połowy 1991 roku) nastąpił żywiotowy rozwój licznych niezależnych inicjatyw wydawniczych (głównie czasopism lokalnych). Równocześnie stare (zakorzenione na rynku nierzadko od kilku dziesięcioleci) tytuły weszły na drogę przekształceń, zrazu organizacyjnych (np. zmiany w kierownictwie redakcji, wyzbywanie się niewygodnych — ze względów politycznych — członów nazw i podtytułów, niekiedy nawet zmiany całych tytułów²), a potem i własnościowych. Te ostatnie występowały w szczególności na przełomie lat 1990/1991 w związku z realizacją ustawy o likwidacji koncernu RSW „Prasa-Książka-Ruch”. Zapadła wówczas większość decyzji Komisji Likwidacyjnej co do tytułów własności poszczególnych składników majątku b. RSW³.

Tak więc pierwsze dwa lata przebudowy upływały pod znakiem szturmów setek nowych pism, próbujących zapłacić luki na mapie wydawniczej odziedziczonej po poprzedniej epoce, stare zaś gazety i czasopisma, uwikłane w bolesny dla wielu zespołów redakcyjnych proces oczyszczania się z relikwów „starego” (zwłaszcza gdy mowa o dziennikach i tygodnikach b. PZPR), oczekujące na zmianę właściciela i nie przystosowane do reguł wolnego rynku — nie zawsze umiały skutecznie włączyć się do rywalizacji. Sprawy te są już dość dobrze rozpoznane, więc nie będziemy ich tu rozwijać.

W skład nowej oferty weszła przebojem *Gazeta Wyborcza* (jej pierwszy numer ukazał się na miesiąc przed wyborami czerwcowymi 1989), od początku przyciągająca czytelnika nowością formuły, łącząc zalety (szeroka informacja z kraju i ze świata, obszerna część publicystyczna) opiniotwórczej gazety ogólnopolskiej oraz gazety lokalnej (w połowie 1991 r. dysponowała już 13 dodatkami regionalnymi, zarazem stanowiącymi wyzwanie dla dzienników lokalnych na regionalnym rynku reklam i ogłoszeń). W tym samym okresie powstało też około 20 nowych dzienników lokalnych oraz co najmniej 1500 czasopism tzw. sublokalnych⁴. Wkrótce okazało się, że żywot wielu z nich był krótki, często związany jedynie z kampaniami wyborczymi do Sejmu (wiosną 1989) i do samorządów lokalnych (w rok później), twarde zaś prawa rynku brutalnie zweryfikowały szlachetne porywy wielu entuzjastów-amatorów (w dziennikarskim fachu).

Ofertę mediów elektronicznych (zdominowanych przez cztery programy Polskiego Radia i dwa kanały Telewizji Polskiej) od 1990 roku uzupełniały w

² Klasyczne przykłady to zmiana tytułu lubelskiego *Sztandaru Ludu* na *Dziennik Lubelski*, łódzkiego *Głosu Robotniczego* na *Głos Poranny*, katowickiej *Trybuny Robotniczej* na *Trybunę Śląską*, eliminacja podtytułów „Dziennik/tygodnik PZPR” itp. Sprawy te omówione zostały m.in. w serii artykułów nt. transformacji prasy opublikowanych w *Zeszytach Prasoznawczych* 1992, nr 1-2, zwłaszcza w artykule E. C i b o r s k i e j: Transformacja prasy byłej PZPR (s. 88-101).

³ Dodajmy, że owa komisja nie zakończyła swoich prac do dziś; spośród około 200 tytułów prasowych będących przedmiotem jej zainteresowań, do połowy 1993 roku przekazano spółdzielniom dziennikarskim 72 (na planowane 74), sprzedano w drodze przetargu 105 (zamierzano 127). Podaje za: A. P a t u ł a: W czyich rękach prasa?, *Czas Krakowski* nr 209 z 8 IX 1993.

⁴ Zob. S. D z i k i: Zmiany oferty prasowo-wydawniczej (1990-1991). *Zeszyty Prasoznawcze* 1991, nr 3-4, s. 21-28; Z. B a j k a: Polska prasa codzienna 1990-1991. Tamże, s. 29-41.

niewielkim stopniu trzy działające na warunkach komercyjnych lokalne rozgłośnie (Radio Małopolska Fun — późniejsze RMF FM — w Krakowie, Radio Zet oraz Radio „ES” — późniejsza ESKA — w Warszawie); na zasadach „pirackich” funkcjonowało jeszcze kilka stacji radiowych o zasięgu mikroregionalnym lub miejskim (np. radio ALEX w Zakopanem). Odnotowano też pierwsze próby uruchomienia prywatnej telewizji lokalnej (pionierem była wrocławska PTV ECHO).

Dla odbiorcy mediów, zwłaszcza czytelników prasy były to czasy prze wartościowania swoich długoletnich nawyków. Stąd (obok czynników ekonomicznych — zwłaszcza szoku w następstwie wprowadzenia z początkiem 1990 roku reformy gospodarczej — tzw. planu Balcerowicza) załamanie się wskaźników czytelnictwa (gwałtowny wzrost liczby „nieczytelników”), rozluźnienie kontaktów z wielu starymi tytułami, ale zarazem dystans w stosunku do nowej oferty, znamionujący poszukiwania i próbę odnalezienia się w nowej rzeczywistości. Niedostatki oferty rodzimej telewizji rekompensował odbiór telewizji satelitarnej (obserwujemy wówczas bardzo szybki przyrost liczby anten satelitarnych i sprzętu wideo)⁵.

2. Faza „pozornej stabilizacji” i zmian podskórnych

W fazie drugiej (w przybliżeniu od połowy 1991 roku do końca roku 1992) nastąpiło bardziej wyraźne wykrystalizowanie się elementów nowego ładu na rynku prasowym oraz wydatne poszerzenie oferty mediów elektronicznych.

Część starych tytułów, głównie sprywatyzowanych na drodze przetargu, wykorzystała okres transformacji do wzmocnienia organizacyjnego i technicznego: pisma zmieniają wówczas szatę graficzną, stają się bardziej kolorowe, drukowane są na lepszym papierze, czasem we własnej, nowej drukarni, a nierzadko (zwłaszcza w przypadku magazynów kolorowych) za granicą. Czy nią to, by sprostać standardowi wydawania większości nowych tytułów, w tym polskojęzycznych wersji zachodnich magazynów kobiecych lub młodzieżowych. Równocześnie bowiem następuje znacząca wymiana zestawu lektury Polaków.

Szybko powiększały nakłady i lokowały się na coraz wyższych pozycjach — choć jeszcze nie w ścisłej w czołówce czasopism — tytuły należące do pierwszej generacji nowej prasy (tzn. pisma wprowadzone na rynek w latach 1989-1991), głównie miesięczniki. Sztandarowe przykłady to luksusowe (ekskluzywne) magazyny kobiece, jak *Twój Styl* lub *Pani*, tani — lecz kolorowy — magazyn poradniczy *Poradnik Domowy*, a także — w pewnej mierze — magazyn treści ogólnej *Sukces* oraz parapsychologiczno-astrologiczny *Nie z tej ziemi*. Udatnie zadebiutowały też „kalki” zagranicznych magazynów młodzieżowych:

⁵ Zob. R. F i l a s: Odbiór mediów masowych w Polsce u progu lat dziewięćdziesiątych. *Zeszyty Prasoznawcze* 1991, nr 3-4, s. 121-132.

Popcorn, *Dziewczyna* oraz *Bravo* (obecnie dwutygodnik). Nie brak w tym zestawie również tygodników, szczególnie reprezentujących nowe — dla polskiego czytelnika — typy prasy, jak np. prasa serca (*Kobieta i Mężczyzna*), prasa bulwarowa i rewolwerowa (*Skandale*, *Nowy Detektyw*) i oryginalny w swej formule — satyryczno-polityczny tygodnik *Nie*. Polscy czytelnicy, zwłaszcza młodsze pokolenie, okazali się podatni na urok nowości, chętnie sięgając po nie znane im dotychczas pisma, odwołujące się do swoistych, węższych zainteresowań (w tym m.in. erotycznych). Równocześnie spadło wyraźnie zainteresowanie prasą poważną, zwłaszcza tygodnikami społeczno-politycznymi (wyjątkiem była „stara” *Polityka*, robiący karierę tygodnik *Wprost* oraz zdobywający przez pewien czas czytelników „polski *Time*” — tygodnik *Spotkania*), prasą religijną, kulturalną, a także — rolniczą.

Na rynku dzienników o zasięgu ogólnopolskim *Gazeta Wyborcza* zdystansowała wszelkie inne (zagęszczając sieć dodatków regionalnych i przejmując znaczną pulę lokalnego rynku reklam); za nią lokują się cztery stare, sprywatyzowane tytuły: *Rzeczpospolita* (w której znaczące udziały ma R. Hersant), *Sztandar Młodych*, *Życie Warszawy* (udziałowcem jest N. Grauso, powiązany z włoskim magnatem prasowym S. Berlusconi) i *Express Wieczorny*. Nie powiodła się próba wprowadzenia na rynek kilku nowych gazet ogólnopolskich, a inne notowały spadek poczytności⁶. Na rynek lokalny wprowadzono w tym czasie około 10 nowych dzienników, ale równocześnie niewiele mniej przestało się ukazywać.

W sumie inicjatyw wydawniczych było nadal wiele (co kwartał przybywało po ok. 150 tytułów), ale znaczny był też odsetek pism zawieszonych lub likwidowanych.

Poszerzała się też oferta mediów elektronicznych oraz powiększały techniczne możliwości korzystania z niej (anteny satelitarne, lokalne sieci telewizji kablowej). Cztery ośrodki regionalne TVP (Katowice, Szczecin, Wrocław i Gdańsk) uruchomiły w szerszym zakresie własne bloki programowe (w Szczecinie jest to wyłącznie kanał miejski). Stopniowo zakładano kolejne („pirackie” — gdyż działające bez koncesji) lokalne stacje telewizyjne i radiowe⁷. Od połowy 1992 roku drogą satelitarną transmitowany jest też na całą Europę program krakowskiego radia RMF FM (wówczas Radio Muzyka Fakty), które zdystansowało się już od powiązań (kapitałowych i programowych) z francuskim radiem FUN i rozbudowywało swą sieć lokalną w kilku innych województwach (Katowice, Częstochowa, Krosno). Zmiany te zapożyczały to wszystko, co stanowiło domenę trzeciej fazy.

⁶ Ten etap został szerzej opisany w moich artykułach: Zmiany poczytności gazet i czasopism o zasięgu ogólnopolskim (1989-1992), *Zeszyty Prasoznawcze* 1992, nr 1-2, s. 55-74 oraz Zainteresowanie sprawami lokalnymi a korzystanie z prasy, *Zeszyty Prasoznawcze* 1992, nr 3-4, s. 33-52.

⁷ W jesieni 1992 roku odnotowano już (obok kilku stacji nadających wprawdzie legalnie, ale tymczasowo do czasu przyznania koncesji) 24 pirackie stacje radiowe i 10 prywatnych stacji telewizji (w tym pięć, które w kilka miesięcy później weszły do sieci POLONIA1). Zob.: J. M i k o s, Trwa wojna w eterze, *Nowa Europa* z 13-15 XI 1992.

3. Faza otwartej „walki o rynek”

Rok 1993 otwiera trzecią, najnowszą fazę przemian mediów w Polsce; ich punkt ciężkości przenosi się na media elektroniczne (walka o kanały i pasma), a to, co się dzieje na rynku prasowym, sankcjonuje rewolucję w ofercie (umocnienie nowych tytułów) i umiędzynarodowienie form własności (wykupywanie poprzednio uwłaszczonych tytułów oraz rosnącą pozycję kalek zagranicznych).

Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 XII 1992 roku nadała ramy prawne działalności zarówno programom Polskiego Radia i telewizji publicznej, jak i prywatnym rozgłośniom oraz stacjom telewizyjnym. Rygory formalne związane z ubieganiem się o koncesję (m. in. konto nie obciążone uprzednią działalnością piracką) wyhamowały plany rozpoczęcia emisji jedynie nielicznych stacji radiowych i telewizyjnych; przeważnie jednak stacje działające wcześniej „obok prawa” kontynuowały nadawanie programów.

Do końca 1993 roku przyznano jedną koncesję (wspomnianej telewizji satelitarnej POLSAT), natomiast na rozpatrzenie przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oczekiwało blisko 400 wniosków: 250 na stacje radiowe (przeważnie chodziło o tzw. dolne pasma UKF, do których odbioru przystosowana jest większość radioodbiorników w Polsce) i 89 na nadajniki telewizyjne małej mocy (lokalne) oraz — w przypadku ubiegania się o koncesje na stacje regionalne i ponadregionalne (nadajniki dużej i średniej mocy) — odpowiednio 28 (radio) i 26 (telewizja). O koncesję na ogólnopolski program telewizyjny złożyło 11 wniosków, na radiowy zaś — 7. Ta wielka liczba wniosków nie powinna przesłaniać faktu, że liczba wnioskodawców o koncesje o zasięgu ponadlokalnym była nieporównanie mniejsza (np. radio RMF FM ubiegało się o nadajniki radiowe w prawie każdym regionie)⁸.

W okresie od lutego do maja 1994 roku zapadła większość decyzji o przydziale częstotliwości, którymi dysponowała Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (ich liczba jest limitowana do czasu zwolnienia przez wojsko). Koncesje ogólnopolskie uzyskały 2 rozgłoszenie komercyjne: RMF FM, Radio Zet oraz niekomercyjne katolickie Radio Maryja na dotychczasowym obszarze działania, ale bez przydzielenia częstotliwości pokrywających teren całego kraju. Najważniejsze postanowienia co do telewizji, to przyznanie jednej ogólnopolskiej koncesji na działalność telewizji komercyjnej (otrzymał ją POLSAT, w atmosferze licznych pomówień i protestów ze strony kontrkandydatów i części prasy) oraz kilka koncesji na budowę regionalnych lub makroregionalnych sieci telewizyjnych, jak TV WISŁA (w Polsce Południowej), TV NTP PLUS (głównie w pasie centralnym), Wielkopolska Telewizja Regionalna oraz KANAŁ PLUS (telewizja kodowana w większych ośrodkach miejskich).

Jeszcze zanim w ogóle uruchomiono procedurę przyznawania koncesji, oferta programów telewizyjnych w języku polskim została poszerzona o dwa kanały

⁸ Podaje za *Gazetą Krakowską* nr 286 z 10 XII 1993. Wykaz podmiotów ubiegających się o koncesje zawiera Ogłoszenie Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji opublikowane w *Rzeczpospolitej* nr 293 z 16 XII 1993, s. 20.

satelitarne. Legalnie, gdyż z Holandii rozpoczęto w lutym 1993 nadawanie programu prywatnej telewizji satelitarnej POLSAT, Telewizja Polska zaś uruchomiła w maju tegoż roku program satelitarny TV POLONIA, skierowany do polonusów za granicą (ale oczywiście dostępny w Polsce, zwłaszcza za sprawą sieci telewizji kablowej) i oferujący wyłącznie rodzimą produkcję (filmy, seriale, informacja, publicystyka, rozrywka).

Przykładem budowania prywatnej telewizji ogólnopolskiej od dołu jest sieć 13 formalnie pirackich stacji lokalnych (PTV ECHO we Wrocławiu, PTV MORZE w Szczecinie, PTV ES w Poznaniu, PTV TELE 24 w Łodzi, TNL w Lublinie, PTV KRATER w Krakowie, PTV RONDO w Katowicach, PTV COPERNICUS w Olsztynie, PTV TELEPOL w Opolu, PTV EX w Bydgoszczy, PTV TELETOP w Gdańsku, NTW — NOWA TELEWIZJA w Warszawie, PTV CENTRUM w Kaliszu), w których znaczące udziały posiada sardyński biznesmen Nicola Grauso (podobno powiązany z Silviem Berlusconiem, obecnym premierem Włoch). Od marca 1993 nadają one w porach największej oglądalności wspólny blok programowy POLONIA 1, ograniczając swą własną inwencję w znacznej mierze do przekazywania serwisu lokalnego (i produkcji programów publicystycznych). Agencja Nicoli Grausa przejęła akwizycję i wpływy z reklam. Wnioski tych stacji (i samego Grausa) o przyznanie koncesji na program telewizji ogólnopolskiej, jak i na działalność w skali regionów nie spotkały się z pozytywnym przyjęciem ze strony Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, mimo to nie zaprzestano (pirackiej) działalności.

Jednym z nielicznych przykładów prywatnej telewizji nie związanej z siecią POLONIA 1 jest warszawski TOP CANAL (ponadto w Gdańsku funkcjonowała TV SKY ORUNIA, w Gorzowie — TV VIGOR). Działalność dwóch ostatnich (Gorzów, Gdańsk) została zalegalizowana przez Krajową Radę, natomiast w Warszawie nie rozdzielono dalszych koncesji (do złożenia niniejszego artykułu).

Od stycznia 1994 roku, zmienił się również status prawny Polskiego Radia oraz Telewizji Polskiej; nie tylko usamodzielnili się one organizacyjnie (bez tzw. czapki Radiokomitetu), ale stały się mediami publicznymi (nie zaś — jak dotychczas — państwowymi). Zmiany te objęły także siedemnaście rozgłośni lokalnych Polskiego Radia (które funkcjonują jako jednoosobowe spółki Skarbu Państwa) i jedenaście terenowych oddziałów Telewizji Polskiej S.A. (które dysponują jednak mniejszą samodzielnością niż lokalne stacje radiowe). W połowie 1994 roku już siedem Ośrodków Regionalnych TVP (do Katowic, Szczecina, Gdańska i Wrocławia doszły Kraków, Łódź i Warszawa) nadawało programy nie tylko gościnnie w półgodzinnych na ogół pasmach lokalnych w Programie II TVP, ale także dysponowało własnymi kanałami (przeważnie niewielkiej mocy: miejskimi lub mikroregionalnymi), zapożyczając je po części własną produkcją, po części zaś transmitując program satelitarny TV POLONIA. Kilka innych Ośrodków (np. w Rzeszowie, Bydgoszczy) przygotowuje się do uruchomienia takich kanałów.

Bez przeszkód prawnych i dość żywiołowo powstają prywatne sieci telewizji kablowej; niektóre nadają wspólne, regionalne bloki programowe, inne — specjalne bloki filmowe przygotowane m.in. przez łódzką agencję ATV.

Obecnie „w eterze” nadaje kilkadziesiąt lokalnych stacji kościelnych; 38 spośród nich transmituje program toruńskiego Radia Maryja, nawiązującego w pewnej mierze do popularnego w Ameryce modelu tzw. radia partycypacyjnego („talk radio”). Kilka lokalnych stacji kościelnych, podporządkowanych miejscowym kuriom funkcjonuje według odmiennego modelu, bliższego rozgłoszoniom komercyjnym (np. Radio „Plus” w Gdańsku, „As” w Szczecinie, Radio Mariackie w Krakowie, Radio Legnica).

W omawianym okresie funkcjonowało już nie kilkanaście, ale kilkadziesiąt „pirackich” rozgłośni komercyjnych, zarówno w dużych ośrodkach miejskich (większość, często po kilka stacji w jednym mieście), jak i „na prowincji”. W przeciwieństwie do losów piratów telewizyjnych, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji z początkiem maja 1994 przyznała znakomitej większości z nich koncesje na prowadzenie legalnej działalności⁹.

Takie wzbogacenie oferty zostało dostrzeżone przez radiosłuchaczy i widzów: ogólnie biorąc spadły wskaźniki słuchalności wszystkich programów Polskiego Radia (łącznie z „jedynką” i „trójką”): w odstępnie jednego roku (wiosna 1992 — wiosna 1993) wydatnie powiększyła się liczba odbiorców lokalnych stacji komercyjnych (z 9 do 26%), zauważone zostały też rozgłoszoni kościelne (ok. 7%). W czerwcu 1993 roku, a więc zaledwie w kilka miesięcy po uruchomieniu większości lokalnych kanałów telewizyjnych (zwłaszcza sieci POLONIA 1), co piąty Polak potwierdzał korzystanie, przynajmniej od czasu do czasu, z nadawanych przez nie programów. Podobna liczba badanych oglądała w tym czasie telewizję satelitarną, choć były to prawie wyłącznie stacje zagraniczne. W II połowie 1993 roku proporcje pomiędzy korzystaniem z polskich kanałów satelitarnych, dostępnych w ofercie licznych sieci TV kablowej (TV POLONIA, POLSAT) i zagranicznych (głównie RTL, SAT1, MTV) prawie się wyrównały, przy czym zmalała liczba oglądających telewizję zagraniczną. Natomiast nie powiększył się już odsetek oglądających programy lokalnych stacji komercyjnych, co wiązałibyśmy z ustabilizowaniem liczby tych stacji, jak i pewnym znużeniem niezbyt atrakcyjną ofertą (wyraźna zmiana w tej dziedzinie nastąpiła dopiero w pierwszych miesiącach 1994 roku)¹⁰. Choć ciągle decydującą rolę w odbiorze odgrywają programy PR i TVP, zasięg oddziaływania rozgłośni i kanałów niezależnych jest już zjawiskiem znaczącym społecznie w skali kraju.

Fakty te znalazły odbicie na rynku prasowym¹¹. Poczynając od jesieni 1992, pojawiło się sporo kolorowych „gazet telewizyjnych”, opartych na wzorcach zachodnich (tv-guides), spośród których największą poczytnością cieszą się

⁹ Do bardziej kontrowersyjnych decyzji Rady (nagłośnionych przez prasę) należało nieprzyznanie koncesji m.in. dwóm warszawskim stacjom: Radiu MOZART (nadającemu wyłącznie muzykę poważną) oraz Radiu JAZZ, które z początkiem maja 1994 zawiesiły działalność (za: *Życie Warszawy* z 30 IV-3 V 1994).

¹⁰ Dane z raportów *Prasa, radio i telewizja w Polsce — wiosna-lato 1993* oraz *Prasa, radio i telewizja w Polsce — jesień-zima 1993/1994* (tom II), dostępnych w OBP UJ (oprac. R. Filas i H. Siwek).

¹¹ Szerzej tendencje w czytelnictwie prasy w roku 1993 omawiam w dwóch materiałach w *Zeszytach Prasoznawczych*. Zob. R. Filas: Czytelnictwo gazet i czasopism o zasięgu ogólnopolskim w I połowie 1993 — nowe tendencje, *Zeszyty Prasoznawcze* 1993, nr 1-2, s. 138-144 oraz w bieżącym numerze: Zmiany w czytelnictwie prasy 1993 — zmierzch optymizmu?

Tele Tydzień oraz *Super TV* (a i stara *Antena* całkowicie zmieniła szatę graficzną i znacznie awansowała w hierarchii poczytności); obecnie większość dzienników krajowych i lokalnych wydaje również własne, coraz bardziej atrakcyjne cotygodniowe wkładki telewizyjne. W ogóle jeśli w poprzednim okresie (1991-1992) awansowały do czołówki pism najpoczytniejszych głównie nowe miesięczniki, to w roku 1993 znalazło uznanie u czytelników wiele tygodników, a wśród nich błyskawiczną karierę w ciągu niespełna roku od pojawienia się na rynku zrobił tani (pomawiany przez konkurentów o dumping¹²) tygodnik dla kobiet *Tina*, detronizując pierwszą od kilku dziesięcioleci *Przyjaciółkę*. Cała prasa kobieca stanowi zresztą prężny sektor rynku prasowego, a kilka tytułów (w tym także miesięczniki: *Twój Styl*, *Poradnik Domowy*, *Dziewczyna*, *Uroda*) wydatnie umocniło swą pozycję (w porównaniu z poprzednim okresem). W połowie 1993 roku pojawiły się dwa nowe tytuły: dwutygodnik *Świat Kobiety* (kolejny, po *Tinie* tytuł wydawnictwa H. Bauer).

W interesującym nas okresie *Gazeta Wyborcza* zakończyła tworzenie dodatków regionalnych w całej Polsce (jest ich 18); najstarsze z nich mają już swoje wojewódzkie mutacje. Wprawdzie pojawiło się kilka nowych dzienników lokalnych, ale już w mniejszej liczbie niż wcześniej, przeważnie jako kolejne wcielenia poprzedniej, niezbyt udanej inicjatywy wydawniczej¹³ i miały kłopoty z utrzymaniem się na rynku.

Wstępny bilans zmian 1989-1994

Po pięciu latach przemian systemu gospodarczego, politycznego i społecznego, Polska jest krajem bardzo różnym się od tego, który wieńczył epokę PRL, choć zmiany w żadnej z wymienionych dziedzin nie zostały zakończone i różny jest stopień ich zawansowania. Na tym tle uchwycony w połowie 1994 roku obraz mediów świadczy, jak się wydaje, o zmianach jeszcze bardziej konsekwentnych i rozległych, chociaż i tu przeobrażenia na rynku prasowym wyraźnie wyprzedzają to, co zmieniło się w mediach elektronicznych, zwłaszcza telewizji. Ograniczymy się do wypunktowania kilku najważniejszych spostrzeżeń, jakkolwiek zabrzmią one banalnie.

- Bardzo wzbogaciła się oferta tytułowa; jeśli wiosną 1989 RUCH — ówczesny monopolista w kolportowaniu prasy tzw. pierwszego obiegu — rozprowadzał 1429 tytułów (w tym połowa — były to kwartalniki i pisma wychodzące rzadziej, w tej liczbie znaczny odsetek stanowiły czasopisma naukowe), to w *Katalogu Prasy Polskiej 1994* zarejestrowano ich już prze-

¹² Niemiecka *Tina* kosztuje 2,2 DM, co się równa ok. 26 tys. zł, natomiast w czerwcu 1994 polska *Tina* kosztowała 5,8 tys. zł (dla porównania: *Przyjaciółka* — 7,5 tys., *Kobieta i Życie* — 10 tys. zł).

¹³ Na przykład *Codzienny Express Zachodni* powstał w miejsce zlikwidowanej *Gazety Nowej*, *Poranny Express Wschodni* — w miejsce *Expressu Faktów*, *Życie Nasze Codzienne* — w miejsce *Życia Codziennego*; *Gazeta Opolska* była wcześniej (przez cztery lata) tygodnikiem, natomiast *Nowa Trybuna Opolska* pozyskała znaczną część zespołu redakcyjnego „starej” *Trybuny Opolskiej* — *TO*, co złożyło się na upadek tej ostatniej (*TO*) w pół roku po ukazaniu się *NTO*.

szło 2800, dalszych zaś kilkaset nowych tytułów przestało się ukazywać wkrótce po pojawieniu się¹⁴.

- Prasa stała się nieporównanie bardziej lokalna: główny rozwój ilościowy objął grupę czasopism lokalnych i sublokalnych (pod koniec starej epoki było ich zaledwie kilkadziesiąt, w roku 1994 — blisko 1500, w tym 1300 sublokalnych), ale dynamicznie, choć ze zmiennym powodzeniem rozwijał się rynek dzienników regionalnych i lokalnych: od jesieni 1989 roku powstało ponad 35 nowych gazet tego typu, ale odnotowaliśmy też w sumie blisko 20 przypadków zawieszenia tytułu¹⁵. Wliczając 18 dodatków regionalnych *Gazety Wyborczej*, można mówić o istotnym wzbogaceniu oferty: w każdym tzw. regionie wydawniczym czytelnik ma dziś do wyboru więcej niż jedną gazetę lokalną, a w kilku — choć ich liczba spada (obecnie już tylko Kraków, Poznań, Łódź) — nawet po pięć. Stare dzienniki regionalne nie tylko przetrwały niemal w komplecie okres transformacji¹⁶, ale uruchamiają coraz liczniej swoje mutacje lokalne. Natomiast, mimo kilku inicjatyw wydawniczych, kurczy się liczba dzienników o zasięgu ogólnopolskim.
- Znaczna część czasopism ogólnopolskich gruntownie odmieniła swe oblicze, nie tylko gdy idzie o szatę graficzną (stały się one nieporównanie bardziej kolorowe, grubsze, drukowane na lepszym papierze, nierzadko za granicą), ale także o tematykę: przybywało (ale i upadało) wiele pism poradniczych, hobbistycznych, rozrywkowych wszelkiego typu (łącznie z prasą erotyczną), pism „skandalizujących” i „rewolwerowych” magazynów telewizyjnych, bardzo rozbudował się sektor prasy kobiecej (w tym luksusowych magazynów).
- Odbiciem nowych czasów i przemian gospodarki kraju stała się liczna (wręcz trudno je zliczyć) grupa pism reklamowych oraz rosnąca grupa pism o tematyce ekonomicznej (dla ludzi biznesu oraz — ostatnio — dla graczy giełdowych). Zarówno dzienniki, jak i czasopisma są coraz grubsze, zamieszczając na swoich łamach (nierazko ponad 1/3 powierzchni) wiele reklam.
- Polacy czytają dziś mniej prasy niż w czasach PRL: mniej tytułów, mniej systematycznie, redukując liczbę czytanych dzienników (także regional-

¹⁴ W trzech edycjach *Katalogu Polskiej Prasy* (z lat 1991/92, 1993 i 1994) odnotowano odpowiednio: 97, 358 i 315 tytułów, które przestały się ukazywać w danym okresie (tzn. pomiędzy edycjami katalogu), ale z pewnością nie jest to lista wyczerpująca, zwłaszcza w przypadku prasy sublokalnej wychodzącej w latach 1989-1990.

¹⁵ Definitywnie przestały się ukazywać, zawieszono bądź przekształcono w tygodniki następujące nowe (tzn. wprowadzone w latach 1989-1993) dzienniki regionalne lub lokalne: w 1990 roku - *Depesza* (Kraków), *Dzisiaj* (Poznań); w 1991 roku — *Kurier Codzienny* (Katowice), *Wydanie Specjalne* (Rzeszów), *Dziennik Dolnośląski* (Wrocław); w roku 1992 — *Dziennik Północy* (Olsztyn), *Express Sudecki* (Wałbrzych), *Gazeta Lubelska* — *Dzień* (Lublin), *Nowiny Wieczorne* (Rzeszów), *Stop* (Lublin), *Kurier Zachodni* (Katowice); w roku 1993 — *Częstochowskie A-Z* (Częstochowa), *A-Z Dziennik Obywatelski* (Rzeszów), *Gazeta Gdańska* (Gdańsk), *Gazeta Nowa Zielonogórska* (Zielona Góra), *Express Fakty* (Lublin), *Poranny Express Wschodni* (Lublin), *Życie Codzienne* (Warszawa); rok 1994 — *Życie Nasze Codzienne* (Warszawa). Spośród wymienionych tytułów *Express Sudecki* i *Kurier Zachodni* ukazują się obecnie jako tygodniki. Ponadto „stara” *Trybuna Wałbrzyska* wychodziła przez kilka miesięcy jako dziennik (dwa wydania w tygodniu); pismo przestało się ukazywać, gdy większość zespołu redakcyjnego, protestując przeciw polityce wydawcy, utworzyła pod koniec 1993 roku *Tygodnik Wałbrzyski*.

¹⁶ Upadła jedynie *Trybuna Opolska* (por. przyp. 13) oraz — przez dłuższy okres — nieregularnie wydawano *Dziennik Pojezierza*.

nych i lokalnych), preferując czasopisma, z rosnącym udziałem miesięczników.

- W zestawie lektury Polaków i Polek znajdujemy coraz więcej prasy lekkiej, rozrywkowej i komercyjnej, natomiast tytuły poważne — poza nielicznymi wyjątkami — spychane są na margines zainteresowań czytelnich. Nawet wśród dzienników ogólnopolskich umacniają się pisma nastawione bardziej na sensację (jak *Super Express*) niż na obszerny, poważny serwis informacyjny czy publicystykę. Wśród pism sukcesu znajdujemy coraz więcej tytułów reprezentujących polskojęzyczne wersje czasopism zagranicznych jak *Tina*, *Bravo*, *Popcorn*, *Dziewczyna*, *Tele Tydzień*, *Twój Weekend* czy *Playboy*. Malejąca popularność (a nawet upadek) wielu starych, uznanych firm, takich jak *Przyjaciółka*, *Kobieta i Życie* czy *Gospodyni* z jednej strony, a *Polityka*, *Przegląd Tygodniowy* czy *Tygodnik Powszechny* (i inne stare pisma opinii) — z drugiej umacniałyby hipotezę W. Pisarka, iż czasopisma (w przeciwieństwie do dzienników) mają charakter pism pokoleniowych — przemijają wraz ze stopniowym wymieraniem swojego pokolenia, do którego przemawiały najbardziej. Jest faktem, że pokolenia wstępujące sięgają dziś chętnie po tytuły reprezentujące zupełnie nowy typ prasy (stara „prasa młodzieżowa” nie przetrwała procesu transformacji w żadnej postaci; nawet jeśli tytuł pozostał na rynku, jest — typologicznie — innym pismem).
- Nastąpiła niewątpliwie destrukcja starego systemu prasy zmonopolizowanej przez RSW „Prasa-Książka-Ruch”; wielość podmiotów (wydawców) świadczy o pluralizmie (m.in. opinii i poglądów), ale zarysowuje się coraz wyraźniej tendencja do koncentracji tytułów wokół mniejszej liczby mocniejszych wydawców. Wzrasta liczba wydawców zagranicznych inwestujących w polskie media¹⁷.
- Polskie Radio i Telewizja Polska straciły swój monopol głównie — jak dotąd — na szczeblu lokalnym; budowa systemu rozgłośni i kanałów niezależnych ogólnokrajowych dopiero się rozpoczęła (w momencie przekazywania tego materiału do druku emisję ogólnopolską podjęły Radio RMF FM oraz Radio Zet; w trakcie uruchamiania kolejnych naziemnych nadajników była telewizja POLSAT). Znaczny odsetek Polaków, głównie w większych aglomeracjach słucha dziś stacji komercyjnych i ogląda także — obok telewizji satelitarnej — programy telewizji prywatnej (w tym pirackiej sieci POLONIA1).
- Nastąpił upadek odbioru audycji zagranicznych polskojęzycznych rozgłośni radiowych, symbolem zaś zmian — w porównaniu z poprzednią epoką — jest fakt, iż stacje takie jak RWE (przekształcone w czerwcu 1994 w RWE Inc.), BBC, Radio Watykan od kilku lat emitują swoje programy (choć nie wszystkie) gościnnie na falach Polskiego Radia i mają redakcje w Warszawie, a nowa RWE nadaje już nie z Monachium, lecz z Warszawy.

¹⁷ O udziale kapitału zagranicznego w polskich mediach traktuje obszerniej artykuł Z. Bajki w tym numerze *Zeszytów Prasoznawczych*.

ALINA SŁOMKOWSKA
MIRIANNNA KOZAK
JACEK ZIELIŃSKI

NOWE REGULACJE PRAWNO-ORGANIZACYJNE MEDIÓW W REPUBLIKACH NADBAŁTYCKICH I SŁOWIAŃSKICH BYŁEGO ZSRR

W procesie odradzania narodowego i państwowego republik ZSRR zmieniały się wraz z krajobrazem geopolitycznym wszelkie regulacje prawno-organizacyjne i środki masowego przekazu. Przeobrażenia rozpoczęły się jeszcze w okresie istnienia i w ramach jednolitego państwa radzieckiego.

Punktem wyjścia transformacji we wszystkich republikach były deklaracje suwerenności państwowej, wyznaczające postulatywnie kierunek, tempo i zakres przemian. Zarysowały się dwa nurty w dążeniu do samodzielności oraz ograniczania lub odrzucenia zwierzchności Moskwy. Jedna droga, charakterystyczna dla republik nadbałtyckich, prowadziła w kierunku przywrócenia utraconej niepodległości. Druga, w republikach słowiańskich, zmierzała do przebudowy stosunków w ramach sfederowanego związku.

Już w 1988 roku proklamowana została w Tallinie (16 XI 1988) Deklaracja suwerenności Estońskiej SRR¹. Zapisano w niej, iż „rozwój Estonii powinien odbywać się w warunkach suwerenności. Suwerenność Estońskiej SRR oznacza, że jej organy władzy najwyższej, zarządzania i sądownicze sprawują naj-

¹ Deklaracjaja Wierchownogo Sowjeta Estonskoj SRR O suwierienitietie Estonskoj Sowietsoj Socyjalistieskoj Riespubliki ot 16 nojabrja 1988 goda, (w:) K sojuzu suwieriennych narodow. Sbornik dokumentow KPSS, zakonodatielnych aktow, diektaracyj, obraszzenij, priezidentskich ukazow, poswjaszczennyh problemom nacyonalno-gosudarstwiennogo suwierienitieta, Institut teorii i istorii socyjalizma CK KPSS, Moskwa 1991, s. 233-234.

wyższą władzę na swoim terenie". W tym samym dniu wprowadzono poprawki do obowiązującej Konstytucji Estońskiej SRR wcielające do miejscowego systemu prawnego paktu i regulacje międzynarodowe w obronie jednostki oraz o prawach obywatelskich, politycznych i w dziedzinie kultury².

Pół roku później (18 V 1989) ogłoszona została w Wilnie deklaracja o suwerenności. Czytamy w niej, że choć rząd ZSRR ignoruje dążenia do samodzielności republiki, „Rada Najwyższa Litewskiej SRR widzi wyjście z zaistniałej sytuacji jedynie w przywróceniu suwerenności państwowej”³. Równocześnie, tak jak w Tallinie, uchwalono zmiany w obowiązującej Konstytucji LSRR, które przyznawały i gwarantowały „pełnię socjalnych, ekonomicznych, politycznych i osobistych praw i swobód” przez sądy, w oparciu o „powszechnie uznane akty międzynarodowe”, a także podporządkowały republikańskiej jurysdykcji litewskiej stosunki własności, środki produkcji, komunikacji, łączności oraz wszystkie wartości historyczne i kulturalne znajdujące się na terytorium Litewskiej SRR⁴.

W deklaracji O suwerenności państwowej ogłoszonej w Rydze (28 VII 1989) czytamy, że „suwerenność Łotewskiej SRR jest jedna i niepodzielna (...) wszyscy ludzie i narody mają nierozdzielne prawo do życia, wolności, szczęścia, postępu społecznego i poprawy warunków życia”⁵.

Deklaracje proklamowano w uroczystej scenerii i atmosferze ogólnospołecznej aktywności politycznej oraz z udziałem środków masowego przekazu. Kilkuletni okres przejściowy poprzedzający restytucję państw nadbałtyckich nazwany został w Wilnie „rozśpiewaną rewolucją”, wyróżniającą się obfitością różnego rodzaju deklaracji i manifestacji. Nowo powstałe pisma wydawane bez rejestracji, poza cenzurą i nowo założone partie (niezależnie od Sajudisu) nie tylko popierały i propagowały idee suwerenności. Współorganizowały wiece na rocznicę paktu Ribbentrop-Mołotow (w sierpniu 1987 i 1988 r.) i „Bałtycki Szlak” (żywy łańcuch ludzki od Wilna do Tallina — 23 VIII 1989), gdzie domagano się od rządu ZSRR potępienia umów radziecko-niemieckich i uznania ich za przestępstwo międzynarodowe oraz przyznania się do zbrojnej agresji, okupacji i pogwałcenia suwerenności państw nadbałtyckich. Środki masowego przekazu przyczyniły się do powołania komisji parlamentu Litwy dla zbadania rezultatów paktu, a następnie do nagłośnienia wniosków tej komisji, która potwierdziła bezprawność paktu. W ciągu kilku lat środki masowego

² W nowej redakcji preambuły czytamy: „Nieodłączną częścią systemu prawnego Estońskiej SRR są regulacje paktów międzynarodowych o ekonomicznych i socjalnych prawach i prawach w dziedzinie kultury, międzynarodowych paktów o obywatelskich prawach, a także innych paktów międzynarodowych i deklaracji w obronie praw człowieka i obywatela”. Zakon Estońskiej SRR o wniesieniu zmian i uzupełnieniu w Konstytucji (Ośnowy Zakon) Estońskiej SRR ot 16 nojabra 1988 goda, (w:) K sojuzu suwieriennych..., op. cit., s. 235-237.

³ Lietuvos Tarybinės Socialistinės Respublikos Aukščiausiosios Tarybos Deklaracija dėl Lietuvos valstybinio suvereniteto, 1989.05.18, (w:) Lietuvos Tarybinės Socialistinės Respublikos Aukščiausiosios Tarybos ir vyriausybės žinios, 1989, 05.31 d., nr 15.

⁴ Ustawa Litewskiej SRR O wniesieniu zmian i uzupełnieniu do Konstytucji (Ustawy Zasadniczej LSRR) z dnia 18 maja 1989 roku. *Czerwony Sztandar* z 19 V 1989.

⁵ Deklaracja o gosudarstwiennom suwieriennietie Łatwii ot 28 ijula 1989 goda. *Sowietskaja Łatwija*, 1 VIII 1989.

przekazu inspirowały, a następnie propagowały akty parlamentarne, które stopniowo rozszerzały zakres suwerenności i zbliżały republiki do odrodzenia niepodległości.

W republikach słowiańskich proklamowano deklaracje o suwerenności państwowej dopiero w połowie 1990 roku, już po oderwaniu się republik nadbałtyckich od ZSRR i przywróceniu tam niepodległości. W deklaracji rosyjskiej, ukraińskiej i białoruskiej także proklamowano samodzielność, ale w ramach współistnienia federacyjnego.

Rosja w swojej deklaracji (z 12 VI 1990) suwerenność uznała za „naturalny warunek istnienia państwowości Rosji” (pkt. 2). Celem jej było „zapewnienie każdemu człowiekowi nieodłącznego prawa do godnego życia, swobodnego rozwoju” (pkt. 4)⁶.

W deklaracji Ukrainy (z 16 VI 1990) także czytamy o suwerenności, zdefiniowanej jako „nadrzędność, samodzielność, pełnia i niepodzielność władzy republiki”⁷.

Białoruska deklaracja o suwerenności państwowej (z 27 VII 1990) już w artykule pierwszym obwieszczała, że „Białoruska SRR jest państwem suwerennym (...) niezbywalne prawa Białoruskiej SRR jako suwerennego państwa realizowane są zgodnie z powszechnie uznanymi normami prawa międzynarodowego”. Odwoływała się do zobowiązań międzynarodowych także w art. 3, stwierdzającym, iż „suwerenność państwową Białoruskiej SRR ustala się w imię najwyższego celu — swobodnego rozwoju i dobrobytu, godnego życia każdego obywatela republiki dzięki zagwarantowaniu praw jednostki zgodnie z Konstytucją Białoruskiej SRR i jej zobowiązaniami międzynarodowymi”. Jako jedyną zapowiedziała i zawarowała sobie prawo do posiadania własnego systemu informacji. Ustanowiła, że: „Białoruska SRR jest samodzielną w rozwiązywaniu kwestii rozwoju kulturalnego i duchowego narodu białoruskiego oraz innych wspólnot narodowych republiki, w tworzeniu własnego systemu informacji, szkolnictwa i wychowania”⁸.

Deklaracje suwerenności odwierciedlały tendencje emancypacyjne i pragnienie urządzenia niezależnego bytu republiki w oparciu o własne i międzynarodowe normy. Wytyczały fundamenty samodzielnej egzystencji państwowej oraz kierunki rozwiązań i regulacji ustrojowo-prawno-organizacyjnych w republikach. Podkreślały zwierzchnictwo władz republikańskich i nadrzędność jurysdykcji miejscowej. Zastrzegały wyłączność władania mieniem oraz zapowiadały odrębne decyzje i regulacje w sprawach form własności. Wynosiły republikańskie organy wykonawcze i ustawodawcze ponad wszechwładną dotychczas partię i moskiewskie centrum nakazowo-decyzyjne. Przede wszystkim

⁶ Deklaracja o gosudarstwiennom suwierenitietie Rossijskoj Sowietsoj Socjalistycznej Respubliki przyjęta pierwszym Sjezdom narodnych deputatów RSFSR 12 czerwca 1990 года, (w:) *Wiedomosti Sjezda narodnych deputatów RSFSR i Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1990, nr 2, poz. 22.

⁷ Deklaracja o gosudarstwiennom suwierenitietie Ukrainsoj SRR przyjęta Wierchownym Sowietem Ukrainsoj SSR 16 lipca 1990 года, (w:) *Kommunist Ukrainy*, 1990, nr 9 s. 3-6.

⁸ Deklaracja Wierchownogo Sowietu Bielarussoj SRR o gosudarstwiennom suwierenitietie Bielarussoj SRR ot 27 lipca 1990 года, *Sowietskaja Bielarus*, 29 VII 1990.

eksponowały samodzielność władz republikańskich. Odwoływały się do umów i aktów międzynarodowych o prawach człowieka i wolnościach obywatelskich. Odwracały kierunkowskaz mediom, kreśląc nowe perspektywy ich rozwoju i transformacji.

Prawie równolegle z deklaracjami suwerenności państwowej parlamenty poszczególnych republik uchwałyły ustawy o statusie języków i symbolice. Regulacje statusu prawnego języka odegrały kluczową rolę nie tylko w tworzeniu suwerennego państwa, ale przede wszystkim w odrodzeniu narodowym. Ustawy o statusie języków uchwalono najpierw w Estonii (7 XII 1988)⁹ a następnie na Litwie (18 XI 1988 i 25 I 1989)¹⁰, Łotwie (5 V 1989)¹¹, Ukrainie (28 X 1989)¹², Białorusi (26 I 1990)¹³. Ustanawiały one, że językiem oficjalnym organów władzy, administracji, urzędów, organizacji, jest język państwowy danej republiki. Wprowadzały język państwowy i jednakową pisownię do nazewnictwa miast, ulic, obiektów historyczno-architektonicznych, oznaczeń przyrodniczo-geograficznych itp., wypierając często język rosyjski. Zobowiązywały do jego znajomości i stosowania nie tylko pracowników organów władzy i administracji, lecz także łączności, oświaty, kultury, informacji i in. Od znajomości języka uzależniały (na Litwie i w Estonii) obsadę kadrową w urzędach i instytucjach publicznych. Przede wszystkim podnosiły rangę języków narodowych. Spowodowały likwidację dotychczasowej i wprowadzenie nowej szaty zewnętrznej gazet. Przyczyniły się do pobudzenia świadomości narodowej, historycznej, kulturowej i nowych inicjatyw dziennikarskich.

Prawie równolegle, w republikach nadbałtyckich zmieniało się nazewnictwo i symbole państwowe. Przywracano — przeważnie z okresu międzywojennego — flagi (w Estonii — 25 VI 1988), hymny i godła (na Łotwie — 12 I 1990, na Litwie — 4 X 1988, 11 III 1990), obchody świąt narodowych (na Litwie 25 I 1989). Na Białorusi wprowadzono godło takie samo jak w Wilnie — Pogoń (biały jeździec na czerwonej tarczy) i biało-czerwono-białą flagę, wywodzącą się z Wielkiego Księstwa Litewskiego, pod którą przodkowie walczyli pod Grunwaldem. W Wilnie Prezydium Rady Najwyższej wydało dekret „O symbolice państwowej, narodowej i regionalnej” (4 X 1988). W Tallinie uchwalono (8 V 1990) ustawę o symbolice Estonii, opartą na założeniu, że w republice „podmiotem najwyższej władzy jest naród” i tylko z nim związane znaki mają rację bytu¹⁴. Zmiana nazewnictwa, symboliki i winiet w prasie sprzyjała rozniesianiu nastrojów nacjonalistycznych. Wprowadzenie ustaw o językach i symbo-

⁹ Zakon Estonskoj SRR o jazykie ot 18 janwarja 1989 goda. *Sowietskaja Estonija*, 22 I 1989.

¹⁰ Diekriet Priezidium Wierchownogo Sowjeta Litowskoj SRR ob upotrieblenii gosudarstwiennogo jazyka w Litowskoj SRR. *Sowietskaja Litwa*, 26 I 1989.

¹¹ Zakon Łatwijskoj SRR o jazykach ot 5 maja 1989 goda. *Sowietskaja Łatwija*, 7 V 198.

¹² Zakon Ukrainskoj SRR o jazykach w Ukrainskoj SRR ot 28 oktjabrja 1989 goda. *Prawda Ukrainy*, 3 XI 1989.

¹³ Zakon Bielaruskoj SRR o jazykach w Bielaruskoj SRR ot 26 janwarja 1990 goda. *Sowietskaja Bielarus*, 13 II 1990. Rosja ustawę o językach przyjęła dopiero 25 października 1991 roku. Zakon RSFSR o jazykach narodow RSFSR ot 25 oktjabrja 1991 goda, (w:) *Wiedomosti Sjezda narodnych dieputatow RSFSR i Wierchownogo Sowjeta RSFSR* 1991, nr 50 poz. 1740.

¹⁴ Zakon Estonskoj SRR o simwolikie Estonii ot 8 maja 1990 goda, (w:) *K sojuzu suwieriennych...*, op. cit., s. 244-245. Też: *Politika* 1990, nr 6.

lach wiązało się ze wzrostem publikacji, które podsycaly narodowościowe konflikty wewnątrzrepublickańskie. Na fali odradzania tożsamości narodowej i polemik prasowych nasilały się dążenia separatystyczne.

Czołową pozycję wśród regulacji prawnych zajmują akty poświęcone obaleniu wszechwładzy partii komunistycznej. W Wilnie Rada Najwyższa przegłosowała uchwałę (7 XII 1989) o skreśleniu z konstytucji artykułu o przewodniej roli partii komunistycznej. W ten sposób także została usankcjonowana degradacja prasy partyjnej z funkcji przewodnika mediów republikańskich. Znacznie później uchwalono zakaz działalności partii komunistycznej na Litwie (22 VIII 1991), a następnie wywłaszczenie mienia (7 XI 1991).

W republikach nadbałtyckich, po proklamacji suwerenności i różnego rodzaju aktów parlamentarnych, doprowadzono do pełnej niepodległości. Ogłoszono bezprawność i likwidację władzy ZSRR (w Tallinie — 2 II i 20 III 1990, w Wilnie — 11 III 1990, w Rydze — 4 V 1990). Proklamowano restytucję niepodległości w oparciu o akty z okresu dwudziestolecia międzywojennego (w Wilnie w nawiązaniu do aktu o niepodległości z 16 II 1918, w Rydze — do proklamacji z 18 XI 1918 roku).

W Akcie o restytucji niepodległości Państwa Litewskiego stwierdzono, że „Rada Najwyższa Republiki Litewskiej, wyrażając wolę narodu, postanawia i uroczyście proklamuje przywrócenie realizacji suwerennych praw Państwa Litewskiego, zniweczonych przez siły obce w 1940 roku i ogłasza, że odtąd Litwa ponownie jest państwem niepodległym (...). Państwo Litewskie podkreśla swoją wierność powszechnie uznanym zasadom prawa międzynarodowego, uznaje nietykalność granic ukształtowanych w 1975 roku zgodnie z helsińskim Aktem Końcowym Konferencji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie, gwarantuje prawa człowieka, obywatela i wspólnot narodowych”¹⁵. Parlament łotewski w deklaracji o restytucji niepodległości (z 4 V 1990) postanowił: „uznać priorytet podstawowych zasad prawa międzynarodowego nad normami prawa państwowego” oraz „zagwarantować obywatelom Republiki Łotewskiej i innych państw stale zamieszkującym na obszarze Łotwy socjalne, ekonomiczne i kulturalne prawa, a także wolności polityczne zgodnie z powszechnie uznanymi normami prawa międzynarodowego o prawach człowieka”¹⁶.

Restytucja niepodległych republik oznaczała nie tylko rozpad federacyjnej formacji państwowej ZSRR, ale także krach światopoglądowy. Obaliła dotychczasowy i wprowadziła nowy system wartości. Wyniosła atrybuty narodowe ponad walory wielkomocarstwowe. Obaliła mit o jedności i kanon o narodzie radzieckim. Spowodowała zanik publikacji proradzieckich na rzecz antyradzieckich i antykomunistycznych.

W restytuowanych republikach ustawodawcy zrezygnowali z marksizmu-leninizmu jako ideologii państwowej. Pominęli hasła o internacjonalizmie, brater-

¹⁵ Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos Aktais dėl Lietuvos valstybinio nepriklausomos valstybės atstatymo, (w:) Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos Prezidiumo dokumentų rinkinys, t. I, Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Taryba, Vilnius, 1991.

¹⁶ Deklaracija Wierchowonogo Sowjeta Łatwijskoj Sowietischejskoj Riespubliki O wosstanowlenii niezawisimosti Łatwijskoj Riespubliki ot 4 maja 1990 goda, (w:) K sojuzu suwienennych..., op. cit., s. 191-195.

stwie narodów, socjalistycznej ojczyźnie. Preferowali wprowadzić syndrom narodowy, wartości ogólnoludzkie, prawa człowieka, ale nie potrafili opanować i załagodzić kryzysu samoidentyfikacji, sprzeczności narodowościowych, sporów granicznych, konfliktów etnicznych, antagonizujących publikacji prasowych.

Różnego rodzaju republikańskie deklaracje, proklamacje, ustawy i regulacje prawno-organizacyjne wzmocniły lokalne organy i struktury państwowe, wyodrębniły wydatnie władze wykonawcze, podniosły rangę ustawodawstwa, odpowiedzialność za przestrzeganie praworządności. Doprowadziły do rozgraniczenia funkcji państwowych i partyjnych. Następnie stopniowo wyeliminowały KPZR z pozycji wszechwładnej monopartii, otwierając szansę wielopartyjności. Opracowane zostały odrębne ustawy poświęcone mediom.

Litewska Rada Najwyższa uchwaliła ustawę „O środkach masowej informacji” (9 III 1990), parlament Łotwy — „O prasie i innych środkach masowej informacji” (20 XII 1990), Rada Najwyższa ZSRR — „O prasie i innych środkach masowej informacji” (12 VI 1990). W pierwszym artykule ustawy wileńskiej czytamy, że „Obywatele Republiki Litewskiej mają prawo swobodnie i bez przeszkód wyrażać swoje poglądy, opinie, rozpowszechniać wiadomości w prasie i innych środkach masowego przekazu, otrzymywać obiektywne informacje w każdej kwestii życia społeczeństwa i państwa. Środki masowego przekazu są wolne i nie podlegają cenzurze. Ingerencja w ich działalność podczas zbierania oraz rozpowszechniania informacji jest zabroniona”¹⁷. Także ustawodawcy łotewscy rozpoczęli od gwarancji wolności słowa, w artykule 1 zapisując, że: „W Republice Łotewskiej każda osoba, każda grupa osób, organy instytucji i przedsiębiorstw państwowych, a także organizacje mają prawo do swobodnego wyrażania swoich poglądów i opinii, rozpowszechniania informacji w prasie i innych środkach masowej informacji, a także otrzymywania za ich pośrednictwem informacji”¹⁸.

Zarówno zatem Litwa, jak i Łotwa za nadrzędną zasadę określającą funkcjonowanie mediów uznały swobodę wyrażania, rozpowszechniania i uzyskiwania informacji.

Mimo różnych nazw ustaw o mediach, każdy ustawodawca nadał systemowi środków masowej informacji podobny zakres, odnosząc do niego „gazety, biuletyny, inne wydania periodyczne (...), a także audycje telewizyjne i radiowe, kroniki filmowe, informacje agencji prasowych, zapisy audiowizualne i programy przewidziane do publicznego przekazu”¹⁹. Ustawy o mediach regulują podobny krąg spraw. Po gwarancjach wolności w sferze wyrażania, rozpo-

¹⁷ Lietuvos Tarybu Socialistinės Respublikos Spaudos ir kitu Masinės Informacijos Prieimonių Įstatymas 1990m. vasario 9d., (w:) Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos ir vyriausybės žinios 1990, nr 7 p. 167.

¹⁸ Zakon Łatwijskoj Rjespubliki O pieczati i drugih sredstwach massowoj informacii, ot 20 12 1990, (w:) Wiedomosti Wierchownoho Sowietu i Prawitelstwa Łatwijskoj Rjespubliki, 1991 god. poz. 29.

¹⁹ Definicja z ustawy Łotewskiej Republiki, art. 2. W odniesieniu do wydawnictw periodycznych skonkretyzowano, że chodzi o te, które ukazują się nie rzadziej niż raz na trzy miesiące oraz te, których nakład jednorazowy wynosi (podobnie jak ustawa Republiki Litewskiej, § 2) ponad 100 egz. Ustawodawca litewski włączył w ten system także książki.

wszechniania, otrzymywania/pozyskiwania informacji (np. łotewska w art. 1, litewska w art. 1,4) stanowią m.in. o:

— zasadach zakładania i działalności mediów (np. łotewska w art. 4, 8-22, litewska w cz. II i III);

— prawach i obowiązkach dziennikarzy, w tym odpowiedzialności za naruszenie prawa (łotewska, w art. 23-29, litewska w cz. IV, V);

— współpracy międzynarodowej (litewska w art. 35, łotewska w art. 30).

Ustawodawca litewski wyliczył podmioty mogące tworzyć środki masowej informacji (organizacje państwowe, polityczne, społeczne, ruchy społeczne, towarzystwa naukowe, religijne i inne oraz obywatele Republiki Litewskiej zamieszkali na jej obszarze). Ustawodawca łotewski mówi natomiast jedynie ogólnie o osobach prawnych i zdolnych do działania osobach fizycznych Republiki Łotewskiej — art. 8). W obu ustawach podmiot-redakcja musi być terytorialnie umiejscowiony na obszarze republiki. Rozpoczęcie działalności dziennikarskiej wymaga rejestracji: na Łotwie — w Ministerstwie Sprawiedliwości (art. 9), na Litwie — w Radzie Ministrów lub upoważnionej przez nią organizacji (§ 8).

Trzeba podkreślić, że w obu ustawach znajdują się wyraźnie sformułowane zapisy zawierające zdecydowane zakazy: cenzury, monopolizacji mediów, ingerencji w działalność mediów. Zakaz ingerencji zakładał, że „ręczne sterowanie” mediami zostanie przyhamowane, a kolizje i konflikty redakcji z władzami rozpatrywane będą przez bezstronne sądy.

Mało miejsca w tych ustawach poświęcono finansom oraz współzależności pomiędzy trzema elementami kreującymi system mediów, tj. założycielem — wydawcą — redakcją. Ograniczono się do ogólnego sformułowania, że wzajemne stosunki będą opierać się „o zawarte umowy” (np. Łotwa — art. 15, Litwa — art. 16).

Ustawy zawierają także szeroki katalog ograniczeń bezwzględnych lub warunkowych, mogących stanowić podstawę kontroli lub represji. Przewidziano ograniczenia publikacji w sprawach ustawowo chronionych (np. tajemnica państwowa, patenty), ustawowo zakazanych (propaganda wojny, dyskryminacji, przemocy, nawoływanie do obalenia obowiązującego ustroju) i naruszających ustawowo zagwarantowane prawa i wolności obywatelskie (życie prywatne). Dopuszczano także interwencję w sytuacji niewywiązania się przez środki masowego przekazu z obowiązków wobec państwa, jakie ustawowo zostały na nie nałożone (m.in. zobowiązania finansowe, Łotwa — art. 7, 12, Litwa art. 6 i 22). Do ustawy wileńskiej, po roku, wniesione zostały (9 IV 1992) uzupełnienia i poprawki. Zaostrzono zakaz publikacji propagujących wojnę i stosowanie przemocy. Zakazano rozpowszechniania antagonizmów narodowościowych i wyznaniowych. Także zabroniono publikowania i demonstrowania materiałów o charakterze pornograficznym. Zobowiązano rząd do kontroli wydawnictw erotycznych. Natomiast sądy desygnowane zostały do rozstrzygania spraw i wyrównywania moralnej krzywdy, kiedy środek masowego przekazu bez zgody osoby rozpowszechniał informacje z życia prywatnego lub nieprawdziwe dane poniżające jej godność i honor.

Najważniejsze jednak są zastrzeżenia ustawowe, że jedynie na mocy decyzji sądowej możliwe jest stosowanie represji. Tak więc w świetle tego ustawodawstwa tylko sąd może wydać decyzję o zamknięciu gazety.

W Moskwie uchwalona została (12 VI 1990) ustawa ZSRR „O prasie i innych środkach masowej informacji”, która także znosiła cenzurę, gwarantowała wolność prasy oraz dopuszczała pluralizm w sferze podmiotów założycielskich²⁰. Podkreślała, że „prasa i inne środki masowej informacji są wolne (...) cenzurowanie środków masowej informacji jest niedopuszczalne” (art. 1). Zawierała równocześnie postanowienia dotyczące języka, w którym miałyby ukazywać się prasa oraz informacje radiowe i telewizyjne: „środki masowej informacji realizują swoją działalność wykorzystując języki narodów, dla których są przeznaczone, lub czyje interesy reprezentują” (art. 3). Tym samym, w sytuacji silnego związku centrum partyjno-państwowego z Rosją i skoncentrowania w rękach partyjnych dominującej bazy redakcyjno-wydawniczej, następowało umocnienie istniejącego prorosyjskojęzycznego status quo. Z drugiej strony dopuszczono pluralizm środków masowej informacji i wprowadzono zakaz monopolizacji (art. 7), ale jednak w sytuacji braku ustawowego uregulowania kwestii finansowych, a przede wszystkim praw własnościowych, miało to dość ograniczone znaczenie. Przez półtora roku ustawa z czerwca 1990 roku obowiązywała i stanowiła podstawę funkcjonowania mediów w Rosji.

Zmiany uregulowań nastąpiły w Rosji po puczu sierpniowym przez przyjęcie (27 XII 1991) nowej ustawy „O środkach masowej informacji”²¹.

Ustawa rosyjska z 1991 roku, w porównaniu z aktami republik nadbałtyckich, jest bardziej szczegółowa i liczy 62 artykuły. Obejmuje podobny krąg spraw i zawiera identyczny katalog zasad nadrzędnych. Gwarantuje wolność poglądów, swobodę poszukiwania, otrzymywania i rozpowszechniania informacji (art. 1), swobodę zakładania i rejestracji mediów przez osoby fizyczne (obywateli Rosyjskiej Federacji), zrzeszenia osób, przedsiębiorstwa, urzędy, organizacje i organy państwowe (art. 1, 7). Ze względu na sfederowaną strukturę państwa przewiduje różną rejestrację: dla mediów obejmujących swoim zasięgiem całość Federacji, zagranicę oraz kilka podmiotów Federacji — Ministerstwo Prasy i Informacji Federacji Rosyjskiej, dla mediów o lokalnym zasięgu — właściwy terenowy organ Państwowej Inspekcji ds. Obrony Wolności Prasy i Masowej Informacji (Gosudarstwiennaja inspiekcja po zaszcitit swobody pieczati i massowej informacyi) przy Ministerstwie Prasy i Informacji Federacji Rosyjskiej (art. 8)²². Zakazuje cenzury, tworzenia instytucji i organizacji o takich funkcjach (art. 3) oraz nie dopuszcza zagłuszania. Ustawa przewiduje dla środków masowej informacji specjalne stawki rejestracyjne: dla środ-

²⁰ Zakon SSSR o pieczati i drugich sriedstwach massowej informacyi, ot 12 ijunia 1990 goda, (w:) Wiedomosti Sjezda narodnych dieputatow i Wierchownogo Sowjeta SSSR, 1990, nr 26 poz. 492.

²¹ Zakon Rossyjskoj Fiedieracyi o sriedstwach massowej informacyi, ot 27 diekabrya 1991 goda, (w:) Wiedomosti Sjezda narodnych dieputatow RSFSR Wierchownogo Sowjeta RSFSR, 1992, nr 7 p. 300.

²² Inspekcja powołana została dekretem prezydenta Rosyjskiej FSRR O środkach dla obrony wolności prasy w RFSSR z 11 września 1991 roku, Ukaz Prieżidienta RSFSR o mierach po zaszcitit swobody pieczati w RFSSR ot 11 sientjabrya 1991 goda, (w:) Wiedomosti Sjezda narodnych dieputatow RSFSR Wierchownogo Sowjeta RSFSR, 1991, nr 37 p. 1199.

ków masowej informacji specjalizujących się w informacjach i materiałach o charakterze reklamowym lub erotycznym — podwyższone stawki rejestracyjne, a dla specjalizujących się w informacjach i materiałach dla dzieci i młodzieży, inwalidów, a także o znaczeniu edukacyjnym i kulturalno-oświatowym — zmniejszone (art. 14). Określa czas emisji radiowych i telewizyjnych o charakterze erotycznym (po godzinie 23 czasu miejscowego). W specjalnym artykule poświęconym reklamie wyznacza granice objętości materiałów reklamowych (40% w wydawnictwach periodycznych i 25% dla audycji telewizyjnych i radiowych).

Białoruś dopiero w listopadzie 1993 roku wniosła projekt nowej ustawy pod obrady Rady Najwyższej, a Ukraina wykorzystuje ustawodawstwo ZSRR.

Trzeba także zwrócić uwagę na ewolucję zapisów konstytucyjnych gwarantujących wolności obywatelskie. W republikach nadbałtyckich wielokrotnie korygowano konstytucje. Kolejne uchwały stopniowo, ale konsekwentnie coraz bardziej rozszerzały zakres praw i wolności jednostki, a także mediów. W przyjętej w dniu proklamowania niepodległości Tymczasowej Ustawie Zasadniczej Republiki Litewskiej (11 III 1990) w art. 28 zagwarantowano obywatelom „prawo pozyskiwania i rozpowszechniania informacji we wszystkich sprawach, z wyjątkiem związanych z tajemnicą państwową, naruszających honor i cześć jednostki”²³.

Jeszcze bardziej szczegółowe sformułowanie znalazło się w (przyjętej 25 X 1992) znowelizowanej Konstytucji Republiki Litewskiej: „Człowiek ma prawo do własnych przekonań oraz swobodnego ich wyrażania. Człowiek ma prawo bez przeszkód poszukiwać, uzyskiwać i rozpowszechniać informacje oraz idee. Wolność wyrażania przekonań, otrzymywania i upowszechniania informacji nie może być ograniczona w inny sposób z wyjątkiem ustawy, jeżeli jest to konieczne dla ochrony zdrowia człowieka, honoru i godności, życia prywatnego, moralności czy obrony ustroju konstytucyjnego”²⁴. Na Łotwie (10 XII 1991) ogłoszono Ustawę Konstytucyjną „Prawa i obowiązki człowieka i obywatela”, gdzie umieszczono identyczne gwarancje²⁵.

Przełomowe znaczenie miała ustawa „O wolności sumienia i organizacji religijnych” uchwalona przez Radę Najwyższą ZSRR (1 X 1990). Gwarantowała prawo propagowania wiary i prowadzenia działalności wydawniczej. Uzupełniająca uchwała tejże Rady Najwyższej „O wprowadzeniu w życie ustawy ZSRR o wolności sumienia i organizacjach religijnych” (z 1 X 1990) nakazywała dostosowanie do tego aktu ustawodawstwa republik. Spowodowała, że sprawy religii pomijane dawniej w mediach zajmowały coraz więcej miejsca.

Wolnościom i prawom człowieka poświęcono też odrębne akty prawne. Parlament Rosji uchwalił także „Deklarację praw i swobód człowieka i obywa-

²³ *Wriemiennyj Osnownoj Zakon Litowskoj Rjespubliki od 11 marta 1990 goda, Sbornik Dokumentow Wierchownogo Sowietu Litowskoj Rjespubliki i Priezidiuma Wierchownogo Sowietu Litowskoj Rjespubliki, t. I, Wilnius, Wierchownyj Sowiet Litowskoj Rjespubliki, 1991 god, s. 36-62.*

²⁴ *Lietuvos Respublikos Konstitucija, Lietuvos Respublikos Seimo Leidykla, Vilnius 1993.*

²⁵ *Konstitucyonnyj Zakon Łatwijskoj Rjespubliki — Prawa i objazannosti czelowieka i graždanina od 10 diekabnja 1991 goda, (w:) Wiedomosti Wierchownogo Sowietu i Prawitelstwa Łatwijskoj Rjespubliki, 1991 god, poz. 26.*

tela" (22 XI 1991), w której czytamy, że: „Każdy ma prawo do wolności myśli, słowa, a także bez przeszkód wyrażać swoje myśli i przekonania (...) każdy ma prawo swobodnie poszukiwać, wyrażać i rozpowszechniać informacje" (art. 13)²⁶. Deklaracja zawierała szeroki wachlarz gwarantowanych wolności. Gwarantowała nie tylko wolność sumienia i religii, ale także prawo nieskrępowanego upowszechniania swoich poglądów, ideologii, kultury. Wyraźnie zastrzegła, że „nikt nie może być prześladowany za swoje przekonania". Anulowała był ideologię państwowej i zapowiadała, że nie może istnieć „żadna ideologia państwowa obowiązująca obywateli".

Można skomentować, że liczne deklaracje i kolejne ustawy, zarówno moskiewskie jak i republikańskie, prawie jednobrzmiąco, hojnie szafowały gwarancjami wolności obywatelskich nie wywołując sprzeciwów i kontrowersji. Natomiast każda deklaracja o suwerenności narodowej i kolejno o restytucji niepodległości państwowej, powodowała kontrakcję w Moskwie. Michaił Gorbaczow nie popierał aspiracji narodowych i separatystycznych republik nadbałtyckich. Kreml prowadził przez kilka lat tzw. „wojnę ustaw" wraz z innymi formami nacisku, wśród których blokady ekonomiczne były najbardziej bolesne.

W końcu 1990 roku zaogniły się stosunki między centrum a republikami. Władza w Moskwie oceniała proklamacje i ustawy republikańskie jako bezprawne i nieważne. Media moskiewskie opowiedziały się za użyciem sposobów nadzwyczajnych, w tym sił zbrojnych dla obrony jedności. W telewizji i prasie rosyjskiej kolejno występowali przedstawiciele resortu ministerstwa obrony (marszałek Siergiej Achromiejew, listopad 1990), ministerstwa spraw wewnętrznych (Borys Pugo, grudzień 1990) i KGB (Walerij Kriuczkow, grudzień 1990), deklarując gotowość wykorzystania posiadanych sił, a także zapowiadali „zdecydowanie popierać podjęte przez Radę Najwyższą, prezydenta i rząd ZSRR środki nadzwyczajne przyjęte dla wprowadzenia dyscypliny i porządku, zabezpieczenia konstytucyjnych praw i wolności obywatelskich"²⁷.

W imię tej jedności i nienaruszalności granic państwa radzieckiego na polecenie z Moskwy w styczniu 1991 roku czołgi zaatakowały, opanowały i przez pewien czas kontrolowały rozgłośnie telewizyjne w Wilnie, Rydze i Tallinie. W lipcu 1991 roku jednostki zbrojne Ministerstwa Spraw Wewnętrznych ZSRR zajęły międzynarodową centralę telefoniczną w Wilnie, przerwały łączność i transmisję radia litewskiego. Ale republiki nadbałtyckie obroniły niepodległość. Przy znacznym udziale mediów przeciwstawiły się wszelkim naciskom, tworząc fakty dokonane i konsekwentnie zmierzając do międzynarodowego uznania wyodrębnionych państw.

Na drodze do samodzielności i niepodległości władze republikańskie dążyły do likwidacji zależności i zerwania więzów dziennikarskich od centrum. Stopniowo przejmowały i podporządkowywały sobie środki masowego przekazu. Ten sam zjazd deputowanych ludowych, który proklamował Deklarację Suwe-

²⁶ Deklaracja praw i swobód obywateli i obywateli, przyjęta Wierchownym Sowietem RSFSR 22 listopada 1991 roku. *Gosudarstwo i prawo* 1992, nr 4, s. 4-8.

²⁷ Z wystąpienia telewizyjnego przewodniczącego KGB ZSRR W. Kriuczkowa, Nawodit porządek w miastach. *Pravda*, nr 347, 13 XII 1990.

renności Państwowej, uchwalił także (12 VI 1990), że *Sowietskaja Rossija* będzie organem suwerennej władzy rosyjskiej. Redakcja zobowiązana została do publikacji oficjalnych enuncjacji w oparciu o papier i budżet rządu republiki rosyjskiej²⁸. Po puczu sierpniowym *Sowietskaja Rossija* drukowana jest pod szyldem „niezależna gazeta ludowa” jako wydawana przez „kolektyw dziennikarski”, ale nadal w ramach budżetu rządowego. Rosyjska Rada Ministrów przejęła także (13 VII 1990) drugi kanał telewizji centralnej²⁹. Parlament rosyjski jako swój organ powołał dziennik *Rossijskaja Gazieta* i zatwierdził statut redakcji (23 XI 1990)³⁰. Z dotacji i rządowych przydziałów papieru korzystały także *Izwiestija*, *Komsomolskaja Prawda*, *Raboczaja Tribuna*, *Litieraturnaja Gazieta*.

Charakterystyczną reorganizację przeszła *Sowietskaja Litwa*, połączony organ KC KPL, Rady Najwyższej Litewskiej SRR i Rady Ministrów Litewskiej SRR, która przekształciła się w społeczno-polityczną gazetę Rządu Republiki Litewskiej, zmieniając nazwę na *Echo Litwy*³¹. Identyczną ewolucję przeszła m.in. *Sowietskaja Biełaruś* — obecnie organ Rady Ministrów Republiki Białoruskiej, czy *Sowietskaja Łatwija*, która zmieniła tytuł na *Panorama Łatwii*.

Po puczu sierpniowym prezydent Borys Jelcyn w dekrete (z 22 VIII 1991) „O działalności TASS, Agencji Informacyjnej «Nowosti» i szeregu gazet w sprawie dezinformacji ludności i społeczności światowej o wydarzeniach w kraju” zakwalifikował pracę TASS-a, „Nowosti”, *Prawdy*, *Sowietskoj Rossji*, *Glasnosti*, *Raboczej Tribuny*, *Moskowskoj Prawdy* i gazety *Leninskoje Znamia* jako „współuczestnictwo w przewrocie państwowym” i zdecydował o „tymczasowym zawieszeniu ich działalności”³². Odwołał się do ustawy ZSRR „O prasie i innych środkach masowej informacji” (z 22 VI 1990), motywując podjęte decyzje aktywnym poparciem przez te media „sprzecznych z prawem działań nakierowanych na obalenie przemocą istniejącego ustroju konstytucyjnego”. Wskazywał opinii publicznej, że postępuje zgodnie z obowiązującym prawem. W ustawie zapisano natomiast, że zawieszenie działalności środka masowej informacji nastąpić może jedynie z mocy decyzji „założyciela organu, który dokonał rejestracji, lub postanowienia sądowego”. Decyzja prezydenta nie spełniała żadnego z tych kryteriów. Ponadto w art. 36 ustawy ZSRR zapisa-

²⁸ Postanowienie Sjezda narodnych deputatów RSFSR o gazecie *Sowietskaja Rossija* ot 18 VI 1990, (w:) *Wiedomości Sjezda narodnych deputatów RSFSR Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1990, nr 3 p. 32. Zakon RSFSR o porządkie opublikowania i wstępujenia w silu zakonow RSFSR i drugih aktow prinjatyh Sjezdom narodnych deputatów, Wierchownym Sowietom i ich organami ot 13 ijula 1990 goda, (w:) *Wiedomości Sjezda narodnych deputatów RSFSR Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1990, nr 6 p. 93.

²⁹ Postanowienie Wierchownogo Sowietu RSFSR o gosudarstwiennomu telewidenieniu i radio RSFSR ot 12 ijula 1990 goda, (w:) *Wiedomości Sjezda narodnych deputatów RSFSR Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1990, nr 6 p. 99.

³⁰ Postanowienie Priezidiuma Wierchownogo Sowietu RSFSR ob utwierdżenii Wriemiennogo Ustawa redakcji *Rossijskoj Gaziety* ot 23 nojabrja 1990 goda, (w:) *Wiedomości Sjezda narodnych deputatów RSFSR Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1990, nr 26, p. 332.

³¹ LR Aukščiausiosios Tarybos Prezidiumo nutarimas *Del Sovetskaja Litwa laikraščio pavadinimo pakeitimo*, 1990.03.13, (w:) *Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios...*, op. cit., t. I, s. 405.

³² Ukaz Priezidenta RSFSR No 76 ot 22 awgusta 1991 goda o diejatelnosti TASS, Informacyonnogo agentstwa „Nowosti” i rjada gazet po diezinformacyi nasilenija i mirowoj obščestwiennosti o sobytijach w stranice, (w:) *Putcz. Chronika triewožnyh dnjej*, Progress, Moskwa 1991, s. 257.

no postanowienie o odpowiedzialności karnej osób funkcyjnych w państwie i organach społecznych za naruszanie ustawowych uprawnień dziennikarzy, zmuszanie dziennikarzy do określonych publikacji lub wycofania informacji³³.

Sierpniowy dekret Jelcyna, wraz z decyzją o wstrzymaniu ukazywania się gazet, zawierał jeszcze jedno, najważniejsze, postanowienie, będące de facto istotą i głównym celem jego wydania w sprawie przejęcia i podporządkowania całości majątku wymienionych środków masowego przekazu organom władzy państwowej RFSRR.

Kilka dni później Jelcyn, w kolejnym dekreście „O środkach obrony wolności prasy w RFSRR” (z 11 IX 1991), odwołał się do ustawodawstwa ZSRR w imię „wolności prasy” i uchylił punkt 1 dekretu (z 22 VIII 1991) o tymczasowym wstrzymaniu druku niektórych tytułów oraz uznał i ogłosił je jako niezależne wydawnictwa, zezwolił na wznowienie działalności³⁴. Wówczas też, dla zapewnienia kontroli nad przestrzeganiem ustawodawstwa ZSRR i RFSRR o prasie, powołano do życia Państwową Inspekcję ds. Obrony Wolności Prasy i Masowej Informacji przy Ministerstwie Prasy i Informacji RFSRR. Później ta instytucja, decyzją Rady Ministrów — Rządu Rosyjskiej Federacji (nr 902/1 z 9 VIII 1993) otrzymała prawo i obowiązek kontrolowania środków masowej informacji i bazy poligraficznej³⁵.

Po puczu sierpniowym zespół redakcyjny *Izwiestji* postanowił skasować szyld i podporządkowanie Prezydium Rady Najwyższej ZSRR³⁶. Numer 199 ukazał się jako ostatni w starym układzie. Następne dwa numery wyszły z podpisem „kolegium redakcyjne”, ale jeszcze z zachowaniem pełnego tytułu *Izwiestija narodnych dieputatow SSSR*. Numer 202 (z 24 VIII 1991) ukazał się już z nową winietą, bez dotychczasowego podtytułu, z informacją, że gazetę wydaje „zespół redakcyjny”.

Rada Najwyższa Federacji Rosyjskiej uznając siebie za spadkobiercę prawnego założyciela *Izwiestji*, tj. Prezydium Rady Najwyższej ZSRR, a także odwołując się do naruszania ustawy ZSRR o prasie, nie chciała zrezygnować z posiadania swojego organu. Wydała (17 VII 1992) uchwałę „O gazecie *Izwiestija*” w której przywraca wydawanie gazety jako organu władzy przedstawicielskiej Federacji Rosyjskiej na bazie wydawnictwa państwowego „*Izwiestija rad deputowanych ludowych ZSRR*” i byłej gazety *Izwiestija rad deputowanych ludowych ZSRR* nadając jej tytuł „*Izwiestija rad deputowanych ludowych Federacji Rosyjskiej*”. Równocześnie polecono Ministerstwu Prasy i Informacji doprowadzić do zgodności z obowiązującym ustawodawstwem dokumenty rejestracyjne *Izwiestji*³⁷.

³³ Zakon SSSR o pieczęci..., op. cit.

³⁴ Ukaz Priezidenta RSFSR o mierach po zaszczie swobody pieczati w RSFSR ot 11 sientjabrja 1991 goda, (w:) *Wiedomosti Sjezda narodnych dieputatow RSFSR Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1991, nr 37, p. 1199.

³⁵ Położenie No 902/1, Sowiet Ministrow-Prawitielstwo Rossijskoj Fiedieracji o Gosudarstwiennoj inspiekcyi po zaszczie swobody pieczati i massowoj informacyi pri Ministierstwie pieczati i informacyi Rossijskoj Fiedieracji, *Kommiersant*, nr 37, 13-19 IX 1993.

³⁶ Rieszienie niedkolegii i kollektiwa *Izwiestii*, *Izwiestia* nr 200, 22 VIII 1991.

³⁷ Postanowlenije Wierchownogo Sowietu Rossijskoj Fiedieracji o gazetie *Izwiestija* ot 17 ijula 1992 goda, (w:) *Wiedomosti Sjezda narodnych dieputatow RSFSR Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1992, nr 31 poz. 1837.

Transformacja objęła również dziennik *Prawda*, dotychczasowy organ KC KPZR. Jej wydanie z numerem 202 (23 VIII 1991) ukazało się ze zmienionym podtytułem, zamiast „Organ KC KPZR” — „Ogólnopolityczna gazeta KPZR”. Opublikowano w nim „Oświadczenie zespołu redakcyjnego *Prawdy*”, w którym zapisano: „w publikacjach gazet ponownie, któryś z kolei raz, pojawiła się nieobiektywność i powierzchowność ocen. Powinniśmy z całą otwartością powiedzieć, że jedną z podstawowych tego przyczyn jest wieloletnie uzależnienie od odgórných dyspozycji (...). Brak działań ze strony Biura Politycznego, Sekretariatu KC KPZR w momencie krytycznym, obróciło się dzisiaj przeciwko całej partii, wszystkim komunistom, przywiązanim do demokratycznej odnowy kraju, dało grunt dla rozpętywanej antykomunistycznej kampanii”³⁸. Odpowiedzialnością za brak pryncypialności w działalności redakcji obarczono jej kierownictwo i zapowiedziano zmiany kadrowe. Poinformowano równocześnie o przekształceniu *Prawdy* z organu KC KPZR w „ogólnopolityczną gazetę KPZR” i wezwano XXIX zjazd partii do podtrzymania tej decyzji.

Zgodnie z dekretem prezydenta Jelcyna, *Prawda* 24 sierpnia 1991 roku się nie ukazała. Kolejny, 203 jej numer, wyszedł dopiero 31 sierpnia 1991 roku bez podtytułu. Dotychczasowy zapis z winiety o założeniu gazety 5 maja 1912 roku przez Lenina zastąpiono sformulowaniem: „z inicjatywy W. I. Lenina”. Na łamach tej *Prawdy* (z 24 VIII 1993) nowy redaktor naczelny Giennadij Sielezniew opublikował list otwarty do czytelników. Potwierdził on stanowisko redakcji wobec władz KPZR wyrażone w oświadczeniu z 23 VIII 1991 roku. Poinformował równocześnie, że pracownicy *Prawdy* powierzyli gazetę dziennikarskiej organizacji redakcji i chcą dokonać „odrodzenia” gazety jako „niezależnej”. Zapowiedział, że od tej pory *Prawda* będzie centrystyczną, prodemokratyczną i proreformatorską gazetą „zgody narodowej”. Napisał: „Daj Boże nam wszystkim sił i mądrości dla kontynuacji drogi reform, jaką wybrał naród”. Jako dyrektywę wytyczył obronę praw człowieka, głównie — komunistów. Ogłosił, że „pod swoją ochronę od prześladowań bierzemy w pierwszej kolejności szeregowych komunistów”³⁹.

W tym samym numerze poinformowano o utworzeniu Funduszu Poparcia *Prawdy*: „Tak jak kiedyś robotnicy Petersburga nieśli do jej (tj. *Prawdy* — aut.) kasy wypracowane przez siebie kopiejki i ruble, tak i my dzisiaj zwracamy się do Was: poprzyjcie swoją gazetę”⁴⁰. Fundusz miał dwa konta — jedno w banku rosyjskim i drugie w banku włoskim. Redakcja *Prawdy* poinformowała (6 IX 1991) o zmniejszonym nakładzie z 3 200 000 do 2 628 000 egz.

W konsekwencji puczu sierpniowego przeprowadzona została nacjonalizacja mienia KPZR. Dekret o majątku KPZR i komunistycznej partii RFSRR (z 24

³⁸ Zjawlenije kollektiwa redakcji *Prawdy*. *Prawda*, nr 202, 23 VIII 1991.

³⁹ K czitatielam, *Prawda*, nr 203, 24 VIII 1991. Obok listu zamieszczono materiał pt. Kto „kornil” *Prawdu*, w którym poinformowano, że roczny zysk z gazety w pierwszych latach powojennych wynosił od 7 do 10 mln rubli, od 1954 roku — 15 do 24 milionów, a w okresie 1945-1990 do kasy partii gazeta przekazała 815 milionów 742 tysiące rubli. Na zakończenie podkreślono: „Stąd moralne i formalne prawo zespołu redakcyjnego do majątku”. Kto „kornil” *Prawdu*. *Prawda*, nr 203, 24 VIII 1991.

⁴⁰ *Prawda*, nr 203, 24 VIII 1991.

VIII 1991) ogłaszał przekazanie na „własność państwową RFSRR wszystkie nieruchomości i ruchomości należące do KPZR i KP RFSRR”. Na Litwie najpierw ogłoszono zakaz działalności Komunistycznej Partii Litwy i KP ZSRR (22 VIII 1991), a następnie uchwalono ustawę o wyłączeniu mienia partii (7 XI 1991). Rada Najwyższa ZSRR także zawiesiła działalność KPZR (29 IX 1991).

Ustawy o wyłączeniu i przejęciu gazet podległych partii przez władze republikańskie wywołały gwałtowne protesty dziennikarzy. W Wilnie redakcje różnych orientacji politycznych (w tym Sajudisu) ogłosiły strajk (30 XI 1991) przeciw upaństwowieniu prasy i podatkom, w obronie pogwałconej ustawy prasowej, gwarantującej wolność i niezależność dziennikarzom.

W okresie tym szereg gazet wprowadziło do swoich winiet lub deklaracji programowych przymiotnik „niezależna”. Prócz wspomnianej już *Sowietskoj Rossji* i *Prawdy* uczyniła tak m.in. *Ukrainskaja Prawda*.

Władze suwerennych republik tworzyły własne organy. W Rosji była to *Rossijskaja Gaziet*, na Ukrainie *Gołos Ukrainy*, na Białorusi *Narodna Gaziet*, na Litwie *Lietuvos Aidas*, na Łotwie *Saema*.

Na osobną uwagę zasługują tytuły zakładane i prowadzone przez osoby prywatne. Na Litwie Czesław Okińczyc złożył prywatną gazetę *Znad Wilii* (później spółka). Nie mając zgody na działalność polityczną, *Nawiny Biełaruskogo Narodnogo Fronta* zostały zarejestrowane na Białorusi jako wydawnictwo prywatne. Podobnie jest z tytułem *Russkij Parjadok* (organizacja Russkoje Nacjonalnoje Jedinstwo) zarejestrowanym przez W. Jakunina, czy *Nasz Marsz* (organizacja — Front Nacjonal-Riewolucyonnogo Diejstwija) — przez I. Łazarienko. Wśród nurtu politycznego na uwagę zasługują także tytuły, będące swoistą kontynuacją i transmisją pamięci społecznej o pokoleniach lub okresach, z którymi więź duchowa była w przeszłości zachwiana lub jest obecnie zagrożona (np. *Russkij Wiestnik*, *Andropowskaja Prawda*, *Biełaruskaja Krynica*, *Swoboda*, *Nasza Niwa*).

Pojawiły się tytuły wydawane wyłącznie dla zysku, m.in. poświęcone sensacji, erotyce. Na Białorusi przykładowo *Eridian*, kompania wydawniczo-poligraficzna (powstała w październiku 1990 roku jako Agencja Literacko-Wydawnicza Towarzystwa Muzycznego BSRR) wydaje m.in. *Fantakrim-MEGA* (periodyk o tematyce fantastycznej), *Fantakrim-EKSPRES* (miesięcznik), *Kem-po* (walki wschodu), *Femida* (gazeta), a także wraz z firmą polską *Polskij Rynok* i *Rynek Wschodni*.

Powstają spółki dla wydawnictw handlowych, biznesowych, bankowych. Rozwój działalności niektórych spółek zmierza do dominacji na rynku informacyjnym. W Rosji nowa spółka „Fakt” wydająca pismo *Kommiersant* prowadzi jednocześnie agencję informacyjną „Postfactum”. Redakcje dążą do niezależności. Organizują się spółdzielnie i spółki. Dla zapewnienia sobie papieru i bazy drukarskiej w składzie asocjacji „Nowyj Stil” (Rosja) wydającej kwartalnik *On i Ona*, znalazł się m.in. Wyborgski Kombinat Celulozowo-Papierniczy⁴¹. Redakcje starają się także przyciągnąć zagraniczny kapitał i współpracowników.

⁴¹ P. A s t a c h o w: Kommierczeskaja priessa wstupajet w siłu. *Żurnalist* 1991, nr 6, s. 42.

Dietowyje Ludi wydawane są przez francusko-radziecką spółkę akcyjną „Press Kontakt”, *Finansowyje Izwiestija* są wspólnym wydawnictwem *Izwiestji* i *Financial Times*. Następuje stały wzrost ilości wydawnictw na rynku prasowym. Na Białorusi od sierpnia 1990 roku do czerwca 1991 roku zarejestrowano 442 wydawnictwa periodyczne, w tym 194 nowe tytuły. Wśród założycieli-wydawców dominowały przedsiębiorstwa i instytucje państwowe (36,2%) oraz organy polityczne, partyjne i władz republikańskich (34%). Wśród pozostałych założycieli znajdują się organizacje społeczne (11,6%), zespoły redakcyjne (6,4%), osoby prywatne (4,5%), związki twórcze (2,4%) i związki spółdzielcze (2,4%)⁴².

Na Litwie od 1987 roku do 1993 liczba czasopism wzrosła z 132 do 219, a liczba gazet ze 140 do 437⁴³.

Na mocy odrębnych ustaw zostały uregulowane podstawy prawno-organizacyjne radia i telewizji. Przykładem — dekret prezydenta Rosyjskiej Federacji „O kompanii telewizyjnej i radiowej «Ostankino»” (z 27 XII 1991), likwidujący Ogólnozwiązkową Państwową Kompanię Telewizji i Radia i na jej miejscu „tworzący Kompanię Telewizyjną i Radiową «Ostankino»”⁴⁴.

Rada Najwyższa Litwy przyjęła ustawę o reorganizacji Komitetu Państwowego Litewskiej SRR ds. Telewizji i Radia, tworząc samodzielne Litewskie Radio i Telewizję⁴⁵. Powstała Rosyjska Państwowa Telewizja „Petersburg”⁴⁶. Na Łotwie wydana została także specjalna ustawa „O radiu i telewizji” (6 V 1992)⁴⁷.

Na mocy odrębnych postanowień usamodzielniają się agencje informacyjno-prasowe. Agencja ITAR (Informacyonnoje Tielegrafnoje Agienstwo Rossii) powstałe z połączenia TASS i Rossijskiego Informacyonnogo Agienstwa „Nowosti”⁴⁸. Agencja Informacyjna ELTA spod kontroli partii przeszła pod kuratelę rządu litewskiego, co spowodowało częstą, sześciokrotną, wymianę kierownictwa następującą po zmianie premierów.

Wraz z rozpadem jednorodnej formacji państwowej nastąpiła likwidacja zdecentralizowanego kompleksu informacyjno-propagandowo-wydawniczego na terenie byłego ZSRR. Przestał funkcjonować monopartyjny system kierowania mediami. Nowe regulacje, dostosowane do międzynarodowych norm, zapo-

⁴² N. J e f i m o w a: Stanowlenije rynku massowej informacyi. Wiestnik Moskowskogo Uniwersiteta, Sieria 10, *Žurnalistika* 1992, nr 4, s. 4.

⁴³ Lietuvos TSR Spaudos statistika, Mintis, Vilnius 1988, s. 8 i 18; Visuomeninies informacijų priemonės, 1993, Informacinis katalogas, 1993 m. rugpj. 1 d., LR Teisingumo ministerija, Vilnius 1993, s. 135.

⁴⁴ Ukaz Prezidenta Rossijskoj Fiedieracii o sozdanii Gosudarstwennoj Tielerradiokompanii „Ostankino” ot 27 diekabria 1991 goda, (w:) *Wiedomosti Sjezda narodnych deputatow RSFSR Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1992, nr 1 p. 58.

⁴⁵ Lietuvos Respublikos istatymas „Dėl Lietuvos Respublikos valstybinio televizijos ir radijo komiteto reorganizavimo”, (w:) Lietuvos Respublikos Aukščiausiosios Tarybos..., op. cit., t. 1, s. 73.

⁴⁶ Ukaz Prezidenta Rossijskoj Fiedieracii o sozdanii Gosudarstwennoj Tielerradiokompanii „Pietierburg” ot 15 janwarja 1992 goda, (w:) *Wiedomosti Sjezda narodnych deputatow RSFSR i Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1992, nr 5, poz. 204.

⁴⁷ Zakon Ļatwijskoj Respubliki o radio i tielewidenii ot 6 maja 1992 goda (pieriewod), (w:) *Wiedomosti Wierchownogo Sowietu i Prawitelstwa Ļatwijskoj Respubliki*, 1992 poz. 304.

⁴⁸ Ukaz Priezidenta Rossijskoj Fiedieracii ob informacyonnom Tielegrafnom Agientstwie Rossii t 22 janwarja 1992 goda, (w:) *Wiedomosti Sjezda narodnych deputatow RSFSR i Wierchownogo Sowietu RSFSR*, 1992, nr 5 poz. 223.

biegają powrotowi totalitaryzmu i autorytaryzmu. Zniesienie cenzury i gwarancje wolności prasy eksponowały wszystkie ustawy republikańskie. Nowe regulacje wpływały na rozszerzenie wachlarza politycznego i tematycznego prasy oraz wzrost ilości tytułów, a jednocześnie zmniejszenie nakładów pojedynczych pism. Przejęcie wydawnictw partyjnych przez władze republikańskie przytłumiło złudzenie o niezależnym i wolnym dziennikarstwie. Widać wyraźnie rozdźwięk między liberalno-demokratycznym ustawodawstwem a praktykami władz. W republikach poradzieckich media ogranicza reglamentacja papieru, uzależnienie od dotacji i ogłoszeniodawców oraz nadal częste ingerencje władz państwowych.

Niewątpliwie jednak nowe regulacje prawno-organizacyjne spowodowały i przyspieszyły proces demonopolizacji, decentralizacji i pluralizacji mediów oraz przyczyniły się do likwidacji mechanizmów z okresu wszechwładzy KPZR.

IZABELA DOBOSZ

ROZWÓJ USTAWODAWSTWA PRASOWEGO W POLSCE W LATACH 1981-1993. PERSPEKTYWY LEGISLACYJNE

1. Stan prawny w zakresie prawa prasowego do 1980 r. — próby kodyfikacji

Przez cały okres powojenny brak było ustawy, regulującej całą problematykę mediów (prasy, radia, telewizji). W tej sytuacji niektórzy byli skłonni uznawać za obowiązujący dekret Prezydenta RP z 21 XI 1938 r. Prawo prasowe¹, mimo całkiem odmiennych realiów społeczno-politycznych w powojennej Polsce. Niezależnie od sporów na tym tle (w które były zaangażowane takie instytucje, jak Prokuratura Generalna, Ministerstwo Sprawiedliwości, Sąd Najwyższy), związanych z pojedynczymi przypadkami stosowania przepisów tegoż dekretu przez sądy w konkretnych procesach przeciwko dziennikarzom, już w 1947 r. zapowiedziano podjęcie prac ustawodawczych nad skodyfikowaniem prawa prasowego. Próby kodyfikacji prowadzono w latach 1957-1960, 1963, 1974 — niestety wszystkie one zakończyły się fiaskiem*.

Konstytucja PRL z 1952 r. gwarantowała wprowadzić wolność słowa i druku i to bez żadnych ograniczeń przewidzianych w tejże Konstytucji, w praktyce jednak prasa poddana była silnej kontroli. Kolejne ekipy rządzące w Polsce sprawowały kontrolę nad prasą metodami pozaprawnymi (nie uregulowanymi ustawowo), co było zrozumiałe wobec uzależnienia ekonomicznego i politycznego większości tytułów prasowych od istniejących struktur władzy. Wydawcą przytłaczającej większości gazet i czasopism w Polsce, a zarazem prawie wyłącznym pracodawcą dla polskich dziennikarzy była przecież RSW „Prasa-Książka-Ruch”, której głównym udziałowcem była PZPR. Podobna sytuacja panowała w radiofonii i telewizji.

¹ Dz. U. nr 89, poz. 608.

* Na temat prawnych regulacji działalności prasowej w Polsce od r. 1980 ukazały się ostatnio w ZP: W. Pi-sa r e k Uwarunkowania prawne [prasy w latach osiemdziesiątych], ZP 1991 nr 1-2 s. 53-59; t e n ż e: Czy potrzebujemy Rady Prasowej? ZP 1992 nr 3-4, s. 5-9; A. M a t l a k: Nowa polska ustawa o radiofonii i telewizji, ZP 1993 nr 1-2 s. 5-11. (Przyp. red.)

Spójna i kompleksowa regulacja prawna działalności mediów była zatem nie na rękę ekipom, stojącym u steru władzy w Polsce. Jak się wydaje, także dziennikarze nie byli przekonani o potrzebie takiej regulacji. Obawiali się oni dalszego ograniczenia wolności prasy, nie widząc szansy, jaką dawałaby taka ustawa, krępująca samowolę władzy i jej urzędników. Toteż do 1981 r. istniały w Polsce tylko albo regulacje niektórych zagadnień w drodze aktów prawnych niższego rzędu, albo też fragmentaryczne uregulowania ustawowe, jak np. dekret z 5 VII 1946 r. o utworzeniu Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk² czy też ustawa z 2 XII 1960 r. o Komitecie do Spraw Radia i Telewizji „Polskie Radio i Telewizja”.³ Te fragmentaryczne regulacje miały charakter ramowy i nie mogły tym samym zapobiec wydawaniu rozmaitych aktów quasi-prawnych, instrukcji, okólników itp. o treści znanej tylko wąskiemu gronu dysponentów prasy. Dość choćby wspomnieć o tzw. czarnej księdze cenzury, zawierającej ściśle tajne instrukcje wydawane cenzorom najniższego szczebla przez urzędników GUKPPiW. Te osławione zapisy cenzorskie daleko odbiegały od ram, zakreślonych przez wspomniany dekret z 1946 r. i powodowały, że coraz więcej treści nie mogło przejść przez sito cenzury.

2. Czasy „Solidarności” — przełom w sposobie podejścia do mediów

Półtora roku istnienia NSZZ „Solidarność” zaowocowało w Polsce uchwaleniem ustawy z 31 VII 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk⁴ oraz przygotowaniem przez Centrum Obywatelskich Inicjatyw Ustawodawczych NSZZ „Solidarność” społecznego projektu prawa prasowego z 12 XII 1981 r.⁵ Rysowały się ponadto pewne perspektywy szybkiego rozwiązania pluralizmu w zakresie mediów audiowizualnych. To, co nie mogło się doczekać realizacji przez kilkadziesiąt lat, dokonało się pod presją „Solidarności”, która już w trakcie słynnych strajków sierpniowych włączyła uregulowanie działalności cenzury do postulatów wysuwanych pod adresem władz.

„Solidarność” zdawała sobie dobrze sprawę z układu sił i dlatego nie lansowała w tym okresie idei zniesienia cenzury, jedynie postulat jej „ucywilizowania”. W tym rozumieniu cenzor miał stać się urzędnikiem państwowym, realizującym jedynie prawo, a nie czyjeś instrukcje. Niedopuszczenie materiału czy jego fragmentu do druku lub emisji miało mieć charakter decyzji administracyjnej, ze wszystkimi tegoż konsekwencjami, łącznie z możliwością odwołania się do Naczelnego Sądu Administracyjnego. Można było także domagać się umieszczenia w publikacji informacji o tym, że tekst został ocenzurowany. Katalog ograniczeń wolności słowa i publikacji miał mieć charakter zamknięty i być na

² Dz. U. nr 34, poz. 210 z późn. zm.

³ Dz. U. nr 54 poz. 307.

⁴ Dz. U. nr 20, poz. 99 z późn. zm.

⁵ Publikowany w *Kwartalniku Prawa Prywatnego* 1993, z. 3, s. 357 i n.

tylko precyzyjny, aby można było wyraźnie wskazać przypadki publikacji, pozostających w nim w sprzeczności.

W tym okresie pojawiają się też pierwsze orzeczenia NSA, wydane na niekorzyść cenzury. Kontrola sądowa decyzji cenzorskich doprowadza do zmian mentalności samych urzędników cenzury, a więc wywiera wpływ na działalność tego urzędu.

W trakcie prac nad ustawą o kontroli publikacji i widowisk prawnicy działający w Centrum Społecznych Inicjatyw Ustawodawczych NSZZ „Solidarność” uznali, że nadszedł czas, by ponowić kwestię opracowania prawa prasowego. Domagały się też tego środowiska dziennikarskie przez swoich przedstawicieli działających w Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich i związkach zawodowych.

Prace nad prawem prasowym były konieczne, gdyż ustawa z 31 VII 1981 r. miała regulować tylko jeden z aspektów działalności Głównego Urzędu, a mianowicie cenzurowanie publikacji. GUKP i W zajmował się oprócz tego wydawaniem koncesji na prowadzenie prasowej działalności wydawniczej, a także udzielał zgody na ich rozpowszechnianie. Wywierał też wpływ na rozpowszechnianie publikacji zagranicznych w Polsce przez instytucję pozbawienia debitu. Realizował te postanowienia Główny Urząd Cei oraz poszczególni jego funkcjonariusze.

Efektem prac zespołu ds. prawa prasowego pod kierunkiem prof. Andrzeja Kopffa było opracowanie społecznego projektu prawa prasowego. Projekt ten miał stanowić uzupełnienie regulacji prawnej w stosunku do ustawy z 31 VII 1981 r. Między innymi opowiadał się za zniesieniem systemu koncesyjnego dla prasy drukowanej i zastąpieniem go systemem zgłoszeniowym; za zniesieniem cenzury represyjnej; za szerokim dostępem do informacji dla dziennikarzy i prawnymi gwarancjami pozwalającymi na egzekwowanie go; za wprowadzeniem prawa do odpowiedzi, a także osobnych przepisów poświęconych prawom autorów materiałów prasowych. Nadzór nad polityką wydawniczą, ekonomiczną i finansową miała sprawować Społeczna Rada Prasowa, wyposażona w szerokie kompetencje i podległa Sejmowi. Prace nad projektem zostały ukończone w grudniu 1981 r., ale projekt ów nie mógł zostać opublikowany z uwagi na ówczesną sytuację polityczną (wprowadzenie stanu wojennego).

3. Stan wojenny i jego wpływ na dalszy rozwój prac legislacyjnych

Wprowadzenie 13 XII 1981 r. stanu wojennego zahamowało na kilka lat udział opozycji w procesie legislacyjnym. Wydane w tym okresie akty prawne nie są wyrazem kompromisu pomiędzy poglądami władzy i opozycji, ale przedstawiają jednostronne podejście władzy do roli i znaczenia mediów. Przede wszystkim należy tu wymienić ustawę z 26 I 1984 r. Prawo prasowe⁶, ustawę z 14 XII 1982 r. o ochronie tajemnicy państwowej i służbowej⁷ oraz długi szereg

⁶ Dz. U. nr 5, poz. 24 z późn. zm.

⁷ Dz. U. nr 40, poz. 271.

rozporządzeń Rady Ministrów wydanych na podstawie Prawa prasowego, a dotyczących dostępu do informacji (rzeczników prasowych); rozgłośni, tele- i radiowęzłów zakładowych; poligrafii. Ustawa z 15 XI 1984 r. o łączności⁸ przyznawała państwu monopol w zakresie radiofonii i telewizji, a także kolportażu prasy. Znowelizowano ustawę o kontroli publikacji i widowisk w kierunku wzmocnienia cenzury prewencyjnej.

4. Lata 1989-1993. Rewolucja w zakresie mediów

Ostatnie pięciolecie przyniosło ogromny przełom w legislacji dotyczącej środków masowego komunikowania. Proces ten został zapoczątkowany przez obrady Okrągłego Stołu, ale jego pełne urzeczywistnienie nastąpiło dzięki dwóm ważnym wydarzeniom politycznym: wyborom czerwcowym w 1989 r. i powołaniu rządu Tadeusza Mazowieckiego. Otwarto znowu możliwość występowania ze społecznymi inicjatywami ustawodawczymi.

Epokowym wydarzeniem było uchylenie ustawy z 31 VII 1981 r. i likwidacja Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk, panującego w Polsce niepodzielnie od 1946 r. Nastąpiło to na mocy ustawy z 11 IV 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy — Prawo prasowe⁹. Zmiany wprowadzone w prawie prasowym dotyczyły wielu przepisów, a zwłaszcza Rady Prasowej, zakresu odpowiedzialności prasy. Wydawanie dzienników i czasopism zostało poddane sądowej rejestracji. Uchylono przepisy dotyczące koncesjonowania i rejestrowania urzędzeń poligraficznych, tele- i radiowęzłów zakładowych oraz działalności poligraficznej.

Dzięki rozmaitym aktom prawnym wydanym w tym okresie rozbito wiele monopolu istniejących w mediach. Ustawa u 22 III 1990 r. o likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch”¹⁰ spowodowała przekazanie szeregu tytułów tego koncernu wydawcom reprezentującym rozmaite opcje polityczne. Nowa ustawa o łączności z 23 XI 1990 r.¹¹ zniosła monopol państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji. Nieco wcześniej, bo w 1988 r. zniesiono wyłączność Państwa w zakresie kolportażu (art. 45 ustawy z 23 XII 1988 r. o działalności gospodarczej)¹².

Istotne zmiany w sferze gospodarczej wpłynęły także na rynek mediów. Działalność poligraficzna, obrót papierem, urządzeniami poligraficznymi itp. poddane zostały takim samym rygorom prawnym, jak prowadzenie działalności gospodarczej w innych dziedzinach¹³. Nowe prawo celne z 28 XII 1989 r.¹⁴

⁸ Dz. U. nr 54, poz. 275 z późn. zm.

⁹ Dz. U. nr 29, poz. 173.

¹⁰ Dz. U. nr 21, poz. 125.

¹¹ Dz. U. nr 7, poz. 504 z późn. zm.

¹² Dz. U. nr 41, poz. 324.

¹³ Zob. przepisy ustawy z 23 XII 1988 r. o działalności gospodarczej.

¹⁴ Dz. U. nr 75, poz. 445.

doprowadziło do uchylenia przepisów zabraniających wwozu do Polski niewygodnych dla władz książek i czasopism.

Rozwiązania prawne przyjęte w ustawie o radiofonii i telewizji z 29 XII 1992 r.¹⁵ zbliżają nasze ustawodawstwo do krajów zachodnioeuropejskich, choć nadal publiczna (państwowa) radiofonia i telewizja traktowane są tu priorytetowo. Wydanie szeregu rozporządzeń do ustawy wskazuje, że mamy już do czynienia z dynamicznym rozwojem nowej dziedziny prawa.

5. Perspektywy legislacyjne

Omówienie perspektyw legislacyjnych wymaga krótkiej charakterystyki obowiązującego ustawodawstwa w zakresie prawa mediów.

A. Ustawa z 26 I 1984 r. Prawo prasowe

Niewątpliwie ustawa o prawie prasowym nie jest adekwatna do wymogów stawianych współczesnym mediom. Dodatkową komplikację stwarza fakt, że była ona już czterokrotnie nowelizowana i brak jednolitego tekstu, umożliwiającego sprawne posługiwanie się jej przepisami. Nic więc dziwnego, że wydanie nowej ustawy staje się sprawą pilną.

Chociaż ustawa powstała w określonych warunkach politycznych, nie można stawiać tezy, iż wszystkie jej przepisy wymagają zmiany. Istnieją bowiem w tej ustawie i takie rozwiązania, które można by zaadaptować do nowych warunków ustrojowych.

Treść ustawy została zawarta w następujących rozdziałach: I. Przepisy ogólne, II. Prawa i obowiązki dziennikarzy, III. Rada Prasowa, IV. Organizacja działalności prasowej, V. Sprostowania i odpowiedzi, VI. Komunikaty i ogłoszenia, VII. Odpowiedzialność prawna, VIII. Postępowanie w sprawach prasowych. Dokładniejsze przybliżenie niektórych instytucji przewidzianych w ustawie wydaje się celowe z uwagi na dyskutowaną kwestię ewentualnej zmiany przepisów.

1. Prawo do informacji. Obowiązek jej udzielania

Art. 11 ustawy wyposaża prasę w prawo do informacji, którego korelatem jest obowiązek udzielania prasie wszelkich informacji, spoczywający tak na określonych w art. 4 podmiotach, jak i na wymienionych w art. 11 ust. 2 osobach. Obowiązku takiego nie mają jedynie partie polityczne i związki zawodowe (Kościoły), a także poszczególni obywatele. Odmowa udzielania informacji może nastąpić tylko w przypadku istnienia tajemnicy państwowej, służbowej i innej prawnie chronionej (np. lekarskiej, adwokackiej).

¹⁵ Dz. U. nr 7, poz. 34.

Odmowa udzielenia informacji podlega ocenie Naczelnego Sądu Administracyjnego; bezprawne nieudzielenie informacji traktowane jest ponadto jako przestępstwo i zagrożone grzywną. Mimo tak ścisłego uregulowania praktyka kontaktowania się prasy z rozmaitymi instytucjami pozostawia wiele do życzenia. Przepisy pozwalające na wyegzekwowanie pożądanej informacji nie są realizowane w praktyce. Zbyt szeroki zakres wyłączeń¹⁶ przekreśla niekiedy prawną skuteczność instytucji dostępu do informacji.

Prawo prasowe zawiera także szereg norm chroniących informatorów i zapewniających im anonimowość. Te uregulowania należy ocenić pozytywnie.

II. Prawo do krytyki prasowej

Krytyka prasowa, tradycyjnie uznawana przez polskie sądownictwo za działanie społecznie pożądane i wyłączające przestępczość czynu, doczekała się ustawowej regulacji i akceptacji w art. 41 ustawy (podobnie zresztą, jak satyra i karykatura). Prawo prasowe zabrania utrudniania prasie zbierania materiałów krytycznych oraz tłumienia krytyki. Szczególnie drastyczne próby nacisku na dziennikarzy, posługujące się przemocą lub groźbą bezprawną zagrożone są karą pozbawienia wolności do lat 3. Pozytywny wydźwięk tych przepisów, gwarantujących niezależność dziennikarską, wydaje się niewątpliwy. Niestety, nie ma on wpływu na niezależność zawodową w ramach stosunku pracy łączącego dziennikarza z redakcją (z uwagi na treść art. 10 ustawy).

III. Organizacja działalności wydawniczej

Działalność wydawniczą mogą prowadzić podmioty prywatne i społeczne, na równych zasadach. Działalność taka traktowana jest na równi z innymi formami prowadzenia działalności gospodarczej i podlega takim samym przepisom. Jedyny wyłom w tej dziedzinie stanowi zachowanie systemu rejestracji sądowej w przypadku wydawania dzienników i czasopism (ale nie innych publikacji periodycznych). Jest on uregulowany przepisami art. 20 — 23d Prawa prasowego. Odmowa rejestracji jest możliwa jedynie wówczas, gdy wniosek nie zawiera odpowiednich danych albo też gdy udzielenie rejestracji stanowiłoby naruszenie prawa do ochrony nazwy już istniejącego tytułu prasowego.

Wydawanie dziennika lub czasopisma bez rejestracji, o której wyżej mowa, stanowi przestępstwo prasowe, zagrożone karą grzywny. Podobną odpowiedzialność rodzi podanie nieprawdziwych danych w impressum albo też jego brak.

W ocenie perspektyw legislacyjnych najistotniejsza wydaje się kwestia rezygnacji z rejestrowania wydawania dzienników i czasopism. Istnieją bowiem

¹⁶ W tym zakresie ustawa odsyła do przepisów innego aktu prawnego — ustawy z 14 XII 1982 r. o ochronie tajemnicy państwowej i służbowej.

poważne naukowe argumenty, sprzeciwiające się dalszemu utrzymywaniu tego systemu. Nie bez znaczenia jest tu także obserwacja praktyki, dowodząca, że system ów nie zapobiega naruszeniom prawa.

IV. Rada Prasowa

Ustawa przewiduje istnienie organizmu opiniotwórczego i wnioskującego w sprawach dotyczących prasy i jej roli w życiu społeczno-politycznym kraju. Rada ta jest usytuowana przy premierze, a w jej składzie mają być reprezentowane stowarzyszenia i związki dziennikarzy. Istnienie w dalszej perspektywie tego organu wydaje się wątpliwe, a to z uwagi na fakt, że po wygaśnięciu kadencji członków pierwszej Rady powołanej na podstawie Prawa prasowego, kolejne ekipy rządowe zaniechały powoływania członków Rady Prasowej na nową kadencję. Działa natomiast rada o podobnym charakterze przy Prezydencie RP, utworzona jednakże nie na podstawie ustawy z 26 I 1984 r.

V. Sprostowania i odpowiedzi. Komunikaty i ogłoszenia

Ustawa, wprowadzając instytucję sprostowań i odpowiedzi, stara się pogodzić założenia dwóch odmiennych sposobów prawnych (germańskiego i francuskiego). W konkretnych przypadkach rodzi to trudności interpretacyjne, gdyż w gruncie rzeczy Prawo prasowe jest bardziej nachylone w kierunku systemu germańskiego. W przyszłości przepisy te muszą ulec zmianie, choć sama instytucja sprostowania, realizująca zasadę *audiat ut altera pars*, ze wszech miar zasługuje na utrzymanie w nowej ustawie.

Nie można tego samego powiedzieć o instytucji komunikatów i ogłoszeń urzędowych. Obowiązek ich publikowania został potraktowany w prawie prasowym bardzo szeroko, obejmuje bowiem całą prasę, a nie tylko prasę codzienną. Dotyczy to zarówno komunikatów pochodzących od władz centralnych, jak i terenowych.

Rozbudowania natomiast wymagają przepisy dotyczące publikowania ogłoszeń odpłatnych i reklam. Dotychczasowe przepisy są w tej kwestii nie wystarczające i w dodatku niezbyt precyzyjne.

VI. Odpowiedź prawna

Prawo prasowe modyfikuje w niektórych przypadkach ogólne zasady odpowiedzialności cywilnej i kamej.

I tak w zakresie odpowiedzialności cywilnej precyzuje krąg podmiotów ponoszących odpowiedzialność oraz przyjmuje ich solidarną odpowiedzialność majątkową. Modyfikuje zasady prawa cywilnego, wprowadzając przedawnienie roszczenia o opublikowanie sprostowania oraz zadośćuczynienie pieniężne

za krzywdę niemajątkową w razie naruszenia dóbr osobistych osoby fizycznej. Wyłącza odpowiedzialność za rzetelne sprawozdania z obrad Sejmu i organów samorządowych, a także w przypadku krytyki, satyry i karykatury (utrzymanych w granicach określonych w art. 41 p.p.). Wprowadza brak odpowiedzialności za materiały agencyjne PAP-a, komunikaty, ogłoszenia urzędowe i orzeczenia. Ogranicza odpowiedzialność za treść innych ogłoszeń i za reklamy.

Art. 41, 42 i 49a modyfikują odpowiedzialność karną za opublikowanie materiału prasowego tak od strony przedmiotowej, jak i podmiotowej. Oprócz tego ustawa przewiduje odpowiedzialność za szereg przestępstw prasowych, popełnianych przy okazji prowadzenia prasowej działalności wydawniczej. Tak szeroka penalizacja musi budzić wątpliwości, tym bardziej, że wiele z tych naruszeń winno być potraktowane jako wykroczenia, a nie przestępstwa.

B. Ustawa z 23 XI 1990 r. o łączności

Niektóre postanowienia ustawy o łączności mają wpływ na działalność radia i telewizji. Ustawa zniosła monopol państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji. Potwierdziła prawo emitowania przez Kościół katolicki, inne kościoły i związki wyznaniowe własnych programów oraz zakładania i używania własnych urządzeń radiokomunikacyjnych przeznaczonych do nadawania programów radiofonicznych i telewizyjnych. Minister Łączności początkowo został wyposażony w prawo przydzielania zezwoleń na używanie urządzeń radiokomunikacyjnych, częstotliwości i sygnałów identyfikacyjnych dla tych urządzeń podmiotom, które złożyły w tym celu odpowiednie wnioski. Skorzystały z tego przepisu do tej pory 3 stacje radiowe. W późniejszym okresie rozpatrywanie wniosków zostało wstrzymane z uwagi na zmiany w przepisach ustawy. Wiązały się one z przygotowaniem nowej ustawy o radiofonii i telewizji. Obecnie kompetencje Ministra Łączności dotyczą przydziału częstotliwości i innych technicznych warunków rozpowszechniania programu, ale koncesji udziela Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

C. Ustawa z 29 XII 1992 r. o radiofonii i telewizji

Ustawa stanowi niewątpliwe osiągnięcie w porządkowaniu prawa dotyczącego mediów. Nie oznacza to, że jest pozbawiona mankamentów ani też, że nie będzie konieczna wkrótce jakaś jej nowelizacja. Mimo znacznej szczegółowości nie wszystkie przepisy są tu bowiem sformułowane dostatecznie precyzyjnie. Ponadto pewne uregulowania mogą rodzić uzasadnione obawy co do zgodności przepisów ustawy z normami międzynarodowymi, ratyfikowanymi przez Polskę. Chodzi tu przede wszystkim o te postanowienia, które formułują ograniczenia treści programowych w sposób wykraczający poza powszechnie akceptowany katalog przyjmowany w aktach prawa międzynarodowego. Milczenie ustawy na temat tego, kto i w jakim trybie ma czuwać nad realizacją tych

postanowień, otwiera drogę do akceptacji cenzury wewnętrznej, a co za tym idzie — do poprawnych działań.

Ustawa wprawdzie deklaruje samodzielność i rozwój niepaństwowych stacji i rozgłośni, ale w gruncie rzeczy preferuje państwowe. Widoczne jest to w systemie rozdziału pasm, w kwestiach programowych, w sprawowaniu nadzoru nad stacjami niepaństwowymi, w narzucaniu tym ostatnim określonych zadań. Posłużenie się określeniem „publiczna radiofonia i telewizja” ma zapewne sugerować uspołecznienie tychże mediów, gdy w rzeczywistości przekształcenie w jednoosobowe spółki Skarbu Państwa nie pozbawia jeszcze jednostek organizacyjnych radia i telewizji charakteru instytucji państwowych.

Nie sposób w tym krótkim omówieniu zająć się wszystkimi zagadnieniami uregulowanymi w nowej ustawie, więc na zakończenie wypada wymienić tytuły jej rozdziałów, pozwalające zorientować się odnośnie do treści: I. Przepisy ogólne, II. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, III. Programy radiowe i telewizyjne, IV. Publiczna radiofonia i telewizja, V. Koncesje na rozpowszechnianie programów, VI. Rozprowadzanie programów w sieciach kablowych, VII. Opłaty abonamentowe, VIII. Odpowiedzialność prawna, IX. Zmiany w przepisach obowiązujących, przepisy przejściowe i końcowe.

Omówione ustawy stanowią trzon całego polskiego ustawodawstwa dotyczącego mediów. Nie oznacza to, że w rozmaitych aktach prawnych nie natrafimy na przepisy, które mogą znaleźć zastosowanie do działalności dziennikarskiej. Jest ich jednakże zbyt wiele, aby mogły tu zostać przedstawione.

Kwestią, na którą należy zwrócić uwagę, jest wzajemna relacja Prawa prasowego i ustawy o radiofonii i telewizji. Ustawa o prawie prasowym dotyczy wszystkich mediów. Jej zakres przedmiotowy, wynikający z przyjętej w art. 7 ust. 2 pkt 1 definicji „prasy” jest bardzo szeroki. Po uchwaleniu ustawy o radiofonii i telewizji sytuacja przedstawia się tak, że niektóre przepisy dotyczące zwłaszcza praw i obowiązków dziennikarzy zatrudnionych w tych instytucjach, a także ich odpowiedzialności znajdują się w Prawie prasowym, który to akt prawny nie ma jednakże nadrzędnego charakteru do ustawy z 1992 r. Wydaje się, że w dalszej perspektywie legislacyjnej można by się zastanawiać nad nieco inną koncepcją regulacji w zakresie prawa prasowego (np. przez wydanie ustawy o wolności prasy, nadrzędnej do ustawy prasowej i ustawy o radiofonii i telewizji).

Jak wcześniej wspomniano, ustawa z 1984 r. Prawo prasowe wymaga zmiany. W tym duchu Społeczna Rada Legislacyjna przesłała do Sejmu projekt prawa prasowego z 30 VI 1990 r. Stanowi on przejrzaną i zmienioną wersję projektu społecznego z 1981 r. Budzi niepokój fakt, że projekt ów nie stał się przedmiotem żadnych dyskusji czy omówień. Natomiast przedmiotem dyskusji jest obecnie projekt ustawy o wolności prasy, przygotowany przez komisję powołaną przez premier Hannę Suchocką. Projekt ten (wersja z września 1993 r.) należy ocenić bardzo krytycznie, tak z uwagi na jego niestaranną redakcję, jak i z uwagi na rozwiązania, zmierzające do większego ograniczenia wolności prasy niż w obecnej ustawie. W dodatku projekt nie ma charakteru żadnej

ustawy nadrzędnej, dotyczącej wolności prasy i jej granic, ale wbrew swej nazwie stanowi powtórzenie problematyki uregulowanej w Prawie prasowym z 1984 r. W tej sytuacji lepszym rozwiązaniem wydaje się dokonanie kolejnej nowelizacji prawa prasowego z 1984 r., za czym opowiada się SDRP.

Omawiając perspektywy legislacyjne, należy zwrócić też uwagę na niezwykle intensywnie przemiany na rynku prasowo-wydawniczym. W związku z nimi istnieje szereg zagadnień wymagających pilnej regulacji prawnej. Wymienić tu należy przede wszystkim opracowanie prawa wydawniczego. Uregulowania wymaga status zawodowy dziennikarza. Konieczne są dalsze prace nad eliminowaniem norm ograniczających wolność prasy (np. uchylenia wymagają niektóre przepisy kodeksu karnego). Należałoby powołać silnego partnera, reprezentującego środowisko dziennikarskie (syndykat, Izba Prasy itp.) w rozmowach z przedstawicielami władz, a także występującego z inicjatywami na forum sejmowym. Można więc sądzić, że w perspektywie kilkuletniej prawo regulujące działalność środków komunikowania masowego będzie podlegało ustawicznemu rozwojowi i doskonaleniu.

MARIAN GIERULA
MAREK JACHIMOWSKI

MEDIA NA ŚLĄSKU GÓRNYM I OPOLSKIM W LATACH 1989–1993

Zarys problematyki

Kształtowanie się rynku medialnego na Śląsku i Opolszczyźnie

Nie można rozpatrywać transformacji rynku medialnego na Śląsku i Opolszczyźnie bez przedstawienia sytuacji rynku informacyjnego tego obszaru u progu przemian, tj. w 1989 roku. Jak się wydaje, miała ona znaczny wpływ nie tylko na tempo przemian, jej charakter, ale w dalszym ciągu określa możliwości osiągnięcia sukcesu mediów na tym terenie.

Śląsk Górny i Opolski (tj. województwa: bielskie, częstochowskie, katowickie i opolskie) były największym regionalnym obszarem prasowo-wydawniczym. Dysponowały 3 porannymi dziennikami ogólnoinformacyjnymi (*Trybuna Robotnicza*, *Dziennik Zachodni*, *Trybuna Opolska*). Ich średni jednorazowy nakład przekraczał 900 tys. egzemplarzy. Dziennik popołudniowy *Wieczór* osiągał średni jednorazowy nakład prawie 100 tys. egzemplarzy¹. Mając na uwadze współczynnik wyczytania jednego egzemplarza, można stwierdzić, że poza zasięgiem oddziaływania dzienników regionalnych pozostawała niewielka liczba mieszkańców tego obszaru. Tylko Śląsk (zwłaszcza województwo katowickie) miał bardzo dobrze rozwinięty system prasy lokalnej. Wychodziło tu 12 tytułów tego typu (*Kronika*, *Głos Ziemi Cieszyńskiej*, *Gazeta Częstochowska*, *Echo*, *Nowiny*, *Nowiny Gliwickie*, *Wiadomości Zagłębia*, *Głos Zabrza i Rudy Śląskiej*, *Gwarek*, *Goniec Górnośląski*, *Życie Bytomskie*, *Gwarek — Jaworzno*). Jej łączny jednorazowy nakład wynosił 590 tys. egzemplarzy. Na Śląsku zlokalizowano 2 regionalne rozgłośnie radiowe oraz ośrodek telewizyjny². Tak

¹ Biuletyn nakładów prasy krajowej i zagranicznej za rok 1988. Zarząd Główny RSW „Prasa-Książka-Ruch”.

² Odbiór społeczny audycji radiowych i telewizyjnych nadawanych przez Rozgłośnie Polskiego Radia w Katowicach i emitowanych przez Telewizję Katowice (na obszarze województw: katowickiego, bielskiego, częstochowskiego). Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Zeszyt Seryjny nr 2/91, Katowice 1991, s. 136.

rozbudowany system mediów, zwłaszcza w wymiarze prasowym, utrudniał wejście na rynek nowych tytułów.

Można stwierdzić, iż w skali całego Śląska nie podjęto nawet próby założenia tytułu prasowego, który konkurowałby ze „starymi” dziennikami regionalnymi. *Gazeta Wyborcza*, której sukces w skali całego kraju jest niewątpliwy, nie zdecydowała się jednak na usamodzielnienie rynkowe swoich regionalnych wydań. Wysoka pozycja tego dziennika na rynku czytelnictwa Śląska jest zasługą przede wszystkim jego wydania podstawowego. Badania Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach wyraźnie wskazują, iż znaczna część publiczności *Gazety Wyborczej* deklaruje wyłącznie czytelnictwo ogólnopolskiej części pisma³. *Kurier Zachodni*, który w założeniach miał być dziennikiem regionalnym, osiągnął pewien chwilowy sukces jedynie w województwie katowickim. Jednakże po dwóch latach wydawania został zlikwidowany.

Rozbudowa systemu prasy codziennej Śląska i Opolszczyzny poszła w kierunku zakładania dzienników lokalnych. Powstało ich na tym terenie 5 — *Dziennik Śląski*, *Dziennik Beskidzki*, *Dziennik Częstochowski 24 Godziny*, *Gazeta Opolska*, *Częstochowski A-Z*. Ten ostatni tytuł utrzymał się na rynku jedynie kilka miesięcy. Trzeba jednak stwierdzić, iż żaden z nowych dzienników lokalnych nie zdobył dotychczas trwałej pozycji na rynku czytelnictwa⁴. Charakteryzując ogólnie procesy transformacyjne w prasie codziennej Śląska i Opolszczyzny w latach 1989-1993, można wskazać na następujące zjawiska:

— *Dziennik Zachodni* oraz *Trybuna Śląska* coraz bardziej stają się dziennikami wyłącznie województwa katowickiego. Dotyczy to zwłaszcza Podbeskidzia, na którego obszarze ich zasięg zmniejszył się średnio o 35 proc. w porównaniu z 1989 rokiem⁵.

— Sukces rynkowy *Gazety Wyborczej* odbył się kosztem „starych” dzienników regionalnych, jednak dotyczył wybranych segmentów rynku czytelnictwa. Stwierdzony w 1993 roku, w porównaniu do 1992 roku, spadek zasięgu odbiorczego tego dziennika świadczy, że pismo osiągnęło granicę popytu wśród swojego podstawowego kręgu odbiorczego. Ostatnie próby wejścia na rynki lokalne (miejskie i mikroregionalne dodatki dziennika), świadczą, iż redakcja szuka nowych możliwości ekspansji⁶.

³ Rynek reklamowo-medialny na Śląsku i Opolszczyźnie. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ 1992, s. 170.; Rynek medialno-reklamowy Śląska i Opolszczyzny. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. 1993, s. 10.

⁴ Społeczny odbiór *Gazety w Częstochowie*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚI. Katowice 1992, s. 31.; Społeczny odbiór *Dziennika Częstochowskiego — 24 Godziny*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1992, s. 24.; Dziennik Śląski na tle rynku medialno-reklamowego. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 65.

⁵ Społeczny odbiór *Trybuny Śląskiej*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1992, s. 90.; Społeczny odbiór *Trybuny Śląskiej*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 14.; Społeczny odbiór *Dziennika Zachodniego*, Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 113.

⁶ Rynek medialno-reklamowy Śląska i Opolszczyzny. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. 1993, s. 110.

— Znaczenie rynkowe dzienników regionalnych zależy coraz bardziej od sprawności obsługi informacyjnej danego terenu, odpowiada również ciężeniu kulturowo-gospodarczemu poszczególnych mikroregionów do większych centrów⁷.

Największe zmiany w systemie prasowym Śląska Górnego i Opolskiego dotyczyły jego lokalnego wymiaru. W czterech latach przemian powstało na tym terenie ponad 100 tytułów prasy lokalnej. Nie będziemy szczegółowo charakteryzować tego zjawiska, odsyłając do istniejącej już literatury. Chcielibyśmy jednak wskazać na kilka prawidłowości, które dotyczą tego segmentu prasy⁸:

— Prasa lokalna powstała przede wszystkim na tych obszarach, które były jej pozbawione, tj. w województwie opolskim i częstochowskim.

— Czynniki sprawczy powstawania tytułów prasy lokalnej były przede wszystkim wydarzenia polityczne (wybory do Sejmu, samorządowe), zapotrzebowanie władz administracyjnych i samorządowych na posiadanie tego typu periodyków, aktywność poszczególnych społeczności lokalnych, jak również komercyjne traktowanie zakładanych tytułów. Można stwierdzić, iż motywy inspirujące powstanie poszczególnych tytułów prasy lokalnej miały i w dalszym ciągu mają decydujący wpływ na stan ilościowy tej części prasy na Śląsku Górnym i Opolskim.

— Podobnie jak w przypadku prasy codziennej nieliczne nowe periodyki lokalne próbowały podjąć konkurencję ze „starym” tytułem na całym obszarze jego funkcjonowania. Jak dotychczas żadna z takich prób nie zakończyła się sukcesem. Prasa lokalna powstawała albo na terenach, gdzie dotychczas jej nie było, lub obrzeżach czy pograniczach (w województwie katowickim) funkcjonowania dotychczasowych tytułów tego typu prasy. Stąd też poszczególne obszary Śląska i Opolszczyzny są bardzo nierównomiernie nasycone pismami tego typu. Tylko nieliczne społeczności lokalne (dotyczy to przede wszystkim województwa katowickiego i Podbeskidzia) mają do wyboru 2-3 tytuły lokalne piszące o ich sprawach najbliższych.

— Można stwierdzić, że prasa lokalna, powstała w okresie transformacji na Śląsku, uzupełniła, jak dotychczas, istniejący system tego typu pism na tym terenie. Powstały nieznane poprzednio pisma gminne, dzielnicowe. Najliczniejsze są gazety miejskie, funkcjonujące nie tylko w dużych miastach, ale i małych miejscowościach.

— Interesującym zjawiskiem związanym z prasą lokalną jest powstawanie wielu tytułów prasy parafialnej. Jej ilość w skali Śląska i Opolszczyzny przekroczyła kilkadziesiąt tytułów⁹. Analiza zawartości wskazuje, iż w coraz większym

⁷ Społeczny odbiór *Trybuny Śląskiej*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 114. Społeczny odbiór *Dziennika Zachodniego*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 113; Społeczny odbiór *Trybuny Opolskiej*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1992, s. 105.; Społeczny odbiór *Nowej Trybuny Opolskiej*. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. s. 137.

⁸ Katalog Prasy-Radia-Telewizji '91 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego i opolskiego. Rocznik 1991. Katowice. Katalog Prasy-Radia-Telewizji '93 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego i opolskiego. Rocznik 1992/93. Katowice.

⁹ Badania własne autorów.

stopniu poruszają one problemy świeckie związane z życiem społeczności danej parafii. Weryfikacja tego segmentu prasy lokalnej jest bardzo trudna, gdyż prawie żaden tytuł prasy parafialnej nie został zarejestrowany.

Transformacja prasy na interesującym nas terenie spowodowała przede wszystkim pojawienie się na rynku dużej ilości tytułów o charakterze ogólnoinformacyjnym. Doprowadziło to do sytuacji, iż o czytelnika z niektórych większych miast czy wręcz całych mikroregionów ubiega się 6 do 8 pism tego typu. Tworzy się nowa jakość, zarówno z punktu widzenia systemu prasy, jak i wykonywania zawodu dziennikarskiego. Brak rozeznania tej nowej sytuacji ze strony zwłaszcza redakcji dzienników regionalnych sprawia, iż coraz trudniej tym pismom utrzymać wysoką pozycję na wszystkich dotychczasowych rynkach lokalnych. Wydaje się, że można mówić o pewnym kryzysie dzienników regionalnych w ich dotychczasowej formule. Bez podjęcia skutecznej konkurencji na lokalnych rynkach informacyjnych ich zasięg społeczny będzie się systematycznie zmniejszał na tych obszarach¹⁰.

Zmiany w sytuacji mediów elektronicznych na Śląsku Górnym i Opolskim rozpoczęły się znacznie później, a ich nasilenie przypada dopiero na przełom 1992 i 1993 roku. Na obszarze tym powstały 2 katolickie i 14 komercyjnych rozgłośni radiowych, 2 komercyjne stacje telewizyjne. Jak się wydaje, podstawowym czynnikiem sprawczym zakładania komercyjnych mediów elektronicznych była chęć osiągnięcia sukcesu finansowego. Obecnie trudno jednakże mówić, w jakim kierunku będą przebiegać procesy transformacyjne tego segmentu rynku informacyjnego. Podstawową przeszkodą jest tu nieunormowanie sytuacji prawnej. Uzyskanie koncesji przez poszczególnych nadawców może ujawnić ich rzeczywiste zamiary. Dlatego obecny kształt rynku mediów elektronicznych na Śląsku i Opolszczyźnie określają następujące zjawiska:

— Stacje radiowe i telewizyjne zakładane są w miastach wojewódzkich, a więc w tych centrach, gdzie istnieje potencjalnie największy rynek reklamowy.

— Zespoły dziennikarskie nowych rozgłośni i ośrodków telewizyjnych zasadniczo tworzą się w oparciu o kadry pochodzące z publicznych (państwowych) mediów.

— Zaangażowanie kapitałowe prywatnego biznesu jest, jak się wydaje, determinowane obecną sytuacją prawną tych mediów.

— Zasięg oddziaływania komercyjnych rozgłośni jest lokalny. Nie podjęto próby konkurencji z publicznymi rozgłościami radiowymi czy ośrodkami telewizyjnymi w skali regionalnej¹¹.

— Obecna pozycja rynkowa poszczególnych rozgłośni radiowych wyraźnie została zdeterminowana momentem rozpoczęcia emisji. Im wcześniej to nastąpiło, tym pozycja na rynku jest wyższa.

¹⁰ Rynek medialno-reklamowy Śląska i Opolszczyzny. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. 1993, s. 110.

¹¹ Społeczny odbiór audycji radiowych oraz reklam nadawanych przez Rozgłoszenie Polskiego Radia w Katowicach. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1992, s. 129. Społeczny odbiór audycji radiowych nadawanych przez Rozgłoszenie Polskiego Radia w Opolu. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1992, s. 109.; Społeczny odbiór programów Rozgłoszni Polskiego Radia w Opolu. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 140.

— Można powiedzieć, iż wejście na rynek pierwszych komercyjnych rozgłośni radiowych odbywało się kosztem audytorium publicznego radia. Obecnie można obserwować konkurencję między poszczególnymi rozgłośniami komercyjnymi, przy stabilizacji rynkowej radia publicznego. Wynika to stąd, iż oferta programowa komercyjnych rozgłośni jest bardzo zbliżona. Jest ona atrakcyjna tylko dla określonych części publiczności radiowej (przede wszystkim dla ludzi młodych). Wydaje się jednak, iż unormowanie się sytuacji prawnej rozgłośni komercyjnych sprawi, że niektóre z nich podejmą próbę rywalizacji z radiem publicznym na całym obszarze jego funkcjonowania. Przejawi się to także w chęci rozgłośni komercyjnej, by być wyraźnie obecnym w każdej grupie publiczności radiowej. Będzie to niezbędny warunek, aby być atrakcyjnym partnerem dla szerokiego kręgu reklamodawców. Pewne próby w tej sprawie na obszarze Śląska i Opolszczyzny podjęło jedynie krakowskie Radio RMF. Jego obecność na poszczególnych rynkach lokalnych jest już widoczna. Wydaje się jednak, iż bez jasnego określenia się przez tę rozgłośnię, czy chce być radiem ogólnopolskim, czy siecią lokalno-regionalną, obecny sukces na rynku tego obszaru może być jedynie chwilowy. Dotyczy on bowiem zasadniczo jedynie tych obszarów, które na Podbeskidziu i wschodnich częściach województw katowickiego i częstochowskiego ciągną do Krakowa. Ekspansja na tereny typowo śląskie może być jednakże bardzo utrudniona. Szczegółowe badania odbioru Radia RMF na tych obszarach, realizowane przez Zakład Dziennikarstwa UŚ, potwierdzają te przypuszczenia¹².

Rozwój systemu medialnego, a profesjonalizm mediów

Zmiany w mediach od czterech lat w Polsce kształtują pewien model wymagań w stosunku do tych, którzy chcą w mediach pracować — czy to jako wydawcy, czy też dziennikarze. Polskie prawo prasowe daje szansę pozostania wydawcą tak osobom fizycznym, jak i różnym organizacjom i instytucjom. Nie ma w tym prawie jakichś zapisów określających wymogi, które należy spełnić, aby zostać wydawcą pism periodycznych. Pozwala to na swobodny rozwój ilościowy prasy. Jak dynamicznie proces ten przebiegał w trzech minionych latach na Śląsku Górnym i Opolskim, przedstawia poniższe zestawienie:

PRASA SPRZED 1990 ROKU

— Tytułów prasowych na rynku medialnym w 1990 roku, które zaczęły się ukazywać w latach wcześniejszych — 187,

— tytułów prasowych, które powstały przed rokiem 1990 i przestały się ukazywać w okresie styczeń 1990 — grudzień 1992 (zakończenie II etapu badań nad rynkiem mediów Śląska) — 135 (tj. 72,5 proc.),

— tytułów, które zaczęły się ukazywać przed rokiem 1990 i istniały na rynku prasowym do grudnia 1992 roku — 51 (tj. 27,5 proc.).

¹² Społeczny odbiór programów Rozgłośni Polskiego Radia Katowice na tle innych programów radiowych. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 13-16.

PRASA ROKU 1990

— Tytułów zarejestrowanych w urzędach cenzorskich i w sądach oraz pisma pozarejestrowe w 1990 roku — 151,

— tytułów zarejestrowanych w 1990 roku, które nie weszły na rynek prasowy do grudnia 1992 roku — 21 (14 proc.),

— tytułów, które pierwszy raz weszły na rynek prasowy w 1990 roku i przestały się ukazywać do grudnia 1992 roku — 83 (55,4 proc.),

— tytułów, które zaczęły się ukazywać od 1990 roku i istniały na rynku prasowym do grudnia 1992 roku — 46 (30,6 proc.).

PRASA ROKU 1991

— Tytuły zarejestrowane oraz prasa pozarejestrowa w roku 1991 — 247,

— tytułów prasowych zarejestrowanych w 1991 roku, które nie weszły na rynek prasowy do grudnia 1992 — 175 (71 proc.),

— tytułów prasowych, które pierwszy raz weszły na rynek prasowy w 1991 roku i przestały się ukazywać w okresie do grudnia 1992 roku — 38 (15,3 proc.),

— tytułów prasowych, które zaczęły się ukazywać od 1991 roku i istniały na rynku do grudnia 1992 roku — 34 (13,7 proc.).

PRASA ROKU 1992

— Tytułów zarejestrowanych oraz tytułów pozarejestrowych w roku 1992 (do 1 grudnia) — 165,

— tytułów prasowych, które zostały zarejestrowane do grudnia 1992 roku i nie weszły na rynek prasowy — 125 (75,7 proc.),

— tytułów prasowych, które pierwszy raz weszły na rynek w 1992 roku i przestały się ukazywać do grudnia 1992 roku — 3 (1,8 proc.),

— tytułów prasowych, które zaczęły się ukazywać od 1992 roku i istniały na rynku do grudnia 1992 — 37 (22,4 proc.).

Tak duża liczba rejestracji tytułów prasowych świadczy, z jednej strony, o aktywności wielu środowisk politycznych, zawodowych, wyznaniowych, a także osób prywatnych — które zamierzają włączyć się w system informacji społecznej przez rynek prasowy. Oczywiście w grupie tej są również ci, którzy informację traktują jako towar i kierują się celami komercyjnymi. Z drugiej jednak strony widać, że ilość nowo wchodzących czasopism na rynek jest znacznie mniejsza. Kiedy weźmiemy pod uwagę okres życia rynkowego znacznej ilości nowo powstałych periodyków, to widać, że rynek ten ma określone wymagania, którym nie wszyscy mogą podolać.

Na rynku pozostają przeważnie ci wydawcy, którzy mają rozeznanie w funkcjonowaniu rynku medialnego, wiedzę z zakresu ekonomiki mediów, profesjonalne zespoły dziennikarskie, odpowiednio wysoki kapitał wyjściowy. Niezmiennie ważne jest również to, czy tytuł wcześniej miał utrwaloną pozycję na rynku medialnym. Zasadniczo odnosi się to do wszystkich typów prasy.

Niemniej na rynku prasy lokalnej najwyraźniej widać, co i w jakim stopniu ostatecznie decyduje o utrzymaniu się na nim. Relatywnie wysoka liczba inicjatyw wydawniczych i niewielka liczba tytułów, które pozostają na lokalnym rynku prasowym — jest konsekwencją tego, że inicjatywę wydawniczą podejmują podmioty gospodarcze, jak i instytucje, dla których wydawanie prasy jest zajęciem ubocznym. Organizują te przedsięwzięcia ludzie, którzy wcześniej mieli bardzo małe doświadczenie lub nie mieli żadnego, jeśli chodzi o prowadzenie działalności prasowo-wydawniczej. Często są to inicjatywy środowisk lokalnych, w których oprócz braku bazy techniczno-organizacyjnej występują również trudności z rekrutacją kadry dziennikarskiej. Zapleczem intelektualnym prasy organizowanej na szczeblu lokalnym są przeważnie nauczyciele, działacze kultury czy też urzędnicy. Zazwyczaj nie mieli oni wcześniej kontaktu z zawodem dziennikarskim. Brak doświadczenia i słaba znajomość rynku czytelniczego powodują, że wiele wydawnictw tak o zasięgu lokalnym, jak i szerszym, ma charakter efemeryczny. Prawa rynku dość szybko weryfikują wszystkie niedoskonałości tak wydawnicze, kolporterskie, jak i dziennikarskie. Jak profesjonalizm jest ważny w kształtowaniu się systemu prasy — bardzo wyraźnie widać na Śląsku, gdzie „stare tytuły” w większości przypadków prosperują dobrze, natomiast nowe — nawet te, które są wspierane z funduszy gminnych, mają kłopoty z utrzymaniem się na rynku prasowym.

Prasa o cechach amatorstwa wydawniczego i dziennikarskiego jest urozmaicheniem krajobrazu mediów Śląska. Na pewno nie jest tu przeciwwagą dla mediów utrwalonych na rynku prasowym. Niemniej należy pamiętać, że w minionych trzech latach z podejmowanych inicjatyw wydawniczych przeszło 20 procent rocznie potrafiło utrzymać się na trudnym rynku prasowym Śląska. Szczegółowo pokazuje to zestawienie poniżej.

Udział tytułów prasowych wydawanych na Śląsku, z poszczególnych lat,
które istniały na rynku prasowym do 1 grudnia 1992 roku:

Ogółem — 172 tytuły

— prasa sprzed roku 1990 — 52 tytuły (29,6%)

— prasa roku 1990 — 46 tytułów (26,7%)

— prasa roku 1991 — 38 tytułów (22,0%)

— prasa roku 1992 — 37 tytułów (21,7%)¹³

Być może, nowe tytuły prasowe, powstałe w wielu społecznościach lokalnych, dają początek prasie alternatywnej. Jest ona swojego rodzaju wyrazem komunikowania uczestniczącego, które różni się od komunikowania profesjonalnego za pośrednictwem mediów skomercjalizowanych.

Organizacje dziennikarskie na Śląsku

Śląskie środowisko dziennikarskie było i jest jednym z liczniejszych w Polsce. Szacuje się, że we wszystkich mediach tego regionu pracuje przeszło

¹³ Badania własne autorów.

800 dziennikarzy. Są to dziennikarze piszący tak w gazetach osiedlowych i zakładowych, jak i ogólnokrajowych. Drugą cechą tego środowiska jest to, że znaczna część dziennikarzy tworzyła i tworzy poza Katowicami. Większe skupiska dziennikarzy występują w Bielsku-Białej, Częstochowie, Gliwicach, Raciborzu, Rybniku, Sosnowcu, Tychach.

Zrozumiałe jest, że w regionie dominuje środowisko katowickie, skupione w znacznej części w czterech wysokonakładowych dziennikach regionalnych, Radiu Katowice oraz Telewizji Katowice. Środowisko to liczy ponad 300 osób. W takiej profesji, jak dziennikarstwo, jest to środowisko znaczące.

Wśród dziennikarzy śląskich działają trzy organizacje: Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej oraz Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy. To ostatnie zasadniczo ma wpływy w Częstochowie, niewielkie — w woj. katowickim i bielskim.

Najliczniejszą organizacją obecnie na Śląsku jest Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej. Liczy ono 511 osób, w tym 76 kandydatów (stan na koniec 1992 roku). W 1993 roku do tej organizacji wstąpiło 15 osób. Mniejsze jest Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich. Oddział tej organizacji na Śląsku liczy 160 członków i dwóch kandydatów.

Działalność tych organizacji skupia się zasadniczo na szczeblu Oddziału. SDRP nie ma praktycznie kół redakcyjnych ani też terenowych. Natomiast SDP ma takie koła tylko w 5 redakcjach.

Zaplecze materialno-techniczne tych dwóch organizacji jest różne. Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej ma własny lokal, przychodnię lekarską (służy całemu środowisku), prowadzi Klub Dziennikarza. W innej sytuacji jest SDP, które nie ma własnej siedziby — korzysta z uprzejmości Rozgłośni Polskiego Radia w Katowicach, gdzie ma wypożyczone biurko na dokumentację. Nie prowadzi ta organizacja żadnej działalności gospodarczej. Podstawą finansową są składki członkowskie. Dlatego też pomoc socjalna dla dziennikarzy ze strony tego Stowarzyszenia jest niewielka. W całym okresie transformacji prasy organizacja ta przydzieliła zapomogi 3 bezrobotnym dziennikarzom. Formą działalności SDP na Śląsku na rzecz środowiska jest pośredniczenie w kontaktach z dziennikarzami i prasoznawcami zagranicznymi, jak również załatwianie stypendiów zagranicznych. Do tej pory udało się załatwić dwa takie stypendia w USA.

Członkowie tej organizacji czynnie brali udział w likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch” — jedna osoba pracowała w Komisji Likwidacyjnej (Andrzej Grajewski). Jednocześnie SDP miała obserwatora przy wszystkich przekształceniach prasy śląskiej. Likwidatorem RSW w Katowicach był również członek SDP (Jerzy Kamieniecki).

Nieco inaczej wygląda działalność SDRP na rzecz środowiska. Oprócz prowadzonej przychodni zdrowia Stowarzyszenie organizuje pomoc prawną dla dziennikarzy, którzy nają sprawy w sądach pracy. Dziennikarzom bezrobotnym pomaga w poszukiwaniu pracy w zawodzie lub stwarza okresowe możliwości zarobkowania. SDRP udziela zapomogi dziennikarzom potrzebującym. Wspiera dziennikarzy w staraniach o wyjazdy do sanatoriów. Inne

formy działalności to organizowanie wycieczek, wigilii dla samotnych dziennikarzy itp.

Oddział Katowicki SDRP nie prowadzi szkoleń warsztatowych. Szkolenia, sympozja organizowane są centralnie.

Zadna z tych organizacji nie może aktywnie chronić warunków pracy dziennikarzy. Prowadzone negocjacje z wydawcami nie dają pozytywnych rezultatów. W dużym stopniu dlatego, że tak SDP jak i SDRP nie ma uprawnień związku zawodowego. Kiedy nie obowiązują już układy zbiorowe, okazuje się, że praktycznie nie ma regulacji prawnych określających warunki pracy i wynagradzania dziennikarzy. W tej sytuacji nie ma również organizacji, która mogłaby w sposób skuteczny prowadzić negocjacje na temat warunków pracy i płacy dziennikarzy. Obecny status sprawia, że są to organizacje bardziej towarzysko-samopomocowe niż broniące interesów środowiska dziennikarskiego.

Wydawcy prasy na Śląsku

Obecnie wydawcy prasy stanowią bardzo rozdrobnione środowisko. W sumie na Śląsku i Opolszczyźnie jest 148 wydawców prasy¹⁴. Można z nich wyodrębnić kilka grup. Pierwszą stanowią wydawcy, którzy weszli w posiadanie prasy po dawnej RSW „Prasa-Książka-Ruch”. Są to wydawcy wysokonakładowych dzienników regionalnych, dziennika i tygodnika ogólnokrajowego oraz „starej” prasy lokalnej. Grupę tę stanowią wydawcy, dla których wydawanie prasy jest w większości przypadków działalnością podstawową.

Druga grupa to wydawcy, którzy wydawali prasę przed 1990 rokiem poza systemem RSW. Są to wydawnictwa Kościoła rzymskokatolickiego i innych związków wyznaniowych, zakładów pracy, związków zawodowych.

Trzecią grupę wydawców stanowią ci, którzy zaczęli działalność wydawniczo-prasową dopiero po 1990 roku. Dla większości z nich wydawanie prasy jest jednym z wielu przedsięwzięć gospodarczych lub też wynikiem jakiejś pasji bądź też formą aktywności społecznej. Znaczna część z nich wydaje pisma niskonakładowe o zasięgu lokalnym.

Czwarta grupa wydawców to urzędy gminne, rady miejskie i gminne, które wraz z odradzaniem się samorządności lokalnej zaczynają prowadzić własną politykę informacyjną i dlatego zaczynają wydawać własne periodyki.

Charakterystyczne dla wydawców prasy na Śląsku Górnym i Opolskim jest to, że posiadają zazwyczaj jeden periodyk. Tylko 5,4 proc. wydawców miało więcej niż jeden tytuł.

Największą liczbę tytułów prasy o różnych zasięgach i profilu tematycznym na rynku Śląska ma Fibak (6 tytułów), natomiast w prasie ogłoszeniowo-poradniczej — Centralne Biuro Informacji, Pośrednictwa i Usług, Spraw Krajowych i Zagranicznych z Rybnika (9 tytułów).

¹⁴ Stan na grudzień 1992.

Jeśli chodzi o status prawno-organizacyjny wydawców prasy to wygląda on następująco¹⁵:

Status oganizacyjno-prawny wydawców (w procentach)

1. Osoby prywatne 4,0
2. Towarzystwa regionalne 4,8
3. Urzędy gminy 10,8
4. Ośrodki kultury 4,8
5. Samorządy 0,6
7. Rady miast i gmin 8,8
8. Spółki cywilne 6,0
9. Spółki jawne 0,6
10. Spółki akcyjne 2,0
11. Spółki z o.o. 17,0
12. Inne spółki 2,8
13. Firmy kolportażowo-reklamowe 2,8
14. Firmy reklamowe 0,6
15. Wydawnictwa i agencje wydawnicze 6,1
16. Kościół rzymskokatolicki 4,8
17. Inne Kościoły i związki wyznaniowe 0,6
18. Instytucje państwowe 4,8
19. Przedsiębiorstwa państwowe 3,3
20. Spółdzielnie 4,7
21. Inne 10,1

Należy uznać, że proces kształtowania się krajobrazu wydawniczego na Śląsku jest w stadium początkowym. Charakteryzuje się znaczną samodzielnością wydawców. Czy ten model się utrzyma, czy nastąpi tu koncentracja prasy — trudno obecnie stwierdzić. Niemniej są już sygnały, że w najbardziej znaczącej grupie prasy — dzienników — takie działania już podjęto.

Kolportaż

Istotne zmiany własnościowe w prasie, jak i dynamiczny wzrost ilości tytułów w jakimś stopniu kontrastują ze zmianami zachodzącymi w kolportażu prasy. Obecnie, jak przed rokiem 1989, dominującą rolę odgrywa przedsiębiorstwo kolportażowe „Ruch”. Obsługuje ono znaczną część poszczególnych typów prasy — od miejskiej od ogólnokrajowej. Kolportuje również prasę zagraniczną. Sytuacja w kolportażu prasy na Śląsku jest podobna jak w innych regionach Polski. To znaczy „Ruch” ma rolę dominującą. Oprócz tego przedsiębiorstwa jest kilka niewielkich firm kolportażowych, które nie stanowią prawie

¹⁵ Badania własne autorów.

żadnej konkurencji dla „Ruchu” i obsługują niewielki odsetek rynku prasowego. Szacunkowo (brak na ten temat dokładnych danych) można powiedzieć, że te małe firmy kolportują od 3 do 7 proc. prasy na Śląsku.

Tak jak powiedzieliśmy wcześniej, „Ruch” kolportuje wszystkie typy prasy. W obecnym czasie z całej oferty prasy śląskiej „Ruch” rozprowadza 34 proc. tytułów¹⁶. Są to wysokonakładowe pisma codzienne, „stare” tygodniki lokalne oraz wiele pism hobbistycznych, rozrywkowych, poradniczych i reklamowych. Ta ostatnia grupa to w zdecydowanej większości pisma powstałe w roku 1990 i późniejszym czasie. Periodyki powstałe po 1989 roku stanowią 69 proc. wszystkich pism śląskich kolportowanych przez „Ruch”.

Obecnie poza siecią kolportażu „Ruchu” jest 51,1 proc. tytułów pism, które się zaczęły ukazywać przed 1990 rokiem oraz 66 proc. tytułów prasy wychodzącej od 1990 roku. Są to pisma niskonakładowe, często mikrolokalne, środowiskowe lub specjalistyczne. Wielu wydawców tego typu prasy po prostu nie stać na kolportaż przez „Ruch” — średnia marża wynosi tutaj 30,5 proc. Korzystają oni z mniej wyspecjalizowanych sposobów kolportażu.

Mówiąc o kolportażu prasy, trudno pominąć ilość egzemplarzy rozprowadzanych na Śląsku. Jest to zadanie dość złożone, przede wszystkim dlatego, że „Ruch” od pierwszego kwartału 1992 roku nie prowadzi zbiorczej statystyki rozprowadzanej prasy. Dlatego też można przeanalizować ilość rozprowadzanej i sprzedanej prasy do tego czasu (ze względów technicznych nie można było korzystać z danych dotyczących roku 1990). W naszej analizie za wyjściowy przyjmujemy rok 1988, w tym roku bowiem rozprowadzano więcej prasy na Śląsku, niż w każdym analizowanym następnym. W tymże roku rozprowadzono na Śląsku 520 558 858 egz. prasy śląskiej i krajowej. Zwroty wówczas wynosiły 4 proc. Struktura rozprowadzanej prasy kształtowała się następująco: 65 proc. stanowiły dzienniki, a 35 proc. czasopisma. Rok później nadział wynosił 76 proc. nadziału z 1988 roku. Zmieniła się również struktura rozprowadzanej prasy — 71 proc. stanowiły dzienniki, a 29 proc. czasopisma. Zasadniczo nie uległa zmianie wysokość zwrotów — wynosiły one 4,2 proc. W 1991 roku „Ruch” rozprowadzał 58 proc. ilości prasy kolportowanej w roku 1988. W strukturze rozprowadzanej prasy zwiększył się odsetek czasopism i wynosił 39 proc. Znacznie natomiast wzrosły zwroty i wynosiły 14,2 proc. Tendencja z 1991 roku utrzymywała się w pierwszym kwartale roku 1992. Dalej rośnie w strukturze prasy odsetek czasopism. Stanowią one 48 proc. prasy kolportowanej w tym czasie na Śląsku przez „Ruch”. Zwroty natomiast wynoszą 27 proc.

Przedstawione dane wskazują na stałą tendencję zmniejszania się ilości prasy kolportowanej na Śląsku oraz systematyczne zwiększanie się odsetka zwrotów. Widać także zmiany w strukturze oferowanej prasy. Maleje w niej udział dzienników. Ten stan ma w jakimś stopniu swoje źródło w sytuacji społecznej. Coraz szersze kręgi społeczeństwa ubożeją i przestają czytać prasę codzienną. To powoduje, że wydawcy prasy codziennej dostosowują nakłady

¹⁶ Wszystkie dane w tej części to obliczenia własne autorów na podstawie danych „Ruchu” w Katowicach.

do potrzeb rynku. Spadek czytelnictwa prasy codziennej, z punktu widzenia społecznego, jest na pewno niekorzystny. Jest to jednak inne zagadnienie i nie miejsce tu na jego rozważenie. Warto jedynie, kończąc tę kwestię, powiedzieć, że na Śląsku w 1988 roku na 1 tysiąc osób przypadało 221 egz. dzienników, a w roku 1991 już tylko 86 egz. gazet codziennych.

Zaufanie do mediów na Śląsku Górnym i Opolskim

Kto chce być skutecznym, musi przede wszystkim zostać uznanym za źródło wiarygodne. Na tę cechę mediów składają się co najmniej dwa niezależne od siebie czynniki. Pierwszym jest kompetencja, znajomość problematyki. Drugim — bezstronność, zaufanie do tego, że nasze kompetentne źródło nie wykorzysta swojej przewagi do wprowadzenia w błąd¹⁷. Jak się wydaje, w okresie transformacji ten drugi czynnik dominuje w zmianach opinii określających stan i stopień zaufania do poszczególnych kanałów przekazu informacji. Na Śląsku i Opolszczyźnie w okresie transformacji można wskazać na kilka zjawisk określających zaufanie do poszczególnych mediów czy też kanałów informacji (szczegółowe dane — tabela 1 i 2).

Ogólnopolskie media elektroniczne, zwłaszcza telewizja, w okresie transformacji darzone były największym zaufaniem ze wszystkich kanałów komunikacji społecznej. Moment przełomowy przypada na lata 1990-1991, gdyż od tego czasu media elektroniczne tracą systematycznie zaufanie społeczne. W przypadku ogólnopolskiego radia proces ten wyraźnie związany jest z powstaniem komercyjnej radiofonii. Przejęła ona bowiem znaczną część dotychczasowego audytorium. Dlatego też zmniejszony zasięg społeczny publicznego ogólnokrajowego radia spowodował, iż coraz mniejsza część społeczeństwa może wyrazić opinię co do zaufania do tego medium. Podobne zjawisko można także stwierdzić, jeśli chodzi o publiczne radio regionalne. Jednak jego tempo jest znacznie powolniejsze, w 1993 roku można było wręcz mówić o jego zahamowaniu. Wydaje się, że dotychczasowe prognozy mówiące, iż publiczne regionalne rozgłoszenie będą tracić na znaczeniu, nie potwierdzają się w przypadku Śląska. Wynika to stąd, że komercyjna radiofonia nie jest przygotowana ani kadrowo, ani technicznie do rywalizacji z publicznym regionalnym radiem w dostarczaniu słuchaczom lokalno-regionalnych wiadomości. Badania wskazują, że jeżeli częściej niż co trzeci radiosłuchacz wskazał Radio Katowice jako podstawowe źródło informacji, to podobną opinię wyraził jedynie co ósmy odbiorca komercyjnej rozgłośni (najwięcej wskazań uzyskało Radio RMF)¹⁸.

Prasa ogólnokrajowa jak i regionalna w okresie transformacji 1989-1993 wyraźnie zdołały pozyskać zaufanie społeczne. Trzeba sobie bowiem zdawać sprawę, iż zwłaszcza prasa codzienna była u progu przemian (tj. w 1989 roku)

¹⁷ Jerzy Mikułowski Pomorski, Zbigniew Nęcki: *Komunikowanie skuteczne?* Kraków 1983, s. 190-191.

¹⁸ Społeczny odbiór programów Rozgłośni Polskiego Radia Katowice na tle innych programów radiowych. Raport z badań Zakładu Dziennikarstwa UŚ. Katowice 1993, s. 174.

tym kanałem komunikacji masowej, co do którego najczęściej wyrażano dezaprobatę, nie ufając mu w znacznej mierze. Z drugiej jednak strony obserwowany od początku przemian w Polsce spadek zasięgu społecznego prasy w ogóle spowodował, iż ten kanał przekazu darzony jest zaufaniem coraz mniejszych kręgów społeczeństwa.

W okresie przemian krąg odbiorców darzących zaufaniem prasę związaną z Kościołem rzymskokatolickim uległ w znacznej mierze ograniczeniu. Podobnie stopień zufania do kazań i homilii w kościołach wyraźnie zmalał. Można dodać, że ten kanał komunikacji społecznej w latach 1989-1992 uzyskiwał największy odsetek opinii wyrażających zupełny brak zaufania do niego. Trzeba w tym miejscu dodać, iż prowadzone systematycznie badania wskazują na inne jeszcze charakterystyczne zjawisko. Polega ono na tym, że coraz większe odsetki publiczności mediów nie wyrażają opinii o mediach związanych z Kościołem rzymskokatolickim. Podobne zjawisko można było zaobserwować w stosunku do prasy PZPR pod koniec lat osiemdziesiątych.

Tytuły prasowe utożsamiane z określonymi nurtami politycznymi obdarzane są bardzo ograniczonym zaufaniem szerszych kręgów społecznych. Wynika to, jak się wydaje, ze słabej znajomości partii politycznych w ogóle przez przeciętnego obywatela. Z drugiej strony doświadczenia historyczne sprawiają, że prasa partyjna jeszcze długo będzie miała w społeczeństwie polskim negatywne konotacje. Dlatego też nie dziwi tak drastyczny spadek zaufania, jak i zasięgu społecznego, do prasy związanej z „Solidarnością”. Symptomatyczne, iż tak liczący się w skali kraju Śląsko-Zagłębiowski Region „Solidarności” nie potrafił przez dłuższy czas utrzymać na rynku czytelniczym własnego tytułu prasowego. Wydaje się, że dla politycznego postrzegania mediów najbardziej charakterystyczny był rok 1991. W podobnej mierze średnio 25 proc. badanych wykazywało całkowity brak zaufania do mediów związanych z lewicą, „Solidarnością” i Kościołem rzymskokatolickim. Oczywiście, jak można przypuszczać, bardzo różne były przyczyny tego typu opinii. Generalnie można powiedzieć, że jeżeli prasie lewicowej nie wierzyli, zdecydowani zwolennicy nowych przemian, to kręgi niezadowolonych z mediów solidarnościowych łączyć można z ludźmi poprzedniej epoki, jak i rozczarowanymi do nowej rzeczywistości w Polsce. Najbardziej, jak się wydaje, złożona była grupa ludzi nie ufająca mediom kościelnym. Z jednej strony były to odłamy społeczeństwa, które traciły na znaczeniu, gdyż ich pozycja była zależna od sytuacji sprzed 1989 roku, z drugiej zaś ci wszyscy zwolennicy przemian, jak i niezaangażowani, którzy uważali, iż Kościół katolicki zbyt silnie chce wywierać wpływ na przemiany w kraju.

**Tabela 1. Stopień zaufania do poszczególnych źródeł informacji na Śląsku
(dane w % %)**

Źródło informacji \ Stopień zaufania	ufam w zupełności			ufam w dużym stopniu		
	1991	1992	1993	1991	1992	1993
Telewizja Polska	4,4	3,6	3,4	22,5	21,0	26,7
Polskie Radio	4,4	3,3	3,8	38,1	30,0	22,0
Telewizja Katowice	3,5	3,6	4,2	22,4	22,4	23,4
Prasa ogólnokrajowa	2,0	1,4	1,7	22,5	18,5	8,8
Polskie Radio Katowice	3,0	3,9	5,1	27,4	26,7	26,4
Radio TOP	—	—	0,7	—	—	5,8
<i>Dziennik Zachodni</i>	—	—	3,5	—	—	17,2
<i>Trybuna Śląska</i>	—	3,5	2,7	—	14,5	13,2
<i>Gazeta Wyborcza</i>	—	—	4,5	—	—	22,9
Prasa lokalna	2,6	2,0	3,0	18,6	15,3	12,8
Kazania i homilie w kościołach rzymskokatolickich	6,9	5,9	5,7	17,3	13,6	8,9
Prasa związana z Kościołem rzymskokatolickim	6,5	3,1	3,6	14,8	10,2	7,8
Rozgłoszenie katolickie	—	—	2,2	—	—	4,7
Radio zagraniczne, np. „Głos Ameryki”	2,7	1,4	2,0	13,3	10,5	5,7
Prasa „Solidarności”	1,2	0,1	0,5	6,3	2,7	1,5
Prasa o orientacji liberalno-demokratycznej	—	0,5	0,5	—	7,8	3,0
Prasa o orientacji lewicowej	1,4	0,6	0,6	5,8	4,0	2,3
Prasa o orientacji centro-prawicowej	1,4	0,1	0,4	1,8	1,0	0,9
Prasa innych ugrupowań politycznych	0,4	—	0,2	0,9	0,4	0,3

średnio ufam			raczej nie ufam			całkowicie nie ufam			brak opinii			brak odpowiedzi		
1991	1992	1993	1991	1992	1993	1991	1992	1993	1991	1992	1993	1991	1992	1993
57,2	54,8	41,7	7,7	8,5	6,6	3,9	1,8	1,7	3,0	9,0	12,3	1,3	1,2	7,6
45,1	39,6	23,8	2,1	3,6	1,8	1,5	0,7	0,4	7,5	21,1	35,0	1,3	1,7	13,2
40,4	37,5	33,7	3,7	4,1	3,0	1,8	1,8	0,3	26,1	29,1	26,3	2,1	1,5	9,0
49,9	42,9	19,2	5,4	4,9	2,5	1,3	0,8	0,9	17,6	29,4	51,1	1,3	2,1	15,9
40,1	28,0	19,9	2,3	1,9	1,0	2,6	1,0	0,2	22,1	36,6	35,4	2,5	1,9	12,0
—	—	9,1	—	—	0,3	—	—	0,2	—	—	65,6	—	—	18,3
—	—	28,2	—	—	2,6	—	—	0,8	—	—	38,1	—	—	9,6
—	30,3	21,3	—	5,1	3,8	—	1,9	1,8	—	42,4	45,0	—	2,2	12,3
—	—	18,9	—	—	2,1	—	—	1,4	—	—	37,4	—	—	12,8
28,4	29,2	18,4	3,8	5,0	2,2	1,6	1,4	1,2	42,0	43,8	47,3	3,0	3,3	15,2
23,0	23,4	14,9	10,4	9,1	5,4	14,9	8,8	4,9	25,6	36,9	45,3	1,9	2,3	15,1
20,4	14,1	8,2	9,5	7,8	3,0	12,1	8,6	4,6	35,2	53,6	55,9	1,5	2,6	16,8
—	—	5,5	—	—	1,9	—	—	3,5	—	—	63,3	—	—	19,0
18,5	12,7	6,0	5,1	3,3	2,2	4,3	3,7	1,3	54,0	64,9	63,6	2,1	3,5	19,3
22,5	12,4	4,9	13,7	7,8	6,2	9,9	7,7	4,3	43,8	65,8	63,8	2,6	3,5	18,8
—	11,9	6,1	—	4,0	2,5	—	2,7	1,4	—	69,0	67,2	—	4,2	19,3
17,0	9,2	5,8	13,1	7,2	2,8	10,0	8,9	3,6	50,3	66,1	65,5	2,4	3,9	19,4
12,8	6,0	3,0	11,2	8,1	4,9	8,4	7,6	4,0	62,2	73,2	67,4	3,4	4,0	19,4
9,8	7,4	1,7	10,4	6,9	2,2	6,4	4,1	1,9	69,3	77,5	73,7	2,8	3,7	20,1

Tabela 2. Stopień zaufania do poszczególnych źródeł informacji na Opolszczyźnie*

Źródło informacji	Stopień zaufania		Ufam w zupełności		Ufam w dużym stopniu	
	1992	1993	1992	1993	1992	1993
<i>Trybuna Opolska</i>	6,9	4,2	21,0	15,3		
<i>Nowa Trybuna Opolska</i>		4,9				
<i>Gazeta Wyborcza</i>	—	2,4	—	14,6		
Prasa ogólnokrajowa	2,7	1,0	18,2	10,4		
Prasa lokalna	0,7	0,7	12,4	4,8		
Prasa o orientacji centro-prawicowej	0,7	0,3	2,1	2,4		
Prasa o orientacji liberalno-demokratycznej	0,3	—	6,5	—		
Prasa o orientacji lewicowej	1,0	0,7	4,8	0,3		
Prasa związana z Kościołem rzymskokatolickim	6,9	5,9	10,7	7,0		
Prasa „Solidarności”	1,4	0,3	3,1	0,3		
Prasa innych ugrupowań politycznych	—	0,7	0,3	0,3		
Polskie Radio	6,2	1,7	32,0	18,8		
Rozgłośnia Polskiego Radia w Opolu	7,6	5,6	28,2	28,9		
Radio O'LE	—	3,1	—	8,4		
Radio PARK	—	1,0	—	5,9		
Rozgłoszenie katolickie	—	4,2	—	5,2		
Telewizja Polska	7,2	7,3	25,8	27,5		
Telewizja Katowice	4,5	1,7	23,0	13,8		
PTV Opole	—	1,0	—	5,2		
Radio zagraniczne np. „Głos Ameryki”, „Wolna Europa”	5,8	2,1	12,0	12		
Kazania i homilie w kościołach rzymskokatolickich	17,9	9,4	11,3	9,1		

* Dane w tabeli w procentach, liczone w stosunku do ogółu badanych.

Średnio ufam		Raczej nie ufam		Całkowicie nie ufam		Brak opinii		Brak odpowiedzi	
1992	1993	1992	1993	1992	1993	1992	1993	1992	1993
39,9	25,1	2,7	0,7	1,0	0,7	27,5	40,0	1,0	13,2
	28,6		1,0		0,3		35,2		15,0
—	12,5	—	0,7	—	1,7	—	49,1	—	18,8
30,2	17,2	3,8	2,4	—	0,3	43,3	47,4	1,7	20,9
16,5	10,8	4,1	1,0	0,3	0,3	63,9	23,3	2,1	58,9
6,9	3,5	4,8	0,7	4,1	4,5	78,7	64,8	2,7	23,7
8,9	3,5	4,5	1,4	2,4	3,5	74,9	66,9	2,4	24,7
7,6	4,2	7,6	1,0	3,8	3,1	73,2	66,6	2,1	24,0
16,5	5,9	7,2	2,4	5,2	3,1	51,5	53,3	2,1	22,3
7,2	6,6	5,8	1,4	5,5	5,2	75,3	63,1	1,7	23,1
5,2	2,1	3,4	1,7	2,4	2,8	86,9	68,3	1,7	24,0
29,9	18,8	2,4	1,4	1,0	—	26,8	53,3	1,7	13,9
25,4	22,0	2,1	1,0	—	—	34,7	31,4	2,1	11,1
—	7,7	—	0,3	—	—	—	60,3	—	20,2
—	7,0	—	1,0	—	0,3	—	62,0	—	22,6
—	4,5	—	2,8	—	2,1	—	58,5	—	22,6
40,9	39,0	8,2	2,8	2,1	,4	14,4	14,3	1,4	7,7
19,5	15,7	2,7	—	0,3	—	48,9	51,9	1,1	18,8
—	6,3	—	—	—	0,3	—	65,9	—	21,3
11,3	8,7	4,1	1,0	3,4	1,4	61,2	60,6	2,1	22,2
22,7	14,3	5,8	4,9	4,8	4,2	35,7	40,1	1,3	18,1

JACEK KOŁODZIEJ

BOHATEROWIE PRASOWEJ KAMPANII WYBORCZEJ

1. Polityka: aktorzy i programy

Partie polityczne zwykle określa się jako grupy osób o zbieżnych poglądach, połączonych podobną filozofią uprawiania polityki, jednakowym programem politycznym oraz wspólnymi interesami (głównie dążeniem do zdobycia lub utrzymania władzy państwowej). Mówiąc prościej, partie to politycy i polityka, to osoby i programy.

W krajach o rozwiniętych systemach demokracji parlamentarnej, ugruntowanych i sprawdzonych wieloletnim, publicznym jej funkcjonowaniem, osobowość polityka niezmiennie odgrywa dużą rolę. Oprócz wykształcenia i fachowego przygotowania do sprawowania funkcji publicznej kandydat na polityka powinien mieć w sobie jeszcze „coś” odróżniającego go od innych, równie dobrze przygotowanych konkurentów. To „coś”, dopełniające wizerunek skutecznego polityka, można by nazwać „iskrą Bożą”, „talentem politycznym” czy, po prostu, „osobowością”. Wydaje się, że w dwu fazach rozwoju systemu demokratycznego politycy obdarzeni ciekawą osobowością odgrywają szczególnie dużą rolę; z jednej strony w już ustabilizowanych systemach demokratycznych, w których programy partii są bardzo podobne do siebie (jeśli nie liczyć rozwiązań szczegółowych w zarządzaniu gospodarką), w związku z czym wyborcy wybierają polityków a nie polityki; z drugiej strony natomiast, w zupełnie przeciwnej sytuacji — kiedy system demokratyczny dopiero się rodzi, a politycy zaczynają dopiero tworzyć partie, których programy, notabene, na tym etapie rozwoju charakteryzuje wszystko oprócz stałości.

Pierwszy przypadek doskonale ilustrują Stany Zjednoczone. W drugim przypadku, w moim przekonaniu, mieści się m. in. Polska przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych.

Jest całkiem prawdopodobne, że dla Polaków obserwujących wydarzenia polityczne w naszym kraju, przynajmniej w okresie formowania się i krzepnię-

cia systemu demokratycznego, scena polityczna to nie deklaracje partii (których najwięcej powstaje doraźnie przed wyborami), lecz w głównej mierze osoby — stali, można by rzec „etatowi”, aktorzy sceny politycznej. W ich osobowości, talentach, cechach charakterystycznych, prezencji itp. tkwiła siła (i zarazem słabość) partii, które stworzyły piętnaście ogólnopolskich komitetów wyborczych, aby ubiegać się w kampanii wyborczej o sukces w wyborach parlamentarnych 19 września 1993 r.

2. Politycy w prasie: obecni i pominięci

Na pierwszy rzut oka problem obecności polityków w mediach, na przykład w prasie codziennej, nie istnieje; wydaje się, że prasa pisze o tych aktorach sceny politycznej, którzy z jakichś względów stanowią wdzięczny temat publikacji, którzy po prostu są w danym czasie najpopularniejsi (na przykład z racji zajmowanego stanowiska w partii lub we władzach państwowych, z racji konkretnego, pojedynczego wydarzenia politycznego, w którym biorą udział, czy też z racji osobistych zasług lub nieszczęśliwych wpadek). Taki mechanizm trafiania na pierwsze kolumny jest całkiem oczywisty, jednak w przypadku prasowych materiałów wyborczych nie zawsze się sprawdza.

Już pobieżny ogląd nazwisk polityków w publikacjach przedwyborczych zwraca uwagę na to, że poszczególne dzienniki znacznie się między sobą różnią. Także partie polityczne stosowały różne taktyki prezentowania swoich polityków. O niektórych osobach się pisze, o innych nie. Niektóre postaci są ciągle bardzo popularne, a inne, choć nie mniej znane, pojawiają się sporadycznie. Niektóre gazety wolą pisać o tych samych partyjnych przywódcach, inne o szerokich „dołach” danego ugrupowania. Politycy przedstawieni w prasie w okresie kampanii wyborczej są elementem skomplikowanej, niejednorodnej i szybko zmieniającej się rzeczywistości. Próba jej opisu wymaga poszukania odpowiedzi na wiele pytań, jak choćby na następujące: Czy istnieje jakiś racjonalny klucz (który można by odtworzyć), wpływający na popularność polityków w prasie w czasie kampanii wyborczej? Czy prasowy obraz osobistości życia politycznego jest jakoś zhierarchizowany? A jeśli tak, to czy ta struktura jest odbiciem wewnątrzpartyjnych hierarchii? Co robią partie nie narzekające na nadmiar osobowości politycznych, aby skutecznie rywalizować z konkurencją? Czy sygnalizowane problemy rzucają jakieś światło na skuteczność prasy — czy częstość pisania o politykach ma wpływ na ich późniejsze sukcesy wyborcze? I w końcu: Czym prasa różni się od innych mediów pod względem przedstawiania polityków?

3. Bohaterowie kampanii wyborczej w polskiej prasie: dobór materiału

Dobłą okazją do poszukania odpowiedzi na powyższe pytania stała się analiza prasowej kampanii wyborczej, przeprowadzana w Ośrodku Badań Pra-

soznawczych przez Ignacego S. Fiuta, Pawła Płanetę i autora niniejszego artykułu. Do analizy wybrano wszystkie dzienniki o zasięgu ogólnokrajowym, które ukazywały się we wrześniu 1993 roku. Były to: *Gazeta Wyborcza*, *Życie Warszawy*, *Kurier Polski*, *Rzeczpospolita*, *Trybuna*, *Słowo-Dziennik Katolicki*, *Sztandar Młodych*, *Super Express*, *Express Wieczorny*, *Gromada Rolnik Polski*, *Gazeta Rolnicza*, *Nowa Europa*, *Polska Zbrojna*, *Nowa Gazeta*¹. Badaniami objęto wszystkie wydania dzienników w okresie 1-17 września 1993 r., a więc dwu ostatnich tygodni przed wyborami. Wyselekcjonowano wszystkie publikacje, które dotyczyły wyborów, z wyjątkiem tych, które mówiły tylko o sprawach państwowych mimo pojawiających się w nich nazwisk znanych polityków. Uzyskano w ten sposób 1628 publikacji wyborczych (w tym 254 „ogólne” tj. traktujące nie o poszczególnych komitetach wyborczych, lecz o wyborach jako takich).

Z tych 1628 wypowiedzi wynotowałem nazwiska wszystkich polityków, które wystąpiły w kontekście wyborów — zarówno w publikacjach ogólnych, jak i w publikacjach komitetów wyborczych. Najczęściej jednak były to osoby przedstawiane jako kandydaci poszczególnych partii do parlamentu, jako „rzecznicy” czy przedstawiciele danych partii oraz jako osoby symbolizujące określone programy reform, zjawiska polityczne i odłamy polskiej sceny politycznej.

Otrzymałem w sumie 763 nazwiska, włączając Lecha Wałęsę i Hannę Suchocką w tych publikacjach, w których wystąpili oni w kontekście partyjnym (BBWR-u i UD) lub ogólnowyborczym a nie państwowym.

4. Lista stu najpopularniejszych polityków aktorów kampanii wyborczej

Podczas sporządzania „listy stu” kierowałem się zasadą uwzględnienia nazwisk wszystkich polityków, o których pisano w prasie w czasie kampanii wyborczej. Tak sporządzona lista okazała się jednak niespójna, ponieważ oprócz osób zaangażowanych w wyborach po stronie konkretnych komitetów partyjnych (co zazwyczaj jasno wynikało z kontekstu wypowiedzi), znalazły się na niej także osoby, które — choć wtedy popularne — same nie angażowały się w walkę wyborczą, oraz takie, o których, z racji ich stanowiska państwowego, musiano w kontekście wyborów pisać. Chcąc ograniczyć listę do polityków biorących aktywny udział w grze wyborczej po stronie konkretnych partii politycznych, zdecydowałem się wyłączyć z niej następujące osoby: Leszka Balcerowicza (o którym pisano 18 razy), Andrzeja Zolla (16 razy), Lecha Falandysza (12 razy), Adama Michnika (11 razy), Wojciecha Jaruzelskiego (7 razy), Krzysztofa Skubiszewskiego (7 razy) oraz pułkownika Kuklińskiego, biskupa Józefa Życińskiego i... fikcyjnego „towarzysza Szmaciaka”. Ponadto, na liście nie znaleźli się Lech Kaczyński i Janusz Lewandowski, którzy swoje wysokie notowania (odpowiednio 67 i 48 publikacji) zawdzięczali tylko jednemu wydarzeniu: procesowi sądowemu, w którym Lech Kaczyński oskarżał

¹ *Nowa Gazeta* wkrótce po wyborach przestała się ukazywać.

ówczesnego ministra przekształceń własnościowych o niegospodarność, błędy i mamotrawstwo.

Muszę przyznać, że pewne trudności sprawiło mi liczenie publikacji, w których politycy zajmujący wysokie stanowiska państwowe reprezentowali jednocześnie interesy partii politycznych. Często zdarzało się tak, że wypowiedzi o działalności państwowej tych osób zawierały akcenty propagandy wyborczej; zdarzało się też, że materiały „czysto państwowe” miały kontekst wyborczy. W takich wypadkach, kiedy wyodrębnienie stricte wyborczej wymowy publikacji sprawiało trudności, decydowałem się nie liczyć danej wypowiedzi na temat polityka. Być może z tych względów notowania Jana Marii Rokity, Henryka Goryszewskiego, Jacka Kuronia, Janusza Onyszkiewicza, Jana Piątkowskiego, Tadeusza Syryjczyka i Jerzego Osiatyńskiego są lekko zaniżone.

Zdecydowałem się także, po analizie materiału, na wyłączenie przed „listę stu” pani premier Hanny Suchockiej oraz prezydenta Lecha Wałęsy. Oboje polityków starało się oddzielać działalność państwową od kampanii wyborczej, ale w prasie czasami jest to naprawdę trudne do rozróżnienia, a ponadto zdecydowaną większość publikacji zawierających ich nazwiska stanowią publikacje „ogólne”.

Lista stu najpopularniejszych polityków w czasie kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu (krzyżykami przed nazwiskami oznaczono osoby, które weszły do parlamentu, w nawiasach — przynależność partyjną, z boku liczbę wystąpień):

+ Hanna Suchocka (UD) 132	22. + Jan Maria Rokita (UD)	30
Lech Wałęsa 126	23. + Krzysztof Król (KPN)	29
	24. + Józef Oleksy (SLD)	29
	25. Jacek Szymanderski (BBWR)	29
1. + Aleksander Kwaśniewski (SLD)	26. Stanisław Tymiński (Partia „X”)	28
2. Jan Olszewski (KdR)	27. Gabriel Janowski (PSLPL)	26
3. Wiesław Chrzanowski („Ojczyzna”)	28. + Leszek Miller (SLD)	26
4. Andrzej Lepper („Samoobrona”)	29. Henryk Goryszewski („Ojczyzna”)	25
5. + Jan Lityński (UD)	30. + Jacek Kuroń (UD)	25
6. + Tadeusz Mazowiecki (UD)	31. Kazimierz M. Ujazdowski („Ojcz.”)	24
7. Jarosław Kaczyński (PCZP)	32. + Aleksander Małachowski (UP)	21
8. + Waldemar Pawlak (PSL)	33. + Zbigniew Bujak (UP)	20
9. + Bronisław Geremek (UD)	34. + Władysław Frasyniuk (UD)	17
10. Jan Krzysztof Bielecki (KLD)	35. Adam Głapiński (PCZP)	17
11. Antoni Macierewicz (KdR)	36. Jacek Kozłowski (KLD)	17
12. Andrzej Olechowski (BBWR)	37. Teresa Liszcz (PCZP)	17
13. Marian Krzaklewski („Solidarność”)	38. Andrzej Kern (PC)	16
14. + Ryszard Bugaj (UP)	39. Jerzy Kropiwnicki („Ojczyzna”)	16
15. Jacek Kurski (PCZP)	40. Stefan Niesiołowski („Ojczyzna”)	16
16. + Leszek Moczulski (KPN)	41. Michał Boni (KLD)	14
17. + Włodzimierz Cimoszewicz (SLD)	42. Marek Jurek („Ojczyzna”)	14
18. Donald Tusk (KLD)	43. Jan Piątkowski („Ojczyzna”)	14
19. Jan Parys (PCZP)	44. + Zbigniew Siemiątkowski (SLD)	14
20. Aleksander Hall (KKW „Ojczyzna”)	45. Janusz Szewczak („Solidarność”)	14
21. Janusz Korwin-Mikke (UPR)	46. + Janusz Onyszkiewicz (UD)	13

47. + Ewa Sychalska (SLD)	13	74. Marek Kotlarski („Ojczyzna”)	7
48. Romuald Szeremietiew (KdR)	13	75. + Henryk Kroll (Mniejszość Niem.)	7
49. + Andrzej Celiński (UD)	12	76. + Zofia Kuratowska (UD)	7
50. + Wiesława Ziółkowska (UP)	12	77. Jan Łopuszański („Ojczyzna”)	7
51. Jacek Merkel (KLD)	11	78. Wiktor Mikusiński (BBWR)	7
52. Alojzy Pietrzyk („Solidarność”)	11	79. + Ryszard Setnik (UD)	7
53. + Bogdan Borusewicz (UD)	10	80. Andrzej Smirnow („Solidarność”)	7
54. Stanisław Michalkiewicz (UPR)	10	81. Bolestaw Tejkowski (SN)	7
55. + Jan Rulewski (UD)	10	82. + Kazimierz Dejmek (PSL)	6
56. Józef Ślisz (PSL-PL)	10	83. Roman Giertych (SN)	6
57. Paweł Łączkowski („Ojczyzna”)	9	84. Waldemar Kuczyński (UD)	6
58. + Andrzej Potocki (UD)	9	85. Jan Kulas („Solidarność”)	6
59. + Izabella Sierakowska (SLD)	9	86. + Barbara Labuda (UD)	6
60. Janusz Byliński (BBWR)	8	87. Krzysztof Piesiewicz („Solidarność”)	6
61. + Romuald Jankowski (PSL)	8	88. Danuta Piontek (BBWR)	6
62. Ryszard Jastrzębski (PSL)	8	89. + Tadeusz Syryjczyk (UD)	6
63. + Aleksander Łuczak (PSL)	8	90. + Jerzy Szmajdziński (SLD)	6
64. + Andrzej Micewski (PSL)	8	91. + Danuta Waniek (SLD)	6
65. Karol Modzelewski (UP)	8	92. + Andrzej Wielowieyski (UD)	6
66. + Jerzy Osiatyński (UD)	8	93. Zbigniew Wrzodak („Solidarność”)	6
67. Marcin Przybyłowicz (BBWR)	8	94. + Henryk Wujec (UD)	6
68. Zbigniew Romaszewski („Solidarność”)	8	95. + Józef Zych (PSL)	6
69. + Czesław Cieślak (PSL)	7	96. + Przemysław Cichosz (PSL)	5
70. Maciej Dobrzyński (PCZP)	7	97. Ryszard Czarnecki („Ojczyzna”)	5
71. Mariusz Dzierżawski (UPR)	7	98. Stefan Gomowski (BBWR)	5
72. + Piotr Ikonowicz (SLD)	7	99. + Jerzy Jaskiernia (SLD)	5
73. Michał Kamiński („Ojczyzna”)	7	100. + Wiesław Kaczmarek (SLD)	5

W pełni zrozumiałe jest to, że listę otwierają Hanna Suchocka i Lech Wałęsa. Nie dziwią także wysokie lokaty: „człowieka roku 1993” Aleksandra Kwaśniewskiego, Tadeusza Mazowieckiego, Waldemara Pawłaka, Ryszarda Bugaja i przywódców innych ugrupowań politycznych, które starty się ze sobą w kampanii wyborczej. Zastanawiać mogą natomiast tak wysokie pozycje Jana Olszewskiego, Wiesława Chrzanowskiego czy Andrzeja Leppera — polityków akcentujących brak dostępu do prasy. Szkoda, że w niniejszych badaniach nie zdołano uwzględnić ocen, jakimi autorzy publikacji obdarzali polityków; być może pozwoliłyby one zrozumieć taki a nie inny układ nazwisk na liście. Wysokie pozycje Jana Lityńskiego i Jacka Kurskiego można wytłumaczyć sporem, jaki wynikł między politykiem Unii Demokratycznej a twórcą telewizyjnej kampanii wyborczej Porozumienia Centrum. Spór ten, zakończony głośnym procesem, był obszernie omawiany w niemal wszystkich dziennikach.

Nazwiska, wypełniające listę, tworzą panoramę osobistości polskiej sceny politycznej w przededniu wrześniowych wyborów. Ich skład i wyraźnie zaznaczona hierarchia stwarzają okazję do postawienia pytania: Czym różni się lista najpopularniejszych polityków w czasie kampanii wyborczej (w prasie) od listy najpopularniejszych polityków przed kampanią? To pytanie prowokuje do zadania następnego: Czy wrześniowa kampania wyborcza utrwaliła, zdekomponowała czy też może całkiem zmieniła dotychczasową hierarchię popularności w świecie polityków?

Porównanie pierwszej ćwiartki „listy stu” z pierwszą dwudziestką rankingu Pentoru w maju 1993 r.² pokazuje, że w połowie maja, cztery miesiące przed wyborami, hierarchia zaufania i poparcia do polityków, z pewnymi wyjątkami, była inna³. Najpopularniejsi byli politycy z rządu i Unii Demokratycznej (w kolejności): Jacek Kuroń, Krzysztof Skubiszewski, Hanna Suchocka i Tadeusz Mazowiecki. Przewodniczący SDRP zajmował trzynastą lokatę, a Waldemar Pawlak, chociaż na piątym miejscu, odnotował jednopunktowy spadek popularności. Oprócz Mariana Krzaklewskiego i wzmiankowanego prezesa PSL-u w pierwszej dziesiątce listy Pentoru nie było nikogo z antyrządowej opozycji. Z drugiej strony, r ó ż n i c e popularności w porównaniu z poprzednimi notowaniami, zwłaszcza w odniesieniu do pnących się w górę Kwaśniewskiego, Cimoszewicza, Olszewskiego oraz do spadających Kuronia, Mazowieckiego i Skubiszewskiego, w pewnym sensie zapowiadały mające nastąpić w wyniku kampanii wyborczej zmiany. Negatywny charakter tej kampanii oraz jej antyrządowy, zaostrzający się w miarę upływu czasu przebieg z pewnością wpłynęły na zmianę czołówki popularności polityków, w której pojawili się przedstawiciele partii prawicowych.

Zestawienie „listy stu” z wynikami następnych, powyborczych rankingów polityków przeprowadzonych przez Pentor w październiku i grudniu 1993 r. pokazuje, że kampania przedwyborcza rozpoczęła głęboką dekompozycję istniejącej wcześniej hierarchii popularności polityków. W wyniku wyborów, a głównie w wyniku zmiany składu osobowego najważniejszych instytucji władzy państwowej, ukształtowała się nowa hierarchia, nowa czołówka najpopularniejszych w kraju osób. W październiku 1993 r., niespełna miesiąc po wyborach, Waldemar Pawlak był już na pierwszym miejscu listy popularności i utrzymał swoją pozycję w grudniu. Podobnie duży przyrost notowań po wyborach odnotowali: Kwaśniewski, Cimoszewicz, Bugaj, Olechowski i Oleksy. Spadła liczba głosów oddanych na Mazowieckiego, Suchocką i Skubiszewskiego.

5. Bohaterowie kampanii wyborczej w prasie: jednostki a partie polityczne

Pełniejsza odpowiedź na pytanie o mechanizmy zmian popularności w okresie kampanii wyborczej wymaga odniesienia się do poziomu całych partii politycznych. W takiej sytuacji należy postawić następujące pytanie: czy istotnym czynnikiem popularności pojedynczych polityków w czasie kampanii wyborczej są zmiany popularności całych partii politycznych? Innymi słowy: czy

² Chodzi o ranking polityków Instytutu Badania Opinii i Rynku „Pentor”. *Wprost* nr 24 z 13 VI 1993 s. 18-20. Zob. także wyniki dwu następnych rankingów (z października i grudnia 1993): *Wprost* nr 42 z 17 X 1993 s. 19-21 oraz *Wprost* nr 1 z 2 I 1993 s. 18-20.

³ Pierwsza dwudziestka w maju 1993 r. przedstawiała się następująco: 1. Jacek Kuroń (62), 2. Krzysztof Skubiszewski (55), 3. Hanna Suchocka (55), 4. Tadeusz Mazowiecki (45), 5. Waldemar Pawlak (44), 6. Adam Michnik (39), 7. Jan Krzysztof Bielecki (38), 8. Tadeusz Zieliński (35), 9. Bronisław Geremek (34), 10. Marian Krzaklewski (34), 11. Leszek Bałcerowicz (33), 12. Włodzimierz Cimoszewicz (30), 13. Aleksander Kwaśniewski (28), 14. Leszek Moczulski (26), 15. Zbigniew Bujak (25), 16. Jan Olszewski (24), 17. Andrzej Olechowski (24), 18. Lech Wałęsa (24), 19. Ryszard Bugaj (21), 20. Donald Tusk (19).

zmiany hierarchii popularności polityków odpowiadają zmianom popularności partii politycznych?

Ranking partii politycznych oparty na „liście stu” przedstawia się następująco (pierwsza z dwu liczb w nawiasach oznacza liczbę osób, które z ramienia danej partii znalazły się na „liście stu”; drugą liczbę stanowi suma wypowiedzi na temat tych osób):

1. UD	(20; 350)	6. KLD	(5; 130)	11. KPN	(2; 69)
2. KKW „Ojczyzna”	(13; 244)	7. BBWR	(7; 112)	12. „Samoobr.”	(1; 64)
3. SLD	(12; 234)	8. PSL	(9; 111)	13. UPR	(3; 48)
4. PC-ZP	(7; 189)	9. UP	(5; 107)	14. PSL-PL	(2; 36)
5. KdR	(3; 136)	10. NSZZ „S”	(8; 106)	15. Partia „X”	(1; 28)

Gdyby do liczby notowań Unii Demokratycznej dodać jeszcze sumę wypowiedzi z Hanną Suchocką (wyłączoną przed listę) zwycięstwo tej partii byłoby przytłaczające. O Unii Demokratycznej pisano najwięcej, największa jest także liczba polityków reprezentujących tę partię. Dla porównania, na „liście stu” znalazło się dwukrotnie mniej polityków Sojuszu Lewicy Demokratycznej, ponad dwukrotnie mniej osób związanych ze wszystkimi pozostałymi partiami, z wyjątkiem Krajowego Komitetu Wyborczego „Ojczyzna”, którego druga pozycja (zarówno pod względem liczby polityków, jak i sumy wypowiedzi) musi dziwić. W rankingu poparcia i zaufania do partii, przeprowadzonym cztery miesiące przed wyborami przez Pentor, ZChN zajmuje ostatnie, dziesiąte miejsce⁴. Miesiąc po wyborach, w październiku, „Ojczyzna” spadła na dwunastą pozycję, by zająć wtedy nieco wyższą lokatę jedynie od Koalicji dla Rzeczypospolitej, Polskiego Stronnictwa Ludowego — Porozumienia Ludowego i Partii „X”. Wydaje się, że być może na wysokie notowania „Ojczyzny” (tu: na d u ż ą liczbę wypowiedzi o w i e l u politykach) wywarł wpływ koalicyjny charakter tego ugrupowania, mającego wszakże, nie licząc honorowego przywódcy Wiesława Chrzanowskiego, wielu liderów. Z pewnością także nie bez znaczenia było tutaj wiele innych czynników, jak choćby względy natury ideologicznej czy styl kampanii wyborczej, ale tymi aspektami powszechnego zainteresowania „Ojczyzną” w czasie kampanii nie chcę się zajmować. Jak sądzę, w próbie znalezienia odpowiedzi na pytanie o możliwe przyczyny wysokich notowań „Ojczyzny” pomoże analiza struktury zbiorowości przywódców partii na podstawie różnic w liczbie wypowiedzi im poświęconym, którą przeprowadzam w dalszej części artykułu.

Porównanie list partii politycznych obdarzonych największym zaufaniem przed wyborami i po wyborach⁵ z przedstawionym ich rankingiem z okresu

⁴ Zob. *Wprost* nr 24 z 13 VI 1993 s. 19.

⁵ Partiami mającymi największe zaufanie i poparcie w maju 1993 r. były w kolejności: UD (30), PSL (17), „Solidarność” (14), SDRP (12), KPN (8), KLD (5), PL (3), RdR (3), SLCh (2), ZChN (1); w październiku (w nawiasach zwykłych procent odpowiedzi pozytywnych w rankingu, w nawiasach kwadratowych poparcie uzyskane w wyborach): 1. SLD (23) /20,41/; 2. PSL (23) /15,4/; 3. UD (13) /10,59/; 4. UP (8) /7,28/; 5. KLD (5) /3,99/; 6. BBWR (5) /5,41/; 7. „Solidarność” (4) /4,9/; 8. KPN (4) /5,77/; 9. PL (4) /2,37/; 10. UPR (3) /3,18/; 11. PC (3) /4,42/; 12. KKW „Ojcz.” (2) /6,37/; 13. KdR (1) /2,7/; 14. SL (1) /2,78/; 15. Partia „X” (1) /2,74/. Dane pochodzą z cytowanych już publikacji we *Wprost* nr 24 i 42 z 1993 r.

kampanii (gdzie partie traktuję jako „sumę polityków”) zwraca uwagę na dwa zjawiska. Po pierwsze, co wydaje się oczywiste, niektóre ugrupowania w czasie kampanii i wyborów wyraźnie straciły popularność — głównie: NSZZ „Solidarność”, KPN i PSL — PL. Inne natomiast wyraźnie zyskały: KKW „Ojczyzna”, PC-ZP, KdR, „nowy” BBWR. Straciło także PSL, ale jako jedyna partia z wymienionych zaraz po wyborach odbudowało wysoką pozycję (w październiku zajmuje drugie miejsce, a w grudniu 1993 r. już pierwsze). Na pierwszy rzut oka można sądzić, że traciły popularność partie prowadzące w powszechnej opinii nudną, słabą kampanię, a nabrały rozgłosu partie prawicowe, które prowadziły kampanię ostrą, demagogiczną.

Z drugiej strony są partie, które utrzymały swoją pozycję. Są to przeważnie partie duże, mające w swoich szeregach wielu polityków, o których dużo się pisało w czasie kampanii: UD i SLD.

Na ogół zaufanie deklarowane do całych partii politycznych idzie w parze z popularnością pojedynczych polityków. Tak było w czasie kampanii, kiedy wzrósł sympatii do KKW „Ojczyzna”, PCZP, KdR i BBWR towarzyszył wzrost popularności Chrzanowskiego, J. Kaczyńskiego, Olszewskiego i Olechowskiego; tak było i po wyborach; zwracają uwagę analogiczne zmiany notowań SLD i Kwaśniewskiego, PSL i Pawłaka czy też partii prawicowych i ich liderów. Opisywana zbieżność nie kończy się jednak na tak prostej zależności: analizowany materiał daje podstawy do stwierdzenia, że pojedynczy politycy są znacznie bardziej wrażliwi na wahania popularności, szybciej na nie reagują. Jest to szczególnie widoczne, kiedy partia ma jednego wyraźnego przywódcę, oraz w przypadkach, kiedy zaufanie do całej partii utrzymuje się na tym samym poziomie (np. UD przed wyborami i w czasie kampanii wyborczej), a popularność przywódcy w sposób widoczny rośnie lub spada.

6. Przegrani i zwycięzcy

Ostatecznym sprawdzianem skuteczności polityka jest sukces wyborczy, a potwierdzeniem siły partii, zgodnie z przyjętymi przeze mnie na początku założeniami, może być liczba osób, które wybory wygrały. Odwrotnie, oznaką słabości ugrupowania będzie niewprowadzenie swoich kandydatów do parlamentu.

Z „listy stu” do Sejmu i Senatu weszło 44 polityków. Pozostałych 46 tworzy „listę przegranych”, którą widać wyraźnie na „liście stu” (osoby bez krzyżyków).

Gdyby natomiast ze zwycięskich partii, którym udało się w wyborach pokonać barierę 5%, wybrać polityków nieskutecznych (to znaczy te osoby, którym nie udało się zdobyć mandatu pomimo przynależności do zwycięskiej partii), to otrzymalibyśmy listę, którą roboczo nazywam „listą przegranych wśród zwycięzców”. Przedstawia się ona następująco:

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1. Janusz Byliński (BBWR) | 6. Karol Modzelewski (UP) |
| 2. Stefan Gomowski (BBWR) | 7. Andrzej Olechowski (BBWR) |
| 3. Ryszard Jastrzębski (PSL) | 8. Danuta Piontek (BBWR) |
| 4. Waldemar Kuczyński (UD) | 9. Marcin Przybyłowicz (BBWR) |
| 5. Wiktor Mikusiński (BBWR) | 10. Jacek Szymanderski (BBWR) |

Spośród wymienionych dziesięciu osób aż siedem to kandydaci Bezpartyjnego Bloku Wspierania Reform. Wynika z tego, że ta młoda partia działała zdecydowanie zbyt krótko na scenie politycznej, by jej kandydaci stali się popularni i mogli odnieść sukces.

Znacznie ciekawiej wygląda „lista zwycięzców”:

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. H. Suchocka (UD) | 24. J. Rulewski (UD) |
| 2. A. Kwaśniewski (SLD) | 25. A. Potocki (UD) |
| 3. J. Lityński (UD) | 26. I. Sierakowska (SLD) |
| 4. T. Mazowiecki (UD) | 27. R. Jankowski (PSL) |
| 5. W. Pawlak (PSL) | 28. A. Łuczak (PSL) |
| 6. B. Geremek (UD) | 29. A. Micewski (PSL) |
| 7. R. Bugaj (UP) | 30. J. Osiatyński (UD) |
| 8. L. Moczulski (KPN) | 31. C. Cieślak (PSL) |
| 9. W. Cimoszewicz (SLD) | 32. P. Ikonowicz (SLD) |
| 10. J. M. Rokita (UD) | 33. H. Kroll (MN) |
| 11. K. Król (KPN) | 34. Z. Kuratowska (UD) |
| 12. J. Oleksy (SLD) | 35. R. Setnik (UD) |
| 13. L. Miller (SLD) | 36. K. Dejmek (PSL) |
| 14. J. Kuroń (UD) | 37. B. Labuda (SLD) |
| 15. A. Małachowski (UP) | 38. T. Syryjczyk (UD) |
| 16. Z. Bujak (UP) | 39. J. Szmajdziński (SLD) |
| 17. W. Frasyniuk (UD) | 40. D. Waniek (SLD) |
| 18. Z. Siemiątkowski (SLD) | 41. A. Wielowieyski (UD) |
| 19. J. Onyszkiewicz (UD) | 42. H. Wujec (UD) |
| 20. E. Spychalska (SLD) | 43. J. Zych (PSL) |
| 21. A. Celiński (UD) | 44. P. Cichosz (PSL) |
| 22. W. Ziółkowska (UP) | 45. J. Jaskiernia (SLD) |
| 23. B. Borusewicz (UD) | 46. W. Kaczmarek (SLD) |

„Lista zwycięzców” grupuje tych wszystkich polityków z „listy stu”, którzy dostali się do parlamentu. Są na niej wszyscy kandydaci Sojuszu Lewicy Demokratycznej z „listy stu”, są wszyscy kandydaci Konfederacji Polski Niepodległej z „listy stu” (choć tylko w liczbie dwóch) i prawie wszyscy kandydaci Unii Demokratycznej, Unii Pracy i Polskiego Stronnictwa Ludowego.

Można zatem powiedzieć, że najwięcej pisano w kampanii wyborczej o politykach następujących ugrupowań: UD, SLD, PSL, UP, KPN. Gdyby Unię Demokratyczną przesunąć na trzecie miejsce, to otrzymalibyśmy dokładny obraz powyborczej panoramy Sejmu. Nadmiar publikacji o politykach Unii można najprościej wytłumaczyć dwiema przyczynami: ścisłym związkiem z rządem, co automatycznie zwiększało zainteresowanie mediów w gorącym okresie kampanii wyborczej, oraz największą liczbą osobowości politycznych.

Pora zadać pytanie o skuteczność kampanii wyborczej w prasie. Najprościej byłoby można znaleźć na nie odpowiedź, porównując hierarchię polityków na

„Iście stu” — z rzeczywistymi wynikami wyborów. Niestety, pełne dane na temat liczby głosów oddanych na kandydatów wszystkich partii są niedostępne (!)⁶. Ponieważ wyłącznie znane są wyniki głosowania na zwycięzców wrześniowych wyborów, można z nimi porównać tylko wycinek „listy stu” — przedstawioną wyżej „listę zwycięzców”.

Wybory odbywały się w niejednakowych liczebnie okręgach. Z tego względu uznałem, że najbardziej miarodajne będzie posługiwanie się nie bezwzględną liczbą głosów oddanych na kandydata, lecz procentem głosów zdobytych przez kandydata w odniesieniu do ogółu głosów ważnych w danym okręgu. Listę, którą przedstawiam poniżej, obejmuje wszystkich 46 polityków z „listy zwycięzców” w kolejności od największego do najmniejszego poparcia, udzielonego im przez wyborców w głosowaniu. W nawiasach, po prawej stronie, zaznaczam różnicę rang na obu listach. Skrót „L.K.” oznacza, że dana osoba dostała się do parlamentu z listy krajowej; „B.D.” to brak danych (partie, które w danym okręgu nie zdobyły ani jednego mandatu, były także pomijane w statystykach wyborczych):

1. Waldemar Pawlak	40.60 %	(+ 4)
2. Zofia Kuratowska (SENAT)	33.11 %	(+ 32)
3. Romuald Jankowski (SENAT)	23.85 %	(+ 24)
4. Włodzimierz Cimoszewicz	20.34 %	(+ 5)
5. Hanna Suchocka	20.15 %	(- 4)
6. Aleksander Kwaśniewski	18.69 %	(- 4)
7. Leszek Miller	18.41 %	(+ 6)
8. Izabella Sierakowska	15.43 %	(+ 18)
9. Wiesława Ziółkowska	11.78 %	(+ 11)
10. Jerzy Szmajdziński	11.75 %	(+ 29)
11. Józef Oleksy	11.68 %	(+ 1)
12. Ryszard Bugaj	10.91 %	(- 5)
13. Leszek Moczulski	10.47 %	(- 5)
14. Jerzy Jaskiernia	10.08 %	(+ 31)
15. Jan Rokita	9.89 %	(- 5)
16. Józef Zych	9.89 %	(+ 27)
17. Ewa Spychalska	9.83 %	(+ 3)
18. Henryk Kroll	9.42 %	(+ 15)
19. Barbara Labuda	7.49 %	(+ 18)
20. Jan Rulewski	7.28 %	(+ 4)
21. Zbigniew Siemiątkowski	7.25 %	(- 3)
22. Bronisław Geremek	7.20 %	(- 16)
23. Aleksander Łuczak	6.26 %	(+ 5)
24. Zbigniew Bujak	6.25 %	(- 8)
25. Jacek Kuroń	6.22 %	(- 11)
26. Andrzej Potocki	5.57 %	(- 1)
27. Władysław Frasyniuk	4.52 %	(- 10)
28. Aleksander Małachowski	4.34 %	(- 13)
29. Bogdan Borusewicz	3.98 %	(- 6)
30. Jan Lityński	3.81 %	(- 27)

⁶Na szczeblu ogólnopolskim zostały opublikowane wyłącznie dokładne dane na temat polityków tych partii, które wygrały wybory. Zob. *Monitor Polski*. Dziennik Urzędowy Rzeczypospolitej Polskiej nr 50 z 4 X 1993 r., *passim*.

31. Ryszard Setnik	3.73 %	(+ 4)
32. Czesław Cieślak (L.K.)	3.63 %	(- 1)
33. Jerzy Osiatyński	3.11 %	(- 3)
34. Krzysztof Król	2.89 %	(- 23)
35. Tadeusz Mazowiecki	1.93 %	(- 31)
36. Przemysław Cichosz (L.K.)	1.86 %	(+ 8)
37. Andrzej Wielowieyski	1.79 %	(+ 4)
38. Wiesław Kaczmarek (L.K.)	1.50 %	(+ 8)
39. Tadeusz Syryjczyk	1.22 %	(- 1)
40. Piotr Ikonowicz	0.75 %	(- 8)
41. Danuta Waniek	0.60 %	(-1)
42. Andrzej Celiński (L.K.)	B.D.	(- 21)
43. Kazimierz Dejmek (L.K.)	B.D.	(- 6)
44. Andrzej Micewski (L.K.)	B.D.	(- 15)
45. Janusz Onyszkiewicz (L.K.)	B.D.	(- 26)
46. Henryk Wujec (L.K.)	B.D.	(- 4)

Różnice rang na obu listach, zsumowane osobno dla każdej partii, pokazują współzależność między popularnością ugrupowań w prasie w czasie kampanii a rzeczywistym poparciem otrzymanym w wyborach. Okazuje się, że Sojusz Lewicy Demokratycznej i Polskie Stronnictwo Ludowe wypadły znacznie lepiej w wyborach niż można by sądzić na podstawie liczby publikacji prasowych o ich liderach. Konfederacja Polski Niepodległej i Unia Demokratyczna, odwrotnie, okazały się partiami, o których pisano w prasie niewspółmiernie więcej, aniżeli wynikałoby z poparcia udzielonego im później w wyborach. Oto łączne notowania dla czterech głównych ugrupowań (im bardziej dodatnia liczba, tym korzystniejsza proporcja między wynikami w wyborach a zainteresowaniem prasy w kampanii wyborczej):

Łącznie politycy SLD:	+ 96
Łącznie politycy PSL:	+ 46
Łącznie politycy KPN:	- 28
Łącznie politycy UD:	- 132

Współczynnik korelacji rangowej między obiema listami jest dodatni i wynosi 0,41. Porównanie miejsc, jakie zajmują politycy na obu listach, pozwala na wyodrębnienie paru grup polityków.

Po pierwsze, rzucają się w oczy ci, którzy w czasie kampanii wyborczej „mieli słabą prasę” (w sensie ilościowym), ale wbrew temu odnieśli duży sukces wyborczy. Jeśli pominąć dwie osoby, które kandydowały do Senatu (inne procedury obliczania głosów oraz inne liczebności okręgów wykluczają porównywanie), to przy przyjęciu dolnej granicy 10 punktów różnicy, czołówkę skutecznych polityków „niedocenianych” przez prasę otwierają: Jerzy Jaskiernia, Jerzy Szmajdziński i Józef Zych. Dalej w kolejności są: Barbara Labuda (!), Izabella Sierakowska, Wiesława Ziółkowska i Henryk Kroll.

Drugą grupę polityków tworzą osoby częściej obecne w prasie niż można by sądzić na podstawie wyników wyborów. Są to (również przy przyjęciu dolnej granicy 10 punktów różnicy): Tadeusz Mazowiecki, Jan Lityński, Janusz Onyszkiewicz, Andrzej Celiński oraz Krzysztof Król, Władysław Frasyniuk, Ale-

ksander Małachowski, Jacek Kuroń i Andrzej Micewski. Unia Demokratyczna, co zresztą znakomicie potwierdzają łączne notowania jej polityków, miała „najlepszą prasę” (albo straciła najwięcej poparcia w wyborach).

Ostatnią grupę polityków cechuje podobieństwo notowań na obu listach. Wskazuje ono na dużą stabilność tych osób na scenie politycznej. Następujący politycy byli równie popularni, jak skuteczni (przyjęto granicę 4 punktów różnicy): Waldemar Pawlak, Hanna Suchocka, Aleksander Kwaśniewski, Józef Oleksy, Ewa Spychalska, Jan Rulewski, Zbigniew Siemiątkowski, Andrzej Potocki, Ryszard Setnik, Czesław Cieślak, Jerzy Osiatyński, Andrzej Wielowieyski, Tadeusz Syryjczyk, Danuta Waniek i Henryk Wujec. W tej grupie w szczególności zasługują na uwagę liderzy ugrupowań politycznych, którzy nie tylko zajmują podobne pozycje na obu listach, ale także mieszczą się w czołówkach obu list.

Odtwarzanie skomplikowanych czynników skuteczności (siły) pojedynczych polityków czy też całych partii politycznych na podstawie bohaterów kampanii wyborczej prowadzi nieuchronnie do pytań, które stawiałem na początku: czy skuteczność partii politycznych jest prostą pochodną liczby osobowości danej partii, czy też istnieją inne, ważniejsze mechanizmy wpływające na popularność? Jak przedstawiają się hierarchie popularności polityków w poszczególnych partiach?

7. Bohaterowie poszczególnych komitetów wyborczych: hierarchie ważności

Siłą niektórych partii jest bez wątpienia obfitość polityków-osobowości, którzy daną partię reprezentują w mediach. Zasada „im więcej tym lepiej” wydaje się funkcjonować całkiem skutecznie (UD, SLD, „Ojczyzna”), chociaż, z drugiej strony, niektóre partie wyraźnie z niej rezygnują; mając w swoich szeregach wiele znanych publicznie osób, w czasie kampanii wyborczej prezentują głównie jedną (lub nie zabiegają o zmianę takiego stanu rzeczy).

Świat partii przedstawionych w prasie jest mocno zhierarchizowany. Być może, liczba wystąpień każdego z polityków danej partii w kampanii wyborczej odpowiada rzeczywistej hierarchii ważności w strukturze jego ugrupowania. Zebrany materiał nie pozwala na wyciąganie tak daleko idących wniosków, ale sam w sobie jest bardzo ciekawy, ponieważ pokazuje wiele możliwych struktur popularności.

Listy „ulubionych polityków” poszczególnych komitetów wyborczych w prasowej kampanii wyborczej przedstawiają się następująco (w nawiasach liczba wypowiedzi, w których dany polityk wystąpił):

1. PC-ZP: Jarosław Kaczyński (56); Jacek Kurski (40); Jan Parys (36); Adam Głapiński (17); Teresa Liszcz (17); Andrzej Kern (16); Maciej Dobrzyński (7).

2. KKW „Ojczyzna”: Wiesław Chrzanowski (68); Aleksander Hall (32); Henryk Goryszewski (25); Kazimierz M. Ujazdowski (24); Jerzy Kropiwnicki (16), Stefan Niesiołowski (16), Marek Jurek (14), Jan Piątkowski (14), Paweł Łączkowski (9), Michał Kamiński (7), Marek Kotlarski (7), Jan Łopuszański (7), Ryszard Czarniecki (5).

3. PSL-PL: Gabriel Janowski (26), Józef Ślisz (10).

4. KPN: Leszek Moczulski (40), Krzysztof Król (29).

5. SLD: Aleksander Kwaśniewski (75), Włodzimierz Cimoszewicz (39), Józef Oleksy (29), Leszek Miller (26), Zbigniew Siemiątkowski (14), Ewa Szychalska (13), Izabella Sierakowska (9), Piotr Ikonowicz (7), Jerzy Szmajdziński (6), Danuta Waniek (6), Jerzy Jaskiernia (5), Wiesław Kaczmarek (5).

6. PSL: Waldemar Pawlak (55), Romuald Jankowski (8), Ryszard Jastrzębski (8), Aleksander Łuczak (8), Andrzej Micewski (8), Czesław Cieślak (7), Kazimierz Dejmek (6), Józef Zych (6), Przemysław Cichosz (5).

7. KLD: Jan Krzysztof Bielecki (50), Donald Tusk (38), Jacek Kozłowski (17), Michał Boni (14), Jacek Merkel (11).

8. NSZZ „Solidarność”: Marian Krzaklewski (48), Janusz Szewczak (14), Alojzy Pietrzyk (11), Zbigniew Romaszewski (8), Andrzej Smirnow (7), Jan Kulas (6), Krzysztof Piesiewicz (6), Zbigniew Wrzodak (6).

9. UD (nie licząc Hanny Suchockiej (132) i Jana Lityńskiego (61), którzy znaleźli się na początku listy z innych powodów): Tadeusz Mazowiecki (58), Bronisław Geremek (53), Jan Maria Rokita (30), Jacek Kuroń (25), Władysław Frasyniuk (17), Janusz Onyszkiewicz (13), Andrzej Celiński (12), Bogdan Borusewicz (10), Jan Rulewski (10), Andrzej Potocki (9), Jerzy Osiatyński (8), Zofia Kuratowska (7), Ryszard Setnik (7), Waldemar Kuczyński (6), Barbara Labuda (6), Tadeusz Syryjczyk (6), Andrzej Wielowieyski (6), Henryk Wujec (6).

10. BBWR: Andrzej Olechowski (49), Jacek Szymanderski (29), Janusz Byliński (8), Marcin Przybyłowicz (8), Wiktor Mikusiński (7), Danuta Piontek (6), Stefan Gomowski (5).

11. UP: Ryszard Bugaj (46), Aleksander Małachowski (21), Zbigniew Bujak (20), Wiesława Ziółkowska (12), Karol Modzelewski (8).

12. UPR: Janusz Korwin-Mikke (31), Stanisław Michalkiewicz (10), Mariusz Dzierżawski (7).

13. KdR: Jan Olszewski (74), Antoni Macierewicz (49), Romuald Szeremietiew (13).

14. Partia „X”: Stanisław Tymiński (28).

15. „Samoobrona”: Andrzej Lepper (64).

Powyższe zestawienie dowodzi, że prasowe wizerunki poszczególnych partii znacznie różniły się pod względem stopnia zhierarchizowania, jego poziomów, liczby liderów i struktury popularności. Rzucają się w oczy dwa podstawowe typy struktur: proste i złożone. Znamienne jest to, że w strukturze każdej partii występuje wyraźne, jednoosobowe przywództwo.

Charakterystyczna dla struktur prostych jest jedno- lub, co najwyżej, dwupoziomowość. Można wyszczególnić trzy typy takich struktur (kształt przedsta-

wionych poniżej struktur partii wynika głównie z różnic w liczbie wystąpień polityków w prasowej kampanii wyborczej; jeśli więcej osób miało identyczne lub podobne notowania, musiałem — dla większej czytelności ilustracji — rozproszyć nazwiska na rysunku):

1. Partie „jednoosobowe”, złożone z samotnego lidera to Partia „X” i „Samoobrona”.

2. Partie „dwuosobowe”, złożone z dwu liderów:

PSL-PL

30	
25	G. Janowski
20	
15	
10	
5	J. Ślisz
0	

KPN

40	L. Moczulski
35	
30	K. Król
20	
15	
10	
5	
0	

3. Partie „trzyosobowe”, mające wyraźnego lidera (struktura pionowa UPR) lub paru liderów (struktura rozproszona KdR):

UPR

40		
30	J. Korwin-Mikke	
20		
10	S. Michalkiewicz	M. Dzierżawski
0		

KdR

80	
70	J. Olszewski
60	
50	A. Macierewicz
40	
30	
20	
10	R. Szeremietiew
0	

4. Partie złożone z samotnego, zdecydowanie przewodzącego lidera i większej liczby „mas” czy „następców”:

PSL

60	W. Pawlak					
50						
40						
30						
20	R. Jankowski	C. Cieślak	R. Jastrzębski	K. Dejmek	A. Łuczak	A. Micewski
10	P. Cichosz	J. Zych				
0						

NSZZ „Solidarność”

50	M. Krzaklewski
45	
40	
35	
30	
25	
20	
15	J. Szewczak
10	A. Pietrzyk
5	Z. Romaszewski A. Smirnow J. Kulas K. Piesiewicz Z. Wrzodak
0	

Struktury złożone mają więcej niż dwa poziomy. Wszystkie przypominają choinkę, różniąc się liczbą polityków tworzących poziom pośredni między liderem a „masami”:

1. Partie mające w poziomie pośrednim tylko jednego polityka:

KLD

60	J. K. Bielecki
55	
50	
45	
40	D. Tusk
35	
30	
25	
20	
15	J. Kozłowski
10	M. Boni
5	J. Merkel
0	

BBWR

50	A. Olechowski
45	
40	
35	
30	J. Szymanderski
25	
20	
15	
10	J. Byliński M. Przybyłowicz W. Mikusiński
5	D. Piontek S. Gomowski
0	

2. Partie mające bardziej zagęszczony poziom pośredni:

Porozumienie Centrum — Zjednoczenie Polskie

60	J. Kaczyński
50	
40	J. Kurski J. Parys
30	
20	A. Glapiński T. Liszcz A. Kem
10	M. Dobrzyński
0	

UP

50	R. Bugaj	
40		
30		
20	A. Malachowski	Z. Bujak
10	W. Ziółkowska	K. Modzelewski
0		

3. Partie trójpoziomowe:

KKW „Ojczyzna”

70	W. Chrzanowski	
60		
50		
40		
30	A. Hall	
20	H. Goryszewski	K. M. Ujazdowski
10	J. Kropiwnicki	S. Niesiołowski M. Jurek J. Piątkowski
0	P. Łączkowski	M. Kamiński M. Kotlarski J. Łopuszański R. Czamecki

SLD

80		
70	A. Kwaśniewski	
60		
50		
40		
30	W. Cimoszewicz	
20	J. Oleksy	L. Miller
10	Z. Siemiątkowski	E. Szychalska
0	D. Waniek	I. Sierakowska P. Ikonowicz J. Szmajdziński

4. Partie czteropoziomowe:

UD

140		
120	H. Suchocka	
100		
80		
60	J. Lityński	
40	T. Mazowiecki	
20	B. Geremek	
0	J. M. Rokita	
	J. Kuroń	
	W. Frasyniuk J. Rulewski J. Onyszkiewicz A. Celiński B. Borusewicz Z. Kuratowska	
	W. Kuczyński H. Wujec B. Labuda A. Potocki T. Syryjczyk J. Osiatyński A. Wielowieyski	

Powyższe rysunki pokazują wyraźnie, że niektóre partie w czasie wyborów zdobywały punkty wieloma politykami, o których dużo pisano. Inne, które nie miały w swoich szeregach tylu osobistości, albo stawiały na jednego lidera (jak PSL), albo równomiernie rozkładały akcenty (jak UP).

Chociaż liczba polityków i stopień złożoności struktury partii nie są najważniejszymi (i z pewnością nie są jedynymi) czynnikami popularności i sukcesu partii, to na ogół odpowiadają wynikom wrześniowych wyborów.

8. Ulubieni politycy badanych dzienników

Trzeba wyraźnie zaznaczyć, że powyższe notowania hierarchii najpopularniejszych polityków poszczególnych partii stanowią sumę „dobrej” i „złej” prasy na temat każdej z osób. Nie da się tego odróżnić, nie dysponując ocenami zawartymi w wypowiedziach prasowych. Można jednak odtworzyć, czy dane ugrupowanie miało dostęp do „własnej”, życzliwej sobie prasy, czy też raczej było głównie przedmiotem zainteresowania prasy niezaangażowanej, czy też może sprzyjającej konkurentom. Prześledzenie list osób faworyzowanych i pomijanych przez badane dzienniki pozwoli odpowiedzieć na następujące pytanie: czy w grupie ogólnopolskich dzienników były takie, które wyraźnie faworyzowały polityków któregoś z ugrupowań? I nieważne będzie, czy pisały o kimś źle czy dobrze, jeśli się założy, że nie kierunek, ale ilość pisania o danym kandydacie decyduje o propagandowej skuteczności.

1. *Rzeczpospolita*

W materiałach wyborczych tego dziennika występuje największa liczba nazwisk polityków (253 osoby). Równie obdarowani zainteresowaniem są przedstawiciele wszystkich partii. Czołówka listy frekwencyjnej polityków odpowiada czołówce „listy stu” z małymi różnicami (niżej są Kwaśniewski, wyżej Ujazdowski, Tusk i Geremek).

2. *Gazeta Wyborcza*

Tylko o 7 nazwisk mniej niż w *Rzeczpospolitej*, natomiast różnice z „listą stu” są zauważalnie większe. Oprócz częściej występujących Geremka, Kuronia i Bugaja, rzuca się w oczy znaczna nadreprezentacja działaczy prawicowych (J. Kaczyńskiego) i polityków kontrowersyjnych: Leppera, Tymińskiego. Rządziej pisze się o Pawlaku i o politykach Sojuszu Lewicy Demokratycznej, o Wałęsie wspomina się częściej niż o Suchockiej (!).

3. *Trybuna*

Niespełna 200 nazwisk, układających się w prostą zasadę: jak najwięcej o lewicy (duża nadreprezentacja Kwaśniewskiego, Cimoszewicza, Millera), umiarkowanie o Unii Demokratycznej, o prawicy mniej niż średnio.

4. *Sztandar Młodych*

192 nazwiska; w czołówce Pawlak, Lech Kaczyński i J. Kozłowski. Politycy SLD, UP ale i BBWR-u częściej niż średnio (Szymanderski), za to o UD i RdR rządziej.

5. *Słowo-Dziennik Katolicki*

Tylko o 1 nazwisko mniej od *Sztandaru*, za to różnice z „listą stu” znaczne. Widać wyraźne zainteresowanie politykami ugrupowań chłopskich (znaczna nadreprezentacja Pawlaka i Janowskiego) i konserwatywnych (UPR, KLD). Znacznie częściej pisze się także o Krzaklewskim, mniej o prezydencie i pani premier.

6. *Życie Warszawy*

Spośród 152 nazwisk, pojawiających się w czasie kampanii w warszawskim dzienniku najczęściej powtarzają się politycy albo prowadzący ostrą kampanię wyborczą, albo wręcz znani z procesów sądowych i skandali. Częściej niż przeciętnie pisze się w *Życiu* o Lityńskim, Lewandowskim i Lepperze, a nazwisko J. Kaczyńskiego pojawia się równie często jak nazwisko pani premier.

7. *Nowa Gazeta*

Czołówka 139 nazwisk polityków w gazecie, której miesiąc po wyborach już nie było, to głównie politycy prawicowi. Znacznie częściej niż gdzie indziej pisało się w *Nowej Gazecie* o Olszewskim, Parysie, Olechowskim, J. Kaczyńskim. O Stanie Tymińskim pisano ponaddwukrotnie częściej niż o Pawłaku, który zresztą zajmuje dopiero... 40. miejsce. Nazwisko lidera SLD pojawia się bardzo rzadko.

8. *Express Wieczorny*

Skład najczęściej pojawiających się polityków w *Expressie* wskazuje na zainteresowanie redakcji sensacjami. W gronie 107 osób przodują: L. Kaczyński, Lepper, Kurski i Lityński. Częściej niż średnio pisze się tutaj o politykach stojących po obu krańcach sceny: Parysie i Oleksym, Cimoszewiczu i T. Liszcz. Z tandemu kierującego KPN-em pisze się tylko o K. Królu.

9. *Kurier Polski*

Kurier otwiera grupę pism mało zainteresowanych polityką. Wspomina tylko 80 nazwisk, a najczęściej się pojawiający Macierewicz (!) występuje zaledwie 6 razy. Wyprzedza on L. Kaczyńskiego, a dopiero potem na liście znajduje się Suchocka. Wałęsa zajmuje dopiero 11. lokatę (!), za to nadreprezentowani są przewodniczący „Solidarności”, KPN-u i KLD oraz Cimoszewicz.

10. *Nowa Europa*

Ten dziennik, podobnie do poprzedniego, tworzy własną hierarchię polityków, z której częściej niż przeciętnie pojawiają się działacze centroprawicowi: Olechowski, Olszewski, Chrzanowski. Bardzo wysoko w grupie wszystkich 66 nazwisk notowany jest Bugaj. Inni politycy lewicowi (np. Kwaśniewski), jak również Lepper występują znacznie rzadziej.

11. *Gazeta Rolnicza*

Tylko 47 nazwisk, za to głównie przedstawiciele partii chłopskich. Pawlak, Cieślak, Janowski, Soska pojawiają się częściej niż inni. Z dwu pism dla rolników, *Gazeta* jest bardziej zróżnicowana, nie popiera tylko jednej partii chłopskiej.

12. *Polska Zbrojna*

Listę 42 nazwisk polityków, o których pisano w *Polsce Zbrojnej* otwiera... przewodniczący UP Bugaj. Oprócz Olszewskiego i Moczulskiego w czołówce

listy znajdują się politycy lewicowi i centrowi. Zwraca także uwagę nadreprezentatywność Tuska i Olechowskiego. Brakuje polityków zajmujących stanowiska państwowe.

13. *Super Express*

Jeśli sądzić po składzie listy 41 polityków, zainteresowania polityczne *Super Expressu* sprowadzały się do procesów i wiadomości sensacyjnych. Oto bowiem listę otwierają: Kurski i Lityński, L. Kaczyński i Lewandowski. W pierwszej dziesiątce są jeszcze: Lepper, J. Kaczyński i Krzaklewski. Wałęsa zajmuje 40. miejsce i pojawia się... tylko raz.

14. *Gromada — Rolnik Polski*

W tym piśmie, ukazującym się dwa razy tygodniowo, w czasie kampanii wyborczej pojawiło się zaledwie 38 nazwisk polityków. Najczęściej pisano o Lewandowskim (5 razy), trzykrotnie o Goryszewskim i Wałęsie. Prawie cała reszta to politycy ludowi, chociaż, w co trudno uwierzyć, nazwiska Pawlaka i Suchockiej nie pojawiają się wcale.

9. Wnioski

Kampania wyborcza i efekty wrześnieowych wyborów do Sejmu i Senatu zmieniły scenę polityczną na trwałe, dokonując dekompozycji wcześniejszych układów zaufania, poparcia i popularności. Porównanie rankingów zaufania i poparcia do polityków i partii z trzech okresów: przed wyborami, w czasie kampanii i po wyborach pokazuje, że silne partie lansowały swoich dotychczasowych liderów (którzy utrzymali, a nawet czasem zwiększyli swoją popularność w czasie kampanii). Partie słabsze, nie mogąc konkurować pod względem liczby osobistości politycznych, najchętniej prowadziły agresywną, negatywną kampanię, która w krótkim okresie przyniosła wysoką popularność politykom w niej zaangażowanym (zarówno oskarżycielom, jak i ofiarom!). Potwierdza to czołówka listy stu najpopularniejszych osób w kampanii prasowej, w której znaleźli się m. in.: Olszewski, Chrzanowski, Lepper, Lityński, Kurski, Lech Kaczyński, Macierewicz.

W każdej partii najpopularniejszy był jej oficjalny przywódca. Nawet w ugrupowaniach o strukturze wielopoziomowej uderza precyzyjne uporządkowanie hierarchii partyjnej popularności. Odnosi się wrażenie, że wszystko dokładnie zaplanowano na zasadzie starszeństwa: „najpierw (najwięcej) piszemy o generale, potem trochę mniej o pułkownikach, potem o kapitanach, a dopiero potem o chorążych — o każdym powyżej raz...”

Na szczęchlu partii wyniki wyborów pokazały, że niektórym ugrupowaniom kampania wyborcza (nawet przeciwko nim skierowana) pomogła. Można to głównie powiedzieć o silnej partii — Sojuszu Lewicy Demokratycznej. Unia Demokratyczna, paradoksalnie, odnotowała gorsze wyniki wyborcze, niż można by sądzić na podstawie jej popularności w prasie w czasie kampanii. Z

drugiej strony, kampania wyborcza obnażyła słabość „Solidarności”, KPN-u, PSL-PL-u i... Polskiego Stronnictwa Ludowego, które jednak — być może dzięki silnej pozycji swojego lidera — szybko po wyborach odzyskało utraconą w czasie kampanii pozycję. Partią słabą (może zbyt młodą) okazał się BBWR, którego najpopularniejsi politycy, pomimo przekroczenia przez Blok bariery 5%, w większości przegrali wybory.

Niejednoznaczność związku między częstością występowania polityków i partii w prasie a ich późniejszą skutecznością w wyborach nakazuje osłabić tezę o możliwości rozpoznania siły i wpływu mediów na postawy polityczne odbiorców na podstawie zwykłej analizy popularności. Najprościej byłoby powiedzieć, że to media są nieskuteczne, natomiast politycy są skuteczni. Ale czy współcześni politycy mogą być skuteczni w czasie kampanii wyborczej p o z a mediami? Z pewnością nie. Chyba klucz do tajemnicy ich skuteczności tkwi zatem nie w wizerunku, który jest tworzony przez media, lecz w szczególnej umiejętności zdobywania poparcia elektoratu w b r e w mediom (choć przez nie). Tajemnica skuteczności niektórych polityków bierze się z nieatrakcyjności mediów i z umiejętności (osobowości) polityków, którzy tę nieatrakcyjność potrafili wykorzystać.

Zdecydowana większość ogólnopolskich dzienników w czasie kampanii wyborczej nie stawiała po stronie konkretnych partii, aczkolwiek miała często swoich ulubionych polityków. Poza tym, co jest znakiem nowych czasów, część pism odsuwała na dalszy plan wydarzenia polityczne, by informować o pograniczu wyborów: o procesach, zniechęceniach i szczegółach negatywnej kampanii. Wyjątkiem była *Trybuna*, która konsekwentnie stała po stronie polityków Sojuszu Lewicy Demokratycznej.

Jeśli prawda jest, że częstość pisania (liczba publikacji) na temat danej partii ma największe znaczenie w reklamie politycznej, to nie dotyczy to nazwisk. Ulubione nazwiska w prasowej kampanii wyborczej to przecież Olszewski, Kaczyńscy, Lepper, Macierewicz, Kurski, politycy, którzy sterowali swoją popularnością, często wywołując zamieszanie i nawet skandale. Ponadto, warto przypomnieć o tym, że pięć z dziesięciu najpopularniejszych partii przegrało wybory, co zwraca uwagę na rolę kontekstu pojawienia się każdego nazwiska oraz na innych czynniki, jak choćby nastawienia odbiorców.

Porównanie uzyskanych w niniejszych badaniach wyników z przebiegiem kampanii wyborczej w radiu i telewizji prowadzi do wniosku, że w okresie przedwyborczym nastąpił (wytworzył się lub też się uwydatnił) podział na poszczególne media w zainteresowaniu politykami.

Radio szukało wyraźnych indywidualności — koncentrowało się na jednostkach, a nie partiach. Wybierało osoby charakterystyczne, niekoniecznie najbardziej utytułowanych polityków. W radiu publicznym wybory zajęły łącznie 2649 minut, średnio na każdy komitet przypadło 177 minut⁷. Spośród 29 liderów partii najczęściej w radiu prezentował się szef „Samoobrony” Andrzej

⁷ Zob. Konferencja kierownictwa Polskiego Radia i Telewizji na temat podsumowania kampanii wyborczej w radiu i telewizji. 27 IX 1993 program I TVP, godz. 22.

Lepper (104 min.), drugi był Ryszard Bugaj (79 min.), potem Jan Olszewski (66 min.), Jarosław Kaczyński (65 min.), a dopiero piąty Waldemar Pawlak (54 min.).

Inaczej telewizja, która często nie oddzielała kampanii wyborczej od serwisu politycznego i która wyraźnie preferowała całe partie, a nie poszczególnych polityków.

W telewizji poświęcono na wybory łącznie około 64 godzin (w I i II programie). W programach informacyjnych najwięcej czasu przypadło BBWR, potem „S”. KLD zajął 3. miejsce z powodu obszernych relacji z rozprawy sądowej między prezesem Najwyższej Izby Kontroli Lechem Kaczyńskim a ministrem przekształceń własnościowych Januszem Lewandowskim. Dalej są UD i PC. SLD miał o połowę mniej czasu niż BBWR, a PSL trzykrotnie mniej.

W omawianej „specjalizacji” mediów prasa nie rezygnuje z udzielania głosu najważniejszym politykom, ale jednocześnie wykorzystuje swoje pełne możliwości pisania o politykach mniej znanych, lokalnych. Robi to częściej niż pozostałe media. Świat partii przedstawionych w prasie jest mocno zhierarchizowany. Widać w niej różnice dzielące duże partie od mniejszych, widać typy przywództwa partyjnego. Być może jest tak, że rola prasy jest uwydatnianie istniejących hierarchii. Być może prasa, podkreślając różnice, nie tylko pokazuje, jak na fotografii, hierarchiczne struktury partii politycznych, ale także — zwłaszcza w tak ważnych chwilach jak w kampanii wyborczej — je utrwała.

IGNACY S. FIUT

OBRAZ KAMPANII WYBORCZEJ DO SEJMU I SENATU RP — 1993

Uwagi wstępne

Do badania obrazu kampanii wyborczej w prasie wzięto 14 dzienników o zasięgu ogólnopolskim, które cieszą się wśród czytelników największą popularnością¹. Tytuły tak dobrano, by reprezentowały ważniejsze opcje polityczne. W wybranej próbie znalazły się: *Express Wieczorny* (EW), *Gazeta Rolnicza* (GR), *Gazeta Wyborcza* (GW), *Gromada Rolnik Polski* (G-RP), *Kurier Polski* (KP), *Nowa Europa* (NE), *Nowa Gazeta* (NG), *Polska Zbrojna* (PZ), *Rzeczpospolita* (Rz), *Słowo — Dziennik Katolicki* (S-DK), *Super Express* (SE), *Sztandar Młodych* (SM), *Trybuna* (T) i *Życie Warszawy* (ŻW). Analizie poddano każdy numer z wyżej wymienionych tytułów, który ukazał się pomiędzy 1 IX a 17 IX 1993 roku — co dało ogółem próbę 1628 materiałów prasowych. Każdy materiał został opracowany wedle klucza kategoryzacyjnego, w którym wyróżniono następujące kategorie badawcze: I — tytuł dziennika, II — dzień publikacji, III — ekspozycyjność publikacji (zamieszczona na pierwszej lub dalszych kolumnach), IV — nazwa komitetu wyborczego, któremu poświęcono publikację, V — wymowa publikacji (pozytywna, neutralna, negatywna), VI — nazwiska przedstawicieli i zwolenników danej partii wymienione w danej publikacji i VII — hasła wyborcze zamieszczane w publikacjach. Materiały poświęcone wyborom podzielono na 16 grup (od 0 do 15). W pierwszej grupie (0) zebrano materiały, dotyczące ogólnych wiadomości o wyborach i nie poświęcone żadnemu z 15 zgłoszonych komitetów wyborczych o zasięgu ogólnopolskim. Materiały o zgłoszonych komitetach wyborczych w całym

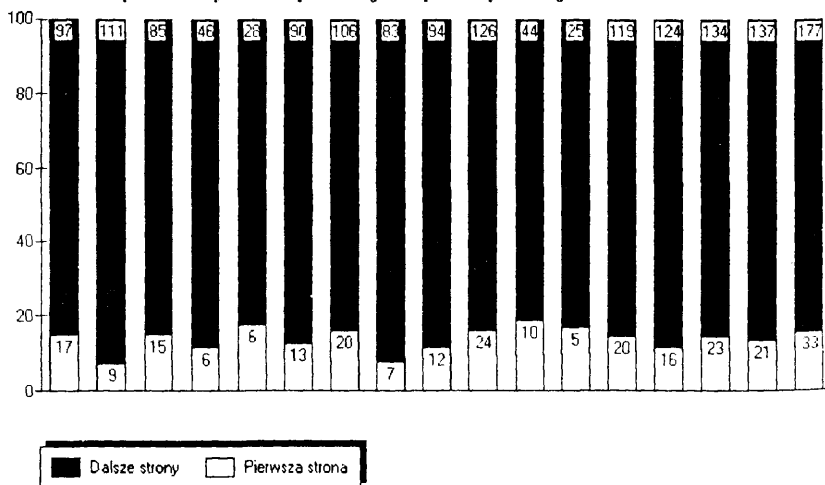
¹ Por. R. Fiuta: Czytelniectwo gazet i czasopism o zasięgu ogólnopolskim w I połowie 1993 — nowe tendencje, *Zeszyty Prasoznawcze*, 1993 nr 1-2, s. 138-144 i wcześniej R. Fiuta: Zmiany poczytności gazet i czasopism o zasięgu ogólnopolskim (1989-1992), *Zeszyty Prasoznawcze* 1992 nr 1-2 s. 55-74.

Tabela 1. Liczba publikacji o tematyce wyborczej w kolejnych dniach kampanii wyborczej

Teksty wyborcze	Razem	Dzień publikacji																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Teksty ogólne	254	17	9	15	6	6	13	20	7	12	21	10	5	20	16	23	21	33
PC	294	16	27	18	12	0	14	14	10	9	21	3	5	21	27	30	25	42
KKW	337	14	29	11	12	6	25	24	18	17	26	6	4	20	26	34	35	30
PSL-PL	86	5	9	3	3	2	4	5	8	4	3	3	0	5	9	5	8	10
KPN	198	14	17	16	12	0	13	13	7	10	19	6	4	15	11	10	11	20
SLD	515	28	40	38	16	2	31	35	32	34	42	16	4	40	35	31	46	44
PSL	242	21	21	11	10	7	18	7	13	10	23	9	8	14	18	21	16	15
KLD	277	19	24	21	11	0	16	20	14	11	17	4	3	13	25	24	26	29
„S”	186	19	12	8	11	1	20	13	9	4	9	4	0	14	14	8	18	22
UD	466	24	37	21	15	0	34	32	21	23	36	14	6	40	46	34	34	49
BBWR	291	17	26	21	10	7	13	20	17	14	22	5	3	16	30	20	20	30
UP	201	20	16	14	9	0	15	18	9	13	14	2	1	11	13	10	16	20
UPR	123	7	10	8	3	0	7	12	11	4	11	0	1	5	11	10	10	14
KdR	211	16	17	10	8	1	13	11	9	14	17	5	2	14	16	13	24	21
Partia „X”	91	9	7	5	7	0	7	4	3	4	7	4	0	9	7	3	7	8
„Sam.”	104	8	6	6	4	1	10	5	6	8	12	4	1	4	9	5	8	7
Razem	1628	97	111	87	46	28	90	106	83	94	126	44	25	119	124	134	137	177

kraju, zostały oznaczone następującymi liczbami: 1 — PC, 2 — KKW „Ojczyzna”, 3 — PSL-PL, 4 — KPN, 5 — SLD, 6 — PSL, 7 — KLD, 8 — „Solidarność”, 9 — UD, 10 — BBWR, 11 — UP, 12 — UPR, 13 — KdR, 14 — Partia „X”, 15 — „Samoobrona”. Dynamikę frekwencji materiałów wyborczych, poświęconych poszczególnym komitetom wyborczym, we wszystkich wybranych tytułach w kolejnych dniach kampanii wyborczej przedstawia wykres 1.

Wykres 1. Dynamika prasowej kampanii wyborczej 1-17 września 1993



W tego typu badaniach uzyskany materiał empiryczny może odpowiedzieć na następujące pytania:

— jaką liczbę tekstów oraz zamieszczonych w nich wypowiedzi dana gazeta poświęciła określönemu komitetowi wyborczemu?

— jak oceniała program polityczny, głoszony przez dany komitet wyborczy?

— czy istnieją wyraźne związki polityczne i ideowe o charakterze sympatii lub antypatii między niektórymi dziennikami i partiami politycznymi?

— w jakim stopniu treść kampanii wyborczej i towarzyszące jej wydarzenia zostały zauważone i odzwierciedlone w poszczególnych gazetach?

— który z ubiegających się kandydatów do Sejmu budził zainteresowanie prasy i dlaczego?

— jaki oddźwięk wzbudzały w badanych tytułach hasła wyborcze, pod którymi przystąpili do wyborów kandydaci i komitety?

— czy istniały wyraźne związki z rozmiarem kampanii wyborczej i jej charakterem na łamach prasy a wynikami wyborczymi, uzyskanymi przez konkretne komitety wyborcze?

i wreszcie — jaki może mieć wpływ prasowa kampania wyborcza na lansowanie określonych partii politycznych i ludzi, reprezentujących ich programy?

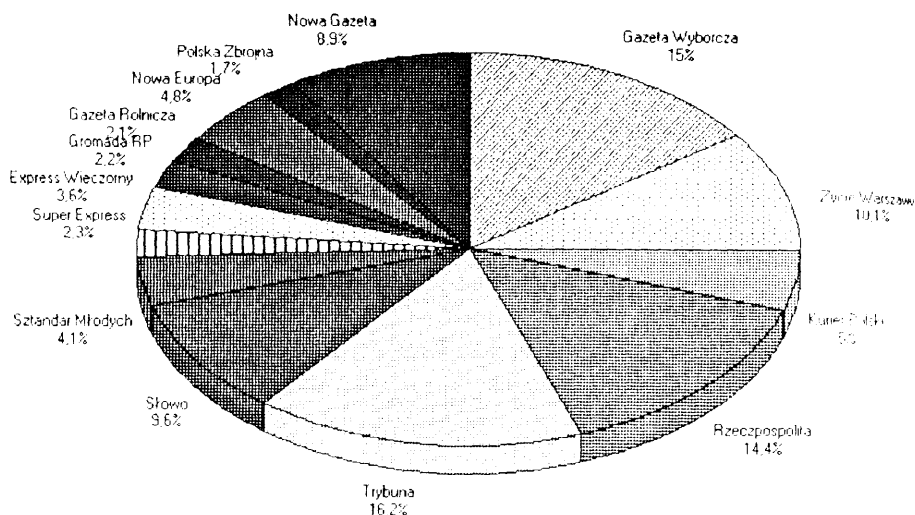
Przy zbieraniu materiałów zrezygnowaliśmy z pomiaru wielkości powierzchni danego tekstu czy informacji prasowej. Uzyskanie takich danych jest stosunkowo czasochłonne, a nie poszerza w istotnym stopniu wiedzy o specyfice kampanii wyborczej na łamach prasy. Do podobnych wniosków prowadzą dane o frekwencji różnych wypowiedzi prasowych uwzględniających ich cechy ekspozycyjne i perswazyjne².

Trudno było też uzyskać dane o wielkości nakładów badanych tytułów w okresie kampanii wyborczej. Stanowią one z punktu widzenia wydawców „wiedzę o konkurencji” i są chronione przez redakcje większości dzienników. Przy oszacowaniu możliwego kręgu odbiorców kampanii prasowej oparliśmy się zatem na wskaźnikach poczytności poszczególnych tytułów, opracowanych przez Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, przeprowadzonych w pierwszym półroczu 1993 roku³.

² Por. J. Kołodziej: Prezydencka kampania wyborcza w polskiej prasie, *Zeszyty Prasoznawcze*, 1991, nr 3-4, s. 61-81 i J. Gąciarz, M. Niezgodą, J. B. Sobczak: Uczestnictwo prasy w prezydenckiej kampanii wyborczej, *Zeszyty Prasoznawcze*, 1991, nr 3-4, s. 52-63.

³ Por. R. Fiłaś: Czytelność gazet i czasopism ogólnopolskich w I połowie 1993 — nowe tendencje, op. cit., s. 139.

Wykres 2. Struktura zbioru tekstów wyborczych (N=1628) wg dzienników



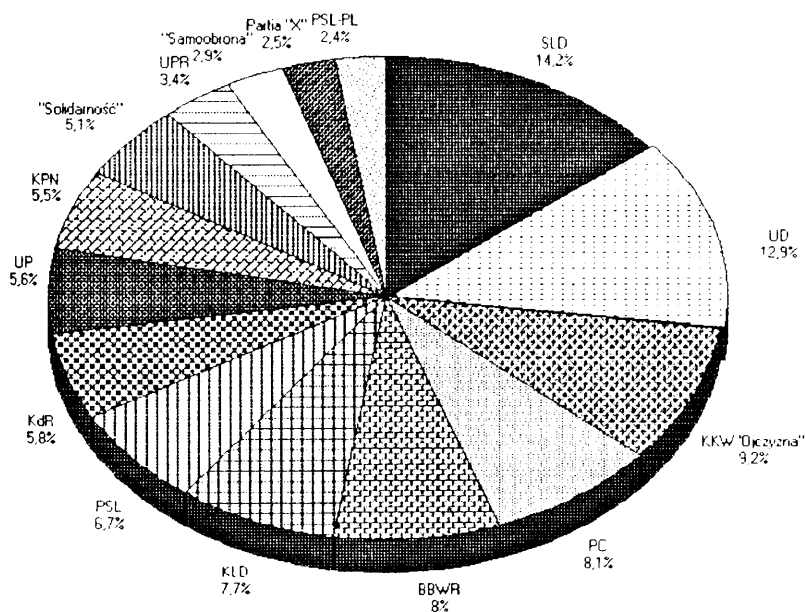
Ogólne dane o obrazie komitetów wyborczych w badanych tytułach

W 14 badanych dziennikach zaprezentowano 1628 materiałów wyborczych, w których odnotowano 3868 wypowiedzi na temat komitetów wyborczych, z czego 254 materiały poświęcone były ogólnym problemom wyborczym i komitetom, które nie zgłosiły udziału ogólnopolskiego w wyborach, np. „Mniejszości Niemieckiej” czy „Wspólnocie Polskiej” B. Tejkowskiego, co stanowiło 15,6% ilości opublikowanych tekstów. Różnica pomiędzy kategorią „materiał wyborczy” i „wypowiedź” polegała na tym, że w jednym materiale wyborczym, który z zasady był heterogeniczny, znajdowało się najczęściej kilka wypowiedzi, dotyczących różnych komitetów wyborczych. Tylko w nielicznych przypadkach jeden materiał był poświęcony tylko jednemu komitetowi. W tym wypadku liczba tekstów pokrywała się z liczbą wypowiedzi. Teksty poświęcone poszczególnym komitetom wyborczym (ogólnopolskim) zawierały więc po jednej i więcej wypowiedzi na temat różnych komitetów wyborczych. W 3614 wypowiedziach zawartych w tych tekstach ich liczba przedstawiała się następująco: : PC — 294 (8,1%), KKW „Ojczyzna” — 336 (9,2%), PSL-PL — 86 (2,4%), KPN — 198 (5,5%), SLD — 515 (14,2%), PSL — 242 (6,7%), KLD — 277 (7,7%), „Solidarność” — 186 (5,1%), UD — 446 (12,9%), BBWR — 291 (8%), UP — 201 (5,6%), UPR — 124 (3,4%), KdR — 211 (5,8%), Partia „X” — 91 (2,5%) i „Samoobrona” — 104 (2,9%). Wyniki te obrazuje wykres 3.

Ekspozycyjność kampanii wyborczej

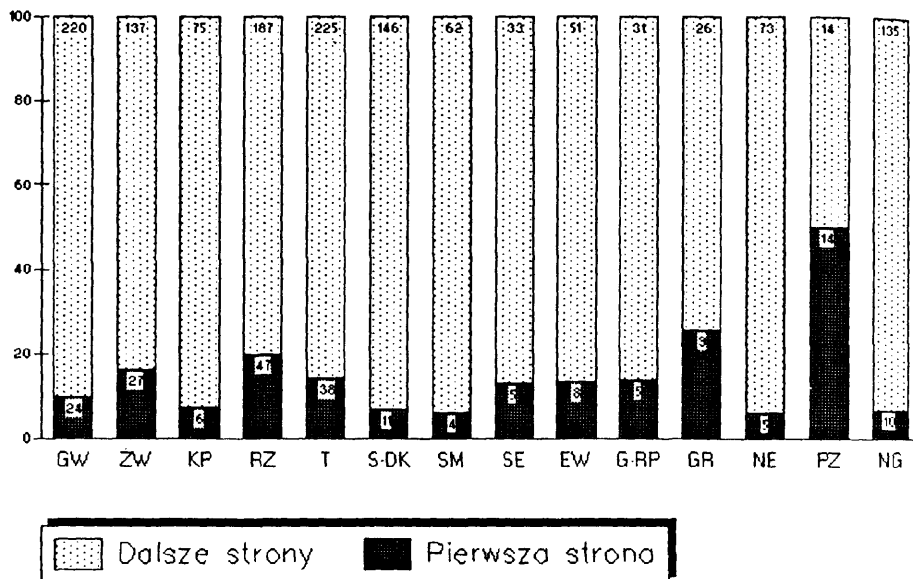
Na pierwszej kolumnie we wszystkich badanych dziennikach ogółem ukazało się łącznie 199 tekstów, co stanowi 12% ogółu badanych materiałów. Najwięcej tekstów na pierwszej kolumnie zamieścili: *RZ* — 47, *T* — 38, *ŻW* — 27 i *GW* — 24; najmniej: *SM* — 4, *G-RP* — 5, *NE* — 5 i *KP* — 6. Natomiast *PZ* zamieściła na pierwszej kolumnie 14 tekstów, ale stanowiły one 50% wszystkich opublikowanych w niej materiałów wyborczych; była to gazeta stosunkowo najbardziej eksponująca kampanię wyborczą. Drugie miejsce pod tym względem zajęła *GR*, która spośród 35 tekstów, 9 zamieściła na kolumnie pierwszej, co stanowi 26% próby jej materiału wyborczego. Ta gazeta wyrażała przede wszystkim interesy partii chłopskich.

Wykres 3. Struktura zbioru wiadomości wyborczych (N=3614) wg komitetów, których one dotyczą

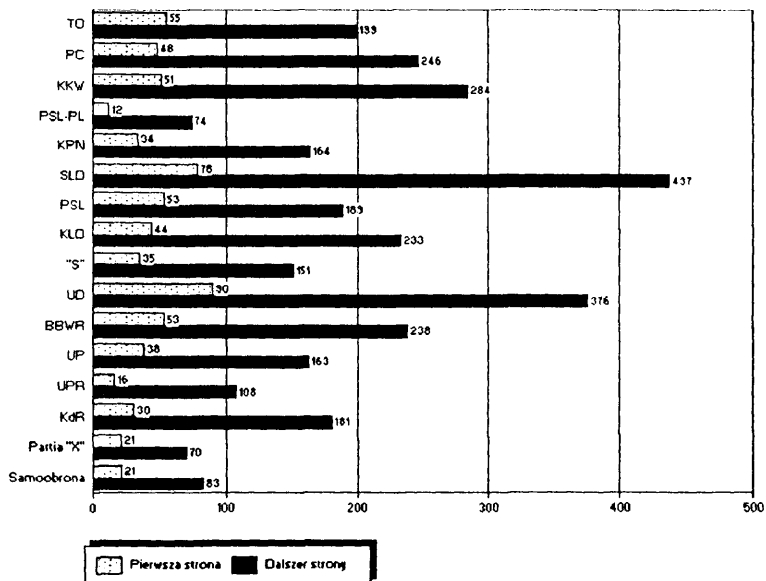


Do najbardziej eksponowanych komitetów w całości próby należały w kolejność zstępującą: UD — 82 teksty na pierwszej kolumnie, KPN — 73, SLD — 72, BBWR — 50, KKW „Ojczyzna” — 49, PSL — 48 i PC — 46, najmniej zaś: PSL-PL — 12, UPR — 16, „Samoobrona” — 19 i Partia „X” — 21. Jeśli idzie o bezwzględną liczebność częstotliwości materiałów wyborczych na kolumnie I. w danym dzienniku, to w tym rankingu najbardziej eksponowały kampanię wyborczą w kolejności: *Rz*, *T*, *ŻW* i *GW*, a najmniej *SM* i *NE*. Te dwie ostatnie gazety zamieszczały informacje o wyborach najczęściej na dalszych kolumnach, chyba że towarzyszył im posmak skandalu albo sensacji.

Wykres 4. Struktura tekstów wyborczych w poszczególnych gazetach pod względem ekspresyjności materiałów wyborczych (N=1628)



Wykres 5. Struktura tekstów dotyczących poszczególnych komitetów wyborczych pod względem ekspozycyjności (N=1628)



Dynamikę kampanii wyborczej w prasie obrazuje liczebność tekstów wyborczych w kolejnych dniach okresu badawczego. Na tej podstawie można powiedzieć, że kampania wyborcza w prasie osiągała najwyższe natężenie w pierwszych 4 dniach każdego tygodnia oraz na jej początku i na końcu. Wydania sobotnio-niedzielne poświęcały proporcjonalnie mniej tekstów akcji wyborczej. Zainteresowanie prasy wyborami utrzymywało się stosunkowo na wyższym poziomie w odniesieniu do takich komitetów wyborczych jak: SLD, UD, KKW „Ojczyzna”, PC, PSL, BBWR, KLD, PSL. Natomiast słabło w stosunku do Partii „X”, „Samoobrony”, UPR i KdR.

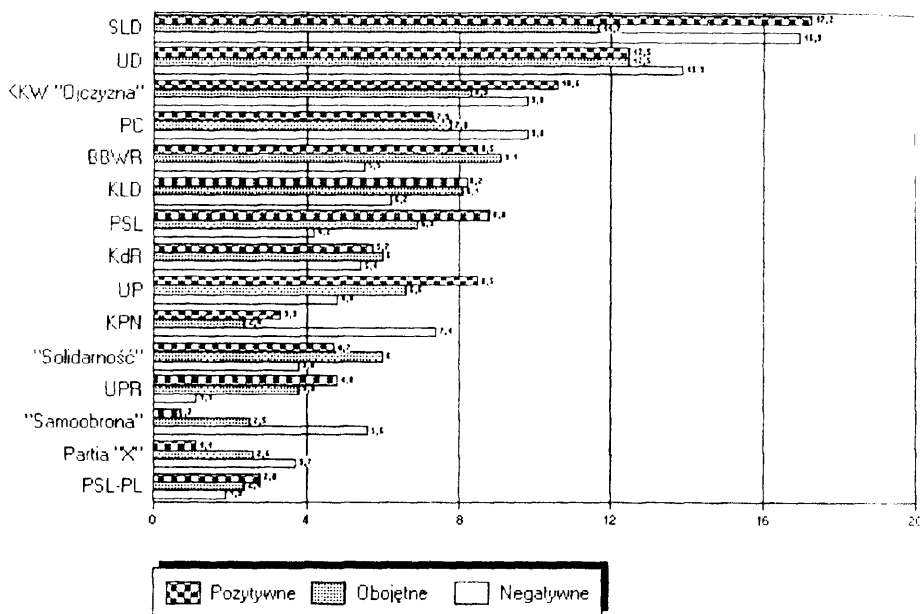
Obraz poszczególnych komitetów wyborczych w badanych dziennikach

Sposób przedstawiania danego komitetu wyborczego przez określoną gazetę opieramy na liczbie wiadomości zamieszczonych o nim na jej szpaltach oraz na liczbie i stosunku ocen pozytywnych, neutralnych oraz negatywnych na jego temat. Frekwencja i ton wiadomości dają — naszym zdaniem — rację dostateczną, by uzyskiwane wyniki wiarygodnie wyjaśniały relacje: gazeta — komitet. Strukturę wymowy wiadomości o badanych komitetach ilustruje tabela 2 i wykres 6.

Tabela 2. Opinie o poszczególnych komitetach wyborczych

	Pozytywne	Obojętne	Negatywne
SLD	17,2	11,7	16,9
UD	12,5	12,5	13,9
KKW „Ojczyzna”	10,6	8,3	9,8
PC	7,3	7,8	9,8
BBWR	8,5	9,1	5,5
KLD	8,2	8,1	6,2
PSL	8,8	6,9	4,2
KdR	5,7	6,0	5,4
UP	8,5	6,5	4,8
KPN	3,3	2,4	3,8
„Solidarność”	4,7	6,0	3,8
UPR	4,8	3,8	1,1
„Samoobrona”	0,7	2,5	5,6
Partia „X”	1,1	2,6	3,7
PSL-PL	2,8	2,4	1,9

Wykres 6. Struktura wypowiedzi o poszczególnych komitetach wyborczych wg badanych dzienników (N=3614)



Porozumienie Centrum

Najbardziej przychylnie relacjonowało o tym Komitecie wyborczym *S-DK*, publikując 15 wiadomości pozytywnych i 5 neutralnych, następnie *Rz* — 15 pozytywnych, 28 neutralnych oraz 8 negatywnych i *SM* — 2 pozytywne, 5 neutralnych i 2 negatywne. Najgorzej *PC* przedstawiała *T* — 1 pozytywne, 9 obojętnych oraz 20 negatywnych i *GW* — 6 pozytywnych, 18 obojętnych oraz 26 negatywnych. *GR* i *G* nie odnotowały niczego o *PC*, zaś *PZ* i *SE* poświęciły temu komitetowi tylko informacje neutralne.

Krajowy Komitet Wyborczy „Ojczyzna”

Najwięcej pozytywnego materiału *KKW* poświęciło *S-DK*: 30 pozytywnych, 7 neutralnych i 2 negatywne, następnie *G-RP* (5 pozytywnych i 1 neutralny) i *Rz* (18 pozytywnych, 32 neutralne i 8 negatywnych). Najgorzej zaś pisał *T* — 33 negatywne, 8 neutralnych i 0 pozytywnych, *SE* — 2 negatywne i 2 obojętne i *GW* — 20 negatywnych, 22 obojętne i 8 pozytywnych. *GR* i *PZ* całość informacji o *KKW* „Ojczyzna” zamieściły w tonie neutralnym.

Polskie Stronnictwo Ludowe — Porozumienie Ludowe

Najwięcej uwagi temu komitetowi wyborczemu poświęciła *G-RP* — 4 teksty pozytywne, *S-DK*, zamieszczając 6 materiałów pozytywnych, 1 — neutralny, następnie *Rz* — 5 pozytywnych, 6 obojętnych i 2 — negatywne. Neutralnie oceniali PSL-PL: *EW*, *SE*, *NG*, *KP*. *PZ* — nie odnotowała udziału tego komitetu w kampanii. Najbardziej były mu przeciwne: *GR* — 2 negatywne informacje, *T* — 4 negatywne i 2 neutralne i *NE*, publikując po 1 wiadomości negatywnej i pozytywnej.

Konfederacja Polski Niepodległej

Stosunkowo życzliwie pisała o tym Komitecie *Rz* — 6 tekstów pozytywnych, 19 neutralnych i 2 negatywne oraz *ŻW* — 8 pozytywnych, 20 neutralnych i 9 negatywnych. Głównie obojętnie odnosiły się do niego *GR* i *PZ*, które zamieściły 1 pozytywną wiadomość i 6 neutralnych. *G-RP* nie odnotowała tego komitetu. Najbardziej nieprzychylnie relacjonowały o KPN: *SE* — 2 teksty negatywne i 1 neutralny, *T* — 9 tekstów negatywnych i 3 neutralne, *S-DK* — 5 negatywnych i 3 neutralne, oraz *GW* — 19 negatywnych, 17 neutralnych i 5 pozytywnych.

Sojusz Lewicy Demokratycznej

T — organ lewicy pisał najbardziej korzystnie o tym Komitecie wyborczym, zamieścił bowiem o nim 78 wiadomości pozytywnych, 49 neutralnych i 2 negatywne. *GR* zauważyła go w 4 informacjach pozytywnie, 3 neutralnie i 1 negatywnie. *NE* odnotowała SLD 8 razy pozytywnie, 7 neutralnie i 8 negatywnie. *G-RP* — nie odnotowała wcale tego komitetu. Neutralnie potraktowała go *PZ* publikując 8 wiadomości o nim nie zaangażowanych emocjonalnie. Najbardziej nieżyczliwie SLD przedstawiły w kampanii wyborczej *S-DK*, publikując na jego temat 18 wiadomości negatywnych, 3 neutralne i 1 pozytywną, *SE* — 5 negatywnych i 2 neutralne, *NG* — 24 negatywne, 17 neutralnych i 1 pozytywną i *GW* — 37 negatywnych, 38 neutralnych i 18 pozytywnych.

Polskie Stronnictwo Ludowe

G-RP zamieściła o PSL 4 teksty pozytywne, a *GR*, która prezentowała linię polityczną PSL, 21 wiadomości pozytywnych i 4 neutralne. Następnie *S-DK* — 5 pozytywnych, 4 neutralne i 3 negatywne. Najbardziej negatywnie widziały PSL — *SE*, zamieszczając — 2 wiadomości negatywne, 2 neutralne i 1 pozytywną, *NE* natomiast — 3 negatywne, 3 neutralne i 2 pozytywne. *EW* — 2 negatywne i 4 neutralne. *PZ* zachowała i tym razem pełną neutralność, publikując 8 wiadomości neutralnych o PSL. Dużo, w sposób wyważony pisała o PSL *GW*, zamieszczając na temat komitetu wyborczego PSL 8 wiadomości pozytywnych, 22 neutralne i 6 negatywnych. Natomiast *ŻW* odnotowało o nim 8

wiadomości pozytywne, 22 neutralne i 5 negatywnych. *Rz* informowała o PSL w 13 przypadkach pozytywnie, 25 neutralnie i 5 negatywnie.

Kongres Liberalno-Demokratyczny

Stosunkowo najżyczliwsza komitetowi KLD była *NE*, która zamieściła o Kongresie wiadomości tylko pozytywne (7) i neutralne (10) oraz *GW*, która mu poświęciła 20 wiadomości pozytywnych, 25 neutralnych i 6 negatywnych. Najbardziej przeciwne zaś temu komitetowi były: *PZ* — z 7 wiadomościami negatywnymi, *GR* — 4 negatywnymi, *S-DK* — 7 negatywnymi, 5 neutralnymi i 2 pozytywnymi i *T* — 14 negatywnymi, 12 neutralnymi i 2 pozytywnymi. Nie odnotowała KLD *G-RP*. Dużo pisały w tonie sympatyzującym z Kongresem: *ŻW*, które zamieściło o nim 9 wiadomości pozytywnych, 29 neutralnych i 2 negatywne oraz *Rz* — 17 pozytywnych, 28 neutralnych i 7 negatywnych.

„Solidarność”

Komitet wyborczy „Solidarności” najpozytywniej widziały: *S-DK* (9 wiadomości pozytywnych i 8 neutralnych), *NG* (11 pozytywnych i 11 neutralnych) oraz *GW* (6 pozytywnych, 17 neutralnych i 7 negatywnych). Niezależnie zachowywała się względem „Solidarności” *PZ*, publikując o nim 2 teksty neutralne. *G-RP* nie odnotowała tego komitetu. Negatywnie oceniały jego program: *GR* w dwóch tekstach o wydźwięku negatywnym. *T* — 13 razy pisząc o nim negatywnie i 8 razy neutralnie oraz *SE* — 2 razy negatywnie i tyleż samo razy neutralnie. Dużo uwagi poświęciły „Solidarności”: *ŻW* — zamieszczając 2 wiadomości pozytywne i 20 neutralnych oraz *Rz* — 8 pozytywnych, 25 neutralnych i 3 negatywne.

Unia Demokratyczna

Komitet wyborczy Unii Demokratycznej ściągnął na siebie uwagę następujących dzienników: *Rz*, która zamieściła o nim 25 materiałów pozytywnych, 37 neutralnych i 11 negatywnych, *GW* — z 36 wiadomościami pozytywnymi o Unii, 42 neutralnymi i 18 negatywnymi i *SM* z 6 wiadomościami pozytywnymi, 17 neutralnymi i 2 negatywnymi. *G-RP* nie odnotowała tego komitetu w kampanii wyborczej. Także *PZ*, podobnie jak w innych przypadkach zachowała obojętność względem Unii w 5 neutralnych tekstach jej poświęconych. Szczególnie krytycznie potraktowały ją *GR* publikując 3 materiały negatywne o niej. *S-DK*, zamieszczając tylko 1 materiał pozytywny, 6 neutralnych i aż 18 negatywnych, *T*, która pisała o tym Komitecie wyborczym 4 razy pozytywnie, 23 neutralnie i 25 razy negatywnie oraz *NG*, która zamieściła 20 wiadomości negatywnych, 13 neutralnych i tylko 4 pozytywne. Dużo pisało na temat tego komitetu także *ŻW*, zamieszczając na jego temat 15 wiadomości pozytywnych, 43 neutralne i 12 negatywnych, oraz *SM*, który informował o Unii 6 razy pozytywnie, 17 neutralnie i 2 razy negatywnie.

Bezpartyjny Blok Wspierania Reform

BBWR głównie lansowały: *G-RP*, pisząc o nim 13 razy pozytywnie i 2 razy negatywnie, *NG* — 18 razy pozytywnie i 14 negatywnie, *NE* — 5 razy pozytywnie, 11 neutralnie i 1 raz negatywnie. Najbardziej krytycznie odniosły się do BBWR-u: *GR* pisząc o tym Komitecie 1 raz negatywnie i 1 raz neutralnie oraz *SE* — 3 razy negatywnie i 3 razy neutralnie. *KP* zamieścił na temat BBWR-u 4 materiały negatywne, 3 neutralne i 2 pozytywne. *T* także 10 razy odniosła się do programu BBWR negatywnie, 18 razy neutralnie i 2 razy pozytywnie. *S-DK*, *Rz* i *PZ* zachowały względną neutralność do tego proprezydenckiego ugrupowania.

Unia Pracy

Komitet wyborczy Unii Pracy najwyżej oceniła *NE*, poświęcając mu 4 wiadomości pozytywne, 8 neutralnych i 2 negatywne i *ŻW* — z 9 materiałami pozytywnymi o nim, 20 neutralnymi i 4 negatywnymi. Dalej w tym rankingu mieściła się *T*, informując o Unii 4 razy pozytywnie, 11 neutralnie i 2 razy negatywnie. Niechętnie odniosła się do niej *GR*, publikując o niej 1 neutralny materiał, *EW* (4 neutralne materiały) i *PZ* (1 pozytywnie i 5 neutralnych). Zdecydowanie negatywnie widziały ten komitet: *S-DK*, pisząc o nim 9 razy negatywnie i 2 razy neutralnie, *SE* — 2 razy negatywnie i 3 razy neutralnie oraz *NG* — 6 razy negatywnie, 11 neutralnie i 2 razy pozytywnie. Wiele pisały o Unii Pracy w wymowie jednak ambiwalentnie: *GW* (w 9 przypadkach negatywnie, 26 neutralnie i 5 — pozytywnie) oraz *RZ* (4 wiadomości pozytywne o Unii, 21 neutralnych i 3 negatywne).

Unia Polityki Realnej

Program wyborczy UPR Korwin-Mikkego najbardziej doceniło *S-DK*, poświęcając mu 10 wiadomości pozytywnych i 5 neutralnych. Zyczliwie donosiła o niej *Rz*, która zamieściła 11 materiałów w tonie pozytywnym i 8 negatywnych, oraz *ŻW* z 7 pozytywnymi wzmiankami, 14 neutralnymi i 2 negatywnymi. Całkowitą neutralność, podobnie jak do innych komitetów wyborczych, zachowała w stosunku do UPR *PZ*, publikując o niej 7 wiadomości neutralnych, podobnie widziały ten komitet *G-RP* z 3 materiałami neutralnymi i *EW*, który poświęcił tej partii 3 wzmianki. Najbardziej niechętnie UPR były *T* (2 negatywne wiadomości i 8 neutralnych) oraz *SE* z 1 negatywną i 2 neutralnymi materiałami.

Koalicja dla Rzeczypospolitej

Komitet ten, któremu w czasie wyborów przewodził były premier Jan Olszewski, był ulubionym przedmiotem zainteresowania *S-DK*, które zamieściło o jego programie 29 wiadomości pozytywnych i 9 neutralnych, oraz *Rz*, która pisała o nim 9 razy pozytywnie, 13 razy neutralnie i 4 razy negatywnie. Głównie

nym jego przeciwnikiem okazała się *T*, zamieszczając o nim 14 informacji o wydźwięku negatywnym, 5 — o neutralnym i 1 — o pozytywnym. Także nie cieszył się jego program uznaniem takich dzienników, jak *GW*, która odnotowała go 12 razy negatywnie, 13 neutralnie i 3 razy pozytywnie, oraz *SE* (3 razy negatywnie i 2 razy neutralnie). Obojętnie pisały o KdR *PZ* i *EW*. Nie zauważyły go w czasie kampanii wyborczej *GR* i *G-RP*.

Partia „X”

Komitet wyborczy pod przywództwem Stanisława Tymińskiego nie budził specjalnego zainteresowania prasy codziennej. Najczęściej wzmiankował o nim *SM* w duchu pozytywnym, zamieszczając na jego temat 2 wiadomości pozytywne i 2 neutralne oraz *NE*, która zamieściła o tej partii 1 informację pozytywną i 3 neutralne. Najbardziej krytycznie oceniały program Partii „X”: *S-DK*, zamieszczając o nim 3 informacje negatywne i 1 neutralną, *GW* — 9 negatywnych, 7 neutralnych i 1 pozytywną, *Rz* — 5 negatywnych, 5 neutralnych i 2 pozytywne oraz *T* — 2 negatywne i 5 neutralnych. Pozostałe dzienniki podawały wiadomości o kampanii wyborczej Partii „X” w sposób neutralny lub w ogóle nie informowały o nim.

„Samoobrona”

Komitet wyborczy tego radykalnego ruchu chłopskiego pod przywództwem Andrzeja Leppera nie miał w prasie codziennej w czasie kampanii wyborczej swojego zwolennika. Tylko *GR* opublikowała 1 tekst pozytywny i 1 negatywny na jego temat. Najbardziej krytycznie oceniały go w kolejności: *GW* — 18 wiadomości negatywnych, 4 neutralne i 1 pozytywna, *S-DK* — 5 negatywnych i 3 neutralne, *NE* — 3 negatywne i 2 neutralne. Pozostałe z badanych tytułów oceniały program „Samoobrony” z rezerwą i raczej negatywnie. Nie odnotowały go *PZ* i *SE*.

Wnioski końcowe

Zaangażowanie wybranych tytułów prasy codziennej w kampanię wyborczą do Sejmu we wrześniu 1993 roku, w oparciu o uzyskane wyniki, będące rezultatem analizy frekwencyjnej ich zawartości, pozwala wydzielić dwie ich grupy. Pierwsza — mocno zainteresowana kampanią i aktywnie w niej uczestnicząca, to *GW*, *T*, *S-DK*, *NG*, *GR*, *G-RP* i *Rz*. Prezentowały one interesy określonych orientacji politycznych, omawiając ich programy wyborcze, tempo i przebieg kampanii wyborczej oraz ludzi, którzy mieli je realizować. Pisały one różnorodnie o komitetach, z którymi sympatyzowały, zarówno w duchu pozytywnym, jak i neutralnym, nie szczędząc jednak pod ich adresem także uwag krytycznych. Wydaje się, że tak dobrane informacje z punktu widzenia redakcji miały

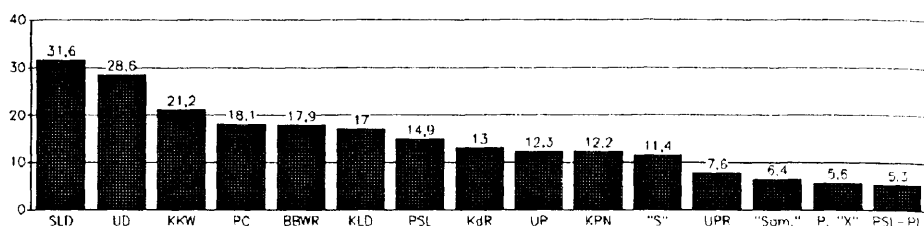
przekonać potencjalnego wyborcę o słuszności racji określonych komitetów wyborczych. Proporcjonalnie mniej uwagi zwracały na tzw. folklor polityczny, towarzyszący kampanii. Podnosiły słuszne — ich zdaniem — elementy programów wyborczych swych faworytów, broniąc ich przed zarzutami przeciwników. Krytykowały i polemizowały z propozycjami programowymi ich ważnych konkurentów. Szukały też platformy, która by mogła po wyborach doprowadzić do ewentualnych koalicji parlamentarnych. Spośród tych sześciu dzienników jedynie *Rz* starała się prowadzić kampanię wyborczą na własnych szpaltach w sposób wyważony, nie angażując się jednoznacznie po żadnej ze stron. *GW* reprezentowała interesy polityczne UD i KLD oraz wyrażała szerokie zainteresowanie programami politycznymi SLD, UP i PSL. *GR* — przede wszystkim eksponowała program polityczny i ludzi PSL oraz partii zbliżonych do jej programu, związanych ze wsią. Zwracała też wiele uwagi na treść programu wyborczego SLD. *T* eksponowała przede wszystkim linię i program polityczny SLD oraz żywo interesowała się UP. Wyrażała także zainteresowanie propozycjami wyborczymi PSL, UD i BBWR. *S-DK* było forum ukazywania programów wyborczych prawicy polskiej i partii o rodowodzie katolickim. Najwięcej uwagi poświęciło ono zaletom programu wyborczego KKW „Ojczyzna”, PSL-PL, „Solidarności”, KDR i UPR. *NG* — dziennik, który został powołany na czas kampanii wyborczej, był eksponentem politycznym w wyborach BBWR, „Solidarności”, KKW „Ojczyzna” i PC.

Z takimi komitetami wyborczymi jak Partia „X”, „Samoobrona” i KPN właściwie nie identyfikował się żaden z badanych dzienników. Wiadomości o tych partiach stanowiły najczęściej informacje peryferyjne, przedstawiane w kontekście lub w ramach tekstów o innych komitetach wyborczych. Także PSL-PL i UPR nie cieszyły się większym zainteresowaniem badanych dzienników.

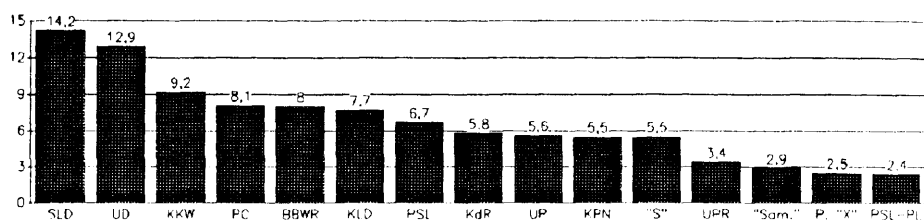
Druga grupa dzienników o zasięgu ogólnopolskim to te, które tylko względnie interesowały się kampanią wyborczą, nie angażując się zbyt w jej przebieg ani po żadnej ze stron. Staraly się one poinformować o programach wyborczych głównych ugrupowań politycznych i o ważniejszych przedstawicielach tych formacji politycznych. Zwykle materiały wyborcze mieściły na dalszych kolumnach i w wydaniach sobotnio-niedzielnym. Należały do nich *ŻW*, *KP*, *SM*, *SE*, i *EW*. W tej grupie też mieściła się *PZ* — organ Wojska Polskiego — która starała się zachować prawie pełną neutralność w kampanii wyborczej, prócz zdecydowanie krytycznego stosunku do programu KLD. Natomiast *SE* interesował się przede wszystkim skandalami i sensacjami, towarzyszącymi wyborom, i folklorem wyborczym.

Jeśli kampania wyborcza na łamach prasy mogła mieć wpływ na wynik wyborów, to ich rezultaty, porównane z zaangażowaniem prasy codziennej w przebieg kampanii, potwierdzają znaną prawidłowość, iż największą szansę wyborczą mają te ugrupowania polityczne, o których pisze się najwięcej i w sposób zróżnicowany. Wydaje się, że większą wartość perswazyjną w stosunku do wyborcy mają teksty o danym Komitecie wyborczym, zróżnicowane w ocenie. Prezentacja jednoznacznie pozytywna, negatywna czy obojętna, jaką praktykowały niektóre pisma w stosunku do swoich sympatyków, potencjal-

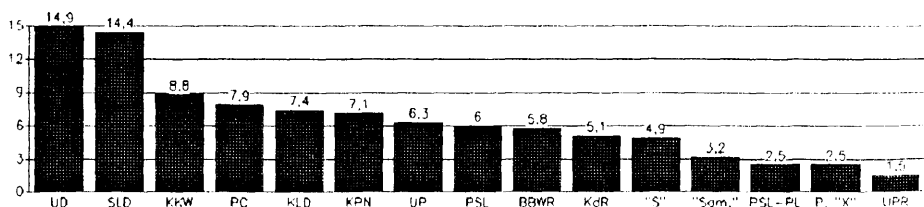
Wykres 7. Zestawienie procentowej struktury wypowiedzi prasowych z wynikami wyborów



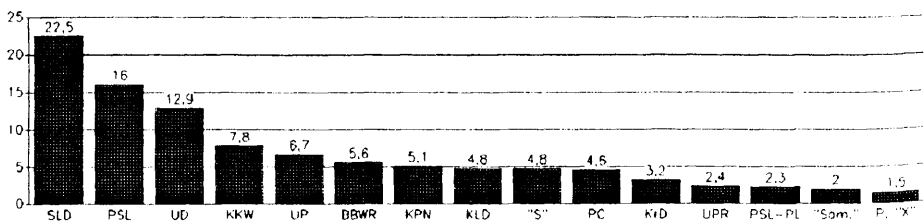
A — ranking komitetów wyborczych ze względu na liczebność tekstów



B — ranking komitetów wyborczych ze względu na liczebność wypowiedzi o nich



C — ranking komitetów ze względu na możliwy zasięg oddziaływania tekstów wśród publiczności (listę tekstów o danym Komitecie przemnożono przez procent poczytności danego czasopisma wśród publiczności)



D — ranking komitetów wyborczych według wyników wyborów z 19 IX 1993 roku

nych sojuszników i przeciwników, w świetle uzyskanych danych nie miała większego znaczenia podczas wyborów.

Także kampania negatywna, w której prym wiodło Porozumienie Centrum, „Samoobrona”, KPN i KdR, nie przysporzyły tym partiom elektoratu wyborczego. Partie te nie przyciągały większej uwagi prasy własnym programem politycznym, a zostały przedstawione jako ośrodki działań o charakterze sensacyjnym i skandalizującym. Trudno też się zgodzić z opinią niejednokrotnie lansowaną przez media oraz niektóre centra badawcze opinii publicznej, że sukces wyborczy SLD, PSL, UD i UP wynikał z niechęci elektoratu do partii politycznych o solidarnościowym i niepodległościowym rodowodzie⁴. Zaangażowanie prasy w ich kampanię wyborczą nie było przecież mniejsze od kampanii wyborczych w działania agitacyjne partii zwycięskich.

⁴ Por. M. G w i a d a: Społeczny odbiór kampanii wyborczej i jej wpływ na decyzje elektoratu, (w:) Centrum Badań Opinii Społecznej. Serwis Informacyjny, Warszawa 1993 nr 10, s. 5-17.

Na podstawie uzyskanych danych z analizy zawartości tekstów poświęconych kampanii wyborczej można raczej opowiedzieć się za tezą, że przyczyną przegranej w wyborach wielu komitetów wyborczych o „solidarnościowym rodowodzie” należałoby się doszukiwać w słabości ich konstruktywnych programów politycznych (najczęściej braku), zrozumiałych dla wyborcy oraz w inspirowaniu negatywnej kampanii wyborczej, prowadzonej przeciw ugrupowaniom politycznym, które takie programy posiadały (UD, SLD, PSL). Taka sytuacja agitacyjna mogła przekonywać wyborcę do negatywnej oceny ich rzeczywistych możliwości politycznych. Partie te uprawiały bowiem styl prowadzenia polityki, który we wcześniejszym okresie przysparzał im klienteli wyborczej, polegający na krytyce pozaracjonalnej ugrupowań sprawujących władzę. W swej kampanii wyborczej kierowały się scenariuszem politycznym, lansującym *aktora politycznego*, zbijającego *kapitał wyborczy* na takiej krytyce. Ten model agitacji wyborczej we wrześniu 1993 roku odwrócił się w nową rzeczywistość społeczno-polityczną zdecydowanie przeciwko nim.

KRZYSZTOF WOŹNIAKOWSKI

7 DNI (1940-1944)

Quasi-kulturalny gadzinowy tygodnik warszawski

1 Warszawski tygodnik *7 Dni* był w Generalnym Gubernatorstwie drugim chronologicznie (po krakowskim *Ilustrowanym Kurierze Polskim*¹) polskojęzycznym periodykiem quasi-kulturalnym założonym przez okupantów hitlerowskich. U źródeł jego powstania leżały przeobrażenia założeń niemieckiej polityki prasowej w GG z początków r. 1940, polegające na rezygnacji z pierwotnej koncepcji adresowanej dla Polaków prasy „bez poglądów” i zwrocie w stronę modelu gazet i czasopism mających aktywnie służyć tzw. „dziełu niemieckiej odbudowy na Wschodzie”². Powołując *7 Dni* Niemcy stwarzali pozory troskliwości władz okupacyjnych o zaspokajanie duchowych i artystycznych potrzeb ludności podbitego kraju. W zamian oczekiwali lojalnego współdziałania i pełnej akceptacji rzeczywistości, która — w życiu kulturalno-artystycznym — miała rzekomo w znacznym stopniu kontynuować tradycje przedwrześniowe.

W odróżnieniu od krakowskiego poprzednika, tygodnik *7 Dni* był pismem stabilnym w tym sensie, że w swoich dziejach nie notował przerw wydawniczych, zmian częstotliwości ukazywania się, formatu, objętości oraz ceny. Drukowany w nakładzie 30-40 tys. egz. (prawie o połowę mniejszym niż *IKP*) w postaci kosztujących niezmiennie 50 gr 16-stronicowych numerów formatu 27 x 37 cm ukazywał się regularnie od 11 V 1940 do 22 VII 1944 (dalszą egzystencję gadzinówki przerwał rychły wybuch powstania warszawskiego). W sumie wyszło 220 numerów (w r. 1940 — 34, w l. 1941-1943 po 52, w r. 1944 — 30). Faktycznym editorem *7 Dni* był hitlerowski koncern prasowy „Zeitungsverlag Krakau-Warschau” (a ściślej — jego filia warszawska przy ulicy Marszałko-

¹ Por. K. Woźniakowski: *Ilustrowany Kurier Polski* (1939-1945) — modelowy periodyk quasi-kulturalny Generalnego Gubernatorstwa (w druku).

² J. Jarowiecki: *Prasa w Polsce w latach 1939-1945*. [w:] *Prasa polska w latach 1939-1945*. Warszawa 1980, s. 17-18.

wskiej 3), formalnie jednak do połowy czerwca 1943 r. pismo sygnował rzekomy wydawca prywatny Jan Krzeczkowski, co było oczywistą mistyfikacją, obliczoną jedynie na najbardziej naiwnych odbiorców. Pod adresem warszawskiej filii ZVK-W mieściły się też drukujące m.in. 7 Dni zakłady poligraficzne NKW-Druk, a także redakcja i administracja tygodnika. Redaktorem naczelnym 7 Dni (a jednocześnie i obu quasi-kulturalnych miesięczników warszawskich z lat 1940-1943 i 1944: *Fali* i *Co miesiąc powieść*) był — jak uwidaczniano w stopce — dr Teodor Piekarski. Pseudonimem tym posługiwał się znający język polski niemiecki dziennikarz Gustaw Becker-Endermann, nie pozbawiony, jak się zdaje, pewnych osobistych zainteresowań i ambicji „artystycznych” (poza komentarzami politycznymi okazjonalnie ogłaszał — po polsku — drobne nowelki sensacyjne i romansowe, pisywał sprawozdania z imprez estradowych, zajmował się czynnie fotografią)³. Od 19 VI 1943 nazwisko dr. Piekarskiego znikło ze stopki redakcyjnej (podobno ze względu na poważną chorobę)⁴, nazwisko następcy nie zostało ujawnione i odtąd zespół redakcyjny zachowywał już pełną anonimowość. W skład redakcji wchodził również polscy dziennikarze-kolaboranci. W większości przypadków w obawie przed opinią publiczną i restrykcjami ze strony patriotycznego podziemia kryli się pod wieloma pseudonimami i kryptonimami. Według aktualnego stanu informacji wymienić wśród nich trzeba przede wszystkim kierownika literackiego 7 Dni — Józefa Antoniego Dąbrowę-Sierzputowskiego⁵, Józefa Leżańskiego⁶, Alfreda Szklarskiego⁷ i Ludwika Ziemkiewicza⁸ oraz prawdopodobnie osławioną Hele-

³ W. W ó j c i k: *Prasa gadzinowa Generalnego Gubernatorstwa (1939-1945)*. Kraków 1980, s. 202. Polskojęzyczne publikacje literackie G. Beckera-Endermanna z lat 1940-1942 rejestruje (bez rozszyfrowania pseudonimu: dr T. Piekarski) J. C z a c h o w s k a, M. K. M a c i e j e w s k a, T. T y s z k i e w i c z: *Literatura polska i teatr w latach II wojny światowej*. Bibliografia, t. III. Wrocław 1986, s. 245, poz. 331.

⁴ Por. E. Z d z i e b o r s k a: *Gadzinowy tygodnik literacki 7 Dni [w:] Polska prasa konspiracyjna lat 1939-1945 i początki prasy w Polsce Ludowej*. Pod red. M. Adamczyka i J. Jarowieckiego, Kraków — Kielce 1979, s. 205. Notatki o chorobie redaktora naczelnego, na którą powołuje się E. Zdzieborska (7 Dni 1944 nr 6, s. 6), nie udało się jednak odnaleźć.

⁵ Józef Antoni Dąbrowa-Sierzputowski — przed 1939 literat i dziennikarz związany z Polskim Radiem. W czasie okupacji początkowo pracował w *Nowym Kurierze Warszawskim*, a następnie od chwili powstania 7 Dni w zespole tego tygodnika, gdzie awansował od korektora i adiutatora na stanowisko „kierownika literackiego”. Bardzo aktywny jako dziennikarz (autor ok. 1000 tekstów przedrukowywanych przez różne gadzinówki), a także „literat GG”, prozaik i wierszopis oraz sprawozdawca z jawnych imprez kulturalnych. Posługiwał się wieloma pseudonimami i kryptonimami, m. in.: Adam Bogdaszewski, Jastrzębczyk, Ludwik Mokrski, Walery Omilłowicz, Rad, Sierzp., Sierp. Ski, S., Witalis Wądołowski, Jerzy Zagłobiec (publikacje o charakterze literackim rejestruje pod nazwiskiem Sierzputowski lub nierozwiązanymi pseudonimami bibliografia J. C z a c h o w s k i e j, jw. t. III, s. 223-224 poz. 16-17; s. 244 poz. 308-309, s. 248 poz. 378-380). W r. 1949 sądzony za kolaborację i skazany na 10 lat więzienia. Pozostawił niepublikowane prace zawierające próbe autorehabilitacji: „Warszawski sezon teatralny 1940-1944” i „Wspomnienia wojenne”. Por. S. M a r c z a k - O b o r s k i: „Teatr polski czasu wojny. Polskie życie teatralne w latach II wojny światowej (1939-1945)”. Warszawa 1967, *passim*, zwł. s. 54; W. W ó j c i k: jw., s. 227-228.

⁶ Józef Leżański — miał być członkiem „trzonu redakcji”. Teksty dziennikarskie i literackie (opowiadania i wiersze) sygnował pseudonimem Zbigniew Lubicz. Por. W. W ó j c i k: jw., s. 204, 230.

⁷ Alfred Szklarski (1912-1992) — etatowy pracownik *Fali* i 7 Dni, współpracujący także z innymi gadzinówkami. Bardzo aktywny jako dziennikarz oraz prozaik (powieści i nowele o charakterze sensacyjno-przygodowym). Używał pseudonimu Alfred Murawski, pod którym w latach 1939-1944 ogłosił m. in. ponad 100 utworów prozatorskich (rejestruje je bibliografia J. C z a c h o w s k i e j: jw., t. III, s. 242-243, poz. 281). W r. 1949 skazany za kolaborację na 8 lat więzienia. Następnie czynny jako pisarz dla dzieci i młodzieży, autor popularnego cyklu powieści o przygodach Tomka Wilmowskiego. Por. W. W ó j c i k: jw., s. 202, 229.

⁸ Ludwik Ziemkiewicz — przed r. 1939 zawodowy dziennikarz, m. in. kierownik działu sportowego PAT i współpracownik *Polski Zbrojnej*. W czasie okupacji m. in. faktyczny redaktor naczelny *Fali* (formalnie — sekretarz redakcji), oprócz dziennikarstwa oraz sprawozdawczości z jawnych imprez kulturalnych uprawiał okazjonalnie twórczość literacką. Por. W. W ó j c i k: jw., s. 202, 229-230.

nę Wielgomasową⁹ (bardzo aktywna współpraca piórem nie ulega wątpliwości, nie jest pewne jednak, czy „królowa grafomanów GG” była zatrudniona etatowo).

Generalnie rzecz biorąc, tygodnik *7 Dni* był pod względem profilu repliką swego krakowskiego poprzednika — *Ilustrowanego Kuriera Polskiego*. Był więc magazynem adresowanym do odbiorcy miejskiego, posiadającego niewyrafinowane, ale względnie stałe potrzeby, przyzwyczajenia i zainteresowania, mieszczące się w granicach kultury popularnej, oczywiście w jej namiastkowej i skrajnie okaleczonej wersji dopuszczanej do egzystencji przez niemieckie czynniki okupacyjne. Główne pola zainteresowań warszawskiego tygodnika obejmowały więc, analogicznie jak w *IKP*, tolerowaną przez cenzurę hitlerowską namiastkę twórczości literackiej, dorobek jawnych teatrzyków i kabaretów, bieżący repertuar filmowy, legalne życie muzyczne, zagadnienia tańca artystycznego i (w bardzo niewielkim wymiarze) plastyki, a także rozrywki masowe w rodzaju cyrku, występów estradowych sztukmistrzów i magików etc. Czytelniczki przyciągano licznymi publikacjami o modzie, zamieszczano rozrywki umysłowe, funkcjonował dział humoru oraz kącik szachowy. Słowem: tygodnik *7 Dni* prezentował i promował całokształt dozwolonej przez Niemców i nadzorowanej przez Propagandaamt szczątkowej „kultury”, przy czym bezkrytyczny i naiwny czytelnik w mniej czy bardziej otwarty sposób prowadzony był do konkluzji, że oficjalna pseudokultura Generalnego Gubernatorstwa jest naturalnym przejawem ciągłości kultury polskiej, rozwijającej się w powrzesniowych realiach pod troskliwą opieką niemiecką z efektami nie gorszymi, a w wielu wypadkach „odżydzenia” — lepszymi niż dawniej¹⁰.

Ale jednocześnie, przy wszystkich podstawowych podobieństwach, tygodnik Gustawa Beckera-Endermanna dorobił się pewnego indywidualnego oblicza. Charakterystyczne, iż przejawiało się ono głównie w dziedzinach dalszoplanowych dla zasadniczego profilu pisma. Przede wszystkim warszawska gadzinówka zrezygnowała z charakterystycznego dla *IKP* prymatu ilustracji nad tekstem. Wydaje się, że w znacznej mierze zostało to po prostu wymuszone przez warunki techniczno-poligraficzne (kiepski gazetowy papier, wręcz jarmarczna kolorystyka ilustracji, rozmazane i często nieczytelne fotografie etc.), uniemożliwiające bardziej swobodne manewrowanie obrazem. Inaczej niż w Krakowie funkcjonował dział polityczno-wojenny, jakkolwiek, ma się rozumieć, przynosił te same treści propagandowe. Nie poprzestano bowiem w *7 Dniach* na fotoserwisie aktualności w stałej rubryce „Tydzień w obiektywie”, ale wydatnie uzupełniano zdjęcia propagandą werbalną. Rolę tę odgrywały przede wszystkim pisane przez redaktora naczelnego obszernie (niemal zawsze

⁹ Helena Wielgomasowa — prawdopodobnie najbardziej czynna przedstawicielka „literatury GG”, drukująca niemal we wszystkich quasi-kulturalnych periodykach gadzinowych, głównie zaś w *Nowym Kurierze Warszawskim*, *Fali* i *7 Dniach*. Poza pracami dziennikarskimi i recenzjami z przedstawień jawnych teatrzyków w latach 1940-1944 ogłosiła 132 wiersze, 56 utworów prozatorskich i wystawiła 6 utworów scenicznych (bibliografia J. Czachowskiej: *iw.*, t. III, s. 252-253 poz. 435-437). W r. 1948 skazana na 6 lat więzienia. Por.: *W. Wójcik: iw.*, s. 201, 228.

¹⁰ Szczególnie jaskrawym przykładem sugerowania owej ciągłości jest zwłaszcza artykuł W. Omilłowicza [J. Dąbrowy-Sierżputowskiego] „Od *Nowin* do *Nowego Kuriera*” (*7 Dni* 1944 nr 9), sprowadzający się do tezy, iż gadzinowa prasa GG jest naturalnym i niezbywalnym ogniwem dziejów czasopiśmiennictwa polskiego.

całokolumnowe) przeglądy prasy połączone z aktualnym komentarzem politycznym, niezmiennie wykazującym przewagi i sukcesy Trzeciej Rzeszy¹¹. System ten funkcjonował do czerwca 1943, czyli do odejścia Beckera-Endermana ze stanowiska. Wówczas, po krótkim okresie niestabilności i doraźnych zastępstw, a także zapewne w związku z coraz bardziej niekorzystną sytuacją Niemiec na frontach, przybrał nową postać, jeszcze bardziej rozbudowaną objętościowo. Głównymi elementami składowymi działu (który w zasadniczych materiałach usytuował się odtąd na szczególnie prestiżowej drugiej stronie tygodnika) stał się szyderczy felieton satyryczno-polityczny o jaskrawych akcentach antyangielskich, antyamerykańskich i antyradzieckich „Na marginesie”, następnie zasadniczy artykuł redakcyjny, w którym nawiązując do grobów katyńskich, coraz natarczywiej wzywano Polaków do opowiedzenia się po stronie „Europy” w jej walce z komunizmem i Żydami (często ilustrowany okolicznościową antykomunistyczną i antysemitką karykaturą), nowa rubryka „Głosy prasy”, składające się z cytatów z czołowych periodyków Rzeszy¹², a także dwa-trzy krótsze komentarze aktualne lub opisy wojennych epizodów, sławiące żołnierzy niemieckich.

W odróżnieniu od mającego ambicje oddziaływania na całe Generalne Gubernatorstwo *Ilustrowanego Kuriera Polskiego* tygodnik *7 Dni* wyraźnie manifestował swój „dystrykcyjny” regionalizm, a nawet jeszcze wężziej — „warszawskość”. Wyrażało się to zwłaszcza pokazną serią 49 szkiców „varsavianistycznych”, w lekkiej i ciekawostkowej formie prezentujących wybrane elementy dziejów i obiekty miasta czy jego najbliższych okolic (w większości szkice były autorstwa występującego pod różnymi pseudonimami Józefa Dąbrowy-Sierżputowskiego). Regionalizmowi służyły także małe reportaże z działalności warszawskich lub podwarszawskich instytucji użyteczności publicznej, życia społecznego i gospodarczego. Te ostatnie (pisywane głównie przez Alfreda Murawskiego, czyli Alfreda Szklarskiego, oraz osobę posługującą się kryptonimem Sun.) ostentacyjnie „nie zauważały” żadnych zmian wywołanych przez wydarzenia wojenne, sugerując, że wszystko funkcjonuje normalnym trybem¹³. Charakterystycznym rysem warszawskiego tygodnika quasi-kultural-

¹¹ Niezależnie od jaskrawej stronniczości omówień materiałów wyłącznie korzystnych dla Rzeszy, zarówno obficie wykorzystywanie nie mających w Niemczech debitu czasopism alianckich, jak i swoboda, z jaką „dr T. Piekarski” odwoływał się np. do prasy w językach raczej mało rozpowszechnionych (np. rumuńskiej czy fińskiej) pozwalają domniemywać, że G. Becker-Endemann (o ile był rzeczywistym autorem tekstów podpisywanych swoim pseudonimem) nie tyle osobiście dokonywał cotygodniowego przeglądu prasy walczących stron oraz państw neutralnych — ile adaptował gotowe biuletyny agencyjne przygotowywane w Berlinie. Por. uwagi A. Czarna i K. A. opowieści o biuletynach Deutsche Nachrichtenbüro (Prasa w Trzeciej Rzeszy. Organizacja i zakres działania. Gdańsk 1976, s. 164-166).

¹² Zwracało uwagę sześciokrotne przytoczenie fragmentów komentarzy z niedostępnej w GG *Gazety Ilustrowanej*, wydawanego w języku polskim w Berlinie organu Oberkommando der Wehrmacht, adresowanego do polskich jeńców wojennych w obozach na terenie Rzeszy.

¹³ Ponadto w *7 Dniach* zamieszczano liczne reportaże dotyczące najczęściej nie wymienianych dokładnie z nazwy i adresu lokalnych zakładów rzemieślniczych i małych firm produkcyjnych (np. wytwórni mydła, celofanu, lodu sztucznego, sztucznej biżuterii etc.). Natomiast intensywność, z jaką warszawski tygodnik gadzinowy informował drobiazgowo o bieżącej działalności Studia Mody Kobiecej „Falbanka” okupacyjnej „dyktatorki mody” Zofii Hebdy nasuwa przypuszczenie, że czasopismo prowadziło lekko tylko zawołowaną pozorami pracy reporterskiej kampanię reklamową, która zapewne musiała się po prostu opłacać autorom poszczególnych publikacji o „Falbance” (por. zvl. 1943 nr 15, 17, 20; 1944 nr 7, 20, 21, 22).

nego było, w zasadzie niemal nieznane *IKP*, upodobanie do drobnych publikacji popularnonaukowych z geografii, nauk przyrodniczych, techniki oraz ciekawostek z historii nauki, dziejów odkryć i wynalazków. Ogłaszane w znacznej mierze anonimowo, były w większości prawdopodobnie adaptacjami czy przedrukami z pism niemieckich. Poza tym warszawska gadzinówka różniła się od swego krakowskiego protoplasty minimalnym zainteresowaniem życiem polskich jeńców wojennych w Rzeszy¹⁴ oraz nikłym udziałem w kampanii propagandowej na rzecz wyjazdów do Niemiec na roboty¹⁵. Rysem upodabniającym *7 Dni* do dzienników był z kolci utworzony w kwietniu doskonale prosperujący i wciąż rozrastający się objętościowo (nawet do rozmiarów pełnej kolumny) dział ogłoszeń matrymonialnych.

2 Z perspektywy zespołu redakcyjnego tygodnik *7 Dni* określany był jako periodyk „literacko-ilustrowany”¹⁶, choć oficjalny podtytuł brzmiał jedynie „tygodnik ilustrowany”. Rzeczywiście, teksty literackie zajmowały największą część objętości pisma (wg obliczeń posługującej się metodą analizy ilościowej Ewy Zdzieborskiej — w r. 1940 37% powierzchni periodyku, a w r. 1944 — 29,2%), zdecydowanie dystansując inny typ materiałów, wśród których w dalszej kolejności znalazły się reportaże oraz reklamy i ogłoszenia¹⁷. Ogółem — według obliczeń piszącego te słowa — opublikowano w tygodniku 1339 publikacji literackich (749 wierszy i 590 utworów prozą¹⁸) podpisanych 369 nazwi-

¹⁴ Książki dla jeńców w obozach niemieckich, *7 Dni* 1940 nr 2; Transporty książek do obozów jeńców polskich, tamże 1940 nr 5.

¹⁵ Polscy robotnicy rolni piszą z Niemiec, *7 Dni* 1940 nr 1; Polacy w Bawarii, tamże 1940 nr 28; Mój ty zagonie kochany, tamże 1941 nr 46.

¹⁶ Określenie z artykułu W. Omilłowicza [J. Dąbrowy-Sierżputowskiego], *Od Nowin do Nowego Kuriera*, jw.

¹⁷ E. Zdzieborska: *Gadzinowy tygodnik literacki 7 Dni*, jw. s. 205. Taż autorka w niepublikowanej pracy magisterskiej *Monografia czasopisma 7 Dni* ukazującego się w latach 1940-1944, Kraków 1979 (maszynopis w archiwum Katedry Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej WSP w Krakowie, sygn. 201) podaje nieznacznie odmienne wyniki obliczeń: w r. 1940 — 38%, w r. 1944 — 30% (s. 44). Notabene praca Zdzieborskiej, nie wolna od usterek faktograficznych, zajmuje się wyłącznie ilościowym aspektem zawartości pisma, poza niejednokrotnie dyskusyjnym wyodrębnieniem podstawowych kluczy kategorizacyjnych analizy, nie interesując się niemal zupełnie treścią publikacji.

¹⁸ W rozbiciu na poszczególne roczniki:

rok	wiersze	proza	uwagi
1940	117	89	
1941	147	116	
1942	214	125	
1943	221	152	nie uwzględniono brakującego w dostępnych rocznikach nr 12
1944	50	108	
razem	749	590	

Dane te odbiegają od obliczeń E. Zdzieborskiej (jej zdaniem ogółem 1426 tekstów literackich, w tym 683 wiersze i 743 utwory prozą; por. E. Zdzieborska, jw. s. 206, a także niepublikowana praca magisterska, s. 53). Źródło rozbieżności leży zapewne w odmiennym sposobie podliczania wierszy drukowanych w cyklach, a także kwalifikowaniu publikacji z pogranicza gatunków (zwłaszcza felietonów posługujących się literackimi środkami obrazowania i narracji). Ewidentnie wybiórcze są z kolei dane W. Wójcik (jw., s. 96, powtórzone ostatnio przez S. L. e w a n d o w s k a: *Prasa okupowanej Warszawy 1939-1945*, Warszawa 1992, s. 53), autorka ta nie uwzględnia np. wcale powieści odcinkowych i — prawdopodobnie — wierszy humorystycznych drukowanych nie na kolumnach „literackich”, lecz w dziale humoru.

skami, pseudonimami i kryptonimami bądź też ogłoszonymi anonimowo. Nie drukowano przekładów. Jedynie siedem wierszy ogłoszonych we wrześniu, październiku i listopadzie 1943 r. reprezentowało obieg wysokoartystyczny i polską klasykę literacką. Były (w kolejności druku) utwory Mikołaja Reja („Pater familias”, 1943 nr 36) Juliusza Słowackiego („Matka do syna”, 1943 nr 37), Ignacego Krasickiego „Bajki” (1943 nr 38, tu: „Przyjaciele”, „Pan i pies”, „Owieczka i pasterz”, „Dewotka”), Jana Andrzeja Morsztyna („Jedwabnica”, 1943 nr 39), Adama Mickiewicza („Burza”, 1943 nr 40), Franciszka Morawskiego („Szyna”, 1943 nr 41) i Seweryna Goszczyńskiego („Orzeł”, 1943 nr 45), zamieszczone z krótkimi notkami wprowadzającymi. Spełniały rolę „listka figowego” w stosunku do pozostałej produkcji wierszopisarskiej i prozatorskiej tygodnika, wychodzącej wyłącznie spod piór zarejestrowanych w Propagandamcie „literatów GG”, skwapliwie korzystających ze zniesienia przez Niemców wszelkich (poza cenzuralnymi) wymogów drukowalności w pismach przeznaczonych dla Polaków.

Do najczynniejszych dostarczycieli materiałów do działu literackiego 7 Dni zaliczali się przede wszystkim tacy autorzy jak Helena Wielgomasowa (91 wierszy, 40 utworów prozą), Alfred Szklarski (47 prozą, w tym 3 powieści odcinkowe; sygnował stałym pseudonimem Alfred Murawski), Stanisława Sikorska (56 wierszy, 9 utworów prozą), wreszcie Józef Dąbrowa-Sierzputowski (21 wierszy i 21 utworów prozą sygnowanych pseudonimami Adam Bogdaszewski, Jastrzębczyk, Ludwik Mokroski, Walery Omiłowicz, Witalis Zagłobicz lub pochodnymi od nich kryptonimami).

Z produkcji prozatorskiej tygodnik 7 Dni preferował cykliczność i dłuższe formy powieści odcinkowej. Wśród większych rozmiarów (przekraczających 10 odcinków) ukazało się ich osiem: Al. Zetel „Tajemniczy zamek” (30 odc., 1940 nr 1-30), Jerzy Wilmar „Przygoda jednej nocy” (25 odc., 1941 nr 1-25), Zenon Mirecki „Jeniec piratki” (15 odc., 1941 nr 26-41), Zenon Mirecki „Pani Chu-San” (14 odc., 1940 nr 42 — 1942 nr 4, kontynuacja powieści poprzedniej), Alfred Murawski [Alfred Szklarski] „Żelazny pazur” (26 odc., 1942 nr 6-31), Edward Stogowski „Przedstawienie trwa dalej...” (22 odc., 1942 nr 32 — 1943 nr 1), Alfred Murawski [Alfred Szklarski] „Krwawe diamenty” (18 odc., 1943 nr 2-14, 16-19), An. Korcz „Dziwna dziewczyna” (33 odc., 1943 nr 20 — 1944 nr 4), A. Murawski [Alfred Szklarski] „Tajemnica grobowca” (22 odc., 1944 nr 5-30, druk z przerwami, nieukończony). Pozostałej prozie powieści odcinkowej 7 Dni przeciwstawiły się nie tylko rozmiarami, ale i charakterem. Z wyjątkiem romansowej „Dziwnej dziewczyny” wszystkie reprezentowały odmianę sensacyjno-przygodową, często umiejscowioną w bardzo umownie traktowanych realiach egzotycznych czamej Afryki czy Dalekiego Wschodu i prawie we wszystkich wypadkach (poza „Tajemniczym zamkiem” i powieścią Edwarda Stogowskiego) posługującą się dzielnym, młodym i przystojnym Polakiem w roli bohatera pozytywnego. Akcja wspomnianych powieści toczyła się z reguły w niezbyt odległej przedwojennej przeszłości i koncentrowała wokół poszukiwania skarbu czy też rozwikłania tajemnicy. Obfitowała przy tym w mnożone seryjnie opisy bójek, pościgów, uprowadzeń i przebrań, prowadząc

we wszystkich przypadkach do szczęśliwego końca. Mgliście i szkicowo zarysowane tło międzywojennej Polski (Wilmar, „Krwawe diamenty” Murawskiego), krajów Europy Zachodniej (Al. Zetel), Chin (Mirecki), Afryki czamej (Stogowski, „Żelazny pazur” Murawskiego) i arabskiej („Tajemnica grobowca” Murawskiego) wyprane było z wszelkich realnych kontekstów społeczno-politycznych i służyło jedynie do „popularyzowania” schematycznych wątków sensacyjnych. W ten sposób czytelnik dowiadywał się m.in., że centralnym problemem lat trzydziestych była dla Polski plaga tajnych domów gry, dla Europy Zachodniej — handel żywym towarem, a np. dla Chin — współzawodnictwo konkurencyjnych band pirackich.

Specyficznym rysem „egzotycznej” prozy sensacyjno-przygodowej z kart 7 *Dni* był jej dość agresywny rasizm, wymierzony w ludy „kolorowe”. Jak potwierdzają kwerendy autora szkicu, zjawisko to było raczej nieznane innym „egzotycznym” produktom jawnego piśmiennictwa GG czasu wojny. Tymczasem w powieściach Mireckiego, Murawskiego czy Stogowskiego niemal każdy Chińczyk, Murzyn czy Arab to prymitywna, półzwierzęca dzika istota, wroga i podstępna, mogąca użytecznie funkcjonować jedynie pod twardą ręką Europejczyka, bezwzględnie egzekwująca należny „białemu” posłuch i respekt. O warsztatowych zaś umiejętnościach autorów świadczy dosadnie choćby przykład „Przygody jednej nocy”. Jerzy Wilmar (reklamowany przez redakcję jako „bardzo utalentowany młody pisarz polski”¹⁹) posłużył się tu jaskrawo anachronicznym pomysłem rozdzielonego rodzeństwa, rozpoznającego się jakoby po latach po noszonym medalionie, a więc chwytem, który już w drugiej połowie XIX w. uznawany był za zużyty i nieprawdopodobny.

Apolityczność powieści odcinkowych redakcja równoważyła wprowadzeniem obszernego cyklu publikacji antyradzieckich, anonsovanych jako udostępnione 7 *Dniom* do wykorzystania dokumentalnego relacje z przeżyć Polaków „spod zaboru sowieckiego” (terminem tym obejmowano nie tylko radziecką okupację kresów z lat 1939-1941, ale i wszelkie kontakty z władzą radziecką od r. 1917). Zapewne nie było rzeczą przypadku, iż cykl (objęty wkrótce wspólnym tytułem „W czerwonym płomieniu. Przeżycia naszych czytelników”) pojawił się na łamach gadzinówki niemal natychmiast po klęsce stalingradzkiej — w marcu 1943, mając najpewniej za cel propagandowe zneutralizowanie efektu druzgocącego zwycięstwa Armii Czerwonej. Zamieszczone materiały dotyczące z reguły jednostkowych przeżyć i rysujące na przemian krwawy oraz groteskowy obraz rządów radzieckich są w niewielkim stopniu weryfikowalne, gdyż w większości unikają wszelkich bliższych konkretów. Nie podając w wątpliwość wszystkich racji (dzisiejszy stan wiedzy zdaje się zwłaszcza w niejednym potwierdzać lwowskie wspomnienia sygnowane nazwiskiem Eugeniusza Mandyczewskiego) nie sposób wszakże oprzeć się wrażeniu, że przynajmniej część cyklu „W czerwonym płomieniu” to spreparowane w redakcji propagandowe falsyfikaty (nb. nie próbujące nawet przestrzegać poetyki przekazu dokumental-

¹⁹ Por. zapowiedzi reklamowe: „Sensacyjna powieść”, 7 *Dni* 1940 nr 32; „Przygoda pewnej nocy”, tamże 1940 nr 34.

nego i jawnie beletryzowane). Wykorzystując dostępną już wówczas obiegową wiedzę o terrorze i dramatycznych losach ludności polskiej w ZSRR, usiłowały skierować emocje czytelnika na pożądane z hitlerowskiego punktu widzenia tory bezwzględного antysemityzmu. Służyło temu obsesyjne eksponowanie wymaginowanego obrazu stalinowskiego ZSRR jako państwa triumfującego i szczególnie antypolsko nastawionego żydostwa, z obowiązkowym wątkiem pijanego żydowskiego komisarza oddającego się ekscesom seksualnym.

Drobniejsze objętościowo formy prozy narracyjnej 7 Dni (ok. 580 tekstów: nowelki, opowiadania, humoreski, cykle posługujących się beletryzacją felietonów) pozostawały podobnie jak powieści odcinkowe (i zresztą większość produktów „literatury GG”) na gruncie pozapolitycznym. Przeważały wśród nich cklewe opowiadania romansowe zakończone szczęśliwym połączeniem kochających się par²⁰ oraz trywialne humoreski oparte — przykładowo — na koncepcie... rozstroju żołądka²¹. Osobno sytuowała się grupa nowel i opowiadań „wiejskich”, pisywanych przeważnie stylizowaną gwarą i operujących perspektywą świadomości narratora — wiejskiego prostaczka (40 utworów przeważnie sygnowanych przez J. Koperę i P. Koperową)²². Na marginesie prozy 7 Dni pozostawały, jak i w innych gadzinówkach, nieliczne kostiumowe nowelki quasi-histeryczne²³, reprezentujące literaturę grozy²⁴ oraz science-fiction²⁵.

Literaccy współpracownicy warszawskiego periodyku niemal z absolutną konsekwencją separowali twory swego pióra od rzeczywistości Generalnego Gubernatorstwa. Piszący te słowa potrafi wskazać jedynie 15 utworów, o których można by wywnioskować na podstawie marginalnych wzmianek, że ich akcja toczy się już za niemieckiej okupacji. Szczątkowe i dotyczące spraw podrzędnych „realia” GG stały się dla współpracowników pisma jedynie pretekstem do miemych dowcipów. Kpiono więc — bodaj najniestosowniej — z powszechnego ubóstwa i trudności aprowizacyjnych²⁶, godziny policyjnej i nocnych przepustek²⁷, kłopotów komunikacyjnych i kolejek w sklepach²⁸ oraz „chałtur” uprawianych w jawnych teatrzykach rewiowych²⁹. Ostrze owego

²⁰ Przykładowo: H. Brochwicz, „Wróżba”, 7 Dni 1941 nr 2; J. Frydrych, „Partia szachów”, tamże 1941 nr 12; Maria Magdalena, „Połączeni”, tamże 1942 nr 21-22; N. Bobińska, „Miłość Teresy”, tamże 1943 nr 9; Rozmarynka, „Rywalki”, tamże 1944 nr 29.

²¹ J. Konarski, „Gdy zakwitły bzy (krótka ale wzruszająca historia miłosna)”, 7 Dni 1940 nr 4.

²² Przykładowo: J. Koper, „Wesele”, 7 Dni 1940 nr 12; P. Koperowa, „Żniwa”, tamże 1941 nr 32; A. Królak, „Miłość Michała Piskorza”, tamże 1942 nr 50; T. Bernas, „Młyn w Maciejowie”, tamże 1943 nr 31; Lubicz [J. Leżański], „Jętra”, tamże 1944 nr 13.

²³ Przykładowo: H. Wielgomasowa, „Sprawiedliwość Hammurabiego. Romantyczna przygoda”, 7 Dni 1940 nr 7; też: „Prawo Wielkiej Westalki”, tamże 1940 nr 12; Just. Ant.: „Poppea córka Pilata”, tamże 1941 nr 14; A. Bogdaszewski [J. Dąbrowa Sierpukowski], „Chory i doktór”, tamże 1941 nr 29. Szczególnie miejsce wśród nielicznych ilościowo utworów „historycznych” zajmują fragmenty „powieści z czasów oblężenia Zamościa w 1813 r.” pióra J. Zagłobicza [J. Dąbrowy Sierpukowskiego] drukowane pod różnymi tytułami w r. 1944 (nr 24-25, 27, 29-30), będące faktycznie kostiumowym romansem, w którym szkicowo zarysowane szczegóły tła dziejowego nie odgrywają żadnej istotnej roli.

²⁴ Przykładowo: H. Rina R.L.: „Dwoje oczu w nocy”, 7 Dni 1941 nr 27.

²⁵ Przykładowo: J. Szulc: „Robot”, 7 Dni 1940 nr 5.

²⁶ R. Noderski: „Szyfrowane szczęście”, 7 Dni 1940 nr 16.

²⁷ H. Wielgomasowa: „Nocny intruz”, 7 Dni 1940 nr 13; Syl. Win.: „Podarowane godziny”, tamże 1940 nr 3.

²⁸ em.er.: „Riksą po Warszawie”, 7 Dni 1941 nr 35; Paw.: „Korzyści z tłoku”, tamże 1941 nr 46.

²⁹ Z. Mirecki: „Geniusz ... czy jego brat?”, 7 Dni 1941 nr 46.

humorku nie było skierowane we władzę, instytucje czy zarządzenia niemieckie, zawsze natomiast godziło w szarego mieszkańca GG nie umiejącego się dostosować do wojennych realiów. Kilka nowelek, pozornie wyłamując się z dominującego w prozie *7 Dni* eskapizmu, wystylizowanych zostało na twórczość rzekomo „społeczną”, z troską rejestrującą aktualne przejawy nędzy i przez jakoby sugestywne przykłady pouczające czytelnika, jak wydobyć się z dna, zapewnić dostatek i szczęście. Proponowane recepty nie wykraczały poza baśniowy schemat pojawiającego się deus ex machina dobroczyńcy i różniły się jedynie wariantami w obrębie takiego rozwiązania (filantrop raz był anonimowy, kiedy indziej spłacał dawne zobowiązania czy też okazywał się przyjacielem sprzed lat etc.)³⁰.

Sztandarową „poetką” warszawskiego tygodnika była Helena Wielgomasowa. Właśnie na jego łamach, poza prozą, reportażami i recenzjami, ogłosiła zdecydowaną większość swoich wierszy (aż 91 ze 132 notowanych przez bibliografię J. Czachowskiej). Grafomańskie utwory tej najpłodniejszej i najbardziej systematycznie publikującej „literatki GG” demonstracyjnie odwracały się od wszelkich najszerzej pojętych nowatorskich tendencji poezji XX w. W swoim programowym „Inteligentnym wierszu” Wielgomasowa hurtowo zarzucała poetom „dawny z nazwiskiem i marką” (= przedwojenny) przeintelektualizowanie, niezrozumiałość, „zawilość i zdań trudny szereg” oraz wyeliminowanie „serca” i „krzyku duszy” (czyżby strywalizowane pogłosy przedwrześniowych polemik z Awangardą?). Przeciwstawiała im własną twórczość, prezentowaną jako „serdeczna i szczerą”, nie wolną od dziecięcej fantazji, uwrażliwiona na uroki przyrody, obowiązkowo rymowana i utrzymana w wyraziście piosenkowej rytmice³¹. W praktyce reprezentatywne dla „poezji GG” wierszopisarstwo Wielgomasowej sprowadzało się do twórczości okolicznościowej rejestrującej zdarzenia obojętne z punktu widzenia niemieckiej cenzury (jak zmiany pór roku, niektóre święta kościelne), ekliwicznych obrazków „warszawskich” będących bardzo dalekim echem Or-Ota³², niewybrednych rymowanych anegdotek czy, bodaj najliczniejszych, czułościowych impresji romansowych z obsesyjnie powracającym motywem kobiecego osamotnienia. W próbach liryki krajobrazowej i wierszach o tematyce przyrodniczej jaskrawo nadużywała zabarwionej baśniową fantastyką antropomorfizacji, co wydatnie upodobiło jej utwory do poezji dla dzieci, której zresztą jako osobnej odmiany nie uprawiała. Wszystkie rymowane płody sztandarowej „poetki” *7 Dni* były jedynie repetycją ogranych i najbardziej oklepanych skojarzeń, stereotypów i schematów.

Na łamach tygodnika można odnaleźć 16 różnego typu publikacji, kwalifikujących się jako surogat publicystyki kulturalno-literac-

³⁰ Por.: H. Wielgomasowa: „Stare czajniki”, *7 Dni* 1941 nr 1; też: „Błękitna sukienka”, tamże 1941 nr 2; też: „Bezpańskie dziecko”, tamże 1941 nr 7; Z. Mirecki: „Małżeństwo Eweliny”, tamże 1942 nr 12; S. Sikorska: „Szczęście”, tamże 1942 nr 16; St.S.: „Fiołki”, tamże 1942 nr 19; K.S.Zieliński: „Tancerki”, tamże 1942 nr 30; Em.-Ir.: „Filiżanka kawy”, tamże 1943 nr 9.

³¹ H. Wielgomasowa: „Inteligentny wiersz”, *7 Dni* 1942 nr 6.

³² Wielgomasowa m. in. pracowała nad większą wierszowaną całością (usiłującą chyba nawiązać do tradycji poematu opisowego) pt. „Dzielnice Warszawy”, ogłosiła wszakże tylko dwa rozbudowane fragmenty: „Powiśle”, *7 Dni* 1940 nr 11 i „Mokotów”, tamże 1941 nr 38.

kiej. Uwzględnwszy bez mała czteroletni okres ukazywania się tygodnika o oficjalnie „literackim” profilu, stanowi to ilość śladową, ale i tak odróżnia gadzinówkę warszawską od nie znającego w ogóle materiałów tego typu *Ilustrowanego Kuriera Polskiego*. Dziesięć publikacji dotyczyło literatury dawniejszej, polskiej i obcej. Najdalej w przeszłość historycznoliteracką sięgał felieton o Petroniuszu, cytujący obficie fragmenty „Satyriconu”³³, opublikowano ponadto krótki szkic o genezie „Robinsona Cruzoe” Daniela Defoe³⁴ oraz krótką notatkę o Jakubie Grimmie (w 80-lecie zgonu pisarza)³⁵. Dwa artykuły (biograficzny i prezentujący muzeum w Radebeul) dotyczyły Karola Maya³⁶. Quasi-historycznoliteracki charakter miały felietony poświęcone przeglądowi motywów świętojańskich, gry w karty oraz kuligu w literaturze polskiej XVI-XIX w.³⁷ — przynajmniej w takiej ułamkowej postaci zaistniało w *7 Dniach* przypomnienie kilkunastu znaczących nazwisk pisarskich z krótkimi cytataми z ich pism. Józef Dąbrowa-Sierżputowski poświęcił dwuodcinkowy, lekko zbeletryzowany szkic Ignacemu Krasickiemu. Zdradzał w nim z jednej strony (autentyczne bądź fingowane?) braki erudycyjne przypisując Krasickiemu wiersz Aleksandra Fredry, z drugiej wszakże najprawdopodobniej świadomie, jedyny raz w dziejach *7 Dni*, podejmował grę z nie znającym historii ani literatury polskiej cenzorem niemieckim wyśmiewając lansowaną właśnie przez hitlerowską propagandę ideę współpracy polsko-niemieckiej. Wspominając o przyjaźni księcia biskupa warmińskiego z Fryderykiem Wielkim pisał m. in.:

Dla Krasickiego, przyjaciela królów pruskich, miłe zapewne było przymierze polsko-pruskie, podpisane 29 marca 1790 r., zwłaszcza że po trzech latach wydało ono bardzo obfite owoce. — Sam jednak, jak się rzekło, nie brał czynnego udziału w polityce, lecz służył społeczeństwu piórem. Nigdy nie stracił aktualności jego pyszny „Paweł i Gawel” [!], co to w jednym stali domu, albo kapitalna w swej lapidarności treść miniaturowych bajeczek, jak „Jagnię i wiley” czy Ptaszki w klatce”. Utwory Krasickiego tak się spopularyzowały, że liczne cytaty z nich przerodziły się w przysłowia: „Wśród serdecznych przyjaciół psy zająca zjadły”, „dla was to jest igraszką — nam chodzi o życie”, „trzeba się uczyć — upłynął wiek złoty”, „podła rzecz rozpacz”, „my jednak będziemy weseli na wieść temu wszystkim, co się dzieć będzie”³⁸.

Autorowi niniejszego szkicu nie jest znany inny tekst *7 Dni* postugujący się podobnym aluzyjnym językiem, wymagającym wszakże od czytelnika minimum znajomości dziejów ojczystych i piśmiennictwa. Ilu jednak odbiorców warszawskiej gadzinówki dysponowało stosowną wiedzą? Odpowiedzi na to pytanie nie znamy, można wszakże przypuszczać, że nader znaczna część spełniających te warunki osób po prostu nie brała quasi-kulturalnego „szmatławca” do ręki. Tenże Dąbrowa-Sierżputowski ogłosił także biogram księcia

³³ W.W. [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Petroniusz jako satyryk”, *7 Dni* 1944 nr 22.

³⁴ Autor „Robinsona”, *7 Dni* 1941 nr 17.

³⁵ „Jakub Grimm”, *7 Dni* 1943 nr 39.

³⁶ [T.]: „Karol May”, *7 Dni* 1942 nr 11; „Willa «Old Shatterhand»”, tamże 1944 nr 22.

³⁷ I.W.: „Poezja świętojańska”, *7 Dni* 1942 nr 25; J.W.: „Karciarstwo w poezji”, tamże 1942 nr 37; L. Mokrzy [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Kulig!”, tamże 1943 nr 4.

³⁸ L. Mokrzy [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Żyć biskupa wytornego”, *7 Dni* 1943 nr 32-33 (cytat z nr 33).

Adama Jerzego Czartoryskiego (przemilczający zresztą jego twórczość literacką)³⁹, zamykając tym publikacje tygodnika poświęcone literackiej przeszłości.

Zainteresowanie *7 Dni* współczesnością literacką było jeszcze szczuplejsze. Jedyne poważnym wydarzeniem odnotowanym przez tygodnik była śmierć Wacława Berenta. W zaopatrzonej fotografią pisarza notatce znalazły się poniższe, skądinąd banalne uwagi:

Ubiegły tydzień przyniósł nam smutną wieść o śmierci jednego z najwybitniejszych naszych pisarzy śp. Wacława Berenta. Wielkie są jego zasługi około naszego piśmiennictwa. Nie był to literat płodny. W czasie 73-letniego żywota obdarzył nas zaledwie siedmiu utworami i kilkoma przekładami. Ale już same tylko „Żywe kamienie” wystarczą, aby śp. Berenta zaliczyć do czołowych twórców. Stworzył on nowy typ powieści o najwyższych walorach artystycznych. W autorze „Próchna” i „Oziminy” tracimy nie tylko wybitnego literata, ale i jednego z wybitniejszych mózłów dawnego pokolenia — człowieka, który przetrwał wiele burz i wichrów, a który jednocześnie reprezentował wiele głębokich walorów dawnego pokolenia⁴⁰.

Dwa felietony *7 Dni* dotyczyły literatury w radzieckiej strefie okupacyjnej z lat 1939-1941: anonimowej antybolszewickiej satyry politycznej kolportowanej w tym czasie we Lwowie konspiracyjnie⁴¹ oraz współczesnej poezji radzieckiej, w szyderczej impresji ujmowanej wyłącznie w kategoriach szerzenia kultu Stalina i — żydowskiej dominacji⁴².

Nowości literackiego piśmiennictwa GG przykuwały uwagę tygodnika okazjonalnie, mimo iż pismo miało rubrykę recenzji. Anonsowano w niej wszakże i reklamowano niemal wyłącznie książkę nieliteracką⁴³. Warszawski tygodnik odnotowywał jedynie (i to — dość przypadkowo) publikacje beletrystyczne tzw. Wydawnictwa Polskiego, czołowego w GG edytora jawnej „literatury”⁴⁴. Uwagę anonimowego sprawozdawcy zwróciły pierwsze broszury z serii tegoż wydawnictwa „Opowieści tajemnicze i inne”. Jak wiadomo, na terenie podle-

³⁹ L. Mokrzycki [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Pierwszy pozytywista”, *7 Dni* 1944 nr 14.

⁴⁰ Lubicz [J. Leżański]: „Z tygodnia na tydzień”, *7 Dni* 1941 nr 31.

⁴¹ E.K. [E. Kolanko]: „Ta joj, ta Lwów si śmiał!...”, *7 Dni* 1941 nr 45. Notabene niewykluczone, że obficie cytowane w tekście wiersze były właśnie autorstwa Kolanki.

⁴² Lwowianka: „Poezja bolszewicka”, *7 Dni* 1943 nr 14.

⁴³ Zamieszczone w *7 Dniach* minirecenze książek nieliterackich można pogrupować następująco:

— poradniki gospodarstwa domowego: T. Gruszczyński i E. Snarski: „Kalendarz działkowca” (1941 nr 12); E. Kiewnarska: „100 potraw oszczędnościowych doby dzisiejszej” (1941 nr 13); E. Zemicka: „To pani musi wiedzieć” i E. Nehring: „Praktyczny ogród owocowy” (1941 nr 23); „Pani modna i praktyczna 1941-1942” (1941 nr 30); E. Kiewnarska: „Oszczędne przetwory owocowe” i taż: „Konservowanie jarzyn na zimę” (1941 nr 36);

— poradniki z zakresu handlu i rachunkowości: „Tabele potrażeń” (1941 nr 17); A. Baykowski: „Drogi do powodzenia handlowego” (1941 nr 42); „Organizacja księgowości według kont układu ramowego” (1941 nr 43);

— rozmówki niemieckie: „Czym mogę służyć?” (1941 nr 30);

— zeszyty z tekstem i nutami przebojów muzycznych: cztery cykle tworzące 16 zeszytów tzw. „Błękitnej serii przebojów muzycznych” (1941 nr 12, 36; 1942 nr 8, 12);

— prace „naukowe”: F. Burdecki: „Droga do powszechnego ideału pracy” (1942 nr 37);

— publicystyka antyradziecka: W. Wąsowicz: „Niemurowane więzienie” i „W szponach GPU” (1942 nr 29); F. Zdrojewski: „Tak było” (1943 nr 18).

Poza dwoma broszurkami z rachunkowości opublikowanymi nakładem *Nowego Kuriera Warszawskiego* wszystkie pozostałe książki wyszły w hitlerowskim Wydawnictwie Polskim w Warszawie. Tygodnik *7 Dni* nie interesował się więc zupełnie publikacjami pozawarszawskimi.

⁴⁴ Bliżej o Wydawnictwie Polskim pisze T. S z a r o t a: „Jawne wydawnictwa i prasa w okupowanej Warszawie” (w:) *Studia Warszawskie*, t. X: „Warszawa lat wojny i okupacji 1939-1944”, z. 2, Warszawa 1972, zwł. s. 143-147.

głym III Rzeszy zniesiono krytykę artystyczną i literacką, zgodnie z dyrektywami dr Josepha Goebbelsa zastępując ją przez tzw. „Kunstbericht”⁴⁵, dlatego też recenzent gadzinówki próbował sobie radzić swoistym różnicowaniem ocen, które nie mogły być inne niż pozytywne:

Polskie Wydawnictwo zrozumiało, że publiczność czeka na nowe książki i dało mu je w postaci szeregu książeczek o wspólnym tytule „Opowieści tajemnicze i inne”.

Powieści te mogą liczyć na wielkie zainteresowanie ze strony młodzieży. Wybitnie sensacyjna treść nie przekracza normy i nie budzi niezdrowych myśli.

„Dusieciele z Benares” Michała Żórawskiego to pięknym stylem napisana opowieść. Czyta się ją jednym tchem i nie ma czasu na zastanawianie się, czy ta piękna, niesamowita i romantyczna historia ma cechy prawdopodobieństwa. Tematem jej są tajemnicze Indie i działalność religijna sekt.

„Upiór starej plantacji” Bronisława Krzyżańskiego jest równie niesamowity i egzotyczny. Tylko że ta książka trzyma czytelników w napięciu do ostatniej kartki i daje równie nieoczekiwane, jak i oryginalne rozwiązanie. „Upiór” należy do dobrych książek kryminalno-sensacyjnych i zasługuje na przeczytanie. Styl jasny, zwięzły, treściwy.

„Szalony wiatrak” Bolesława Niedzielskiego ma bez wątpienia sensacyjną treść, jest napisany barwnie i ciekawie, tylko niepotrzebnie autor trzyma się utartej ścieżki szablonu i daje jedną z tysięcy spotykanych opowieści.

„Mieszkanie przy ulicy Wielkiej” Józefa Krysińskiego to najsłabsza powieść z pierwszej serii. Treść zbyt sztucznie naciągnięta i rozciągnięta. Mimo to książka jest dość interesująca⁴⁶.

Cytowana notatka sprawozdawcza obnaża zarazem ogromną amatorszczyznę i wręcz niekompetencję fachową redakcyjnego „znawcy” literatury. Pomijając już inne osobliwości jego języka i „aparatu krytycznego” warto zauważyć, że nie potrafił nawet rozróżnić gatunków i awansował 30-stronicowe nowelki do rangi powieści. Z kolei Helena Wielgomasowa reklamowała nowe książeczki dla młodszych dzieci Janusza Odrowąża („Kotek psotek”, „Awantura w Zwierzátkowie”, „O wilku i krasnoludku”, „Podróż Stasia”) i zalecała czytelnikowi „błyskawiczną akcję, ciekawe dialogi i niespodziewany happy end” w składniad rzeczywiście sprawnie napisanej dylogii sensacyjno-przygodowej Antoniego Grudy „Szkarłatny znak” i „Czarny tygrys”⁴⁷.

Relatywnie najwięcej uwagi (aż... 32 wersy petitem na ćwierćkolumnowej szpalcie) poświęcono „Burzy nad lasem” Olgierda Dembińskiego, jednej z bardzo nielicznych w jawnym piśmiennictwie GG powieści otwarcie współbrzmiających z hitlerowską propagandą. O tym sensacyjnym, antykomunistycznym i antysemickim utworze anonimowy recenzent pisał m. in.:

[...] każdorazowe ukazanie się prasy literackiej na tematy aktualne wzbudza zainteresowanie w pierwszym rzędzie jako dokument chwili i utrwalenie wrażeń

⁴⁵ Na temat zniesienia w Trzeciej Rzeszy krytyki artystycznej i wprowadzenia w jej miejsce tzw. „Kunstbericht” zob.: H. O r l o w s k i: „Literatura w III Rzeszy”, Poznań 1979, s. 430; R. G r u n d b e r g e r: „Historia społeczna Trzeciej Rzeszy”. Przel. W. Kalinowski, Warszawa 1987, t. 2, s. 249, 282, 324.

⁴⁶ „Z półek księgarskich”, 7 Dni 1941 nr 23.

⁴⁷ H. Wielgomasowa: „Nowości wydawnicze”, 7 Dni 1942 nr 8. Autorka omówienia pomyliła imię (Marek zamiast Antoni) jednego bodaj rzeczywiście sprawnego (w ramach genre’u sensacyjno-przygodowego) „technika literackiego” jawnego piśmiennictwa GG.

odebranych bezpośrednio [...] Takim utrwaleniem bezpośrednich wrażeń jest nowo-
wydana powieść „Burza nad lasem”.

Tło jej — to Polesie z jego ludem wiejskim i małomiasteczkowym w obliczu przewalającej się nad nimi „burzy od wschodu”. Lud ten stykający się na między granicznej z „oswobodzicielami ludu”, opanowany w owej nędzy przez fermentujące drożdże rozkładu — miejscowe żydostwo — narażony był w pierwszym rzędzie i zarażony hasłami kolportowanymi zza kordonu. Jak ten lud przyjął niespodziewaną przemianę — wkroczenie wojsk bolszewickich i „wybawienie” spod ucisku? Jak to „wybawienie” wyglądało z bezpośredniej bliskości?

To jest istotna treść tej powieści-reportażu, którą autor pochodzący z tamtejszego środowiska nakreślił barwnie i wnikliwie. Warto i trzeba — przeczytać⁴⁸.

W r. 1943 krótko funkcjonowała w tygodniku rubryka „Rozmawiamy z czytelnikami”, poruszająca m. in. zagadnienia literackie. Prowadzący ją dziennikarz podpisujący się kryptonimem Lech, zajmował się także oceną nadsyłanych przez odbiorców *7 Dni* materiałów beletrystycznych oraz wierszy (zwalczając gwałtownie gadatliwość i skłonności symbolistyczne)⁴⁹ oraz udzielał porad w doborze lektury. W tej dziedzinie okazjonalnie wygłaszał opinie zaskakujące ze względu na miejsce i czas — odradzał mianowicie romansowy kicz, a zalecał wartościową twórczość powieściopisarską, w realiach GG nie wznawianą⁵⁰. Stało to w rażącej sprzeczności z całą zawartością działu literackiego gadzinówki.

3 *7 Dniom* nie można odmówić systematyczności zainteresowania wszelkimi przejawami dozwolonego przez Niemców dla polskiego odbiorcy z y c i a t e a t r a l n e g o i s c e n i c z n e g o GG: od nielicznych pełnospektaklowych przedstawień dramatycznych poprzez operetkę aż do składanek rewiowych, kabaretu i wszelkiej działalności estradowej. Tygodnik zajmował się tak pojętymi teatraliami dosłownie od pierwszego do ostatniego numeru (z 220 wydanych zaledwie 12 nie zawierało żadnych wzmianek o scenie i estradzie), ogłaszając w sumie 854 różnego typu i objętości publikacje. Absolutnie dominowały minirecenzje i noty sprawozdawcze z bieżących przedstawień i występów estradowych (ogółem 815). Specjalne rubryka „Scena. Estrada. Ekran” zajmująca w okresie największej prosperity nawet do półtoorej czteroszpaltowej kolumny drukowanej nonparelem przynosiła przeciętnie 4-6 (a okazjonalnie zdarzało się nawet 8-10) recenzji tygodniowo. Materiały niesprawozdawcze ogłaszano także poza nią.

⁴⁸ „Nowości wydawnicze”, *7 Dni* 1943 nr 18.

⁴⁹ Warto nawiasowo zauważyć, że prezentowane w rubryce oceny próbek literackich czytelników nie pozostawały prawdopodobnie w żadnym stosunku do działalności działu literackiego gadzinówki. Miażdżąca opinia o wierszach i prozie sygnowanej pseudonimem Nina Jesień („Rozmawiamy z czytelnikami”, *7 Dni* 1943 nr 51) nie przeszkodziła tygodnikowi przyjmować ich do druku.

⁵⁰ Np. w odpowiedzi Marychnie z Warszawy („Rozmawiamy z czytelnikami”, *7 Dni* 1943 nr 37) czytamy:

Kamil Norden [= pseudonim Marii Jadwigi Migowej, KW] — to słaby autor. Polecamy uwagę Pani kilka dobrych książek Szemplińskiej: „Potrójny ślad” i „Kochankowie z Warszawy”, Nałkowskiej „Granica” i „Niecierpliwi”. Z nieco lepszej beletrystyki: Ukniewskiej „Strachy” i Worcella „Zakłète rewiry”.

Publikacje sięgające w przeszłość różnych odmian teatru⁵¹ oraz zwracające się ku jego zagranicznym modelom (niemal wyłącznie teatrowi chińskiemu i japońskiemu)⁵² były nieliczne, nie wykraczające poza felietonową popularyzację na bardzo elementarnym poziomie merytorycznym. Podobny charakter miały teksty wprowadzające laika w techniczno-organizacyjną stronę sceny i funkcjonowanie teatru od strony kulis. Rozmarami i sposobem ujęcia wyróżniał się wśród nich lekko zbeletryzowany i nasycony niewybrednym humorkiem cykl Halwina „Teatr od przodu i tyłu”⁵³. Tenże Halwin był autorem artykułu prezentującego przeszłość i okupacyjną teraźniejszość schroniska dla weteranów sceny w Skolimowie⁵⁴.

Dominowały publikacje dotyczące aktualności jawnego życia teatralnego GG, z całym cynizmem traktowanego przez gadzinowy tygodnik jako szczególnie wartościowy (a z pewnością lepszy niż lata 1918-1939) składnik historii polskiego teatru. Szczególnie istotną cechą „nowej epoki” (jak eufemistycznie określano okupację hitlerowską) miało być, zdaniem *7 Dni*, energiczne dążenie do zerwania z „nadmiernym przecenianiem wartości aktorskich” i docenianie „teraźniejszości dążącej do wyrównania różnic socjalnych”. Chodziło zaś po prostu o obniżenie gaź aktorskich wraz z jednoczesnym przekreśleniem uznawania zasług sprzed września 1939. Najprawdopodobniej więc impetyczny i agresywny artykuł koncentrujący się na cechach „nowej epoki”⁵⁵ był próbą teoretycznego usprawiedliwienia sytuacji powstałej w efekcie bojkotu jawnych teatrów przez zdecydowaną większość znanych aktorów polskich, tak iż stały się one, z nielicznymi wyjątkami, domeną miemot, hochsztaplerów i wszelkich osób pozostających przed 1939 r. co najwyżej na dalekim marginesie życia teatralnego.

O wszystkich jawnych przedsięwzięciach scenicznych pisano w warszawskiej gadzinówce aprobatywnie, kreując nic wspólnego z żenującą rzeczywistością nie mający obraz harmonijnego rozkwitu i permanentnych sukcesów. Zdecydowanym faworytem *7 Dni* był otwarty 22 V 1940 r. teatr „Komedia” założony przez Józefa Artura Horwatha jako jedyna w Warszawie „normalna” scena GG, wystawiająca pełnospektaklowe, przedstawienia dramatyczne. Poza regularnym recenzowaniem kolejnych premier dział teatralny tygodnika skrupulatnie odnotowywał wszelkie jubileusze „Komedii” (poczynając od jej... półroczna), a na trzylecie istnienia wystąpił z niezamierzenie groteskową tezą, że mimo pewnych niedoskonałości repertuarowych placówka ta wyrasta na... pierwszą scenę polską, gdyż

⁵¹ „Kukielki”, *7 Dni* 1941 nr 26; W. Omillowicz [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Metamorfozy widowni”, tamże 1942 nr 10; tenże: „Historyjka lekkiej muzy”, tamże 1942 nr 19; K. Strzetelski: „Jaselka wędrująca przez wieki”, tamże 1943 nr 52; L. Mokrzycki [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Scena i widowia Odrodzenia”, tamże 1944 nr 12.

⁵² [H.K.]: „W teatrze chińskim”, *7 Dni* 1942 nr 6; [H.]: „Testament sprzed lat”, tamże 1942 nr 13; M. Halicz: „Kabuki”, tamże 1942 nr 44; [W.]: „Japońska maska”, tamże 1942 nr 49; „Chiny na scenie”, tamże 1943 nr 45; „Sztuka japońska”, tamże 1944 nr 30.

⁵³ T. Nowosielski: „Za kulisami teatru”, *7 Dni* 1941 nr 8; „Tajemnice magii scenicznej”, tamże 1941 nr 23; Halwin: „Teatr od przodu i tyłu”, tamże 1941 nr 41-46; H. Wielgomasowa: „Rewia się rodzi”, tamże 1943 nr 3.

⁵⁴ Halwin: „W cichej przystani. Reportaż ze Skolimowa”, *7 Dni* 1941 nr 8.

⁵⁵ M.C.: „Gaże «gwiazd» teatralnych”, *7 Dni* 1940 nr 9.

[...] właściwie nawet żaden z teatrów naszych przedwojennych nie zgromadził na jednej scenie tak doborowego zespołu i nie był w stanie dać tak starannej i trafnej obsady⁵⁶.

Drugim pupilem 7 *Dni* był współkierowany przez kolaboranta i agenta gestapo Zygmunta Ipohorskiego teatrzyk różnorodności „Jar”, otwarty 7 VII 1943. I jego pracę nagłaśniano zdecydowanie silniej niż w przypadku innych scenek, poza recenzjami poświęcając mu także osobną uwagę⁵⁷. Mimo szczególnego zainteresowania losem obu placówek warszawska gadzinówka nie odważyła się wspomnieć (nawet w postaci niewinnej wzmianki o zmianie kierownictwa) o śmierci Horwatha (zabitego w niejasnych okolicznościach przez Niemców) ani Ipohorskiego (zlikwidowanego za zdradę narodu przez podziemie). Dziwić może natomiast stosunkowo nikłe propagowanie sztandarowej placówki pozostającej pod niemieckim protektoratem Teatru Miasta Warszawy. Poza bieżącymi recenzjami poświęcono mu zaledwie jeden osobny artykuł⁵⁸, a więc tyle samo, ile amatorskiemu Teatrowi Misterium, wystawiającemu widowiska religijne⁵⁹.

Gadzinówka odnotowała śmierć zmarłego na deskach scenicznych „Komedii” Karola Bendy⁶⁰ oraz zgon Kazimierza Junoszy-Stępowskiego (enigmatycznie napisano, że „zmarł nagle”, oczywiście nie wspominając o zastrzeleniu aktora przez podziemie)⁶¹. Z aktorów żyjących i współpracujących z jawnymi teatrami GG nieco więcej uwagi poświęcono jubileuszom Witolda Zdzitowieckiego, Józefa Węgrzyna, Karola Hanusza i Mieczysława Mieczysławskiego⁶². W ostatnich tygodniach egzystencji gadzinówki zaczął się ponadto ukazywać zapewne zakrojony szerzej cykl „Portrety teatralne”, gdzie przedstawiono impresyjnie ujęte sylwetki śpiewaczki Barbary Kostrzewskiej, tancerza Feliksa Parnella oraz aktorów Józefa Śliwińskiego, Marii Malickiej i Zbigniewa Sawana⁶³.

Jak wspomniano wyżej, ponad 95% teatraliów z łamów 7 *Dni* stanowiły bieżące sprawozdania i recenzje z premier, niemal bez reszty wypełniające rubrykę „Scena. Estrada. Ekran”. Podpisywane były blisko 50 kryptonimami, należącymi wszakże, jak się wydaje, do stosunkowo wąskiego zespołu piszących. Od maja 1940 do listopada 1941 działalnością recenzencką parął się

⁵⁶ „Komedia ruszyła. Złośliwy dyskurs z dyr. Horwatem”, 7 *Dni* 1940 nr 4; „Dorobek «Komedii»”, tamże 1940 nr 34; „Zasłużony jubileusz”, tamże 1941 nr 22; „Dwa lata «Komedii»”, tamże 1942 nr 20; El.: „Trzy lata prawdziwej sceny”, tamże 1943 nr 21 (stad cytaty).

⁵⁷ „Tajemnice «Jar»”, 7 *Dni* 1943 nr 24; S. [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Jarska kuchnia”, tamże 1943 nr 40. Także: T.P. [G. Becker-Endemann?]: „Melpomena po remoncie”, tamże 1943 nr 45.

⁵⁸ C.: „Teatr Miasta Warszawy”, 7 *Dni* 1940 nr 22.

⁵⁹ Sun.: „Tam gdzie dobro czynią”, 7 *Dni* 1942 nr 39.

⁶⁰ El.: „Śp. Karol Benda”, 7 *Dni* 1942 nr 36.

⁶¹ El.: „Non omnis moriar”, 7 *Dni* 1943 nr 28.

⁶² H.W. [H. Wielgomasowa]: „Jeden jubileusz”, 7 *Dni* 1943 nr 21 (o W. Zdzitowieckim); El.: „40 lat «Don Juana» naszej sceny”, tamże 1943 nr 48 (o J. Węgrzynie); „Jubileusz Karola Hanusza”, tamże 1944 nr 10; „35-lecie pracy scenicznej Mieczysława Mieczysławskiego”, tamże 1944 nr 20. Warto wspomnieć, że w nocie o Węgrzynie po krótkim przypomnieniu drogi scenicznej wybitnego aktora znalazło się nieśmiało napomknięcie: „Dziś, kiedy trudno jest aktorowi wybierać sobie role, widzimy często Węgrzyna w niewłaściwych dłań. może nawet obcych jego «bohaterskiej» psyche postaciach”.

⁶³ P.: „Barbara Kostrzewska”, tenże: „Feliks Parnell”, 7 *Dni* 1944 nr 21; os.: „Jerzy Śliwiński”, tamże 1944 nr 22; tenże: „Maria Malicka”, tamże 1944 nr 23; tenże: „Zbigniew Sawan”, tamże 1944 nr 24.

przede wszystkim Ludwik Ziemkiewicz, gdyż to jemu zapewne przypisać należy kilkanaście kryptonimów w rodzaju: .m.z., L...wicz, L. Zicz, Elzet i pochodnych od nich wariantów. Następnie pałeczkę przejęli występujący obok siebie Józef Dąbrowa-Sierzputowski (sygnował: S, Ski, Sierp, Sierzp.) oraz Helena Wielgomasowa (pisująca pod nazwiskiem lub inicjałami h.w.). W początkach pisma ukazywały się także omówienia pióra redaktora naczelnego 7 Dni sygnowane pochodzącymi od jego stałego pseudonimu inicjałami dr T.P. (i dotyczące wyłącznie programów rozrywkowych w lokalach gastronomicznych), zaś od schyłku r. 1943 notujemy kilka sporadycznie pojawiających się nowych kryptonimów, dziś już chyba nie do rozszyfrowania (np.: miecz., Bel Ami, Pst!, J. Musz., Y.). Poza rejestracją przedstawień, podaniem ich treści oraz nazwisk aktorów sprawozdania te nie miały żadnych wartości merytorycznych. Pisywane przez osoby nie mające pojęcia o krytyce teatralnej nie miały zresztą żadnych ambicji „fachowych”, będąc po prostu efektem koteryjnych układów na linii redakcja — kierownictwa poszczególnych teatrzyków⁶⁴. Dlatego praktycznie bez wyjątku okazywały się pozytywne, z monotonną systematycznością obdzielając pochwałami wszystkich twórców i relizatorów przedstawień czy rewii.

Pod piórem Józefa Dąbrowy-Sierzputowskiego powstała np. poniższa apoteoza okupacyjnych teatrzyków rewiowych i kabaretowych:

[...] z pewnym zdziwieniem oraz zadowoleniem stwierdzamy ogromne podniesienie poziomu programów [w porównaniu z okresem przedwojennym, KW]. Przede wszystkim całkowicie wyeliminowano z nich żydowski szmonecs. Zjawily się natomiast na scenkach teatrzyków piękne inscenizacje baletowe, fragmenty operowe, fragmenty dramatyczne lub nawet skróty sztuk teatralnych. Zjawisko to tłumaczy się znikomą dla potrzeb Warszawy ilością „prawdziwych” teatrów, z których jest tylko jeden operetkowy i jeden przeznaczony do repertuaru komediowego. Wskutek tego gruntownie zmieniło się oblicze dzisiejszego teatrzyku rewiowego. Zamiast satyry aktualnej, jaką stosują teatrzyki w minimalnych dawkach, stały się one poniekąd namiastką prawdziwego teatru, przy czym poszczególne teatrzyki wyrabiają sobie pewne specjalności: jeden ma charakter do pewnego stopnia operowy, inny celuje w balecie, niektóre we fragmentach dramatycznych, ale są i takie, których celem jest przede wszystkim sam humor. Jeśli zaś chodzi o tradycję pierwotnego typu kabaretu, to przy wprowadzeniu pewnej stylizacji jeden z teatrzyków zachował wybitne cechy kabaretu czysto literackiego, inny zaś przy swych czysto rewiowych zaletach utrzymuje z powodzeniem kameralny nastrój zebrani na poły towarzyskich.

Wszystkie zaś starają się urabiać smak szerokich warstw publiczności i pożywać ją dla teatru⁶⁵.

Z żelazną konsekwencją tygodnik 7 Dni kreował rzekomą „wielkość” czołowego wyrobnika okupacyjnej szmiry — Tymoteusza Ortyma-Prokulskiego, lansując go jako wybitnego aktora, reżysera, organizatora życia teatralnego, specjalistę od rewii i przedstawień dla dzieci, a także poetę i dramaturga⁶⁶.

⁶⁴ W krakowskim *Ilustrowanym Kurjerze Polskim* pisano wprost o sprzedajności recenzentów warszawskich (Cz. Pudłowski: „Nowości” — „O raju w raju”, 1941 nr 42; por. K. Woźniakowski, jw.).

⁶⁵ W. Omiłłowicz [J. Dąbrowa-Sierzputowski]: „Historyjka lekkiej muzy”, jw.

⁶⁶ Szczególnie afektowane wyrazy zachwytu dla, jak m. in. pisano, „głęboko kulturalnego człowieka teatru obdarzonego talentem organizacyjnym i twórczym” można znaleźć zwłaszcza w recenzjach z premier „Niebieskiego Motyla”, „Nowości” i przeznaczonego dla dzieci „Teatru Ortyma” — por. 7 Dni 1940 nr 17, 21, 33; 1941 nr 8, 34, 46; 1942 nr 2, 12, 33, 42, 51; 1942 nr 10, 11, 14; 1944 nr 14.

„Regionalistyczny” charakter warszawskiej gadzinówki sprawił, że okazywała minimalne zainteresowanie skromniejszymi zresztą niż w Warszawie przejawami jawnego życia teatralnego „stolicy” Generalnego Gubernatorstwa — Krakowa. Pismo miało tam swojego korespondenta (podpisującego się B. Robot., Robot., Rob.) nadsyłającego króciutkie notki informacyjne o „stołecznych” przedsięwzięciach wyłącznie między lipcem 1941 a lipcem 1942 (w sumie 18 króciutkich sprawozdań, głównie z tzw. Imprez Operowych Stanisława Drabika). Osobliwością działu teatralnego *7 Dni* był kącik „Ploteczki teatralne”, wprowadzony przez Helenę Wielgomasową i poświęcony drobnym złośliwostkom personalnym, nieustannemu „ruchowi kadrowemu” aktorów warszawskich scenek jawnych. Redakcja zupełnie nie dbała o koordynację materiałów fotograficznych z tekstem. Wielokrotnie zdarzało się, że zdjęcia z omawianych premier ukazywały się w zupełnie innych numerach niż recenzje. Fotografie atrakcyjnych gwiazd i gwiazdeczek jawnych scenek były natomiast eksponowane na tytułowych stronach tygodnika.

Zainteresowanie *7 Dni* problematyką filmową było skromniejsze. Od maja 1940 do grudnia 1942 materiały na ten temat drukowane były względnie systematycznie, by następnie niemal całkowicie zniknąć (w r. 1943 zamieszczono je tylko w czterech numerach, w r. 1944 — w jednym). Ogółem opublikowano 220 tekstów, z czego aż 207 było krótkimi quasi-recenzjami, a właściwie sprawozdawczymi notkami, rejestrującymi uszeregowany według dostępnych dla Polaków kin bieżący repertuar warszawski. W okresie największego rozwoju działu filmowego, tj. w latach 1941-1942, w stałej rubryce „Na srebrnym ekranie” (na kolumnie „Scena. Estrada. Ekran”) ukazywało się przeciętnie 4-5 takich quasi-recenzji tygodniowo. Z zasady anonimowe i pozbawione ilustracji fotograficznej (i tym różniące się od recenzji teatralnych i estradowych) przynosiły wyłącznie streszczenie filmu oraz — choć nie zawsze — nazwiska aktorów. Nie zawierały natomiast informacji o reżyserze, autorze scenariusza, wytwórni, dacie produkcji etc., wystrzegały się także elementów wartościujących. Dotyczyły niemal wyłącznie obecnych na ówczesnych warszawskich ekranach filmów niemieckich (lekkich obrazów rozrywkowych i komedii muzycznych), a także nielicznych przedwrześniowych polskich dopuszczonych do dalszego rozpowszechniania. Jedynym porządkiem rządzącym rubryką był układ repertuaru w kinach, zdarzało się więc, że ten sam film „omawiany” był kilkakrotnie, w zależności od miejsca wyświetlania⁶⁷.

W lutym 1941 r. gadzinówka ogłosiła niewielki anonimowy artykuł zawierający miazdzącą krytykę polskiej produkcji filmowej sprzed września 1939 (oskarżanej o siedemdziesięcioprocentowe „zażydzenie”, komercjalizację i schlebienie najprymitywniejszym gustom; zwłaszcza przy przeróbkach dzieł polskiej klasyki literackiej) oraz zawiadamiający, iż:

⁶⁷ Przykładowo komedia K. Toma z r. 1935 „Jaśnie pan szofer” recenzowana była w *7 Dniach* trzykrotnie w niezbyt odległych odstępach czasowych (1942 nr 16, 28, 30). Nie jest to przypadek odosobniony i nie dotyczy jedynie będących w zdecydowanej mniejszości filmów polskich. Podobnie powtarzają się quasi-recenzje filmów niemieckich.

[...] Firma „FIP” przystępuje obecnie do produkcji polskich filmów. Już w bieżącym roku postanowiono wyprodukować sześć filmów o charakterze komedii i melodramatów z udziałem wybitnych polskich artystów. Nakręcanie zacznie się prawdopodobnie w końcu lutego w atelier „Falangi” przy ulicy Szopena. Pierwszy film polski ujrzelibyśmy wobec tego na ekranach gdzieś około maja.

Trzeba zaznaczyć, że „Falanga” musiała walczyć z dużymi trudnościami, aby móc przystąpić do produkcji filmowej. W czasie działań wojennych atelier zostało uszkodzone, a wiele sprzętu rozkradziono.

Tak więc po uruchomieniu teatrów otwierają się dla artystów polskich nowe możliwości pracy i zarobku⁶⁸.

Redakcyjna zapowiedź wiernego towarzyszenia owym „nowym drogom polskiego filmu” nie została zrealizowana, gdyż — wbrew anonsowi 7 Dni — żadna tego typu produkcja fabularna nie została uruchomiona. W tej sytuacji godzinówka poza wspomnianymi quasi-recenzjami ogłosiła kilka popularyzatorskich artykułów ogólnych na temat dostępności kina, dziejów filmu i najbardziej podstawowych zasad filmowej estetyki⁶⁹, dwa szkice o filmie rysunkowym⁷⁰, notatki o charakteryzacji aktorów oraz dublerach i kaskaderach na planie⁷¹ oraz dwie impresje poświęcone karierom popularnych gwiazd lat trzydziestych — Anny Ondra i Hedy Kiesler⁷², notabene całkowicie przemilczając fakt, że pierwsza (aktorka kina niemieckiego) była z pochodzenia Czeszką urodzoną w Polsce, a druga, Austriaczka, właściwą karierę zrobiła dopiero po wyjeździe do USA. Wszystkie „filmoznawcze” publikacje godzinówki utrzymane były na bardzo niskim poziomie merytorycznym, nie wykraczającym poza felietonowo ujęte truizmy.

Zagadnienia m u z y c z n e obecne były w warszawskim tygodniku przez wszystkie cztery lata jego ukazywania się, zajmowały wszakże niewiele miejsca. Poza szkicem o naukowym muzykologicznym badaniu dźwięków przyrody⁷³ i bardzo powierzchowną prezentacją dziejów i współczesności muzyki węgierskiej⁷⁴ ogłoszono w 7 Dniach kilka ciekawostek o instrumentach⁷⁵ oraz ploteczek i anegdot o dawnych i współczesnych muzykach, kompozytorach i

⁶⁸ „Nowe drogi polskiego filmu”, 7 Dni 1941 nr 7. Ten zagadkowy epizod jest prawdopodobnie nieznanym historykom filmu, a w każdym razie nie wspomina o nim we fragmentach poświęconych sytuacji filmu w GG J. Toeplitz („Historia sztuki filmowej”, t. V: 1939-1945, Warszawa 1970) autorzy zbiorowej „Historii filmu polskiego” (t. III: 1939-1956, Warszawa 1974). Data — luty 1941 — wskazywałaby, że zapewne należy łączyć artykuł z 7 Dni z podejmowanymi dokładnie w tym samym czasie (i zresztą odrzuconymi ostatecznie przez Niemców) inicjatywami reżysera J. Fethkego, który w publicznych i drukowanych wypowiedziach sugerował gotowość osobistego współtworzenia „polskiego” filmu GG (por. J. Toeplitz, jw., s. 329-330).

⁶⁹ Kinoman: „Kino dla żebraków i milionerów”, 7 Dni 1942 nr 45; W. Wądołowski [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Pół wieku na srebrnym ekranie”, tamże 1943 nr 46; J.M.: „Rzeczywistość filmowa”, tamże 1943 nr 48; W. Wądołowski [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Film — dokumentem życia”, tamże 1944 nr 29.

⁷⁰ T. Nowosielski: „Narodziny Mickey Mouse. Tajemnice filmów obrazkowych”, 7 Dni 1941 nr 6; A.H.: „Jak powstała Śnieżka”, tamże 1943 nr 21.

⁷¹ zb.: „Piękność gwiazd filmowych”, 7 Dni 1942 nr 6; „Nieznani bohaterowie filmowi”, tamże 1942 nr 32.

⁷² Świst-Poświst: „Gwiazda najbardziej dziewczęca”, 7 Dni 1942 nr 36; „Droga do kariery filmowej”, tamże 1943 nr 21.

⁷³ „Muzyka bez instrumentów”, 7 Dni 1940 nr 1.

⁷⁴ T. Nowosielski: „Muzyka węgierska”, 7 Dni 1940 nr 9.

⁷⁵ „Marimba. Strojenie siekiera”, 7 Dni 1941 nr 3; Wr.: „Tajemnica Stradivariusza odkryta”, tamże 1942 nr 7; „Król instrumentów”, tamże 1943 nr 46.

śpiewakach operowych⁷⁶. Odnotowano także 40-lecie śmierci Giuseppe Verdiego⁷⁷ oraz zaprezentowano bliżej współczesne warszawskie orkiestry jazzowe⁷⁸. Aż 134 z ogólnej liczby 147 tekstów muzycznych stanowiły małe recenzje oraz sprawozdania z jawnych imprez i koncertów muzycznych, „upychane” kątem w bynajmniej nie odpowiadającej im rubryce „Scena. Estrada. Ekran”, gdzie zupełnie ginęły wśród omówień rewii i fars. Przedmiotem zainteresowania była tu wyłącznie muzyka poważna — symfoniczna i kameralna, a także recitale solowe polskich artystów. W odróżnieniu od wszystkich innych dziedzin życia „kulturalnego” GG odbywane głównie w kawiarniach jawne koncerty muzyczne dla Polaków reprezentowały rzeczywiście profesjonalny poziom, odbywały się z udziałem wybitnych muzyków i w zasadzie — z wyjątkiem nielicznych szczególnych przypadków — dozwolone były przez czynniki konspiracyjne, nie nakazujące w tym przypadku bojkotu artystom ani publiczności. Należy przypuszczać, że władze hitlerowskie uświadamiały sobie ów szczególny status życia muzycznego i stąd zapewne jaskrawa próba jego marginalizacji. W 7 *Dniach* pozostawiano dla sprawozdań muzycznych tak niewiele powierzchni, że w kilkunastowersowych notatkach niemal nie można było zawrzeć innych informacji niż kronikarskie odnotowanie nazwisk koncertujących i tytułów utworów. Ponadto nawet przy tak skromnych możliwościach dawały się odczuć preferencje redakcji dla tych artystów, którzy otwarcie manifestowali swą uległość i służalczość wobec okupanta (jak dyrygent Adam Dołżycki⁷⁹, pianista Józef Śmidowicz czy skrzypek Wacław Niemczyk). Sprawozdania muzyczne 7 *Dni* sygnowane były inicjałami A.S. (styczeń 1941 — styczeń 1942, styczeń — lipiec 1944), P. (luty — maj 1942), J.M. (maj 1942 — wrzesień 1943) oraz M.J. (kwiecień — maj 1943) — w wypadku koncertów warszawskich, krakowskie zaś rejestrował (wyłącznie między lipcem 1941 a majem 1942) wspomniany już wyżej terenowy korespondent sygnujący Robot. lub Rob. Sporadycznie recenzje ukazywały się także bez podpisu.

Analogicznie jak *Ilustrowany Kurier Polski*, warszawski periodyk podejmował także temat t a n c a r t y s t y c z n e g o, koncentrując się przy tym — trochę wbrew osobistym preferencjom redaktora naczelnego — nie na tańcu typu rewiowego⁸⁰, lecz balecie. Ten ostatni w GG zawodowo uprawiany w Teatrze Miasta Warszawy⁸¹, okazjonalnie prezentował się na specjalnych po-

⁷⁶ Zb.: „«Szlachetny» przyjaciel”, 7 *Dni* 1940 nr 13; „Małe dziwactwa wielkich kompozytorów”, tamże 1941 nr 24; [K.]: „Mozart”, tamże 1941 nr 49; „Gigli w domu” 1942 nr 52; L. Mokrski [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Autooor!... Kto skomponował?”, tamże 1943 nr 21; S. [J. Dąbrowa-Sierżputowski]: „Pierwsza Halka”, tamże 1943 nr 37.

⁷⁷ Lubicz [J. Leżański]: „Z tygodnia na tydzień”, 7 *Dni* 1941 nr 7.

⁷⁸ A. Mur. [A. Szklarski]: „Ludzie jazzu”, 7 *Dni* 1943 nr 16; A.M. [A. Szklarski]: „Jak odpoczywa Warszawa. Reportaż z estrady kawiarnianej «Śwanu» [!]”, tamże 1943 nr 24.

⁷⁹ Szczególny rozgłos redakcja starała się nadać organizowanemu przez Niemców przy czynnym współudziale Dołżyckiego tzw. „koncertom robotniczym” w warszawskich zakładach pracy, mającym dowodzić troskliwości administracji okupacyjnej o życie kulturalne polskiego robotnika (por.: „Koncert w fabryce”, 7 *Dni* 1940 nr 16; R.: „Koncert w ... fabryce”, tamże 1943 nr 26).

⁸⁰ Por. zwł.: Dr T.P. [G. Becker-Endemann]: „Taniec w warszawskich variétés”, 7 *Dni* 1940 nr 9.

⁸¹ Por. zwł.: H.W. [H. Wielgomasowa]: „Teatr Miasta Warszawy: «Les Petits Riens»”, 7 *Dni* 1942 nr 16; „Coppelia i balet warszawski”, tamże 1943 nr 41.

rankach organizowanych przez niektóre teatryki rewiiowe, pragnące nieco polepszyć swój artystyczny image (zwłaszcza „Nowości” i „Jar”), był wreszcie przedmiotem kształcenia w specjalistycznych szkołach prywatnych Leona Wójcikowskiego i Niny Rojewskiej oraz Zofii Pflanz-Dróbeckiej. Zwłaszcza ta ostatnia była przedmiotem systematycznej uwagi *7 Dni*, w rubryce „Scena. Estrada. Ekran” odnotowujących skrupulatnie kolejne tzw. popisy uczennic tej placówki (z 40 publikacji i notatek o tańcu aż 9 odnosiło się do pracy szkoły Pflanz-Dróbeckiej⁸². Gadzinówka wykładała także ochodzony na deskach „Jaru” jubileusz wybitnego tancerza i baletmistrza Aleksandra Sobiszewskiego⁸³. Artykuły, recenzje, notatki o tańcu i balecie pisywane były przez „wszechstronną” Helenę Wielgomasową lub — w większości — ukazywały się bez podpisu.

Odmienne niż jego krakowski poprzednik warszawski tygodnik gadzinowy nie propagował sztuk plastycznych Niemiec i państw z nimi związanych czy choćby szczątkowej „sztuki” GG. Ku zagadnieniom plastycznym sensu stricto zwrócono się w *7 Dniach* właściwie tylko jeden raz, zarazem ostentacyjnie wybierając obszar szczególnie jaskrawo raniący polskie uczucia narodowe. Mianowicie w sierpniu 1940 r. ukazał się cykl sześciu reprodukcji z monachijskiej wystawy współczesnego niemieckiego malarstwa i rzeźby o tematyce wojennej składający się z portretu Hitlera pędza Josepha Wahla, popiersia Fryderyka Wielkiego dłuta Josepha Thoraka oraz — przede wszystkim — obrazów Franza Eichhorsta „Ostrzeliwanie Warszawy” i „Niemieckie wojska w Warszawie”, Georga Sieberta „Moi towarzysze broni w Polsce 1939”, Clausa Bergena „Ostrzeliwanie Westerplatte”⁸⁴. Rozpowszechnianie obrazów czy grafik malarzy III Rzeszy stawiających Wehrmacht nie było rzadkością w quasi-kulturalnych periodykach GG, ale poza tym przypadkiem nie miał miejsca wybór materiału tak jednoznacznie triumfalistycznie nawiązującego do zwycięstwa Niemiec we wrześniu 1939, reprodukowanego w czasopiśmie adresowanym, bądź co bądź, do czytelnika polskiego. Redakcyjna decyzja nabierała więc charakteru świadomej prowokacji. Twórczością polską warszawska gadzinówka nie zajmowała się poza okazjonalnym zwróceniem uwagi na stwierdzone w Warszawie fakty sprzedawania przez oszustów falsyfikatów obrazów Kossaków, Fałata czy Brandta⁸⁵.

Odnotujemy wreszcie kilka reportaży czy recenzji z występów cyrkowych, dotyczących głównie pracy czynnego w latach wojny polskiego Cyrku Letniego⁸⁶, a także wizyty w Warszawie słynnego niemieckiego Cyrku Buscha⁸⁷, w tym ostatnim przypadku nie wspominających oczywiście o głośnym i odnoto-

⁸² Poza drobnymi sprawozdaniami i notatkami por. zwł.: H. Wielgomasowa: „W przybytku Terpsychory”, *7 Dni* 1942 nr 5 oraz A. Mur. [A. Szklarski]: „Godzina tańca. Reportaż z poranku baletowego”, tamże 1943 nr 11.

⁸³ „Złote gody ze sceną Aleksandra Sobiszewskiego”, *7 Dni* 1944 nr 18.

⁸⁴ „Wojna w sztuce niemieckiej na wystawie w Monachium”, *7 Dni* 1940 nr 13.

⁸⁵ Lubicz [J. Leżański]: „Z tygodnia na tydzień”, *7 Dni* 1941 nr 10.

⁸⁶ Por.: B. Ziemiński: „Cyrk przyjechał”, *7 Dni* 1940 nr 6; S. K.: „Wesołe miasteczko”, tamże 1942 nr 23; „Cyrk”, tamże 1943 nr 20; A.H.: „Cyrk. Popis akrobatów rowerowych”, tamże 1943 nr 22.

⁸⁷ „Circus Busch”, *7 Dni* 1940 nr 13.

wanym przez prasę podziemną z uznaniem bojkocie tej placówki przez publiczność polską.

W sumie trzeba stwierdzić, że — może poza dziedziną teatru i sceny — rzetelność sprawozdawcza *7 Dni*, pojmowana nawet czysto rejestracyjnie, pozostawiała bardzo wiele do życzenia, owocując głównie odnotowywaniem wydarzeń przypadkowych lub wynikających z koteryjnych i kumoterskich układów dziennikarzy gadzinówki z poszczególnymi placówkami „kultury” GG, kupującymi sobie przychyłność pisma. Rzetelność zaś ocen merytorycznych była z założenia wykluczona nie tylko z braku sił fachowych, ale przede wszystkim dlatego, iż kolidowała z apriorycznym założeniem (a raczej cynicznym kłamstwem) o satysfakcjonującym i obfitującym w znaczące dokonania życiu kulturalnym Polaków w Generalnym Gubernatorstwie, przyjętym i obowiązującym w całej quasi-kulturalnej prasie GG w języku polskim.

4 Znany „dekalog obywatelski” ogłoszony w prasie konspiracyjnej w maju 1940 r. zakazywał m. in. kontaktów z polskojęzycznymi wydawnictwami i prasą GG⁸⁸, automatycznie więc odnosił się i do periodyków quasi-kulturalnych, w tym i *7 Dni*. Kiedy jednak czynniki podziemne, z Kierownictwem Walki Cywilnej na czele, zorientowały się, że zamierzony permanentny bojkot prasy gadzinowej jest nierealny i nie może zostać wykonany z powodów choćby praktycznych (np. potrzeba znajomości rozporządzeń okupanta, lektura ogłoszeń etc.) — wówczas zmiennie złągodziły swoje stanowisko. W kwietniu 1942 r. w specjalnym wezwaniu dozwolono nabywanie i lekturę polskojęzycznych dzienników informacyjnych (nakazując wszakże ich bojkot w piątki), natomiast w pełni podtrzymano zakaz „w stosunku do pism «rozrywkowych» jak «Fala», «7 Dni», «Kurier Ilustrowany» [sic! właściwie «Ilustrowany Kurier Polski»] — których czytanie nie może być niczym usprawiedliwione”⁸⁹. Wynikałby stąd wniosek, że w kręgach Kierownictwa Walki Cywilnej uznano periodyki quasi-kulturalne za bardziej szkodliwe dla interesu narodowego niż „szmatławce” informacyjne.

Nie dzieląc tej szczegółowej konstatacji (co w żadnym wypadku nie może być uznane za próbę „rehabilitacji” ogłupiających czasopism), zauważmy, iż *7 Dni* znajdowało się pod szczególną obserwacją podziemia. Wprawdzie, jak zaświadcza niezwykle skrupulatna bibliografia Jadwigi Czachowskiej, nie zaatakowano warszawskiej gadzinówki specjalnie jej poświęconą publikacją, nie są również znane odwetowe działania przeciwko redakcji, niemniej aż czterech dziennikarzy *7 Dni* zostało zidentyfikowanych i po ujawnieniu niektórych używanych pseudonimów imiennie napiętnowanych w *Biuletynie Informacyjnym* jako „osoby występujące się propagandzie okupanta”, które „straciły

⁸⁸ „Dekalog obywatelski” został opublikowany równolegle w konspiracyjnych pismach *Polska Żyje* (1940 nr 47-48) i *Biuletyn Informacyjny* (10 V 1940), przedruk w: W. Bartoszewski: „1859 dni Warszawy”, Kraków 1984, s. 134-135.

⁸⁹ „Wezwanie. Piątki — dniem bojkotu”, *Biuletyn Informacyjny* 1942 nr 16 (apel podpisany przez Kierownictwo Walki Cywilnej).

raz na zawsze prawo do życia w wolnej Ojczyźnie". Infamia dosięgła Józefa Dąbrowy-Sierzputowskiego, Ludwika Ziemkiewicza, Alfreda Szklarskiego i Józefa Leżańskiego⁹⁰.

Żadna z pozostałych quasi-kulturalnych gadzinówek nie została już w czasie okupacji tak szczegółowo rozpoznana przez podziemie. I to chyba jedyny powód do specyficznej „chwaly” warszawskiego tygodnika *7 Dni*, który podobnie jak jego poprzednik i wzór — *Ilustrowany Kurier Polski* nie miał nic wspólnego z tradycjami polskiego czasopiśmiennictwa społeczno-kulturalnego.

⁹⁰ „Współpracownicy prasy gadzinowej”, *Biuletyn Informacyjny* 1942 nr 18. Dąbrowa-Sierzputowski i Ziemkiewicz zostali napiętnowani również z racji równoległej współpracy z *Nowym Kurierem Warszawskim* i *Falą*, dlatego w przywołanym wykazie współpracowników gadzinówek warszawskich i lwowskich ich nazwiska znajdują się pod tymi tytułami, a nie pod *7 Dniami*.

JOANNA MACHOWSKA

METAFORA W NOWOMOWIE

Próżne są starania karłów, którzy z pianą na ustach i potrząsając bombą atomową usiłują bronić straconych pozycji skazanego na zagładę ustroju kapitalistycznego.

Trybuna Ludu 1952, nr 21 s. 1

Tytuł artykułu łączy dwa problemy. Należy postawić dwa trudne do odpowiedzi pytania: Co to jest nowomowa? Co to jest metafora?

1. Prace dotyczące nowomowy, powstałe na gruncie polskim (ewentualnie obozu postkomunistycznego) są nieliczne i stanowią niewielką część tego, co napisano o nowomowie.

Termin nowomowa wywodzi się z książki George Orwella „Rok 1984” i jest tłumaczeniem angielskiego „newspeak”. Nie znaczy to jednak, że zjawisko nie istniało już wcześniej. Źródła nowomowy możemy bowiem upatrywać przede wszystkim w języku perswazji politycznej (istniejącym, odkąd istnieje na świecie jakakolwiek władza), a także w języku biurokracji, np. język administracji carskiej zwany był „dubowej jazyk” (drewniany język).

Definicja nowomowy nie została ustalona. Najczęściej mówi i pisze się o niej jako o odmianie języka, rzadziej jako o mowie czy stylu. Każdy ze stosowanych terminów może być przedmiotem dyskusji. Michał Głowiński określeniu nowomowy przez któryś z powyższych terminów poświęca także kilka uwag:

Czym ona [nowomowa] jednak jest? Mówiąc o niej używałem trzech terminów: język, mowa, styl (...). Jedną z jej [nowomowy] podstawowych właściwości jest, że ma ona ambicje uniwersalne (...). Prawda, że zrodziła się w publicystyce politycznej, ale stała się wzorcem mówienia o zasięgu dużo szerszym i — w konsekwencji — aspiruje do uniwersalności. Z tej racji określiłbym nowomowę jako *quasi-język*¹.

¹ Por. M. G ł o w i ń s k i: *Nowomowa po polsku*. Warszawa 1990, s. 9-10.

Inaczej o nowomowie pisze Walery Pisarek: „niemal cała literatura o tej politycznie motywowanej odmianie języka jest motywowana politycznie”².

2. „O metaforze napisano już tak wiele...³ — w ten sposób rozpoczyna się większość prac poświęconych temu problemowi. Wszyscy badacze tego zagadnienia na początku swych dzieł ujawniają zwykle liczne wątpliwości, obawiając się zarzutu nieznajomości całej literatury, powtórzeń, jakie mogą z tego wynikać lub wyważania otwartych już drzwi. Każdy stara się więc podejść do tematu z innej strony i stworzyć nową, odkrywczą teorię.

Metaforą zajmują się naukowcy najrozmaitszych dziedzin, teoretycy literatury, językoznawcy, filozofowie, antropolodzy, psychologowie i socjologowie. Mimo to, a może właśnie dlatego nie potrafimy dać jednoznacznej odpowiedzi na podstawowe (a zarazem najtrudniejsze) pytania: co to jest metafora? Jakie posiada funkcje i cechy?

W „Słowniku terminów literackich” znajdujemy sformułowanie: metafora — „wyrażenie, w którego obrębie następuje zamierzona przemiana znaczeń składających się na nie słów. Nowe zmienione znaczenie, zwane metaforycznym kształtuje się zawsze na fundamencie znaczeń dotychczasowych pod presją szczególnych okoliczności użycia, np. niezwyklej frekwencji, a zwłaszcza niezwyklego kontekstu słownego wprowadzającego składniowe zależności między wyrazami dotąd w takich zespoleniach nie występującymi”⁴. W definicji tej pojawiają się dwa istotne dla dalszych rozważań pojęcia: znaczenie i kontekst.

Przy interpretacji metafor na podstawie zaskakujących często kontekstów przede wszystkim posługuję się formułą Teresy Dobrzyńskiej: „aby powiedzieć jaki jest x, myślę o y-u, ponieważ o x można powiedzieć to, co mówi się o y-u”⁵.

3. W języku perswazji politycznej każdego okresu chodzi o oddziaływanie emocjonalne, a przez nie o kształtowanie hierarchii wartości u czytelnika, a więc „używanie pewnych słów z premedytacją nie dla ich znaczenia referencjalnego, ale ze względu na ich wartość emocjonalną”⁶.

Czy język publicystyki z czasów nowomowy, a ściślej czy używane w nim metafory różnią się i w jakim stopniu od współczesnej publicystyki, np. z okresu przedwyborczego? Możemy starać się odpowiedzieć na to pytanie przypominając niektóre teksty z tamtych lat.

3.1. Wybrane przykłady metafor w nowomowie są zaczerpnięte z *Trybuny Ludu* (dalej: *TL*) z okresu od stycznia 1949 do czerwca 1956 roku. Jak wiadomo, *Trybuna Ludu* była organem PZPR rozprowadzanym w całym kraju. Przykłady pochodzą głównie z artykułów interpretujących bieżące wydarzenia w Polsce i na świecie oraz z krótkich felietonów i kronik zamieszczanych regulaminie, np.

² Por. W. Pisarek: O nowomowie inaczej. *Język Polski* 1993 nr LXXIII, s. 3.

³ G. Lakoff, M. Johnson: *Metafory w naszym życiu*. Warszawa 1988, s. 5.

⁴ M. Głowiński, T. Kostkiewiczowa, A. Okopień-Sławińska, J. Sławiński: *Słownik terminów literackich*. Wrocław 1988, s. 274.

⁵ T. Dobrzyńska: *Warunki interpretacji wypowiedzi metaforycznych*. [W:] *Teoria tekstu*. Wrocław 1986, s. 57.

⁶ Por. W. Pisarek: O nowomowie inaczej. *Język Polski* 1993, nr LXXIII, s. 5.

„Tydzień na arenie świata”, których autorem był Zygmunt Broniarek. Pominęte zostały przemówienia przywódców partyjnych, gdyż celem artykułu jest analiza tekstów publicystycznych, nie zaś retoryka przemówień.

Oddziaływaniu emocjonalnemu, a przez to kształtowaniu czytelnika służyły liczne zabiegi retoryczne i stylistyczne (w przypadku wygłaszania — intonacyjne), które odpowiednio formułowały nadawany tekst. Przede wszystkim jednak służył temu dychotomiczny podział świata i jego językowy obraz z okresu rozkwitu nowomowy. Charakterystyczne więc dla tego rodzaju tekstów metafory dzielę na odnoszące się do świata — oni; i do socjalistycznej rzeczywistości — my. Taki podział wpływa na przejrzystość opisu i na możliwość wyprowadzenia wniosków dotyczących sposobów metaforyzowania nowomowy. Pokażę, jakie tropy, figury i wartości semantyczne znalazły się w charakterystyce „pięknego i postępowego obozu socjalizmu”, jakie w charakterystyce „zgniłego i chylącego się ku upadkowi obozu kapitalizmu”.

Przyjrzenie się metaforom tamtych tekstów przyczynia się do poznania fragmentu rzeczywistości lat pięćdziesiątych. Należy się zastanowić, czytając urywki podanych poniżej tekstów, jaki jest ich stosunek do językowego obrazu świata, jeśli, jak piszą Jerzy Bartmiński i Ryszard Tokarski, językowy obraz świata „jest to pewien zespół sądów mniej lub bardziej utrwalonych w języku, zawartych w znaczeniach wyrazów lub przez te znaczenia implikowanych, który orzeka o cechach i sposobach istnienia obiektów świata pozajęzykowego”⁷.

Świat wroga — oni (cechy)

1. Okrucieństwo i bestialstwo

Ludzie, jak bankier Thomas Mac Kittrick, (...) — dziś wymachują brudną płachtą Goebbelsa, (...) aby podżegać do wojny.

TL 1952 nr 48 s. 3

Cytat jest przykładem peryfrazy: wymachiwać brudną płachtą Goebbelsa, znaczy: ‘głosić kłamliwą propagandę’. Chociaż peryfrazą ta jest dość łatwa do rozszyfrowania, nie można jednak odmówić jej pomysłowości. Z jakich powodów szerzenie propagandy (x) zostało przyrównane do wymachiwania płachtą (y)? Myślę, że należy przywołać obraz hiszpańskiej corridy, gdyż chyba takie asocjacje chciał wywołać u odbiorcy nadawca. Propaganda bowiem stosuje mnóstwo chwytów i manewrów, aby odnieść zwycięstwo, podobnie, jak mata-dor nad bykiem. Przymiotnik brudną odniesiony w powyższym cytacie do płachty odpowiada przymiotnikowi: kłamliwą odniesionemu do rzeczownika propaganda. Druga przydawka do płachta — wydaje się zupełnie jasna. Joseph Goebbels był ministrem propagandy w hitlerowskich Niemczech. Jego osoba

⁷ Por. J. Bartmiński, R. Tokarski: Językowy obraz świata a spójność tekstu. [W:] Teoria tekstu. Wrocław 1986, s. 72.

jest przywołana jako symbol kogoś, kto uprawia (szerzy) kłamliwą i odstępczą propagandę kojarzoną z systemem faszystowskim.

Ale taniec czarownic, dookoła zwłok niewinnych ofiar — taniec wszczęty przez ciemne typy z Białego Domu, jak bumerang obraca się przeciwko nim.

TL 1952, nr 48, s. 3

W przykładzie tym widać rozluźnienie związków semantyczno-logicznych pomiędzy członami tej wypowiedzi. Wyrażenie: taniec czarownic dookoła zwłok niewinnych ofiar jest zaskakującą peryfrazą, przez którą nadawca chce zasygnalizować zbrodnicze dążenia wroga do zawładnięcia światem. Taniec czarownic jest oczywistą aluzją do sabatu czarownic. Dziwne skojarzenia w materialistycznym świecie! By jednak peryfraza ta nie była zbyt zakamuflowana, następny człon jest wyjaśnieniem, kto kryje się pod postaciami czarownic — ciemne typy z Białego Domu. Tu mamy do czynienia z niewybrednym epitetem: ciemne typy. Ciemne typy z Białego Domu również tańczą. To może wywołać efekt komiczny, gdyż grupa imienna: ciemne typy z Białego Domu odnosi się do sfer rządowych Stanów Zjednoczonych. Ich taniec, dodajmy dookoła zwłok niewinnych ofiar tworzy metaforę w publicystyce patologiczną. Najbardziej jednak nieprawdopodobny jest ostatni człon wypowiedzi: jak bumerang obraca się przeciwko nim. Porównanie tańca do bumerangu wykracza, podejrzewam, poza możliwości percepcyjne każdego czytelnika. Tkwi tu zresztą błąd merytoryczny, gdyż bumerang nie wyrządzi krzywdy temu, kto umie się nim posługiwać. Nadawca założył więc z góry, że rząd USA nie potrafi posługiwać się bumerangiem lub raczej nie spodziewa się, iż jego taniec (!) zmieni się w bumerang.

2. Zdrada i zaprzędanie

(...) kraje kapitalistyczne, które zaprzędały się Wall Street za miskę marshallowskiej soczewicy.

TL 1949, nr 8, s. 3

Tito-Judasz sprzedaje Jugosławię.

TL 1949, nr 176, s. 3

(...) za zdradziecką, sprzedańczą judaszowską robotę przywódców nie ponoszą winy masy żołnierzy ...

TL 1949, nr 178, s. 4

Judasze ze szkoły Tito, ...

TL 1949, nr 221, s. 1

(...) by jak najgoręcej odwdziaczyć się za judaszowe srebniki ...

TL 1949, nr 2498, s. 4

Judaszowe plany ...

TL 1949, nr 252, s. 3

W powyższych cytatach mamy do czynienia z rzeczownikiem judasz jako apelatywem i przymiotnikiem judaszowy. Sięgnijmy do SJPD:⁸ judasz — człowiek fałszywy, podstępny, obłudny, zdrajca.

⁸ SJPD — Słownik języka polskiego pod redakcją W. Doroszewskiego, t. I-XI. Warszawa 1958-1969.

Zapelatywizowana nazwa osobowa rodem z Biblii zadomowiła się w naszym języku. Apelatywizacja dokonała się przez metaforę: ktoś jest jak Judasz.

Przymiotnik judaszowy znaczy: 'obłudny, podstępny, fałszywy, zdradziecki'. Frazeologizmem jest natomiast wyrażenie: judaszowe srebrniki, a więc zapłata otrzymana za zdradę. Z Biblii pochodzi również wzmiankowana miska soczewicy. Biblijny rodowód metafor jest szokujący w połączeniu z ideową sytuacją nadawcy.

Watykan patronuje nawet takim wyrzutom społeczeństwa jak osławiony zdrajca i zaprzaniec, watażka emigracyjny, Anders, który wszystkie rachuby buduje na bombie atomowej.

TL 1950, nr 162, s. 3

(...) po krajach osłoniętych „kurtyną marshallowską” mogą swobodnie krążyć notoryczni podżegacze wojenni, szpiedzy, różne wyrzutki społeczeństw w rodzaju czetników, andersowców, mikołajczyków, kolaborantów i byłych hitlerowców.

TL 1949, nr 156, s. 3

W obu cytatach występuje dużo epitetów odnoszących się w pierwszym przykładzie do konkretnej osoby — Władysława Andersa, w drugim, przede wszystkim, do polskiej emigracji. Takie spiętrzenie epitetów jest charakterystyczne dla nowomowy, zwłaszcza gdy nadawca szczególnie chce epatować ekspresją. Dwa sformułowania powtarzają się: wyrzutki społeczeństwa i nazwisko: Anders. Wyraz Anders w pierwszym kontekście jest wyrazem określanym, w drugim zaś określającym, przy czym podlega pluralizacji. Takiemu samemu zabiegowi podlega także inna nazwa osobowa: Mikołajczyk. Jak pisze Czesław Kosyl, „pluralizacja nazw własnych służy metaforyzacji, czyli wyposażeniu nazw w semantykę apelatywną”⁹. Traktowanie nazw własnych jako apelatywów jest częste w nowomowie, aby przenieść cechę ujemną oznaczonej nazwą własną osoby na innych. Generał Anders zostaje określony dwoma bliskoznacznymi epitetami: zdrajca i zaprzaniec. Sformułowanie watażka emigracyjny jest tyleż pomysłowe, co śmieszne. Watażka jest tu użyty w znaczeniu przywódcy bandy rozbójniczej (SJPSz)¹⁰, który najwyraźniej musiał emigrować. W cytacie drugim występuje peryfraza: kraje osłonięte kurtyną marshallowską, rozbijająca utarty związek żelazna kurtyna. Pod tą peryfrazą kryją się naturalnie: kraje Zachodu. Dalej następują znów epitety charakteryzujące polską emigrację, co wiemy dzięki zapelatywizowanym nazwom własnym: andersowcy, mikołajczycy. Są to więc podżegacze wojenni, skostniałe już sformułowanie tu wzmocnione przymiotnikiem: notoryczni, potem szpiedzy, czyli zdrajcy, wspomniane wyrzutki społeczeństwa, których rodzaj jest tutaj dokładnie wyeksplícytowany, czetnicy (tzn. jugosłowiańscy nacjonaliści), z którymi zestawiona jest polska emigracja: andersowcy, mikołajczycy, kolaboranci innych nacji i byli hitlerowcy.

⁹ Cz. K o s y l: Forma i funkcja nazw własnych. Lublin 1983.

¹⁰ SJPSz — Słownik języka polskiego pod redakcją M. S z y m c z a k a, t. I-III. Warszawa 1988-1989.

3. Podstęp i hipokryzja

To oni gangsterzy w skórze dyplomatów, zbrodniarze w togach uczonych chcieliby zgotować narodom piekło Majdanków i Oświęcimów.

TL 1951, nr 35 s. 1

W powyższej peryfrazie odnajdujemy ślady frazeologizmów zbudowanych wokół leksemu: skóra. W tym wypadku został strawestowany zwrot biblijny o wilkach w skórze owczej, czyli o ludziach podających się za kogo innego. Wyrażenie: w skórze dyplomatów oznacza udawanie, podszywanie się pod kogoś innego, skóra w tym kontekście to maska. W wyrażeniu drugim występuje dla zróżnicowania toga.

Przykład ten jest peryfrazą, choć z pozoru wydaje się, że postaci, o których mowa, zostały eksplicytnie nazwane — gangsterzy i zbrodniarze. Znając jednak ówczesną sytuację należy stwierdzić, że za tą peryfrazą ukrywają się dyplomaci z krajów zachodnich i USA, a także uczeni z za „żelaznej kurtyny”.

... by móc lepiej zdziierać tę amerykańską maskę z oblicza starej kokoty socjal-zdrady próbującej odświeżyć się i odmłodzić przy pomocy nowych zastrzyków dolarowych ...

TL 1953, nr 11 s. 6

W powyższym kontekście występuje personifikacja, choć znajdujemy w nim złośliwy epitet, ironię, metonimię i peryfrazę. Nadawca wykazał tu dużą pomyślność leksykalno-semantyczną. Socjaldemokrację, a więc pewien nurt polityczny lub polityczno-ideologiczny zmienił na socjal-zdradę, tak więc pod drugi człon podstawił taką samą część mowy o diametralnie różnym znaczeniu. Miało to oczywiście służyć ironii, kpinie i zmienić konotację związaną z socjaldemokracją. Nazwa (tu pseudonazwa) orientacji politycznej zastępuje ludzi, którzy tę orientację reprezentują. Z kolei orientacja została spersonifikowana i wystąpiła w postaci starej kokoty pełnej hipokryzji, próbującej się dodatkowo odmłodzić przy pomocy nowych zastrzyków dolarowych. Ostatnie wyrażenie jest peryfrazą na określenie waluty amerykańskiej. Choć kłębi się w tym krótkim cytacie wiele tropów, personifikacja stanowi tu sedho całego łańcucha metafor.

4. Kontynuacja faszyzmu

... warto spenetrować ów matecznik organizacji młodzieżowych o wyraźnie brunatnym podszyciu.

TL 1956, nr 78 s. 2

Peryfrazę w powyższym cytacie stanowi wyrażenie: o (...) brunatnym podszyciu. Jest ona jednak logicznie i semantycznie połączona z metaforą właściwą: matecznik organizacji młodzieżowych. Nadawca upatruje jakieś podobieństwo pomiędzy organizacjami młodzieżowymi (x) a matecznikiem (y). Podobieństwa tego należy się prawdopodobnie doszukiwać w dużej liczbie tych organizacji i w ich nie do końca sprecyzowanych orientacjach. Z leksemem matecznik związana jest semantycznie wyszczególniona powyżej peryfraza.

Podszyście bowiem 'to warstwa roślinności (...) w lesie do wysokości kilku metrów' (SJPD). Naturalne więc, iż w mateczniku jest podszyście. Podszyście ma jednak kolor brunatny. Barwa ta jednoznacznie kojarzy się z ubiorem faszystów. Wyrażenie: brunatne podszyście jest peryfrazą, za którą kryje się konkretny nurt ideologiczny — nurt faszystowski.

5. Walka o władzę nad światem

Machina planu Marshalla funkcjonuje bezbłędnie. Zębate kółka mechanizmu obracają się regularnie, pozornie niezależnie jedno od drugiego, bez poruszania centralnie potężnym motorem kapitału Wall Street i Watykanu.

TL 1949, nr 1 s. 3

Porównanie to jest, trzeba przyznać, obrazowe. Przedstawia plan Marshalla jako maszynę — urządzenie techniczne. Każdy odbiorca potrafi odczytać aluzję w tym porównaniu zawartą. Kapitał Wall Street i Watykanu to centralny motor, który rzekomo pozostaje w stanie spoczynku. Wszyscy jednak wiedzą, że to za jego sprawą działają poszczególne kółka, którymi są pojedyncze kraje zachodnie. W tym metaforycznym porównaniu x stanowi plan Marshalla, y zaś maszynę o zębatych kółkach.

Ten sam rząd, który brutalnie prześladował francuskich bojowników o postęp i pokój, który wolność chce wtłoczyć za więzienne kraty — dopuścił się dziś zbrodni ...

TL 1951, nr 99 s. 1

Zaslepiąca w swej nienawiści do pokoju francuska reakcja chciałaby wygnać pokój z granic Francji.

TL 1951, nr 99 s. 1

Nadal zaciskają [imperialiści amerykańscy] pętlę na życiu gospodarczym krajów zmarshalizowanych.

TL 1950, nr 12 s. 3

W cytacie pierwszym występuje personifikacja: za więzienne kraty można wtłoczyć tylko człowieka. Rząd francuski pragnie uwięzić wolność. Jako oksymoron, który stanowi „wyższe piętro” owej personifikacji, można potraktować uwięzienie wolności. Wolność nie może zostać uwięziona, gdyż przestanie być wówczas wolnością. Uwięziona wolność to połączenie semantycznie przeciwstawnych wyrazów: określającego i określanego.

Animizacji poddano pokój (z wyrażenia — wygnać pokój), z jakiegoś miejsca można wygnać i człowieka, i zwierzę. Również pętlę można zacisnąć tak na szyi człowieka, jak i zwierzęcia.

W cytacie trzecim nadawca umieścił duszone życie gospodarcze. Nadawca pokazuje, że wróg dąży do zdławienia gospodarki, do spowodowania jej recesji, regresu czy wręcz zastoju. Życie gospodarcze jest uogólnieniem zjawisk ekonomicznych. Trudno temu zjawisku zacisnąć pętlę na szyi.

To ich żal nieutulony za utraconym rajem — wyzysku — spędza sen z zachodnich powiek różnych „Dzienników” od siedmiu boleści.

TL 1952, nr 52 s. 1

W powyższym zdaniu nadawca użył dwu znanych frazeologizmów: od siedmiu boleści, a więc 'zły, marny, niedobrej jakości' i spędzać sen z powiek, tzn. 'zamartwiać się czymś, niepokoić' (SJPD). Spersonifikował też „dzienniki” przypisując im cechę ludzką: dzienniki mają spędzany sen z powiek. Najbardziej interesujący jest tu jednak oksymoron: raj wyzysku. Jest to typowy oksymoron łączący dwa antonimy. Ma sugerować odbiorcy, że tylko imperialiści wrogowie stworzyli dla siebie raj, który oparty był na nieszczęściu innych (z pewnością uciskanych mas robotniczo-chłopskich). Teraz ów raj utracili.

6. Rozkład kapitalizmu

Upadkowi i gniciu imperializmu (...) — odpowiada skleroza kultury.

TL 19549, nr 138 s. 3

Jest to wstręt wywołany obrzydliwym trupiń odorem wydzielanym przez rozkładający się kapitalizm.

TL 1949, nr 1 s. 5

Najmici burżuazji, apologeti świata wyzysku (...) próbują (...) szminkować trupio blade oblicza umierającego kapitalizmu.

TL 1949, nr 4 s. 4

... śmieszne są te próby ratowania nieuleczalnie chorego kapitalizmu magicznymi zaklęciami...

TL 1949, nr 206 s. 3

W powyższych przykładach trzykrotnie został zanimizowany lub spersonifikowany kapitalizm, w pierwszym zaś zanimizowany imperializm a spersonifikowana kultura.

Kapitalizm (x) albo porównywany jest do śmiertelnie chorego człowieka, bliskiego śmierci (y) — przykład czwarty — albo do już konającego (y1) — przykład trzeci, albo do trupa (y2) — przykład drugi. W dwu ostatnich cytatach wrogowie socjalizmu pragną jeszcze ratować własny świat (system), ale jasne jest, iż próby te zakończą się fiaskiem.

W przykładzie pierwszym, dla urozmaicenia, „gnije” imperializm, a kultura (x) — naturalnie stworzona przez cywilizację zachodnią — upodabnia się do sklerotycznego człowieka (y).

Równocześnie trwał w ciągu całego roku 1948 postępujący uwiąd starczy przekłętego, przegniłego, splamionego krwią i błotem, dojrzałego do grobu, niosącego mord i zdziczenie ustroju kapitalistycznego i obozu imperialistycznego.

TL 1949, nr 1 s. 5

Powyższa hiperbola opiera się przede wszystkim na dużej liczbie epitetów, którymi został obrzucony ustrój kapitalistyczny i obóz imperialistyczny. Jak one są? Przekłęte, przegniłe, splamione krwią i błotem.

Zarówno kapitalizm, jak i imperializm zostały również określone wyrażeniami: dojrzały do grobu, niosący mord i zdziczenie. Warto też zwrócić uwagę na metaforę (grupę imienną): uwiąd starczy. Jest to personifikacja lub animizacja takich pojęć, jak imperializm i kapitalizm. Interesujące jest zestawienie, a wła-

ściwie wymieszanie określeń zaczerpniętych z dwu pól semantycznych: starości i śmierci, oraz zbrodni.

Do pierwszego możemy zaliczyć: uwiad starczy, przegniły, dojrzały do grobu, do drugiego zaś przekłety, spaliony krwią i błotem, niosący mord i zdziwienie.

Te hiperbole miały wzbudzić u odbiorcy skrajną odrazę, a także przerażenie światem kapitalistycznym.

Nasza socjalistyczna rzeczywistość — My (cechy)

1. Ideowość komunistycznych bohaterów

Głos ich (skazanych komunistów) rozbrzmiewał donośnie poprzez mury sali sądowej, poprzez granice krajów i kontynentów.

TL 1951, nr 287 s. 3

Związek frazeologiczny, który spotykamy w powyższym zdaniu, pojawia się głównie w tekstach pisanych: głos rozbrzmiewał (donośnie). Tu głos ma szczególne właściwości, pozwalające mu przenikać nie tylko przez mur (ściany) sali sądowej, ale także pokonywać granice krajów, a nawet kontynentów. Naddawca wskazuje na niezwykłą siłę duchową i moralną skazanych komunistów. Ich zeznania i postawa miały taką moc, że poruszona została opinia publiczna nie tylko w ich własnym kraju, lecz także na całym świecie.

Uczmy się od Dzierżyńskiego (...) szlachetnej nienawiści do imperialistycznych zbrodniarzy ...

TL 1951, nr 200 s. 1

Z miłości Dzierżyńskiego do mas ludowych płynęła śmiertelna nienawiść do wyzyskiwaczy i ciemieżców.

TL 1951, nr 200 s. 1

W obu zacytowanych zdaniach zawierających oksymorony występuje leksem nienawiść. Uczucie nienawiści zalicza się w naszym kodeksie etycznym do pojęć nacechowanych ujemnie. Połączenie epitetu: szlachetna z rzeczownikiem nienawiść jest więc zaskakujące, gdyż opiera się na dwu antonimach. W tym wypadku przymiotnik szlachetna ma zmieniać znaczenie leksemu nienawiść. Nienawiść (w drugim przykładzie już nie szlachetna, ale śmiertelna) do imperialistów jest nie tylko konieczna i pożądana, ale jest to uczucie szlachetne, a więc etyczne.

Przykład drugi opiera się na zestawieniu antonimów, tym razem jest to para rzeczowników „wzorcowa”: miłość — nienawiść. To przeciwstawienie ociera się prawie o poezję miłosną, gdzie pomiędzy miłością i nienawiścią istnieje cienka granica. Zasadnicza różnica polega jednak na tym, że w podanym przykładzie występują dwa obiekty. Obiektem miłości są masy ludowe, zaś nienawiści — wyzyskiwacze i ciemieżcy. Kochając lud, Dzierżyński nienawidzi imperialistów i możemy być pewni: im bardziej kocha jednych, tym bardziej nienawidzi drugih.

2. Wódz — Stalin

Spokojnym, pełnym głębokiej ludzkiej mądrości wzrokiem, spoglądał Stalin z portretu przeciętego kirem.

TL 1953, nr 66 s. 2

W cytacie napotykamy specyficzny zabieg polegający na animizacji portretu. W jakim stopniu oczy osoby uwiecznionej na obrazie mogą być mądre, i to mądre głęboką ludzką mądrością, spokojne, jest sprawą dyskusyjną. Zależy to przede wszystkim od talentu malarza, po wtóre, od wrażliwości widza. Natomiast w możliwość spoglądania z obrazu wyposaża się zazwyczaj istoty nadprzyrodzone.

Geniusz Stalina sokolimi skrzydłami obdarzył ich [młodych] los, otworzył przed nimi wszystkie radości życia na ziemi, dumne szczęście walki o komunistyczną przyszłość.

TL 1953, nr 67 s. 2

Ich młodym sercom (...) Stalin dał hart i skrzydła w trudnych dniach budowy socjalizmu ...

TL 1953, nr 67 s. 2

Dwie powyższe hiperbole łączy pojęcie skrzydeł i utarty frazeologizm, w którego skład wchodzi też wyraz: 'ktoś, coś dodaje komuś skrzydeł, ktoś, coś pobudza, zachęca kogoś do działania' (SJPSz). Geniusz Stalina obdarzył jednak skrzydłami nie młodych, lecz ich los. Prawdopodobnie nadawca sugerował, że życie młodych jest teraz lepsze. Skrzydła są sokole.

Być może dlatego, iż sokół jest ulubionym nie tylko przez komunistów ptakiem — symbolem. Geniusz Stalina nie tylko obdarzył los młodych skrzydłami, lecz także otworzył przed młodym pokoleniem radości życia i szczęście walki o komunistyczną przyszłość. Leksem otworzyć zastępuje tu takie predykaty jak: dać, stworzyć możliwości itd.

W cytacie drugim Stalin przydał z kolei skrzydła nie losowi młodych, ale ich sercom. Odnajdujemy tu również ślady frazeologizmu hart ducha zmienionego na hart serca z powodów trudnych do wyjaśnienia (może duch brzmi zbyt metafizycznie). Użycie natomiast rzeczownika serce nie powinno dziwić. Z leksemem tym wiążą się w naszym kręgu kulturowym ciągi asocjacji. Serce to 'właściwości człowieka, jego charakter, usposobienie, skłonności, typ uczuciowości' a także 'siedlisko wewnętrznych przeżyć' (SJPSz).

3. ZSRR — wzór i przykład

... Związek Radziecki (...) stoi na straży pokoju, jako groźna siła wobec wrogów i niewzruszona opoka dla przyjaciół.

TL 1951, nr 169 s. 3

Przewodzi jej [walce o pokój] niezwyciężony Związek Radziecki — ostoja i twierdza pokoju światowego.

TL 1951, nr 100 s. 1

Narody świata (...) ufne w niepokonaną siłę Kraju Rad — bastionu pokoju i demokracji prowadzą walkę przeciwko wojnie.

TL 1951, nr 35 s. 1

Powyższe przykłady łączy wspólne mikropole semantyczne odnoszące się do ochrony, obrony czegoś. W cytacie pierwszym ZSRR to opoka, a więc skała, coś wiecznego, niepokonanego (przywołuje na myśl Biblię), w drugim to twierdza, w trzecim bastion. Tego rodzaju metafory były ulubione i często wykorzystywane przez nowomowę.

4. Zycieński socjalizm w rozkwicie

Miliony ludzi wykuwają nowe zwycięstwo rolnictwa radzieckiego w roku przyszłym.

TL 1949, nr 1 s. 7

W powyższym zdaniu wykorzystano przenośne znaczenie czasownika wykuwać.

SJPSz podaje m.in. przykłady: wykuwać lepszą przyszłość, nowe życie. Posługując się tą potoczną metaforą stworzono nowe sformułowanie: wykuwać zwycięstwa, a więc osiągać, tworzyć je. Także leksem zwycięstwo użyto tu metaforycznie w znaczeniu sukcesy.

Z imieniem Stalina — Lenina (...) na ustach, ludzie radzieccy (...) idą na wyścigi z czasem.

TL 1949, nr 1 s. 7

Wyścig z czasem jest także ulubionym wyrażeniem nowomowy.

... w tych podstawowych organizacjach partyjnych, w których życie wewnętrzne bije mocnym pulsem...

TL 1952, nr 278 s. 1

Wyrażenie mocny, puls oznacza zdrowie, siłę, dobrą kondycję. Fakt ten wykorzystał nadawca tworząc powyższą metaforę. Zwykle jednak mówi się, iż to puls bije, coś pulsuje, a nie że coś bije pulsem. Zdanie: życie wewnętrzne bije mocnym pulsem możemy zastąpić: życie wewnętrzne ma mocny puls. Kolejną metaforę stanowi stwierdzenie, że podstawowe organizacje partyjne posiadają życie wewnętrzne. Spotykamy się tu z personifikacją, a jednocześnie z metoniimią. Nie chodzi bowiem o organizację, ale o ludzi, którzy w nich działają.

Festiwal w Budapeszcie wspólnie demonstruje jedność i tężyznę młodych architektów nowego postępowego świata.

TL 1949, nr 229 s. 3

Przykład ten, jak wiele innych, może być umieszczony zarówno w grupie epitetów, jak i peryfraz. Nadawca jednocześnie stosuje omówienie, pod którym kryje się młodzież z państw obozu socjalistycznego, jak i określa, nazywając ją architektami postępowego świata. Architekci ci należą do konkretnego świata — nowego, postępowego, socjalistycznego. Wszystkie ich działania muszą być i będą na miarę rozkwitającego, idealnego ustroju.

Tylko pod warunkiem cierpliwego usuwania zatrutej mgły, jaką żyjątką z epoki sanacyjno-oenerowskiej rozsnuwają, potrafimy odzyskać dla Polski tysiące jej wartościowych synów.

TL 1955, nr 258 s. 3

Metaforę: zatruta mgła często spotykamy w ówczesnych tekstach. W innym przykładzie zatrutą mgłę pesymizmu rozciągały wokół Genewy agresywne koła. W cytacie powyższym my usuwamy zatrutą mgłę, którą rozsnuwają (jak pajęczynę) żyjątką z epoki sanacyjno-oenerowskiej. Dewiacyjność sformułowania przesłania ironię, którą chciał się posłużyć nadawca. Możemy domyślać się, że leksem żyjątką podkreśla małość, bezsilność, bezradność i słabość osób z minionego czasu. Z rzeczownikiem żyjątką łączy się leksem epoka w znaczeniu pewnego okresu, np. epoka kamienna, lodowcowa itd. i służy zaznaczeniu, że i żyjątką z epoki sanacyjno-oenerowskiej są prehistoryczne i pozostaje im jedynie zginąć.

Wykrycie i unieszkodliwienie spisku w Wojsku Polskim, rozbięcie wrogiego gniazda, które uplasowało się na niezwykle ważnym odcinku naszego aparatu państwowego i godziło w nasz byt niepodległy i nasze socjalistyczne budownictwo — jest wielkim sukcesem władzy ludowej i mas pracujących naszego kraju.

TL 1951, nr 211 s. 1

Rzeczownik gniazdo występuje tu w znaczeniu skupiska, zgrupowania, gromady. Wrogie gniazdo to po prostu gromada wrogów. Gniazdo nie może się natomiast uplasować ani obrać miejsca, może tylko zostać uplasowane. W powyższym cytacie jednak uplasowało się na bardzo ważnym odcinku aparatu państwowego. Frekwencja leksemu odcinek w nowomowie jest niezwykle wysoka. Znaczenie odcinka zależało od kontekstu, zastępował wyrazy: punkt, miejsce, instytucja itp.

Każdy twórca tylko w takim stopniu podąża bowiem za rytmem swojej epoki, w jakim przewyższa jej sprzeczności na drogach zwycięstw klasy robotniczej.

TL 1949, nr 1 s. 8

Konieczne jest zwrócenie bacznej uwagi również na klasowo słuszną dystrybucję materiału siewnego ...

TL 1951, nr 28 s. 1

Oto platforma, która wskazuje nekanej groźbą nowej wojennej pożogi ludzkości drogę do pokoju, do spokojnego życia.

TL 1950, nr 324 s. 1

Powyższe cytaty trudno nazwać emocjonalnym językiem perswazji politycznej. Metafory te można humorystycznie traktować dzisiaj, ale w tamtych czasach język ten łączył się albo z fanatyzmem, albo cynizmem wierzących czy też udających, że wierzą w klasowo słuszną dystrybucję materiału siewnego. Pozostawiam je bez szczegółowego komentarza, niech same stanowią uzupełnienie przykładów metafor w nowomowie.

Zakończenie

Omówione przykłady metafor stanowią niewielki ułamek tych, które można by przedstawić czytelnikowi. Wróćmy jednak do pytania początkowego: czym

różni się język perswazji politycznej końca lat czterdziestych i połowy pięćdziesiątych od współczesnego języka perswazji politycznej?

1. Zasadnicza różnica wynika z warunków pozajęzykowych, mianowicie cenzury panującej w ustroju totalitarnym, która powodowała, że we wszystkich środkach przekazu publicznego język był taki sam.

2. Język był w służbie jednej ideologii, która stworzyła podział świata znajdujący odbicie w dwuwartościowości języka (językowy obraz świata): czarne — białe. Po jednej stronie sokoły, rycerze rewolucji, wiemi synowie narodu, młode serca, bastiony pokoju i demokracji, niewzruszone opoki. Po drugiej stronie kapitalizm: przekłety, przegniły, splamiony krwią i błotem.

Niektóre z tych metafor znamy ze współczesnego języka publicystyki, ale nie tworzą one zjawiska tak masowego, jak w przytaczanych tekstach. Od publicystyki wymaga się racjonalnej argumentacji, nakłaniania popartego logiką, sensownych konkluzji, nie zaś wartościowania przez stosowanie antonimów, nagromadzenia tropów właściwych poezji, egzaltowanych, niekiedy dewiacyjnych porównań.

3. Należy jeszcze zapytać, jaki był odbiór „językowego obrazu świata” nadawcy? Sądzę, że językowi wyznaczono zadanie kreowania nowej rzeczywistości, któremu na szczęście nie był w stanie podołać. Ekspresyjne słownictwo pełne nienawiści w stosunku do „nich”, a zachwyty w stosunku do „nas” piętrowe metafory, nagromadzenie epitetów nie mogło być wiarygodne w języku publicystyki.

4. Najważniejsze jednak to układ hierarchii wartości, które tamten język przekazywał: walka klasowa, zerwanie z tradycją, uwielbienie dla ZSRR, dwa fanatyczne uczucia: nienawiść do wroga, miłość do własnej ideologii i jej twórców. Trzeba też pamiętać, że za „złamaniem stosu pacierzowego opozycji” kryły się czyny. Czyny to już nie język, a więc różnice między tamtym światem a obecnym, jak pisze Walery Pisarek, „nie pochodzą jednak ze świata retoryki”¹¹.

¹¹ W. P i s a r e k: O nowomowie inaczej, *Język Polski* 1993, nr LXXIII, s. 9.

Sondaże OBP

ZMIANY W CZYTELNICTWIE PRASY 1993 — ZMIERZCH OPTYMIZMU?

Uwagi wstępne

Předstawione niżej materiały mają charakter roboczy. W numerze 1-2 *Zeszytów Prasoznawczych* z 1993 roku znajdzie Czytelnik komentarz do wyników badań wiosennych '93, natomiast w bieżącym numerze zamieszczono bardziej ogólny komentarz dotyczący przemian mediów polskich w ostatnim pięcioleciu. Pełniejszego i pogłębionego bilansu zmian w czytelnictwie prasy w pięcioleciu 1989-1994 dokonamy po opracowaniu najnowszych wyników badań (prowadzonych w pierwszej połowie czerwca 1994). Skupimy się poniżej na opisie sytuacji zarejestrowanej w grudniu 1993 roku, uwypuklając nowe zjawiska w czytelnictwie prasy, a zwłaszcza w hierarchii poczytności czołowych dzienników oraz czasopism ogólnopolskich. Rozważania te ilustrujemy odpowiednim materiałem tabelarycznym i wykresami.

Materiał empiryczny stanowią wyniki badań ogólnopolskich ludności w wieku 14 i więcej lat (próba kwotowa, kontrolowano takie cechy jak: województwo, typ miejsca zamieszkania, płeć, wiek i wykształcenie) z pierwszej połowy grudnia 1993 (*Polacy i media masowe — jesień 1993*; N=4818), ale rozpatrujemy je na tle danych zgromadzonych w ciągu trzech lat: z kwietnia 1991 roku (*Polacy i komunikowanie społeczne 1991*; N=3245 osób), z maja 1992 roku (*Polacy i media masowe — wiosna 1992*; N=2172), z maja/czerwca 1993 (*Polacy i media masowe — wiosna 1993*; N=4810).

Czy nowy kryzys czytelnictwa prasy?

Jeśli zawierzyć rezultatom grudniowych (1993) badań, po trzyletnim okresie wychodzenia z zapaści zarejestrowanej wiosną 1990 roku, stoimy w obliczu nowego kryzysu czytelnictwa prasy. optymizm wyrażony w komentarzu do wyników badań wiosennych '93 (zob. ZP 1993 nr 1-2) przekształcił się w zaniepokojenie: spadek wielkości wszystkich wskaźników mierzących zasięg i intensywność korzystania z prasy jest tak duży, że nie może być mowy o błędzie statystycznym. Ilustrują to liczby w tabeli 1.

Tabela 1. Zmiany w korzystaniu z gazet i czasopism w latach 1991—1993 (1993 — wiosna i zima); zasięg czytelnictwa ogółem oraz stałego, średnia liczba tytułów, skala czytelnictwa

Parametry czytelnictwa	Rok				Różnica		
	1991	1992	1993		1991- - 1992	1992- - 1993	1993 wiosna- - zima
	wiosna	wiosna	wiosna	zima			
	N=3245	N=2172	N=4810	N=4818			
A. Ogólne zasięgi (czyta co najmniej jeden tytuł — w % %)							
- Czyta prasę ogółem	81,4	82,2	88,0	82,3	+ 0,8	+ 5,8	- 5,7
<i>w tym stale</i>	61,9	60,8	66,7	61,9	- 1,1	+ 5,9	- 4,8
- Czyta dzienniki ogółem	73,0	76,1	76,0	70,9	+ 3,1	- 0,1	- 5,1
<i>w tym stale</i>	44,5	41,8	39,3	37,4	- 2,7	- 2,5	- 1,9
- Czyta czasopisma ogółem	62,0	66,8	73,4	66,3	+ 4,8	+ 6,6	- 7,1
<i>w tym stale</i>	44,2	44,7	52,9	48,0	+ 0,5	+ 8,2	- 4,9
B. Przeciętna liczba czytanych tytułów (średnia arytmetyczna)							
- Liczba tytułów ogółem	2,92	3,38	3,45	3,02	+ 0,46	+ 0,07	- 0,43
<i>w tym stale</i>	1,52	1,56	1,65	1,48	+ 0,04	+ 0,09	- 0,17
- Liczba dzienników ogółem	1,31	1,52	1,34	1,23	+ 0,21	- 0,18	- 0,09
<i>w tym stale</i>	0,64	0,62	0,55	0,52	- 0,02	- 0,07	- 0,03
- Liczba czasopism ogółem	1,61	1,86	2,11	1,79	+ 0,25	+ 0,25	- 0,32
<i>w tym stale</i>	0,88	0,93	1,10	0,96	+ 0,05	+ 0,17	- 0,14
C. "Skala czytelnictwa" (w % %)							
W ogóle nie czyta prasy	18,6	17,8	12,0	17,7	- 0,8	- 5,8	+ 5,7
Czyta wyłącznie dorywczo	19,5	21,4	21,4	20,4	+ 1,9	0,0	- 1,0
w tym							
- tylko 1 tytuł	5,6	4,1	5,8	5,9	- 1,5	+ 1,7	+ 0,1
- 2 i więcej	13,9	17,3	15,6	14,5	+ 3,4	- 1,7	- 1,1
Czyta stale przynajmniej 1 tytuł	61,9	60,8	66,6	61,9	- 1,1	+ 5,8	- 4,7
w tym							
- 1 tytuł	20,5	19,9	21,7	21,1	- 0,7	+ 1,8	- 0,7
- 2-3 tytuły	29,6	26,7	32,0	29,5	- 2,9	+ 5,3	- 2,5
- 4 i więcej	11,8	14,3	12,9	11,3	+ 2,5	- 1,4	- 1,6
+ — saldo dodatnie							
- — saldo ujemne							

Generalnie nastąpił powrót do stanu obserwowanego 1,5 - 2 lata temu: blisko 18% badanych nie czyta prasy w ogóle (podobnie jak wiosną 1992 roku), natomiast 62% sięga regularnie po jakieś pismo (wynik na poziomie 1991 roku). Polacy czytają dziś przeciętnie (łącznie stale bądź dorywczo) 3,01 tytułu (co jest rezultatem nieco wyższym niż w roku 1991: 2,92 tytułu), ale tylko 1,48 tytułu regularnie (też bardzo podobnie jak dwa i pół roku temu: 1,52).

Redukcja rozmiarów czytelnictwa prasy codziennej jest o wiele większa, niż to wynikałoby z suchych liczb. Wynik 70,6% sięgających po jakiś (przynajmniej jeden) dziennik (średnia wynosi 1,23 tytułu) oznacza, że trzech na każdym dziesięciu badanych Polaków w ogóle nie czyta gazet i jest to rezultat nie notowany od ćwierćwiecza (na przykład w poprzedniej dekadzie blisko 4/5 Polaków korzystało właśnie z dzienników). Podobną wymowę ma niski wskaźnik zasięgu regularnego odbioru prasy codziennej: 37,4% czytających i przeciętna wynosząca 0,52 tytułu to kolejne smutne rekordy.

Zahamowana została obserwowana od kilku lat tendencja wzrostu poczytności czasopism, ale ponad siedmioprocentowy spadek wskaźników ich odbioru ogółem (tzn. powrót do poziomu z wiosny 1992 roku) ma wymowę nieco mniej dramatyczną, gdyż w mniejszym stopniu objął on czytelnictwo regularne tej grupy prasy. Blisko 48% badanych, tj. więcej niż w roku 1992, czytało stale co najmniej jedno czasopismo, średnia zaś obliczana dla całej badanej populacji wynosi 0,96 tytułu (co w praktyce oznacza, że „statystyczny” stały czytelnik gazet i/lub czasopism sięga systematycznie po niemal 2 tytuły).

Obecnie Polacy czytają zatem mniej prasy, a ich kontakt z gazetami i czasopismami staje się bardziej odświętny: regularna lektura miesięcznika, dwutygodnika lub nawet tygodnika oznacza *de facto* rzadszy kontakt czytelniczy niż dorywcze (nie mówiąc o codziennym) sięganiu po dziennik. Taki model zachowań, polegający na systematycznym korzystaniu wyłącznie z czasopism, cechuje co czwarte (24,6%) respondenta. Z drugiej strony, na stałej lekturze jedynie dzienników poprzestaje 13,9%, natomiast kategoria najaktywniejszych (i najwszechstronniejszych) czytelników prasy, tzn. osób utrzymujących regularny kontakt zarówno z prasą codzienną, jak i czasopismami, liczy nieco ponad 1/5 (22,8%) ogółu ankietowanych. Inaczej rzecz ujmując, można z punktu widzenia regularności i intensywności czytelniczych kontaktów z prasą ogół Polaków podzielić na trzy grupy. Dwie z nich są niemal równoliczne: zarówno ci, którzy w ogóle nie czytają systematycznie ani jednej gazety bądź czasopisma (liczący 38,7% badanej populacji, z których blisko połowę stanowią jednak „nieczytelnicy” prasy), jak i ci, którzy stale sięgają po jakiś dziennik (37,4%), przeważnie regularnie korzystając równocześnie i z czasopism. Trzecia, mniej liczna (stanowiąca 1/4 ogółu), ogranicza się do stałego kontaktu tylko z czasopismami.

Czytelnictwo prasy codziennej opierało się i opiera na lekturze dzienników regionalnych i lokalnych. Jeśli jednak u progu lat dziewięćdziesiątych sięgало po nie przeszło 60% Polaków, to ostatnio już tylko 52% (mniej więcej połowę stanowią stali odbiorcy). W przypadku dzienników o zasięgu ogólnopolskim do roku 1992 obserwowaliśmy zjawisko odwrotne: wzrost poczytności tej grupy tytułów (głównie za sprawą narastającej w owym czasie popularności *Gazety Wyborczej*) do poziomu 42%, po czym nastąpił spadek (ostatnio do 35%, przy czym stali odbiorcy byli tu od lat w mniejszości, stanowiąc około 2/5 publiczności gazet ogólnopolskich). Tylko co szósty badany (17%) pod koniec 1993 roku czytał równocześnie jakiś dziennik ogólnopolski i jakiś regionalny (niekiedy po kilka z nich), natomiast co trzeci (35%) korzysta wyłącznie z gazet regionalnych i/lub lokalnych. Zatem można by powiedzieć, że 18% czyta wyłącznie prasę o zasięgu krajowym; jeśli się jednak uwzględni czytelnictwo *Gazety Wyborczej* z jej regionalnymi i lokalnymi dodatkami, procent wyłącznych czytelników dzienników spadnie, z czego znaczna część przypada na Warszawę. Gdy analizujemy nie czytelnictwo ogółem, lecz regularne korzystanie z prasy codziennej, wówczas (dys)proporcja pomiędzy odbiorcami wyłącznie tytułów regionalnych (20%) a tymi, którzy sięgają równocześnie po gazety ogólnopolskie i regionalne (niespełna 5%) wynosi jak 4:1 (a nie 2:1).

W piątym roku transformacji polskiej prasy jesteśmy zatem świadkami załamania się pozytywnych trendów opisywanych po kilku poprzednich akcjach badawczych, tzn. wzrostu czytelnictwa prasy i jego przebudowy jakościowej. Nastąpił bowiem ponowny wzrost nieczytelnictwa prasy jako takiej, niepokojący dalszy spadek czytelnictwa prasy codziennej, zwłaszcza regionalnej i lokalnej, ogólne rozluźnienie częstości kontaktu z prasą (spadek czytelnictwa regularnego gazet i czasopism). Zapewne nie pozostaje to bez wpływu na poczytność i pozycję rynkową poszczególnych tytułów.

Co nowego w odbiorze dzienników ogólnopolskich?

Zmiany hierarchii poczytności obserwujemy w nieporównanie większej skali w grupie czasopism niż dzienników ogólnopolskich. Jeśli idzie o te ostatnie (zob. tabela 2), to w interesującym nas półroczu (wiosna-jesień 1993) nastąpiło raczej umocnienie zjawisk kry-

**Tabela 2. Zasięg odbioru ogółem (stałego i dorywczego)
dzienników ogólnopolskich 1991-1993
(badania OBP, dane w % %)**

Ranga	Tytuł	1991	1992	1993	
		wiosna	wiosna	wiosna	zima
Dzienniki ogólnoinformacyjne					
1.	Gazeta Wyborcza	14,6	25,3	22,7	20,5
2.	Super Express *	-	1,4	4,0	5,7
3.	Rzeczpospolita	4,6	5,6	4,1	4,8
4.	Sztandar Młodych	2,4	4,6	4,6	3,6
5.	Express Wieczorny	3,2	4,1	3,7	3,5
6.	Życie Warszawy	3,7	4,5	3,8	3,3
7.	Trybuna	2,3	3,1	2,4	2,0
8.	Kurier Polski	1,7	2,7	2,4	1,6
9.	Gromada-Rolnik Polski	3,3	3,8	1,6	0,1
10.	Słowo-Dziennik Katolicki **	1,6	1,5	0,5	0,7
11.	Gazeta Rolnicza ***	0,2	0,9	0,1	0,3
12.	Nowa Europa	-	0,3	0,1	0,1
	Polska Zbrojna	0,2	0,2	0,1	0,1
Dzienniki sportowe					
1.	Przegląd Sportowy	2,0	2,7	2,6	2,2
2.	Sport	1,5	2,0	2,3	1,1
3.	Tempo	0,8	0,7	1,2	0,9

* — w 1991 r. - *Express* (poranny) - nie odróżniany przez czytelników od *Expressu Wieczornego*

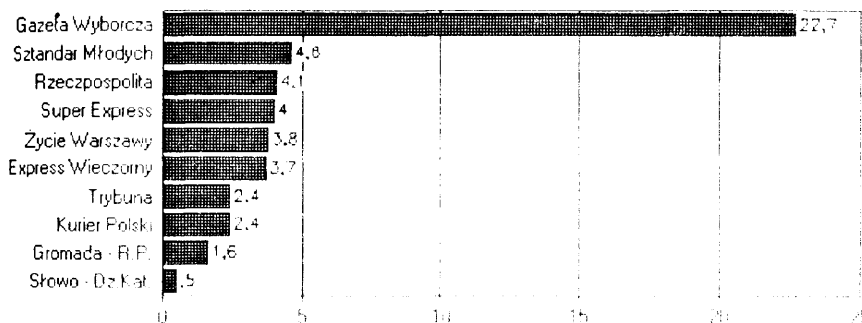
** — do stycznia 1993 r. — jako *Słowo Powszechne*

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

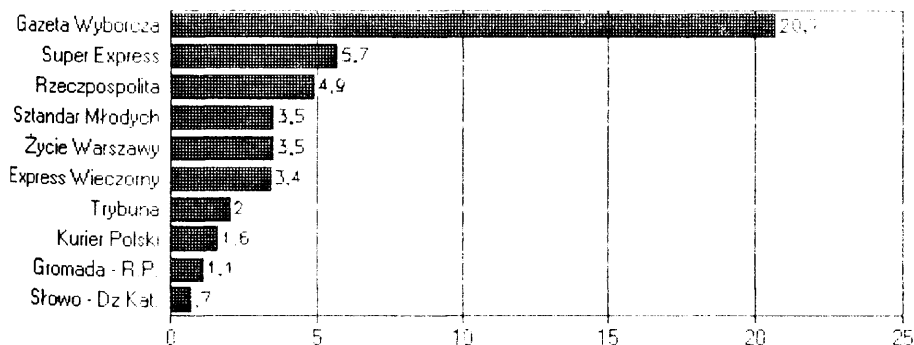
stabilizujących się już wcześniej, a przede wszystkim wzrost popularności niektórych pism „lekkich” kosztem tytułów poważnych oraz powiększenie dystansu między drugą (miejsca 2-6) a trzecią (pisma na pozycjach 7-11) grupą tytułów.

Gazeta Wyborcza jest wciąż tytułem numer 1 w Polsce (uwzględniając nie tylko dzienniki, ale i czasopisma), z imponującym wskaźnikiem 20,5% zasięgu ogółem, jednakże systematycznie (po roku 1992, kiedy to przeszło 25% Polaków przyznawało się do korzystania z tej gazety) traci zadeklarowanych czytelników (w tym regularnych odbiorców pisma). Potwierdzają to zresztą opublikowane dane kolportażowe za rok 1993 (GW nr 25 z 31 I 1994).

Natomiast wyraźne i symptomatyczne przetasowania nastąpiły w grupie tytułów stanowiących bezpośrednie zaplecze *Gazety Wyborczej* (tj. zajmujących pozycje 2-6). Ich prześledzenie ułatwi porównanie dwóch hierarchii.



Wiosna 1993



Zima 1993

Zmiany obserwowane w tej grupie, liczącej pięć tytułów, to widoczny awans *Super Expressu* na pozycję numer 2 wśród dzienników ogólnokrajowych (i przyrost 1,7% czytelników, co by znaczyło wzrost o 42% stanu poprzedniego posiadania), umocnienie pozycji *Rzeczpospolitej* (jako tytułu numer 3, ze wzrostem poczytności o 0,7%, tj. o 1/5) i zarysowujący się dystans pomiędzy tymi dwoma dziennikami a trzema dalszymi, które w ostatnim półroczu straciły część czytelników. Największe straty poniósł zwłaszcza *Sztandar Młodych* (pismo tradycyjnie mocne w centralnej Polsce, zwłaszcza na Mazowszu), notując nie tylko obniżenie zasięgu poczytności z 4,6% do 3,6% (a więc również o 1/5 w stosunku do stanu sprzed półroczu), ale zarazem spadek z drugiej na czwartą pozycję w hierarchii. Dwa pozostałe dzienniki z tej grupy tracą dystans, to pisma nominalnie ogólnopolskie, ale w praktyce — głównie warszawskie i mazowieckie (*Express Wieczorny*, *Życie Warszawy*), które straciły mniej (0,2-0,5%) czytelników (niż SM). Mówiąc o *Życiu Warszawy*, należy jednak uwzględnić, iż gazeta ma dwie mutacje lokalne (*Życie Radomskie* oraz *Życie Częstochowskie*), co zwiększa rzeczywisty zasięg oddziaływania tego tytułu.

W trzeciej grupie tytułów nie nastąpiły żadne przetasowania w hierarchii, natomiast obserwujemy dalszy spadek poczytności trzech mocniejszych (*Trybuny*, *Kuriera Polskiego* oraz *Gromady-Rolnika Polskiego*) i minimalny wzrost popularności wśród tytułów z końca hierarchii. Przypadek *Słowa-Dziennika Katolickiego* (byłego *Słowa Powszechnego*) oraz *Gazety Rolniczej* poprzednio funkcjonującej jako *Gromada Rolników* (pismo niezbyt wówczas odróżniane od *G-RP*), a więc gazet, które w kilkunastu ostatnich miesiącach zmieniły tytuły, może świadczyć, że zmiana ta dotarła już do świadomości czytelników prasy.

Końcowe pozycje w tabeli okupują dzienniki adresowane do węższego kręgu odbiorców: *Polska Zbrojna* oraz *Nowa Europa* — *Gazeta Finansowa*. W przypadku tej ostatniej, blisko dwuletni pobyt na rynku i zmiana profilu nie pomogły — jak dotąd — w pozyskaniu szerszej publiczności. Pokazuje to skalę trudności piętrzących się przed ewentualnymi wydawcami nowych dzienników o zasięgu ogólnokrajowym, czego przykładem są nieudane kariery *Globu 24*, *Obserwatora Codziennego*, *Nowego Świata* czy kilkutygodniowy epizod *Nowej Gazety*, a także fiasko, mimo zaawansowanych przygotowań organizacyjnych, zamysłów powołania *Dziennika Krajowego* czy oddzielnego *Dziennika Katolickiego*.

Zachwianie tradycyjnej hierarchii czasopism

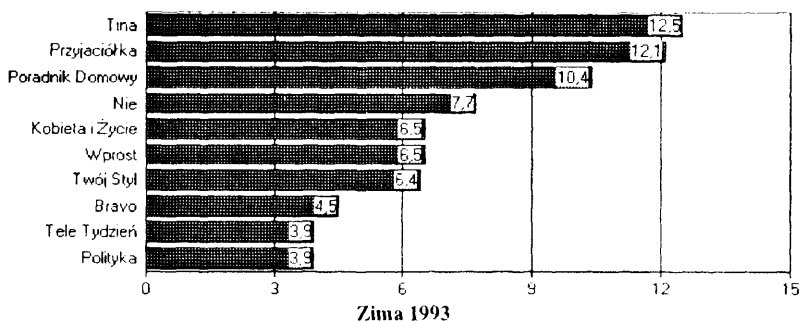
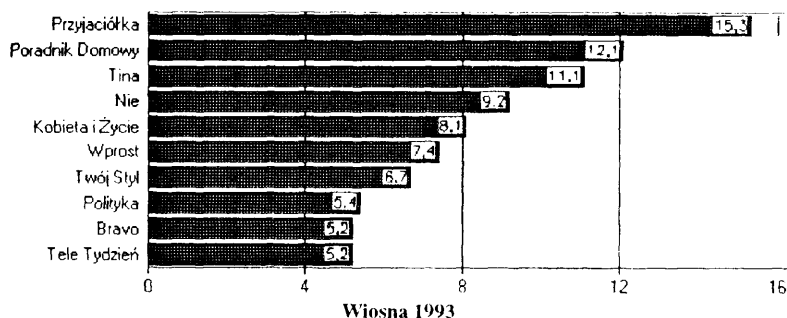
Lektura danych w tabeli 3, nawet bez wdawania się w bardziej szczegółowe analizy, ujawnia — w porównaniu z sytuacją z wiosny 1993 roku — trzy istotne fakty:

- krótsza jest lista tytułów najpoczytniejszych, tzn. osiągających minimum 1% zasięgu ogółem (z 40 pozycji do 33),
- niższe są zasięgi odbioru, a więc nastąpił spadek poczytności zdecydowanej większości tytułów,
- dokonana się detronizacja *Przyjaciółki*, utrzymującej się od dziesięcioleci na szczycie hierarchii czasopism.

Ta ostatnia zmiana wydaje się szczególnie godna odnotowania. Skokowej degradacji *Przyjaciółki* (z 18,4% w roku 1992 do 15,3% wiosną 1993 i 12,1% w pół roku później) towarzyszyła błyskawiczna kariera *Tiny*, która pojawiła się na rynku wczesną jesienią 1992 roku jako miesięcznik, tygodnikiem zaś stała się dopiero w maju 1993 r. Z trzeciej pozycji, jaką zajmowała *Tina* po badaniach wiosennych (11,1%), awansowała na szczyt tabeli, osiągając zasięg 12,5%. Jeśli dodamy, iż bardzo udanie się wprowadził na rynek nowy (ukazujący się za ledwie od połowy 1993 roku) dwutygodnik tegoż wydawcy (Wydawnictwo H. Bauer) — *Świat Kobiety* (3,7% zasięgu i 11 pozycja w hierarchii czasopism), można te dwa fakty uznać za swego rodzaju symbol rewolucji pokoleniowej w polskiej prasie, nie tylko kobiecej. Podczas gdy starsze, zstępujące pokolenie czytelników (i — zwłaszcza — czytelniczek) pozostaje raczej wierne tytułom znanym z czasów młodości, to pokolenia wstępujące opowiadają się za pismami nowego typu, często (jak dowodzą powyższe przykłady) będącymi kalkami magazynów zagranicznych (co w naturalny sposób rzutuje na obniżkę kosztów ich produkcji i ceny detalicznej, prowokując zarazem ze strony konkurencji oskarżenia o dumping).

Poza wymianą na pozycji numer 1 (i wynikającymi stąd przetasowaniami na samej górze hierarchii), pierwsza dziesiątka tytułów najbardziej poczytnych okazała się nad wyraz stabilna; znajdując się w niej wszystkie czasopisma, które mieściły się tam pół roku wcześniej, choć przeważnie (z wyjątkiem dwóch, tzn. *Tiny* i *Tele Tygodnia*) straciły część dotychczasowych odbiorców.

Ilustruje to poniższy wykres:



Układ czasopism w drugiej dziesiątce, w porównaniu z hierarchią uzyskaną wiosną 1993 roku, zmienił się głównie za sprawą dwóch tytułów: wspomnianego dwutygodnika *Świat Kobiety* (notowanego po raz pierwszy na naszej liście rankingowej) oraz intensywnie reklamowanego w TVP tygodnika *Antena* (poprzednio otwierającego trzecią dziesiątkę); obydwie magazyny mieszczą się obecnie na czele grupy tytułów stanowiących bezpośrednie zaplecze pism najpoczytniejszych, spychając wcześniej tam usadowione tytuły (z wyjątkiem *Kobiety i Mężczyzny*) na nieco odleglejsze pozycje. Spośród tych ostatnich wszystkie, w szczególności zaś cztery pisma odnotowały dość dotkliwe (w stosunku do liczby swoich czytelników) spadki zasięgu: miesięczniki *Jestem* (-1,4%, tzn. o 30% stanu z pierwszej połowy 1993) oraz *Pani* (-1,0%, a więc również o 30%), a także tygodniki *Super Skandale* (-1,2%, tzn. o 38%) oraz *Miliarder* (-1,0%, tj. o 32%).

W trzeciej dziesiątce tytułów sytuacja była bardziej stabilna (mniejsze wahnięcia wskaźników zasięgu poczytności), choć nie obeszło się bez dostrzegalnych skoków. Najwięcej straciły tu pisma stare: *Gospodyni* (-1,0%, czyli 2/5 stanu poprzedniego), *Przekrój* i *Uroda* (po 0,9%, inaczej po 1/3 stanu poprzedniego), jednakże podobne straty poniósł też nowy, do niedawna „idący w górę” miesięcznik *Popcorn*. Jedynym pismem (umiarkowanego) sukcesu w tej grupie jest katolicki tygodnik *Niedziela*, który pozyskując +0,6% czytelników w ostatnim półroczu, nieco przekroczył granicę 1% (co oznaczałoby podwojenie liczby odbiorców), stanowiąc kryterium umieszczenia w tabeli czasopism najpoczytniejszych.

Oprócz 33 tytułów spełniających powyższe kryterium w naszych rankingach uwzględniamy także 21 pism o zasięgu 0,5-0,9%, stanowiących naturalne zaplecze czołówek. Znalazło się tu osiem czasopism „zdegradowanych” w ostatnim półroczu (tzn. takich, które w badaniach wiosennych mieściły się w czołowej wówczas czterdziestce); trzy z nich (miesięczniki *Burda* oraz *Wiedza i Życie*, a także tygodnik *Motor*) spadły tylko minimalnie poniżej owego progu, osiągając 0,9%. Proporcjonalnie (w stosunku do poprzednich notowań) największe straty (choć pozornie niewielkie — rzędu 0,5-0,7%) poniosły: dwutygodnik *Filipinka*, *Film* (przekształcony w tym czasie z tygodnika w miesięcznik), tygodnik *Panorama*, a

**Tabela 3. Hierarchia najpopularniejszych czasopism
(różnej częstotliwości ukazywania się)
według ich zasięgu poczytności**

Ranga	Tytuł	1991 wiosna	1992 wiosna	1993	
				wiosna	zima
1.	Tina	-	-	11,1	12,5
2.	Przyjaciółka	15,1	18,4	15,3	12,1
3.	Poradnik Domowy [m]	0,9	6,5	12,1	10,4
4.	Nie	7,0	9,6	9,2	1,7
5.	Kobieta i Życie	7,8	10,0	8,1	6,5
	Wprost	3,8	6,0	7,4	6,5
	Twój Styl [m]	1,7	4,9	6,7	6,4
8.	Tele Tydzień	-	-	5,2	5,9
9.	Bravo [dt]	-	1,7	5,2	1,5
10.	Polityka	5,2	5,1	5,4	1,9
11.	Świat Kobiety [dt]	-	-	-	1,7
12.	Kobieta i Mężczyzna	1,6	5,0	3,6	1,6
13.	Antena	0,4	0,4	2,6	1,5
14.	Jestem [m]	5,1	4,0	4,7	1,3
15.	Dziewczyna [m]	-	2,5	3,8	1,1
16.	Nowe Skandale	-	-	2,7	2,8
17.	Pani [m]	1,5	3,6	3,4	2,4
	Detektyw [m]	(3,4)	(4,4)	3,2	2,4
19.	Miliarder	-	-	3,2	2,2
20.	Super Skandale	7,4	7,1	3,2	1,0
21.	Popcorn [m]	1,5	2,5	2,8	1,8
22.	Poznaniak	x	0,2	1,4	1,7
	Przekrój	3,9	3,2	2,6	1,7
	Uroda [m]	0,9	1,4	2,6	1,7
25.	Gospodyni	3,2	3,6	2,6	1,6
26.	Nowy Detektyw	x	x	1,2	1,4
27.	To i Owo	0,7	0,7	1,2	1,2
28.	Niedziela	0,6	0,3	0,5	1,1
29.	Cztery Kąty [m]	-	0,7	1,1	1,0
	Gość Niedzielny	2,1	1,4	1,7	1,0
	Super TV	-	-	1,5	1,0
	Sukces [m]	1,2	1,9	1,4	1,0
	Półka Nożna	0,8	0,6	1,3	1,0

Oznaczenia przy tytułach:

[m] - miesięcznik; [dt] - dwutygodnik; brak oznaczenia - tygodnik

Oznaczenia w tabeli:

- — 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

także miesięczniki: *Nie z tej ziemi* oraz *Pan* (ten ostatni zawieszony z początkiem 1991 r.). Większość (10) jednak pism w tej grupie (w przedziale 0,5-0,9% zasięgu) to tytuły od

dłuższego czasu, a przynajmniej już od wiosny '93 utrzymujące ten poziom poczytności. Jedyne trzy (na 21) są w tym gronie nowe. Dwa z nich znalazły się tu drogą awansu z najniższej grupy (tj. pism nie przekraczających wcześniej zasięgu 0,4%), przy czym *Claudia* uzyskała przyrost 0,5% zasięgu (co należy poczytać za sukces), prawnicowy zaś tygodnik *Gazeta Polska* zaistniał w świadomości czytelników prasy, zyskując +0,4% odbiorców (obecny zasięg: 0,6%). Trzeci przypadek, *Gazeta Rodzinna*, to umiarkowanie obiecujące pierwsze notowanie (0,6%) nowego tygodnika „rodzinnego” (de facto czytanego jednak przez kobiety), wydawanego przez grupę Prószyński i s-ka. (Przestał się ukazywać w maju 1994.)

Z kronikarskiego obowiązku odnotujemy na koniec, że dalszą degradację, do grupy poniżej 0,5% zasięgu, przeżyło w omawianym półroczu pięć liczących się wcześniej na rynku tytułów, takich jak tygodniki *Forum*, *Veto*, *Gazeta Bankowa*, *TIM* oraz miesięcznik *Zwierzciadło*.

Tak więc spośród ponad pięćdziesięciu (54) rozpatrywanych tygodników, dwutygodników i miesięczników ogólnopolskich zaliczonych do grupy najpoczytniejszych tytułów (minimum 1% zasięgu) lub do grupy pism zaplecza (zasięg poniżej 1,0%, ale nie mniejszy niż 0,5%), zaledwie pięć odnotowało w drugim półroczu 1993 roku sukces mierzony przyrostem kręgu czytelników przynajmniej o 0,5%. Były to — przypomnijmy: *Tina* (+1,4%), *Antena* (+0,9%), *Tele Tydzień* i *Niedziela* (po +0,6%) oraz *Claudia* (+0,5%). Do pism sukcesu należą też dwa nowe popularne (w sensie: „nieluksusowe”) magazyny kobiece: *Świat Kobiety* i *Gazeta Rodzinna*, a w szczególności pierwszy z nich (3,7% zasięgu w pierwszym notowaniu jest wynikiem rzadko spotykanym i dobrze rokującym). Lista tytułów, które poniosły znaczne straty (tzn. zmniejszył się krąg ich zadeklarowanych odbiorców o co najmniej 0,5%) jest nieporównanie dłuższa; obejmuje w sumie aż 20 (na 33) pism z grupy najpoczytniejszych oraz 6 (na 21) z grupy stanowiącej zaplecze, a więc blisko połowę ogółu poddanych analizie tytułów (26 na 54). Inaczej mówiąc, tylko około 20 tytułów (spośród wspomnianych 54) zachowało z grubsza dotychczasową liczbę czytelników (różnice nie przekraczały 0,3% w jedną bądź drugą stronę, co można wiązać z błędem pomiaru), przy czym połowa z nich (10) — jak pamiętamy — to pisma z grupy zaplecza. Zatem dla czołowej grupy 33 tytułów wyszczególnionych w tabeli 3 bilans zysków i strat w drugiej połowie 1993 roku przedstawia się zdecydowanie niekorzystnie.

Dla Czytelnika zapewne bardziej interesująca może być analiza zmian w poszczególnych typach czasopism (pogrupowanych według dominującej problematyki).

Mimo iż w dotychczasowych rozważaniach przeważały obserwacje o wydzwiku pesymistycznym, świadczące o pewnym załamaniu się rynku czytelniczego (prasy) i spadku poczytności wielu tytułów — jeszcze do wiosny 1993 roku obdarzanych mianem „pism sukcesu”, to wszelkie generalizacje należy formułować dość ostrożnie. W niemal każdej grupie tytułów, którą rozpatrzymy poniżej, znajdziemy przypadki (co prawda pojedyncze) pism powiększających krąg czytelników, a jeszcze liczniejszą grupę — takich, które w ogólnie trudnych dla prasy chwilach przynajmniej utrzymały swe pozycje.

Wszystkie trzy główne tygodniki opiniotwórcze, choć każdy z nich reprezentuje zupełnie odmienny model pisma, odnotowały widoczne straty. Dotyczy to zarówno satyryczno-skanalizującego tygodnika *Nie* (-1,5%), osamotnionego na rynku (po upadku *Spotkań* wiosną '93) magazynu *Wprost* (-0,9%), jak i tradycyjnej, „gazetowej” w formie (pomimo zmienionego formatu i odnowionej szaty graficznej) *Polityki* (-1,5%). Te trzy tytuły wciąż mieszczą się w pierwszej dziesiątce czasopism w Polsce najpoczytniejszych, ale *Polityka* — o czym wcześniej pisaliśmy — zanotowała nie tylko ubytek liczby czytelników, ale także obniżenie pozycji w rankingu o dwa miejsca (z ósmego na dziesiąte). Sukces wyborczy ugrupowań lewicowych nie przysporzył, przynajmniej do końca 1993 roku, popularności tytułom kojarzonym mniej lub bardziej słusznie z orientacją lewicową (centrolewicową): ani *Trybuna* (zob. komentarz dotyczący dzienników), ani *Nie*, ani *Polityce*. Nie wzrosło też czytelnictwo prasy adresowanej do środowisk wiejskich: recepcja *Zielonego Standardu*, *Chłopskiej Drogi* czy *Dziennik Rolniczy* pozostaje na bardzo niskim poziomie (0,2-0,3%); podobny jest też — jak to powiedziano wyżej — krąg czytelników *Gazety Rolniczej*, a wskaźnik zasięgu *Gromady-Rolnika Polskiego* spadł do 1,1%. Natomiast wzrosło nieco zainteresowanie prasą

katolicką, a przynajmniej niektórymi tytułami (z wyjątkiem *Gościa Niedzielnego* — w ostatnich latach tytułu najmocniejszego w tej grupie oraz *Ładu* — okupującego dolne rejony tabeli), czego przykładem jest tygodnik *Niedziela* (+0,6%), w pewnej mierze również *Słowo-Dziennik Katolicki*, a i *Tygodnik Powszechny* też ma, jak się wydaje, najgorsze chwile za sobą. Przebrane przez prawicę wybory do parlamentu nie przeszkodziły też *Gazecie Polskiej* w niezłym wprowadzeniu się na rynek czytelniczy (wzrost poczytności z 0,2 do 0,6%). Pogorszyła się za to sytuacja dwóch innych starych tygodników opinii: *Przeglądu Tygodniowego* (w początkach 1994 roku zawieszono jego wydawanie) oraz *Veto* (spadek zasięgu z 0,5 do 0,1%).

Sytuacja w grupie czasopism (tygodników) społeczno-politycznych jest więc mocno nieustabilizowana. Z grubsza daje się do jej opisu podciągnąć tezę (spotykaną od kilku lat), iż Polacy żywią niechęć do prasy stającej się coraz bardziej „partyjną” (w sensie dość — wydaje się — naturalnego procesu skupiania się wokół dawnych, politycznie wielobarwnych tytułów, dziennikarzy reprezentujących jednoznacznie którąś z licznych partii i grup politycznych, które pojawiły się w latach dziewięćdziesiątych; w tym sensie np. *Tygodnik Powszechny* stał się bardziej „udecki”, zaś *Ład* czy *Słowo-Dziennik Katolicki* — „endeckie”) lub wręcz, że dystansują się od polityki. Na słuszność tego ostatniego stwierdzenia (tzn. ucieczki Polaków od spraw polityki) wskazywałyby generalnie malejąca poczytność tzw. poważnych dzienników ogólnoinformacyjnych (z wyjątkiem uchodzącej za bezstronną *Rzeczpospolitą*). Nasuwa się też hipoteza, iż zainteresowanie prasą opinii w szczególnie sposób koreluje z układem sił w parlamencie: w czasach rządów postsolidarnościowych czytano chętniej tytuły o korzeniach lewicowych i świeckich; zwycięstwo koalicji SLD-PSL kieruje nieco mocniej uwagę czytelników (choć w nieporównanie mniejszej skali niż np. wcześniejsze powodzenie tygodnika *Nie*) na tytuły wyrażające poglądy ugrupowań opozycyjnych, zwłaszcza pozaparlamentarnych — centroprawicowych i katolickich.

Pół roku wcześniej sygnalizowaliśmy stosunkowo nisko — jak na czasy przebudowy gospodarki i potrzebę wielkiej edukacji ekonomicznej społeczeństwa — zainteresowanie prasą analizującą życie gospodarcze. Wyniki ostatnich badań nie wskazują, aby dokonał się w tej mierze jakiś postęp. *Gazeta Bankowa* nie utrzymała pozycji w grupie „pism zaplecza” (0,5-0,9%), niskie notowania (0,1%) mają nadal *Życie Gospodarcze* i stosunkowo nowy tygodnik *Cash* (choć ten ostatni wstawił się ostatnio niekonwencjonalną i szeroko zakrojoną akcją promocyjną i prawdopodobnie zwiększy krąg odbiorców), podobnie zresztą jak „gazeta finansowa” *Nowa Europa*. Funkcję edukacyjną w rozumieniu zjawisk rynkowych (zwłaszcza oswajenie z regułami obrotu akcjami) i reguł prawnych (w tym podatkowych) pełni głównie, jak się wydaje, prasa codzienna (słynne wkładki do *Rzeczpospolitej*, specjalne rubryki w *Gazecie Wyborczej*, coraz liczniej spotykane również w dziennikach regionalnych) oraz wydawnictwa jednorazowe. Natomiast rozszerzył się nieco krąg czytelników wychodzącego już trzy lata miesięcznika poświęconego marketingowi i zarządzaniu *Businessman Magazine* (z 0,2 do 0,4%), lansującego równocześnie odpowiedni dla ludzi interesu styl życia.

W grupie określanej często mianem prasy bulwarowej lub rewolwerowej obserwujemy spadek poczytności dwóch poprzednio wyróżniających się tytułów: *Detektywa* i *Super Skandali*; te ostatnie zostały na liście rankingowej wyprzedzone przez młodszego rywala — *Nowe Skandale* (choć te ostatnie nie zwiększyły w zasadzie liczby odbiorców); podobnie stały krąg czytelników mają *Nowy Detektyw* oraz *Kobra*.

Wśród licznej i poczytnej grupy tzw. pism kobiecych (szerzej: rodzinno-domowych i poradniczych) dokonał się nie tylko spodziewany od kilku miesięcy przewrót na samym szczycie (*Tina* wyprzedziła *Przyjaciółkę*), ale na ogół nieco umocniły się (a przynajmniej stosunkowo niewiele straciły, co już — w obecnych warunkach — bywa sukcesem) pisma nowe, tzn. istniejące co najwyżej od 1989 roku (z wyjątkiem *Poradnika Domowego* oraz *Pani*). Postępował nadal spadek poczytności starych tygodników (obok *Przyjaciółki* — także *Kobiety* i *Życia* oraz *Gospodyni*), zarysowała się też tendencja spadkowa odbioru miesięczników, uprzednio mających wyższe notowania (*Jestem*, *Uroda*, *Zwierciadło*). Podobnie jak przed półroczem, liczne i osiągające niemałe nakłady pisma poświęcone modzie, „robotkom ręcznym”, pielęgnacji urody, kuchni itp., nie licząc *Burdy*, nie trafiają do świadomości czytelniczek jako „prasa”.

Ogólnie biorąc, po okresie silnego wzrostu poczytności w latach wiosna 1991 — wiosna 1993, nastąpiło zahamowanie wzrostu kręgu odbiorczyń miesięczników kobiecych, nie tylko drogich, luksusowych (jak *Pani, Twój Styl, Uroda*; jedynym odstępstwem jest przykład *Claudii*, która po dwóch latach obecności na rynku powiększyła wreszcie grono czytelniczek, wciąż jednak poniżej 1%), ale i tańszych, tzw. popularnych (*Poradnik Domowy, Jestem*). Druga tendencja to umacnianie się grupy nowych tygodników i dwutygodników (*Tina, Świat Kobiety*), tanich i „lekkich” w doborze treści, prezentujących kolorowy świat „w pigułce” (niczym na ekranie telewizora) i (co nie jest chyba przypadkowe) wydawanych przez tego samego wydawcę zagranicznego, co odbywa się kosztem wypieranej z rynku całej grupy starych: droższych, mniej kolorowych i bardziej zorientowanych na poważną publicystykę tygodników kobiecych (wydawanych przez rodzime wydawnictwa).

Powszechna stagnacja czytelnictwa prasy objęła również pisma kierowane do młodzieży (ze względu na skład próbek badawczej, nie dysponujemy danymi dotyczącymi czasopism dla dzieci). Uwaga ta jest trafna zarówno wtedy, gdy mowa o tytułach zorientowanych na muzykę rockową (*Bravo, Popcorn, Tylko Rock*), jak i adresowanych do dziewcząt (*Dziewczyna, Filipinka*), a także ogólnych (osamotniony *TIM* wciąż zdaje się tracić czytelników). Dodajmy, iż w połowie 1993 roku przestał się ukazywać *Świat Młodych* (wcześniej kilkakrotnie zmieniający swą formułę i szatę graficzną).

Trwa nieprzerwanie spadek poczytności starych tygodników — magazynów treści ogólnej (*Przekrój, Panorama*), ale wydaje się, że dobra passa *Miliardera* (mocno reklamowanego wiosną 1993 r., m.in. w popularnym teleturnieju *Kóło Fortuny* w TVP) należy już do przeszłości. Wprowadzona jesienią *Gazeta Rodzinna* wprawdzie została szybko dostrzeżona na rynku, ale nie zdobyła wystarczającej popularności, by dłużej utrzymać się na nim (przestała się ukazywać na początku maja 1994). O stagnacji można też mówić w przypadku miesięcznika *Sukces*.

Nawet w nowej, w polskich warunkach, grupie tygodników — poradników telewizyjnych, przeżywiających od końca 1992 roku niebawoma rozwój, skomplikowała się sytuacja w drugim półroczu 1993: *Antena i Tele Tydzień* rozszerzyły wpływ, natomiast *Super TV i To & Owo* — nie. Warto pamiętać, iż w tym czasie większość dzienników regionalnych do wydań weekendowych zaczęła dołączać kolorowe dodatki-gazety telewizyjne, drukowane nierzadko za granicą wspólnie dla kilku, nawet kilkunastu tytułów (np. *Tele Magazyn, Tele, Super Tele*). Dzienniki ogólnopolskie też przywiązują wielką wagę do tych dodatków, stale doskonaląc ich formę i zawartość (np. *Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Życie Warszawy, Super Express*). Stanowi to spore wyzwanie dla samodzielnych, specjalistycznych „TV-guides”.

*

Uzyskane wyniki badań grudniowych (1993) stanowią dla nas pewną niespodziankę; publikowane nieco wcześniej wyniki jesiennych badań firm komercyjnych (np. ESTYMA-TOR, PENTOR) były raczej optymistyczne. W ich świetle czytelnictwo prasy rozszerza się, a przynajmniej jest ustabilizowane (Instytut PENTOR głosił ostatnio tezę o „małej stabilizacji”). Dostęp do rzeczywistych danych kolportażowych jest na ogół (poza wyzwaniem rzuconym rywalom przez *Rzeczpospolitą i Gazetę Wyborczą*) dość pilnie strzeżoną tajemnicą; wiadomo jednak, że z części nakładów rozprowadzanych przez „Ruch” zwroty dzienników ogólnopolskich wynoszą od około 20% (*Gazeta Wyborcza*) do około 80% (*Nowa Europa*). Jeśli prawdziwe są dane GUS (*Rocznik Statystyczny 1993*), to w ostatnich latach nastąpił gwałtowny spadek nakładów prasy codziennej, co — z pewnym opóźnieniem charakterystycznym dla „bezwładności” świadomości osób ankietowanych — winno w końcu ujawnić się także w badaniach odbioru prasy.

Ryszard Filas

LIST DO REDAKCJI

Szanowna Redakcjo,

Na rynku księgarskim w ubiegłym roku pojawiła się książka J. Sobczaka: Polskie prawo prasowe, wyd. Oficyna Wydawnicza Book Service, Poznań 1993 r. Jest to już druga praca tego Autora, poświęcona problematyce prawa prasowego. Książce tej zamierzam poświęcić osobną, wnikliwą, krytyczną recenzję. Pragnę jednakże już teraz przestrzec czytelników przed bezkrytycznym sięganiem po tę pracę. Osobiście czuję się w obowiązku sprostować te uwagi Autora, w których głosząc swoje (mocno dyskusyjne) poglądy wkłada je w moje usta. Chodzi tu zwłaszcza o cytowany mój artykuł pt. „Odpowiedzialność karna za przestępstwa prasowe”, RPEiS 1985, nr 3. Mam podstawy przypuszczać, że Autor tego artykułu chyba nie czytał. W przeciwnym razie nie mógłby napisać na s. 132, iż zajmuje się treścią art. 37 b p.p. (przypis 9), który to przepis w momencie publikowania mego artykułu jeszcze nie istniał (pojawił się w ustawie o prawie prasowym na skutek noweli z 1990 r.). Również odnośnik 2 na s. 127 oraz przypis 15 na s. 136 odsyłające do mego artykułu nie odpowiadają prawdzie. Najgorszy jednak wydzźwięk ma ostatni akapit na s. 135, w którym Autor wbrew oczywistej treści przepisów sugerując, iż przedmiotem przestępstw, o których mowa w art. 46 i 47 p.p. obok redaktora naczelnego, mogą być inni pracownicy redakcji, a nawet drukarze, czy... osoby spoza redakcji, powołuje w przypisie 13 znowu moje nazwisko. Czyni tak, chociaż na s. 52 wspomnianego artykułu stwierdzam wyraźnie: „podmiotem tego przestępstwa może być jedynie redaktor naczelny...”. Podobnie piszę o art. 47 p.p. na s. 53 artykułu. Szereg podanych wyżej przykładów dotyczy mnie osobiście jako długoletniego wykładowcę i specjalistę z tej dziedziny, bowiem rodzić może przypuszczenia czytelników, że nie znam przedmiotu, który wykladam. Jest to tym bardziej naganne, że dostęp do literatury z zakresu prawa prasowego jest niejednokrotnie utrudniony (poprzez wyczerpanie nakładów niektórych publikacji) i dlatego wielu studentów dziennikarstwa, a także praktyków zapoznaje się z nimi jedynie poprzez cytaty pochodzące z tzw. drugiej ręki.

Kierownik Pracowni
Prawa Środków Masowego Komunikowania
MIWiOWI UJ
dr hab. Izabela Dobosz

PRASA „GADZINOWA” CZY PRASA „JAWNA”

Grzegorz Hryciuk: *GAZETA LWOWSKA 1941-1944*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1992. S. 160.

Nakładem Uniwersytetu Wrocławskiego ukazała się interesująco napisana książka poświęcona *Gazecie Lwowskiej*, wydawanej w latach 1941-1944 przez hitlerowskiego okupanta we Lwowie, „jedynemu dziennikowi polskiemu dystryktu Galicja” (s. 28). Poszerza ona znacznie stan wiedzy o prasie niemieckiej wydawanej w języku polskim, która była narzędziem hitlerowskiej propagandy, spełniając funkcje informacyjno-propagandowe. W przypadku dzienników można też mówić, że pełniły funkcję pośredników między władzami niemieckimi a społeczeństwem polskim, powiadamiając o zarządzeniach, nowych prawach czy o niektórych przejawach życia codziennego. Prasa dla Polaków była całkowicie kierowana i kontrolowana przez Niemców, a nieliczni zatrudnieni kolaborujący z nimi przedwojenni polscy dziennikarze stawali się tylko wykonawcami niemieckich dyrektyw. Prasa „gadzinowa” miała w zamyśle Abteilung für Volksaufklärung und Propaganda zastąpić blisko 2600 tytułów pism wydawanych w Polsce do września 1939 r.

Wśród ponad 50 tytułów pism niemieckich wydawanych w języku polskim na obszarze Generalnego Gubernatorstwa ukazywało się dziesięć dzienników. Jednym z nich była *Gazeta Lwowska* (9 VIII 1941 — 19 VII 1944?) osiągająca 50 tys. egz. nakładu (nakłady dwu głównych dzienników w GG wynosiły: *Nowy Kurier Warszawski* — ponad 200 tys. egz., *Goniec Krakowski* — 60 tys.). Za-

mierzeniem Grzegorza Hryciuka stała się udana próba „odtworzenia i scharakteryzowania podstawowych kierunków, schematów i metod oddziaływania propagandowej *Gazety Lwowskiej* na ludność polską tzw. dystryktu Galicji w latach 1941-1944” (s. 7). Jednocześnie, rozwijając i pogłębiając podnoszoną wcześniej przez W. Wójcik¹ i E. Cytowską² tezę o odmienności *Gazety Lwowskiej* od pozostałych czasopism i gazet „gadzinowych”, dążył on do ustalenia czynników, które wpłynęły na jej ukształtowanie. Z tych zamierzeń wywiązał się dobrze, chociaż niektóre poglądy autora są co najmniej dyskusyjne. Ale zanim o tym, stwierdzimy, że czytelnik dostał do rąk książkę napisaną czytelnie przez kompetentnego młodego historyka (praca doktorska).

W przejrzystym, uporządkowanym logicznie wykładzie, w sześciu rozdziałach ukazał na tle szerszych rozważań o polityce narodowościowej i propagandowej III Rzeszy wobec Polaków i polskich ziem tzw. dystryktu Galicji Wschodniej przyłączonych do Generalnego Gubernatorstwa w 1941 r., kierunki oddziaływania i zawartość tematyczną *Gazety Lwowskiej*.

Podstawowym materiałem źródłowym stała się dla autora pracy przede wszystkim *Gazeta Lwowska*, nie zachowały się bowiem

¹ Przypomnijmy, że udowodniła to wcześniej Władysława Wójcik w dwu publikacjach: „Problemy tzw. produkcji dóbr niematerialnych na łamach niemieckiej prasy w języku polskim wydawanej w Generalnej Gubermii w latach 1939-1945” (Rocznik Naukowo-Dydaktyczny WSP w Krakowie, z. 89: Prace Bibliotekoznawcze 2, Kraków 1984, s. 79-128) oraz „*Gazeta Lwowska* (1941-1944). Metody i kierunki oddziaływania propagandowego na przykładzie wybranych zagadnień” (*Kwartalnik Historii Prasy Polskiej* 1986, z. 2, s. 25-40). Za nią opinię tę powtórzyła Ewa Cytowska w pracy pt. „Szkice z dziejów prasy pod okupacją niemiecką” (1939-1945). Warszawa 1986.

² Ewa Cytowska: op. cit.

materiały i archiwa redakcyjne. Uważna analiza treściowa pozwoliła mu skonstruować podstawowe rozdziały książki, takie jak „Sprawa polska (1941-1944)”, „Propaganda antyradziecka i antysemicka”, „Dzień powszedni Lwowa pod okupacją niemiecką”, „Problematyka kulturalna”. Wnioski z nich wynikające potwierdzają dotychczasową opinię, że na tle pozostałych dzienników *Gazeta Lwowska* wyraźnie różniła się zasobem treściowym, zwłaszcza po 1943 roku, aczkolwiek spełniała podobne funkcje propagandowe, na co autor książki zwrócił szczególnie uwagę. Podobnie — jak to uczyniła W. Wójcik w swych artykułach i książce — o odmienności przesądzał dział kulturalny, który swą zawartością daleko odbiegał od tego, co publikowano w analogicznych pismach niemieckich wydawanych w języku polskim. Przykładowo tylko wspomnijmy, że w *Gazecie Lwowskiej* opublikowano 218 utworów prozą i 343 wierszem, podczas gdy *Goniec Krakowski* zamieścił tylko 15 utworów poetyckich, preferując prozę — 298 tekstów, a *Nowy Głos Lubelski* tylko 48 utworów prozatorskich i 3 poetyckie. Do tej sprawy jeszcze wrócimy.

Na podkreślenie zasługuje dotarcie przez Hryciuka do zachowanych w zbiorach rękopiśmiennych wrocławskiego Ossolineum dokumentów Stanisława Wasylewskiego i jego żony, w tym także materiałów związanych z procesami Wasylewskiego w latach 1946-1947. Wykorzystał częściowo również sprawozdanie prasowe z procesu przed Sądem Okręgowym w Krakowie, pomijając jednak kilka relacji. Autor pisze o relatywności sprawozdań prasowych z procesu, ale nie weryfikuje tych zeznań czy opinii świadków o działalności Wasylewskiego podczas okupacji. Nie oznacza to, że recenzent kwestionuje ocenę wkładu Wasylewskiego w redagowanie *Gazety*, ale byłby ostrożniejszy ze stwierdzeniem o tendencyjności i jednostronności tych opinii. Jak zatem w stosunku do nich pozostają enuncjacje lwowskiej prasy podziemnej, której — jak sam autor zauważa w zakończeniu — „najczęstszym celem ataków (...) był Stanisław Wasylewski, znany pisarz i eseista, cieszący się przed wojną dużym autorytetem, który przez sam fakt pracy w *GL* zdawał się firmować wszystko to, co lwowska „gadzinówka” pisała”. Jak mocne przecież było stanowisko redakcji konspiracyjnego organu AK okręgu lwowskiego *Biuletynu Ziemi Czer-*

wieńskiej, która uważała, że na Wasylewskiego spadała główna odpowiedzialność za „usypianie, wprost «chloroformowanie» opinii polskiej” (*Biuletyn Ziemi Czerwieńskiej* 1942, nr 12/13). G. Hryciuk zna te wypowiedzi i je cytuje, przywołuje nawet w przypisach artykuł z pisma *KON Komunikaty* (1941 nr 27a) piętnujący tę współpracę, zamieszczony w dziele „Volksdeutsche i inne kanalie”. Ale ogranicza się tylko do uznania za uzasadnione „zdziwienie i oburzenie” *Biuletynu* (s. 151). Nie próbuje wykorzystać tego faktu, gdy pisze następnie o poczytności *Gazety Lwowskiej*. Natomiast skłonny tę „popularność” odczytywać ze sfingowanych listów do redakcji, w których czytelnicy pragnęli zakupić brakujące im numery *Gazety Lwowskiej*. Prasa „gadzinowa” powszechnie posługiwała się tą metodą, nie tylko we Lwowie.

W rozdziale wstępnym autor dokonał przeglądu stanu badań nad prasą „gadzinową”, odnotowując podstawowe teksty dotyczące w całości lub w części tej problematyki, krytycznie oceniając potknięcia niektórych badaczy, jak np. E. Cytowskiej, a nawet tak skrupulatnej autorki, jak Władysława Wójcik, która po L. Dobroszyckim należy do najbardziej kompetentnych znawców prasy „gadzinowej”. O jej rekonesansowym artykule w *Kwartalniku Historii Prasy Polskiej o Gazecie Lwowskiej*³ wyraża się dość niefrasobliwie, że „nie ustrzegła się zarówno pomyłek faktograficznych, jak i stwierdzeń, które wydają się z wielu względów co najmniej kontrowersyjne” (s. 6). Nie podzielam tej nie udokumentowanej opinii, aczkolwiek rozumiem, że autor książki „oczyszcza przedpole” dla swoich rozważań, by podkreślić ich oryginalność i ważność. Czyni to niepotrzebnie, bo książka jego pióra jest tekstem znaczącym i zasługującym na uwagę historyków i prasoznawców, nie zostanie też nie zauważona przez czytelników z kręgów nieprofesjonalnych. Wzbogaca dotychczasowy stan wiedzy o tym niemieckim dzienniku wydawanym w języku polskim z inspiracji i za aprobatą Abteilung Propaganda, która wydawaną przez siebie prasę traktowała jako element wojny totalnej.

W tym miejscu po raz któryś pragnę wyrazić swój pogląd na temat pojęcia „prasy jawnej”, niegdyś użytego przez L. Dobroszyckiego, a powtórzonego przez Grzegorza Hryciuka

³ W. Wójcik: *Gazeta Lwowska (1941-1944)*..., op. cit.

w jego książce. Uważam za nieporozumienie wprowadzenie do obiegu naukowego określenia „prasy gadzinowej” w Generalnym Gubernatorstwie jako „prasy jawnej” czy też polskiej „prasy legalnej”. Była to prasa niemiecka, wydawana w języku polskim, o antypolskich celach, będąca ważnym elementem w mechanizmach niemieckiej propagandy. Nie przekonują argumentacje autora książki, że sformułowanie „prasa gadzinowa” jest określeniem tylko historycznym (s. 13-14); „gadzinowość” prasy w latach 1939-1945 na okupowanych ziemiach polskich miała nieco inny charakter, aniżeli z okresu antypolskiej polityki Prus z przełomu XIX-XX wieku, ale cel i metody — jak słusznie zauważa S. Lewandowska⁴ — pozostały te same: posługiwanie się językiem narodu gniebionego dla szerzenia poglądów i idei sprzecznych z jego interesem. Mocodawcy tej prasy na ogół byli znani, ale nie ujawniano rzeczywistych redaktorów, posługując się nazwiskami kolaborujących z hitlerowcami dziennikarzy (nie dotyczy to części nazwisk autorów tekstów publikowanych na łamach prasy gadzinowej, nie pytano ich bowiem o zezwolenie).

Autor książki stwierdza, że niezbyt imponujący jest stan badań nad prasą „gadzinową”, w tym też w odniesieniu do *Gazety Lwowskiej*. Można sądzić, że do niektórych prac nie dotarł. Odnotowano, że tylko w latach 1944-1981 ukazały się na ten temat 42 pozycje o różnej wartości, w tym niektóre o charakterze przyczynkarskim⁵. Wśród nich brakowało opracowań o *Gazecie Lwowskiej*. Te pojawiły się później. Autor nie zauważył ważnych opracowań takich, jak np. W. Wójcik: Problem tzw. produkcji dóbr niematerialnych na łamach niemieckiej prasy w języku polskim wydawanej w Generalnej Guberni w latach 1939-1946 (1984)⁶; Stan i potrzeby badań niemieckiej prasy w języku polskim dla Polaków z lat 1939-1945 wydawanej w Generalnym Gubernatorstwie (1985)⁷; Niemiecka prasa w

języku polskim dla Polaków wydawana w Generalnym Gubernatorstwie w latach 1939-1945. Ogólna charakterystyka (1987)⁸; Język prasy gadzinowej lat 1939-1945 na tle metod niemieckiej propagandy (1990)⁹.

W kolejnych rozdziałach autor zajął się „polskojęzyczną prasą jawną w GG w latach 1939-1945”, scharakteryzowaniem *Gazety Lwowskiej* (rozdz. „Jedyny dziennik polski dystryktu Galicji”), by z kolei przejść do szczegółowej analizy treściowej gazety.

Rozdziały te napisane zostały z dużą znajomością rzeczy, przynoszą wiele nieznanych dotąd informacji, aczkolwiek mają one zróżnicowaną wartość. Rozdział traktujący o prasie niemieckiej w języku polskim na terenie GG stanowi syntetyczne ujęcie informacji znanych już z innych publikacji. Pojawiły się w nim jednak stwierdzenia co najmniej dyskusyjne. Np. autor pisze, iż niektóre pisma gadzinowe „starły się zachować pewną specyfikę” (s. 20), posługując się przykładem *Nowego Kuriera Warszawskiego*, którego — jego zdaniem — specyfikę stanowiło to, iż poświęcał „relatywnie dużo miejsca problemom kultury”. Nie można podzielić tej opinii, wiadomo bowiem na podstawie analizy jakościowo-ilościowej treści wszystkich dzienników wydawanych w języku polskim przez Niemców, że na łamach *Nowego Kuriera Warszawskiego* niewiele miejsca poświęcono kulturze: np. w latach 1939-1944 NKW opublikował 134 utwory prozą i 21 wierszem, podczas gdy np. w *Kurierze Kieleckim* ukazało się ich 264 prozą i 7 wierszem, w *Dzienniku Radomskim* — 369 prozą i 19 utworów poetyckich, w *Kurierze Częstochowskim* 137 utworów prozą i 224 wiersze, w *Gońcu Krakowskim* — prozą 274 utwory i 26 wierszem, a w *Gazecie Lwowskiej* — 208 utworów prozą i 343 utwory poetyckie. Skromnie też przedstawiała się publicystyka kulturalna. Problemem nauki i oświaty NKW poświęcił zaledwie 93 artykuły, podczas gdy na łamach *Gońca Krakowskiego* opublikowano ich 271, *Kuriera Kieleckiego* — 203, *Kuriera Częstochowskiego* — 278, *Dziennika Radomskiego* — 263, *Gazety Lwowskiej* — 450. Szkolnictwo powszechne i zawodowe zainteresowało NKW aż 62 razy, podczas gdy w *Gazecie Lwowskiej* ta tematyka pojawiła się

⁴ S. Lewandowska: Polska konspiracyjna prasa informacyjno-polityczna 1939-1945. Warszawa 1982, s. 153; też: Prasa okupowanej Warszawy 1939-1945. Warszawa 1992, s. 7-8. W swoich pracach używam stale określeń „prasa gadzinowa” i nie jestem w tym odosobniony.

⁵ J. Jarowiecki, E. Wójcik, G. Wrona: Bibliografia opracowań prasy ukazującej się w Polsce w latach 1939-1945. Cz. 1: Publikacje z lat 1944-1981. Kraków 1992.

⁶ W. Wójcik: por. przypis 1.

⁷ Rocznik Naukowo-Dydaktyczny WSP w Krakowie, z. 96: Prace Bibliotekoznawcze 3. Kraków 1987, s. 141-160.

⁸ Tamże, z. 100: Prace Bibliotekoznawcze 4. Kraków 1987, s. 173-226.

⁹ Tamże, z. 135: Prace Bibliotekoznawcze 5. Kraków 1990, s. 133-204.

w 222 publikacjach. Sztuką redaktorzy *NKW* zainteresowali się w 32 publikacjach, a *Gazeta Lwowska* w 312 artykułach. Czy zatem problemy kultury świadczyły o specyfice *Nowego Kuriera Warszawskiego*? W dzienniku tym dominowały problemy związane z administracją i rządami „GG” — poświęcono im 2555 artykułów, podobnie było w *Gońcu Krakowskim* — 2608 artykułów, w pozostałych dziennikach nie przekraczały znacznie 1000-1100 pozycji. Podobnie było z tematami gospodarczymi: *NKW* zajął się nimi w 799 publikacjach, *Goniec Krakowski* w 2932 artykułach — pozostałe dzienniki nie przekraczały ilości 1000 pozycji. Prawdą natomiast jest, że *Nowy Kurier Warszawski* dużo miejsca poświęcał rozrywce: recenzje z rewii, kabaretów, kin i „teatrów” pojawiały się dość często: było ich 1278 (w *Gońcu Krakowskim* 1214, *Gazecie Lwowskiej* tylko 372). Można sformułować pogląd, czego nie zrobił autor książki, że władze okupacyjne obowiązkiem propagandy kulturalnej przez literaturę obarczyły dzienniki poszczególnych dystryktów, a głównie *Gazetę Lwowską*, a propagandą polityczną przede wszystkim zajmowały się *Goniec Krakowski* i *Nowy Kurier Warszawski*.

W rozdziale drugim Hryciuk przedstawił informacje związane z organizacją pracy redakcji, o redaktorach i współpracownikach *Gazety Lwowskiej*, o układzie materiału na łamach pisma, kosztach jego wydania. Gdyby autor zastosował techniki analizy ilościowo-jakościowej prasy, obraz układu materiału na łamach dziennika byłby bardziej przejrzysty. „Pismo to przynosiło codziennie bogaty, choć dobrany tendencyjnie, materiał agencyjny o wypadkach politycznych i militarnych na świecie” (s. 28) — zauważa autor. Zabrakło mi wyraźnych stwierdzeń o proporcjach, jakie zachodziły między różnymi kręgami tematycznymi publicystyki, np. między tematyką wojenną, polityczną a tekstami traktującymi o problemach gospodarczych i innych dziedzinach życia codziennego, np. o życiu „kulturalnym”. Do odbiorcy polskiego we wszystkich dziennikach kierowano przede wszystkim doniesienia o sytuacji na frontach, o różnych przejawach życia politycznego w Rzeszy Niemieckiej, jej sojuszników i przeciwników. Kładziono duży nacisk na propagandę antyżydowską i antyradziecką, usiłowano też kształtować opinię społeczeństwa i jego poglądy w duchu polityki Trzeciej Rzeszy. Głównie cho-

dziło o dyskredytowanie przedwojennego rządu polskiego, pogodzenia się społeczeństwa polskiego z trwałością rządów hitlerowskich, osłabienie wiary w mocarstwa zachodnie, głównie w sojusznika brytyjskiego, o akcenty antysemickie, antyradzieckie i antykomunistyczne. Autor książki uwagi o tych różnych nurtach publicystyki rozłożył na kilka rozdziałów, nie sygnalizując jednak w rozdziale II relacji zachodzących między tymi nurtami. Sądzę, że w tym rozdziale winna się znaleźć zapowiedź o znaczeniu publicystyki kulturalnej i różnych informacjach i formach obecności kultury na łamach *Gazety Lwowskiej*, o której później dość szczegółowo pisze w rozdziale „Problematyka kulturalna”. Tu zauważyć trzeba, że w rozdziale drugim znalazły się interesujące informacje ukazujące rolę Stanisława Wasylewskiego w redagowaniu opisywanego dziennika.

Rozdział trzeci, poświęcony „sprawie polskiej” na łamach dziennika rozpoczął autor od trafnego stwierdzenia, że „*Gazeta Lwowska* nie była jedynym źródłem informacji o wydarzeniach międzynarodowych dla społeczeństwa polskiego we Lwowie”. Ukazywały się tu liczne tytuły prasy konspiracyjnej. Analiza treści przeprowadzona przez Hryciuka pozwala zauważyć, że sposób przedstawiania sprawy polskiej nie odbiegał od podobnego w innych niemieckich dziennikach wydawanych w języku polskim. Dominowały wypowiedzi o charakterze rozrachunkowym, ubogo natomiast przedstawiały się informacje o stanie kwestii polskiej na forum międzynarodowym, poczynaniach rządu RP na uchodźstwie i stosunku mocarstw do sprawy niepodległości Polski. Pewną odmienną można było zauważyć w publicystyce historycznej i kulturalnej. Autor książki podkreślał „ton nieszczerej życzliwości i obłudnego współczucia wobec Polaków” (s. 68), pojawiający się na łamach *Gazety Lwowskiej*. Dyskusyjnie brzmi jego uwaga: „Wydaje się jednak, iż nawet wybitnie jednostronny zestaw informacji, który przynosiła GL, był — choć brzmi to paradoksalnie — w znacznym stopniu uzupełnieniem, niekiedy k o r e k t ą (podkr. JJ), obrazu wydarzeń serwowanego w najlepszej wierze przez prasę podziemną” (s. 69). Bez poważniejszych argumentów trudno podzielić tę opinię.

W rozdziale czwartym autor zajął się niemiecką propagandą antysemicką i antyradziecką. Intensywność kampanii antyżydo-

wskiej w ciągu prawie 1,5 roku miała przede wszystkim przekonać społeczeństwo polskie o wielkim zagrożeniu przez Żydów, o ich ogromnym wpływie na przebieg politycznych i militarnych wydarzeń w świecie, o rozkładowej robocie „żydostwa” w Polsce międzywojennej (we Lwowie Żydzi stanowili 28% mieszkańców), o nienawiści Żydów do świata aryjskiego. Wszystko to miało wywołać niechęć do Żydów, przekonać o potrzebie ich izolacji, a w konsekwencji spowodować aprobatę dla ich eksterminacji. Społeczeństwo Lwowa dawało odpór tej propagandzie. Propaganda antysemicka miała spotęgować uczucie niechęci do ZSRR. Mieszkańcy Lwowa i całego „dystryktu” mieli jeszcze świeżo w pamięci aresztowania i wywózki Polaków w głąb Rosji. Wiadomość o zbrodni katyńskiej tworzyła korzystne warunki dla kształtowania antykomunistycznych i antybolszewickich postaw. Szczególne nasilenie nastąpiło w roku 1943, gdy sytuacja na froncie wschodnim uległa radykalnej zmianie. Autor wydobyl przykłady licznych wypowiedzi publicystycznych, wskazał też na utwory literackie włączone niejako w ten kierunek oddziaływania.

Ciekawe informacje o dniu powszednim Lwowa zawiera rozdział piąty. Problemy zarządzania, wyżywienia i związane z tym kłopoty aprowizacyjne, sprawy ubioru, odzieży, sytuacja mieszkaniowa, a właściwie „głodu mieszkaniowego”, zdrowie i higiena, szkolnictwo i oświata, życie kulturalne Lwowa — oto sprawy, które znalazły się w centrum uwagi autora. Dość szczegółowy przegląd *Gazety Lwowskiej* pod tym kątem widzenia pozwolił Hryciukowi nakreślić obraz życia mieszkańców pod okupacją. Na obraz ten złożyło się sporo informacji o życiu kulturalnym.

Tym kwestiom poświęcił autor nawet oddzielny VI rozdział: „Problematyka kulturalna”. Śmiało mógł do tego rozdziału przenieść część wcześniejszych informacji o książce, bibliotekach etc. Przychodzi zgodzić się z autorem, że *Gazeta Lwowska* wiele miejsca poświęcała propagowaniu kultury i nauki niemieckiej, a także polskiej. W porównaniu z innymi „gadzinówkami” *Gazeta Lwowska* odegrała znaczną rolę w dziele popularyzowania kultury i historii Lwowa, polskich obyczajów ludowych. Szczególne miejsce w dziele kulturalnym zajmowała esejistyka, publicystyka kulturalno-historyczna dotycząca Lwowa, jego dziejów, kultury i sztuki. *Gazeta Lwo-*

wska wyszukiwała i skrupulatnie odnotowywała to wszystko, co świadczyło o specyfice i swoistym stylu miasta i jego polskości. Długa galeria twórców, pisarzy i poetów, artystów — malarzy i naukowców stała się przedmiotem zainteresowania redakcji. Zapewne to zasługa Wasylewskiego, ale tendencja ta zgodna była z linią propagandowego oddziaływania niemieckiego okupanta. Chodziło o wzmocnienie świadomości o polskości Lwowa i dystryktu, jakby nie było tu innego żywiołu narodowościowego, ukraińskiego. To miało zmobilizować społeczeństwo do obrony przeciw nawałce bolszewizmu, który kokietował — podobnie jak czynił to już wcześniej — ukraińskością tych ziem. Autor książki z ogromną skrupulatnością zarejestrował nazwiska twórców, których oryginalne utwory zapełniały *Gazetę Lwowską* (a nie były to tylko dzieła poetów amatorów). Ukazał swoisty „słownik biograficzny” ludzi Lwowa na łamach dziennika. Rejestrując nazwiska poetów, skorygował też dotychczasowe ustalenia badaczy (m. in. dotycząc debiutu Eugeniusza Kolanki na łamach *Gazety Lwowskiej*, poprawiając piszącego te słowa). Swoimi uwagami wzmocnił autor opinie o odmienności *Gazety Lwowskiej* od pozostałych „gadzinówek”.

Książka Hryciuka wzbogaca znacznie stan wiedzy o prasie gadzinowej. Napisana ładną polszczyzną zyska czytelników nie tylko w kręgu historyków czy historyków prasy.

Jerzy Jarowiecki

CZASOPISMA I POKOLENIA

Andrzej B u c k: CZASOPISMA LITERACKIE MŁODYCH 1944-1971. Szkice. Zielona Góra 1992. S. 356.

Kultura, jej rozwój i ewolucja wiąże się co najmniej od połowy XIX wieku z czasopismami, powoływanymi do życia przez grupy twórców lub instytucje prospołeczne, hołdujące określonym wartościom i przekonaniom, tak głęboko w nie zaangażowanym, że chcą o nich zaskomunikować szerokim rzeszom społeczeństwa. W nim spodziewają się znaleźć grupy podobnie odczuwające i myślące. Mechanizm ten jest szczególnie wyraźny wtedy, gdy odnosi się do pokoleń ludzi młodych, któ-

re wstępują w dojrzałe i twórcze życie. Towarzyszy temu innowacyjność artystyczna młodego pokolenia oraz jednoczesne asymilowanie przez nie panujących wzorów i wartości danego środowiska kulturowego, co nie odbywa się bez konfliktów.

Okres powojenny w Polsce, podobnie jak i w innych państwach europejskich, był ciekawym przejawem działania tego mechanizmu wstępowania pokoleń na arenę kultury narodowej. Charakteryzował się on jednak określoną specyfiką, związaną z burzliwymi przemianami historycznymi i geopolitycznymi, na które nałożyła się historia i tradycja narodu polskiego. O przebiegu tych przemian w latach 1944-1971 pisze Andrzej Buck w książce pt. „Czasopisma literackie młodych 1944-1971. Szkice” — jednej z prac o tamtym czasie, na który autor patrzy już z dystansu historycznego.

Buck prześledził historię powstawania i ewolucji czasopism literackich młodych, które powstawały po 1944 roku na obszarze polskim i towarzyszącej temu wędrówce „kulturalnej stolicy” Polski przez Lublin, Kraków, Łódź i Warszawę. Towarzyszyły tej wędrówce kolejne incjatywy wydawnicze, sygnowane przez pokoleniowe grupy inicjatywne. Należały do nich m. in. takie tytuły jak: *Walka*, *Pokolenie*, *Nurt*, *Po prostu*, *Współczesność*, *Wierzbak*, *Orientacje*, *Wyboje*, *Plomienie* itp.

W kolejnych szkicach poświęconych tamtym inicjatywom wydawniczym, autor ukazuje ludzi, idee i wartości oraz mechanizmy formowania się ugrupowań artystycznych, które doprowadziły do ich zaistnienia, a następnie i upadku. Opisując ów mechanizm powstawania czasopism młodych, Buck odwołuje się do koncepcji Andrzeja K. Waśkiewicza, który podzielił „instytucje życia literackiego na: instytucje młodych i instytucje dla młodych. Pierwsza z nich to instytucja, której kształt został zaprogramowany i zrealizowany przez młodych, druga to ta, która artykułuje wartości preferowane przez młodych, kierowana jest jednak przez ludzi «z zewnątrz»” (s. 6). Przyjęcie tej kategoryzacji pozwoliło pośrednio ukazać autorowi mechanizm powstawania i funkcjonowania owych periodyków oraz konfliktów prowadzących do ich upadku wskutek nacisków instytucji politycznych i cenzury. Naciski te prowadziły do podziałów literatury rodzimej na tę „słuszną” i tę „ideowo obcą” kształtującemu się ustrojowi politycznemu.

Naturalne konflikty twórcze, towarzyszące wchodzeniu w życie nowym pokoleniom, które wewnętrznie były zróżnicowane w wyniku wojny i okupacji oraz emancypacji ogromnej liczby ludzi w nowej rzeczywistości społeczno-politycznej, uległy drastycznemu wzmocnieniu przez konflikty prokurowane „od zewnątrz”. Powstałe wtedy podziały i model funkcjonowania życia literackiego, które bardzo trafnie uchwycił Buck, pod wieloma względami funkcjonują do dzisiaj, choć od kilku lat nie oddziałują tak drastycznie owe „czynniki zewnętrzne”. Pozostali jednak ludzie, którzy dojrzewali artystycznie w tamtym świecie i wnoszą oni ów багаż historyczny, który obecnie absolutnie nie służy życiu literackiemu w Polsce.

Rzetelne opisanie tego mechanizmu, wzbogacone analizą zawartości treści czasopism literackich młodych tamtych okresów, jest jedną z ważniejszych zalet tej pracy. Stanowi kompetentne źródło do dziejów polskiej literatury współczesnej, która przez „aktorów sceny literackiej” tamtego okresu poddawana jest — niestety — zafałszowaniu. Próbuje się bowiem przy wymazywaniu tzw. „czarnych plam” z jej historii nanosić „białe plamy”, bez żenady zmieniając życiorysy, podając niepełne informacje biograficzne i bibliograficzne, przemilczając niewygodne fakty i dokonania. Zabiegi te jedynie potwierdzają, że niektórzy autorzy, dojrzewający w poprzednich okresach, tak przesiąkli mechanizmami „robienia literatury”, iż trudno im przejść w sposób naturalny do aktualnej rzeczywistości życia artystycznego. Ich „poczucie winy” wydaje się przesadzone, chociażby z tego powodu, że właśnie w tym okresie budowali oni swój warsztat i świadomość artystyczną, wrażliwość na wartości, która zaowocowała wieloma wybitnymi dokonaniem artystycznymi, podnosząc rangę polskiej kultury w świecie.

Czasopisma ich pokoleń stanowiły „instytucje literackiej komunikacji”. Występowały w powiązaniu funkcjonalnym z innymi elementami życia literackiego „jako ważny twórca literackiej interakcji społecznej”. „Interakcje wewnątrz środowiska literackiego — pisze trafnie Buck — mogą mieć aspekt pozytywny (łącząc pisarzy o podobnym światopoglądzie poetyckim lub negatywny (zachodząc między twórcami różnych orientacji poetyckich). (...) Spełniają więc rolę medium, transmitującego określoną świadomość. Dla na-

dawcy są ośrodkiem integracji, skupienia, spełniają też następujące funkcje (podobnie jak grupa literacka): kreatywną, ekspansywną, defensywną i towarzyską" (s. 8). Nieprzypadkowo obecne pokolenia twórców kultury, a także i nauki, uległy degradacji i rozbiciu, gdyż zostały im odebrane możliwości skutecznego artykułowania własnego głosu we własnych czasopiśmieach. Nałożyły się na to — rzecz jasna — problemy z dystrybucją i zubożenie warstwy inteligencji, co jeszcze drastyczniej wpłynęło na ich degradację społeczną.

Cenną stroną pracy Bucka jest strukturalne i funkcjonalne powiązanie kulturalnych inicjatyw czasopiśmienniczych lat 1944-1971 z ludźmi i ugrupowaniami, które je kształtowały. Autor skrupulatnie prześledził biografie literackie właściwie wszystkich liczących się tu pisarzy, poetów, dziennikarzy i badaczy prasy tego okresu. Omówił losy i tezy programów literackich takich ugupowań jak „Walka” (A. Włodek, W. Machejek, Z. Jaremkowski, W. Szymborska, S. Żytyński), łódzkiego ruchu „Życie” sygnowanego przez AZWM (M. Żmigrodzka, H. Kulągowska, M. Buczkówna, A. Pogonowska, A. Braun, A. Kotula, M. Janion, W. Woroszyński, T. Drewnowski), grupy „warszawskiej”, do której należeli m. in. R. Bratny, J. Piórkowski, L. M. Bartelski, S. Marczak-Oborski, Z. Stolarek oraz kolejnych formacji takich jak: Akademickie Koło Organizacji Młodzieżowych TUR, „Kuźnica”, ZMW, „Wici”, ZZLP, ZLP, Zjazd Kół Młodych Pisarzy w Nieborowie, „Hybrydy”, „Próby”, „Agora”, „Centrum”, „Teraz”, „Tylicz”, „Samsara” itp. W pracach tych gremiów przewijają się m. in. nazwiska tak wybitnych pisarzy jak: T. Borowski, M. Jastrun, T. Konwicki, C. Miłosz, J. Błosiński, J. Putrament, A. Kijowski, R. Kapuściński, P. Hoffman, A. Ważyk, K. Brandys, T. Różewicz, K. I. Gałczyński, S. Dygat, L. Staff, S. Żółkiewski i K. Wyka.

Omawiana praca stanowi także analizę pozwalającą zrozumieć szerzej przemiany w kulturze i prasie kulturalnej, które nastąpiły po roku 1968, a opisane wcześniej przez B. S. Kundę w pracy „Próby wspólnoty. Wprowadzenie do biografii pokolenia 1968-1970” (Warszawa 1988)*, które Buck we własnej książce wstępnie zasygnalizował. W obydwóch przypadkach zasadniczym mechanizmem transformacji kultury w ogólnym sensie był

podobny, choć treści zmieniały się w związku z różnicą w doświadczeniach pokoleń wstępujących.

Obydwie publikacje — zarówno Bucka jak i Kundy — czekają zatem na kontynuację, która by objęła wydarzenia kulturalne i wydawnicze po roku 1989, kiedy obowiązujący dotychczas wzorzec kultury i literatury został poddany radykalnym zmianom, a dostęp do archiwów jest o wiele łatwiejszy.

Ignacy S. Fiut

KOLEJNY TOM „TRANSFORMACJI”

MATERIAŁY POMOCNICZE DO NAJNOWSZEJ HISTORII DZIENNIKARSTWA. Pod redakcją naukową Aliny Słomkowskiej. T. 24: Dylematy transformacji prasy polskiej (1989-1993). DWiH, „Eliksir”, Warszawa 1994. S. 274.

Zeszyty Prasoznawcze w numerze 1-2 z 1993 roku obszernie informowały piórem Zofii Sokół o sympozjum „Kontrowersje wokół transformacji polskiej”, zorganizowanym przez pracowników Najnowszej Historii Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, kierowaną przez prof. dr hab. Alinę Słomkowską. Prawie po roku ukazała się książka będąca pokłosiem tamtego spotkania. „Zbiór pt. «Dylematy transformacji prasy polskiej 1989-1993» — pisze redaktor tej pracy Alina Słomkowska — skupił autorów z ponad dziesięciu ośrodków naukowo-badawczych w Polsce, przeszło dziesięciu redaktorów naczelnych, liczną grupę doktorantów i habilitantów finalizujących dysertacje poświęcone mediom. Reprezentują one różne orientacje polityczne i światopoglądowe, przeciwstawne nieraz poglądy, różne pokolenia naukowców i praktyków zainteresowanych analizą i rolą mediów. Intencją moją było przedstawienie transformacji mediów z rozmaitych punktów widzenia, aby wzbogacić dyskusję nad udoskonaleniem i przyszłością polskiego dziennikarstwa.”

* Zob. recenzję w ZP 1990 nr 1 s. 95.

Książka zawiera przede wszystkim materiały przedstawione na konferencji oraz kilka tekstów przygotowanych na inne okazje (np. M. Iłowieckiego), ale tematycznie związanych z transformacją mediów. Zostały one podzielone na cztery części. Otwiera je wypowiedź Lecha Wałęsy „O mediach”, wygłoszona 18 II 1993 w Warszawie na konferencji roboczej Międzynarodowego Stowarzyszenia do Badań Komunikacji Masowej. Wedle prezydenta „Pytanie zasadnicze, jakie staje dziś przed mediami, to pytanie: co dla nich oznacza niezależność i wolność, do czego i czemu ta wolność ma służyć? Jakie powinna mieć oblicze, by przemiany, które się u nas dokonują, szły ku wolności odpowiedzialnej”.

W części pierwszej, „Problemy ogólne”, zamieszczono w kolejności teksty: Franciszka Ryszki, Jana Chrapka, Adama Lepy, Macieja Iłowieckiego, Andrzeja Bilika, Henryka Zagńczyka, Haliny Satkiewicz, Bartłomieja Golki, Zbigniewa Bajki, Krystyny Pawłowicz, Jacka Dohnalika, Ryszarda Filasa, Anny Magierskiej, Mariusza Załuskiego, Marka Pacholczyka, Mirianny Kozak, Marka Ciecierskiego, Ireny Wnuk-Ficińskiej i Elżbiety Ciborskiej. Dotyczą one m. in. kontrowersji związanych z radykalnymi zmianami w mediach polskich w dziedzinie ich percepcji, wartości, układów własnościowych, zadań stojących przed dziennikarstwem nowego typu.

Druga część nosi tytuł „Monografie”; składają się na nią najczęściej wystąpienia redaktorów naczelnych wielu czasopism, od zasięgu ogólnopolskiego po lokalny: Dariusza Fikusa, Jerzego Ślaskiego, Jerzego Marlewskiego, Pawła Dybicza, Ryszarda Maruta, Krzysztofa Harasimiuka, Piotra Gadzińskiego, Adama Roka, Piotra Grochmalskiego, Andrzeja Zielińskiego, Pawła Soroki i Adama Pawła Olechowskiego. Znajdują się w nich ciekawe informacje na temat powstania, układów własnościowych nowo powstałych i przekształconych gazet, np. *Rzeczpospolitej*, *Polski Zbrojnej*, *Słowa — Dziennika Katolickiego*, *Nie*, *Standardu Młodych*, *Słowa Żydowskiego*, *Poznaniaka* i innych.

Część trzecia pt. „Prasa regionów” zawiera opracowania przemian w prasie regionów: krakowskiego, gdańskiego i pomorskiego, poznańskiego, górnośląskiego i Opolszczyzny, lubelskiego, południowo-wschodniego, Częstochowy oraz samej Warszawy i wojewódz-

stwa warszawskiego. Piszą o tym następujący autorzy: Jerzy Jarowiecki, Wiktor Pepliński, Krzysztof Figaszewski, Marian Szczepaniak, Marian Gierula, Marek Jachimowski, Wojciech Klusek, Zofia Sokół, Tomasz Mielczarek, Jolanta Błaszczyk, Anna Koltuniak i Urszula Grzymkowska.

Książkę zamyka dołączony do materiałów pokonferencyjnych tekst autorów rosyjskich Nikołaja Złobina i Aleksieja Bogomołowa pt. „Pucz sierpniowy i wolna prasa Rosji”. Opisują oni losy prasy rosyjskiej, szczególnie tej opozycyjnej w czasie znanych wydarzeń antyjelcynowskich, po których nastąpił nawrót cenzury prewencyjnej oraz politycznych i ekonomicznych interwencji rządu w pracę szeregu czasopism.

Zgromadzone w pracy pod redakcją prof. Słomkowskiej dane empiryczne, hipotezy i oceny badawcze dobrze oddają klimat i tempo przemian zachodzących w polskiej prasie. Podobnie jak poprzednie tomy i ten będzie stanowić w przyszłości źródło informacji nie tylko dla prasoznawców.

Ignacy S. Fiuł

NOWY PODRĘCZNIK DZIENNIKARSTWA

Andrzej Magdon: *REPORTER I JEGO WARSZTAT*. TaiWPN Universitas, Kraków 1993. S. 190.

Lata dziewięćdziesiąte zaowocowały w Polsce czterema podręcznikami dziennikarstwa. Dwa z nich to wydane w Warszawie dość surowe przekłady tekstów zachodnich (amerykańskiego — redagowanego z myślą o potrzebach Europy Środkowej i Wschodniej oraz brytyjskiego — ograniczonego do kwestii fair play w dziennikarstwie). Dwa pozostałe to wydane w Krakowie „Dziennikarstwo i jego konteksty” pod red. Z. Bauera i E. Chudzińskiego oraz właśnie praca A. Magdonia będąca przedmiotem tej recenzji.

„Reportera i jego warsztat” różni od „Dziennikarstwa i jego kontekstów” po pier-

wsze to, że jest dziełem jednego autora; po drugie to, że jest książką raczej o tym, jak się uprawia dziennikarstwo niż o wytworach pracy dziennikarskiej; po trzecie to, że jej autor stara się, by czytelnik wyniósł z obcowania z nią nie tylko wiedzę i znajomość wskazówek praktycznych, ale także przyjemność.

We wstępie autor wyznaje, że „w przeciwieństwie do typowych podręczników, które obejmują na ogół wszystkie fazy pracy dziennikarskiej”, zakreślił sobie „o wiele węższe pole zainteresowania”, bo się zajął „głównie, choć nie wyłącznie, zbieraniem materiału — tą fazą pracy dziennikarskiej, która poprzedza pisanie.”

Takie ograniczenie tematu przypomina o 20 lat starszą książkę nieodżałowanego Bolesława Garlickiego „Metodyka dziennikarska”, pomyślaną „jako jedna z pozycji cyklu o warsztacie dziennikarskim”. Z autorem „Metodyki dziennikarskiej” łączy autora „Reportera i jego warsztatu” — zapewne słuszne — przekonanie, że zdobywanie informacji „jest podstawą pracy dziennikarskiej i punktem wyjścia do wszystkich innych jej odmian.” Łączy obu autorów także podobne doświadczenie życiowe: obaj wiele lat przepracowali w redakcji dziennika, obaj przez pewien czas łączyli te obowiązki z działalnością prasoznawczą (badawczą lub dydaktyczną), która w pewnym momencie zdominowała inne zainteresowania. Obaj umieli nie tylko pisać, ale i krytycznie czytać i to nie tylko polskie teksty. Obaj w swoich książkach-podręcznikach dali obfite świadectwa własnych przeżyć zawodowych i lektur.

Pod względem nasycenia tekstu anegdotami, cytatai, wspomnieniami i aluzjami „Reporter i jego warsztat” znacznie przewyższa „Metodykę dziennikarską”, a jednocześnie przypomina Wańkowiczowską „Karafkę La Fontaine’a”. Obie te książki bowiem powstały według tej samej recepty; obie są też doskonałymi argumentami na rzecz robienia notatek z lektury i prowadzenia własnego archiwum. Wańkowicz ten aspekt własnej pracy uwypakował i pokazuje uczniom swoją kuchnię reportera i reportażoznawcy. Reporter Magdonia tylko sprawnie realizuje powierzane mu zadania, ale nie ma własnego ani archiwum, ani księgozbioru.

Przypomniałem książki B. Garlickiego i M. Wańkowicza, bo właśnie one pozwalają wyraziście scharakteryzować „Reportera i je-

go warsztat”: książka Magdonia jest czymś pośrednim między „Metodyką dziennikarską” a „Karafką La Fontaine’a”. Sąd ten należy traktować w kategoriach opisowych, a więc ani jako komplement, ani jako ocenę krytyczną.

Książka składa się z poprzedzonych wstępem a uzupełnionych zakończeniem i dobrą bibliografią (choć razi brak w niej „Anatomii reportażu” J. Maziarzkiego!) piętnastu rozdziałów podzielonych na dwie części. Pierwsza „pisana była z myślą o tych, którzy szukają nie tyle praktycznych rad, co materiału do refleksji nad własnym warsztatem”; druga „poświęcona jest specyficie pracy reportera, jego miejsca w redakcji i drodze do zawodu dziennikarskiego”. W rzeczywistości różnica między obu częściami nie jest wyraźna, bo czyż omawianie „specyfiki pracy reportera” może nie dostarczać „materiału do refleksji nad jego warsztatem”? W tej drugiej części — pisze autor — „nie udało mi się niestety — za co z góry przepraszam — uniknąć dydaktycznego tonu, którego starałem się unikać w innych rozdziałach”. Moim zdaniem nie ma za co przepraszać, bo czytelnik student może raczej żałować, że dydaktyki jest w tej książce tak mało, nie tylko dydaktyki zresztą, ale *expressis verbis* wyrażonego stanowiska autora. Poznajemy na przykład w I rozdziale rywalizację pojęć reportera i reportażyisty, ale możemy się tylko domyślać, kogo autor uważa za swego tytułowego bohatera.

Kolejne rozdziały poświęca Magdonia omówieniu pojęcia wiadomości, źródeł informacji, poznawaniu wydarzeń z autopsji i z uczestnictwa w nich, rekonstrukcji zdarzeń, w wywiadom, dokumentom, utrudnieniom, dylematom etycznym, formie słownej, wymaganiom zawodowym i miejscu reportera w redakcji. Im bliżej końca, tym bardziej odnosi się wrażenie, że autor dopowiada to, co pominął we wcześniejszych partiach książki.

Jest ona — jak już wspomniałem — bogatą antologią anegdot, cytatów i przykładów dotyczących różnych aspektów dziennikarstwa. Wiele z tych anegdot byłoby równie na miejscu w innej partii książki. Ich bohaterami są dziennikarze polscy i zagraniczni (głównie amerykańscy, bo autor korzystał przede wszystkim z amerykańskiej literatury). Wielka szkoda, że książka nie ma indeksu, choćby nazwisk i tytułów gazet i czasopism. Ten brak łatwo będzie uzupełnić w jej nowym wydaniu. Także z myślą o nowym jej wydaniu sugeruje

rewizję konstrukcji całości: moim zdaniem niemal nie nie uzasadnia wydzielenia trzech czy czterech rozdziałów w osobną część (dotyczy to zwłaszcza rozdziałów „Zawód reporter” i „Reporter w redakcji”).

Dobrze by było, gdyby do nowego wydania nie przeszły rozmaite niedostatków formalne, od potknięć stylistycznych poczynając a na błędach literowych kończąc. Nie ma tego wiele, ale setka dość łatwo się uzbiera. Np. „wszystkie wynalazki [...] są tylko narzędziami w rękach fachowego, inteligentnego dziennikarza” (s. 9); „wynalazek — narzędziem dziennikarza” — to zbyt duży skrót myślowy. Albo anakolutyczne: „Ciekawość uważa się przeciw za jedną z najważniejszych cech reportera i przytacza następującą refleksję Kisch’a” (s. 138). Nowojorski *The Sun* powstał w r. 1833 a nie w 1938 (s. 22). *Colomb Bechar* (s. 22) to do 1962 r. *Colomb-Bechar*, a obecnie po polsku *Biszar*. Pisz się nie *journal* (s. 25), ale *journal*; nie *Angli* (s. 45), ale *Anglii*; nie *Hiwa* (s. 46), ale *Chiwa*; nie *Times'a* (s. 21 i in.), ale *Timesa*; nie *Georg Bush* (s. 33), ale *George Bush*; nie *Benett* (s. 74), ale *Bennett*; nie *Lord Reglan* (s. 99), ale *lord Raglan*; nie *catastrophe* (s. 107), ale *catastrophe*; nie *Playboy'a* (s. 110), ale *Playboya*; nie *Czetnicy*, *Ustasz* (s. 134), ale *czetnicy*, *ustasz* itd., itp.

Większość tych potknięć to drobiazgi, bo rzecz jest napisana dobrze, bezpretensjonalnie, językiem raczej protokołarnym niż publicystycznym, co zasługuje na pochwałę. Mimo podobieństwa do książek Wańkowicza i Galińskiego jest „Reporter i jego warsztat” bogatszy od nich o 20 lat doświadczeń historycznych (i to jakich doświadczeń!), badań i refleksji zawartych w publikacjach z lat 1975-1993. W sumiennym, inteligentnym, bo w miarę krytycznym odwoływaniu się do tych publikacji widzę główną wartość omawianej książki zwłaszcza jako lektury dla studentów dziennikarstwa. Choć „Reporter i jego warsztat” nie jest kompletnym podręcznikiem dziennikarstwa i jak się sam autor zastrzega, nie rości sobie takich pretensji, bardzo wydatnie i udatnie wzbogaca literaturę dostępną polskiemu studentom dziennikarstwa, a i starzy wyjadacze (nawet jeśli czytając tę książkę, będą wydziwiali nad jej niektórymi sformułowaniami i opiniami) przyznają, że czas spędzony na jej lekturze nie był stracony.

Walery Pisarek

KOMENTARZ DO PRAWA PRASOWEGO

Jacek Sobczak: PRAWO PRASOWE.
Komentarz. Polski Dom Wydawniczy „Ławica” Warszawa — Poznań 1992. S. 114 + 6 nlb.

Ustawa „Prawo Prasowe” z dnia 26 I 1984 r. weszła w życie 1 VII 1984 r. Chociaż przez wiele lat nie było w Polsce aktów prawnych, które normowałyby w sposób uporządkowany i całościowy problematykę związaną z prawem prasowym, wejście w życie owej ustawy nie wywołało przez szereg lat pojawienia się tak ważnej dla prawa pozycji, jaką jest komentarz ustawy. Dopiero w 1992 r., osiem lat po wejściu w życie nowego prawa prasowego, ukazała się pozycja J. Sobczaka, którą autor stara się wypełnić tę lukę. Dlaczego tak późno?

Przez owe poprzednie osiem lat zarówno teoretycy prawa prasowego, jak i osoby zajmujące się tą dziedziną bardziej praktycznie skupili swoją uwagę na problemach tylko związanych z prawem prasowym, lecz nie na jego treści. Zainteresowanie uczonych wzbudziła głównie relacja między prawem prasowym a przepisami ustawy o kontroli prasy, publikacji i widowisk, a także problematyka związana z odpowiedzialnością karną i cywilną dziennikarzy. Wiązało się to z faktem, że także orzecznictwo sądowe dotyczyło głównie odpowiedzialności karnej i cywilnej dziennikarzy, dając tym podstawę do wybiórczego traktowania przepisów ustawy.

Wyjątkiem wśród tych cząstkowych opracowań, o czym autor „Komentarza” wspomina w przedmowie, był skrypt J. Barty i I. Dobosz, który w sposób całościowy potraktował ustawę, wzbogacając jej omówienie o elementy prawa autorskiego, prawa pracy czy inne ważne kwestie. Jednak, jak słusznie sugeruje autor, skrypt ten jest w pewnej części zdezaktualizowany, co nie zaprzecza jego przydatności co do tych jego części, które obejmują nieznowelizowane fragmenty ustawy. Rację ma jednak autor twierdząc, że w wyniku tego braku zainteresowania wśród uczonych czy praktyków tematyką dotyczącą wyłącznie tekstu ustawy pojawiła się na rynku wydawniczym luka, którą należało uzupełnić. I mimo tak dużej odległości czasowej komentarza od

daty wejścia w życie ustawy należy moment ten uznać za szczęśliwy. Dzięki temu „przeczekaniu” autor uniknął dezaktualizacji dużej części pracy, która nastąpiłaby po nowelizacjach prawa prasowego, w szczególności tych z 30 V 1989 r. — o zmianie ustawy Prawo prasowe (Dz. U. z 1989 r. nr 34 poz. 187) oraz z 11 IV 1990 r. o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowskich, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy Prawo prasowe (Dz. U. nr 29 z 1990 r., poz. 173). Zmiany te miały bowiem charakter decydujący o dzisiejszym kształcie ustawy, a ich skutkiem było wprowadzenie w Polsce systemu wolnej prasy. Szczęśliwie więc się złożyło — zarówno dla autora, jak i dla czytelników komentarza, że pozycja ta pojawiła się już po tych zmianach, dając możliwość aktualnego z niej korzystania.

Komentarz do ustawy jest pracą naukową o specyficznym charakterze, której treść i forma są ograniczone przez temat, którego dotyczy. W związku z tym ocena takiej pracy także nie jest łatwa, gdyż musi poddać się narzuconej przez charakter pracy konstrukcji. Ustawa Prawo prasowe, ujęta w dziewięć rozdziałów, zawiera samoistne regulacje zarówno z prawa cywilnego, jak i karnego. Także autor komentarza w sposób wyczerpujący podszedł do opracowywanego tematu. Każdy rozdział ustawy jest wzięty pod uwagę w sposób szczegółowy i dokładny.

Rozdział pierwszy ustawy — „Przepisy ogólne” (art. 1-9) zawiera prawa i obowiązki o charakterze ogólnym (art. 1-6), a także podaje definicje użytych w ustawie pojęć (art. 7), zakreśla krąg podmiotów uprawnionych do prowadzenia działalności wydawniczej (art. 8) oraz wyłącza w art. 9 niektóre publikacje periodyczne, spełniające wszelkie wymogi, jakie ustawa wiąże z prasą, spod działania tej ustawy. W komentarzu do tego rozdziału autor podjął się wyjaśnienia w sposób szeroki zawartych w art. 1-6 ogólnych zasad, którymi kieruje się ustawa. Autor robi to w formie często luźno nawiązującej do treści omawianego przepisu (np. komentarz do art. 1), lecz jest to z pożytkiem dla czytelnika. Nie jest to bowiem próba sztucznego rozbudowywania treści, lecz potrzebny zabieg, mający na celu uwidocznienie, jak ważny jest przedmiot prawa prasowego i sposób jego regulacji. Sięgnięcie przez autora do treści Europejskiej konwencji o ochronie praw człowieka i pod-

stawowych wolności, czy Paktu praw obywatelskich i politycznych z 16 XII 1966 r., czy do rezolucji Zgromadzenia Ogólnego ONZ z 10 XII 1948 r. — Powszechnej deklaracji praw człowieka — jest zabiegiem potrzebnym, by podkreślić uniwersalność podjętych w ustawie problemów. Autor bowiem rozwija, w nawiązaniu do pojęcia wolności prasy, pojęcie wolności myśli oraz wolności przekonań. Także przy komentowaniu dalszych przepisów, które określają pewne ogólne normy stosowane przy używaniu ustawy Prawo prasowe, autor stosuje przyjętą konwencję rozszerzania wiedzy czytelnika na uniwersalne tematy. Jednak momentami przebija w jego słowach ton bardziej życzeniowy niż realna ocena ustawy.

Brak jest uszczegółowienia pewnych sytuacji, poparcia określonych twierdzeń dokładnymi przepisami prawa. Widoczne to jest między innymi przy omawianiu treści art. 4, w którym dopuszczono możliwość zaskarżania określonych zachowań do NSA i gdzie ustawodawca odwołuje się do kpa. W komentarzu autor powtarza tylko za ustawodawcą formułę ogólnego odesłania do kpa, nie podając choćby numerów przepisów, nie wspominając już o ich treści. Także przy omawianiu następnych przepisów tego rozdziału autor nie ustrzega się pewnych niedociągnięć. Np. w komentarzu do art. 7, podając definicję pojęć „publikacja” czy „wydawnictwo”, których to pojęć ustawodawca nie zdefiniował, autor nie określa, czy są to definicje już ukształtowane w doktrynie, czy też utworzone przez niego dla celów komentarza. Brak przypisu czy omówienia w tekście nakazuje sądzić, że są to definicje autora.

‘Rozdział drugi, zatytułowany „Prawa i obowiązki dziennikarzy”, który zawiera normy bardziej szczegółowo odnoszące się do materii, która jest przedmiotem ustawy, niestety, przez autora komentarza potraktowany został podobnie jak pierwszy. I to, co poprzednio było zaletą komentarza, tutaj, jak i w następnych rozdziałach, stało się jego wadą. Autor bowiem nie unika ogólnych sformułowań, nie wnoszących definicji czy deklaracji polegających na powoływaniu się na międzynarodowe zasady opracowane na spotkaniach konsultacyjnych regionalnych organizacji dziennikarskich. Komentując użycie przez ustawodawcę pojęć wymagających sprecyzowania i wyjaśnienia, takich jak np. zasady współżycia społecznego, autor, mimo całego bogactwa w doktrynie i orzecznictwie

dotyczącego znaczenia tego pojęcia, w praktyce ogranicza się do kilku ogólnikowych stwierdzeń, z których wynika, że zasady współzycia społecznego „...są powiązane z normami moralnymi...”, lub „...stanowią one reguły postępowania wiążące się ściśle z tą grupą norm moralnych, które dotyczą wzajemnych stosunków między ludźmi oraz obejmują normy obyczajowe i organizacyjne, jednak z wyjątkiem zwyczajów...”. Takie stwierdzenia można zawrzeć w komentarzu do każdej ustawy, nie tylko omawianej przez autora. Jeszcze większe zdziwienie budzi twierdzenie, że „zasady współzycia społecznego są normami postępowania ludzkiego różnymi od norm prawnych”. Wydaje się, że autor miał dobre intencje, ale użył do ich przekazu niewłaściwych słów. Prawo zawiera przecież wielokrotnie przepisy o charakterze klauzul generalnych, odnoszące się właśnie do zasad współzycia społecznego.

Dalsza analiza komentarza przynosi następne nieścisłości, pominięcia oraz błędy. I tak przy omawianiu art. 10 autor ogranicza się do poinformowania czytelnika o istnieniu „Dziennikarskiego kodeksu obyczajowego”, nie wspominając, co kodeks ten zawiera. Rolą komentarza nie jest odesłanie czytelnika do innych pozycji, lecz podanie pewnych podstawowych informacji — w tekście opracowanym przez komentatora. Nie można nie zwrócić uwagi na błędy, które autor popełnił przy omawianiu art. 13, a związane z procedurami: karną i cywilną. Niestety, wbrew temu, co sugeruje autor, kpk nie przewiduje takiej instytucji prawnej, jak odwołanie od decyzji sędziego lub prowadzącego postępowanie przygotowawcze. Istnieje środek odwoławczy w postaci zażalenia. I zażalenie to, w sytuacji ujętej w treści art. 1433 osobie nie będącej stroną w postępowaniu przysługuje (zob. „Kodeks postępowania. Komentarz”. J. Bafia i in., komentarz do art. 268, t. 3). Także w tezie 12 do komentarza do art. 13 znaleźć można niezgodność z przepisami kpc. Wbrew temu, co sugeruje autor, niemożliwe jest wyłączenie jawności w sprawach cywilnych. W sytuacji opisywanej przez autora, tj. gdy sąd na posiedzeniu może ujawnić szczegóły z życia rodzinnego, możliwe jest wydanie zarządzenia o odbyciu tego posiedzenia przy drzwiach zamkniętych (art. 1531 kpc). Ale zarządzenie to nie wyłącza jawności (gdyż tego kpc nie przewiduje), lecz ogranicza jawność w stosunku

do publiczności. I mimo tego ograniczenia jest to wciąż postępowanie jawne (zob. komentarz do art. 1531 kpc, teza 1). W postępowaniu cywilnym tylko ustawa stanowi o tym, czy posiedzenie sądu jest jawne czy też niejawne.

Rozdział trzeci ustawy — „Rada Prasowa”, zawiera obecnie jeden przepis — art. 17 i nie budzi specjalnie trudności w interpretacji.

Rozdział czwarty — „Organizacja działalności prasowej” obejmuje artykuły od 19 do 30. Jednak i w tym rozdziale autor nie uniknął podobnych do wyżej wskazanych błędów czy pominięć. Sięgnijmy do komentarza do art. 23, gdzie jest mowa o instytucji „zachowania rejestracji”. Istnienie tej instytucji oraz sposób realizacji prawa z niej wynikającego zostały ujęte w stwierdzeniu, z którego nic poza powtórzeniem za tekstem ustawy, że instytucja ta istnieje, nie wynika. A kto decyduje o użyciu tego prawa i jaka jest tego procedura — o tym nie ma ani słowa. W zamian za to autor w rozbudowanym nad potrzebę komentarza do art. 25 wdaje się w ryzykowne próby odnalezienia wyższych celów, które ustawodawca miał na uwadze przy tworzeniu tego przepisu. Być może jest to teza do obronienia, lecz nie w sposób, w jaki robi to autor.

Rozdział piąty — „Sprostowania i odpowiedzi” przynosi rozbudowany komentarz do zawartych w nim przepisów. Momentami budzi on zdziwienie. Bo jak można odebrać tezę 3 komentarza do art. 32 ustawy, w której autor poprzez wykładnię wyjaśnia coś, co jasno z przepisu wynika. Autor albo nie przeczytał dokładnie tekstu ustawy — co nie wydaje się możliwe, lub konstruując logiczne wnioski nie zauważył, że tutaj wystarczy przeczytać przepis i wszystko jest jasne. Szkoda, że tych logicznych wniosków lub przedstawienia poglądów doktryny wyraźnie brakuje w innych miejscach komentarza. A nawet gdy już autor stara się przedstawić poglądy doktryny na określony temat, robi to w sposób, który nie daje możliwości zorientowania się, kto i co w danej kwestii sądzi. Oto przykład z tekstu: „...Podzielając poglądy judykatury i doktryny (B. Kordasiewicz, K. Stępińska) wypada stwierdzić...” (teza 4 do art. 33). Autor nie podaje ani judykatury, której poglądy podziela, ani też tak naprawdę nie ujawnia nam, co doktryna w osobach p. B. Kordasiewicza i p.

K. Stepińskiej o omawianym przez niego problemie sądzi i gdzie można się z tym sądem zapoznać. Ten sposób odwoływania się przez autora do orzecznictwa i doktryny przewija się przez cały komentarz.

Rozdział szósty ustawy — „Komunikaty i ogłoszenia” (art. 34-36) jest przez autora dobrze opracowany i nie budzi większych zastrzeżeń.

Rozdział siódmy — „Odpowiedzialność prawna” jest bardzo ważny dla praktycznego stosowania ustawy. Zawiera się on w przepisach art. 37 do art. 49a i autor komentuje go obszernie. Niestety, i w tym rozdziale, który zawiera dobrze opracowany materiał, pojawiły się luki oraz błędne interpretacje przepisów. Autor w tezie 4 do art. 39 w sposób niejasny używa pojęć: roszczenie o zadośćuczynienie za doznaną krzywdę czy powództwo o odszkodowanie. Te same wątpliwości budzi analiza komentarza do art. 40.

Rozdział ósmy ustawy — „Postępowanie w sprawach prasowych” został przez autora opracowany w sposób zasługujący na uznanie. Autor w sposób ścisły i rzeczowy omówił zawartość rozdziału, wreszcie powołał się w sposób zrozumiały na orzeczenie Sądu Najwyższego. Uniknął też w tym rozdziale luk, oparł się skłonnościom do wydumanych przykładów. Ostatni rozdział ustawy to zmiany w obowiązujących przepisach, przepisy przejściowe i końcowe. Nie budzi on kontrowersji i został przez autora krótko i wyczerpująco podsumowany.

W recenzji należy podjąć się podsumowania ocenianej pracy. Szczególnie trudne jest to przy takich pozycjach, jak komentarz do prawa prasowego J. Sobczaka. Niewątpliwie, mimo krytycznych uwag, które padły wyżej, należy oddać tej pracy to, co jej się należy. Do jej wielkich zalet należy to, że w ogóle się pojawiła. Na rynku wydawniczym brak bowiem było pracy o takim charakterze. Wypełniła więc ona wyraźną i odczuwaną przez prawników lukę. Także jej aktualność jest dużą zaletą w sytuacji tak częstych zmian ustawodawczych w naszym kraju. Duża część materiału zawartego w pracy jest wartościowa i przydatna, opracowana wyczerpująco i wystarczająco, o czym była mowa.

Jednak nie można pozostać przy ocenie tej pracy na samych pozytywach. Trzeba napisać

kilka słów o o brakach i słabych stronach komentarza. Trzeba, gdyż to, że jest to pierwsza praca tego typu, wymaga od autora szczególnej uwagi i konsekwencji w jej przygotowaniu. A tego J. Sobczak w swej pracy nie wykazał. Komentarz charakteryzuje się zbyt płytkim podejściem do omawianej problematyki. Język użyty przez autora jest, jak na tak ściśle prawniczą pozycję, zbyt mało prawniczy. Autor używa niekiedy zbyt górnolotnych sformułowań, czasem zbyt wydumanych konstrukcji. Często ogólne deklaracje zastępują logiczny tok rozumowania i wykładnię. Wykorzystanie w praktyce jego uwag jest trudne, czasem wręcz niemożliwe. A dla kogo pisze się komentarze? Jeśli dla praktyków — to brak jest w pracy J. Sobczaka wskazówek praktycznych, jest ona zbyt przeteoretyzowana, brak w niej przykładów rozwiązywania — często spotykanych w praktyce sytuacji — czy to przez sądy, czy też przez inne podmioty, które są zainteresowane prawem prasowym. Bardzo rzadkie powoływanie w tekście orzeczeń sądowych sprawia wrażenie, że ustawa ta nie jest stosowana w praktyce, lub że autor do tych orzeczeń chętnie nie sięgał. A jeśli już się trafiają, to w postaci poparcia jakiejś ogólnej tezy autora, co często nie daje możliwości odczytania przez czytelnika treści orzeczenia.

Jeżeli uznamy, że komentarz jest także dla teoretyków, to i w tej sytuacji niestety nie można mu wystawić zbyt wysokiej oceny. Brak jest bowiem rzetelnego omówienia poglądów doktryny, brak oznaczenia autorów podawanych przez J. Sobczaka definicji (z czego można wnosić, że to on jest ich autorem). Dużym niedopatrzeniem jest zupełny brak przypisów, zastąpiony podaniem przy określonej partii tekstu w nawiasie nazwiska znanej postaci świata nauki. Niestety, nie wystarczy to do przyjęcia, że jest to cokolwiek innego, niż próba uzasadnienia przez autora, że zapoznał się z poglądami osób, których nazwiska w nawiasie rozrzuca po tekście. Na koniec należałoby dodać, co w porównaniu z powyższymi zarzutami jest mało znaczącym szczegółem, że redakcja komentarza sprawia, iż korzystanie z niego jest utrudnione, brak jest bowiem na stronach numeru omawianego przepisu.

PRASA O JEDNOCZĄCEJ SIĘ EUROPIE

Grażyna Maria Peter: DIE EUROPA-BERICHTERSTATTUNG IN ZEITUNGEN DER NEUEN DEUTSCHEN BUNDESLÄNDER UND IHRER ÖSTLICHEN NACHBARN. Studie. Universität Leipzig, Leipzig 1993. S. 62.

Studium Grażyny Marii Peter jest raportem z analizy zawartości wybranych dzienników i tygodników ukazujących się w Niemczech, Polsce i Czechach w okresie grudzień 1992 — styczeń 1993 oraz maj — czerwiec 1993. Autorkę interesowały następujące kategorie badawcze: „Polityka Unii Europejskiej”, „Instytucje i organizacje europejskie”, „Gospodarka”, „Współpraca ponadgraniczna” oraz „Kultura — oświata — polityka socjalna”. Do analizy zawartości według tego ogólnego klucza wybrała 11 dzienników wydawanych na obszarze byłej NRD (*Berliner Zeitung*, *Dresdner Neueste Nachrichten*, *Freie Presse*, *Lausitzer Rundschau*, *Leipziger Volkszeitung*, *Märkische Oderzeitung*, *Mitteldeutsche Zeitung*, *Neues Deutschland*, *Sächsische Zeitung*, *Thüringer Allgemeine i Volksstimme*), ogólnoniemieckie tygodniki *Der Spiegel* i *Focus* oraz dzienniki i tygodniki o liczących się nakładach w Polsce i Czechach — odpowiednio: polską *Gazetę Wyborczą* i czeski dziennik *Mlada Fronta Dnes* oraz *Politikę* i *Respekt*. Uzyskane wyniki porównała z wynikami badań, które według podobnego programu przeprowadziła w roku 1992.

Jak wynika z analizy, we wszystkich badanych gazetach niemieckich na pierwszym miejscu w roku 1993 znalazły się teksty poświęcone gospodarczym problemom „wspólnego rynku” (40%), które w 1992 roku stanowiły tylko 28% i zajmowały 2. miejsce. Obecnie na drugim miejscu (31%) znalazły się problemy polityki europejskiej, które w roku 1992 objęły 51% wszystkich publikacji. Miejsce trzecie (12%) zajęły informacje o kulturze, oświacie i zagadnieniach socjalnych, którym w roku poprzednim poświęcono tylko 6% publikacji. Na czwartym miejscu (9%) znalazły się teksty poświęcone europejskim instytucjom i orga-

nizacjom (w r. 1992 — 10%), na miejscu piątym zaś problemy ponadgranicznej współpracy w ramach euroregionów (nastąpił wzrost ilości tych publikacji z 4% w r. 1992 do 8% w r. 1993).

W przeciwieństwie do prasy niemieckiej dzienniki polski i czeski najbardziej interesowały się zagadnieniami ogólnej polityki WE (66% w *Gazecie Wyborczej*, a 50% w *Mlada Fronta Dnes* ogółu opublikowanych w nich tekstów o tematyce europejskiej). Gazeta czeska wielokrotnie więcej niż *Gazeta Wyborcza* opublikowała tekstów o ponadgranicznej współpracy. Odwrotnie układają się proporcje między tymi gazetami, jeśli chodzi o tematykę kulturalno-oświatową, skąpo zresztą przez obie gazety omawianą.

Gazety wschodnoniemieckie — jak wynika z analizy ich zawartości — piszą o integracji europejskiej zarówno więcej, jak i z większym znawstwem. „Trudno jednak przeoczyć — pisze G. M. Peter — że obycie autorów z problematyką Wspólnoty Europejskiej znajduje wyraz w zbyt krytycznych wypowiedziach. [...] Wiadomo, że dla dziennikarzy zła wiadomość okazuje się wiadomością dobrą. Jednakże prawdziwy [...] obraz WE w świadomości czytelników może powstać tylko wtedy, kiedy się dziennikarze postarają przedstawić go w sposób możliwie wszechstronnie nasświetlony”. Jeśli zaś chodzi o dzienniki polski i czeski, „śledzą one i wspierają proces europejskiej integracji swoimi publikacjami”.

Omawiana książka zawiera wiele interesujących tabel i zestawień wyników porównawczej zawartości gazet wschodnoniemieckich, polskich i czeskich. Wartość tej analizy nie ogranicza się do sposobu traktowania przez prasę problematyki europejskiej. Na jej przykładzie bowiem widać skutki działania różnych czynników kształtujących rzeczywistość prasową. Dzięki temu praca Grażyny Peter jest wartościowym przyczynkiem do poznania mechanizmów rządzących mediami w różnych państwach Europy.

Trudno jednak solidaryzować się z autorką, kiedy próbuje charakteryzować zawartość prasy codziennej w duchu public relations na poziomie międzynarodowym. Ostatecznie, wolna prasa ma inne ambicje niż służyć jako narzędzie promocji nawet tak wzniosłej idei, jak integracja europejska.

Wincenty Kościół

MEDIA PERSPEKTIVEN

Rocznik 1992

Większość wydanych w 1992 roku numerów niemieckiego miesięcznika nie miała wyraźnego leitmotivu tematycznego. Jedynie trzy z nich zdominowane były przez zagadnienia badań odbioru tv (nr 3) bądź działalności reklamowej mediów w różnych krajach (nr 9 i 12). Sprawy reklamy poruszano zresztą w każdym z wydań, a zwłaszcza w ich części statystycznej. Od strony teoretycznej i faktograficznej najobszerniej zajęto się reklamą w nr 9, zawierającym szkice ukazujące rynek reklamy medialnej we Francji, Włoszech, Hiszpanii i Holandii. Wiele interesujących faktów i spostrzeżeń przynoszą dwa pierwsze opracowania pióra Martina Meise i Birgid Rauen. Francuski rynek reklamowy zanotował bowiem w analizowanym przez M. Meise roku 1991 stagnację. Nieznaczny spadek wpływów z reklamy, pierwszy od 1978 roku, najdotkliwiej dotknął prasę (głównie paryską), radio oraz kino. Autor rozpatruje przyczyny tego zjawiska i zastanawia się nad przyszłością reklamy medialnej, widząc największe możliwości rozwoju w reklamie telewizyjnej i szerszym wykorzystaniu sponsoringu.

B. Rauen zwraca z kolei uwagę na rosnącą siłę ekonomiczną koncernu Silvia Berlusconi „Fininvest” i jego firmy reklamowej „Pubitalia” na włoskim rynku reklamowym, co budzi zastrzeżenia zarówno polityków, jak i jego konkurentów, w tym szczególnie wydawców prasowych. Nawet potężna RAI ustąpiła pola Berlusconiemu, który w roku 1991 zgarnął 60% wpływów z reklamy telewizyjnej. Szansę zahamowania tendencji monopolistycznych upatruje autorka w odpowiednich regulacjach prawnych oraz w powstaniu „trzeciej siły” we włoskim radiu i tv, jaką może być „Terzo Polo”, związek lokalnych stacji RtiTV, deklarujących się jako rywal zarówno „Fininvestu”, jak i RAI.

Kontynuację międzynarodowego wątku w analizie rynku reklamowego stanowi nr 12. Zawiera bowiem prace Wernera A. Meiera o reklamowych zamierzeniach szwajcarskich mediów, Hannes Haasa o założeniach polityki reklamowej publicznego radia i telewizji w

Austrii oraz Horsta Stippa o badaniach odbioru reklamy telewizyjnej w USA. Na podkreślenie zasługuje zwłaszcza ostatnie opracowanie, przedstawiające metody badawcze stosowane w Stanach Zjednoczonych dla oceny skuteczności reklamy tv, które autor analizuje głównie pod kątem ich wiarygodności.

Natomiast wspomniany już nr 3 przynosi szkice rozważające postawy i przyzwyczajenia niemieckich widzów (autorstwa Wolfgang Derschina i Bernwarda Franka), tendencje rozwojowe w odbiorze mediów, a głównie tv (pióra Marie-Luise Kiefer) oraz ogólną typologię odbioru mediów (Lutza Kubitschke i Joachima Trebbe). Wskazując na stałe, aczkolwiek nieznaczne, wydłużenie się czasu oglądania tv — Derschin i Frank akcentują zwiększenie się społecznego zasięgu programów i audycji prywatnej tv, w czym istotną rolę odgrywa rosnący zasięg telewizji kablowej. Natomiast M.-L. Kiefer, przyglądając się wynikom badań odbioru przeprowadzonych w roku 1990 w RFN, podkreśla wciąż potęgającą się fascynację telewizją oraz pogłębiającą się specjalizację w odbiorze tego medium, wraz z wyjątkiem jest wywołującą z opinii widzów zróżnicowanie funkcji telewizji publicznej i prywatnej. Ta pierwsza ceniona jest za swoje audycje informacyjne, kompetencje dziennikarskie i umiejętność kształtowania opinii publicznej, prywatna zaś tv pełni przede wszystkim funkcję rozrywkową, najbardziej cenioną przez odbiorców. Kubitschke i Trebbe podkreślają z kolei konieczność kompleksowego badania odbioru mediów, uwzględniającego jednocześnie selektywność odbioru poszczególnych mediów w zależności od podstawowych cech społeczno-demograficznych, takich jak wiek, płeć, wykształcenie czy sposób spędzania czasu wolnego. Na tej podstawie kreślą typologię ogólną odbioru tv, radia, prasy, kina i książek, ukazując odbiór danego medium na tle kontaktów z innymi środkami przekazu.

Obok przedstawionych już zagadnień wiele miejsca na łamach *Mediów* poświęcono również kwestii rozwoju telewizji satelitarnej w Europie, postępującej komercjalizacji radia i tv oraz rosnącej rywalizacji między telewizją publiczną i prywatną w krajach europejskich. Pierwszą kwestię poruszają m. in. prace Grahama Wilde'a („Rynek programów telewizyjnych w Europie Zachodniej w latach 1990-2000 — nr 2), Dietricha Schwarzkopfa

(„Niemiecko-francuski kanał kulturalny i jego perspektywy jako programu europejskiego” — nr 5) oraz Rüdiger Schmitt-Becka („Telewizja satelitarna w Niemczech” — nr 8). Zjawisko komercjalizacji telewizji i radia rozpatrują z kolei szkice Grahama Murdocka („Wyprowadź rodzinnych srebrów — telewizja komercyjna w Wielkiej Brytanii po licencyjnej aukcji” — nr 4), Ulricha Patzwahla („O komercjalizacji francuskiego radia prywatnego od 1981 r.” — nr 5), Herberta Schatza i Winifrieda Schulza („Jakość programów telewizyjnych” — nr 11) czy Jürgena Heinricha („Ekonomiczna i publicystyczna koncentracja w niemieckiej telewizji” — nr 6). Problemy związane z funkcjonowaniem „duopolu” telewizji publicznej i prywatnej omawiano głównie w publikacjach Herberta Bethgego („Konstytucyjne pierwszeństwo publiczno-prawnej telewizji” — nr 10), Udo Michaela Krügera i Thomasa Zapf-Schramma („Porównanie formy, treści i funkcji głównych programów telewizji publicznej i prywatnej” — nr 11), a także Martina Meise („O sytuacji francuskiej telewizji. System dualny w polu napięć między państwem a rynkiem” — nr 4).

Na wyraźnie dalszym planie znalazły się procesy i zjawiska zachodzące w prasie, na ryn-

ku wideo czy rynku książkowym. Każde z tych zagadnień doczekało się bowiem zaledwie jednego szerszego opracowania. I tak przemiany i stan niemieckich dzienników w roku 1991 ukazane zostały w szkicu Waltera J. Schütza „Niemiecka prasa codzienna 1991”, pełnym różnorodnych zestawień statystycznych. Wideotekstem i możliwościami jego zastosowania zajęli się Gerlinde Schuhmacher, Carlo Hartmann i Norbert Wollman, przedstawiając w nr 1 wyniki badań wykorzystania techniki wideo w przekazywaniu informacji. Natomiast Helmuth Volpers w pracy „Niemiecki rynek książkowy 1991/92” (nr 10) scharakteryzował kryzysowy stan niemieckiej produkcji i sprzedaży książek.

Całość rozważań prowadzonych na łamach *Mediów* w 1992 roku uzupełniają cztery dodatkowe numery stricte dokumentacyjne, zawierające przyjęte bądź projektowane układy i ustawy regulujące funkcjonowanie prasy, radia i telewizji oraz ich działalności reklamowej w poszczególnych landach Republiki Federalnej, mających do tego konstytucyjne prawo.

Zbigniew Oniszcuk

MACIEJ JÓZEF KWIATKOWSKI

2 XI 1920 Wilkowice — 25 I 1994 Warszawa

Lata młodości spędził w Warszawie, gdzie w tajnym nauczaniu ukończył na Uniwersytecie Warszawskim studia prawnicze (1943). Był mocno zaangażowany — jako żołnierz AK — w działalność konspiracyjną i żołnierską w okresie Powstania Warszawskiego.

Swą karierę zawodową związał od 1948 r. z dziennikarstwem, zrazu drukowanym (tyg. *Inwalida* — 1948; kierownik działu *Gazety Rolniczej — Chłopi*, 1948-1951), a następnie radiowym: w latach 1948-1955 — lektor, publicysta w Polskim Radiu. W latach 1950-1974 — współtwórca, lektor i współpracownik magazynu radiowego „Muzyka i Aktualności”. W 1955 r. kierownictwo Polskiego Radia zleciło Mu zorganizowanie Biura Studiów i Oceny Programu PR; Biurem tym kierował do 1958 r. i jednocześnie redagował (pierwszy w Polsce) periodyk radioznawczy — *Antena* (1957-1958). W latach 1961-1963 zajmował stanowisko wicedyrektora ds. badań naukowych Ośrodka Dziennikarstwa przy SDP; w latach 1964-1971 — kierownik Wydziału Szkolenia ZG SDP. W latach 1974-1980 zatrudniony w Polskim Radiu na stanowisku publicysty; 1980-1981 — zastępca redaktora naczelnego tygodnika *Antena*. W 1981 r. został powołany na pełnomocnika przewodniczącego Komitetu ds. Radia i Telewizji do organizacji badań nad historią radia i telewizji. Był wielokrotnym przewodniczącym Kapituły „Złotych Mikrofonów” — honorowych odznaczeń przyznawanych najwybitniejszym twórcom programów radiowych.

Już od wczesnych lat sześćdziesiątych działalność dziennikarska we właściwym tego

słowa znaczeniu stanowi raczej margines Jego twórczości. Coraz bardziej interesuje Go kształcenie dziennikarzy (zwłaszcza radiowych) i szeroko pojęte badania radioznawcze. Z działalnością publicystyczną jednak nigdy się nie rozstał. Traktował ją jako formę upowszechniania wiedzy o dziennikarstwie radiowym wśród radiosłuchaczy. Zapoczątkował na antenie Polskiego Radia cykl rozmów z radiosłuchaczami zatytułowany „Radioproblemy”, które z biegiem czasu „przywłaszczył” sobie prezes Radiokomitetu Włodzimierz Sokorski. Przez wiele lat co tydzień na antenie PR (program I) słuchaliśmy Jego audycji zatytułowanych „Z historii radia” (ostatnie odcinki były emitowane już po Jego śmierci). Cykl ten nie dotyczył wyłącznie historii radia — a jego autor był najwybitniejszym znawcą tej problematyki — ale obejmował również wybrane zagadnienia estetyki sztuki radiowej, warsztatu dziennikarstwa radiowego, jego odbioru i wpływu na radiosłuchaczy.

Posiadając już spory dorobek naukowy (zob. bibliografię Jego prac) i doświadczenia w pracy dydaktycznej (starszy wykładowca Studium Dziennikarskiego UW, 1963-1965) w 1969 r. na Wydziale Humanistycznym UMK obronił pracę doktorską (promotor: prof. D. Steyer) „Rozwój i społeczno-polityczna rola radiofonii w Polsce w latach 1918-1929” (publikacja w 1972 r. pod zmienionym tytułem „Narodziny Polskiego Radia”). Od 1979 r. związał się (początkowo jako starszy wykładowca) z Wydziałem Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego. Tu uzyskał stanowisko docenta (habilitacja w 1980 r. na podsta-

wie publikacji „Tu Polskie Radio Warszawa”), a następnie profesora.

Jego dorobek naukowy jest imponujący. W dziejach polskiego radiozawstwu Maciej Józef Kwiatowski zajmuje pozycję wyjątkową. Był nie tylko wnikliwym badaczem (szczególnie historii radia), ale wręcz wielką instytucją. Publikacyjne dokonania tylko częściowo wyznaczają pozycję M. J. Kwiatowskiego w polskim radiozawstwie. Stworzył wielkie prywatne archiwum, w którym zgromadził setki dokumentów i pamiątek dotyczących historii radia, wiele wspomnień i relacji ludzi związanych z organizacją radia w Polsce, zarówno w okresie przedwojennym, jak i powojennym. Przeprowadzał liczne kwerendy w archiwach zagranicznych. Z dorobku tego długo korzystać będą potencjalni autorzy pragnący kontynuować nurt badań przez Niego rozpoczętych.

Jego dorobek naukowy jest bogaty zarówno w sensie ilościowym (blisko 50 publikacji), jak i jakościowym. W pierwszym okresie Jego twórczości dominuje problematyka gatunków radiowych, ze szczególnym uwzględnieniem form reporterskich i słuchowiska radiowego (poz. 14, 16); zajmuje się problematyką socjologiczną (poz. 4), dydaktyką (poz. 2, 16) i statystyką (poz. 9). Szybko jednak rezygnuje z wielowątkowości w badaniach. Od wczesnych lat sześćdziesiątych koncentruje się na badaniach historycznych. Jego głównym zamysłem było opracowanie wnikliwej historii polskiej radiofonii od czasów najdawniejszych po lata współczesne. Przedsięwzięcia tego nie udało Mu się w pełni zrealizować. Dysponujemy licznymi przyczynkami do dziejów Polskiego Radia w okresie międzywojennym, ale także i zamkniętymi syntezami (poz. 24, 33, 37, 43). Nie doczekał się wydania kolejnej książki — do której się odnosił ze szczególnym sentymentem — poświęconej dziennikarstwu radiowemu w Powstaniu Warszawskim; traktował jako swe opus vitae. Śmierć przerwała Jego prace nad kolejną syntezą radiofonii polskiej po roku 1944 (roboczy tytuł „Drugie narodziny PR”); z tego zamysłu pozostały liczne przyczynki i fragmenty rozsiane po różnych wydawnictwach (poz. 23, 26, 32). Od 15 lat czeka u wydawcy na publikację 20-arkuszowa praca zatytułowana „Ludzie radia — szkice i portrety”, zawierająca 21 biogramów wybitnych polskich radiowców; publikację tę znamy jedynie z drobnych fragmentów (poz.

31, 34, 39). W biurku wydawcy spoczywa również inna Jego książka — „Radio dla wszystkich — kariera wynalazku”. Był współpracownikiem *Zeszytów Prasoznawczych*; na ich łamach ogłosił kilka rozpraw (poz. 19, 20, 28, 38, 42) i szereg recenzji.

Aktywny członek SDP w latach 1949-1982, przez kilka lat był sekretarzem generalnym Association Internationale de Journalistes d'Automobile „Interpress Auto-Club” (1964-1971).

Za swą działalność konspiracyjną odznaczony Srebrnym Krzyżem Zasługi z Mieczami, Krzyżem Walecznych, Krzyżem Partyzanckim, Warszawskim Krzyżem Powstańcym i Medalem za Warszawę; za działalność społeczno-zawodową: Srebrnym Krzyżem Zasługi i Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski. Wyróżniony nagrodami Przewodniczącego Komitetu ds. Radia i Telewizji (1961 — nagroda zbiorowa; 1981 — nagroda indywidualna I stopnia); laureat Medaille d'Honneur Organisation Internationale de Journalistes (1971).

Sylwester Dziński

Bibliografia publikacji w układzie chronologicznym (w wyborze):

1. O radiu po gospodarsku — *Antena* 1956 nr 1 s. 2-5.
2. Radio szkoli swoich dziennikarzy — *Prasoznawstwo* 1956 nr 2 s. 199-207; też w jęz. ang. w obcojęzycznej wersji *Kwartalnik Prasoznawczego* 1957 nr 1/2 s. 63-74.
3. Radio i telewizja na (I) sesji strasburskiej — *Kwartalnik Prasoznawczy* 1958 nr 1/2 s. 150-151.
4. Słuchacz wiejski — istota nieznana — *Wież Współczesna* 1959 nr 3 s. 70-79; nr 4 s. 65-76; por. także uzupełnienia: *Jeszcze o wiejskim słuchaczu* — tamże, 1959 nr 8 s. 66-76.
5. Telewizja — ekstrakt wszystkich środków wyrazu — *Prasa Polska* 1959 nr 7 s. 22-24.
6. „Mówi Polskie Radio” — Biuletyn Komitetu 300-lecia Prasy Polskiej, 1960 nr 9 s. 13-17.
7. 35 lat radia w Polsce — *Wież Współczesna* 1960 nr 4 s. 92-100, nr 5 s. 76-85;

Biuletyn Komitetu 300-lecia Prasy Polskiej, 1960 nr 13 s. 4-8.

8. 300 lat polskiej prasy — *Radio i Telewizja* 1961 nr 5.

9. Radio i telewizja w roku 1961 — *Wies Współczesna* 1961 nr 8 s. 88-89.

10. Le centre de journalisme de Varsovie — *L'Enseignement du Journalisme*, 1962 nr 15 s. 65-76.

11. Radio w Polsce w latach 1920-1939 — *Biuletyn Prasoznawczy Studium Dziennikarskiego*, 1962 nr 3 s. 36-59.

12. Pierwsza rozgłośnia radiowa — *Stolica* 1963 nr 10.

13. Działalność oświatowa Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich — *Oświata Dorosłych*, 1963 nr 1 s. 45-46.

14. Reporterskie formy radiowe — *Biuletyn Prasoznawczy Studium Dziennikarskiego*, 1963 nr 5 s. 82-97.

15. Warszawska Rozgłośnia Polskiego Radia we wrześniu 1939 r. — *Najnowsze Dzieje Polski* 1939-1945 t. 8: 1964 s. 5-43.

16. Reporterskie formy radiowe i szkolenie reporterów i sprawozdawców — *Rozprawy Ośrodka Badań Opinii Publicznej i Studiów Programowych PRITv*, nr 36: 1965 s. 36.

17. Początki radia w Polsce — *Najnowsze Dzieje Polski*. Materiały i studia z okresu 1918-1939 t. 10: 1966 s. 5-36.

18. Studia z historii radiofonii polskiej — *Rozprawy Ośrodka Badań Opinii Publicznej i Studiów Programowych PRITv*, nr 64: 1967 s. 140.

19. Robert Silvey i Audience Research (Department BBC) — *Zeszyty Prasoznawcze*, 1968 nr 4 s. 131-133.

20. Pierwsze kroki Polskiego Radia — *Zeszyty Prasoznawcze*, 1968 nr 2 s. 91-101.

21. Radiostacja i rozgłośnie Warszawy międzywojennej, [w:] *Warszawa II Rzeczypospolitej 1918-1939*, t. 1: 1968 s. 347-368.

22. Prasa radiowa — *Radio i Telewizja* 1971 nr 6, 8, 11, 14, 15, 20.

23. Powojenna odbudowa polskiej radiofonii — *Materiały pomocnicze do historii dziennikarstwa Polski Ludowej*, zesz. 1: 1971 s. 142-166.

24. Narodziny Polskiego Radia. Warszawa 1972 s. 470.

25. Kulisy radia, Warszawa 1973.

26. Odbudowa Radia w Warszawie w latach 1945-1949, [w:] *Studia Warszawskie*, t. 15: 1973. Warszawa stolica Polski Ludowej, zesz. 3 s. 199-221.

27. Polskie Radio 1925-1939. Mała kronika — *Pamiętnik Teatralny* 1973 zesz. 3-4 s. 359-490; aneks: *Sluchowiska Polskiego Radia 1925-1939*.

28. Legendarny Reith (John Charles Walsham) z BBC — *Zeszyty Prasoznawcze* 1975 nr 1 s. 83-88.

29. Tu mówi Polskie Radio Warszawa — *Miesięcznik Literacki* 1978 nr 8 s. 100-113.

30. Radio, [w:] *Historia Polski*. Oprac. zbiorowe pod red. T. Jędruszczyka, Warszawa 1978 t. IV z. 4 (1935-1939) s. 768-788.

31. Wspomnienie o Józefie Mayenien (1896-1978) — *Zeszyty Prasoznawcze*, 1978 nr 3 s. 127-130.

32. Radio w powojennej Warszawie, [w:] *Kultura Warszawy*, Warszawa 1979 s. 389-422.

33. „Tu Polskie Radio Warszawa...” — Warszawa 1980.

34. Płk Wacław Lipiński, zapomniany kronikarz września 1939 — *Odra* 1981 nr 9 s. 13-15.

35. Zanim ogłoszono alarm dla miasta Warszawy (Polskie Radio w przededniu II wojny światowej) — *Przekazy i Opinie*, 1983 nr 3-4 s. 166-140.

36. Próba syntezy. 60-lecie Polskiego Radia — *Aktualności Radiowo-Telewizyjne*, 1984 nr 1 s. 17-27.

37. Wrzesień 1939 w warszawskiej rozgłośni Polskiego Radia — Warszawa 1984.

38. 60 lat Polskiego Radia (próba syntezy) — *Zeszyty Prasoznawcze*, 1986 nr 1 s. 35-46.

39. Ojciec Polskiego Radia (Zygmunt Chamec) — *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej*, 1987 nr 1 s. 37-58, nr 2 s. 99-120.

40. Stan i perspektywy badań nad historią polskiej radiofonii w związku z sześćdziesięcioleciem Polskiego Radia — *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej* 1987 nr 3 s. 131-141.

41. Rozgłośnie śląskie w planach i przygotowaniach konspiracyjnych zespołu Polskiego Radia w 1943 r. — *Studia i materiały z dziejów Śląska*, 17: 1987 s. 237-288.

42. Polskie Radio pionierem międzynarodowej wymiany programów — *Zeszyty Prasoznawcze* 1988 nr 4 s. 21-34.

43. Polskie Radio w konspiracji 1939-1944 — Warszawa 1989 s. 351.

44. Gwiazda Południa — *Gazeta Wyborcza*, 1994 nr 130 s. 16-17 (dot. niemieckiej radiostacji dywersyjnej — „Wanda”).

JERZY PARZYŃSKI

19 VIII 1929 Warszawa — 12 II 1994 Kraków

Urodził się w środowisku prawniczo-artystycznym (ojciec — adwokat; matka — śpiewaczka operowa). Uczestnik Powstania Warszawskiego (łącznik zgrupowania mjr „Redy”, a następnie rotm. „Ruczaja”); po jego upadku wraz z rodzicami zamieszkał w Filipowicach koło Krzeszowic, a następnie w Krakowie. W latach 1948-1952 odbył na UJ studia prawnicze i muzykologiczne. Jako gimnazjalista współpracował z *Młodą Rzeczpospolitą*. W czasie studiów podjął pracę etatową (od 1950 r.) w zespole *Echa Krakowa* w dziale łączności z czytelnikami i jako recenzent muzyczny (działalność recenzencką na łamach *Echa* prowadził nieprzerwanie ponad 40 lat). Sporadyczne recenzje muzyczne zamieszczał w *Życiu Literackim*, *Gazecie Krakowskiej*, *Ruchu Muzycznym*. Współpracował z Polskim Radiem (autor ponad 300 audycji w cyklach „Spełniamy prośby miłośników muzyki”, „Muzyczne nowości wydawnicze”) i telewizją (cykl „Dźwięk i linia”). Od 1963 r. głównym zajęciem zawodowym J. Parzyńskiego była adwokatura; specjalizował się w problematyce prawa autorskiego i prasowego. W 1996 r. uzyskał na Uniwersytecie Warszawskim tytuł doktora praw na podstawie rozprawy „Rola krytyki prasowej i sprawozdawczości sądowej w społeczeństwie” (promotor: prof. J. Sawicki).

W 1958 r. rozpoczął współpracę z Ośrodkiem Badań Prasoznawczych (w latach 1960-1967 kierownik Pracowni Prawnoprasowej oraz członek kolegium redakcyjnego *Zeszytów Prasoznawczych*); na łamach jego wydawnictw opublikował 9 rozpraw dotyczących m. in. roli prasy w kształtowaniu poczucia prawnego społeczeństwa (poz. 1), roli i pozycji prawnika w redakcji (poz. 5), metodyki współpracy z wymiarem sprawiedliwości (poz. 7); przedstawił wnioski wynikające z procesów prasowych w latach 1960-1972 (poz. 11). W dorobku naukowo-organizacyjnym wiele uwagi poświęcił sprawozdawczości prawnoprasowej i kontaktom prasa — prawo. Z Jego inicjatywy i dzięki Jego zabiegom redakcyjnym Ośrodek Badań Prasoznawczych wydał

w 1968 r. obszerny tom zbiorowy poświęcony problematyce sprawozdawczości sądowej; w wydawnictwie tym zamieściło publikacje 12 autorów — praktyków i naukowców. J. Parzyński umieścił tu własne dłuższe studium na temat relacjonowania prasowych procesów cywilnych (poz. 10).

W swym dorobku pisarskim — oprócz publikacji naukowych i publicystycznych — pozostawił 2 powieści oraz zbiór humoru sądowego — „Uśmiech Temidy”.

Od lat gimnazjalnych ściśle związany z ruchem harcerskim, w którym pełnił szereg ważnych funkcji, w latach osiemdziesiątych był przewodniczącym krakowskiego Kręgu Instruktorów Harcerskich im A. Małkowskiego, a w latach 1982-1989 przewodniczącym niejawnego ogólnopolskiego Ruchu Harcerskiego. W październiku 1990 r. odznaczony został przez Prezydenta RP w Londynie — za działalność niepodległościową i harcerską — Krzyżem Oficerskim Polonia Restituta, a za działalność konspiracyjną Krzyżem Walecznych. Laureat szeregu nagród za działalność publicystyczną.

Sylwester Dziki

Bibliografia prasoznawcza:

1. Rola prasy w kształtowaniu poczucia prawnego społeczeństwa — *Prasa Współczesna i Dawna* 1958, nr 2 s. 28-39.
2. Listy do redakcji i prawo — *Zeszyty Prasoznawcze* 1960 nr 2/3 s. 112-117.
3. Proces o znaczeniu precedensowym — *Zeszyty Prasoznawcze* 1962 nr 1/2 s. 144-145.
4. Prasa i dziennikarze w projekcie kodeksu karnego — *Zeszyty Prasoznawcze* 1963 nr 3 s. 74-85.
5. Prawnik w redakcji — [w:] *Prawo i prasa. Biblioteka Wiedzy o Prasie*, s. B, t. 2: 1963 s. 83-112.
6. Proces w prasie (omówienie dyskusji w *Prawie i Życiu*) — *Zeszyty Prasoznawcze* 1963 nr 4 s. 135-136.
7. O metodykę współpracy prasy z wymiarem sprawiedliwości — *Zeszyty Prasoznawcze* 1964 nr 1/2 s. 54-65.

8. Nowe prawo cywilne a dziennikarz i prasa — *Zeszyty Prasoznawcze* 1965 nr 2 s. 3-9.

9. Działalność prasy i ochrona zawodu dziennikarskiego w PRL w świetle prawa — [w:] *Spółeczna użyteczność wiedzy o prasie*, Kraków 1067 s. 35-52.

10. O relacjonowaniu procesów cywilnych — [w:] *Prawo i prasa*. Część 2: Sprawoz-

dawczość sądowa, Biblioteka Wiedzy o Prasie, s. B, t. 11: 1968 s. 73-86.

11. Aktualne uwagi i wnioski z procesów prasowych — *Zeszyty Prasoznawcze* 1973 nr 2 s. 35-44.

12. Procesy prasowe — zjawisko społecznie ważne i ciekawe — *Palestra* 1976 nr 8/9 s. 18-26.

I światowe forum prasy polonijnej — Tarnów '93

W dniach 6-13 września 1993 r. odbyło się spotkanie przedstawicieli mediów polonijnych (redaktorów, wydawców i działaczy społeczno-kulturalnych). W pracach forum uczestniczyło około stu redaktorów reprezentujących prasę polonijną i polską prasę sublokalną (członków Regionalnego Stowarzyszenia Prasy Lokalnej Polski Południowej). Wśród około 50 przedstawicieli Polonii i Polaków na Wschodzie, byli goście z 19 krajów, w tym z USA, Kanady, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Rosji, Francji, Ukrainy, Litwy, Łotwy, Czech, Słowacji, Rumunii, Izraela i ... Azerbejdżanu.

Oficjalnymi sponsorami I Światowego Forum Prasy Polonijnej byli: Ministerstwo Kultury i Sztuki, Wojewoda Tarnowski, Prezydent Miasta Tarnowa, Wojewódzki Ośrodek Kultury w Tarnowie, Radio Kraków, Stomil z Dębicy oraz Browar Okocim. Dyrektorem biura organizacyjnego Forum był Stanisław Lis. Wśród wielu oficjalnych spotkań z przedstawicielami najważniejszych władz państwowych i regionalnych (uczestnicy forum odwiedzili Kraków, gdzie w Klubie pod Gruszką spotkali się z grupą krakowskich dziennikarzy), goście mieli okazję poznać różne zakątki

województwa tarnowskiego i życie jego mieszkańców.

Najważniejszym punktem programu I Światowego Forum Prasy Polonijnej były praktyczne zajęcia warsztatowe. Goście pracowali w następujących grupach:

1. Związki kulturowe i cywilizacyjne środowisk polonijnych z krajem.

2. Turystyka: organizacja, źródła finansowania, promocja gminy.

3. Rozwój regionalny w Polsce — geneza, stan, perspektywy.

4. Funkcje komunikacji społecznej w organizacji samorządowych środowisk lokalnych.

5. Prezentacja ofert gospodarczych wybranych firm województwa tarnowskiego.

6. Funkcje kultury w rozwoju i promocji gminy, regionu, województwa, kraju.

Efektom pracy poszczególnych zespołów są komunikaty, opublikowane w materiałach pokonferencyjnych. Goście i organizatorzy uzgodnili, iż Tarnów będzie stałym, corocznym miejscem spotkań przedstawicieli polonijnych mediów. Kolejne, II Forum Prasy Polonijnej zaplanowano na przełom maja i czerwca 1994 roku.

Włodzimierz Chorański

III konkurs Instytutu na rzecz Demokracji w Europie Wschodniej — idee dla niezależnej prasy lokalnej

Kolejny, trzeci konkurs dla prasy lokalnej zorganizował Instytut na rzecz Demokracji w Europie Wschodniej — IDEE. Adresatem konkursu byli wydawcy i redaktorzy prasy lokalnej i sublokalnej, których gazety spełniają podstawowy warunek — są niezależne od władz lokalnych. Do konkursu dopuszczono czasopisma mniejszości narodowych, niezależnie od zasięgu tej prasy. Kryterium niezależności spełniała większość pism prywat-

nych, których jest w Polsce około 350. Do nich to wysłano zaproszenia do uczestnictwa w konkursie, a po pozytywnej odpowiedzi, przekazano im obszerne kwestionariusze zawierające 30 pytań otwartych. Pytania te były bardzo szczegółowe, a uzyskane odpowiedzi pozwalały na wnikliwą analizę i ocenę poszczególnych gazet lokalnych. Organizatorzy otrzymali 173 wypełnione ankiety; po wstępnej analizie, zdyskwalifikowano 29. Gazety

te nie spełniały podstawowego kryterium — lokalności oraz w ponad 50% finansują je władze lokalne lub instytucje centralne.

Decyzją czteroosobowego jury nagrody pierwszego stopnia otrzymały następujące gazety: *Nowy Łowiczanin*, *Pałuki* (Żnin), *Przegląd Lubański*, *Gazeta Radomszczańska*, *Głos Wolsztyński* i *Wiadomości Oławskie*. Nagród drugiego stopnia było 31, a trzeciego stopnia

— 29. Przyznano także 10 wyróżnień. Nagrodę specjalną otrzymał *Katalog Prasy Polskiej 1994* Ośrodka Badań Prasoznawczych UJ. Uroczyste wręczenie nagród odbyło się w auli Uniwersytetu Warszawskiego w dniu 12 czerwca 1994 roku. Łączna wartość nagród (głównie sprzęt komputerowy) przekroczyła 1 mld złotych.

Włodzimierz Chorański

Kreowanie marzeń

V Ogólnopolski i Międzynarodowy Festiwal Filmu Reklamowego i Reklamy (Kraków, 24-26 II 1994 r.)

Tegoroczny, piąty z kolei krakowski festiwal reklamy był świetną okazją do spotkania i wymiany doświadczeń dla osób pracujących w reklamie i interesujących się reklamą. Miał on, zresztą już tradycyjnie, otwartą formułę — organizatorzy (Lesław Wilk i Piotr Wasilewski z agencji Crackfilm) zaprosili do udziału w festiwalu zarówno wybitnych badaczy, jak i twórców filmów reklamowych oraz pracowników agencji. Konkursowe projekcje 724 reklam, które znamy z polskiej telewizji, prasy i radia, sąsiadowały z wieloma pokazami najlepszych filmów reklamowych na świecie.

Krakowska impreza zgromadziła całe środowisko polskiej reklamy. O trafności pomysłu świadczyć może jego popularność: akredytacji do liczącego 916 miejsc kina „Kijów” brakowało już dwa tygodnie przed rozpoczęciem festiwalu, a tłum stojący po bilety na otwartą projekcję „Nocy reklamożerców” Jeana Marie Boursicota przypominał kolejkę po akcje Banku Śląskiego w ostatnich dniach ich sprzedaży.

Z drugiej jednak strony, spotkanie wielkich praktyków, niejednokrotnie prawdziwych nestorów światowej reklamy (których popierali teoretyczną wiedzą wybitni znawcy reklamy i jej otoczenia — filmoznawcy, językoznawcy, socjologzy, historycy) z przedstawicielami młodego, ciągle przecież raczkującego polskiego przemysłu reklamowego musiało stworzyć coś w rodzaju mieszanki piorunującej. Na pewno także o to organizatorom chodziło, przecież wiadomo, że na s t y k u profesjonalizmu i amatorszczyzny najwyraźniej widać, ile jeszcze brakuje do doskonałości.

Krakowski festiwal, jak już pisałem, był znakomitą okazją do wykorzystania wzajem-

nych doświadczeń, być może i tak się w wielu przypadkach stało. Jednak dla obserwatora z zewnątrz, który czekał na zauważalne efekty działania mieszanki piorunującej, nie na festiwalu nie wybuchło — wprost przeciwnie, twórcy polskich reklam, słuchając bardzo krytycznych pod swoim adresem wypowiedzi, świetnie się bawili, nie ukrywając zresztą dobrego humoru we własnych wystąpieniach.

Najbardziej krytyczni pod adresem polskich twórców reklam byli m. in. prof. Jerzy Bralczyk, dr Bogusław Kwarciak, prof. Wiesław Godzic i Marek Skala. Ich wystąpienia należały do najciekawszych na krakowskim festiwalu.

Profesor Jerzy Bralczyk, którego wykład pt. „Język dźwignią reklamy” otworzył część teoretyczną festiwalu, zarzucił twórcom reklam i adaptacji, że celowo tak posługują się językiem polskim, aby unikać możliwości poddania ich wypowiedzi osądowi w kategoriach prawdy i fałszu. Robią to, na przykład, stosując elementy języka urzędowego i pseudonaukowe dowodzenie, używając wieloznacznych słów typu „system” czy „formuła”, nie dostrzegając zjawiska aspektu w języku poskim („aspekt to zjawisko absolutnie nieznane twórcom adaptacji reklam zagranicznych”), nadużywając wielkiego kwantyfikatora i czasowników modalnych oraz, na domiar złego, wykorzystując dostępne reguły gramatyczne, aby prowadzić „grę z prawdą”. W podsumowaniu J. Bralczyk podkreślił, że konsekwencje takiego stanu rzeczy mogą być opłakane: coraz więcej osób zdaje się myśleć, że kontekst reklamy zwalnia z odpowiedzialności za słowo.

Stały gość krakowskiego festiwalu, dr Bogusław Kwarciak, tym razem poruszył kwestię

stylu w reklamie. Rozwazał czynniki tworzące styl dzieła reklamowego, głównie „twórcze strategie” (creative strategies), po czym, wyodrębniwszy dziesięć najczęstszych strategii, przedstawił wyniki analizy porównawczej reklamy amerykańskiej, francuskiej, tajwańskiej i polskiej. Okazało się, że polska reklama telewizyjna nie jest jeszcze ukształtowana pod względem stylistycznym. Występują w niej tylko typowe środki stylistyczne: strategia logicznej argumentacji, strategia motywowania konsumenta (odwoływanie się do korzyści, jakie konsument może osiągnąć), strategia stosowania prostej symboliki oraz strategia „modelowania” (dostarczanie odbiorcy wzorów zachowań, polegających na korzystaniu z produktu). Najogólniej mówiąc, polska reklama wykazuje pewne podobieństwa do reklamy francuskiej, ale zbyt mało jeszcze u nas zrobiono, aby takie porównywanie miało sens.

Profesor Wiesław Godzic, filmoznawca, którego wykład był częścią seminarium na temat reklamy filmowej (to nowość na festiwalu: trzy równoległe seminaria tematyczne, dotyczące prasy, radia i telewizji) skoncentrował swoją uwagę na wzajemnych zależnościach między reklamą i filmem fabularnym. Pelnometrażowe filmy wywierają olbrzymi wpływ na reklamę — reżyserzy filmowi, zwabieni wysokimi zarobkami w krótkim czasie, zajmują się produkcją reklam. Reklamy w wyraźny sposób przybierają formę różnych gatunków filmowych (np. reklama płynu Domestos — konwencja filmu sensacyjnego, reklama kawy Tchibo — konwencja marzeń itp.). Z drugiej strony, co jest bardziej przerażające, także filmy fabularne upodabniają się do reklam: składają się z coraz krótszych ujęć, coraz bardziej skrótkowo opowiadają fabułę, stają się coraz bardziej szablonowe w konstrukcji bohaterów, ich głównym celem jest przyciągnięcie jak najliczniejszych widzów do kina (np. S. Spielberg); najgroźniejsze jest jednak to, że duże koncerty przemysłowe, zdając sobie sprawę z potęgi kina, toczą między sobą bezwzględna wojnę o wpływy w przemyśle filmowym. Przykładem krańcowym może być koncert Coca-Coli, który w 1982 roku stał się właścicielem 49% wytwórni Columbia, w efekcie czego większość bohaterów filmów produkowanych przez Columbię piła na planie filmowym Coca-Colę. Koncern Mercedesa, podobno, płacił dużo tylko za to, żeby bandziory w filmach jednej z dużych wy-

twórni nie jeździły mercedesami. Znane są protesty jednego z dużych browarów przeciwko temu, żeby homoseksualiści w filmie „Making Love” pili właśnie to piwo... To za sprawą reklamy, twierdził profesor Godzic, nie jest w kinie obojętne, czy jeździ bohater, czy pali, czy nosi i czy pije. Nie można już w kinie pić niewinnie. Reklama niszczy kino, ale czy można obrażać się na barbarzyńcę?

Marek Skąła, reprezentujący Profesjonalną Szkołę Biznesu z Krakowa, przedstawił wyniki badań nad przyszłymi odbiorcami reklamy — młodzieżą szkolną. Zwrócił uwagę na dużą zbieżność poglądów dzieci i młodzieży na temat reklamy. Zarówno przedszkolaków, jak i uczniów szkół średnich najbardziej rażą reklamy proszków do prania. W rankingu złych reklam wygrywają w kolejności Omo, Ariel i Vizir, chociaż młodzież, chcąc mówić o najgorszych zjawiskach w reklamie, posługuje się już kategorią „wszystkich proszków”. Skoro wielu dorosłym i większości dzieci nie podobają się reklamy środków czystości, które zalewają nasz rynek, co będzie za parę lat, kiedy te dzieci dorosną? Dlaczego robi się tak dużo reklam wbrew gustom ich odbiorców? Czy liczy się tylko zysk? Marek Skąła, szukając odpowiedzi na te pytania, obarczył pełną odpowiedzialnością pracowników agencji reklamowych. Jego zdaniem filmy reklamowe robione i adaptowane w Polsce są bardzo schematyczne, konwencjonalne. A do tego najczęściej powielane są złe standardy, ponieważ brakuje pomysłów i nikt nie chce ryzykować, a na łamanie konwencji jeszcze nas nie stać.

Na tle krytycznych, ale przecież bardzo potrzebnych wypowiedzi teoretyków przedmiotu wystąpienia osób robiących polskie reklamy i odpowiedzialnych za ich kształt artystyczny wypadły raczej blado. Często przybierały ton, który znamy z zachowania Pyrgopolinika, bohatera najbardziej znanej sztuki Plauta.

Zebrani w kinie „Kijów”, na przykład, mogli usłyszeć od dyrektora Biura Reklamy Telewizji Polskiej Witolda Gawdy, że rynek reklam telewizyjnych, który jeszcze rok temu można było nazywać zaledwie „rynkiem rozwijającym się”, osiągnął etap stabilizacji i stał się profesjonalnym „rynkiem wzrostu”. Telewizja publiczna, która zarabia coraz więcej z reklam i z abonamentu, wie, jak wykorzystać ogromne zyski (zwiększenie długości progra-

mów pierwszego i drugiego, budowanie nowych studiów, robienie obszernych zapasów repertuarowych) i dlatego „długo jeszcze nie będzie miała konkurenta”. Nawet w przypadku, gdy ktoś zagrozi jej pozycji, to „jest do konfrontacji dobrze przygotowana”.

Z kolei Tomasz Bałuk, reprezentujący Studio 66, w wystąpieniu zatytułowanym „Dokąd zmierzamy?” przedstawił drogę rozwoju tej młodej warszawskiej agencji. Ponieważ krótkie dzieje Studia 66 układały się w pasmo coraz większych sukcesów, można by na ich podstawie odtworzyć receptę na powstanie prężnej agencji reklamowej. Agencja Studio 66 zaczęła od wykonywania zamówień rządowych i reklam wyborczych („Czerwony autobus” BBWR-u), które były „gimnastyką dla umysłu”. Praca dla Biura Prasowego Rządu zapewniła agencji popularność, którą natychmiast wykorzystano w profesjonalnej współpracy z dużymi zachodnimi partnerami, m. in. Johnson and Johnson. Potem Studio 66 „poszło dalej” i stało się agencją, dla której najważniejsze, oprócz doskonałości, są „duża plastyczność i troska o słowo”. Wbrew temu ostatniemu, goście festiwalu musieli często odgadywać, co Tomasz Bałuk ma na myśli, ponieważ niezmiennie mówił do ekranu kinowego (na którym widzieliśmy jego zbliżenie), zamiast do mikrofonu.

Wystąpienie Piotra Gawła (z agencji Lintas) zatytułowane „Humor, takt, smak — dylematy kreatywności” (podkr. J. K.) miało przekonać zebranych, że umiejętne stosowanie elementów humoru zwiększa sugestywność reklamy i obniża jej koszty. Bardzo podobaly się wszystkim przykłady filmowe, przedstawiane przez Gawła. Natomiast sposób mówienia, a zwłaszcza rozpaczliwa bierność językowa dyrektora agencji Lintas-Polska zwracały uwagę na zjawisko tyleż powszechne, co niepokojące, towarzyszące wypowiedziom wielu prelegentów. Otóż utrwała się powoli w języku polskim angielska terminologia reklamowa, co jest zjawiskiem rażącym w przypadkach, kiedy istnieją, czasem od dawna, polskie odpowiedniki. Parę przykładów: „Reklama jest sztuką b r e n d u” (P. Gawel), „Ci, co mają w swoim portfolio wielkie firmy, wiedzą, jaką szkołę się przechodzi” (T. Bałuk), „b i l l b o a r d y są najbardziej popularne w krajach niemieckojęzycznych i we Francji” (L. Kaczoń, Stowarzyszenie Reklamy Zewnętrznej), „W

wielu s p o t a c h reklamowych...” (P. Gawel), „Humor, muzyka i smak to trzy o b s z a r y k r e a t y w n e” (P. Gawel), „...jest taki genialny, że kiedy dajesz mu s w ó j s t o r y b o a r d, on już zrobi resztę” (P. Gawel).

Optymistyczne jest to, że publiczność festiwalowa, w odróżnieniu od niektórych występujących osób, znakomicie zdawała sobie sprawę ze śmieszności anglosaskich konstrukcji. Na przykład, kiedy P. Gawel powiedział: „Reklama musi odpowiadać na b r i e f, musi reklamować b r e n d, musi sprzedawać produkt...”, na sali odezwało się gromkie: „musi sprzedawać p r o d a k t!” Najwięcej śmiano się jednak z polskich wersji nazw kategorii nagród i wyróżnień nagranych na kasecie pochodzącej ze słynnego nowojorskiego festiwalu reklamy Clio Awards. Taśma, przedstawiająca wszystkie nagrodzone filmy, ponoć przyjechała z Nowego Jorku do Krakowa w ostatniej sekundzie przed zamierzoną projekcją. Szkoda, że ktoś zadał sobie tyle niepotrzebnego trudu (zapewne nie był to specjalista od reklamy), gdyż niezamierzona śmieszność polskich wersji czasem nawet przeszkadzała w odbiorze wspaniałych, naprawdę znakomitych reklam. Oto przykłady oryginalnych kategorii i ich polskich przekładów: „best animation” = „klatka filmowa — ożywienie jej”; „goods” = „towary k o m s u n e y j n e”; „fairly goods” = „produkty n a b i a ł o w e”; „sweets” = „s ł o d y c z e”; „public service” = „p u b l i c z n e u s ł u g i” (na sali ogólna wesołość); „house electronics” = „e l e k t r o n i c z n e s y s t e m y d o m o w e”; „hall of fame” = „miejsce z a s ł u r z o n y c h”; „non-alkoholic beverages” = „napoje b e z a l k o e h o ł o w e” (na sali niedowierzanie); „musical adaptation” = „muzyczne przystosowanie”; „special effects” = „efekty s p e c i a l n e”; „best edition” = „r e d a k o w a n i e”; „best direction” = „k i e r u n e k”; „best direction, pictures and execution” = „k i n e m a t o g r a f i a, k i e r u n e k i p r z e d s t a w i e n i e” (na sali gromki śmiech); „local / regional / national campaign” = „l o k a l n e / r e g i o n a l n e / n a r o d o w e w y b o r y” (sic!).

Jeśli nie liczyć zalet wynikających ze spotkania się polskiego środowiska reklamowego, najsilniejszą stroną krakowskiego festiwalu byli jego goście zagraniczni (obecni osobiście i na taśmie filmowej). Uczestnicy Crackfilmu mogli posłuchać ciekawego wystąpienia Philipa Rubensteina, pracownika Advertising

Standards Authority z Londynu, który w prosty sposób wyłożył zasady „systemu samoregulacji” brytyjskiego rynku reklamowego. Znakomita była także prezentacja reklam ngrodzonych w przeglądzie „Cresta Awards”, którą z dużym wdziękiem prowadziła Nancy Rose, a wprost rewelacyjna, jedyna w swoim rodzaju June Colbert z Nowego Jorku (członkini zarządu Nowojorskiej Agencji Sztuki Telewizyjnej, była szefowa wielu dużych agencji reklamowych, konsultantka ONZ i prezeska firmy Colbert International) z wielkim wyczuciem, ciepło i niezmiernie sympatycznie dzieliła się swoimi doświadczeniami z wieloletniej pracy w reklamie. Rzadko zdarzającą się okazją była projekcja siedmiominutowego filmu dokumentalnego z 1967 roku, pokazującego starszego pana pełnego siły i erudycji, założyciela jednej z największych agencji reklamowych — Leo Burnetta, który w słynnym toaście mówi swoim pracownikom, „kiedy będą musieli zdjąć jego nazwisko z szyldu agencji”. Krótkie przemówienie L. Burnetta stanowi do dziś elementarz dla każdego pomysłowego człowieka, który chce tworzyć coraz lepsze pod względem artystycznym reklamy.

Festiwal Crackfilmu to nie tylko wystąpienia, prelekcje i konkursy reklam. Uczestnicy krakowskiego „Święta Reklamy” mogli brać udział w wielu imprezach, jak choćby w tradycyjnej już przy tej okazji projekcji wielogodzinnego filmu Jeana Marie Boursicota, zawierającego najciekawsze reklamy z całego świata; mogli przyjrzeć się przedwojennym polskim reklamom prasowym i filmowym; mogli w końcu brać udział w różnorakich konkursach, jak np. w teleturnieju Agencji Reklamowej Telewizji Katowice pt. „Reklama reklam”.

Tegoroczne spotkanie ludzi reklamy otwierała projekcja filmu dokumentalnego Jerzego Ridana pt. „Kreowanie marzeń”, nakręconego rok wcześniej. Film ten byłby także dobrym zamknięciem imprezy zorganizowanej przez Crackfilm. Widać w nim, że w ciągu roku naprawdę wiele się zmieniło — poprzedni festiwal wydaje się bardzo odległy zarówno pod względem rozmachu, zachowania zaproszonych gości, jak i zgrzebności prezentowanych wtedy polskich reklam. Teraz, co symbolicznie pokazuje skalę zmian, uczestnicy starali się wykorzystać każdy skrawek ścian (by nie powiedzieć, podłóg) do ustawienia czy

przyczepienia własnej reklamy. Nawet prześcigali się w przyklejaniu nalepek na tym fragmencie mównicy, który wraz z prelegentem był za sprawą kamery powiększony i widoczny na dużym kinowym ekranie.

Lista laureatów V Ogólnopolskiego i Międzynarodowego Festiwalu Filmu reklamowego przedstawia się następująco:

1. Konkurs Polskich Filmów Reklamowych:

— nagroda dla agencji „Young and Rubicam Poland” za film pt. „Saksofon” (reklamujący radiomagnetofon Sony),

— nagroda dla Studia Filmowego O'kay za najlepszą produkcję filmu reklamowego („Antena Videoclip”),

— nagroda dla Leszka Rybarczyka, Iwo Zaniewskiego i Konstantego Przybory za najlepszą reżyserię filmu reklamowego pt. „Czapki”, zgłoszonego przez Agencję Reklamową Grey (reklamy Knorra),

— nagroda dla agencji Publicis FCB Poland za najlepszy scenariusz filmu reklamowego pt. „Tom and Jerry” (animowana reklama Pepsa-Coli),

— nagroda dla najlepszego operatora zdjęć Andrzeja Sawczuka, m. in. za film reklamowy pt. „Oh, my dear mother”, zgłoszony przez agencję Young and Rubicam Poland,

— nagroda dla Andrzeja Witkowskiego i Henryka Miśkiewicza za najlepszą oryginalną muzykę do filmu reklamowego pt. „Oriflame”, zgłoszonego przez agencję reklamową „Grey”.

2: Konkurs polskich reklam prasowych:

— nagroda za najlepszą reklamę prasową dla „TUiR Warta” za cykl reklam.

3. Konkurs polskich reklam radiowych:

— nagroda za najlepszą reklamę radiową dla Agencji Reklamowej Radia Merkury z Poznania za reklamę „Audi”,

— wyróżnienie dla reklamy „Kama” Agencji Reklamowej Aida z Wrocławia,

— wyróżnienie dla reklamy „Japa Burger” Agencji Reklamowej FM z Gdańska,

— wyróżnienie dla reklamy „Filtry i wkłady filtrujące” Agencji Reklamowej „Nieustraszeni Łowcy Dźwięków”,

— wyróżnienie dla Agencji Reklamowej Radia „Merkury” za zgłoszone do konkursu reklamy.

4. Konkurs reklam zewnętrznych:

— nagroda za najlepszą reklamę zewnętrzną dla agencji „Corporate Profiles” za kampanię reklamową mebli „IKEA”;

— wyróżnienie dla agencji „Euro RSCG” za kampanię reklamową pt. „Citroen”.

5. Konkurs adaptowanych filmów reklamowych:

— nagroda dla najlepszego zagranicznego filmu reklamowego zaadaptowanego na rynek polski dla agencji „J. Walter Thompson Parintex” za film „Kawa Jacobs — powrót do domu”;

— wyróżnienie dla agencji „McCann-Erickson” za filmy „Exclamation” i „Nescafe-morning”.

Jacek Kotulicz

Czas prasy parafialnej

O kondycji prasy katolickiej w Polsce pisze się ostatnio z upodobaniem lub ubolewaniem coraz częściej. W dobie wzrastającej konkurencji z państwowymi i prywatnymi elektronicznymi środkami przekazu, katolickie media drukowane poszukują gwałtownie nowej formuły oddziaływania. Spośród 400 zarejestrowanych w Polsce czasopism kościelnych — sto wydają wspólnoty młodzieżowe oraz urzędy parafialne. Z myślą o tej grupie wydawców i zespołów redakcyjnych, krakowski oddział Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy 19 III 1994 zorganizował w auli Instytutu Teologicznego Księży Misjonarzy na Stradomiu „Seminarium redaktorów pism parafialnych”. Na spotkanie przyszło 320 przedstawicieli 99 parafii z 6 diecezji (bielsko-żywieckiej, sosnowieckiej, kieleckiej, krakowskiej, tarnowskiej, rzeszowskiej). Seminarium poprzedziła msza św. z homilią ks. Pawła Duźniaka — korespondenta Katolickiej Agencji Informacyjnej oraz słowo biskupa Albina Małysiaka, który podkreślił, że na 9 milionów polskich rodzin jakikolwiek tygodnik katolicki trafia zaledwie do co 18. rodziny, dlatego też coraz większą rolę będą mieć również pisma parafialne. — Anna Balon, z redakcji *Listu do Przyjaciół*, autorskim prologiem do wydanego na tę okazję skryptu otworzyła szkoleniową część seminarium. Barwną ilustrację praktyczną stanowiła relacja redaktorów pisma *Z życia parafii św. Barbary w Libiążu*, zawierająca opis techniki doboru i opracowywania materiałów do wspomnianego tygodnika oraz świadectwo ks. Szymona Ukazy, redaktora miesięcznika *Brat*, który ukazuje się w parafii św. Brata Alberta w Nowej Hucie.

W związku z tym, że większość przybyłych dopiero przygotowuje się do redagowania parafialnych biuletynów — dr Antoni Zięba z redakcji *Źródła* przekazał praktyczne informacje, jak można współpracować z Tygodnikiem Rodzin Katolickich *Źródło*, który mając 55 tys. egzemplarzy nakładu i rozchodząc się w 1000 parafii na terenie 10 diecezji, wydaje również bezpłatne dodatki przygotowywane przez około 20 redakcji parafialnych w Krakowie i jego okolicy, a nawet w Siedlcach, Toruniu i ... Wieluniu.

Ks. Maciej Ostrowski z Papieskiej Akademii Teologicznej przedstawił referat „Praca w redakcji pisma parafialnego formą apostołstwa świeckich”, natomiast Marek Glogier (z redakcji *Krakowskiego Gościa Niedzielnego*) wyłożył podstawy prawa prasowego oraz istotne dla dziennikarzy elementy uchwalonego przez Sejm w lutym br. nowego prawa autorskiego. — Pozostałą część czasu wypełniła dyskusja i pytania słuchaczy zainteresowanych szczegółowymi kwestiami technicznymi, przed którymi staje każdy zespół redakcyjny w chwili uruchamiania własnego periodyku.

Warunkiem uczestnictwa w seminarium było pisemne skierowanie od swego proboszcza. Każdy przybyły otrzymał komplet materiałów (teksty prawa prasowego i autorskiego, 8 wzorcowych gazet parafialnych, wzorniki makietowania biuletynów oraz 90-stronicowy skrypt Anny Balon „ABC redaktora pisma parafialnego”).

Marek Glogier

SUMMARY

Zbigniew B a j k a: FOREIGN CAPITAL IN POLISH MEDIA

The author shows the changes of ownership which have taken in Polish press since 1989. He particularly deals those changes which were made after 1990, when the press publishing house "Prasa-Książka-Ruch" was liquidated staying precisely who are the owners of Polish newspapers and magazines, especially of the most successful ones.

The author also shows different stages of foreign investments in Polish media market. 1. The stage of pre-running (after novelty of the press law in 1989). 2. The beginning of the liquidation process of the RSW "Prasa-Książka-Ruch" concern when some of western groups came in, i.e., that of Robert Hersant. 3. Founding of Polish editions of western magazines published by such groups as Phoenix Intermedia or PP-U Makler from Wrocław. 4. Setting up in Poland offices or companies of western publishers (i.e., Scandinavia Poland Publishing House or Heinrich Bauer's group). 5. After 1991, Western investors continue acquiring still more shares, thus increasing their possessions of those which earlier used to belong to their "RSW" concern. 6. The owners of the Polish editions of western popular magazines tend to gain financial independence.

The influence of foreign capital in Polish media is still growing. Polish publishers are becoming weak, but any trial of legal restrictions in the field seems to be unnecessary. (Author's summary)

Ryszard F i l a s: FIVE YEARS OF MASS MEDIA TRANSFORMATIONS IN POLAND: INITIAL EVALUATION

The author presents three stages of changes which took place in Polish media after collapse of communism (1989-1994): 1. period of "spontaneous enthusiasm" and forced transformations (from May 1989 until the middle of 1991); 2. period of apparent stabilization and of hidden changes (from the middle of 1991 until the end of 1992) and 3. period of open fight for market (starting from 1993).

The most important changes of the last five years are as follows:

- significant increase of the number of newspapers and periodicals (at least doubling of the initial figures while hundreds of others ceased to exist);
- a very dynamic growth of local and sublocal press (from several dozen to one and a half thousand papers);
- radical change of technical quality of newspapers: better design (colour, paper, print) and bigger volume of the majority of published newspapers and periodicals;
- increasing variety of subjects: periodicals with practical advice for people, hobby, entertainment, erotica, gossip magazines, TV magazines, luxury magazines for women, economic press, among others, for stock exchange investors, etc.;
- growing space in newspapers and periodicals for advertising;
- changes in readership: decreasing number of newspapers, particularly of regional dailies read by one reader growing, share of periodicals, particularly monthlies;

— decreasing popularity of high standard periodicals (e.g. the so called opinion weeklies) in comparison with the light, entertaining and commercial press including Polish version of foreign periodicals;

— tendency to concentration of newspapers and periodicals with growing contribution of foreign capital;

— loss of monopoly by Polish Radio and Polish Television (transformation of State media into public ones) on a local stage; building of independent broadcasting stations and TV channels of a national range has only started;

— fall of the number of people listening to foreign stations broadcasting in Polish (VoA, RFE, BBC). (Author's summary)

Alina S ł o m k o w s k a, Mirianna K o z a k, Jacek Z i e l i ń s k i: NEW REGULATIONS CONCERNING MEDIA IN BALTIC AND SLAVONIC STATES OF THE FORMER USSR

The process of national and state renewal in states of the former USSR created new quality and structural change of mass media. Main present tendencies which now exist in these states from the period of one monolithic country.

The present situation of mass media in the former republics of the USSR depends on three groups of problems:

1. State of formal regulations of mass media;
2. Structural changes which already took place within the overtaken system of mass media;
3. Achievable, real relations between mass media and the state.

The very beginning in all of these countries were declarations of state sovereignty. There were two ways of making legal grounds:

1. Typical for Baltic States; inclining to entire isolation and gaining independence from the Union system,
2. Typical for Slavic states which incline to protect and present their image accordingly to the profit of the renewing states but within the already given Union.

These actions bore three states of the law:

1. Representing both new, constitutional frames and legislation frames which control the mass media system (Lithuania, Latvia and Estonia)
2. Representing only the new legislation framework (Russia)
3. Making use of the Union legislation framework with partial republican regulations.

The system which already existed in the frames of the previous country was based on the domination of Union with a typical for system vertical structure of informations transmitted from the centre down to its territories. Additionally, the republican systems were not developed enough and played the minor role.

Now existing mass media systems originated in two ways:

1. As a result of revising the former state, for example by separation of the leading subjects/founding bodies with a new title or as a result of inner transformation.
2. As a result of founding new titles and institutions, based on already existing substructure or even outside of this system.

The liquidation of censorship and letting many possible categories of "founding subjects" in the system of mass media have opened good conditions for emerging the new media market and objective information. On the other hand the process of state renewal was accompanied by, most of all, the restructuring of a subjects of rights to possess, and taking over the republican and Union-republican orders.

One of the characteristic for the present state of mass media is the phenomenon of sponsoring. A sponsor is usually among founders or among people interested in publishing advertisements. In the effect the number of advertisements is decreased (which seems to be the main problem). Banks and commercial structures (not interested in production) are often among sponsors founders. Since the auditorium is usually concerned with effects of this production, we have a particular split of interests. The first results of the changes can already be seen: big number of

political publications which are the effect of the pluralism of political subjects; or financial and commercial papers which come together with not adequate pace of development of another subjects, and certain limits of information coming from the country and from abroad. (Auhtors' summary)

Izabela D o b o s z: DEVELOPMENT OF MEDIA REGULATIONS IN POLAND IN 1981-1993. LEGISLATION PERSPECTIVES

For the whole period after the war there was no press law in Poland. Necessity of working out such regulations had been already mentioned in 1947, although there was no result, despite many attempts made in 1957-1960, 1963 and 1974.

One year and a half of "Solidarity" existence has given Poland the new law of 31st of July, 1981 on Control of Publications and Performances.

The imposition of martial law 13th of December, 1981 eventually stopped contributions of opposition in the legislation process. Law regulations which were passed then are not an example of compromise but show one-way approach of the authorities to the role and importance of media. One should notice most of all the law of 26th of January, 1984 called "the Press Law", the law of 14th of December, 1982 on keeping state and professional secrets, and a whole list of the governmental decrets based on the Press Law. The Law on Communications of 15th of November, 1984 gave the state full monopoly for radio and television broadcasting inasmuch as press distribution. The law on Control of Publications and Performances was changed in order to strengthen the preventive censorship.

The last 5 years make a great breakthrough in the field of legislation concerning mass-communication.

The germane event was liquidation of the law of 31 of July, 1981 and liquidation of the Main Office for Publications and Performances which had been working in Poland since 1946. It has been done by the parliamentary law of 11th of April, 1990 which brought many changes into the press law (among which the most important is enabling of publishing a newspaper or a magazine only by registration).

Media monopolies were crushed by different regulations then. The Law on Liquidation of Workers' Publishing Corporation of 22nd of March, 1990 resulted in handling many titles of this Corporation of the Polish United Workers' Party to publishers representing different political options. The new Law on Communication of 23rd November, 1990 liquidated the state monopoly in the field of radio and television. Two years earlier the state monopoly for distribution was liquidated as well.

Formal regulations adopted in the Law on Radio and Television of 29th of December, 1992 make Polish law system more compatible to the western one. High number of regulations additional to the law points that we observe quite dynamic development of a new section of law.

Concerning very rapid changes in mass media market one could point really many fields need quick regulation. There are: most of all new law on publication, professional status of a journalist, further endeavours to eliminate formal hurdles for freedom of the press (for example some rules of the Criminal Law). All of this make us think that media laws in Poland will be permanently developed and changed during the next few years. (Author's summary)

Jacek K o ł o d z i e j: PRESS HEROES OF THE POLISH NATIONAL PARLIAMENTARY ELECTION OF 1993

The results of the parliamentary elections in September 1993 in Poland may lead to a conclusion that the elections or, better to say, the campaign which preceded the elections entirely changed the political scene by decomposing the already established settings. One could find out that it changed the public's support both for politicians and for the parties, creating new leaders of

public opinion or strengthening the positions of the foregoing ones. To describe the role which press play in a political campaign the author decided to make use of materials already chosen for the content analysis of the whole campaign. Thus, all names of politicians from all national Polish dailies which were published within the last two weeks before the election were taken for granted. There were gathered 1628 press materials which gave 763 politicians. That helped to reconstruct "the list of the hundred most popular politicians in the press" during the campaign. The list of the "top hundred politicians" provided the means for making some broader comparisons (i.e., with the popularity and support rankings made before and after the elections) in order to find answers on the following questions: what was the role of the press campaign? Has it strengthened, maintained or entirely decomposed the previous hierarchy of politicians in Poland? Which politicians most of all appear in the press? Who are the favourite politicians for each of the newspapers? Stronger political parties during the campaign tended to talk most of all about their long-established leaders. Other parties decided to make up new heroes by carrying out more aggressive and negative campaign rather than to talk only about their leaders. On the other hand, the hierarchies of all party leaders seemed to be quite unchangeable in the meaning that the structure of a party leadership was clearly seen in the researched newspapers. The party leaders proved to be the main heroes of the press during the campaign. Some other findings lead to a conclusion that successfulness of politicians cannot be simply guided from the frequency of their appearance in media. Media are not a golden recipe for a political success – the politicians are successful themselves. And their success is brought together by media and against them. Successfulness of politicians, at least correspondingly to the campaign which was scrutinised, come from the lack of attractiveness of media and from the abilities of some politicians to make full advantage of that scarcity. (Author's summary)

Ignacy S. F i u t: PARLIAMENTARY CAMPAIGN OF 1993 IN POLISH PRESS

The article comprises a concise description of a content analysis of all the national dailies (14) which were published within the last two weeks before the elections. The analysis focused on those materials which either concentrated on the political parties' activity or on the elections as a whole. There were 15 national committees which took part in the elections. As a result of this approach there were gathered 1628 texts which contained 3614 items devoted to single political parties taking part in the campaign.

One could observe that the number and size of those materials, inasmuch as their structure, corresponded with the results of the elections. It could be also seen that among the winners of the elections there were most of all those parties which had a clear support of newspapers during the campaign. (Author's summary)

Krzysztof W o ź n i a k o w s k i: *7 DNI* [7 DAYS] (1940-1944). A QUASI-CULTURAL REPTILE WEEKLY OF WARSAW

The illustrated weekly *7 DNI* [7 days] was established and published in Warsaw by the Nazi occupants between May 11th 1940 and July 22nd 1944 for the Polish population of the northern part of the so called General Government. As a cultural periodical it covered popular literature (novels and verses), theatrical spectacles and cabarets, ongoing repertory of the cinemas in Warsaw, official musical life, ballet, painting and sculpture but also the circus shows, magicians' performances and fashion. The main function of the weekly was to persuade the uncritical and naive readers that the official quasi-culture of the General Government is the natural continuation of the Polish culture, developing and sometimes even blooming under the German protection.

Such opinion of the weekly *7 Dni* is carefully detailed and well documented by the systematic account of its content and the data on its staff, editorial policy, circulation etc. (Editorial summary)

Joanna Machowska: METAPHORS IN THE NEWSPEAK

An analysis of metaphors, excerpted from the editorials of *Trybuna Ludu* (daily organ of the Polish United Workers' Party) 1949-1956, conduces the authoress to the following conclusion:

Linguistic means, used in the newspapers, reflected the black-and-white picture of the world as it was required by the communist party propaganda of that period. On the one side, there were "they" i.e. *bad guys, cruel beasts, traitorous renegades, deceitful and bloodstained followers of fascism, fighting for rule over the world on behalf of the damned, rotten capitalism*. On the other side there were "we" — *heroic communist idealists, following the example of the Soviet Union, bastion of peace, democracy and universal development under the conduct of Stalin's genius*. (Editorial summary)