

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH
UNIwersytet Jagielloński

Zeszyty

PRASOZNAWCZE

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

Nr 1–2 (177–178)
Nr indeksu 38364

Kraków 2004
PL ISSN 0555-0025

AUTORZY:

- IRENEUSZ BOBROWSKI, prof. dr hab., Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ, ul. św. Filipa 25, 31-150 Kraków
- WALERY PISAREK, prof. dr hab., Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ, ul. św. Filipa 25, 31-150 Kraków
- KATHARINA HADAMIK, dr, prasoznawca, Uniwersytet w Bochum, Niemcy.
- JOANNA GOLONKA, dr, Instytut Filologii Germańskiej Uniwersytetu Rzeszowskiego, ul. Rejtana 16 B, 35-959 Rzeszów.
- ANNA STARZEC, dr hab., Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Opolskiego, pl. Kopernika 11, 45-040 Opole.
- AGNIESZKA SZYMAŃSKA, dr, prasoznawca, Kraków.
- DAGMARA GŁUSZEK, mgr, doktorantka, Zakład Studiów Strategicznych INPiSM UJ, ul. Jabłonowskich 5, 31-114 Kraków.
- AGNIESZKA J. CIEŚLIKOWA, dr, Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ, ul. św. Filipa 25, 31-150 Kraków
- AGNIESZKA J. KOZAK, mgr, z-ca red. nac. „Nafta & Gaz Biznes”, ul. Lubicz 25, 31-503 Kraków.
- MONIKA ŻMUDKA, mgr, doktorantka, Instytut Polonistyki UJ, ul. Gołębia 14-20, 31-007 Kraków.

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Zbigniew Bajka, Ireneusz Bobrowski, Agnieszka Cieślíkowa (sekretarz redakcji), Sylwester Dziki, Ryszard Filas, Jarosław Grzybczak, Wojciech Kajtoch, Jacek Kołodziej, Walery Pisarek (redaktor naczelny), Paweł Planeta (*Zeszyty* on-line), Henryk Siwek, Andrzej Zagrodnik

<http://www.obp.pl/zeszyty.htm>

WSPÓŁPRACOWNICY ZAGRANICZNI

Prof. Mihai Coman – Universitatea București; dr Shelton A. Gunaratne – Mass Communications Department, Moorhead State University (Minnesota); prof. James D. Halloran – University of Leicester, Centre for Mass Communication Research; doc. Lija P. Jewsejewa – Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. Łomonosowa, Fakultiet Żurnalistiki; doc. Władimir W. Kiełnik – Ural-skij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. M. Gorkogo, Fakultiet Żurnalistiki, Jekatierinburg; prof. William H. Melody – Economics of Infrastructures, Delft; prof. Karl Erik Rosengren – Lunds Universitet, Sociologiska Institutionen; prof. Herbert I. Schiller – University of California, La Jolla; prof. Winfried Schulz – Universität Erlangen-Nürnberg; prof. Slavko Splichal – Univerza v Ljubljani; dr Benno Sgnitzer – Universität Salzburg, Institut für Kommunikationswissenschaft; prof. Tapio Varis – University of Helsinki; doc. Alexandra Viatteau – Université de Paris II

PROJEKT OKŁADKI: Zygmunt Strychalski

Wydanie publikacji dofinansowane przez Komitet Badań Naukowych

© Zeszyty Prasoznawcze 2004

Adres redakcji: 31-150 Kraków, ul. św. Filipa 25, tel./fax (+48-12) 422-06-44
e-mail: zeszyty.prasoznawcze@uj.edu.pl; uwpisare@cyf-kr.edu.pl; acieslik@uj.edu.pl. **Wydawca:** Uniwersytet Jagielloński, 31-007 Kraków, ul. Gołębia 24, Nakład 350 egz., ark. druk. 11,25. Numer został zamknięty i oddany do składu w czerwcu 2004 r. Podpisano do druku i druk ukończono w sierpniu 2003 r. **Skład:** „MarDruk”, Marcin Herzog, ul. Mazowiecka 25/203, 30-019 Kraków, tel./fax (+48-12) 294-55-75, (0) 602-130-104, e-mail: biuro@mardruk.pl, <http://www.mardruk.pl>. **Druk:** Drukarnia Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Czapskich 4, 31-110 Kraków, e-mail: drukarnia@adm.uj.edu.pl

Nr indeksu: 38364, PL ISSN 0555-0025

SPIS TREŚCI

Od redaktora	5
--------------------	---

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Ireneusz Bobrowski: Dyskursy medialne a wspólnota fatyczna	7
Walery Pisarek: Transformacje komunikacji społecznej w drugiej połowie XX wieku ...	18
Katharina Hadamik: Transformacje w mediach Europy Środkowo-wschodniej (1989–2004) .	32
Joanna GOLONKA: Kilka uwag o rzeczywistości w reklamie telewizyjnej	48
Anna Starzec: Nauka bliżej codzienności, czyli jak naukowcy piszą w gazetach	61

MEDIA NA ŚWIECIE

Agnieszka Szymañska: Przekaz mediów prestiżowych w sytuacji przełomu politycznego. (<i>Die Zeit i Rheinischer Merkur</i> IX'89 –II'90)	75
Dagmara Głuszek: Media w baszkijkiej wspólnocie autonomicznej	92

Z HISTORII MEDIÓW

Agnieszka J. Cieślakowa: Wielki skandal polityczny <i>Płomyka</i>	102
---	-----

MATERIAŁY

Agnieszka J. Kozak: Takl-show w polskiej telewizji. Dialog w toku	113
Monika Żmudka: Nagłówki prasowe lat dziewięćdziesiątych XX wieku	127

RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz: Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL. Między polityką a widzem (<i>Wojciech Kajtoch</i>) s. 135; Andrzej Kozieł: Za chwilę dalszy ciąg programu... Telewizja polska czterech dekad 1952–1989 (<i>Tomasz Mielczarek</i>) s. 137; Teresa Sasińska-Klas, Agnieszka Hess (red.): Media a integracja europejska (<i>Ignacy S. Fiuł</i>) s. 139; Beata Klimkiewicz: Mniejszości narodowe w sferze publicznej. Re- prezentacje, praktyki i regulacje medialne (<i>Wojciech Kajtoch</i>) s. 140; Barbara Kita: Mię- dzy przestrzeniami. O kulturze nowych mediów (<i>Ignacy S. Fiuł</i>) s. 142; Marian Filipiak: Homo communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania (<i>Joanna P. Bie- rówka</i>) s. 143; Andrzej Krajewski: Między współpracą a oporem. Twórcy kultury wo- bec systemu politycznego PRL (1975–1980) (<i>Igor Mostowicz</i>) s. 145; Edmund Moszyń-	
--	--

s k i: Ludzie i czasy „Czasu”. Z historii czołowej gazety i wybitnych konserwatystów Dru-
giej Rzeczypospolitej (*Maciej Wojtacki*) s. 147; Leszek S m o l a k: Prasa Policji Państwo-
wej 1918–1939 (*ajc*) s. 150; Jarosław K ł a c z k o w: Czasopiśmiennictwo protestanckie
w Polsce w latach 1918–1939 (*Grażyna Gzella*) s. 151; Bogusława D o b e k -
O s t r o w s k a (red.): Media masowe w systemach demokratycznych (*Ewa Bobrowska*)
s. 152; Antoni B e n e d i k t: Reklama jako proces komunikacji (*Joanna P. Bierówka*)
s. 155; Arkadiusz P o t o c k i, Renata W i n k l e r, Agnieszka Ż b i k o w s k a: Techniki ko-
munikacji w organizacjach gospodarczych; Leszek K i e ł t y k a (red.): Multimedia w biz-
nesie (*Ignacy S. Fiut*) s. 157; Günter B e n t e l e, Hand-Bernd B r o s i u s, Otfried J a r r e n
(red.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft
(*Stanisław Michalczyk*) s. 158; Media w procesie transformacji na przykładzie Włocławka
(*Grażyna Gzella*) s. 161.

KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA

Dorota Terakowska (1938–2004) (<i>Paweł Dubiel</i>)	163
Media krajów Grupy Wyszehradzkiej w nowej Europie. Konferencja prasoznawcza w Rzeszo- wie (20 października 2003 r.) (<i>Zofia Sokół</i>)	166
Mirosław Pisarkiewicz: Prasa lokalna Łęczycy	169
SUMMARIES	176

Od redaktora

Czymże jest *dyskurs*? Dla **Irenusza Bobrowskiego** jest „pośrednikiem pomiędzy systemem językowym a tekstem”. To dyskurs bowiem „podpowiada nam nie tylko to, jak mówić, ale przede wszystkim to, co mówić”. Zapewne podpowiada także to, kiedy co mówić, skoro w dyskursie każdego człowieka mieści się wiele *poddyskursów szczegółowych*. Tak rozumiany dyskurs razem z systemem językowym tworzy według Bobrowskiego *wspólnotę fatyczną*, która się zasadza na podobieństwie indywidualnych dyskursów. Jeżeli różnice między nimi są zbyt duże, a do tego uczestnicy dyskursu nie przestrzegają *maksymy zaufania* do wypowiedzi partnerów, wspólnocie grozi rozpad. Bezpośredni asumpt do tych sformułowań dał Bobrowskiemu autorzy książki „Zamiast procesu. Raport o mowie nienawiści”, lekceważąc maksymę zaufania, co zresztą jest jego zdaniem „jedną z głównych bolączek naszego społeczeństwa”.

W światowym dyskursie medioznawców od kilkunastu lat ważną rolę odgrywa wątek (*poddyskurs*?) *transformacji*, przez co się rozumie jakość, wielkość, zasięg, zakres, tempo i ilość zmian, które zaszły „ostatnio” w sferze komunikacji społecznej na świecie, a zwłaszcza w Europie. W tym dyskursie mieści się zarówno syntetyczny tekst **Walerego Pisarka** o zmianach w komunikacji medialnej w ostatnim półwieczu, jak i teoretyczno-metodologiczny artykuł **Kathariny Hadamik** o kryteriach oceny transformacji w mediach środkowo-wschodnio-europejskich w ostatnim piętnastoleciu. „Jeżeli na początku lat 90. w badaniach transformacji – pisze Hadamik – można było tylko spekulować nad przyszłym rozwojem i losem krajów postkomunistycznych, tak dzisiaj piętnastoletnie doświadczenia umożliwiają retrospektywne spojrzenie na transformację i na jej empiryczną analizę”.

Po lekturze obu tych tekstów można zaryzykować hipotezę, że z czterech głównych czynników – politycznego, ekonomicznego, technologicznego i kulturalnego – zmian w komunikacji publicznej (mniejsza z tym, czy ewolucyjnych, czy rewolucyjnych) wysuwa się na pierwszy plan w dłuższej perspektywie rola technologii, w perspektywie krótszej – znaczenie polityki, gospodarki i ich legislacyjnych narzędzi.

Media po transformacji zabiegają o odbiorców. Różnymi środkami stylistycznymi zabiegają o nich także uczeni jako autorzy tekstów popularnonaukowych w gazetach i czasopismach. Przemawiają za tym wyniki dokonanej przez **Annę Starzec** analizy wypowiedzi naukowców na łamach *Polityki* w ostatnich trzech latach.

O odbiorców zabiegają tym bardziej nadawcy wypowiedzi reklamowych w telewizji, nasycając je m.in. elementami zabawy i emocjami oraz odwołując się do mitów i stereotypów społecznych. Z porównania spotów reklamowych w telewizji polskiej i niemieckiej nadanych 23 XII 2003 wynika – zdaniem **Joanny Golonki** –

że przynajmniej w tym dniu w spotach niemieckich więcej niż w polskich było informacji, mniej zabawy i emocji, a przede wszystkim znacznie rzadziej odwoływano się do Bożego Narodzenia.

Wyrazisty obraz ideologicznych uwarunkowań kontrowersji w ramach zachodnioniemieckiego „dyskursu zjednoczeniowego” w tygodnikach *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur*, reprezentujących dwie różne opcje polityczne, daje **Agnieszka Szymańska**. Wprawdzie „wskutek polaryzacji poglądów” w tym dyskursie nie doszło do (jeśliby użyć terminologii z wstępnego artykułu Ireneusza Bobrowskiego) „całkowitego rozpadu wspólnoty fatycznej” Niemców, ale jednak „przywiązanie (żeby z kolei zacytować autorkę artykułu) zachodnioniemieckich elit opinio-twórczych do własnego sposobu myślenia [...] stało się przyczyną *tożsamościowego* niepowodzenia niemieckiej rewolucji 1989/1990 [...]”.

Natomiast o całkowitym rozpadzie wspólnoty fatycznej na wrogie sobie podgrupy można mówić w odniesieniu do dyskursu publicznego w Kraju Basków, czyli w Euskadi. W tym dyskursie argumentami oprócz słów są kule i kraty więzienne. Uczestniczące w nim baskijskie i hiszpańskie media przedstawia **Dagmara Głuszek**. „Na swoistość mediów baskijskich – pisze – wpływa sytuacja polityczna kraju. [...] Powinny tworzyć platformę porozumienia między Hiszpanami a Baskami [...]. Nie zawsze jednak to się udaje. Obiektywizm dziennikarski często jest zagrożony. [...] Dziennikarze wielokrotnie balansują nad przepaścią. Z jednej strony obiektywizm może ich wtrącić do hiszpańskiego więzienia, z drugiej mogą otrzymać wyrok śmierci z rozkazu ETA”.

Szczególnymi składnikami współczesnych dyskursów medialnych w różnych krajach są widowiskowe wywiady telewizyjne, zwane z amerykańską talk-show. W artykule **Agnieszki J. Kozak** znajdzie czytelnik oprócz propozycji ich klasyfikacji inspirujące do empirycznych badań hipotezy o ich roli w kształtowaniu świadomości i podświadomości odbiorców.

Bywa, że do dyskursu medialnego wtrąca się cenzura albo sąd. Takim wypadkiem – znanym jako „sprawa sowieckiego numeru *Płomyka* z r. 1936” – zajęła się **Agnieszka J. Cieślukowa**, zapoznawszy się m.in. z dokumentami znajdującymi się w kijowskim Archiwum Muzeum Literatury i Sztuki. „*Płomyk* – kończy autorka swój artykuł – po zaburzeniach w wydawaniu, związanych z okresem strajku nauczycielskiego i zmianami redakcji, okrzepł znowu i do wybuchu wojny osiągał wysokie nakłady. Wznowiony po wojnie, dotrwał 75-lecia istnienia w 1992 r.” I zgasł.

W dyskursie medialnym za pośrednictwem gazet i czasopism ważną rolę odgrywają nagłówki (tytuły) poszczególnych wypowiedzi prasowych. Zdaniem **Moniki Żmudki** mają one przyciągnąć potencjalnego czytelnika, zaintrygować go i przygotować do lektury samej wypowiedzi, a wreszcie pomóc w zapamiętaniu jej treści. Czasem im się to zapewne udaje.

Wprawdzie ten mój list do publiczności *Zeszytów* nie jest nagłówkiem, ale byłbym rad, gdyby skutecznie odegrał jego rolę wobec zawartych w nich tekstów.

wp

IRENEUSZ BOBROWSKI

DYSKURSY MEDIALNE A WSPÓLNOTA FATYCZNA

Od pewnego czasu nosiłem się z zamiarem włączenia się do dyskusji na temat pragmatyngwistycznych podstaw medioznawstwa, ale moje próby wyłożenia podstawowych relacji pomiędzy pragmatyką językową a teorią komunikacji po bliższym oglądzie i po konfrontacji z literaturą wydawały mi się wtórne. Po wnikliwej jednak analizie książki Sergiusza Kowalskiego i Magdaleny Tulli¹ uznałem, że moje dotychczasowe ogólne przemyślenia warto poddać pod osąd medioznawców. Artykuł ten nawiązuje bezpośrednio do przywołanej książki, nie jest wszakże ani jej recenzją, ani polemiką z zawartymi w niej tezami. Książka ta stanowi jedynie punkt wyjścia do rozważań na temat zasad rządzących dyskursem medialnym. Krytyczne uwagi, które zawarte są w tym tekście, dotyczą jej rzeczywistego i potencjalnego odbioru, wynikają zatem mniej z jej treści immanentych, bardziej zaś z jej ewentualnej intertekstualności. Potencjalnie bowiem książka ta może wchodzić w rozmaite relacje z innymi tekstami.

Fakt jednak, że relacji tych nie odtwarzam z debaty publicznej, ale jedynie spekuluję, jaki taka debata może przybrać kształt, nie nakazują, w moim przekonaniu, patrzeć na przedstawiany tekst jako na utwór futurologiczny. Próbuję bowiem szukać w analizowanej książce pewnych wykładników jej intertekstualności. Patrząc z tej perspektywy, staram się wykazać, iż nie stosuje się ona do jednej z zasad debaty medialnej. Zanim jednak przejdę do omawiania tej zasady, zarysuję podstawowe kategorie pojęciowe, do których będę się odwoływał w dalszych partiach tekstu. Jest to niezbędne choćby z tego względu, iż samo tytułowe pojęcie dyskurs jest różnie rozumiane w literaturze. Zastrzec się przy tym muszę, iż wyeksplikowanie wszystkich odcieni znaczeniowych słowa dyskurs przekracza możliwości jednego obserwatora, choćby nawet śledził on i nieustannie analizował przeróżne konteksty zawierające to słowo. Można wprawdzie zakreślić pewne kontury, by nie powiedzieć modnie – profile tego pojęcia. Ponieważ zadania tego podjął się niedawno Kinga Tutak², w artykule tym przedsta-

¹ S. Kowalski, M. Tulli: *Zamiast procesu. Raport o mowie nienawiści*, Warszawa 2003.

² Por. K. Tutak: *Leksykalne nieczasownikowe wykładniki modalności epistemicznej w autobiografiach*, Kraków 2003, s. 37–43.

wię swoje własne jego rozumienie, które jest nieco odmienne od wszystkich profili przez nią omawianych³.

Samo słowo dyskurs nie pojawiało się nigdy w moich pracach językoznawczych, bo nie musiało. W pracach tych bowiem zajmowałem się albo syntaktyką językoznawczą, albo teorią i metodologią syntaktyki. Przejście wszak do zagadnień pragmatycznych wymaga ode mnie przebudowania dotychczasowej siatki pojęć. Podstawowymi pojęciami w tej nowej siatce są obok pojęć dotychczas tam istniejących takie byty jak wspólnota fatyczna⁴, semioza⁵, kompetencja komunikacyjna⁶, schemat sytuacji komunikacyjnej⁷, intertekstualność⁸ i właśnie dyskurs⁹.

Jeszcze do niedawna językoznawcy wystarczało odróżnienie abstrakcyjnego systemu językowego od konkretnego, momentalnego tekstu. Systemem zajmowała syntaktyka i semantyka, tekstem stylistyka, która pojmowała styl jako jakość strukturalną tekstu wynikłą z wyboru jednostek z abstrakcyjnego systemu. Pragmatyka była wtedy bytem jedynie nominalnym, by znowu nie rzec modnie – niejawnym.

Z chwilą pojawienia się pierwszych prac z zakresu pragmatyki stało się jasne, że musi istnieć jakiś „pośrednik” pomiędzy syntaktyką i semantyką języka a tekstem. Dla niektórych badaczy rolę pośrednika z powodzeniem może spełniać retoryka – jej konkretne reguły zastosowane w danym momencie powodują, że tekst uzyskuje taką a nie inną jakość strukturalną. Stąd zapewne wynika dzisiejszy renesans tej dyscypliny.

Inni wszakże badacze używania języka chcą, by rolę pośrednika pomiędzy systemem językowym a tekstem grał dyskurs. Błędny byłby jednak wniosek, że pojęcia retoryka i dyskurs są synonimiczne. Znow postępując modnie, pozwolę sobie przywołać (spożytkowaną już przez siebie wcze-

³ Najbliższe mojej propozycji jest ujęcie zaprezentowane przez Russella S. Tomlina, Lindę Forest, Ming Ming Pu i Myung Hee Kim w rozdziale zatytułowanym *Semantyka dyskursu* [w:] *Dyskurs jako struktura i proces*, pod red. T. Van Dijka, Warszawa 2001, s. 45–101; szczególnie ważne z mojego punktu widzenia są rozważania zawarte w podrozdziale zatytułowanym *Scalanie wiedzy w dyskursie* (s. 51–68).

⁴ Głębię pojęcia wspólnoty fatycznej, która jest fundamentem teorii Bronisława Malinowskiego, ukazuje Krystyna P i s a r k o w a: *Językoznawstwo Bronisława Malinowskiego*, T. I, Kraków 2000, s. 7–13.

⁵ Termin semioza pochodzi od Charlesa S. Peirce'a. Może być ona ujmowana jako proces nieskończonego generowania w społeczeństwie interpretacji znaków i ich przechodzenia z jednego systemu semiotycznego do innych systemów semiotycznych, w których znaki nabierają nowego znaczenia. Pisze o tym m.in. Hanna B u c z y Ń s k a - G a r e w i c z: *Semiotyka Peirce'a*, Warszawa 1994, s. 46 i n.

⁶ Na temat kompetencji komunikacyjnej i stosunku tego pojęcia do wcześniejszego pojęcia kompetencji językowej pisze S. G r a b i a s: *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 1997, s. 33 i n.

⁷ Nowsze modele i schematy komunikacji analizuje M. K i t a: *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*, Katowice 1998, s. 11–35.

⁸ Przez intertekstualność można rozumieć relacje tekstu z innymi tekstami (zarówno powstałymi przed nim, ale też po nim). Tekst we wspólnocie fatycznej nabiera nowego znaczenia, jeżeli jego interpretatorem staje się nowy tekst. Wiele obserwacji na temat nowego odczytywania tekstów znaleźć można w książce Michała G ł o w i Ń s k i e g o: *Intertekstualność, groteska, parabola: szkice ogólne i interpretacje*, Kraków 2000.

⁹ Z ważniejszych prac na temat dyskursu warto wymienić oprócz książek cytowanych wyżej również następujące opracowania: A. D u s z a k: *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa 1998, M. K a w k a: *Dyskurs szkolny, Zagadnienia języka*, Kraków 1999, L. M. N i j a k o w s k i: *Dyskursy o Śląsku. Kształtowanie śląskiej tożsamości regionalnej i narodowej w dyskursie publicznym*, Warszawa 2002.

śniej¹⁰) metaforę budowlaną. Otóż system językowy można porównać do składu materiałów budowlanych, tekst zaś do budowli wykonanej z części materiałów tam zakupionych. Retoryka pełniłaby podobną funkcję jak podręcznik budownictwa, informowałaby, jakich materiałów należy użyć do projektowanej budowli, a wcześniej pomogłaby też w jej zaprojektowaniu.

Zdaję sobie sprawę, że dla znawców retoryki analogia budowlana bardzo upraszcza jej faktyczny obraz. Gdybym jednak zechciał zastosować tę analogię do przybliżenia znaczenia pojęcia dyskurs, naraziłbym się na jeszcze bardziej dosadne zarzuty. Wynikałyby one przede wszystkim z faktu, iż pojęcie to jest wieloznaczne, a odległość pomiędzy poszczególnymi znaczeniami jest dość spora. Drugiej przyczyny można by się doszukiwać w samej istocie obu pojęć, o ile bowiem retoryka składa się ze skodyfikowanych norm tworzenia tekstów opracowanych stylistycznie, o tyle dyskurs jest przez wielu badaczy uważany za twór intuicyjny, ale przy tym konieczny do tego, aby został utworzony jakikolwiek tekst; więcej – niezbędny jest również podczas odbioru każdego tekstu.

Aby w pełni uświadomić sobie tę różnicę, powinniśmy wrócić do istoty systemu językowego. Powiedzieliśmy wcześniej, że system językowy to byt abstrakcyjny. Ale przecież użytkownikiem tego abstrakcyjnego systemu jest każdy, kto potrafi tworzyć i rozumieć teksty należące do danego języka. Dodać też trzeba, że wielu ludzi mówiących np. po polsku nie posiada eksplicytnej (wyraźnej) wiedzy na temat polskiego systemu, ich wiedza jest jedynie implicytna (jasna). Dyskurs jest też tego typu wiedzą, każdy człowiek tworzący i odbierający teksty dysponuje implicytną wiedzą, jakie elementy z systemu należy wybrać, by dany tekst utworzyć i jak napotkany tekst interpretować, wiedzy tej nie musi sobie uświadamiać. Powiemy zatem, że po to, by tworzyć i odbierać teksty, należy przynajmniej w sposób implicytny znać system językowy i też w sposób implicytny znać dyskurs, który podpowiada, jakie elementy z systemu należy w danej sytuacji komunikacyjnej wybrać, by zbudować tekst do tej sytuacji pasujący.

Zadaniem syntaktyki i semantyki językoznawczej jest zbudowanie eksplicytnej wiedzy o systemie językowym, zadaniem zaś pragmatyki językoznawczej jest zbudowanie eksplicytnej wiedzy o dyskursie. Zakłada się równocześnie, że ta skodyfikowana wiedza o dyskursie powinna być wiedzą o wiele bardziej rozległą niż wiedza, której dostarcza nam retoryka. Dyskurs podpowiada nam bowiem nie tylko to, jak mówić, ale przede wszystkim to, co mówić. Innymi słowy, żeby pewien sąd logiczny przedostał się do tekstu, musi on zostać zaakceptowany przez dyskurs. Z punktu widzenia odbiorcy dyskurs wartościuje napotykanne teksty zarówno formalnie, jak i znaczeniowo. Niektóre teksty uznaje on za wytwory dyskursu bliskiego lub identycznego, niektóre natomiast za wytwory dyskursu odmiennego, a czasem obcego.

¹⁰ Por. I. Bobrowski: Gramatyka a pragmatyka, [w:] Anabasis. Prace ofiarowane Profesor Krystynie Pisarkowej, pod red. I. Bobrowskiego, Kraków 2003, s. 33–40.

Niezależnie od tego, jakiego rodzaju wiedza powinna wchodzić w skład dyskursu, dyskutuje się również, jaką strukturę wewnętrzną powinien dyskurs posiadać. Rozważania te będą zawsze miały charakter spekulatywny, bo przecież abstrakcyjny dyskurs nie jest dostępny obserwacji. Skoro jednak człowiek w różnych sytuacjach komunikacyjnych tworzy i odbiera różnego rodzaju teksty, podejrzewać można, że struktura wewnętrzna dyskursu powinna być dość skomplikowana.

Dyskurs, w który wyposażony jest konkretny człowiek, powinien więc być tworem hierarchicznym, składać się z mechanizmu zarządzającego poddyskursami szczegółowymi (nazywanymi najczęściej również dyskursami), z poddyskursów szczegółowych, ale też z bytu, który bądź to przyłącza nowe poddyskursy, bądź aktualizuje już istniejące. W dyskursie powinny mieścić się też informacje o innych poddyskursach, które w danej wspólnocie się spotyka, ale które są temu akurat przedstawicielowi wspólnoty obce.

Jeśli przyjrzymy się większej grupie osób, zauważymy z pewnością, że ich dyskursy indywidualne różnią się między sobą, przy czym różnice mogą czasem być nieznaczne, czasem jednak są one dość spore. Różnice mogą polegać na tym, że w jednym indywidualnym dyskursie jest więcej poddyskursów szczegółowych niż w innym. Może też być tak, że w dyskursie A o pewnych poddyskursach szczegółowych są zamieszczone jedynie informacje, ale system zarządzający dyskursem z poddyskursów tych nie pozwala korzystać w czasie tworzenia tekstów. Odwrotnie może być w drugim porównywanym dyskursie, tj. dyskursie B: poddyskursy, o których mowa w poprzednim zdaniu, są w dyskursie tym poddyskursami czynnymi, natomiast pewne poddyskursy, które są czynne w dyskursie A, w dyskursie B pozostają bierne. Aczkolwiek niezmiernie rzadko się zdarzają dyskursy komplementarne, tzn. nieczęsta jest sytuacja, kiedy wszystkie poddyskursy czynne w A są w dyskursie B bierne, a wszystkie czynne w B są bierne w A. Najczęściej istnieje jakiś poddyskurs wspólny; osoby A i B mogą np. bardzo sprawnie prowadzić dialog o pogodzie czy o sporcie.

Dyskurs wraz z systemem językowym współtworzą kompetencję komunikacyjną człowieka, ludzie zaś posiadający podobną kompetencję komunikacyjną stanowią wspólnotę fatyczną. Trwałość wspólnoty fatycznej zależy oczywiście od tego, jakie są relacje pomiędzy dyskursami poszczególnych jej przedstawicieli. Jeżeli wszystkie dyskursy danej grupy ludzi byłyby komplementarne, wówczas grupa ta szybko by się rozpadła, jeśli natomiast komplementarnych dyskursów jest stosunkowo niewiele, grupa jest trwałą wspólnotą fatyczną. Można zatem powiedzieć, że to właśnie podobieństwo dyskursów cementuje wspólnotę fatyczną.

Gdyby więc teraz przyszło wskazać na pewne analogie, to niejedyn czytelnik bez trudu uznałby, że mechanizm zarządzający poddyskursami przypomina komputerowy system operacyjny, w ramach którego działają poszczególne programy, a zatem poddyskursy. Komputery mogą być połączone w sieć, która jest bytem analogicznym do wspólnoty fatycznej.

Po tym skrótowym omówieniu kilku elementów swojej nowej siatki pojęciowej¹¹ rozważyć powinienem, jak badacz pragmatyki może rekonstruować dyskurs. Ma on oczywiście do dyspozycji powyżej zarysowaną (lub do niej zbliżoną) siatkę pojęć, którą można traktować jako podstawowe narzędzie badawcze i swoją własną kompetencję komunikacyjną. Takie wszażke wyposażenie nie może mu wystarczyć już choćby z tego powodu, iż jego dyskurs (w przeciwieństwie do systemu językowego) różni się znacznie od dyskursów innych członków analizowanej wspólnoty fatycznej. Podstawą rekonstrukcji muszą więc być teksty. Na podstawie ich rozbioru syntaktycznego i semantycznego badacz dochodzi do wiedzy wyraźnej o poddyskursach, których są one owocem. Poddyskursy te nazywa przy tym często dyskursami, dodając jednocześnie mniej lub bardziej charakteryzujące je przydawki. Mówi się przeto o dyskursie patriotycznym, naukowym, językoznawczym, czy tak jak w tytule tego artykułu o dyskursie medialnym.

O wiele łatwiej jest dojść do wiedzy wyraźnej o dyskursie, który mechanizm zarządzający uznaje za własny, tu bowiem można skonfrontować rozbiór tekstów z własną kompetencją komunikacyjną. Trudniej natomiast sformułować zbiór sądów eksplicytnych na temat dyskursu, o którym własna kompetencja komunikacyjna badacza jedynie pobieżnie informuje. Śledząc współczesne dyskursy językoznawcze odmienne od tego, którym sam dysponuję, próbowałem w innym miejscu podać najogólniejszą zasadę ich rekonstruowania. Zasada ta brzmi:

Jeśli już odczytałem i przeformułowałem na swój użytek czyjś pogląd i czuję, że z poglądem tym chcę polemizować, a z ogromną łatwością przychodzą mi do głowy zarzuty i argumenty przeciw temu pogładowi, powinienem raz jeszcze dokładnie sprawdzić, czy istotnie pogląd, który właśnie przeformułowałem, jest identyczny z poglądem tego badacza, któremu pogląd ten chcę przypisać¹².

Nawiązując do maksym konwersacyjnych H. P. Grice'a¹³, nazywam tę zasadę maksymą zaufania.

Niestety, maksymy tej nie stosuje się często, maksyma ta obca jest też autorom książki, o której wspomniałem na początku artykułu. Dodam od razu, że wypowiadając powyższe zdanie, a także zdania, które nastąpią w dalszej części tego tekstu, starałem się stosować się do swojej maksymy zaufania. Maksyma zaufania nie może jednak być blokadą merytorycznej dyskusji.

Sergiusz Kowalski i Magdalena Tulli rekonstruują medialny dyskurs, który jest odległy od ich własnych dyskursów, nazywając go mową nienawiści. Aczkolwiek nie jest on też własnym dyskursem autora tego artykułu,

¹¹ Szersze omówienie kwestii tu przedstawionych znajdzie czytelnik w moim artykule, który ukaże się w XXIV tomie *Poloników*.

¹² Por. I. B o b r o w s k i: Czy dyskusja pomiędzy różnymi paradygmatami lingwistycznymi jest możliwa i potrzebna? [w:] *Język w przestrzeni społecznej*, pod red. S. Gajdy, K. Rymuta i U. Żydek-Bednarczuk, Opole 2002, s. 400–8.

¹³ Por. H. P. G r i c e: *Logika a konwersacja*, [w:] *Język w świetle nauki*, pod red. B. Stanosz, Warszawa 1980, s. 91–114.

takie jego określenie jest dla mnie pierwszorzędnym dowodem, iż w wytoczonym procesie autorzy książki nie są sędziami, ale oskarżycielami, którzy nie przestrzegają maksymy zaufania.

Książka składa się przede wszystkim z cytatów wybranych w 2001 roku z pięciu pism: *Naszego Dziennika*, *Naszej Polski*, *Głosu*, *Najwyższego Czasu* i *Tygodnika Solidarność*. Obok raz obszernych, raz krótszych cytatów pojawiają się krótkie komentarze odautorskie. Liczący około 450 stron zbiór cytatów wraz komentarzami poprzedzony został stosunkowo krótkim wstępem (nieco ponad 18 stron). Po cytatach następuje dość lakoniczny opis (niespełna 70 stron) dyskursu zrekonstruowanego przez autorów z przedstawionych tekstów.

Pogląd na świat, który wylania się z cytatów, jest niekiedy żenujący, a najczęściej tendencyjny, jednostronny. Teksty dotyczą przede wszystkim relacji polsko-żydowskich, polsko-niemieckich, polsko-ukraińskich, polsko-litewskich, liberalizmu, feminizmu, masonerii, laicyzacji, stalinizmu, komunizmu, Unii Europejskiej, zagrożeń istnienia narodu polskiego, odwołują się do stereotypów, pisane są w dziwacznej stylistyce, autorzy prowadzą karkołomne niekiedy wywody. Gdyby założyć, że są to teksty jednego autora, można by jednocześnie uznać, że opis zamieszczony na s. 486–548, dobrze rekonstruuje jeden z jego poddyskursów. Do opisu tego nie przystaje jednak ani tytuł, ani niektóre cytaty włączone do książki – właśnie z tego względu, że teksty mają wielu autorów.

Zanim wszakże rozważymy tezę zawartą w ostatnim zdaniu poprzedniego akapitu, zatrzymajmy się przy zrekonstruowanym przez Kowalskiego i Tulli dyskursie. Jest to z pewnością jeden dyskursów medialnych funkcjonujących w naszej wspólnocie fatycznej. Zastanówmy się zatem nad modelową rolą dyskursów medialnych w ramach wspólnoty fatycznej.

Stan, w którym dyskursy indywidualne poszczególnych członków grupy są komplementarne, uznaliśmy wcześniej za stan krytyczny, za stan, w którym grupa się rozpada, nie ma ona żadnych szans, by stać się wspólnotą fatyczną. Ideałem wszakże wspólnoty fatycznej nie jest z pewnością taka wspólnota, w której poszczególne dyskursy indywidualne są identyczne lub bardzo podobne. Utopijność takiej wspólnoty fatycznej jest w dzisiejszych czasach, w których jednym z kluczowych słów jest pluralizm, tak oczywista, iż nie warto wdawać się w dyskusję na temat jednorodności dyskursów w ramach jednej wspólnoty fatycznej. Za optymalną uznać należy więc taką wspólnotę fatyczną, w ramach której funkcjonują dyskursy umożliwiające prowadzenie owocnej debaty publicznej. Dyskursy medialne powinny sprzyjać jakości tej debaty. Żeby tak było, muszą one być ze sobą współmierne, by znów nie użyć modnego słowa – kompatybilne. Przyczyniać się więc powinny do tego, by debata publiczna stawała się coraz bardziej racjonalna i przejrzysta. Mówiąc jeszcze dosadniej, dyskursy medialne powinny akcentować to, co wspólne, a nie to, co krańcowo odmienne. Można wtedy o tych dyskursach powiedzieć, iż racjonalizując debatę publiczną, stają się czynnikiem spajającym całą wspólnotę.

Dyskurs zrekonstruowany przez autorów książki powoduje polaryzację wspólnoty¹⁴, a nadto jest racją istnienia dla zachowań niegodnych. Wprawdzie dyskurs ten spaja jedną z podwspólnot, obcość wszakże tego dyskursu sprawia, że inne podwspólnoty odgradzają się od niej bardzo szczególnie. Ona sama zresztą równie ochoczo uczestniczy w budowie muru. Występujące w zebranych w książce określenia innych grup są tego procesu budowania muru bardzo dobrą ilustracją. Treści wszakże, na które pozwala dyskurs, powodują, że przynajmniej w jednym miejscu mur jest niższy – w tej mianowicie okolicy, gdzie stacjonuje nieliczna ale widoczna grupa, której członkowie publikują obrzydliwe dowcipy i wypisują na murach polskich miast haniebne hasła. Mur jest niższy, ale bez wątplenia on jest.

Dyskurs zrekonstruowany przez Kowalskiego i Tulli nie jest bowiem mową nienawiści. W większości słowników języka polskiego nienawiść jest definiowana jako uczucie wrogie, nienawidzący przy tym działa w sposób jawny na szkodę nienawidzonego, chcąc go zniszczyć nie tylko psychicznie, ale też biologicznie. Cytaty zebrane przez autorów treści nienawistnych w tym rozumieniu słowa *nienawiść* nienawiści nie głoszą. Zresztą słowo *nienawiść* nie pada w odautorskim omówieniu zasad analizowanego dyskursu, *nienawiść* też nie została wyeksplikowana w równoległych komentarzach do tekstu. Nadto – jak sami autorzy książki zauważają, pomawiane są raczej pewne wyobrażenia niż realni ludzie. Czy można nienawidzić abstrakcji tak silnie, by chcieć ją unicestwić biologicznie?

Jedyną motywacją użycia w tytule określenia mowa nienawiści jest enigmatyczne odwołanie się do angielskiego terminu *hate speech* (s.19). Przeglądając jednak angielskie słowniki, zauważyłem, że w definicjach angielskiego odpowiednika polskiego słowa *nienawiść* często nie dopisują autorzy chęci unicestwienia nienawidzonych przez nienawidzących. Być może zatem polskie słowo jest bardziej nacechowane emocjonalnie niż słowo angielskie. Jeśli tak jest, byłby to kolejny argument, że określenie mowa nienawiści jest nieadekwatnym nazwaniem zrekonstruowanego przez autorów książki dyskursu.

Do samego sposobu przedstawienia dyskursu też mam jedno poważne zastrzeżenie. I nie chodzi mi przy tym tylko o trafność poszczególnych parafraz i eksplikacji pojawiających się obok tekstów egzemplifikujących zrekonstruowany dyskurs. Wspomniałem wyżej, że opis dyskursu byłby adekwatny pod warunkiem, że teksty zamieszczone w książce pochodziłyby od jednego autora. Teksty wszakże są autorstwa różnych osób (autorzy podają dane liczbowe dotyczące autorów na s. 482, jak rozumiem, rekordzista napisał 21 tekstów, tj. 3,3% z ogólnej ich liczby, która wynosi 630 tekstów), ponadto zostały zgrupowane w jednym miejscu. Zastanówmy się zatem, jakie taki zabieg rodzi konsekwencje. Nie chodzi przy tym o to, że w książce – jak przyznają sami autorzy – jest wiele repetycji (s. 11), zabieg taki przynosi dużo poważniejsze skutki.

¹⁴ Przekonująco pisze o tym E. Bobrowska: Kategoria wspólnoty w definicjach sytuacji formułowanych na łamach *Naszego Dziennika*, *Zeszyty Prasoznawcze* 2003, nr 1–2, s. 45–57.

Najmłodniejszy obecnie kierunek językoznawczy zwany kognitywizmem lub językoznawstwem kognitywnym, którego zresztą nie jestem orędownikiem, dowodzi przekonująco jednej przynajmniej tezy. Tej mianowicie, iż kategorie w większości nie są jednorodne. Do kategorii *ptaki* należą zarówno wróble czy wrony, jak i pingwiny czy strusie. Wróbel i wrona mieści się w centrum kategorii *ptaki*, pingwin i struś są w jej peryferiach. Zdarza się nawet tak, że do jakiejś kategorii liczącej sto jednostek należy zarówno jednostka *a*, jak i jednostka *z*. Trudno byłoby wszakże znaleźć choć jedną cechę wspólną dla tych jednostek. Najczęściej sytuację tę egzemplifikują kognitywiści kategorią *gry*, powołując się na Wittgensteina, który szukał bezskutecznie wspólnych cech tenisa i pasjansa. W tym wypadku jednostki kategorii *gry* wiąże ze sobą łańcuch podobieństwa rodzinnego. Dziecko wnuka wcale nie musi być podobne do pradziadka, ale może być podobne do swojego ojca, ten z kolei może być podobny do swojego ojca, a ten z do swojego. W taki sposób powstaje łańcuch podobieństwa rodzinnego łączący niepodobnych do siebie pradziadka i prawnuczka. Tego typu łańcuch powiązań da się skonstruować dla jednostek tworzących kategorię *gry*.

Kognitywiści zwracają przy tym uwagę, że obraz kategorii powiązanej łańcuchem pokrewieństwa rodzinnego będzie fałszywy, jeśli poda się jedynie zbiór wszystkich cech łączących poszczególne jednostki. Tak samo zresztą otrzymamy fałszywy obraz kategorii, jeśli wymienimy wszystkie cechy jednostki będącej w centrum kategorii. W tym wszakże wypadku możemy się posłużyć iloczynem cech. W wypadku podobieństwa rodzinnego iloczyn cech jest wszak zerowy. Pozostaje zatem skonstruowanie łańcucha powiązań.

Autorzy książki łańcucha takiego nie konstruują. Wymieniają na końcu wszystkie cechy dyskursu, jakie wyczytali z tekstów. Gdyby były one tworem jednego autora, taka procedura byłaby uprawniona. Jak już jednak powiedziałem, tu autorów jest wielu, a pomiędzy tekstami dopatrywać się można jedynie podobieństwa rodzinnego. Cóż jest choćby wspólnego w tekście o Irene Lipowicz i Antonim Macierewiczu (s. 384) i w tekście o sektach (s. 297). Takich par jest bardzo dużo. Być może udałoby się skonstruować łańcuch, który je wiąże, autorzy jednak tego nie czynią. Łańcuch taki nie jest w ich opracowaniu nawet tworem niejawnym; tworem, którego konieczność byłaby przynajmniej wypowiedziana.

Przynależność do analizowanego dyskursu tylko dlatego, że przynajmniej jedna cecha wyliczona przez autorów została w tekście zdeszyfrowana, pozwala obok tekstów nieodpowiedzialnych zamieścić teksty przejmujące – jak choćby tekst Tomasza Strzembosza, do którego komentarz autorów książki budzi moje zdziwienie. Także niezasłużenie znalazł się w książce wywiad kardynała Józefa Glempa udzielony Katolickiej Agencji Informacyjnej, a przedrukowany w *Naszej Polsce*. Jak sami autorzy zauważają¹⁵,

¹⁵ Trudno zgodzić się z rozumowaniem autorów na s. 23–4. Fakt, że właśnie toczyła się debata, będąca następstwem książki J. Grossa, bez wątpienia wpłynął na to, że częściej poruszano tematy stosunków polsko-żydowskich. Musiało to też wpłynąć na statystykę poruszanych tematów, którą zamieszczają autorzy na s. 484.

w roku 2001 toczyła się ogólnonarodowa debata wokół książki Jana Grosa, „Sąsiedzi”. Stąd też wywiad z kardynałem Glempem dotyczył spraw poruszanych w debacie. Taki zresztą charakter ma wspomniany wcześniej tekst Tomasza Strzembosza, o ile jednak tekst Strzembosza jest poruszający, to wywiad prymasa można uznać najwyżej za niezręczny, tak samo jak niezręczny, ale wypowiedziany z dobrą intencją (której autorzy nie zauważyli w komentarzu) jest tekst Bernarda Margueritte’a, zamieszczony pierwotnie w *Tygodniku Solidarność*, a przedrukowany w książce na s. 467. Włączone one wszakże zostały do tekstów egzemplifikujących mowę nienawiści na takich samych prawach, jak np. tekst wydrukowany na s. 387–9.

Niefrasobliwość takiego działania można wykazać w sposób bardzo dosadny. Przeanalizujmy komentarz autorów do wspomnianego przed chwilą cytatu B. Margueritte’a ze s. 468:

winy Żydów zrównane z winami hitlerowców; sugestia: Żydzi, szukając odwetu za holokaust, mszczą się okrutnie na niewinnych Palestyńczykach.

Interesuje nas ciąg *mszczą się okrutnie na niewinnych Palestyńczykach*. Nie są to słowa B. Margueritte’a, jego zdanie, do którego powyższy cytat ma być parafrazą, brzmi:

Dlaczego nie zastanawiać się nad powodami psychologicznymi zastosowania dziś wobec narodu palestyńskiego podobnych szykan, jakich się doznało ongiś z rąk hitlerowców.

Nie chodzi przy tym o to, czy parafraza rzeczywiście oddaje sens cytatu, chodzi o użycie dwóch słów, których nie użył B. Margueritte, tj. słowa *okrutnie* i słowa *niewinnych*. Autorzy zatem nie musieli ich użyć w parafrazie – nie musieli i nie powinni. Jest w nich bowiem zarówno taka sama ironia, jak ta, którą piętnują w zebranych tekstach, jest w nich również przypisanie winy nie bojówkom terrorystycznym, ale stereotypowym Palestyńczykom. Nieprzestrzeżenie zatem zasady zaufania przypowieść mogłoby ten skutek, że tekst autorów również znalazłby się w dokumentacji „mowy nienawiści”, jej zaś zastosowanie powyższy cytat umożliwiłoby uznać jedynie za niezręczność.

Brak uchwycenia podobieństwa rodzinnego, brak choćby dwustronicowej analizy tekstów z punktu widzenia ich różnorodności powoduje, że wszystkie cytaty mają tę samą rangę. Fakt ten nabierze nowego znaczenia, jeśli zastanowimy się nad tym, co modnie określa się dziś mianem intertekstualności.

Tekst bowiem wchodzi w relacje z innymi tekstami – zarówno z tekstami powstałymi wcześniej, jak i tekstami powstałymi później. Teksty powstałe wcześniej mogą być po ukazaniu się nowego tekstu interpretowane odmienne. Nowy tekst spełniać więc może funkcję interpretatora tekstów już istniejących. Ale też nowy tekst może w przyszłości sam znaleźć swojego interpretatora lub grupę interpretatorów. Czasem wręcz teksty stają się znakami w ramach nowego systemu odniesień. Mówimy wtedy, że uległy one procesowi semiozy. Stały się znakami w innym systemie znakowymi niż ten, w którym powstały.

Możliwa jest oczywiście sytuacja, w której tak naprawdę nic godnego uwagi się nie wydarzy, tzn. tekst albo nie zostanie zauważony w innych tekstach, albo uwaga jemu poświęcona nie będzie na tyle duża, by uzyskać on nowe znaczenie. Tworząc wszakże jakikolwiek tekst publiczny, autor musi mieć na uwadze jego przyszłe skutki społeczne wynikłe z relacji intertekstualnych i ewentualnej semiozy. Dotyczy to zwłaszcza tekstów medialnych, albo takich tekstów, które mogą stać się tekstami interpretowanymi w tekstach medialnych. Dotyczy to więc książki S. Kowalskiego i M. Tulli, ponieważ nie jest to praca ściśle medioznawcza. Są w niej takie elementy, które w obiektywnej analizie medioznawczej się z pewnością znajdują (nieco statystyki, próba definicji, opis metody). Więcej wszak w niej publicystyki i intuicji w czasie analizy tekstów niż obiektywizującej metody tekstologicznej. Nie zostały tam zarysowane procedury dochodzenia do parafraz i eksplikacji cudzych tekstów. Nie przeszkadza mi to, oczywiście, zgadzać się z większością intuicyjnych parafraz i eksplikacji, znajdują się wszakże także tacy jej czytelnicy, których intuicje nie potwierdzą intuicyjnych sądów autorów. Jest bowiem książka nawet w intencji jej autorów bardziej tekstem publicystycznym niż opracowaniem naukowym. Perswazja jest jednym z najbardziej eksponowanych we wstępie jej celów. „Nic nie przekonuje bardziej niż konkret” – piszą autorzy na s. 12.

Zastanówmy się zatem, jakie konsekwencje może przynieść fakt, iż tekst książki interpretuje na równi wszystkie zawarte w nim teksty, nazywając je przejawami mowy nienawiści. Przede wszystkim mur, o którym była mowa nieco wcześniej, nie ulegnie demontażowi, ale raczej zostanie wzmocniony. Przyczyną tej jego rozbudowy będzie z pewnością nieadekwatna nazwa, która dla osób utożsamiających się z przedstawionym w książce dyskursem wyda się jeszcze bardziej krzywdząca niż dla autora tego artykułu. Równie prawdopodobny jest jeszcze gorszy scenariusz. Podwspólnota za murem nie tylko się pod wpływem nowego zagrożenia bardziej jednoczy, ale też poszerza – dołączają do niej nowi wyznawcy; ci przede wszystkim, którzy poczuli się mocno dotknięci włączeniem do książki tekstów hierarchów kościelnych.

Tekst książki może też być interpretowany w odmiennej podwspólnocie (czy może raczej w podwspólnotach). W tej grupie książka stać się może głównym dowodem i ostatecznym argumentem przemawiającym nie tylko za tym, że mowa nienawiści jest zjawiskiem powszechnym, i że udział w tym dyskursie bierze hierarchia kościelna z prymasem na czele. Również i tu przewidywać można dominację poglądów głoszących, iż debata z osobami, które charakteryzuje taki właśnie pogląd na świat, iż pozwala on im na głoszenie treści nienawistnych, jest niemożliwa.

Nietrudno zauważyć, że polaryzacja poglądów może doprowadzić do spojenia się podgrup przy jednoczesnym osłabieniu wspólnoty fatycznej, a nawet przy jej rozpadzie. Warto przy tym zwrócić uwagę, iż przyczyna tego byłaby w zasadzie jedna – nadmierny ładunek perswazyjny tekstu

połączony z niestosowaniem się do maksymy zaufania w czasie krytycznego rozbioru innych tekstów¹⁶.

Artykuł ten można przy tym zakończyć ogólniejszą konkluzją. Wydaje się, że nieprzestrzeganie maksymy zaufania jest jedną z głównych bolączek naszego społeczeństwa. Przyczyn takiego stanu rzeczy jest wiele, nie miejsce tu jednak, by je choćby wymieniać. Ważne natomiast jest to, iż edukacja komunikacyjna powinna dostarczać argumentów za tym, że przestrzeganie maksymy zaufania więcej przynosi korzyści, niż doszukiwanie się w poglądach innych słabych punktów, generalizowanie tych słabości i dyskutowanie z tak skonstruowanym fantomem. Nie oznacza to, iż dyskusji merytorycznej prowadzić nie można. Uczestnicy takiej dyskusji powinni jednak mieć wyraźnie zarysowany jej cel. Warto też, by celem tym było wspieranie wspólnoty fatycznej.

Wniosek taki niektórzy z pewnością uznają za zbyt optymistyczny, apriorycznie zakładając, iż pomiędzy obydwoma zwaśnionymi i zupełnie inaczej myślącymi grupami żadna debata nie jest możliwa. Zakładać tak mogą zarówno postronni obserwatorzy, jak i członkowie obydwu grup. Chciałbym wszakże, by był to tylko jeden z przejawów mitu schematu pojęciowego, o którym pisze Karl Popper¹⁷. Jak się okazuje, funkcjonuje on także poza nauką. Wierzy przy tym Popper, iż przełamanie tego mitu jest możliwe – mitu, do którego powstania zresztą sam, w moim mniemaniu, się w olbrzymim stopniu przyczynił dużo wcześniej książką *Logika odkrycia naukowego*¹⁸. Obie strony powinny tego chcieć. Pierwszym krokiem mogłoby być wypróbowanie maksymy zaufania.

¹⁶ Potwierdzeniem tych obaw może być następujące zdanie: „Jest to kolejna napaść na Księdza Prymasa po oskarżeniu go o „mowę nienawiści” w paszkwilu S. Kowalskiego «Zamiast procesu»”, które zaczerpnąłem z artykułu A. Hojdy: *Aj waj! Brak reakcji*, *Nasz Dziennik* nr 28 (1827).

¹⁷ Por. K. R. Popper: *Mit schematu pojęciowego*. W obronie racjonalności nauki, Warszawa 1997, s. 41–75.

¹⁸ Warszawa 1977.

WALERY PISAREK

TRANSFORMACJE KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ W DRUGIEJ POŁOWIE XX WIEKU*

Słowem *transformacja* (lub w liczbie mnogiej: *transformacje*) przyjęło się w latach dziewięćdziesiątych określać wszelkie przemiany i zmiany zachodzące we wszystkich dziedzinach życia społecznego w Europie Środkowej i Wschodniej od roku 1989 (w Polsce) lub 1990 (w innych krajach tego regionu). Kariera tego słowa w szeroko rozumianej polskiej literaturze politologicznej odbija częstość jego użycia w literaturze anglojęzycznej. Na gruncie angielskim w tym znaczeniu używano określeń: *transformation* (dosłownie 'przekształcenie') i *transition* (dosłownie 'przejście'); pierwsze z nich ujmuje zmiany rzeczywistości społecznej jako wynik świadomego jej przekształcania, drugie traktuje te zmiany jako proces raczej ewolucyjnego dostosowywania się (przechodzenia) do zmieniającej się rzeczywistości. W polskiej literaturze wyraźnie dominuje traktowanie przemian lat 90. w kategoriach transformacji. Tu określenia „transformacja” używamy w znaczeniu szerszym, nie ograniczonym do ostatniej dekady XX w., bo w istocie wielka transformacja komunikacji medialnej w Polsce i na świecie nie zaczęła się w r. 1989.

Kształt i zmiany form i treści komunikowania się w każdej społeczności zależą od różnych czynników, spośród których za najważniejsze uważane są czynniki polityczne, ekonomiczne, technologiczne i kulturalne. Przyznanie którymkolwiek z nich roli nadrzędnej prowadzi w opisach komunikacji społecznej do ujęć określanych mianem odpowiednio determinizmu politycznego, determinizmu ekonomicznego (traktowanych zwykle łącznie jako determinizm polityczno-ekonomiczny), determinizmu technologicznego i determinizmu kulturalnego. Każde z tych czterech ujęć okazuje się na tyle użyteczne w analizie różnych konkretnych zjawisk i procesów, że trudno któremukolwiek z nich przyznać większą moc explicacyjną niż pozostałym. Tym samym w charakterystyce transformacji komunikacji społecznej w II połowie XX w. nie sposób pominąć żadnego z nich.

Pod względem **politycznym** dokonały się w publicznym komunikowa-

* Pierwsza wersja tego artykułu powstała jako tekst hasła do *Nowej encyklopedii wiedzy o książce*.

niu medialnym w latach 1950–2000 w świecie i w Polsce zasadnicze zmiany ilościowe i jakościowe. Wtedy to liczba ludności świata wzrosła z 2,5 mld do 6 mld, a Polski – z 25 mln do 38,7 mln. W tym półwieczu przeszło 80 krajów uzyskało niepodległość, dzięki czemu ponad 2 miliardy ludzi uwolniło się spod dominacji kolonialnej. W r. 1945 Kartę ONZ podpisało 50 krajów założycielskich, pod koniec XX w. liczba państw członkowskich ONZ sięgała dwustu. Powstanie każdego nowego państwa nie jest rzeczą obojętną dla przepływu informacji, bo się zwykle łączy z utworzeniem lub usamodzielnieniem się nowego krajowego systemu komunikacji medialnej (np. z powołaniem do życia agencji prasowej i organizacji radia i telewizji).

Mimo postępów demokracji i znacznego wzrostu światowej produkcji w II połowie XX wieku, nadal co najmniej połowa ludności Ziemi nie korzysta z praw politycznych i obywatelskich według standardów zachodnioeuropejskich, a co dziesiąty jej mieszkaniec głoduje (w Afryce liczba głodujących rosła do końca XX w.). Nadal bowiem utrzymywały się, a niekiedy nawet pogłębiały nierówności ekonomiczne między poszczególnymi krajami i poszczególnymi regionami w jednym kraju; wg Raportu ONZ o rozwoju społecznym za r. 1999 na kraje najbardziej rozwinięte gospodarczo, w których mieszkało w latach dziewięćdziesiątych 20% ludności globu, przypadało ok. 86% światowego produktu brutto, a na kraje pozostałe z 80% ludności globu, przypadało zaledwie 14%¹. W latach 1960–1997 wydatnie wzrosła różnica wielkości dochodu narodowego na 1 mieszkańca w 20 najbogatszych i 20 najbiedniejszych krajach świata (z 30:1 w r. 1960 do 74:1 w r. 1997, a więc dwuipółkrotnie).

Na przełomie lat 40. i 50. ukształtował się w następstwie II wojny światowej dwubiegunowy układ dwóch supermocarstw znajdujących się w stanie tzw. zimnej wojny: przez 40 lat utrzymywał się podział świata na tzw. wolny świat, któremu przewodziły USA, i obóz pokoju i socjalizmu ze Związkiem Radzieckim na czele, wspierany w sytuacjach konfliktowych przez tzw. Trzeci Świat, czyli „neutralne i niezaangażowane” kraje rozwijające się. Podział świata na dwa obozy sprawił, że (poza systemem Narodów Zjednoczonych) wiele międzynarodowych instytucji i organizacji miało w obu swoje odpowiedniki. Tak było w sferze wojskowej (np. NATO i Układ Warszawski) i ekonomicznej (np. EWG i RWPG), jak i w dziedzinie komunikacji i kultury: Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy z siedzibą w Brukseli zrzeszała związki dziennikarzy z krajów „wolnego świata”, Międzynarodowa Organizacja Dziennikarzy z siedzibą w Pradze – związki o orientacji proradzieckiej; OIRT, czyli Interwizja zrzeszała instytucje radia i telewizji z krajów należących do radzieckiej sfery wpływów, natomiast członkami EBU, czyli Eurowizji były zachodnioeuropejskie or-

¹ A oto inne dane ilustrujące lukę ekonomiczną między krajami „uprzemysłowionymi” a „rozwijającymi się” na koniec XX w.: produkt narodowy na głowę mieszkańca w tys. \$ USA: 18,2 i 1,1; analfabetyzm: 1,3 i 29,6; zużycie papieru gazetowego na 1 mieszkańca: 78,2 i 5,2; telefonów stacjonarnych na 1000 mieszk.: 424 i 45; telefonów komórkowych na 1000 mieszkańców: 92 i 6; radioodbiorników na 1000 mieszk.: 1005 i 185; komputerów na 1000 mieszk.: 156,3 i 6,5; hostów internetowych w tysiącach: 15818 i 435. Wg: World Communication and Information Report.

ganizacje radiowo-telewizyjne; budową satelitarnej sieci komunikacyjnej z ramienia krajów zachodnich zajmował się INTELSAT, natomiast budowę takiej sieci dla krajów z radzieckiej strefy wpływów koordynował Intersputnik (Polska z założoną w r. 1974 stacją łączności satelitarnej w Psarach pod Kielcami uczestniczyła w obu systemach); zachodnioeuropejskim międzynarodowym targom książki we Frankfurcie nad Menem odpowiadały międzynarodowe targi książki w Moskwie i Warszawie. W latach 90. bodaj wszystkie międzynarodowe instytucje związane lub kojarzone z ZSRR lub RWPG przestały istnieć albo utraciły dawny blokowy charakter.

Ta dwubiegunowa struktura polityczna świata, a zwłaszcza Europy, zaczęła okazywać pierwsze oznaki załamania w połowie lat 70. po przyjęciu Dokumentu końcowego KBWE, a zwłaszcza jego części dotyczącej kultury i komunikacji (tzw. trzeciego koszyka). Dziesięć lat później pozycja Związku Radzieckiego na arenie międzynarodowej wyraźnie słabnie. Przyczynia się do tego oprócz załamania gospodarczego m.in. zakończone klęską niefortunne zaangażowanie w wojnę domową w Afganistanie, katastrofa w Czarnobylu, próby oderwania się republik bałtyckich, a wreszcie niekomunistyczny rząd w Polsce i zjednoczenie Niemiec. Utworzona na miejscu ZSRR Wspólnota Państw Niepodległych i Rosyjska Federacyjna Republika nie są już w stanie prowadzić imperialnej polityki. Dwubiegunową (Wschód i Zachód) strukturę polityczną świata z lat 50. zastępuje dominacja globalna USA jako jedyne supermocarstwa; jego dominacja polityczna i ekonomiczna sprzyja dominacji jego punktu widzenia i jego systemu wartości w radiu, telewizji, filmie i książce, i w znacznym stopniu – także w prasie.

Polska – w następstwie układów jałtańskich – w latach 1950–1990 znajdowała się w strefie wpływów Związku Radzieckiego i pod wieloma względami odwzorowywała jego system polityczny. Jednakże w przeciwieństwie do monopartyjnego systemu radzieckiego, polityczny system PRL-u zachował pozory wielopartyjności w postaci tzw. stronnictw sojusznicych: Zjednoczonego Stronnictwa Ludowego i Stronnictwa Demokratycznego, całkowicie zależnych od PZPR, które jednak w krytycznym momencie w r. 1989 umożliwiły zgodne z komunistyczną konstytucją powstanie niekomunistycznego rządu T. Mazowieckiego i późniejszą przebudowę Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej w programowo antykomunistyczną Rzeczpospolitą Polską o pluralistycznym systemie komunikowania masowego.

Na przebudowę tę złożyły się motywowane politycznie m.in. takie kroki, jak zmiana prawa prasowego (zniesienie licencjonowania gazet i czasopism), zniesienie cenzury wszelkich publikacji, likwidacja partyjnego prasowego i książkowego koncernu wydawniczo-kolportażowego, uchwalenie ustawy o radiofonii i telewizji, utworzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, przekształcenie państwowego Komitetu ds. Radiofonii i Telewizji w spółki Polskiego Radia i Telewizji Polskiej, dopuszczenie prywatnego komercyjnego radia i telewizji, zmniejszenie zależności Polskiej Agencji

Prasowej od rządu, tolerancja dla wydawnictw reprezentujących rozmaite – także nieprzyjemne wobec władzy – orientacje polityczne.

Prawnopolitycznym warunkiem przebudowy sfery komunikacji społecznej w Polsce było odrzucenie zasady „kierowniczej roli partii” komunistycznej („partia kieruje, rząd rządzi”), na której opierała się jednolita polityka informacyjna wszystkich państwowych i społecznych instytucji medialnych jako „środków masowej informacji i propagandy”. Zachowanie tej jednolitości zapewniała polityka kadrowa (partia decydowała o obsadzie każdego ważniejszego stanowiska w mediach), partyjne uchwały, zalecenia i oceny poszczególnych mediów, centralne ustalanie zasięgu kolportażu i wielkości nakładów gazet i czasopism, a co za tym idzie przydział papieru, a wreszcie działalność kierowanych przez partię państwowych organów cenzury (ostatnio: Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk). Na zasadzie „kierowniczej roli partii” zasadzała się też w znacznym stopniu zależność Polski od ZSRR ze względu na szczególne stosunki łączące PZPR i KPZR (dla polityki informacyjnej w poszczególnych „krajach obozu socjalistycznego” istotne znaczenie miały spotkania sekretarzy propagandy bratnich partii). Warunkujące przebudowę systemu komunikacji społecznej odrzucenie zasady kierowniczej roli partii wymagało zmiany konstytucji, co nastąpiło 17 X 1992 r. W wyniku tej przebudowy media w Polsce – reglamentowane i cenzurowane w latach 1950–1990 – osiągnęły w r. 2000 zachodnioeuropejskie standardy pluralizmu i niezależności od rządu. Odnosi się to zwłaszcza do okresu 1998–2000, kiedy to po wyborach 1997 r. władza znalazła się w rękach postsolidarnościowej prawicy (AWS), a istotne wpływy w mediach publicznych zachowała postkomunistyczna lewica (SLD).

Wspólną cechą polityczną zmian zachodzących w drugiej połowie XX wieku w komunikacji społecznej na świecie i w Polsce jest otwieranie się poszczególnych krajów zarówno jako źródeł, jak i jako odbiorców informacji, a więc redukcja wpływu państwa na przepływ informacji ponad granicami. Od kilkunastu lat nazywa się to globalizacją. Komunikacji ponad granicami sprzyjają, a nawet ją wymuszają czynniki **ekonomiczne**. W wyniku postępującej koncentracji, a nierzadko i monopolizacji różnych rynków medialnych powstały ponadnarodowe korporacje nawet o zasięgu światowym, których rozwój uzasadnia opinię, że z roku na rok coraz mniejsza liczba coraz bogatszych nadawców informuje coraz większą liczbę odbiorców².

W latach 50. i 60. tylko w najbardziej rozwiniętych krajach o gospodarce wolnorynkowej zmniejszała się liczba wydawców i tytułów dzienników; w krajach rozwijających się rosła, podobnie jak nakłady prasy. W ostatniej dekadzie XX wieku tak w większości krajów, jak i w skali światowej kurczą się liczby wydawców i gazet codziennych oraz ich nakłady. W wielu gospodarczo rozwiniętych krajach zniknęły całkowicie lub znacznie ogra-

² Por. „Być może globalizacja jest tylko miłym słowem, którego używają wielonarodowe korporacje, by ukryć swe wysiłki zainfekowania całego świata kulturalnym wirusem komercjalizacji.” (H. Mowlana, s. 41).

niczyły wielkość nakładów dzienniki popołudniowe i wieczorne, tak świetnie zapowiadające się w latach 50.

Na początku drugiej połowy XX wieku stosunki własnościowe w mediach w poszczególnych krajach świata układały się na skali, której dwa bieguny reprezentowały dwa modele – amerykański i radziecki. W modelu amerykańskim we wszystkich mediach (tzn. w prasie, w radiu i telewizji, w filmie, w agencjach prasowych, w wydawnictwach książkowych i telekomunikacji) panowała, a przynajmniej zdecydowanie dominowała własność prywatna; własność publiczna (w radiu i telewizji) i państwowa (w rządowych rozgłoszeniach adresowanych do zagranicy, jak Głos Ameryki) odgrywały w systemie medialnym kraju rolę marginalną. W modelu radzieckim wszystkie media stanowiły własność państwa (radio, telewizja, agencja prasowa, wytwórnie filmowe, kolportaż prasy) lub innych organizacji ludzi pracy miast i wsi (gazety, czasopisma, książki). Model ten obowiązywał we wszystkich krajach komunistycznych, a więc także w krajach RWPG i w Chinach. Niektóre cechy modelu amerykańskiego i radzieckiego reprezentował do końca lat 70. model francuski, w którym media elektroniczne były instytucjami państwowymi³, a media drukowane stanowiły własność prywatną lub należały do organizacji społecznych, w tym także partii politycznych; model ten panował w większości krajów rozwijających się. W latach 50. ukształtował się w Wielkiej Brytanii swoisty model systemu medialnego, który się w latach 80. i 90. upowszechnił w większości krajów europejskich: istota systemu brytyjskiego polega na dwojakiej – publicznej (BBC) i prywatnej (ITV) – własności w mediach elektronicznych i wyłącznie prywatnej w mediach drukowanych; temu modelowi najbliższe były stosunki własnościowe w mediach południowoamerykańskich.

W Europie zmiany stosunków własnościowych w mediach elektronicznych nastąpiły po roku 1980 pod hasłem deregulacji rynku radiowego i telewizyjnego; polegały one na przekształcaniu mediów państwowych na publiczne i dopuszczeniu komercyjnych nadawców prywatnych. Proces ten zaczął się we Francji, potem objął Włochy i Niemcy, a wreszcie po 1989 r. Polskę i inne kraje wyzwalające się spod dominacji radzieckiej. Ważną rolę odegrały w nim koncerty medialne o zasięgu ponadnarodowym (jak niemiecki Bertelsmann i angielski News International R. Murdocha), satelity komunikacyjne (umożliwiające dostęp do niektórych programów niemal w każdym punkcie globu) oraz rozbudowywane sieci kablowe zapewniające abonentom idealny odbiór dziesiątków programów radiowych i telewizyjnych. Pierwsza wielka sieć telewizji kablowej powstała w Nowym Jorku w latach 60., druga – w Amsterdamie, trzecia – w Berlinie Zachodnim w r. 1985. Umiedzynarodowieniu rynku telewizyjnego w Europie (radio traktowane jest obecnie jako medium przede wszystkim krajowe) sprzyjała przyjęta przez Radę Europy Konwencja o telewizji ponadgranicz-

³ W r. 1979 żywiołowo zaczęły powstawać we Francji pirackie stacje „wolnego radia”. Ich istnienie zalegalizowała ustawa z 9 listopada 1981. Rok później ustawą z 29 lipca 1982 r. zniesiony został monopol państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji (F. Balle, s. 551).

nej z 15 marca 1989 r. i dyrektywa Komisji Europejskiej „Telewizja bez granic” z 3 października tegoż roku.

W Polsce zmiany własnościowe w mediach elektronicznych (zaledwie kilka lat po Niemczech a przed krajami skandynawskimi) umożliwiła ustawa o radiofonii i telewizji z 29 XII 1992 r. Pierwszą komercyjną stacją radiową był działający już od stycznia 1990 r. RMF (wówczas skrót ten oznaczał „Radio Małopolska FUN”), a pierwszymi komercyjnymi stacjami telewizyjnymi były działające już od 1991 r. „pirackie” stacje lokalne, które się w 1993 r. połączyły w sieć POLONIA 1, i legalny, ogólnopolski, nadający początkowo za pośrednictwem satelity, POLSAT. Na koniec ostatniej dekady XX wieku oprócz 4 ogólnopolskich programów radia publicznego i 4 programów telewizji publicznej; katolickiego Radia Maryja, katolickiego Porozumienia Programowego radiowych rozgłośni lokalnych „Plus” i Telewizji Niepokalanów (od 2001 r. – Telewizja „Puls”) funkcjonowało na polskim rynku 6 ogólnopolskich i ponadregionalnych komercyjnych programów radiowych (tylko dwa z nich opierały się wyłącznie na kapitale polskim) i 4 ogólnopolskie lub ponadregionalne komercyjne programy telewizji naziemnej (tylko jeden z nich z kapitałem wyłącznie polskim), kilka przekazywanych drogą satelitarną z Zachodu polskojęzycznych programów telewizyjnych i cztery duże sieci telewizji kablowej (obie zdominowane przez kapitał obcy). Penetrację telewizyjnego rynku radiowo-telewizyjnego w Polsce ograniczała do końca lat dziewięćdziesiątych ustawowa zasada dopuszczająca zagranicznych partnerów w polskich mediach na zasadzie udziałowców mniejszościowych (do 33%).

Ograniczenie to nie dotyczyło mediów drukowanych. W ciągu kilku lat ostatniej dekady XX wieku znaczna część polskich dzienników i czasopism stała się własnością koncernów zachodnioeuropejskich. Największymi wydawcami polskiej prasy codziennej w końcu lat 90. były koncerny: niemiecki Passauer Neue Presse i norweska Orkla, a największymi wydawcami czasopism – niemieckie koncerny Bauer, Springer oraz Gruner+Jahr. W edytorstwie książkowym znaczną rolę odgrywa koncern Bertelsmanna (dzięki stosunkowo niskim cenom książek, klubom książki i seriom wydawniczym). Udziałowi obcego kapitału w polskiej prasie towarzyszyła jej pozioma (polega na łączeniu takich samych elementów rynku medialnego, np. dwóch dzienników regionalnych albo dwóch drukarni prasowych), pionowa (polega na łączeniu elementów z różnych stadiów produkcji i dystrybucji w ramach tego samego medium, np. drukarni prasowej i dziennika, albo wytwórni programów i stacji telewizyjnej) i mieszana (zwana też diagonalną, polega na łączeniu elementów różnych mediów, np. gazety codziennej i stacji radiowej) koncentracja tytułowa (polega na takim łączeniu takich samych elementów, że się zmniejsza ich liczba, np. połączone dwie gazety codzienne ukazują się pod jednym tytułem jako jedna gazeta) i własnościowa (polega na takim łączeniu dwóch elementów, że funkcjonują one nadal formalnie osobno, należąc do jednego właściciela, np. w Katowicach *Trybuna Śląska* i *Dziennik Zachodni*, które znalazły się w połowie

lat 90. w jednym koncernie Passauer Neue Presse). Koncentracja własnościowa bywa czasem początkiem koncentracji tytułowej: wydawca dąży do zakupu konkurencyjnego dziennika, by go po pewnym czasie w imię racjonalizacji kosztów zlikwidować.

Koncentracji poziomej w mediach – zwłaszcza drukowanych – towarzyszy koncentracja pionowa: własna drukarnia i własny system kolportażu, a także akwizycji reklam stwarza gazecie codziennej optymalne warunki rozwoju. Korzyści wynikające z takiego układu rosną, jeśli jedna drukarnia i jeden system akwizycji reklam obsługuje kilka gazet wspólnego właściciela. Przykłady takiego rozwiązania występują we wszystkich krajach o rozwiniętej ofercie prasowydawniczej; w Polsce wyrazistym przykładem koncentracji pionowej była Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa-Książka-Ruch” (zwłaszcza w latach 80.), a pod koniec lat 90. – Passauer Neue Presse, a ściślej mówiąc jej polska gałąź „Polskapresse”.

Na początku lat 50. w wielu krajach o wolnorynkowej gospodarce istniały prawne ograniczenia koncentracji mieszanej („diagonalnej”), tzn. obejmującej różne media, a zwłaszcza media elektroniczne. Nie budziło nigdy zastrzeżeń skupienie w rękach jednego właściciela wydawnictw dzienników, czasopism i książek (dzięki temu mogły się rozwinąć w potężne koncerty XIX-wieczne oficyny księgarskie, jak francuska Hachette czy niemiecki Bertelsmann), natomiast do końca XX w. w większości krajów utrzymały się, a nawet zostały wprowadzone ograniczenia w posiadaniu przez jeden podmiot na tym samym obszarze dziennika oraz stacji radiowej i/lub telewizyjnej.

Nie przeszkodziło to jednak powstaniu i rozwojowi (zwykle przez łączenie się) potężnych multimedialnych superkoncernów, zaangażowanych w różne media w różnych krajach na różnych kontynentach. W skali globalnej na końcu XX w. do największych (pod względem wielkości obrotów) superkoncernów należały: amerykański AOL-Time-Warner, którego imperium multimedialne obejmuje sieć informatyczną America on Line, programy telewizji satelitarnej (m.in. informacyjną CNN), wydawnictwa czasopism (m.in. magazyn *Time*), wydawnictwa książek, sieć księgarni i klubów, wydawnictwa płyt, wytwórnie filmowe i filmoteki, sieci telewizji kablowej; amerykański koncert Walta Disneya; australijsko-brytyjski koncert Ruperta Murdocha News Corporation, do którego należą oprócz dzienników w Australii, Wielkiej Brytanii (m.in. *The Times* i *The Sun*) i USA, międzynarodowe satelitarne programy telewizyjne (m.in. dla Chin) i sieci telewizyjne (m.in. Fox – jedna z 5 największych sieci w USA); niemiecki Bertelsmann posiadający wydawnictwa książek i czasopism w różnych krajach (m.in. w Polsce), udziały kanałach telewizji satelitarnej (m.in. w RTL), kluby czytelnicze, wytwórnie płyt itp.

Nowym zjawiskiem na rynku medialnym ostatniego ćwierćwiecza XX w. jest zaangażowanie w media kapitału z innych branż (m.in. włoski koncern Silvia Berlusconiego zawdzięcza swoje powstanie kapitałowi budowlanemu, brytyjsko-kanadyjski koncern prasowy Thomsona – ropie, amery-

kański Seagram – właściciel m.in. hollywoodzkiej korporacji MCA – alkoholowi). Korporacje pozamedialne (przemysłowe lub bankowe) szukają w sektorze mediów rekompensaty niepowodzeń w macierzystej dziedzinie lub promocji własnych interesów ekonomicznych, a nawet politycznych.

Zwolennicy determinizmu ekonomicznego, a raczej politycznoekonomicznego wskazują jako wynik transformacji komunikacji społecznej w drugiej połowie XX w., że w skali globalnej wskutek konkurencji, bankructw i fuzji coraz mniejsza liczba coraz większych superkoncernów medialnych z najpotężniejszych krajów świata oferuje coraz liczniejszej publiczności te same informacje i te same treści rozrywkowe jako przynęty do reklam tych samych produktów i do promocji tych samych idei.

Pod względem **technicznym** środki komunikacji społecznej zmieniły się jakościowo i ilościowo w drugiej połowie XX w. bardziej niż w poprzednich pięciu wiekach. Odnosi się to zarówno do zmian spowodowanych przez powstanie tzw. nowych mediów, charakteryzujących się interaktywnością korzystania z nich, jak i do udoskonaleń mediów tradycyjnych (tzn. pośrednich, ogólnodostępnych, kierowanych do masowej, rozproszonej i różnorodnej publiczności), nie wyłączając książek, prasy i samej technologii drukowania. Od czasów Gutenberga po lata 60. XX w. podstawowa technika drukowania polegała na odbijaniu na papierze powleczonych farbą wypukłości metalowej formy drukowej; w latach 70. tę tradycyjną technikę zastąpił najpierw w USA, później w Europie offset, którego udoskonalone formy zdominowały w końcu XX w. drukowanie gazet i książek na całym świecie.

Przygotowanie formy drukowej wymagało dawniej złożenia tekstu z metalowych czcionek odpowiadających literom i znakom pisarskim; wprawdzie już od początku XX w. czynności te były wykonywane za pomocą linotypów (głównie w gazetach) i monotypów (głównie w książkach), ale drukowanie offsetowe i skomputeryzowanie składu wyeliminowało przed końcem XX w. niemal całkowicie metalowe formy drukarskie. Pozwoliło to przenieść proces składania tekstów i łamania kolumn z drukarni do redakcji, wprowadzić rutynowo pełnokolorowe fotografie na łamy dzienników, a także ogromnie przyspieszyć cały proces drukowania.

Już w latach osiemdziesiątych komputery osobiste z drukarkami i kserokopiarki umożliwiły tzw. publikowanie biurkowe (ang. *desktop publishing*), czyli skład, redakcję, łamanie, przygotowanie do druku i drukowanie czasopism i niskonakładowych książek, jeżeli nawet nie na jednym biurku, to w jednym pomieszczeniu biurowym. Te możliwości techniczne zostały wykorzystane w Polsce w latach 80. w tzw. drugoobiegowym ruchu wydawniczym, a w latach 90. w wydawaniu sublokalnych gazet, czasopism i książek. Pozwoliło to małym, nowo powstałym firmom znacznie obniżyć koszty administracyjno-wydawnicze i stworzyło groźną konkurencję dla renomowanych wydawnictw, dawniej państwowych lub spółdzielczych, a w latach 90. sprywatyzowanych. Jednocześnie automatyzacja znacznie

skróciła czas oprawy i paczkowania książek, a komputeryzacja usprawniła kolportaż wydrukowanych nakładów gazet i czasopism.

Chociaż i w pierwszej połowie XX wieku zdarzały się przypadki wyprodukowania kilkunastoarkuszowej książki w parę dni, to pół wieku później takie tempo z rekordowego przekształciło się w standardowe. Koszt kolportażu gazet przeznaczonych dla czytelników rozsianych na obszarze jednego wielkiego kraju, jak USA (np. *USA Today*) czy dawniej ZSRR (np. *Prawda*), lub wręcz na różnych kontynentach, obniżył się dzięki drukowaniu jednego nakładu gazety w kilku, a nawet kilkunastu drukarniach z faksymilowych kolumn, przekazywanych z redakcji bądź łączami sztywnymi (one umożliwiały drukowanie w latach 80. *Trybuny Ludu* w Warszawie i Wrocławiu), bądź też drogą radiową (w latach 90. już zwykle z pomocą satelity komunikacyjnego).

Udoskonalenia zawartości (bardziej aktualna i bogatsza informacja), a także formy edytorskiej (jakość druku i papieru, znaczna ilość i duży format kolorowych zdjęć) nie uchroniły ogólnoinformacyjnej prasy codziennej przed kryzysem zainteresowania czytelniczego ze strony młodszej generacji ludności najbardziej rozwiniętych gospodarczo krajów świata. Czytelnictwo dzienników wśród młodych Amerykanów i Niemców było pod koniec XX w. o około 1/3 niższe niż wśród ich rówieśników sprzed 10 lat. Jednocześnie od początku lat dziewięćdziesiątych z roku na rok coraz większa liczba młodych ludzi w najbogatszych i przemysłowo rozwiniętych krajach świata traktowała jako główne źródło wiadomości komputerowe sieci informatyczne z Internetem na czele. Tam też wszystkie pretendujące do nowoczesności redakcje lub wydawnictwa gazet i czasopism zaczęły uruchamiać własne okna z wirtualną edycją swego pisma.

W połowie lat dziewięćdziesiątych pojawiły się w Internecie książki elektroniczne (*e-books*); do końca XX w. było ich tam ponad 20 tysięcy, wśród których znaczną część stanowiły książki dla dzieci, lektury szkolne oraz różnego rodzaju podręczniki i poradniki. Na Targach we Frankfurcie w latach 90. zaczęto przyznawać im specjalne nagrody. W ostatnim 15-leciu XX w. w wielu krajach Europy i Ameryce Północnej wprowadzono do Internetu wiele klasycznych pozycji literatury światowej i literatur narodowych. Ważną rolę odegrał tu program UNESCO „Virtual Library of Classic Texts of World Literature”. Przed końcem lat 90. na różne witryny Internetu wprowadzone zostały także najważniejsze pozycje polskiej klasycznej literatury pięknej, w tym „Pan Tadeusz” A. Mickiewicza, „Lalka” B. Prusa i „Trylogia” H. Sienkiewicza, a także poezja i proza współczesnych pisarzy, w tym Wisławy Szymborskiej i Jerzego Pilcha. Na czoło wysuwa się tu „Wirtualna Biblioteka Literatury Polskiej”, opracowana w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Gdańskiego we współpracy z UNESCO (<<http://monika.univ.gda.pl/~literat/books.htm>>, oraz witryna J. Witkowskiego <<http://polonista.w.interia.pl>>). Ponadto oferuje Internet wirtualny dostęp do najświetniejszych muzeów świata i największych bibliotek oraz możliwość zakupu poszukiwanych książek za pośrednictwem

„elektronicznych księgarni”, jak amerykański „Amazon” czy polski „Merlin”.

Na drugą połowę XX w. przypada istotny wzrost liczby stacji radiowych i telewizyjnych (zwłaszcza w związku z procesem prywatyzacji i deregulacji radia i telewizji po r. 1980 w Europie, a po r. 1992 w Polsce) oraz oferowanych przez nie programów i usług. Wzrost liczby stacji radiowych o lokalnym zasięgu umożliwiło zastosowanie fal ultrakrótkich (UKF, inaczej FM, czyli *frequency modulation*), na zwiększenie zaś zasięgu (nawet do skali globalnej) programów radiowych, a także telewizyjnych, pozwoliły satelity komunikacyjne. Pierwszy z nich, Telstar 1, umieszczony na orbicie w r. 1962, umożliwił pierwszą transmisję telewizyjną z USA do Europy; dwa lata później powstało międzynarodowe konsorcjum INTELSAT, zrzeszające większość krajów; jego system satelitarny wykorzystano m.in. do globalnej transmisji odbywającej się w Tokio letniej olimpiady w r. 1964; to dzięki niemu niektóre zawody i mecze po raz pierwszy w historii mogli oglądać w swoich domach jednocześnie mieszkańcy 4 kontynentów.

Przełomowe znaczenie miało uruchomienie transmisji satelitarnych odbieranych dzięki specjalnej antenie bezpośrednio przez telewidzów; za początek takich bezpośrednich transmisji telewizyjnych (dbs, czyli *direct broadcast satellite*) przyjmuje się uruchomienie transmisji japońskiego satelity 12 V 1984 r. W Europie bezpośredni odbiór telewizji satelitarnej datuje się od r. 1988. W końcu XX w. krążyło na orbitach okołoziemskich (głównie stacjonarnych) kilkadziesiąt satelitów komunikacyjnych; transmisja programów radiowych i telewizyjnych stanowi tylko stosunkowo niewielką część ich usług (inne usługi to zapewnienie łączności w sieciach informatycznych, telefonicznych, bankowych, lotniczych, meteorologicznych, ekologicznych, turystycznych, pożarnych i in.). Część satelitów komunikacyjnych służy wyłącznie celom wojskowym.

Zastosowanie satelitów do przekazywania danych w postaci tekstów, obrazów i dźwięków stanowi jeden z najważniejszych elementów transformacji komunikacji społecznej drugiej połowy XX w. Jego społeczne następstwa zwiększa niewiarygodnie szybkie rozpowszechnienie komputerów osobistych (pierwsze pecety pojawiły się na rynku z końcem lat 70., a po dwudziestu latach znalazły się w większości gospodarstw domowych w Ameryce Północnej i Europie Zachodniej).

Satelity już pod koniec lat osiemdziesiątych udostępniły mieszkańcom Polski wiele zagranicznych programów telewizyjnych (pierwszym europejskim programem telewizji satelitarnej była brytyjska TV Sky) bądź to przez indywidualne anteny, bądź za pośrednictwem sieci kablowej (pierwsza w Polsce sieć kablowa powstała na warszawskim Ursynowie już pod koniec lat 80.). W końcu lat 90. dzięki sieciom kablowym lub indywidualnym antenom satelitarnym blisko 40% polskich rodzin miało dostęp do kilkadziesiątu różnojęzycznych programów telewizyjnych, a wśród nich do polskojęzycznych wersji Eurosport, Discovery, RTL7, Planete.

Wzrostowi liczby programów radiowych i telewizyjnych towarzyszyło

zwiększenie dostępu do nich (w latach 50. pojawiają się przenośne, oparte na tranzystorach odbiorniki radiowe a później też telewizyjne) i doskonalenie ich technicznej jakości: dla radia, a w szczególności dla radiowych programów muzycznych ważną cezurę stanowi wprowadzenie stereofonii (w USA w r. 1954, we Francji – 1957, w Polsce – w r. 1963); dla telewizji analogiczną cezurą było wprowadzenie koloru (w USA w r. 1950, w Polsce – w r. 1970). Na ostatnią dekadę XX w. przypada też początek bodaj najważniejszej technologicznej rewolucji w sposobie zapisu, magazynowania i transmisji danych, tzn. przejście z różnych systemów analogowych do uniwersalnego systemu cyfrowego. Jego wprowadzanie zaczęło już w latach 90. usuwać bariery między tradycyjną telewizją, tradycyjnym radiem, telefonem, kamerą filmową i fotograficzną, magnetofonem (pierwsze dźwiękowe płyty cyfrowe, zwane kompaktami, czyli CD, pojawiły się na rynku z początkiem lat osiemdziesiątych; w połowie lat 90. zaczęła się ekspansja cyfrowych płyt filmowych – DVD), magnetowidem i komputerem. System cyfrowy góruje nad analogowym jakością odbioru i większą odpornością na zakłócenia; jest też bardziej ekonomiczny dzięki ośmiokrotnie większym możliwościom kompresji. Przewiduje się, że telewizja analogowa przejdzie do historii przed 2008 r.

Pierwsze regularne programy telewizji cyfrowej uruchomiono w USA w r. 1994, dwa lata później na system cyfrowy przeszła europejska sieć płatnej telewizji Canal Plus. W Polsce po kilkuletniej walce konkurencyjnej o licencję Wizja TV i Cyfra+ połączyły się i w r. 2002 dały początek platformie Nowa Cyfra+; od r. 2000 nadaje programy Polsat Cyfrowy.

W końcu XX w. rozpoczął się proces „odmasowienia” środków komunikowania masowego. Sprzyjała mu już interaktywna telewizja z telegazetą, ale radykalne zerwanie z rozpowszechnianiem oferty radiowo-telewizyjnej za pomocą systemu rozsiewczego (ang. *broadcasting*) przyniósł dopiero komputerowy system łączności sieciowej (ang. *webcasting*). Sprzyja mu coraz szersze od 1966 r. zastosowanie światłowodów, opartych na przetwarzaniu sygnałów elektrycznych na optyczne i odwrotnie, które znacznie zwiększają pojemność (przepustowość) informacyjną kanału i jego odporność na zakłócenia zewnętrzne. W r. 1956 taki kabel połączył m.in. Europę z USA. Położony w 1989 r. światłowodowy kabel na dnie Pacyfiku umożliwia jednoczesne prowadzenie 40 tys. dwukierunkowych rozmów telefonicznych np. między Japonią a USA. W komunikacji sieciowej, której przedsmak daje Internet, teoretycznie każdy uczestnik może na własny użytek selekcjonować program radia, telewizji i serwis informacyjny zgodnie z własnymi upodobaniami i zainteresowaniami. W praktyce wirtualna rzeczywistość, zwana też cyberprzestrzenią zaśmiecana jest w coraz większym stopniu reklamą i propagandą. Pomimo to zdaniem entuzjastów Internetu zakończy on ostatecznie epokę komunikacji linearnej, którą zastąpi nawigacja w sieci wśród hipertekstów.

Wszystkie udoskonalenia w komunikacji medialnej w drugiej połowie XX w. można podzielić na dwie wielkie grupy: (1) udoskonalenia łączności

ści, np. dzięki satelitom komunikacyjnym czy sieciom kablowym, oraz (2) udoskonalenia w magazynowaniu i przetwarzaniu przekazów, a także w korzystaniu z nich, np. dzięki komputerom i urządzeniom umożliwiającym korzystanie z przekazów cyfrowych. Obie te wielkie grupy udoskonażeń komunikacyjnych łączą się w jeden proces telematyzacji, który pociąga za sobą integrację wszystkich mediów na wspólnej bazie, umożliwiającą interaktywną, multimedialną wymianę informacji w różnych postaciach (np. tekstu, obrazu, dźwięku) za pośrednictwem jednego urządzenia⁴.

Transformacja komunikacji społecznej w drugim 50-leciu XX wieku w jej wymiarze politycznym, ekonomicznym i technologicznym odpowiada zmianom, jakie się dokonały w dominującym paradygmacie obrazu świata. O ile w pierwszej połowie XX w. aktywnymi elementami w strukturze świata były zideologizowane państwa (narodowe, jak Niemcy, czy klasowe, jak ZSRR) z krajowymi systemami komunikacji medialnej, działające w imię własnych korzyści terytorialnych, ekonomicznych czy kulturalnych, to na początku drugiego pięćdziesięciolecia tę złożoną strukturę wielopaństwową zastąpiła dwubiegunowa struktura blokowa, w której motorem rozwoju był polityczno-ideologiczny interes bądź to „wolnego świata”, bądź to „obozu pokoju i sprawiedliwości społecznej”. Ta dwubiegunowa struktura świata załamała się z końcem lat 80. W świadomości społecznej poczucie współzawodnictwa dwóch systemów polityczno-ekonomicznych ustąpiło poczuciu postępującego a nieuchronnego procesu komercjalizacji i globalizacji.

Tym terminem określa się ponadgraniczne interakcje ekonomiczne, społeczne, polityczne i kulturalne, które nie są inicjowane przez rządy krajowe, ani nie są motywowane interesami poszczególnych krajów (niekiedy oczekuje się od nich rezygnacji z „egoizmu narodowego”). Globalizacja obejmuje kapitał, produkcję, rynki pracy, środki łączności, a także kulturę. Głównymi protagonistami globalizacji są ponadnarodowe korporacje gospodarcze. Wytworem i jednocześnie jednym z najważniejszych czynników globalizacji jest światowa informatyczna sieć z podłączonymi do niej komputerami (na początku lat osiemdziesiątych było ich niespełna 2 miliony; na koniec wieku – ponad 200 milionów). To ona kształtuje zręby nowej, globalnej infrastruktury komunikacyjnej.

Krytycy globalizacji odnoszą się sceptycznie do jej sukcesów, twierdząc, że dokonująca się pod jej wpływem homogenizacja zachowań ludzi jest powierzchowna. Świadczyć ma o tym wzrost ilościowy, a jednocześnie rozdrobnienie specjalizacji i indywidualizacji zainteresowań wartościami regionalnymi, lokalnymi, środowiskowymi, a nawet rodzinnymi. Powierz-

⁴ Pamiętajmy jednak, że: „Ekonomiczne korzyści, które może przynieść rozwój gospodarczy i rozwój technologii w dziedzinie informacji i komunikacji, nie są w świecie rozłożone równomiernie. Tak w literaturze, jak i w wypowiedziach publicznych panuje zgodna opinia, że w tej dziedzinie luka między krajami rozwijającymi się i rozwiniętymi rośnie i będzie istotną przeszkodą w integracji wszystkich krajów w tzw. «globalne społeczeństwo informacyjne». [...] wpływy z usług telekomunikacyjnych wyniosły w r. 1996 620 mld \$. Z tej kwoty na Europę, USA i Japonię przypadło 77%, a na Afrykę – 1,5%. Podobny rozkład wykazują inwestycje w sektorze telekomunikacji. Na Europę, USA i Japonię przypada 67% tych inwestycji, a na Afrykę 1,7% (ITU, 1998).” (C.J. H a m e l i n k: Human development, s. 32)

chowności wpływu globalizacji na świadomość społeczną dowodzić mają też przejawy rosnącego fundamentalizmu we wszystkich wielkich religiach, a zwłaszcza w islamie. Skutki zderzenia homogenizacyjnej globalizacji ekonomii i kultury z ich dywersyfikacyjnym ułokalnieniem szeroko rozumianych symbolicznych zachowań ludzi nazwano glocalizacją.

Jeżeli na drugiej połowie XX w. piętno odcisnęła konfrontacja między Zachodem a Wschodem, można się spodziewać, że pierwszą połowę XXI w. zdominuje konfrontacja między skomputeryzowaną, sytą, relatywistyczną Północą a komputeryzującym się, choć niekiedy głodującym, fundamentalistycznym Południem.

Literatura:

- J. Adamowski (red.): Środki masowej informacji w Polsce po likwidacji cenzury (1990–2000). Warszawa 2000.
- R. Andersen, L. Strate (red.): *Critical Studies in Media Commercialism*. Oxford 2000.
- Z. Bajka: *Czytelnictwo prasy w Polsce Ludowej*. Kraków 1976.
- F. Balle: *Médias et Sociétés*, 9^e édition, Paris 1999.
- Z. Bauman: *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*. Przeł. E. Klekot, Warszawa 2000.
- J. Becker: *Communication*, [w:] I. Hauchler, P. M. Kennedy (red.): *Global Trends*, New York 1994, s. 345–363.
- M. Castells: *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford (I vol.) 1996 (II vol.) 1998.
- D. de Kerckhove: *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego*. Warszawa 2001.
- R. Filas: *Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999). Propozycja periodyzacji*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1999, nr 1–2, s. 31–58.
- R. Filas: *15 lat telewizji kablowej w Polsce*. *Zeszyty Prasoznawcze* 2002, nr 3–4, s. 15–42.
- R. Filas, P. Płaneta: *Das Mediensystem Polens*, [w:] *Internationales Handbuch Medien*. Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden 2004, s. 520–541.
- G. Gerbner, H. Mowlana, K. Nordenstreng (red.): *The Global Media Debate: Its Rise, Fall, and Renewal*. Norwood 1993.
- T. Goban-Klas: *Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł naskalnych do multimedii*. Kraków 2001.
- C.J. Hamelink: *Human development*, [w:] *World Communication and Information Report 1999–2000*. Unesco, Paris 1999.
- D. Held, A. McGrew, D. Goldblatt, J. Perraton: *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*. Cambridge 1999.
- S. Huntington: *Zderzenie cywilizacji*. Warszawa 1997.
- Internationales Handbuch Medien*. Hans-Bredow-Institut. Baden-Baden 2004.
- Komunikowanie masowe w Polsce: Próba bilansu lat siedemdziesiątych*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1981, nr 1, s. 5–96.
- Komunikowanie masowe w Polsce: Lata osiemdziesiąte*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1991, nr 1–2, s. 7–198.
- T. Kowalski: *Media i pieniądze. Ekonomiczne aspekty działalności środków komunikowania masowego*. Warszawa 1998.
- G. A. Lopez, J. G. Smith, R. Pagnucco: *The Global Tide*. *The Bulletin of the Atomic Scientists* 1995, nr 4, s. 32–39.
- T. Miczka: *Glocalizacja mediów. O mechanizmach kreowania i kształtowania współczesnej tożsamości*, [w:] I. Borkowski, A. Woźny (red.): *W świecie wolności i ograniczeń*. Wrocław 2003, s. 30–43.

- H. M o w l a n a: The Communications Paradox. *The Bulletin of the Atomic Scientists* 1995, nr 4, s. 40–46.
- W. P i s a r e k: Raport o komunikacji społecznej w Polsce. Sierpień 1980-grudzień 1981. *Zeszyty Prasoznawcze* 1982, nr 3, s. 17–28.
- P. V i h a l e m m (red.): *Baltic Media in Transition*. Tartu 2002.
- G. W i l l i a m s: Własność europejskich mediów: Pojawiające się na horyzoncie zagrożenia. Europejska Federacja Dziennikarzy, Bruksela 2002.
- World Advertising Trends 1999. NTC, Henley-on-Thames 1999.
- World Communication and Information Report 1999–2000. Unesco, Paris 1999.
- World Magazine Trends 1999/2000. FIPP, [London] 2000.
- World Press Trends. 2000 Edition. World Association of Newspapers. Paris 2000.

KATHARINA HADAMIK

TRANSFORMACJE W MEDIACH EUROPY ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ (1989–2004)

W ogólnej debacie nad transformacją, a także w międzynarodowej debacie nad transformacją w komunikacji często zakłada się błędnie, że postkomunistyczne kraje Europy Środkowo-Wschodniej stanowią jedność i że zachodzące w nich procesy zmierzają w tym samym kierunku. Takie uogólnienia nie uwzględniają różnic między tymi krajami¹. Mimo bowiem wspólnego podłoża i doświadczeń były kraje komunistyczne nie są nawet w przybliżeniu tworem homogenicznym, a to powoduje różnorodność typowo narodowych dróg transformacji. Poszczególne kraje rozwijają się odmiennie, tempo i dynamika procesów przemian niekiedy bardzo się między sobą różnią². To stwierdzenie odnosi się w równej mierze do mediów Europy Środkowo-Wschodniej.

W badaniach nad przemianami w mediach Europy Środkowo-Wschodniej oznacza to przede wszystkim konieczność zróżnicowanego spojrzenia. Ponadto, aby precyzyjnie uchwycić zachodzące procesy, trzeba uzupełnić analizę medialną o dodatkowy nadrzędny czynnik; jest rzeczą oczywistą, że media nie stanowią autonomicznego subsystemu, ale zawsze są częścią splotu zjawisk politycznych, społecznych i kulturalnych. Oznacza to tym samym, że procesy rozwojowe w sektorze mediów związane są z rozwojem politycznym i społeczno-ekonomicznym i że należy je rozpatrywać w ogólnym kontekście społecznym. Oddzielne traktowanie mediów – dopuszczalne i stosowane w celach dokumentacyjnych – stwarza niebezpieczeństwo, że wprawdzie zobrazowane zostaną wewnętrzne zmiany i rozwój w sektorze mediów, w ukryciu pozostanie jednak tło i wzajemne powiązania wielu różnych procesów. Rzeczywisty postęp polegałby na zidentyfikowaniu istotnych czynników, które kształtują przebieg ogólnej postkomunistycznej transformacji i na włączeniu ich do analizy transformacji mediów. Aby to osiągnąć, należy ramy leżące u podstaw badań rozszerzyć o modele teoretyczne i o już istniejący empiryczny międzynarodowy dorobek nauk społecznych.

¹ Dotyczy to m.in. doświadczeń historycznych, występujących zasobów, postępów demokratyzacji, rozwoju gospodarczego, politycznego ale przede wszystkim kulturalnej świadomości społeczeństwa.

² W maju 2004 roku przyjęto do Unii Europejskiej na przykład Polskę, Czechy, Słowenię, Słowację, Węgry, Łotwę, Litwę i Estonię. Bułgaria i Rumunia mają zostać członkami UE w roku 2007.

*1. Problemy ogólnej transformacji krajów postkomunistycznych**1. Perspektywa transformacji i opcje rozwojowe*

Rozpowszechnionym³ paradygmatem określającym kierunek postkomunistycznych procesów transformacji stał się tak zwany powrót do Europy przez przyjęcie zachodnich struktur, sposobów myślenia i wartości (por. Weidenfeld 1992: 8; Vachudova / Snyder 1997: 1; Grilli di Cortona 1991: 328; Krasnodębski 1993: 267; Srubar 1996: 675 i n.). Tę perspektywę rozwoju, którą w nauce o transformacji uzasadnia się demokratyzacją, opisała estońska specjalistka z dziedziny nauk społecznych Marju Lauristin (1997: 25) w następujący sposób: *as some sort of 'catching up' effort made by people who want to achieve the established standards of the 'developed' nations*. Na przykładzie państw bałtyckich Lauristin (1997: 29) podkreśliła istotną rolę czynników kulturalnych w osiąganiu wyznaczonego celu: *The Baltic peoples expect that the self-evident outcome of political liberation will be their Return to Europe. The cultural will to preserve Western traditions was for them a matter of national survival*.

W odniesieniu do wszystkich krajów postkomunistycznych perspektywę tę należy bezwzględnie rozszerzyć. *Powrót* odnosić się może tylko do pewnej ograniczonej części byłego bloku wschodniego, a mianowicie do tych krajów, które tradycyjnie czują się związane z kulturą zachodnią i z zachodnimi tradycjami, a ponadto ustrój komunistyczny odbierały jako obcy, narzucony im po II wojnie światowej przez Związek Radziecki⁴. Dla tych państw byłego bloku wschodniego, które pod względem kultury i tradycji położone są na wschodzie Europy lub w ogóle na Wschodzie i których ludność ponadto utożsamiała się częstokroć z systemem komunistycznym, zasadniczo również może zostać sformułowana zachodnia opcja rozwoju. Ze względu jednakże na ukierunkowanie teleologiczne należy w tym wypadku mówić o ich *zwrocie ku zachodnim wzorom*.

Udany rozwój ogólnej transformacji w perspektywie *powrotu do Europy* lub *zwrotu ku zachodnim wzorom* opiera się na następujących trzech głównych elementach (por. Grilli di Cortona 1991: 322; Weidenfeld 2001: 7; Offe 1994: 230 i n.):

- na ustanowieniu ustroju demokratycznego i przestrzeganiu demokratycznych procedur,
- na zbudowaniu warunków rządów prawa,
- na wprowadzeniu mechanizmów gospodarki rynkowej⁵.

³ Ta perspektywa transformacji w odniesieniu do Europy Środkowo-Wschodniej rozpowszechniona jest głównie w krajach zachodnich. Obok tego istnieje inna perspektywa, która nawiązuje do oświecenia i bazyje na dyskusjach i koncepcjach byłych dysydentów. W centrum tej alternatywnej perspektywy transformacji stoi powstawanie nowej formy społeczeństwa obywatelskiego (*civil society*) i odpowiednio do tego ukształtowane struktury mediów. Chodzi o ambitny projekt, który jeszcze nie został zrealizowany (por. na przykład Splichal 1994; Jakubowicz b.r.w.).

⁴ Pewnym wyrazem tej oczywistości jest renesans pojęcia Europa Środkowa (Mitteleuropa/Central Europe), które w kręgach opozycyjnych tych krajów używane było przed załamaniem się komunizmu, aby w ten sposób podkreślić rozejście się z Europą Wschodnią (por. Srubar 1996 : 679).

⁵ Który typ ładu demokratycznego albo społeczno-ekonomicznego należy zrealizować jest w zasadzie sprawą otwartą.

2. Sposoby podejścia do badań nad procesami transformacji

Po piętnastu latach transformacji można stwierdzić, że opracowanie uniwersalnej koherentnej teorii transformacji pozostało bardzo ambitnym celem badań: zachodzące procesy są wyraźnie zbyt wielowarstwowe i zbyt kompleksowe, a ponadto w zbyt dużej mierze zdeterminowane narodowo, by można je było wszystkie objąć i zinterpretować. W różnych badaniach naukowych nad transformacją istnieją jednak różnorodnie interesujące sposoby podejścia do zagadnienia, które naświetlają swoiste aspekty procesów transformacji, i które w zmodyfikowanej formie nadają się do systematycznego ujęcia zmian i procesów zachodzących w mediach.

Bardzo istotnym i niezmiernie pomocnym podejściem w analizie procesów transformacji jest jej periodyzacja. Chodzi tu o wyznaczenie stopni transformacji, obejmujących pewne jej swoiste elementy. W politologii na przykład rozróżnia się trzy fazy zmiany systemowej jako interwały między starym a nowym porządkiem, przy czym poszczególne stopnie transformacji mogą nawet na siebie zachodzić. Chodzi o koniec ustroju autokratycznego, o instytucjonalizację demokracji oraz wreszcie o konsolidację demokracji (por. Merkel 1999: 120). Trzy fazy transformacji zdefiniowała również Lauristin (1997: 79) w swej periodyzacji zmian społecznych: przełom, konsolidacja zmian i wreszcie powstanie stabilnego ustroju demokratycznego.

W analizie postkomunistycznego procesu transformacji zaleca się również stosowanie podejścia *path dependency* jako pożytecznego instrumentu pomocniczego. Wychodzi się tu z założenia, że wzajemne zależności starych i nowych instytucji i związane z tym sprzężenie zwrotne wyznaczają swoistą drogę rozwoju, ukształtowaną między innymi przez przeszłość (por. Nielsen / Jessop / Hausner 1995: 6). „Aktorzy polityczni i ekonomiczni, tworząc program reform, wpływają na kształt rozwoju, są jednak ograniczani w swych działaniach przez wyrosłe historycznie i w dalszym ciągu istniejące instytucje.” (Siehl 1997: 15 i n.) Siehl (ibid) zaproponowała rozróżnienie dwóch płaszczyzn:

(1) ogólnej płaszczyzny wspólnych strukturalnych cech wszystkich państw postkomunistycznych, które można wyjaśnić przynależnością do specjalnej formacji społecznej socjalizmu, oraz

(2) swoistej płaszczyzny kraju lub regionu, ponieważ poszczególne społeczeństwa Europy Środkowo-Wschodniej znacznie się różnią od siebie pod względem kulturalnym i historycznym pomimo wspólnych cech socjalistycznych.

Według Offego (Offe 1994: 239) „podejście *path dependency* umożliwia [nadanie] postkomunistycznej konstelacji problemów społecznych rangi bezprecedensowego przypadku szybkich zmian społecznych, ale równocześnie [zachowuje] w polu widzenia podobieństwo problemów w poszczególnych krajach, jak występowanie typowo narodowych tradycji społecznych i kulturalnych oraz zasobów instytucjonalnych i ekonomicznych”⁶. Chodzi

⁶ Konieczność zróżnicowanego spojrzenia znalazła potwierdzenie m in. w tym, że w przedłożonym w roku 1996 przez Bank Światowy World Development Report *From Plan to Market* po raz pierwszy

tu o opis wielu typowo narodowych dróg transformacji, których przebieg określa nie tylko 50-letnia wspólna historia komunizmu, ale także swoiste warunki ekonomiczne, polityczne i kulturalne.

3. Drogi transformacji – spojrzenie wstecz

Jeżeli na początku lat 90. w badaniach transformacji można było tylko spekulować nad przyszłym rozwojem i losem krajów postkomunistycznych, tak dzisiaj piętnastoletnie doświadczenia umożliwiają retrospektywne spojrzenie na transformację i na jej empiryczną analizę. W tym empirycznie ugruntowanym spojrzeniu można zauważyć kilka charakterystycznych linii (wzorców) transformacji.

W perspektywie powrotu do Europy lub zwrotu ku zachodnim wzorom kraje środkowoeuropejskie: Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Słowenia oraz trzy państwa bałtyckie weszły na drogę transformacji i z powodzeniem tą drogą kroczą. Po piętnastu latach transformacji mają strukturalnie, instytucjonalnie i kulturalnie⁷ znacznie więcej wspólnego z zachodnimi demokracjami rynkowymi niż z wieloma byłymi bratnimi państwami bloku komunistycznego. Inne kraje postkomunistyczne rozpoczęły proces transformacji i demokratyzacji późno, bez przekonania lub wcale go nie rozpoczęły albo się wręcz z niego wycofały. Coraz częściej potwierdza się niejednorodność postkomunistycznych procesów transformacji: *There is no post-communist transition. There are only post-communist transitions – processes of change with quite different directions, and which have dramatically dissimilar outcomes* (Dauderstädt / Gerrits 2000: 2).

Już w połowie lat dziewięćdziesiątych Gati (1996: 6 i n.) zidentyfikował wśród krajów postkomunistycznych trzy różne grupy:

- siedmiu liderów (*leaders*) (Czechy, Polska, Węgry, Słowenia, Estonia, Łotwa, Litwa),
- dwunastu spóźnionych (*laggards*) (Słowacja, Albania, Bułgaria, Rumunia, Chorwacja, Serbia, Bośnia-Hercegowina, Macedonia, Rosja, Ukraina, Mołdawia, Białoruś),
- ośmiu przegranych (*losers*) (Armenia, Azerbejdżan, Gruzja, Kazachstan, Kirgistan, Tadżykistan, Turkmenistan, Uzbekistan).

Podczas gdy liderzy wyróżniają się reformami politycznymi i gospodarczymi, u spóźnionych, rządzonych przez półautorytarnych władców, obserwuje się rezygnację z reform bądź ich hamowanie. Elity władzy w tych państwach nie miały woli – nawet skromnej – aby przeprowadzić zasadnicze reformy rynkowe, tolerowały na wpuł wolną prasę i legitymizowały swą władzę pozornie wolnymi, w rzeczywistości jednak manipulowanymi wyborami. Kraje przegrane rządzone były w sposób autorytarny, bez wdrażania reform i ze stosowaniem represji.

zakwestionowano uniwersalizm dotychczasowych programów reform gospodarczych i podkreślono znaczenie różnych kultur i tradycji (por. Müller 2001: 9).

⁷ Można twierdzić, że wspólne znamiona kultury istniały już w przeszłości.

W tym trójpodziale państw postkomunistycznych również pięć lat później niewiele się zmieniło. Bazując na obszernych badaniach procesu politycznego, społeczeństwa obywatelskiego, niezależności mediów, reform rządowych i administracyjnych, problemów prawa konstytucyjnego, władzy ustawodawczej i sądowniczej, przebiegu prywatyzacji oraz makro- i mikroekonomii Motyl (2001: 36 i n.), podzielił 27 państw byłego bloku wschodniego na następujące grupy:

- Najlepiej rozwinięte kraje: „demokracje rynkowe” (Polska, Węgry, Czechy, Estonia, Łotwa, Litwa, Słowenia);
- środek: „kraje rozwijające się w kierunku demokracji rynkowych” (Słowacja, Bułgaria, Chorwacja, Rumunia);
- środek: „kraje autorytarne” (Gruzja, Mołdawia, Macedonia, Armenia, Albania);
- środek: „kraje rozwijające się w kierunku despotyzmu” (Ukraina, Rosja, Kirgistan);
- najsłabiej rozwinięte kraje: „państwa despotyczne” (Jugosławia, Kazachstan, Azerbejdżan, Tadżykistan, Uzbekistan, Białoruś, Turkmeni-
stan).

4. Poszukiwania przyczyn

Pytanie o to, dlaczego były państwa bloku wschodniego rozwinęły się w tak różnych kierunkach, znalazło się w centrum licznych debat i badań. Między innymi zajął się tymi różnicami Jacques Rupnik (1999/2000). W swej analizie zmian postkomunistycznych stwierdził, że nie ma jednolitego wytłumaczenia różnic w przebiegu procesu transformacji. Wskazał jednak kilka czynników⁸, które jego zdaniem wpłynęły na proces transformacji w krajach postkomunistycznych i które powinno się uwzględnić jako zewnętrzne parametry również w analizie przebiegu transformacji mediów.

Dziedzictwo komunizmu

Zdaniem Rupnika (1999/2000: 57 i n.) centralne znaczenie ma pytanie o to, jak głęboko i w jaki sposób komunizm ukształtował społeczeństwo. Podczas gdy przykładowo w Rumunii, Bułgarii i Albanii po II wojnie światowej zapanowały na długo struktury totalitarne, w Polsce i na Węgrzech już w połowie lat pięćdziesiątych rozpoczął się proces reform i proces adaptacji. W tych państwach środkowoeuropejskich istniały kryzysy państwowe i ruchy dysydenckie, co w końcu doprowadziło do powstania alternatywnych elit politycznych, które po załamaniu się komunizmu mogły przejąć władzę. W Europie Południowej, gdzie władze totalitarne nie dopuszczały żadnej alternatywy i gdzie dlatego nie mógł się rozwinąć poważny ruch opozycyjny, pierwsze wolne wybory wygrali ekskomuniści.

⁸ Przedstawione i potwierdzone zostały one również przez innych autorów. Por. przykładowo Ekiert (1999) oraz Dauderstädt / Gerrits (2000). Weidenfeld (2001: 12) stwierdził: *The very diversity of transformations that have succeeded shows that cultural, historical and political factors must be considered in the charting of the course.*

Rynek

W zakresie gospodarki – zdaniem Rupnika (1999/2000: 58) – dwa elementy miały znaczenie: ogólny poziom rozwoju gospodarczego oraz zasięg reform po roku 1989. Po pierwsze, istniały znaczne różnice między takimi krajami jak Czechosłowacja, która po II wojnie światowej należała do dziesięciu najlepiej rozwiniętych państw świata, Węgry, które w latach osiemdziesiątych podjęły wielki wysiłek przeprowadzenia reform i Rumunia, gdzie ze względu na ortodoksyjną ideologię w ogóle zaniechano reform. Z drugiej strony reformy podjęte po roku 1989 sięgały od terapii szokowej (np. Polska) do stopniowego lub przesuniętego w czasie przejścia do gospodarki rynkowej (Bułgaria, Rumunia). Te – niekiedy znaczne – różnice ekonomiczne znalazły odbicie w wielkości sektora prywatnego, w handlu zagranicznym, we współczynniku wzrostu oraz w obecności inwestorów zagranicznych.

Praworządność

Ustanowienie stosunków praworządnych to dla Rupnika (1999/2000: 60) trzeci czynnik udanego przejścia do demokracji i gospodarki rynkowej. Pod tym względem elity polityczne Europy Środkowej wykazały znacznie większą gotowość do akceptacji i zastosowania zachodniej koncepcji rządów prawa i podziału władzy niż elity Europy Południowo-wschodniej. Rupnik tłumaczy to zwłaszcza dziedzictwem państwa habsburskiego w Europie Środkowej w przeciwieństwie do dziedzictwa osmańskiego w Europie Południowo-wschodniej.

Kulturalny kościół demokracji

Jako dalszy czynnik udanego wprowadzenia demokracji Rupnik (1999/2000: 63) wymienia zaplecze kulturalne. W politycznych badaniach nad transformacją podejście kulturalne (religijno-kulturalne typy cywilizacji) wychodzi na przykład z założenia, że kultury niezłaicyzowane nie wspierają popularyzacji w społeczeństwie norm i zachowań demokratycznych⁹. Sundhausen (1995: 80 i n.) zwraca uwagę na długofalowe wzorce kulturalne, które współdefiniują socjokulturalne warunki procesu transformacji. Zaznaczył, że ludzie się tylko wtedy utożsamiają z celami transformacji, gdy są one zakorzenione w ich tradycji kulturalnej¹⁰.

Kontekst międzynarodowy

Jako ostatni znaczący czynnik Rupnik wymienia (1999/2000: 65) kontekst międzynarodowy. Tutaj centralne znaczenie miała integracja euro-atlantycka (przystąpienie do NATO i UE): została ona uznana przez szereg

⁹ Por. Merkel (1999: 96 i n.)

¹⁰ Konrad i Szelényi (1978: 142) już w epoce komunizmu rozróżniali w Europie Środkowo-Wschodniej dwa homogeniczne i przeciwstawne obszary: „prawosławną Europę Wschodnią, do której poza Rosją należy może jeszcze Rumunia, Bułgaria i Serbia, oraz pas środkowoeuropejski, w którym odbicie znalazło zachodnie chrześcijaństwo, od Bałtyku przez Polskę i Węgry aż do Chorwacji”.

nowych państw demokratycznych za nadrzędny cel polityki zagranicznej. Zarówno NATO, jak i UE uzależniają przyjęcie do swych struktur od stopnia demokratyzacji. Obok polityki zagranicznej USA oraz wymogów ekonomicznych, wskazanych przez MFW, Bank Światowy, OECD i EBRD, w pewnej grupie krajów postkomunistycznych ważną rolę integracyjną odegrała zwłaszcza Unia Europejska. Tak jak poszczególni kandydaci przygotowywali się do członkostwa w UE i stopniowo dostosowywali się do standardów UE, również aktywna polityka integracyjna UE – dla przykładu koncepcja transferu instytucji (Twinning) oraz pomoc w finansowaniu projektów reform – kształtowała proces transformacji w poszczególnych krajach.

5. *Konsekwencje dla analizy mediów*

Za ważny wniosek wypływający z obserwacji ogólnego rozwoju transformacji dla analizy procesu transformacji w mediach uchodzić może to, że opcję powrotu do Europy lub zwrotu ku zachodnim wzorom wybrała tylko część krajów postkomunistycznych i to z bardzo różnym skutkiem. Dlatego rozwój dokonywany się w mediach postkomunistycznych od roku 1989 powinno się oceniać na tym tle. Tylko część byłych państw komunistycznych rozpoczęła w latach dziewięćdziesiątych proces przemian w tej perspektywie i w ciągu jednego dziesięciolecia zajęła nową pozycję polityczną i społeczno-ekonomiczną. W Polsce, na Węgrzech, w Czechach, na Słowacji, w krajach bałtyckich i w Słowenii dokonała się zmiana systemowa, faza konsolidacji może uchodzić za zakończoną i również gospodarka tych krajów rozwija się względnie pomyślnie¹¹. Można stwierdzić, że transformacja w tych krajach została w istotnych aspektach zakończona: w dalszym ciągu wprawdzie zachodzą tam zmiany, nie mają one już jednak charakteru zasadniczego.

Co do innych państw postkomunistycznych, można zauważyć, że przynajmniej kilka z tych, które Gati w 1996 roku nazywa spóźnionymi, dobieje do grupy liderów. Odnosi się to głównie do Bułgarii, Rumunii i Chorwacji – krajów, które obecnie wyraźnie rozwijają się w kierunku demokracji rynkowej.

II. Pytania dotyczące transformacji mediów

1. *Co oznacza transformacja w mediach?*

Komunistyczne systemy medialne¹² cechował ogólnie rzecz biorąc ich ideologiczny charakter, kontrola i sterowanie oraz struktury centralistyczne i monopolistyczne (por. Schramm 1976: 121 i n.; Jakubowicz b.r.w.: 113).

¹¹ Przede wszystkim w latach dziewięćdziesiątych kraje te odnotowały częściowo znaczny wzrost gospodarczy.

¹² Należy podkreślić, że komunistyczne systemy medialne w Europie Środkowo-Wschodniej wprawdzie wiele łączyło, ale jednak – podobnie jak w życiu politycznym, gospodarczym, społecznym i kulturalnym – nie było między nimi uniformizacji.

Dlatego transformacja mediów to przede wszystkim odejście od tych charakterystycznych cech komunistycznego ładu w mediach. W konkretnej realizacji oznacza to:

- zniesienie cenzury i barier informacyjnych;
- koniec kontroli partyjnej i partyjnego sterowania mediami;
- zniesienie uniformizacji;
- zniesienie monopoli;
- odpaństwowienie mediów;
- decentralizację.

Po tej pierwszej i podstawowej fazie transformacji w mediach konsekwentnie przychodzi kolej na następną: nowe usytuowanie mediów przez wprowadzenie elementów nowego ładu medialnego (por. Thomaß 2001: 44). Ten drugi wymiar transformacji jest wyzwaniem trudniejszym zarówno teoretycznie, jak i też praktycznie, ponieważ odrzucenie negatywnych cech struktury, od których chce się odejść, jest łatwiejsze w realizacji niż zdefiniowanie i skonstruowanie zdolnego do konsensusu kontrprojektu. Wielorakie teoretyczne problemy powstają w związku z tą fazą procesu transformacji w mediach:

- jak mają wyglądać elementy nowego ładu medialnego?
- na jakich modelach i rzeczywistości medialnej mogą i powinny się wzorować media w krajach postkomunistycznych?
- czy istnieją niezależne koncepcje reform albo czy należy koncepcje takie najpierw opracować lub je importować?
- czy można wprowadzić zachodnie modele względnie elementy istniejących struktur zachodnich systemów medialnych, a jeśli tak, w jakim stopniu?
- czy istnieją możliwości inne niż przyjęcie elementów struktur zachodnich?
- jak należy zmieniać ład medialny w poszczególnych krajach: szybko i radykalnie (*tabula rasa*) czy krok po kroku?

2. Opcje rozwoju mediów

Po załamaniu się „demokracji ludowych” w Europie Środkowo-Wschodniej wydawało się sprawą oczywistą, że korespondujący z nimi i włączony w struktury komunistyczne system medialny również podlegać będzie przemianom. Analogicznie do często spotykanego przypuszczenia, że odejście od komunizmu nieuchronnie pociąga za sobą zwrot ku systemowi demokratycznemu, ku praworządności, ku mechanizmom rynkowym, uważano i uważa się często w dalszym ciągu adaptację zachodnich modeli medialnych za oczywistą opcję rozwoju mediów postkomunistycznych. Na tle ogólnych i w różnym stopniu zrealizowanych opcji rozwoju *powrotu do Europy* lub *zwrotu ku zachodnim wzorom* wydaje się zasadniczo słuszne to, że ta perspektywa transformacji również odnosić się będzie do mediów. Jednakże należy ją rozumieć tylko jako pewien kierunek rozwoju, który dopuszcza różne opcje. Chociaż istnieje oczywiście wiele normatywnych mo-

żliwości zmierzających do idealnego typu systemu mediów, można niewątpliwie stwierdzić, że w realiach zachodnich społeczeństw nie ma jednego specyficznego modelu, który mógłby służyć za wzór i na którym powinny opierać się media postkomunistyczne¹³. W konsekwencji nie należy wychodzić z założenia, że proces adaptacji może nastąpić w taki sposób, iż jakkolwiek abstrakcyjny model zachodni przyjęty zostanie za podstawę i następnie będzie wdrażany. Raczej słuszne wydaje się przypuszczenie, że – analogicznie do tworzenia instytucji w innych dziedzinach – różne europejskie realia medialne mogą służyć w procesie transformacji jako wzorce i punkty orientacyjne i pewne elementy strukturalne tych realiów medialnych mogą zostać zaadaptowane i dostosowane do struktur lokalnych przy równoczesnym zachowaniu tradycyjnych elementów¹⁴ i rozwoju nowych.

3. Paralelizm transformacyjny

Z teoretycznego punktu widzenia po załamaniu się starych reżimów i odejściu od struktur komunistycznych mogły istnieć różne – także alternatywne i innowacyjne – opcje w rozwoju mediów w poszczególnych krajach środkowo- i wschodnioeuropejskich. Kiedy spoglądamy wstecz, okazuje się jednak, że media w tych krajach w żaden sposób nie były w stanie wejść na dowolną drogę transformacji, lecz że tę drogę określały liczne różnorodne czynniki i swoiste okoliczności. Hamilton i Krimsky twierdzili (1995: 95) na przykład, że to przede wszystkim czynniki społeczne, ekonomiczne i kulturalne zadecydowały o tym, który typ systemu medialnego rozwinię się w danym kraju. Podobnego zdania jest Coman (2000: 49 i n.), który główny problem w kształtowaniu teorii upatrywał w skłonności do uogólniania i krytykował to, że wiele badań nie uwzględniało różnorodności czynników.

Za decydujący czynnik w przebiegu transformacji i w rozwoju mediów postkomunistycznych może uchodzić polityczno-medialny paralelizm transformacji: niewątpliwie istnieje związek między ogólną transformacją i jej ukierunkowaniem (Telos) a transformacją w mediach. Wszędzie tam, gdzie dobrze rozwinęły się struktury demokratyczne, gdzie stworzono warunki rządów prawa, a reformy ekonomiczne odniosły sukces, media są wolne lub względnie wolne i na ogół dobrze się rozwinęły¹⁵.

W krajach, w których postępy w ogólnej transformacji w tej perspektywie są mniejsze albo ich w ogóle nie ma, paralelizm transformacji oznacza odwrotnie, że to rodzime media napotykają na ogromne bariery w reformach i w rozwoju. Wzajemna zależność ogólnej transformacji i rozwoju

¹³ Sparks (1995: 11) słusznie wskazał na to, że termin *zachodni* jest nieprecyzyjny: *In neither structural features of the press and broadcasting nor the characteristics of media output is there a single uniform 'western model' against we can compare the development of the mass media of the former communist countries.*

¹⁴ Por. nadto Jakubowicz 1997.

¹⁵ Por. nadto na przykład: www.reporter-ohne-grenzen.de/indpres.php, stan z 8 grudnia 2002 oraz How Free? The Web The Press. The Annual Survey of Press Freedom. Press Freedom Survey 2001. URL: www.freedomhouse.org/research/pressurvey.htm, stan z 16 marca 2002.

mediów prowadzi w tych krajach do zmian kosmetycznych¹⁶ i do mieszanym struktur w mediach. W literaturze przedmiotu¹⁷ zwraca się uwagę na to, że w krajach o niewielkich politycznych i ekonomicznych postępach w transformacji media dostosować musiały się do na wpół autorytarnych lub autorytarnych ustrojów politycznych, a ich możliwości rozwoju w najwyższym stopniu określają państwowe i polityczne mechanizmy kontrolne i sterownicze oraz zależności gospodarcze (oligarchie, mecenaty).

III. Analizy przebiegu transformacji w mediach

Przedstawione w tym artykule istotne aspekty badań zarówno nad transformacją ogólną, jak też nad transformacją w mediach stanowiły podstawę dla wypracowania wielowątkowego metodologicznego instrumentu służącego do analizy przebiegu transformacji w mediach krajów postkomunistycznych. Zaprezentowany tu zestaw problemów badawczych nadaje się do zobrazowania następujących wątków transformacji:

- różnorodności etapów, dokumentujących postępy transformacji;
- swoistych założeń historyczno-kulturalnych oraz warunków politycznych, ekonomicznych i społeczno-kulturalnych;
- różnorodności płaszczyzn procesu i rozwoju transformacji w mediach.

Mocną stroną metodologiczną takiego zestawu problemów badawczych jest możliwość zidentyfikowania i odzwierciedlenia swoistych narodowych dróg transformacji. Zwłaszcza w międzynarodowych badaniach porównawczych może on okazać się pomocny, gdyż jest w stanie systematycznie objąć to, co łączy i to, co różni rozwój transformacji w różnych krajach.

1. Stopnie transformacji

Analogicznie do periodyzacji ogólnej transformacji w krajach postkomunistycznych przedstawionej w części pierwszej, przebieg transformacji w mediach także podzielić można na różne fazy, które charakteryzują się swoistymi cechami przejściowymi. Periodyzacja jest pomocnym instrumentem w udokumentowaniu rozwoju mediów¹⁸. W podstawowym ukie-runkowaniu *powrotu do Europy* lub *zwrotu ku zachodnim wzorom* można rozróżnić następujące stopnie (fazy) transformacji:

1.1. Przełom w sektorze mediów

- początek odchodzenia od dotychczasowej praktyki medialnej;
- niewielkie zmiany w zawartości mediów aż do zasadniczej zmiany orientacji publicystycznej w mediach oficjalnych;
- rozluźnienie monopolu przez powstawanie i tolerowanie nowych, alternatywnych źródeł informacji;

¹⁶ Por. Manaev (1995a: 65 i n.).

¹⁷ Por. nadto Manaev (1995: 65 i n.) i Trautmann (2001: 203).

¹⁸ Por. Filas (1994) i (1999).

- nowe wolności przez rozluźnienie i ignorowanie obowiązujących ustaleń;
- brak nowych obowiązujących ustaleń.

1.2. Ustanowienie zmian w sektorze mediów

- zniesienie mechanizmów kontroli (cenzura, bezpośredni wpływ zwierzchników);
- utworzenie nowych ram prawnych dla mediów;
- zniesienie monopoli państwowych i wprowadzenie nowych struktur w poszczególnych sektorach mediów (przez prywatyzację, deregulację, nowe regulacje, decentralizację);
- pluralizm w mediach;
- wzrost politycznej emancypacji mediów;
- liberalizacja rynku mediów;
- widoczny dostęp nowych aktorów do rynku;
- koegzystencja starej i nowej oferty;
- wzrastająca konkurencja i komercjalizacja;
- nowa definicja zadań mediów.

1.3. Powstawanie stabilnego ładu medialnego

- stabilizacja i konsolidacja nowego ładu medialnego;
- zachodzące zmiany nie mają już charakteru fundamentalnego;
- początek posttransformacyjnego procesu rozwoju.

W periodyzacji procesów transformacji w mediach i dokumentowaniu ich postępów ważne jest, aby precyzyjnie zbadać, jak daleko zmiany te zaszły. Należy tu dokonać rozróżnienia między zmianami fundamentalnymi a powierzchownymi. Równie ważna jest odpowiedź na pytanie o to, czy chodzi o rzeczywiste odejście od starego systemu, czy tylko o powierzchowne modyfikacje jego struktur.

2. Drogi transformacji w mediach

2.1. Ramy zewnętrzne

Jak na wstępie zauważono, należy podczas analizy mediów równocześnie uwzględnić swoiste warunki ramowe, gdyż to one dużej mierze wytyczają i współokreślają drogę transformacji mediów. W tym kontekście ważne są zarówno doświadczenia historyczne, które kreują określony zestaw warunków transformacji, jak też czynniki polityczne, ekonomiczne, kulturalne i zewnętrzne, które jej towarzyszą i kształtują zewnętrzne ramy transformacji ogólnej. Istotne są następujące aspekty:

Perspektywa rozwoju:

- Orientacja w sensie powrotu do Europy względnie zwrotu ku zachodnim wzorom. Najpierw należy stwierdzić, czy i do jakiego stopnia poszczególne kraje dążyły lub wciąż dążą do transformacji w tej perspektywie rozwoju.

Parametry historyczne:

– Utożsamianie się ludności z komunizmem. Stopień utożsamiania się ludności z komunizmem mógł mieć zasadniczy wpływ na sformułowanie perspektyw rozwoju w procesie transformacji i na gotowość do demokracji

– zarówno w kręgach politycznych, jak też wśród ludności.

– Typ komunizmu do roku 1989. Reżimy totalitarne, które nie akceptowały odstępstw od ortodoksyjnego wariantu, mogły wśród ludności wytworzyć inną świadomość polityczną i społeczną niż reżimy autorytarne, które akceptowały limitowane swobody.

– Gotowość reżimu komunistycznego do reform. Gotowość elit komunistycznych do krytycznego spojrzenia na ortodoksyjne idee i do przeprowadzenia reform społecznych i gospodarczych, mogła decydująco wpłynąć na stan modernizacji kraju.

– Opozycja wewnętrzna. Ważne jest, czy i w jakim stopniu istniała wewnętrzna opozycja, która artykułowała swój sprzeciw wobec systemu komunistycznego, była wyzwaniem dla elit komunistycznych, a w przypadku zmiany reżimu byłaby potencjalnie w stanie przejąć polityczną odpowiedzialność za losy kraju.

– Typ cywilizacji religijno-kulturalnej. Swoisty typ cywilizacji może także odegrać pewną rolę w postępie demokratyzacji.

Okres przejściowy:

– Sposób dokonywania zmiany reżimu. Sposób zmiany władzy mógł mieć wpływ na późniejszy rozwój transformacji (szybkie lub opóźnione czy wlokące się reformy).

– Czas trwania zmiany reżimu. Okres trwania zmiany reżimu (aż do pierwszych wolnych wyborów) mógł również odegrać pewną rolę w odniesieniu do tempa i jakości reform.

Rozwój transformacji:

– Kontynuacja starych elit politycznych. To centralny aspekt, ponieważ stare elity polityczne być może wcale nie chciały albo chciały tylko częściowo zmienić status quo i z tego powodu mogą stanowić główną barierę reform.

– Typ nowego systemu rządowego. Wybór nowego systemu rządów mógł się również odbić na postępie demokratyzacji. Dyspersja władzy następuje stopniowo od systemu władzy prezydencko-parlamentarnego do parlamentarno-prezydenckiego aż wreszcie do parlamentarnego.

– Postęp demokratyzacji. To centralny aspekt dokumentujący polityczny postęp transformacji. W centrum uwagi stoją wolne i uczciwe wybory, system wielopartyjny, konkurencja polityczna, polityczne grupy interesów.

– Zmiany w konstytucji. Ważne dla przebiegu transformacji jest to, czy i w jaki sposób zmieniono konstytucję bądź zastąpiono ją nową.

– Praworządność. To główny element udanego procesu transformacji; chodzi tu w szczególności o podział władzy, poddające się kontroli i niez-

leżne sądownictwo, nadrzędność prawa i ustaw, bezpieczeństwo prawne i ochrona prawna.

– Udane reformy gospodarcze. Do tego zalicza się wprowadzenie gospodarki rynkowej, odpaństwowienie, wspieranie gospodarki prywatnej i zwalczanie inflacji. Wzrost sektora prywatnego i rozwój gospodarki odzwierciedlają gospodarczy postęp transformacji.

– Zasięg inwestycji zagranicznych. Inwestycje zagraniczne świadczą z jednej strony o zaufaniu (albo jego braku) do stabilności i dalszego rozwoju kraju, a w drugiej strony przyczyniają się w dużym stopniu do jego rozwoju strukturalnego i ekonomicznego.

– Integracja z UE. Stosunki z UE odgrywają w procesie transformacji istotną rolę. Zabiegi o integrację i specjalne programy mają wpływ na kierunek transformacji i jej postępy.

– Ogólna integracja międzynarodowa. Integracja z międzynarodowymi strukturami i organizacjami stanowi dodatkowy zewnętrzny czynnik, który może współdecydować o przebiegu transformacji.

2.2. *Swoiste płaszczyzny medialne*

W dalszej analizie przedstawić należy swoiste płaszczyzny transformacji mediów z uwzględnieniem różnorodnych opcji jej rozwoju. Zacząć można od płaszczyzny legislacyjnej i strukturalnej i tutaj należy odpowiedzieć na następujące pytania:

Płaszczyzna legislacyjna i strukturalna

- Czy stworzono ramowe warunki prawne dla przekształcenia ładu medialnego?
- Czy zniesiono cenzurę?
- Czy prawnie zapewniono wolność słowa, prasy i informacji?
- Czy istnieje wolność słowa, prasy i informacji? (de iure czy de facto?)
- Czy istnieją nowe podstawy prawne, które mogą ograniczyć wolność prasy (wysokie kary za zniesławienie, ujawnienie tajemnicy itp.)?
- Czy podjęto kroki w celu restrukturyzacji mediów?
- Czy zniesiono struktury centralistyczne i monopolistyczne?
- Czy istnieją mechanizmy uniemożliwiające powstawanie monopoli?
- Czy nowi aktorzy mają dostęp do rynku mediów?

Druga płaszczyzna analizy medialnej obejmuje warunki ekonomiczne transformacji i rozwoju mediów. Tu nasuwają się następujące zasadnicze pytania:

Płaszczyzna ekonomiczna

- Czy były państwowe lub partyjne media zostały sprywatyzowane?
- Czy nastąpiła liberalizacja rynku?
- Jaką rolę odgrywają inwestorzy zagraniczni?
- Jaką rolę odgrywają rodzimi inwestorzy?
- Jaką rolę odgrywa rynek reklam?

- Jak się rozwinął rynek reklam?
- Jaka rolę odgrywają w reklamie firmy zagraniczne, krajowe oraz państwowe lub zbliżone do państwa?

Następną płaszczyznę wyznacza państwo, elity władzy i media. Na tej płaszczyźnie powinno się pokazać, w jakiej mierze na media ciągle wpływ mają lub starają się nimi posługiwać państwo i/lub polityczne i gospodarcze elity władzy. W centrum uwagi stoją tu następujące pytania:

Płaszczyzna państwa, elit władzy i mediów

- Czy mediom udało się wyzwolić spod wpływu państwa i partii?
- Jak wielka jest dzisiaj niezależność mediów od państwa i elit władzy?
- Czy media wciąż jeszcze są tubami określonych ugrupowań politycznych lub instytucji państwowych?
- Czy istnieją mechanizmy kontroli i sterowania ze strony polityki i/lub państwa?

Zaprezentowany tutaj zestaw problemów należałoby rozszerzyć, przeprowadzając dokładną analizę zmian w poszczególnych segmentach mediów (prasa, radio i telewizja, agencje prasowe itd.). Zarysowane w ramach tego artykułu kolejne kroki w badaniach należy potraktować jako analityczną konstrukcję, która jest w stanie oddać swoistą ogólną i medialną drogę transformacji w danym kraju. W badaniach porównawczych procesów transformacji należałoby rozważyć rozszerzenie zaproponowanego katalogu problemów o problemy szczegółowe. Tego typu uzupełnienia mogą przyczynić się do wiernej charakterystyki przebiegu transformacji. Taki sposób postępowania wydaje się również konieczny, aby nie wpaść w zasadzkę, która często występuje w analizie i ocenie poziomu rozwoju mediów w Europie Środkowo-Wschodniej: chodzi tu o przepaść między de iure i de facto, co znajduje wyraz w tym, że rzekomy postęp nierzadko występuje tylko na papierze.

Przekład: Ilza Kowol

Bibliografia

- Coman, Mihai (2000): Developments in Journalism Theory About Media „Transition” in Central and Eastern Europe 1990-99, *Journalism Studies* (1), s. 35–56.
- Dauderstädt, Michael / Gerrits, André W. M. (2000): Democratisation after Communism: Progress, Problems, Promotion. *Internationale Politik und Gesellschaft Online / International Politics and Society* (4). URL: ora.fes.de:8081/fes/docs/IPG4_2000/dau-diopti2.htm, stan: 4 marzec 2002.
- Ekier, Grzegorz (1999): Do Legacies Matter? Patterns of Postcommunist Transitions in Eastern Europe. *East European Studies (Occasional Paper)* (53) z maja 1999. URL: wwics.si.edu/ees/papers/1999/53eki_p/53eki_p.htm, stan: 2 marzec 2002.
- Filas, Ryszard (1994): Pięć lat przemian mediów masowych w Polsce: bilans wstępny. *Zeszyty Prasoznawcze* 1–2, s. 57–66.
- Filas, Ryszard (1999): Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999). *Zeszyty Prasoznawcze* 1–2, s. 31–58.

- Gati, Charles (1996): The Mirage of Democracy. *Transition*, z 22 marca 1996, s. 6–12 i 62.
- Grilli di Cortona, Pietro (1991): From communism to democracy: rethinking regime change in Hungary and Czechoslovakia. *International Social Science Journal* (128). S. 315–330.
- Gross, Peter (2002): *Entangled Evolutions. Media and Democratization in Eastern Europe*. Baltimore.
- Hamilton, John Maxwell / Krimsky George A. (1995): Exporting American Media. *Media Studies Journal* (3) z lata 1995, s. 93–102.
- Jakubowicz, Karol (b.r.w.): Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe. Manuskrypt, stan: grudzień 2001.
- Jakubowicz, Karol (1997): Den Westen überbieten – der landeseigene Weg: Polen (w:) Die Entwicklung der audiovisuellen Medienlandschaft in Mitteleuropa seit 1989. Opublikowane przez Generaldirektion X, Direktorat D Komisji Europejskiej i Generaldirektion IA, Direktion B Komisji Europejskiej we współpracy z Eureka Audiovisuell, Berlin 1997, s. 55–88.
- Konrád, György / Szelenyi, Iván (1978): Die Intelligenz auf dem Weg zur Klassenmacht. Frankfurt nad Menem.
- Krasnodębski, Zdzisław (1993): Polens Rückkehr nach Europa, (w:) Schäfers, Bernhard (red.): Lebensverhältnisse und soziale Konflikte im neuen Europa. Verhandlungen des 26. Deutschen Soziologentages in Düsseldorf 1992. Frankfurt nad Menem / Nowy Jork, s. 267–272.
- Lauristin, Marju (1997): Contexts of Transition. (w:) Lauristin, Marju / Vihailemm, Peter i inni (red.): Return to the Western World. Cultural and Political perspectives on Estonian Post-Communist Transition, Tartu, s. 25–40.
- Manaev, Oleg (1995): The USSR (Republic of Belarus). (w:) Paletz, David / Jakubowicz, Karol / Novosel, Pavao (red.): Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe. Cresskill, N.J. s. 65–95.
- Merkel, Wolfgang (1999): Systemtransformation. Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung, Opladen.
- Motył, Alexander J. (2001): Ten years after the Soviet Collapse: Persistence of the Past and Prospects for the Future. (w:) Karatnycky, Adrian / Motyl, Alexander / Schnitzer, Amanda (red.): Nations in Transit 2001. Civil Society, Democracy, and Markets in East Central Europe and the Newly Independent States, (wyd. Freedom House), s. 36–44. URL: www.freedomhouse.org/research/nitransit2001/pdf_docs.htm, stan: 16 marzec 2002.
- Müller, Klaus (2001): Post-Washingtoner Consensus und Comprehensive Development Framework. Neue Perspektiven für Transformationsforschung und Transformationstheorie. Berliner Osteuropa Info, Schwerpunktthema: Transformationsprozesse in Osteuropa: Abweichung und Vielfalt in einer globalisierten Welt (16), s. 5–13.
- Nielsen, Klaus / Jessop, Bob / Hausner, Jerzy (1995): Institutional change in Post-Socialism. (w:) Hausner, Jerzy / Jessop, Bob / Nielsen, Klaus (red.): Strategic choice and path-dependency in post-socialism: institutional dynamics in the transformation process, Hants / Brookfield, s. 3–44.
- Offe, Claus (1994): Der Tunnel am Ende des Lichts, Frankfurt nad Menem / Nowy Jork.
- Rupnik, Jacques (1999/2000): Landschaft nach der Schlacht. Zu einer Typologie der postkommunistischen Übergänge, *Transit – Europäische Revue* (18), s. 54–66.
- Schramm, Wilbur (1976): The Soviet Communist Theorie, (w:) Siebert, Fred S. / Peterson, Theodore / Schramm, Wilbur (red.): Four Theories of the Press. Urbana, Chicago, Londyn, wyd. 10, s. 105–146.
- Siebert, Fred S. (1976): The Libertarian Theory, (w:) Siebert, Fred S. / Petersen, Theodore / Schramm, Wilbur (red.): Four Theories of the Press. Urbana, Chicago, London, wyd. 10, s. 39–71.
- Siebert, Fred S. / Petersen, Theodore / Schramm, Wilbur (red.): Four Theories of the Press. Urbana, Chicago, London, wyd. 10.
- Siehl, Elke (1997): Pfadabhängigkeit und Privatisierung in Osteuropa. Die institu-

- tionenökonomische Perspektive. Arbeitshefte des Osteuropa-Instituts der Freien Universität Berlin, *Arbeitsschwerpunkt Politik*, 10/1997.
- S p a r k s, Colin (1995): Introduction: The Emerging Media Systems of Post-communism. Javnost / The Public: Broadcasting After Communism (3), (wyd. Slavko Splichal), s. 7–18.
- S p l i c h a l, Slavko (1994): Civil Society and Media Democratization in East-Central Europe: Dilemmas in the Evolution of a New Model. (w:) Bibič, Adolf / Graziano, Gigi (red.): Civil Society, political society, democracy, Ljubljana, s. 305–324.
- S r u b a r, Ilja (1996): Probleme der europäischen Integration post-sozialistischer Länder Mittelost-Europas, (w:) C l a u s e n, Lars (red.): Gesellschaften im Umbruch. Verhandlungen des 27. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Halle an der Saale 1995, Frankfurt nad Menem / Nowy Jork, s. 675–686.
- S u n d h a u s e n, Holm (1995): Die „Transformation“ Osteuropas in historischer Perspektive oder: Wie groß ist der Handlungsspielraum einer Gesellschaft? (w:) W o l l m a n n, Hellmut / W i e s e n t h a l, Helmut / B ö n k e r, Frank (red.): Transformation sozialistischer Gesellschaften: Am Ende des Anfangs, Opladen, s. 30–53.
- T h o m a ß, Barbara (2001): Kommunikationswissenschaftliche Überlegungen zur Rolle der Medien in Transformationsgesellschaften, (w:) T h o m a ß, Barbara / T z a n k o f f, Michaela (red.): Medien und Transformation in Osteuropa, Wiesbaden, s. 39–64.
- T r a u t m a n n, Ljuba (2001): Demokratisierung oder Resowjetisierung? Die russischen Massenmedien im Transformationsprozess. (w:) T h o m a ß, Barbara / T z a n k o f f, Michaela (red.): Medien und Transformation in Osteuropa, Wiesbaden, s. 203–233.
- V a c h u d o v á, Milada / S n y d e r, Tim (1997): Are Transitions Transitory? Two Types of Political Change in Eastern Europe Since 1989, *East European Politics and Societies* (1), Winter 1997, s. 1–35.
- W e i d e n f e l d, Werner / H u t e r e r, Manfred (1992): Osteuropa. Herausforderungen, Probleme, Strategien, Gütersloh.
- W e i d e n f e l d, Werner (red.) (2001): Shaping Change – Strategies of Transformation. Gütersloh.

JOANNA GOŁONKA

KILKA UWAG O RZECZYWISTOŚCI W REKLAMIE TELEWIZYJNEJ

Reklama, którą rozumiem tutaj szeroko jako płatne narzędzie służące nakłanianiu ludzi do dobrowolnego wykonania takich czynności, jak kupno określonego towaru, skorzystanie z usługi, udzielenie wsparcia określonym ideom, przedsięwzięciom, osobom czy instytucjom¹, jest niemal od zarania dziejów częścią otaczającej nas rzeczywistości. **Kamieniami milowymi** w jej rozwoju były m.in. wynalazek druku, rewolucja przemysłowa i początki gospodarki kapitalistycznej, wprowadzenie powszechnego obowiązkowego kształcenia na poziomie podstawowym i przez to likwidacja analfabetyzmu, rozwój prasy i potem innych mediów masowych, wynalazki techniczne takie jak parowa maszyna drukarska czy aparaty fotograficzne, powstawanie profesjonalnych biur ogłoszeń i agencji reklamowych a w czasach już nam współczesnych zmiana orientacji aksjologicznej i globalizacja (przemysłu, handlu, informacji).

Reklamę, tę komercyjną², w **Polsce** w oczach wielu odkryto dopiero po przełomie z 1989 roku. Wrażenie takie bierze się stąd, że reklama w czasach PRL, nawet jeśli istniała, to nie spełniała takich funkcji jak dzisiaj, w warunkach kapitalistycznej gospodarki rynkowej, nie musiała nakłaniać do wyboru określonego produktu czy usługi spośród bogatej, rywalizującej ze sobą oferty.

Polskie społeczeństwo zostało w 1990 roku od razu rzucone na głęboką wodę reklamy. Na początku docierały do nas głównie reklamy z zachodniej Europy, które zrazu bardzo niewprawnie próbowaliśmy tłumaczyć na język polski i polską rzeczywistość. Szybko zaczęły powstawać też rodzime reklamy. Polscy reklamodawcy i reklamotwórcy musieli bardzo szybko przejść skrócony i skondensowany kurs reklamy. Kurs taki – w innym sensie – musiało jednak też przejść polskie społeczeństwo. Początkowy entuzjazm szybko zamienił się w rozczarowanie (że radykalnych zmian na lepsze doświadczyła tylko niewielka część społeczeństwa), przesyt (że reklamy jest

¹ Rozumienie takie nawiązuje do definicji Wöhe (1990:687).

² Choć powyższa definicja ujmuje zjawisko reklamy bardzo szeroko, to jednak dalej najczęściej będzie mowa o komercyjnej reklamie produktów i usług. Szerokie rozumienie reklamy jest tutaj konieczne ze względu na dobór korpusu do analizy. Nie uwzględnia on przede wszystkim reklamy politycznej, propagandy, której właśnie jako jedynej nie brakowało w PRL.

stanowczo za dużo, że wdzierą się ona dosłownie wszędzie), krytycyzm (że reklama kłamie, przeinacza rzeczywistość, stwarza wymaginowane potrzeby, ogłupia i manipuluje). I w tym nie różnimy się zupełnie od społeczeństwa zachodnioniemieckiego, gdzie ten proces dokonał się jednak w dłuższym przedziale czasowym, ani wschodnioniemieckiego, które przeszło (i przechodzi) podobne doświadczenia w tym samym czasie.

Oblicza współczesnej reklamy

Zmiany, jakie zachodziły w społeczeństwie, kulturze i w reklamie zachodnioniemieckiej w ciągu kilku dziesięcioleci (por. Golonka 2003a:180n), niemieccy autorzy określają jako bardzo szybkie (por. Bau 1994, Wehner 1996, Paxmann 1998), w Polsce musieliśmy je przejść w czasie zaledwie kilku lat. Zmiany te przebiegały równoległe do rozwoju technicznego mediów masowych, stwarzających reklamie coraz wyrazistsze, coraz bardziej ekspresywne środki wyrazu³. To dzięki technologicznemu doskonaleniu mediów reklama stawała się coraz większa, coraz bardziej kolorowa, coraz szybsza i dynamiczniejsza (i co za tym idzie krótsza, co bynajmniej nie jest dziś bez znaczenia), może czerpać pełnymi garściami z fantastyki i z rzeczywistości wirtualnej⁴. Korzystanie z tych możliwości stało się dla reklamy koniecznością w sytuacji walki o uwagę odbiorców.

Typowe dla reklamy jest dziś **nawiązywanie do wartości kulturowych** (por. Golonka 2003a). Problematykę różnorodnego odwoływania się do wartości w reklamie telewizyjnej przedstawiła Małgorzata Lisowska-Magdziarz (2001). Wnioski, do jakich dochodzi autorka, są dla mnie bardzo cenne ze względu na to, że wartości jako jedno z podstawowych bogactw i jednocześnie świadectw kultury oraz jako podstawowe motywy działań i zachowań (także tych rynkowych) są również integralnym elementem rzeczywistości, oraz ze względu na to, że autorka analizuje właśnie reklamę telewizyjną. Bardzo trafne jest już jej wstępne spostrzeżenie (str. 58), że „wpływ reklamy na ludzi nie kończy się na oddziaływaniu na ich zachowania rynkowe”, gdyż jest reklama „jednocześnie, a może przede wszystkim pewną propozycją myślenia o świecie”⁵. Autorka wykazuje na podstawie analizy wielu spotów, iż w latach dziewięćdziesiątych dokonała się **zasadnicza zmiana zbioru wartości Polaków**, którzy, jeśli wierzyć reklamie, wyznają dziś raczej globalny zbiór wartości (przejętych z zachodniej Euro-

³ Jakże inaczej prezentują się pierwsze zachodnioniemieckie filmy reklamowe, z końca lat 40. czy początku 50. czarno-białe, z wyraźną, dokładnie rozegraną (rozwlekłą) i przejrzystą fabułą, aktorami o powierzchowności aktorów filmów archiwalnych, z treścią pozbawioną cienia niedomówień. Można je zobaczyć choćby na kasecie „50 Jahre Werbung in Deutschland”, wydanej przez Niemieckie Muzeum Reklamy we Frankfurcie nad Menem w 1999 roku, zawierającej 167 filmów reklamowych z pięciu dziesięcioleci historii powojennej reklamy w RFN.

⁴ O *Virtual Reality* będzie jeszcze mowa poniżej.

⁵ Ze swej strony mogą dodać: pewną propozycją postrzegania, przeżywania i interpretowania rzeczywistości.

py) niż tradycyjny kanon polskich wartości kulturowych⁶: zabawa i przyjemności, rodzina jako tło dla wspólnej konsumpcji, bezpieczeństwo i zdrowie. Według mojej własnej typologii wartości „reklamowych” (Golonka 2004) chodzi tu wyłącznie o niematerialne wartości dotyczące odbiorców reklam (*empfängerbezogene immaterielle Werte*), szczególnie ich przeżyć (*Erlebniswerte*) i potrzeb (*Bedürfniswerte*). Podobną zmianę orientacji aksjologicznej odnotowano na zachodzie Europy już w połowie lat siedemdziesiątych⁷. Inna istotna uwaga Lisowskiej-Magdziarz (str. 62) dotyczy faktu, że „reklamowy świat w znacznej mierze budowany jest na społecznych **mitach i stereotypach**”, skuteczniejszych w oddziaływaniu niż empirycznie potwierdzona prawda.

Typową cechą współczesnej reklamy (tak samo zresztą jak większości pozostałej oferty mediów) jest to, że ma ona służyć **rozrywce**. Dlatego jej twórcy coraz bardziej próbują przedstawiać przesłania reklamowe w sposób humorystyczny, szybki, łatwy i zabawny. Treść dzisiejszych reklam i sposób przekazu są bardzo zbliżone do pozostałych programów prezentowanych przez branżę rozrywkową. Skoro tak masowo konsumujemy rozrywkę, dlaczego w sposób rozrywkowy nie dać się skusić do konsumowania innych dóbr? Świat, jaki widzimy w reklamach, i ten, który roztacza przed nami bogata oferta sektora rozrywki, niewiele różni się od siebie.

Jeszcze jedna cecha dzisiejszej reklamy, zwłaszcza reklamy telewizyjnej, wymaga wspomnienia, mianowicie jej silna **emocjonalizacja**. Już dawno przestała się reklama starać o podawanie rzetelnych informacji w ofercie zachwalanych towarów lub usług. Fakt ten jest szczególnie mocno podkreślany przez krytykę reklamy. Z drugiej strony wydaje się, że jest to zrozumiała kolej rzeczy: z jednej strony panuje dziś powszechny **przesyt różnego rodzaju informacji** (przesyt informacyjny), do których dostęp jest coraz powszechniejszy i łatwiejszy. Z drugiej strony rodzi to ogólne wrażenie, że wszyscy dziś dużo wiemy, również na temat tak podobnej do siebie oferty reklamowanych produktów i usług, których nie sposób dziś zróżnicować przy pomocy samych tylko racjonalnych argumentów. Reklama zaś ma służyć właśnie stworzeniu określonego profilu i pozytywnego image’u oferowanego towaru. Więc jeśli brak jest uchwytnych różnic i jeśli krytyczny odbiorca i tak nie wierzy podawanym do wiadomości walorom, pozostaje zarzucenie haczyka emocji. Emocjonalizacja przekazów reklamowych staje się niemal koniecznością w sytuacji przesytu informacyjnego i inflacji wrażeń, w której odbiorca w ogóle nie zwraca uwagi ani nie postrzega wielu przesłań, które do niego docierają. Właśnie przekaz emocjonalny, czasem szokujący, ma szansę okazać się wystarczająco silny, aby

⁶ Wniosek ten całkowicie potwierdzają moje własne spostrzeżenia, oparte jednak na analizie anonsów reklamowych z czasopism (Golonka 2003b).

⁷ Klasykami teorii „zmiany wartości” byli przede wszystkim Helmut Klages (teza przejścia od tzw. *Pflichtwerte* do *Selbstentfaltungswerte*, od wartości związanych z poczuciem obowiązku i dyscypliny do wartości związanych z rozwojem jednostki i jej samorealizacją) i Roland Inglehart (teza „cichej rewolucji” – przejścia od wartości materialistycznych do postmaterialistycznych).

przecz się przez barierę postrzegania i dotrzeć do świadomości odbiorcy lub do jego podświadomości⁸.

Do **zmienionych uwarunkowań komunikowania** końca XX i początku XXI wieku należy też powszechny dzisiaj postmodernistyczny pluralizm i równocześnie relatywizm pojęć i definicji, wartości i poglądów, światopoglądów i zapatrywań. Wielość, w której pojedynczy człowiek często się gubi, w której traci rozeznanie i kierunek. Również już nie tylko z jedną wizją rzeczywistości styka się współczesny człowiek, współczesny konsument mediów masowych i reklamy, lecz z różnymi jej obrazami, z różnymi jej fragmentami, do których w życiu codziennym nie ma dostępu, ze zróżnicowanymi jej interpretacjami, w końcu również z rzeczywistością, która nie ma żadnego odpowiednika w świecie realnym, z całkowicie inscenizowaną rzeczywistością wirtualną.

Na wszystkie te zmiany zewnętrznych i wewnętrznych warunków, w jakich odbywa się dziś komunikacja, musi reagować też reklama jako najważniejsza część komunikacji marketingowej.

Rzeczywistość a reklama

1. Uwagi wstępne

Za **rzeczywistość** można uznać wszystko, co człowiek może postrzegać i czego możemy doświadczać w ciągu swojego życia. Widzenie rzeczywistości jest indywidualne (postrzegamy ją w różny sposób), ale jest też fenomenem kulturowym: to **kultura**, w jakiej żyjemy, którą uważamy za swoją, decyduje o tym, jak postrzegamy świat wokół nas; to w kulturze rzeczywistość jest w określony sposób skonstruowana, zorganizowana. Rodząc się i żyjąc w określonej kulturze, uczymy się postrzegać świat wokół nas w pewien określony sposób, widzieć i interpretować rzeczywistość⁹. W zdominowanej przez media masowe kulturze również rzeczywistość to w znacznym stopniu rzeczywistość medialna, wykreowana przez twórców oferty medialnej, inscenizowana w zgodzie z każdorazowym celem danego programu. W tym kontekście trzeba umiejscowić też rzeczywistość przedstawianą w reklamach.

2. Rzeczywistość w reklamie

Ze swoistym przedstawieniem rzeczywistości spotykamy się w każdej reklamie. W najbardziej natrętny sposób dzieje się to jednak w przypadku reklamy telewizyjnej. Obraz rzeczywistości jest tutaj najbardziej zbieżny

⁸ Według psychologów reklamy (por. Rosenstiel/Kirsch 1996:60) to właśnie postrzeganie jest pierwszą, bardzo wysoką poprzeczką, którą pokonać musi reklama. Spośród nowych impulsów tylko te, które są wystarczająco silne, „wstrząsające” nasz wewnętrzny świat, docierają do naszego mózgu, naszej świadomości i są tam przetwarzane. Jednak drogę świadomego postrzegania można ominąć poprzez komunikaty emocjonalne, oddziałujące bezpośrednio na nie w pełni uświadomione emocje.

⁹ Tu dotykamy ważnego problemu natury pedagogicznej i etycznej równocześnie: mediów generalnie i reklamy szczególnie jako instancji socjalizacyjnej, wychowującej dzieci i młodzież do specyficznego postrzegania rzeczywistości.

z realnym jej doświadczaniem: widzimy ruchome, kolorowe obrazy, napisy, słyszymy głosy i różnorodne dźwięki. Dlatego wywiera ona największe wrażenie na obserwatorach, dociera do ich psychiki, pozostawia ślad w ich świadomości, ale też w sposób mało uświadomiony (lub całkowicie nieświadomy) porusza nasze uczucia, emocje, wzmacnia podstawowe potrzeby. Jak każdy obraz medialny, reklama telewizyjna sprawia wrażenie autentyczności, prawdziwości; w naszej kulturze nauczyliśmy się bowiem uznawać za wiarygodne to, co widzimy własnymi oczami, czego jesteśmy naocznymi świadkami. I taki właśnie efekt chcą osiągnąć wszelkie przekazy telewizyjne, np. wiadomości z kraju i ze świata oraz właśnie reklama¹⁰.

Jaka jest więc rzeczywistość przedstawiana w reklamie?

2.1. Jest na pewno **selektywna i stereotypowa**: z możliwych obrazów rzeczywistości twórcy reklam wybierają te, które zostaną najprawdopodobniej zaakceptowane i pozytywnie ocenione przez możliwie wielu potencjalnych odbiorców, w szczególności przez grupę docelową danej reklamy. Takie selektywne podejście do rzeczywistości czyni przesłanie reklamowe zawsze niezupełnie prawdziwym.

2.2. Jest też **kreowana, inscenizowana, wymyślona**, często tylko **wirtualna**¹¹, a przy tym **coraz rzadziej ściśle związana z zachwalanym produktem**, a za to coraz częściej w jakiś sposób skupiona przede wszystkim na odbiorcy, czy to obiecując mu spełnienie jego życiowych marzeń, czy też odślaniając przed nim godne naśladowania style życia, czy choćby tylko próbując go zabawić¹². Nigdy produkty czy usługi czy też idee nie są zachwalane na gruncie neutralnym, lecz zawsze w jakimś specyficznym, istotnym dla wymowy całości i zwykle bardzo sugestywnym kontekście, wzmacniającym wymowę przesłania reklamowego.

2.3. Po trzecie jest rzeczywistość reklamowa dzisiaj z reguły silnie **emocjonalizowana**, tzn. jej przedstawienie odwołuje się przede wszystkim do emocji odbiorców, bowiem to zdaje się jej zapewniać dotarcie do ich świata wewnętrznego i może spowodować odczuwanie (nawet nieuświadomionej) sympatii do marki. Przekaz emocjonalny bardzo często odwołuje się do silnych niematerialnych wartości, istotnych dla danego targetu.

¹⁰ Wprawdzie każdy (może z wyjątkiem dzieci) może pozostać świadomy, że chodzi tu jedynie o zachwalanie jakiegoś towaru, jednak natrętność przekazu zmusza wielu do sięgnięcia potem w sklepie po reklamowany produkt, choćby po to, by się przekonać, czy to, co widzieliśmy, jest prawdą, i dlatego, że dzięki reklamie ta właśnie marka stała się nam znana i w jakiś nieokreślony (!) sposób sympatyczna.

¹¹ O tzw. *Virtual Reality* (VR) pisze dużo w swojej pracy o rzeczywistości w reklamie Justyna Włoch (2002:48nn). Jest VR prawdziwą pokusą twórców filmów reklamowych i nie ma dziś już prawie żadnych granic, może dowolnie łączyć elementy istniejące realnie i te, które istnieją tylko na ekranie komputera, tworząc wrażenie totalnej iluzji (że naprawdę znajdujemy się w wymyślonym świecie, że jest on żywy, realny) i przez to czyniąc możliwym „totalne uwiedzenie” przez reklamę. Symulacje komputerowe umożliwiają ich odbiorcom wygodną ucieczkę z rzeczywistości realnej, fascynują, bawią, ale mogą też spowodować, zwłaszcza u dzieci, zatarcie granic pomiędzy tym, co prawdziwe, a tym, co tylko urojone (i przy tym upragnione). Rzeczywistość wirtualna umożliwia umiejscowienie istotnych informacji o produkcie bezpośrednio w naszym polu postrzegania i połączenie jej z odpowiednimi, upragnionymi przez nas skojarzeniami, co może wydatnie wzmocnić siłę oddziaływania marki, produktu czy usługi. *Virtual Reality* czyni nawet z informacji rozrywkę.

¹² I przez to zapewnić sobie jego uwagę. Jednak o reklamie sówicie zaprawionej elementami humoru mówi się w branży, że wprawdzie gwarantuje ona uwagę odbiorców, ale zapamiętać mogą oni jedynie komiczne sceny i żart, nie zaś sam produkt czy markę.

2.4. Na koniec należy wspomnieć, że służąca stworzeniu wyjątkowego, niepowtarzalnego profilu rzeczywistość reklamowa **wzmacnia określone trendy, wzorce, mody czy style** i obala inne, **tworzy ikony i symbole** zachodniej kultury coraz bardziej zdominowanej przez konsumpcję, jest odzwierciedleniem, ale też wyznacznikiem czy nawet kreatorem zmian społecznych, utwierdza w nas przekonania, jakim człowiekiem warto być itd. To jest właśnie ten socjologicznie bardzo istotny wpływ reklamy na nasze życie, o jakim wspomniała Lisowska-Magdziarz (2001:58) na wstępie swego artykułu. W dzisiejszym nieprzejrzystym, pluralistycznym i relatywistycznym globalnym świecie, w którym często tracimy orientację, również reklama chce nam pomóc uporządkować świat i rzeczywistość.

3. Charakterystyka korpusu

Aby pokazać telewizyjną rzeczywistość reklamową, najbardziej wymowna wydaje się analiza samej reklamy. Z porównania wydatków na reklamę telewizyjną wynika, że Polska procentowo o wiele więcej niż RFN inwestuje w tę właśnie formę reklamy¹³. Jednak w przeciwieństwie do Niemiec programy telewizji publicznej nie są u nas przerywane blokami reklamowymi, co wydatnie zmniejsza ilość emitowanych w Polsce reklam telewizyjnych¹⁴. Bloki reklamowe w telewizji prywatnej są tak w Polsce jak i w Niemczech dłuższe niż w telewizji publicznej, lecz w RFN poza tym dłuższe niż w Polsce¹⁵.

Analizie poddanych zostało kilka bloków reklamowych polskich i niemieckich, wyemitowanych 22 grudnia 2003 r. wieczorem: w telewizji publicznej (program pierwszy naszej TVP i ARD¹⁶) przed wiadomościami wieczornymi i po nich oraz w telewizji prywatnej (Polsat i Pro 7) po 21.00. Ze względu na wybór dnia spodziewać się można było wielu reklam nawiązujących do świąt Bożego Narodzenia w zgodzie z wartościami tradycyjnymi oraz wyraźniejszego niż zwykle podkreślenia wartości rodzinnych¹⁷. Również jako typowych można było oczekiwać reklam społecznych, tzw. „filantropijnych”, zachwalających zaangażowanie firm na rzecz dzieci¹⁸. Spodziewałam się też bardzo stereotypowego, „świętecznego”

¹³ Aż 62,7% zysków mediów z reklamy przypadło w 2001 roku w Polsce na telewizję, podczas gdy w Niemczech było to tylko 26,8%. Polska miała pod tym względem (wydatków na reklamę telewizyjną) najwyższy wskaźnik w Europie (spośród 19 krajów Europy, wymienionych w roczniku ZAW, Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft). Gdy jednak porównamy łączne sumy wydane w 2001 roku w Niemczech i w Polsce na reklamę (16 578 oraz 1 927 mln. dolarów US), to otrzymamy kwotę 4 442,9 mln. dolarów wydatków na reklamę telewizyjną w Niemczech oraz 1 208,2 mln. dolarów w Polsce, a więc ostatecznie sumę o wiele skromniejszą. Niestety nie dysponuję danymi na rok 2003.

¹⁴ W telewizji niemieckiej zaś można zauważyć brak wyraźnego oddzielenia bloku reklamowego od innych części programu, co ma zawsze miejsce w telewizji polskiej.

¹⁵ W Polsce jednak prawdopodobnie większa jest oglądalność telewizji, czyli czas spędzany przed ekranem telewizora, por. na przykładzie dzieci i młodzieży Kolasa (2002).

¹⁶ Czyli również pierwszy program niemieckiej telewizji publicznej.

¹⁷ Świąta te bowiem tak w Polsce jak i w Niemczech (choć bardziej na pewno w Polsce) uznawane są za święta rodzinne, spędzane w gronie rodzinnym.

¹⁸ Aby obraz był całościowy, przeanalizowałam wszystkie reklamy każdego badanego bloku, również te, które zaliczyć trzeba do sektora non-profit, a które odróżnić trzeba od wspomnianych reklam „filan-

i „zimowego” przedstawienia rzeczywistości. W sumie zanalizowałam 25 polskich i 28 niemieckich spotów, skupiając się na sposobie przedstawienia rzeczywistości, ludzi oraz wartości (w tym wątków świątecznych). Wycho-
dzę z założenia, że filmy reklamowe, które poddałam analizie, kierowane
były głównie do widzów dorosłych, zainteresowanych tym, co dzieje się
w ich kraju (okolice *Wiadomości* i ich niemieckiego odpowiednika *Ta-
gesschau*).

4. Wyniki analizy

Jaką rzeczywistość prezentowała reklama oczom dorosłych widzów pol-
skich i niemieckich dnia 22 grudnia 2003 r. wieczorem?

4.1. Branże

Prezentowana rzeczywistość zależy przede wszystkim od branż, do któ-
rych należą reklamowane produkty¹⁹. Tabela 1 pokazuje, jakie branże repre-
zentują badane filmy reklamowe:

Tabela 1. Branże

Branża		spoty polskie (25)		spoty niemieckie (28)	
		Ilość spotów	Procent spotów	Ilość spotów	Procent spotów
1.	Branża spożywcza	7	28	2 ²⁰	7,2
2.	Napoje alkoholowe ²¹	5	17,9	4	14,3
3.	Farmaceutyki	3	12	2	7,1
4.	Telekomunikacja ²²	3	12	5	17,9
5.	Środki higieny / kosmetyki	2	8,7	1	3,6
6.	Finanse	2	8,7	1	3,6
7.	Samochody	1	4	5	17,9
8.	Chemia gospodarcza	1	4	–	–
9.	Handel	1	4	–	–
10.	Rozrywka	–	–	2	7,1
11.	Turystyka	–	–	2	7,1
12.	Materiały budowlane (stal)	–	–	1	3,6
13.	Energia	–	–	1	3,6
14.	Urządzenia medyczne	–	–	1	3,6
15.	Urządzenia gosp. dom.	–	–	1	3,6

trapijnych”, w których dana firma chwali się swoim zaangażowaniem społecznym czy działalnością
charytatywną.

¹⁹ Moim głównym wnioskiem z artykułu o wartościach w reklamie (czasopism) niemieckich i polskich
(Gołonka 2004) był fakt, że dobór wartości, ich charakterystyka i prezentacja w pierwszym rzędzie za-
leżą od przynależności zachwalanego produktu do określonej branży. Słowa „produkt” będą poniżej
używać w znaczeniu uogólnionym na określenie wszelkiej reklamowej oferty firm.

²⁰ W tym jeden spot reklamował jedynie znak jakości QS.

²¹ Podczas gdy polska reklama zachwala tylko piwo, spoty niemieckie reklamują też wódkę i szampan.

²² Chodzi np. o usługi telekomunikacji lub telefonii komórkowej.

4.2. Cele reklamy

Celem reklamy jest zwykle sprzedaż danego produktu, a przez to zwiększenie zysku. Często chodzi też o budowanie lub utrwalanie pozytywnego image'u marki lub firmy. Cele analizowanych reklam podaje tabela 2. W większości przypadków, szczególnie jednak gdy chodzi o tzw. reklamę „filantropijną”, chodzi równocześnie o budowanie wizerunku firmy i/lub marki.

Tabela 2. Cele reklamy

	Wskazanie na ofertę	Informacja o akcji promocyjnej	Reklama „filantropijna”
Reklamy polskie	17 (68%)	6 (24%)	2 (8%)
Reklamy niem.	25 (89,3%)	3 (10,7%)	–

Spśród badanych spotów zdecydowana większość ma na celu zwrócenie uwagi na ofertę lub przypomnienie o niej, niektóre (w tym więcej reklam polskich) informują o specjalnej (świętecznej) akcji promocyjnej. Poza tym dwie polskie reklamy (*Totalizator Sportowy* i *Pampers*) podkreślają swoje zaangażowanie finansowe na rzecz chorych dzieci.

4.3. Przesłanie informujące lub emocjonalne

Tutaj zauważa się trochę większą ilość polskich filmów reklamowych odwołujących się bardziej do emocji niż po prostu informujących o danej ofercie. Więcej zaś spotów niemieckich ma na celu wyłącznie lub przede wszystkim rzeczowe poinformowanie o reklamowanej ofercie. Choć są od tego wyjątki, jak np. bardzo nastrojowa reklama *TUI*, „zwariowana” reklama *e-plus*, futurystyczny film firmy *Thyssen-Krupp* czy spot leku *Hexal*, w którym główną rolę odgrywa znany komik i moderator talk show w SAT 1, Harald Schmidt.

4.4. Sposób przedstawienia

Istotną cechą każdego filmu reklamowego jest sposób jego przedstawienia. Najbardziej zbieżne z realną rzeczywistością wydaje się odegranie scen, w których aktorzy (prawdziwi lub animowani) poruszają się i mówią. W analizowanych reklamach dzieje się tak zaledwie w ośmiu spotach polskich (np. w nawiązującej do ekranizacji *Potopu* reklamie piwa *Warka*) i w sześciu niemieckich (tylko 21,4%). Częste są poza tym sceny nieme, komentowane przez speakera (np. polska reklama *Eurobanku* lub niemiecka bardzo stereotypowa w swej wymowie reklama *Yellow Strom*). W jeszcze innych przypadkach odgrywana jest scena bez udziału słów, np. w reklamie turystycznej *TUI*, gdzie widzimy przez cały czas dwoje młodych ludzi uprawiających miłość na motorówce na pełnym morzu. Jedynie w sposób symboliczny pokazane jest tutaj, że z tej przygody powstaje nowy

człowiek. Służą do tego symbole logo firmy, unoszące się nad parą zakochanych, najpierw dwa duże, potem pojawia się przy nich trzecie malutkie logo. W sumie przedstawienie scen dominuje w reklamach polskich (15 spotów, co daje 60%), w reklamie niemieckiej jest to tylko 13 spotów (46,4%). Wynika z tego, że analizowane polskie filmy reklamowe bardziej przypominają realną rzeczywistość, z jaką stykamy się na co dzień²³.

Innymi sposobami przedstawienia przesłania reklamowego są dość luźne sekwencje bardzo krótkich scen lub obrazów, dość częstych w analizowanych reklamach niemieckich, i (bardzo rzadko wyłączna, tzn. nie poprzedzona innymi scenami lub obrazami) czysta prezentacja produktu²⁴.

4.5. Charakter przedstawionej rzeczywistości

W tym punkcie chodzi głównie o zbieżność przedstawionej w analizowanych spotach rzeczywistości z rzeczywistością, jakiej doświadczamy w codziennym realnym życiu. Wyniki analizy ilustruje tabela 3.

Tabela 3. Charakter przedstawionej rzeczywistości

	Nierzeczywisty obraz rzeczy	Zbieżność z realną rzeczywistością	Rzeczywistość przedstawiona w sposób symboliczny	Wyrażna obecność elementów humoru
Reklamy polskie	11 (44%)	10 (40%)	3 (12%)	6 (24%)
Reklamy niemieckie	10 (35,7%)	10 (35,7%)	4 (14,3%)	4 (14,3%)

Tabela wykazuje, co wydaje się dość naturalne, że twórcy filmów reklamowych nie starają się bynajmniej odzwierciedlić realnej rzeczywistości, z jaką stykamy się na co dzień. Reklama może być przecież odskocznią w wyidealizowany świat, gdzie wszystko, każdy problem ma łatwe i szybkie rozwiązanie. W roztaczaniu takiej rajskiej wizji świata przychodzą reklamie z pomocą techniczne możliwości wirtualnego inscenizowania rzeczywistości oraz bogaty zasób ikon, symboli i stereotypów, obecnych w naszej kulturze. Niemal każda reklama szkicuje rzeczywistość i jej głównych aktorów, ludzi, w sposób bardzo stereotypowy. Tak jest też we wszystkich analizowanych tutaj filmach reklamowych²⁵.

²³ Abstrahuję w tym momencie od elementów rzeczywistości wirtualnej, ilustrującej np. sposób działania *Ibupromu*. W tym czasie bowiem dość realna i sugestywna scena zostaje przerwana.

²⁴ W badanym korpusie postępuje tak tylko bardzo znana i ekskluzywna marka słodczy *Reber*. Poza tym w większości przypadków prezentacja produktu lub jego działania ma miejsce dodatkowo w końcowej fazie filmu reklamowego i zakończona jest często wypowiedzeniem przez spikera sloganu, który dodatkowo można przeczytać na ekranie.

²⁵ Jako problem etyczny wyłania się tutaj zagadnienie przekazu prawdy (lub przeinaczonej, wykrzywionej prawdy, czyli kłamstwa). Szczególnie istotny jest to problem w stosunku do dzieci, które uczą się dopiero poznawać rzeczywistość i dla których, jak wiadomo, reklama ma szczególną siłę przyciągania.

4.6. Człowiek w reklamie

Człowiek ma dla twórców reklam rolę podwójną: jest jej adresatem, a więc chodzi o to, by na pewno reklamę zauważył i ją obejrzał. A w tym celu bardzo istotne jest, by reklama przedstawiała ludzi, którzy budzą znacznie większe zainteresowanie niż inne motywy, zwłaszcza te nieożywione. Jest więc człowiek też aktorem w reklamie i zarazem jej istotnym środkiem stylistycznym.

Większość analizowanych filmów reklamowych przedstawia ludzi: 72% spotów polskich i prawie 72% spotów niemieckich. Ludzie są na nich wykonawcami określonych ról lub tylko tłem. Wydaje się, że jednak dominują w filmach reklamowych mężczyźni²⁶ i że są oni w reklamach średnio trochę starsi niż kobiety. Zwykle zajęci są oni używaniem reklamowanego wyrobu lub są tłem do wyrażenia jego (czasem symbolicznych) zalet. Tak np. ludzie z innych kontynentów w reklamie *Multivana* są jedynie symbolem tych kontynentów (Ameryki Północnej, Afryki, Azji). Zawsze pozytywnie dla wymowy reklamy wypadają dzieci, ukazane szczególnie w badanych spotach polskich jako osoby, które dopiero uczą się poznawać świat, wnoszą więc do reklam bardzo pozytywny i sugestywny ładunek ciekawości świata, zmysł małych odkrywców.

Jeśli brak jest w filmach reklamowych ludzi (w siedmiu spotach polskich i ośmiu niemieckich), to najczęściej dlatego, że chodzi o skojarzenie produktu z nieskażoną śladami człowieka naturą (piwo *Underberg* i *Krombacher*; wódka *Gorbatschow*, mleko *Łaciate*) lub że człowiek i tak w jakiś pośredni sposób jest obecny, bo np. imitowana jest czynność człowieka (parzenie kawy w automacie firmy *Sanseo* przypomina ze słyszanych odgłosów włączanie silnika i jazdę samochodem lub motorem) lub człowiek jest naśladowany (np. animowany renifer zjeżdża na desce z góry w polskiej reklamie *Pepsi*). W przypadku całkowicie angielskojęzycznej reklamy piwa *Carlsberg* mamy do czynienia z wyraźną personifikacją i odniesieniem do wątku historycznego. Obie polskie reklamy filantropijne mają na celu pomoc chorym dzieciom. Także w reklamie tzw. *Mozartkugeln* firmy Reber słyszymy muzykę Mozarta i jest mowa o specjalnym opakowaniu reklamowanych słodczy jako prezentu świątecznego dla bliskich.

4.7. Wartości

Bardzo istotnym aspektem rzeczywistości reklamowej, opisanym np. we wspomnianym powyżej artykule Lisowskiej-Magdżiarz (2001) są wartości, do jakich odwołują się filmy reklamowe. Analiza wszystkich 53 spotów wykazuje całkowity brak wartości odnoszących się do producenta (pochwała własna producenta). Również bezpośrednie zachwalanie zalet produktu jest w badanych spotach rzadkością²⁷. Najczęściej mamy do czynienia z wartościami odnoszonymi się bezpośrednio do adresatów reklamy, do

²⁶ Jeszcze bardziej widać to na przykładzie głosu spikera w filmach reklamowych – prawie zawsze jest to męski głos.

²⁷ Jednak trochę częściej ma ono miejsce w spotach niemieckich (głównie jakość i walory techniczne).

konsumentów, nazywającymi pożądane stany i cechy takie jak oszczędność, zdrowie, przyjemność, komfort, młodość, wygoda, luz, spontaniczność, urlop, przygoda. Jak należało się spodziewać, w sumie rzadkie są odniesienia do kolektywistycznych wartości społecznych czy socjalnych (rodzina, dzieci, sprawienie innym przyjemności, robienie prezentów), i to mimo bliskości świąt Bożego Narodzenia, będących niejako nośnikiem takich wartości. Wyraźnie więcej odniesień do takich społecznych i wspólnotowych wartości, jak zresztą i do samych świąt, jest w spotach polskich. Bezpośrednio nawiązuje do świąt Bożego Narodzenia sześć polskich spotów, innych 12 wiąże się ze świętami pośrednio, tzn. ich motywy są dość typowe dla okresu (przed)świątecznego: np. wątek pomocy dzieciom (*Totalizator Sportowy, Pampers*), robienia wypieków (*Dr. Oetker*) lub przygotowywania potraw (*Winiary*), prezentów dla bliskich, zwłaszcza dla dzieci (*Toyota*), sceny przypominające ekranizację Potopu Henryka Sienkiewicza²⁸. Tylko siedem analizowanych polskich filmów reklamowych (28%) nie wiąże się treściowo w ogóle ze świętami. Spośród niemieckich filmów reklamowych tylko trzy (12%) zawierają wyraźne wątki świąteczne. Trzy inne można by ewentualnie ze świętami powiązać (głównie motyw śniegu). Aż w 21 spotach (75%) brak jest jakichkolwiek powiązań ze świętami Bożego Narodzenia. I to chyba jest najbardziej widoczna różnica pomiędzy badanymi polskimi i niemieckimi filmami reklamowymi.

4.8. Warstwa dźwiękowa

Dla każdego filmu reklamowego, tak jak dla każdego innego filmu, charakterystyczny jest podkład muzyczny. Bez niego film traciłby bardzo wiele ze swoich, również perswazyjnych środków wyrazu. Perswazyjna siła muzyki jest tajemnicza i wielka, wielka m.in. dlatego, że nieuświadomiona²⁹. Któż z nas nie ulega jej urokowi i subtelnemu wpływowi?

Akcji filmów, też analizowanych filmów reklamowych, towarzyszy zawsze muzyka. Nie jest to zupełnie tak jak w doświadczanej codziennie realnej rzeczywistości, gdzie słyszymy wprawdzie różne odgłosy, ale tylko bardzo rzadko jest to muzyka zgrana z całością. Ze względu na to zgranie z treścią całością rzeczywistości podkład muzyczny reklam nie zwraca naszej uwagi. A jednak jest bardzo ważny dla odczytu całości treści, dla wyrażenia wartości, dla emocjonalizacji przesłania reklamowego³⁰. Muzyka w filmach reklamowych jest nieodzownym tłem scen czy obrazów, jakie w nich widzimy. Ma olbrzymi potencjał wpływania na uczucia³¹, a więc też duży potencjał manipulacji.

Spośród badanych spotów tylko jeden całkowicie pozbawiony jest tła muzycznego (reklama mleka *Laciate*). W pozostałych przypadkach mu-

²⁸ Często na święta powtarzana jest któraś część *Trylogii*.

²⁹ Por. m.in. artykuł Krzysztofa Szwejgiery (2002) o muzyce jako narzędziu perswazji bezpośredniej.

³⁰ Zauważamy dopiero jego brak.

³¹ To dzięki temu elementowi właściwie każda reklama telewizyjna wpływa na emocje oglądających i słuchających.

zyka całkowicie harmonizuje z treścią pokazywanych scen i całością przekazu. W tym aspekcie spoty niemieckie i polskie w ogóle się od siebie nie różnią.

Wnioski

Reklama wyrosła z określonej rzeczywistości ekonomicznej i kulturowej i w niej też funkcjonuje. Pokazuje rzeczywistość taką, jaką pokazują media masowe. Reklama telewizyjna podobna jest do pozostałej oferty programów telewizyjnych, zwłaszcza tych z sektora rozrywki. Analiza korpusu potwierdza tezy odnośnie do rzeczywistości reklamowej, jakie sformułowałam powyżej (punkt 2). W dalszych wnioskach skupię się na przedstawieniu wyników analizy porównawczej:

1. Reklam telewizyjnych jest w Niemczech więcej, są one też mniej wyraźnie oddzielone od pozostałej części programów niż to ma miejsce w Polsce. W związku z tym bardziej płynne jest przejście z odbioru rzeczywistości reklamowej do odbierania rzeczywistości przedstawionej w innych segmentach programu.
2. Więcej analizowanych reklam polskich prezentuje rzeczy codziennego użytku (branża spożywcza, środki higieny i czystości). Niemieckie spoty dotyczą większej ilości branż w ogóle, uderza tutaj duża ilość reklam samochodów i usług branży tele-komunikacyjnej (np. telefonia komórkowa).
3. Spoty niemieckie służą bardziej niż analizowane spoty polskie po prostu informacji o danej ofercie, mniej jest przekazu emocjonalnego i mniej elementów humoru. Mniej też tutaj mamy całościowych scen, a więcej sekwencji luźnych scen czy obrazów.
4. Najbardziej wyeksponowana różnica między badanymi reklamami polskimi i niemieckimi polega na bardzo częstym w spotach polskich i tylko sporadycznym w spotach niemieckich nawiązaniu do świąt Bożego Narodzenia, jego motywów i wartości.

Bibliografia

- Bajka, Zbigniew (1993): Krótka historia reklamy na świecie i w Polsce, Zeszyty Prasoznawcze, nr 3–4, Kraków, ss. 16–47.
- Bau, Achsel (1994): Wertewandel – Werbewandel? Zum Verhältnis von Zeitgeist und Werbung. Anpassung ökonomischer und politischer Werbung an veränderte soziokulturelle Orientierungsgrößen in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt nad Menem.
- Golonka, Joanna (2003a): Wartości w społeczeństwach polskim i niemieckim i ich językowe środki wyrazu na przykładzie tekstów reklamowych, [w:] BPTJ nr 59 (red. Kazimierz Polański). 177–188.
- Golonka, Joanna (2003b): Der interkulturelle Transfer von Werthaltungen expliziert am Beispiel der deutschen und der polnischen Werbung [w:] Engel, Ulrich (wyd.): Sprachwissen in der Hochschulgermanistik. Interkulturelle Kommunikation. Referate von der Konferenz in Karpacz 2001 und Slubice 2002. Bonn: DAAD. 302–322.

- Golonka, Joanna (2004): Zeige mir deine Werbung und ich sage dir, worauf es dir ankommt. Ein Modell zur Analyse von Werten in Werbetexten. Eine deutsch-polnische Fallstudie. W druku.
- Inglehart, Roland (1977): *The Silent Revolution*. Princeton.
- Klages, Helmut (1984): Wertorientierungen im Wandel: Rückblick, Gegenwartsanalyse, Prognosen. Frankfurt nad Menem.
- Kołasa, Katarzyna (2002): Werbliche Persuasion angewandt an die Zielgruppe Kinder im deutsch-polnischen Vergleich. Praca magisterska. Rzeszów.
- Lisowska-Magdziarz, Małgorzata (2001): Wartości w polskiej reklamie telewizyjnej lat dziewięćdziesiątych, *Zeszyty Prasoznawcze* nr 3–4, ss. 58–75.
- Paxmann, Elke (1998): Die beste aller Welten – Werte und Werbung, [w.]: GegenWERTiges. Das Handbuch zur Diskussion um Grundwerte heute. Moguncja.
- Von Rosenstiel, Lutz/Kirsch, Alexander (1996): *Psychologie der Werbung*. Rosenheim.
- Szwajgier, Krzysztof (2002): Muzyka – narzędzie perswazji bezpośredniej (fenomen radia), [w:] Ostrowicki, Michał (red.): *Estetyka reklamy*. Kraków. 115-123.
- Wehner, Christa (1996): *Überzeugungsstrategien in der Werbung. Eine Längsschnittanalyse von Zeitschriftenanzeigen des 20. Jahrhunderts*. Opladen.
- Werbung in Deutschland 2003. Bonn – Verlag edition ZAW.
- Włoch, Justyna (2002): Wo leben die lila Kühe? oder Inwieweit spiegelt die Werbung die Wirklichkeit wider? Praca magisterska. Rzeszów.
- Wöhe, G. (1990): *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. Monachium.

ANNA STARZEC

NAUKA BLIŻEJ CODZIENNOŚCI, CZYLI JAK NAUKOWCY PISZĄ W GAZETACH

Metody i zakres popularyzowania osiągnięć nauki po przemianach polityczno-ekonomicznych w roku 1989 uległy daleko idącym przeobrażeniom. W porównaniu z okresem poprzedzającym przełom¹ zmieniło się właściwie się wszystko; zmienił się charakter i zakres działalności popularyzatorskiej, urozmaiceniu uległy formy przekazu, a przybliżanie wiedzy o najnowszych osiągnięciach naukowych stało się na tyle powszechną formą obcowania z nauką, że przeciętny Polak nie ma dziś najmniejszego kłopotu z dotarciem do informacji o rewolucyjnym znaczeniu dla rozwoju nauki, a zarazem sensacyjnych i emocjonujących świat nauki. Dzięki nowym technikom komunikowania (Internet), a także większemu zainteresowaniu i aktywności popularyzatorskiej dziennikarzy i samych badaczy informacja o naukowym odkryciu opublikowana w dowolnym zakątku świata może docierać w tym samym czasie zarówno do odbiorcy zagranicznego, jak i polskiego².

*O większości ważnych odkryć naukowych świat dowiaduje się zwykle pod koniec tygodnia. Wtedy wychodzą najważniejsze pisma naukowe (np. „Nature”, „Science” czy „Lancet”). Jeśli udostępnią komuś łamy, to znaczy, że praca przeszła przez gęste sito recenzji. Od tego momentu można mówić o odkryciu – tak głosi podpis pod humorystycznym rysunkiem zamieszczonym w jednym z numerów *Gazety Wyborczej* (24.08.01), który jednocześnie wyjaśnia znaczenie podtytułu („jeśli dziś piątek, to mamy odkrycie”) w rubryce zatytułowanej humorystycznie Heureka³.*

Szybki i łatwy dostęp do najnowszych publikacji zachodnich przyczynił się w znacznej mierze do szerzenia się w działalności popularyzującej naukę dwóch skrajnych tendencji. Z jednej strony zmalało zainteresowanie publikacjami polskich popularyzatorów nauki – w ten sposób z półek księ-

¹ Szerzej omawiam ten okres w monografii: *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Opole 1999.

² Należy wspomnieć też o działalności Rady Upowszechniania Nauki (RUN) oraz Centrum Upowszechniania Nauki (CUN), które statutowo zajmują się problematyką upowszechniania nauki.

³ Zob. A. Starzec: *Nauka w prasie codziennej*, (w:) *Język trzeciego tysiąclecia II*, t.I: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, seria *Język a komunikacja* 4, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 301–311; A. Starzec: *Przemiany w popularyzacji prasowej*, (w:) *O trudnym łatwo*, pod red. J. Miodka i M. Zaśko-Zielińskiej, Wrocław 2002, s. 24–31.

garskich zniknęły książki S. Sękowskiego, który przez całe lata wprowadzał młodego czytelnika w tajniki chemii. Z drugiej strony tematyka naukowa zaczęła być poruszana nie tylko na łamach prasy wyspecjalizowanej w rodzaju *Świata Nauki*, *Wiedzy i Życia*, *Delt* czy *Młodego Technika*, ale pojawiła się na łamach poczytnych tygodników ilustrowanych (*Polityka* czy *Wprost*), a nawet dzienników (*Gazeta Wyborcza*, *Rzeczpospolita*).

Sensacyjne odkrycia w niektórych dziedzinach wiedzy wymuszały konieczność znalezienia odpowiedniej formy przekazu, dostosowania informacji do poziomu wiedzy przeciętnego czytelnika gazety. Z szukaniem stosownego rozwiązania borykali się z początku sami dziennikarze, ponieważ przedstawiciele świata nauki nie wykazywali zbytniego zainteresowania współpracą z mediami. Jeszcze na konferencji w 2000 r. we Wrocławiu, poświęconej problemom popularyzacji nauki, zarówno dziennikarze (Grzegorz Filip reprezentujący *Forum Akademickie* z Lublina oraz Edwin Bendyk z *Polityki*), jak i językoznawcy ubolewali w trakcie dyskusji nad tym, że polscy naukowcy „(...) nie widzą potrzeby upowszechniania swoich badań poza kręgiem specjalistów”⁴, nie wspomagają mediów w upowszechnianiu wiedzy naukowej, unikają jasnego i zrozumiałego języka, boją się wartościowania zjawisk i jednoznacznych ocen, stronią zarówno od informacji skrótowych, jak i uogólnień pokazujących szersze tło zdarzenia naukowego. Nie podpowiadają też, jakiego języka używać, aby nie zubożyć i strywializować poważnych zagadnień naukowych. Jak twierdził E. Bendyk „(...) od odkrycia mechaniki kwantowej, od czasu Nielsa Bohra rzeczywistość mikroświata nie da się opisać językiem potocznym. (...) Dopóki nie dostaniemy lepszego tworzywa, dopóty z informacjami o istocie nauki i jej wynikach będzie źle”⁵. Słowa te na szczęście się nie sprawdziły.

Grono dziennikarzy, którzy próbowali przekazywać polskiemu czytelnikowi najnowsze informacje o osiągnięciach naukowych na świecie, zaczęło się poszerzać i stabilizować. Do szybkiego wypracowania odpowiednich metod komunikowania się z czytelnikiem zmusiła ich komercjalizacja rynku prasowego, przejmowanie wzorców wypowiedzi z kultury anglojęzycznej oraz zintensyfikowanie zainteresowania problematyką naukową. Owe zaciekawienie nauką zostało spowodowane przede wszystkim oszałamiającym tempem odkryć naukowych w niektórych dyscyplinach (np.: w inżynierii genetycznej, informatyce, medycynie czy kosmologii) oraz rodzeniem się, prawie na oczach czytelników, nowych dyscyplin wiedzy⁶. Tematyka naukowa stała się zatem atrakcyjna dla wydawców czasopism, bo dostarczała informacje, które były nie tylko aktualne (wykaz zachodnich

⁴ Zob. Jak współczesnemu Polakowi mówić o nauce? (w:) O trudnym łatwo, pod red. J. Miodka i M. Zaśko-Zielińskiej, Wrocław 2002, s. 9.

⁵ Op. cit. s. 8.

⁶ W jednym z ubiegłorocznych numerów *Wprost* prof. Janusz Hołdys informuje o powstaniu ekonofizyki „nowej, szybko rozwijającej się dziedziny badań interdyscyplinarnych, przyciągającej zarówno ekonomistów poszukujących zaawansowanych modeli rozwoju firmy, rynku i gospodarki, jak i fizyków interesujących się zastosowaniem różnych metod współczesnej fizyki w ekonomii” (*Wprost* z 16.11.2003 r.)

tytułów prasowych, z których polscy dziennikarze czerpią wiadomości jest imponujący⁷) i merytorycznie sprawdzone, ale sensacyjne, a w związku z tym i atrakcyjne medialnie.

W porównaniu z wcześniejszym okresem sporadycznego kontaktu przedstawiciele nauki z mediami obecnie badacze z różnych dziedzin wiedzy przyjęli bardziej aktywną postawę, ponieważ zostali niejako wywołani do odpowiedzi, zdopingowani do komentowania odkryć naukowych, a co chyba najważniejsze, zmobilizowani do uczestniczenia w dyskusjach na łamach prasy (radio, TV), na rozmaitych stronach internetowych i podczas spotkań z czytelnikami na żywo (np. dyskusje w Kawiarni Naukowej Polityki)⁸. Upowszechnianie nauki zaczyna przybierać o wiele szersze i bardziej urozmaicone formy. Naukowcy już nie tylko komentują, udzielają wywiadów, dyskutują i rozmawiają z przeciętnym z człowiekiem z ulicy, ale sami stają się autorami tekstów publikowanych na łamach czasopism o niespecjalistycznym charakterze.

Na tak radykalną zmianę postawy badaczy wpłynęły również przemiany ustrojowe, które w większym stopniu uzależniają kondycję nauki od opinii społecznej, finansowego wsparcia organizacji pozarządowych, a niekiedy od postawy polityków i działania gremiów ustawodawczych⁹.

Nadchodzące przemiany w sposobach finansowania nauki zapowiadał nie tak dawno prof. Michał Kleiber w wypowiedzi opublikowanej w *Polityce*. Już wtedy widział konieczność „(...) kontynuowania procesu restrukturyzacji nauki (...), pozyskiwania (...) na badania pieniędzy z innych źródeł niż budżet państwa” (*Polityka* 2001, nr 42), namawiał do otwierania się w większym stopniu na media i apele dziennikarzy, którzy mogą się przekonać, jak naukowcy wykorzystują państwowe pieniądze. Taka otwarta postawa nie zawsze jest możliwa, gdy z odkryciem naukowym wiąże się duże pieniądze (por. wypowiedź prof. M. Fikus przytoczoną dalej).

Na pytania, jak naukowcy radzą sobie z przekazywaniem odbiorcy-laikowi skomplikowanych nieraz treści, jak udaje im się sprostać wymogom stawianym przez pisma, czy dorównują dziennikarzom w stosowaniu zabiegów umożliwiających mówienie o rzeczach trudnych w sposób przystępny, staram się odpowiedzieć w tym szkicu, powołując się na niektóre

⁷ Zob. przypis na str. 305 w: A. S t a r z e c: Nauka w prasie codziennej. (w:) Język trzeciego tysiąclecia II, t. I: Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie, seria Język a komunikacja 4, red. G. Szpila, Kraków 2002.

⁸ Dyskusja na jakiś temat w wielu mediach jest niekiedy formą promocji książki polskiego naukowca, por.: książka Edwarda Nęcki pt. „Inteligencja. Geneza – Struktura – Funkcje”, odwołujący się do tej pozycji artykuł M. R o t k i e w i c z a pt. „Esencja umysłu” (*Polityka* 2003, nr 7), anonosowana dyskusja z autorem w Kawiarni Naukowej Polityki, zaproszenie do rozmowy na czacie i w Radiu BIS. Por. też rozbudowany przypis informujący o spotkaniach organizowanych przez Klub Naukowy Polityki w ramach VII Festiwalu Nauki (*Polityka* 2003, nr 38).

⁹ O konsekwencjach podpisania przez prezydenta ustawy regulującej procedury postępowania instytucji naukowych w badaniach nad organizmami genetycznie zmodyfikowanymi (GMO) pisze prof. P. Stępień w artykule „Straszny pomidor”. Ustawa nakłada na zespoły badawcze obowiązek uzyskiwania zgody ministra na badania z każdym GMO, co, jak pisze autor, spowoduje „(...) w naszym kraju śmierć genetyki i nauk, które z niej korzystają”. Odpowiedzialnością za tę ustawę autor obarcza też naukowców, którzy w porę nie uświadomili negatywnych skutków ustawy (*Polityka* 2001, nr 33).

teksty pisane przez naukowców i opublikowane w *Polityce* w ostatnich trzech latach.

Nie można mówić o jednolitej strategii stosowanej przez wszystkich autorów-naukowców, gdyż byłoby to spore uproszczenie nie uwzględniające osobowości autora, jego doświadczenia i swoistego talentu popularyzatorskiego oraz specyfiki dziedziny wiedzy, którą reprezentuje. Najogólniej rzecz ujmując, w wielu przypadkach różnice między tekstami pisanymi przez badaczy i przez dziennikarzy zaczynają być coraz mniej widoczne. Naukowcy starają się dorównać dziennikarzom w stosowaniu rozmaitych technik uatrakcyjnających tekst, podpatrują stosowane przez publicystów strategie i zabiegi językowe, które mają przyciągnąć uwagę czytelnika.

Zainteresowanie czytelnika artykułem z pewnością nie należy do zadań najłatwiejszych, jeśli weźmie się pod uwagę fakt, że tekst naukowca jest próbą połączenia „(...) dwóch sprzecznych światopoglądów i sposobów myślenia – naukowego i potocznego (nienaukowego)”¹⁰. Próby niwelowania przepaści między logicznym i ścisłym obrazem świata naukowego a „(...) zdroworozsądkowym i postrzegalnym zmysłowo światem codziennych doświadczeń”¹¹ oraz pomniejszania różnic między oficjalnością i potocznością przekazu¹² ujawniają się dopiero przy bardziej wnikliwej analizie tekstów pisanych przez naukowców.

Z analiz o raczej pilotażowym charakterze wyłania się niejednorodność obrazu. Spośród tekstów pisanych przez autorów-badaczy z jednej strony wyłania się grupa wypowiedzi ukształtowanych według większości **cech typowych dla tekstów dziennikarskich**, a w drugiej – teksty zachowujące wiele **cech charakterystycznych dla stylu naukowego**. Nawiązania badaczy do dziennikarskich tekstów o tematyce naukowej są widoczne w stosowaniu strategii ograniczonej ilości faktów naukowych, rozrzedzaniu informacji szczegółami sytuacyjnymi i narracyjnymi wstawkami, w obrazowaniu wypowiedzi przejrzystymi przenośniami i porównaniami oraz urozmaicaniu wywodu przykładami nawiązującymi do doświadczeń życia codziennego. Na wzór dziennikarzy wartościują zdarzenia naukowe przez odwoływanie się do opinii autorytetów, eksponują argumentację wymiernych korzyści, stosują urozmaicone zabiegi uatrakcyjniania tekstu, które dotyczą zarówno warstwy leksykalnej jak i kompozycji całego tekstu (mieszanie różnych form podawczych i elementów różnych wzorów gatunkowych – wywodu z wywiadem, rozważania z potocznym dialogiem i komentarzem).

W drugiej grupie tekstów daje się zaobserwować szereg nawiązań do **wypowiedzi naukowej**, a zwłaszcza artykułu naukowego, który jest zwykle tekstem jednorodnym stylistycznie, z wyrazistą i logiczną kompozycją, ograniczoną ilością treści redundantnych dla zasadniczego toku wywodu

¹⁰ T. P i e k o t: Mechanizmy popularyzowania wiedzy naukowej, (w:) O trudnym łatwo. Materiały sesji poświęconej popularyzacji nauki, pod red. J. Miodka i M. Zaśko-Zielińskiej, Wrocław 2002, s. 42.

¹¹ Op. cit., s. 44

¹² J. F r a s: Dziennikarski warsztat językowy, Wrocław 1999, s. 45.

oraz charakterystyczną tendencją do precyzji wywodu i wysłowienia. Wypowiedzi naukowców nawiązują w całości do takiego modelu tekstu albo tworzą komunikat, który jest swoistą hybrydą wzorca tekstu naukowego i publicystycznego.

Analiza kilkunastu artykułów zaliczonych przeze mnie do grupy tekstów nawiązujących do stylu naukowego pozwoliła zaobserwować pewne wspólne dla nich cechy.

1. W tekstach badaczy na uwagę zasługuje eksponowanie **obiektywizmu poznawczego i wiarygodności** oraz umiejętność formułowania na podstawie pojedynczych faktów naukowych pewnych **prawideł o ogólniejszym charakterze**, które, w opinii autora, mogą mieć istotny wpływ na kierunek przemian w nauce.

Obiektywizm jest widoczny zarówno w precyzyjnym opisie przebiegu badań, jak i w informacjach mówiących o składzie zespołu badawczego, dacie odkrycia, pełnej nazwie instytutu naukowego. Jeśli autor powołuje się na wyniki badań opublikowanych w zachodnim czasopiśmie naukowym, podaje pełny adres bibliograficzny. W wielu sytuacjach wprowadza też do tekstu uwagi o wynikach własnych obserwacji lub osiągnięciach polskich placówek badawczych. Odwołań do polskich badań przy niektórych tematach nie jest zbyt wiele i nie zawsze są wyrażone w sposób bezpośredni. Często bowiem zainteresowania naukowe autora są jedynie zasugerowane przez redakcję w notatce umieszczonej na końcu tekstu, w której przytacza się nazwę instytutów badawczych zatrudniających naukowca i podaje jego nazwisko poprzedzone tytułem naukowym. Informacje te sugerują czytelnikowi, że pozycja zawodowa autora tekstu jest gwarantem obiektywizmu, merytorycznej wiarygodności i rzetelności artykułu, np.: *Autorka jest profesorem biochemii, pracuje w Instytucie Biochemii i Biofizyki PAN, Interdyscyplinarnym Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego UW i w Instytucie Biotechnologii UMCS. Od siedmiu lat współtworzy Warszawski Festiwal Nauki (Polityka 2003, nr 15).*

Na płaszczyźnie treściowej organizacji tekstu dążenie do zachowania obiektywizmu przejawia się m.in. w stosowaniu argumentacji wielostronnej¹³, która polega na tym, że autor nie ogranicza się tylko do prezentowania rezultatów badań zwieńczonych sukcesem, pokazywanych jako efekt „(...) chwilowej iluminacji, nagłego olśnienia” – jak pisze jeden z autorów (*Polityka 2000, nr 51*), ale opisuje również próby zakończone niepowodzeniami, którym towarzyszy poczucie bezsilności i bezradności badacza. Wielu autorów nie wzbrania się też przed obnażaniem kwestii wstydliwych dla środowiska naukowego i wskazywaniem zagrożeń, jakie czyhają na naukę.

W niektórych tekstach jest podważany „(...) mit nauki jako szczególnie wyróżnionej dziedziny życia ludzkiego (...)”¹⁴ oraz przekonanie o niez-

¹³ W. Pisarek: *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków 2002, s. 226.

¹⁴ S. Gajda: *Językoznawstwo na rozdrożu? (w:) Nowe czasy, nowe języki i nowe (i stare) problemy*, red. E. Jędrzejko, Katowice 1998, s. 16.

wisłości nauki. O wkraczaniu świata biznesu i praw własności w obszary nauki dobitnie mówi Magdalena Fikus:

„DNA w wielu przypadkach i na różne sposoby podlega patentowaniu, bo kryją się za tym nawet miliardowe korzyści. W genetyce pojawił się biznes ze wszystkimi negatywnymi (i pozytywnymi) konsekwencjami. Prysnął mit o nieograniczonej wolności wyboru tematów badań naukowych. Inwestowanie znacznych sum na niezwykle ambitne i kosztowne badania, które mają potem praktyczne zastosowanie, nie pozwala naukowcom na ich upowszechnianie i swobodny do nich dostęp dla każdego” (*Polityka* 2003, nr 15).

A że polscy naukowcy nie zawsze sobie radzą z nową sytuacją i nie potrafią skutecznie bronić własnych interesów dowodzi P. Stępień, opisując następstwa wprowadzonej w Polsce ustawy o procedurze prowadzenia badań nad organizmami genetycznie zmodyfikowanymi (GMO):

„Zapisy o zamkniętym użyciu GMO spowodują w naszym kraju śmierć genetyki i nauk, które z niej korzystają. Ustawa definiuje bowiem GMO w taki sposób, że również używane na co dzień w naszych badaniach preparaty czystego DNA plazmidów lub wirusów uważane są jako organizmy zmodyfikowane genetycznie, zaś obrotem jest także ich przechowywanie w lodówce. (...) Brak widocznego wpływu środowisk naukowych na tworzenie ustawy i głosowania nad nią jest godny ubolewania i dowodzi niezrozumienia potrzeb nauki wśród urzędników ministerialnych i posłów. (...) Widać jednak, że w każdej nawet oczywistej sprawie potrzebny jest lobbying. Profesorowie źle się sprawują w tej roli” (St.¹⁵ *Polityka* 2001, nr 33).

Więź z obiektywizmem stylu naukowego jest widoczna w strukturalnej i pragmatycznej warstwie tekstu. Kompozycja tekstu jest przejrzysta i skonstruowana według łatwych do odczytania zasad. Organizuje ją bądź zasada chronologii i wtedy kolejne zdarzenia są prezentowane zgodnie z ich następstwem w czasie lub zasada problemowa, która dopuszcza różne możliwości rozwiązań szczegółowych. Niekiedy w poszczególnych partiach tekstu są wykorzystywane **elementy rozważania** tak typowe dla wywodu naukowego. W organizacji warstwy syntaktycznej daje się zauważyć sporo zdań rozbudowanych i wielokrotnie złożonych, dominację nieosobowych form czasownikowych oraz przewagę słownictwa z kręgu wąskospecjalistycznego i ogólnonaukowego¹⁶.

Potencjał illokucyjny w omawianych tekstach nie jest trudny do uchwycenia – autor mówi wprost, że przyświeca mu intencja informowania czytelnika o zdarzeniach ważnych dla postępu nauki, dla lepszego zrozumienia otaczającego świata i dla rozwiązywania problemów pojedynczego człowieka. Naukowcy podobnie jak dziennikarze stosują argumentację wymiernych korzyści i pokazują, jak odkrycie naukowe może być wykorzystane w praktyce.

Fakty czerpane z publikacji zachodnich badaczy stają się dla wielu autorów jedynie osnową, wokół której budują własną konstrukcję myślową.

¹⁵ Zastosowano skróty nazwisk autorów: Mr. – S. Mrówczyński; St. – Piotr P. Stępień; Fik. – M. Fikus; Sł. – M. Słomczyńska-Pierzchalska.

¹⁶ S. Gajda: Styl naukowy, (w:) Encyklopedia kultury polskiej XX wieku, t. 2 Współczesny język polski, pod red. J. Bartmińskiego, Wrocław 1993, s. 178.

Składają się na nią partie tekstu, które wyjaśniają istotę, cel i metodę prowadzonych badań, komentują, w jakich dziedzinach życia może znaleźć zastosowanie nowe odkrycie naukowe. Przykładem niech będzie artykuł Piotra P. Stępnia zatytułowany „Małpi rozum”, w którym zdanie: „Już w pierwszych miesiącach 2002 r. opublikowane zostały w prestiżowym czasopiśmie naukowym *Science* dwa artykuły, które analizują różnice w DNA człowieka i szympansa” (St. *Polityka* 2002, nr 24) jest dla autora punktem wyjścia do uzmysłowienia czytelnikowi, jak niełatwe są badania genetyczne i jak niewiele dzieli badaczy od uzyskania odpowiedzi na pytanie, ile genów różni człowieka od naczelnych. Część informacyjna zajmuje początkowe fragmenty tekstu, natomiast znacznie obszerniejsze partie tekstu obejmują wyjaśnienia dotyczące istoty metod stosowanych w badaniach genetycznych, opinii autora na ten temat, a także jego rozważań o społecznych skutkach owych odkryć w przyszłości: „Niebawem będziemy już mogli stwierdzić, ile genów różni nas od naczelnych. Moim skromnym zdaniem, będzie ich bardzo niewiele – być może dziesięć, a może pięćdziesiąt” (St. *Polityka* 2002, nr 24).

W partii rozważaniowej sygnalizowanej przez operatory metatekstowe: *rozważmy, załóżmy, jeśli, gdyby* autor wykorzystuje do wyznaczenia granic problemu konstrukcję nagromadzenia szeregu pytań, z których każde sygnalizuje nowe obszary badawcze i nowe zagadnienia do rozwiązania nie tylko z naukowego punktu widzenia:

„Załóżmy, że takich genów różniących nas od szympanów jest 30 i każdy z nich nieznacznie modyfikuje funkcjonowanie mózgu w kierunku wyższej, ludzkiej inteligencji. Od którego momentu przyjmujemy, że mamy już do czynienia z istotą myślącą – człowiekiem? Przy dziesiątym takim genie? A może przy dwudziestym lub dwudziestym piątym? Jakie kryterium pozwoli nam ustalić, czy istota taka zasługuje na pełne miano człowieczeństwa?” (St. *Polityka* 2002, nr 24) i nieco dalej: „(...) czy można w ogóle ustalić granicę, uznać którąś z form przejściowych za człowieka, a poprzedniej odmówić tego szczytnego tytułu? Czy gdyby neandertalczyk dożył do dziś, uznalibyśmy go za bliźniego?” (St. jw.)

Nadawca nie pozostawia czytelnika bez odpowiedzi i pokazuje, że tak postawione pytania wynikają z błędnego założenia o podziale wszystkich istot na ludzi i niet ludzi i że wszelkie próby wprowadzania podziałów i granic są efektem „niedoskonałości naszych procesów myślowych”. (St. jw.) Ten sposób myślenia zmienia z każdym dniem genetyka, która już „udowodniła nam ciągłość przemian, stopniowe ewoluowanie bez wyraźnych etapów czy cesur” (St. jw.). Tekst kończy zdanie w formie maksymy: „Przykład naszego kuzyna – szympansa pokazuje, jak kruchy jest piedestał, na którym ustawił się homo sapiens wśród innych żyjących”. (St. jw.)

Zarówno wspomniany wyżej tekst, jak i szereg innych artykułów zamykają uwagi o charakterze prognozującym, które uświadamiają czytelnikowi korzyści płynące dla społeczeństwa z odkryć naukowych albo mówią o problemach, które czekają na rozwiązanie. Jednak znacznie częściej naukowcy, świadomi roli zakończenia tekstu w zapamiętywaniu i budowaniu wrażenia o całym komunikacie, starają się nadać finalnej części tekstu

szczególnie atrakcyjną formę. Zakończenia tekstu apelem, sentencją czy złotą myślą, nie pozbawioną odcienia humorystycznego czy ironicznego, „(...) zmuszają do myślenia o nich i przeżywania ich”¹⁷. Podajmy parę przykładów takich efektownych zakończeń:

„Chciałoby się zatem zaapelować do genetyków: Panie i Panowie, do pracy!” (Fik. *Polityka* 2003, nr 27);

„Jest widziany [DNA – uzupełn. A.S.] jako symbol zwycięstwa człowieka nad naturą i jako drzwi otwierające drogę do działań zbrodniczych czy wręcz prowadzące do samozagłady. Im więcej o DNA wiemy, tym trudniej sformułować opinie jednoznaczne” (Fik. *Polityka* 2002, nr 15);

„Śpijmy więc spokojnie, fizycy nam nie zagrażają” (Mr. *Polityka* 2001, nr 7);

„Historia fizyki jest (...) usłana zwłokami zbyt ambitnych teorii” (Mr. *Polityka* 2001, nr 48);

„Mechanika kwantowa z jej naruszającymi zdrowy rozsądek zasadami włada więc światem, również tym najbliższym, otaczającym nas” (Mr. *Polityka* 2000, nr 51);

„Postęp w dziedzinie genetyki zmusza nas jednak do ponownego podjęcia filozoficznej debaty na temat początków życia ludzkiego” (St. *Polityka* 2003, nr 4).

2. Kolejną cechą charakterystyczną dla tekstów pisanych przez naukowców jest preferowanie strategii nadmiernego **gromadzenia faktów naukowych, pojęć i terminów**. Po przejrzaniu kilkudziesięciu artykułów odnosi się wrażenie, że badaczom-publicyście trudno przychodzi rezygnowanie z drobiazgowego i precyzyjnego opisu przebiegu prac nad jakimś problemem, dokonywanie uproszczeń i wszelkiego rodzaju cięć. W tym momencie zapominają jakby o odbiorcy albo starają się go przekonać, że same informacje o wielu zdarzeniach naukowych i faktach mogą być atrybutem atrakcyjności tekstu. Nie można też wykluczyć przypuszczenia, że szczegółowe opisy i fachowe określenia, których obecność w tekście nie ma istotnego wpływu na przebieg rozumowania i nie decyduje o większej precyzji wysłowienia, stają się dowodem naukowych kompetencji autora, który nie może się obyć bez naukowego aparatu pojęciowego. Por. fragment jednego z artykułów:

„Nici te (DNA – uzupełn. A.S.) są ciągiem czterech różnych zasad – adeniny, tyminy, cytozyny i guaniny. Tymina na jednej nici zawsze wytwarza wiązanie z adeniną na drugiej nici, a guanina spotyka się z cytozyną. Kolejność zasad – ciąg literek A,T,C,G – to genetyczny projekt każdego żyjącego na ziemi organizmu, w tym również człowieka” (St. *Polityka* 2001, nr 8).

Strategię gromadzenia zbyt wielu szczegółowych opisów należy oceniać, biorąc pod uwagę przyjętą koncepcję organizacji makrostruktury tekstu. W jednych artykułach rezygnacja z fachowych określeń nie pociąga za sobą żadnych konsekwencji dla logiczności wyводу, w innych jest niemo-

¹⁷ W. Pisarek: *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków 2002, s. 246.

żliwa z powodu przyjętego układu treściowo-kompozycyjnego. Konstrukcja tekstu oparta na wyliczaniu szeregu faktów oraz bardziej lub mniej drobiazgowym ich opisie jest typowa dla artykułów o przeglądowym, syntetyzującym charakterze. Właśnie w tekstach o takim profilu widać wyraźnie, że niektórzy autorzy wolą ograniczyć szczegółowość omówienia na rzecz zwiększonej liczby zdarzeń, a inni preferują szczegółowe opisy kosztem wielości zdarzeń.

Przykładem pierwszego podejścia może być jeden z serii artykułów Stanisława Mrówczyńskiego (*Polityka* 2000, nr 51), zamieszczony pod niewiele mówiącym tytułem „Żywy kot, martwy kot”. Autor stara się w nim przybliżyć czytelnikowi problem zasygnalizowany w nadtytule („Powstała sto lat temu teoria kwantów wciąż niepokoi uczonych swymi paradoksami”) oraz w lidzie graficznie oddzielonym od reszty tekstu. Już w główce tekstu jest zasugerowany zarówno temat, jak i koncepcja kompozycji całej wypowiedzi. Opiera się ona na **przeciwstawieniu** pojęć ułożonych na dwóch poziomach; na jednym z nich przeciwstawia się ujęcie naukowe temu, co zdroworozsądkowe i powszechnie znane, a na drugim poziomie opozycyjną parę tworzy stare i nowe, pokazane przez pryzmat dysonansu powstałego między fizyką klasyczną a teorią kwantową. Zamyśl zbudowania całego komunikatu na zasadzie konfrontowania przeciwstawnych stanowisk i rozwiązań jakiegoś zagadnienia jest dodatkowo eksponowany w lidzie przez zestawienie leksyki potocznej z określeniami specjalistycznymi oraz sformułowań o antonimicznym charakterze (por. determinizm fizyki klasycznej – przypadkowość; wiedza naukowa – praktyka; klarowność – dziwaczność;). Zobaczmy jeszcze, jak brzmi ów lid w całości:

„Stworzona sto lat temu teoria kwantów całkowicie odmieniła obraz świata. Skaziła klarowny determinizm fizyki klasycznej fundamentalną przypadkowością, naraziła na szwank zdrowy rozsądek fizyków. Przy całej swej dziwaczności mechanika kwantowa jest obecnie wiedzą jak najbardziej praktyczną – objaśnia działanie tranzystora, reaktora, lasera” (Mr. *Polityka* 2000, nr 51).

Zasada kontrastowania, będąca podstawą organizacji tekstu na poziomie kolejnych podrozdziałów pokazujących, jak na różnych obszarach badawczych teoria kwantowa była doskonała i sprawdzana, jest dodatkowo podporządkowana układowi chronologicznemu. Kompozycyjną wielopłaszczyznowość komplikuje jeszcze dodatkowo znaczne nagromadzenie skondensowanych informacji szczegółowych, prezentujących założenia teorii, koncepcje badawcze i metodologiczne oraz wyjaśniających znaczenie specjalistycznych pojęć.

Dla przykładu osiągnięcia wielkich fizyków są sprowadzane w tekście do krótkich, ale esencjonalnych treściowo stwierdzeń. Nie trzeba chyba dodawać, że na taką prezentację wiedzy naukowej może sobie pozwolić autor mający problem przemyślany i oswojony w stopniu pozwalającym na uproszczenie niezagrażające zafałszowaniem problemu. Typowym przykładem kondensacji informacji naukowej są poniższe fragmenty, których zrozumienie wymaga od czytelnika wzmożonej uwagi:

„Kolejne odkrycia pogłębiały jeszcze zamieszanie. Einstein dostrzegł, że światło może zachowywać się jak zbiór cząstek, Luis de Broglie zaś stwierdził, że ruchowi cząstki towarzyszy fala. Werner Heisenberg sformułował tzw. zasadę nieoznaczności, która ustanowiła swoiste granice poznawalności kwantowego świata” (Mr. *Polityka* 2000, nr 51), a także: „Kluczową rolę w jej [mechaniki kwantowej – uzupełn. A.S.] kształtowaniu odegrali Erwin Schrodinger i wspomniany już Heisenberg, którzy sformułowali całkiem odmienne, a jednak równoważne wersje tej samej teorii. Max Born dopełnił dzieła, podając probabilistyczną interpretację teorii kwantów”. (Mr. jw.)

Na bez mała dwóch stronach formatu A 4 – tyle mniej więcej miejsca zajmuje artykuł, udało się S. Mrówczyńskiemu pokazać związek z fizyką kwantową wielu badaczy, takich jak: Max Planck, A. Einstein, M. Smoluchowski, E. Rutherford, N. Bohr, L. de Broglie, W. Heisenberg, E. Schrodinger, M. Born. Umiejętność syntetycznego i całościowego spojrzenia na problemy mechaniki kwantowej pozwala autorowi pokazać osiągnięcia niektórych z tych badaczy przez pryzmat określonych nurtów filozoficznych (indukcjonizm, weryfikacjonizm)¹⁸, wyznaczających tok myślenia i zasady postępowania badawczego. Takich nawiązań do różnych koncepcji metodologicznych i filozoficznych jest w tym tekście sporo, porównajmy:

„Świat fizyki klasycznej jest ściśle deterministyczny, przyszłość zapisana jest w przeszłości, a ewolucja to nierozzerwalny łańcuch przyczyn i skutków. Mechanika kwantowa zburzyła ten obraz, wprowadzając fundamentalną nieprzewidywalność procesów fizycznych, które ze swej natury mają charakter losowy”. (Mr. jw.)

„Fizycy skupieni wokół Nielsa Bohra wypracowali, pod wyraźnym wpływem pozytywistycznej filozofii, tzw. kopenhaską interpretację kwantów, która, kładąc nacisk na logiczną strukturę teorii i możliwość jej weryfikacji przez doświadczenie, właściwie neguje sens stawiania takich pytań”. (Mr. jw.)

3. W tekstach pisanych przez adeptów nauki zauważalne jest **odważne wartościowanie** opisywanych faktów, ujawniające reprezentowany przez uczonego paradygmat nauki, ale też i jego fascynacje naukowe.

Jak już wspomniałam, merytoryczna wiedza nadawcy pozwala ocenić wagę nie tylko danego odkrycia, ale daje możliwość osadzenia nowej koncepcji na tle wcześniejszych teorii i pokazania, w jaki sposób modyfikuje ona dotychczasowe spojrzenie na otaczający świat. Taka waloryzacja wymaga właściwego ulokowania pojedynczego zdarzenia naukowego na szerszym tle oraz trafnego formułowania wniosków i stawiania uogólnionych tez na podstawie szczególnych faktów.

Zastosowane środki językowe o wartościującym lub wartościująco-opisowym¹⁹ charakterze spełniają zwykle w omawianych tekstach wiele funkcji – pozwalają autorowi **udramatyzować** narrację, wprowadzić pierwiastek humoru, a czasem ironii, a także mówić o sprawach poważnych z przymrużeniem oka.

Dla ilustracji znowu przywołam fragmenty z artykułu S. Mrówczyńskie-

¹⁸ Zob. I. B o b r o w s k i: Zaproszenie do językoznawstwa, Kraków 1998; Alan F. C h a l m e r s: Czym jest to, co zwiemy nauką? Rozważania o naturze, statusie i metodach nauki. Wprowadzenie do współczesnej filozofii nauki, Wrocław 1997; J. Ż y c i Ń s k i: Elementy filozofii nauki, Tarnów 1996.

¹⁹ J. P u z y n i n a: Język wartości, Warszawa 1992.

go (*Polityka* 2000, nr 51). Autor odwołuje się do pojęcia cudu, Boga i przypadkowości, które tworzą specyficzny kontrast ze stereotypowym modelem fizyki, powszechnie traktowanej jako nauka oparta na racjonalnym i ścisłym myśleniu:

„Bohr wyliczył częstość tego promieniowania i... zdarzył się cud. Formuła, którą – wedle standardów nauk dedukcyjnych – można uznać za wzięta z sufistu, doskonale zgadzała się z wynikami precyzyjnych pomiarów” (Mr. jw.) i „Boga – pianiste doskonałego, który, zadekretowawszy prawa fizyki i warunki początkowe, określił przyszłość świata w najdrobniejszych detalach, zastąpił Bóg – rzucający kości przed podjęciem każdej decyzji” (Mr. jw.)

Typ waloryzowania oparty na zestawianiu pojęć o skrajnie odmiennych wartościach nie jest czymś wyjątkowym w omawianych tekstach. Autorzy często korzystają z takiego zabiegu stylistycznego, gdyż daje on możliwość pokazania jakiegoś problemu z różnych punktów widzenia – zarówno tych pozytywnych jak i negatywnych, jest też swoistym sposobem dbania o obiektywny wymiar wypowiedzi. W fragmencie pochodzącym z artykułu M. Fikus (*Polityka* 2003, nr 15) ujawnia się przy okazji fascynacja autorki tematyką, która jest przedmiotem jej badań, porównajmy:

„DNA jest piękna, elegancko zbudowaną cząsteczką. Zapewne nie tak wyglądała, gdy powstawało życie, jest jego doskonałym produktem. Jeżeli wszystko, co żyje, to tylko futerały genów, tym więcej należy się tej cząsteczce chwaly i uwagi, tym bardziej powinniśmy być ostrożni we wszystkich nią manipulacjach. Ocena, co jest dobrem, a co niebezpieczeństwem w zabiegach genetycznych, jest trudna, zawodna, zmienna w czasie, ryzykowna. DNA wzbudza nadal niezwykle silne emocje. Jest widziany jako symbol zwycięstwa człowieka nad naturą i jako drzwi otwierające drogę do działań zbrodniczych czy wręcz prowadzące do samozagłady. Im więcej o DNA wiemy, tym trudniej sformułować opinie jednoznaczne”.

W tekstach naukowców nie brak też ocen dokonywanych przez pryzmat argumentacji korzyści. Korzyści płynących dla samej nauki i dla przeciętnej człowieka. Porównajmy przykłady:

„Miarą naukowego odkrycia naukowego jest nie tylko precyzyjna odpowiedź na postawione pytania, ale również ilość nowych pytań, które z tej odpowiedzi wynikają” (St. *Polityka* 2001, nr 8);

„Znajomość struktury chromosomu Y pomocze lepiej zrozumieć zaburzenia związane z tymi przypadkami” (z przypadkami bezpłodności – uzupełn. A.S.) (Fik. *Polityka* 2003, nr 27);

„Chromosom Y niesie nadal geny działające w całym ciele człowieka, ich aktywność może mieć znaczenie w przeszczepach tkanek i narządów wtedy, kiedy dawca i biorca różnią się płcią”. (Fik. jw.)

„(...) uzyskane wyniki mają także bardzo istotne znaczenie praktyczne. Do analizy chromosomu Y zastosowano bowiem bardziej pracochłonne techniki niż te, za pomocą których opisano cały genom człowieka”. (Fik. jw.)

4. Naukowcy starają się **uatrakcyjnić** swoje wypowiedzi, ale robią to nieco inaczej niż dziennikarze. I pod tym względem wiedza badacza pozwala pokazać obszary szczególnie ciekawe dla odbiorcy, bo zazwyczaj niepublikowane w naukowych publikacjach. Poza tym sam sposób mówienia o badaniach przypomina zagłębienie do pomieszczenia przez dziurkę od

klucza i pokazywanie od kuchni działania naukowców w różnych sytuacjach. Żmudny i monotony charakter pracy genetyka opisuje M. Fikus:

„Stosując rutynowe metody tnie się nić DNA na małe fragmenty, poznaje osobno i po kolei ich budowę, a potem «skleja» ponownie za pomocą programów komputerowych małe kawałki w ciągłą nić, taką, jaka występuje w naturze” (Fik. *Polityka* 2003, nr 27) i „ułożenie we właściwej kolejności takich nieomal identycznych odcinków przypomina układanie puzzla przedstawiającego niebo lub morze – wielbiciele tych układanek wiedzą, jakie to trudne”. (Fik. jw.)

Równie ciekawe dla czytelnika jest mówienie o sławnych przedstawicielach nauki jak o zwykłych ludziach, którym nie zawsze wszystko się udaje, którzy mają swoje słabości i ulegają takim samym emocjom jak czytelnik. Np. dla twórcy koncepcji fizyki kwantowej (Maxa Plancka) ogłoszona formuła była „swoistym aktem rozpaczy, wyrazem bezradności wobec zagadki banalnego (...) zjawiska”, hipotezą, która „(...) w oczywisty sposób kłóciła się z jego (A.S. Plancka) naukowym credo. Twórca rewolucyjnej koncepcji strawił przeto wiele następnych lat na bezwolnych próbach wyrugowania kwantów z fizyki” (Mr. *Polityka* 2000, nr 51).

Atrakcyjne dla czytelnika mogą być też informacje o fanaberii uczonych, o ich nietypowych zachowaniach i wyniosłej postawie wobec kolegów o niższej pozycji w hierarchii świata nauki. W nieco ironiczny i żartobliwy sposób jest przedstawiona osoba Carla Fridricha Gaussa, porównajmy:

„Dopiero kaprys księcia matematyków sprawił, że problem został poważnie potraktowany. Carl Friedrich Gauss zażyczył sobie mianowicie, aby wykład habilitacyjny Georga Bernharda Riemanna poświęcony był podstawom geometrii. (...) wyniki jego dociekań daleko wykroczyły poza oczekiwania Tajnego Radcy – jak Riemann zwykł tytułować swego nauczyciela” (Mr. *Polityka* 2001, nr 48).

W swoich tekstach naukowcy – publicyści korygują również stereotypowy wizerunek badacza, który w powszechnym odczuciu jest człowiekiem poważnym, zrównoważonym, w całości podporządkowującym życie pracy naukowej. Tymczasem wielu słynnym naukowcom bujne życie towarzyskie nie przeszkadzało w dokonywaniu wielkich odkryć. Słynny Wolfgang Pauli, który przewidział istnienie neutrin, „Swoją myśl sformułował w słynnym liście do fizyków zebranych w Tybindze, dokąd nie pojechał „ze względu na odbywające się w Zurychu tańce” (Mr. *Polityka* 2001, nr 30).

Analizowane teksty pokazują, że naukowcy uatrakcyjniają tekst, sięgając chętniej po elementy ze sfery leksykalnej niż tekstowej (np. tendencję do mieszania gatunków tak typową dla tekstów dziennikarskich). Wykorzystują zatem środki językowe wypróbowane już przez publicystów oraz czytelnym po względem wypełnianej funkcji. Mam tu na uwadze wprowadzanie do tekstu słownictwa potocznego, obrazowych przykładów, niezbyt wyszukanych metafor i porównań, które służą zarówno obrazowaniu jak i uprzyśtępnianiu tekstu zwłaszcza wtedy, gdy za ich pomocą tłumaczy się znacznie skomplikowanych pojęć naukowych. Przykładów ilustrujących

wspomniane zjawiska językowe jest sporo, ale ograniczę się do pokazania tylko niektórych z nich.

Potoczne jednostki leksykalne, stosowane zresztą niezbyt często, pozwalają autorowi skrócić opis, pominąć specjalistyczne określenia, a jednocześnie wprowadzić do tekstu nieco lżejszą tonację. Porównajmy przykłady z różnych tekstów:

„(...) zaprzagł ją [ideę Plancka – uzupełn. A.S.] do objaśniania tzw. efektu fotoelektrycznego” (Mr. *Polityka* 2000, nr 51);

„Jeszcze w końcu XIX wieku rzecznicy atomowej struktury materii stanowili niedużą zakrzyczaną przez oponentów mniejszość” (Mr. jw.);

„Te niesłychanie ważne kawałki (geny – uzupełn. A.S.) niosące kluczową informację rozrzucone są w oceanie nic nie kodujących sekwencji. Wśród tego morza bzdur znaleźć można jednak oprócz genów niezwykle ważne krótkie odcinki zwane sekwencjami regulatorowymi” (Sł. *Polityka* 2001, nr 8);

„(...) pytanie, czy fizycy nie mogą poważnie nabroić, znów powróciło” (Mr. *Polityka* 2001, nr 7);

„Już teraz można „ulepić” embrión z pojedynczych komórek macierzystych” (St. *Polityka* 2003, nr 4);

„(...) w Cambridge wylądował (Crick – uzupełn. A.S.) w 1949 r., decydując się na niezbyt jeszcze określoną karierę biofizyka” (Fik. *Polityka* 2003, nr 15).

Porównania wykorzystane do obrazowego i jednocześnie bardzo prostego wyjaśniania złożonych zjawisk niekoniecznie muszą konfrontować pojęcia potoczne z naukowymi – choć tak często się dzieje. Podstawą porównania bywa w niektórych tekstach zjawisko z innej dziedziny wiedzy zaprezentowane za pośrednictwem niewyszukanej metafory (np. chromosomy jak molekularne wykopalisko) lub pojęcie analogiczne z tej samej dyscypliny, ale bardziej znane (np. neutrino porównane do fotonu). Procesowi porównywania mogą podlegać zarówno pojedyncze pojęcia, jak i obszernie segmenty tekstu opisujące przebieg jakiegoś procesu, np.: zachowanie jąder atomu w akceleratorze „odpowiada czołowemu zderzeniu dwóch pędzących ku sobie samochodów, dużo bardziej brzemienne w skutki od staranowania zaparkowanego samochodu” (Mr. *Polityka* 2001, nr 7).

Sygnalem porównawczego charakteru wypowiedzi są wyrażenia: *jak, ni- by, tak jak, przypomina, podobnie jak*, lub formuła: coś odpowiada czemuś. Oto parę fragmentów:

„(...) planetarny model atomu, w którym lekkie elektrony obiegają ciężkie jądro, ni- by planety Słońce” (Mr. *Polityka* 2000, nr 51);

„(...) matematycy zwykli się odwoływać do żyjących na płaszczyźnie dwuwymiarowych płaszczków, dla których trójwymiarowa przestrzeń jest równie abstrakcyjna jak dla nas czwarty wymiar. (...) W krainie płaszczków spirala lewoskrętna natomiast to obiekt inny niż prawoskrętna, tak jak dla nas prawa i lewa rękawiczka” (Mr. *Polityka* 2001, nr 48);

„Można więc potraktować chromosomy płciowe człowieka jak molekularne „wykopalisko” i badać ich losy ewolucyjne” (Fik. *Polityka* 2003, nr 27);

„(...) neutrino podobnie jak kwanty światła – fotony, są całkowicie bezmasowe” (Mr. *Polityka* 2001, nr 30).

Tropem bardzo przydatnym do przekładania abstrakcyjnych pojęć na język konkretny są **metafory**, które w dodatku uruchamiają wyobraźnię i wywołują plastyczne obrazy. Porównajmy: „Poznanie szczegółów struktury

DNA chromosomu Y było pasjonującą podróżą ku ziemi nieznannej, a wiele zabranych w tę podróż map okazało się błędnymi”; „chromosomy w toku podziałów komórkowych (...) stanowią mozaikę genów o mieszanym pochodzeniu (...)” (Fik. *Polityka* 2003, nr 27) – porównanie nawiązuje do puzzli; „(...) neutrino – (...) najciekawszy okaz w menażerii cząsteczek elementarnych, (...) neutrina (...) grają pierwsze skrzypce w kosmicznej harmonii sfer. Wszechświat jest bowiem oceanem neutrin” (Mr. *Polityka* 2001, nr 30).

Z dość wyrywkowego przeglądu niektórych artykułów zamieszczanych na łamach poczytnego tygodnika wyłania się dość niejednorodny obraz naukowca-popularyzatora. Niewątpliwie istnieje nieliczna jeszcze grupa badaczy, którzy wyzbyli się nawyków pisania tekstu w stylu teutońskim²⁰, a ich wypowiedzi pozostają w zgodzie z tendencjami obserwowanymi w publikacjach dziennikarzy (tj. ograniczają problem do jednego wybranego zagadnienia, dbają o kompozycyjną oryginalność tekstu, ograniczają nadmiar szczegółów, a co za tym idzie użycie wąskospecjalistycznej terminologii – przykładem teksty P.P. Stępnia).

Z drugiej strony na łamach *Polityki* pojawiają się głosy badaczy, którzy nie rezygnują całkowicie z mówienia o problemach naukowych w sposób przypominający nieco wykład lub artykuł naukowy. Świadczy o tym wyrazisty i ujednolicony porządek wypowiedzi, sporo fachowych sformułowań, nadmierna nieraz kondensacja faktów naukowych oraz dbałość o precyzję i ścisłość wyводу. Elementy te wydają się pomniejszane i neutralizowane przez liczne próby dostosowania tekstu do oczekiwań adresata i wydawcy. Obecność takich zabiegów w tekstach dowodzi, że naukowcy mają pełną świadomość, że tekst jest kierowany do odbiorcy nie zawsze odpowiednio przygotowanego pod względem zasobu posiadanej wiedzy naukowej. Stąd w ich tekstach daje się zaobserwować cały szereg działań, które mają ułatwić nawiązanie kontaktu z czytelnikiem, a potem rozumne obcowanie z tekstem.

Przywoływane artykuły:

- M. F i k u s: Skręcona drabina życia, *Polityka* 2003, nr 15; Pan Ygrek, *Polityka* 2003, nr 27.
 M. S ł o m c z y Ń s k a - P i e r z c h a l s k a: W głąb siebie, *Polityka* 2001, nr 8.
 P. P. S t ę p n i ę: Straszny pomidor, *Polityka* 2001, nr 33; Małpi rozum, *Polityka* 2002, nr 24; Z żebra powstaniesz, *Polityka* 2003, nr 4.
 S. M r ó w c z y Ń s k i: Kosmiczne zmarszczki, *Polityka* 2001, nr 1; Żelazna pustynia, *Polityka* 2001, nr 7; Długo po tańcach w Zurichu, *Polityka* 2001, nr 30; Nadmiar wymiarów, *Polityka* 2001, nr 48; Żywy kot, martwy kot, *Polityka* 2000, nr 51.

²⁰ Zob. A. D u s z a k: Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa, Warszawa 1998, s. 322.

AGNIESZKA SZYMAŃSKA

PRZEKAZ MEDIÓW PRESTIŻOWYCH W SYTUACJI PRZEŁOMU POLITYCZNEGO. (*DIE ZEIT I RHEINISCHER MERKUR* IX'89–III'90)

*Poprzez rewolucję może dojść zapewne
do upadku osobistego despotyzmu albo żadnego zysku
lub żadnego władzy ucisku, ale nigdy
nie dokona się prawdziwa reforma sposobu myślenia*

*Immanuel Kant**

Istnienie wolnych, niezależnych mediów jest jednym z elementarnych warunków właściwego funkcjonowania demokracji. Ich obecność odróżnia współczesną rzeczywistość społeczną od tych, które występowały w przeszłości¹. Dziś już niepodobna wyobrazić sobie polityki bez udziału mediów.

Szczególnie interesującą perspektywę badawczą w odniesieniu do sposobu operowania informacją w medialnym dyskursie politycznym stwarza sytuacja politycznego przełomu. Na przykład w RFN w latach 90. jednym z najistotniejszych tematów badawczych stało się niemieckie zjednoczenie w 1990 r.

Problematyka niemieckiego przełomu 1989/90 jest interesująca z co najmniej kilku względów. Po pierwsze, z uwagi na tempo zachodzących wówczas zmian i wytworzoną w ten sposób sytuację zwiększonego zapotrzebowania społeczeństwa na informację polityczną. Dynamika ówczesnych wydarzeń wymuszała zdecydowane przyspieszenie procesów decyzyjnych:

* *Durch eine Revolution wird vielleicht wohl ein Abfall von persönlichem Despotismus und gewinnüchtiger oder herrsüchtiger Bedrückung, aber niemals wahre Reform der Denkungsart zustande kommen* (tłumaczenie autorki); I. Kant: Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?, s. 53, [w:] W. Weischedel: Schriften zur Anthropologie, Geschichtsphilosophie, Politik und Pädagogik 1, tom XI, Frankfurt/M 1977.

¹ D. Rucht: Die Mobilisierung des Publikums: Protestbewegungen. Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen, [w:] Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34/1994, s. 350. Autor opisuje sytuację ruchu robotniczego przełomu XIX i XX wieku, zauważając, iż wówczas niepotrzebne było masowe poparcie opinii publicznej dla wprowadzenia szeregu reform społecznych.

fala uciekinierów z NRD przybywających do Republiki Federalnej oraz niepewność zachodnioniemieckich polityków co do trwałości osiągnięć pierestrojki, nie pozostawiały wiele czasu do namysłu przed podjęciem stosownych działań. Po drugie, ten okres jest interesujący także ze względu na rolę, jaką w procesie zmian odegrały media masowe. W literaturze przedmiotu znaleźć można nawet określenie *Medien-Wende* (przełom medialny).² Po trzecie, ten rozdział niemieckiej historii najnowszej intryguje badaczy także z uwagi na proces integracji europejskiej, której Niemcy Zachodnie były zawsze niezwykle aktywnym orędownikiem. Głośny w środowisku zachodnioniemieckich intelektualistów postulat Europy postnacionalistycznej i wynikający z niego zakaz rozwiązywania kwestii niemieckiej przez zjednoczenie Niemiec („zjednoczenie Niemców tak, ale dopiero w drodze dalszej integracji, pod wspólnym dachem europejskim”), jako rozwiązania „narodowego”, silnie zderzył się z żądaniami szerokich mas społeczeństwa. Kontrast ten był szczególnie wyraźnie widoczny m.in. na łamach hamburskiego tygodnika opinii *Die Zeit*³.

Ten artykuł stanowi częściowe podsumowanie rozprawy doktorskiej, której przedmiotem był sposób zarządzania informacją w medialnym dyskursie politycznym RFN w odniesieniu do wschodnioniemieckich wydarzeń 1989/1990 r. na przykładzie prasy opiniotwórczej. Badaniem wyjęto blisko siedmiomiesięczną zawartość (IX 1989 – III 1990) dwóch zachodnioniemieckich, prestiżowych tygodników *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur*, różnych pod względem światopoglądu politycznego. Celem analizy było ustalenie, jak te tytuły prasowe informowały o wydarzeniach zachodzących w NRD w ogóle, a w szczególności, jak linia redakcyjna danego tytułu, nastawienie zespołu redakcyjnego przekładały się na widzenie rzeczywistości politycznej/społecznej, czyli, jak linia redakcyjna wpływała na kształt publikowanych treści? Które wydarzenia polityczne znalazły swój oddźwięk na łamach danego pisma, a które nie? Czy zachowano równą proporcję w wypowiedziach na temat działalności polityków o tej samej, co dane pismo, orientacji światopoglądowej i przedstawicieli opcji przeciwnej? Jak wyglądał stosunek liczby publikacji sprzyjających opcji politycznej, z którą dane pismo sympatyzuje, do liczby publikacji pozytywnie odnoszących się do działań ugrupowań będących w opozycji do niej? Czy w ogóle, a jeśli tak, to w jakich sytuacjach, prasa opiniotwórcza dopuszczała na swych łamach krytykę opcji politycznej, do której się przychyła? A wreszcie: jak wszystko to mogło wpłynąć na „jakość” przekazu? Czy był on w stanie zaspokoić głód informacji zdezorientowanego społeczeństwa?

² B. Schneider: *Massenmedien im Prozeß der deutschen Vereinigung*, s. 602, [w:] *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 1999.

³ Por. A. Szymańska: *Za czy przeciw? Dyskusja na temat zjednoczenia Niemiec w Die Zeit w 1989 roku*, *Zeszyty Prasoznawcze* 2000, nr 1–2, s. 134–148.

Wyniki analizy⁴

Zakres przeprowadzonych badań objął wszystkie wydania tygodników *Die Zeit* oraz *Rheinischer Merkur*, które się ukazały między 1 września 1989 a 23 marca 1990 roku, czyli kolejnych 30 numerów każdego z pism⁵. Spośród wszystkich publikacji tego okresu do analizy wyselekcjonowano odpowiednio 206 wypowiedzi prasowych opublikowanych na łamach *Die Zeit* oraz 202 z tygodnika *Rheinischer Merkur*. Podstawowym kryterium ich doboru była ogólnoniemiecka tematyka, to znaczy dotycząca takich wydarzeń, które w istotny i jednoznaczny sposób łączyły się z przełomem wschodnioniemieckim lub/i kwestią niemieckiej jedności.

W wyniku przeprowadzonej analizy treści stwierdzono występowanie wysokiego poziomu upolitycznienia treści przekazów oraz daleko posunięte przywiązanie do określonej politycznej linii programowej. Przemawia za tym szereg ustaleń.

Tabela 1. Liczba publikacji zamieszczona w poszczególnych działach tygodników

Miejsce publikacji	<i>Die Zeit</i>		<i>Rheinischer Merkur</i>	
Strona tytułowa	37	= 164	47	= 159
Politik (dział polityczny)	126		112	
Wirtschaft (dział gospodarczy)	22		17	
Inne	19		26	

Publikacje dotyczące kwestii niemieckiej najczęściej można było odnaleźć w obu pismach w dziale politycznym (80% przebadanych jednostek wypowiedzi prasowej). Przy tym na trzydzieści wydań *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur* tylko raz nie opublikowały żadnego tekstu o tej tematyce na pierwszej stronie.

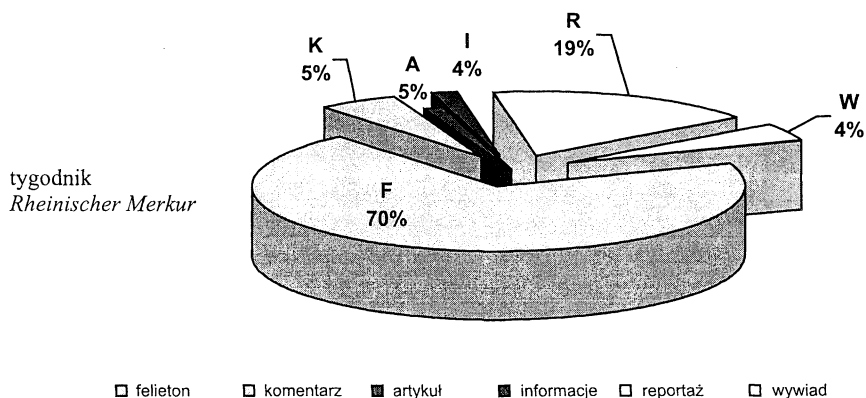
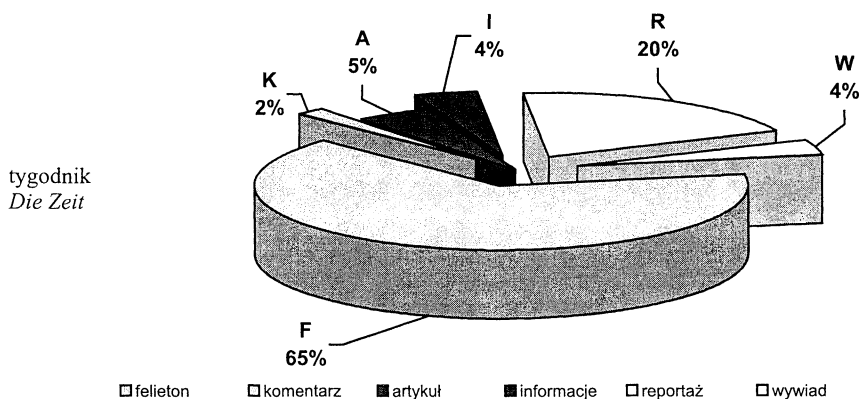
W wyniku analizy zastosowanych gatunków dziennikarskich na łamach tygodników w badanym okresie stwierdzono wysoki odsetek wypowiedzi odautorskich, czyli takich, które zawierały wyraźną i czytelną (politycznie) opinię autora o wydarzeniu⁶. W przypadku tygodników opinii jest to oczywiście zjawisko niejako naturalne. Ich celem jest nie tyle informowanie, co dostarczanie pogłębionych analiz, komentarzy bieżących wydarzeń i wskazywanie ich znaczenia w szerszym kontekście. Jednak nawet przy takim założeniu stosunek ten wydaje się zachwiany. Szczególnie wyraźne widać to w tygodniku *Rheinischer Merkur*, gdzie na 151 tekstów odautorskich przypada zaledwie 6 wyłącznie prezentujących fakty (czyli tylko co 26 tekst nie zawierał wyraźnej opinii autora o wydarzeniach!). Dane procentowe przedstawia wykres 1.

⁴ Z uwagi na obszerność badań, ich wyniki zostaną przedstawione w formie skróconej.

⁵ Wydania *Die Zeit* od nr. 36 ('89) do 13 ('90) oraz *Rheinischer Merkur* od nr. 35 ('89) do 12 ('90).

⁶ W analizie wprowadzono rozróżnienie form dziennikarskich: bezpośrednich (reportaż *R* i wywiad *W*) i pośrednich (formy odautorskie: felieton *F* i komentarz *K*; formy prezentujące fakty: artykuł *A* i informacja *I*).

Wykres 1. Procentowy rozkład użytych w publikacjach form dziennikarskich

Tabela 2. Przynależność polityczna autorów publikacji *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur*

<i>Die Zeit</i>	przynależność partyjna	<i>Rheinischer Merkur</i>
W. Brandt E. Eppler I. Matthäus-Maier H. Schmidt x 6 J. Schmude	SPD	P. Glotz M. Stolpe
M. Berger G. Bucerius x 3	CDU	K. Biedenkopf x 2 H-R. Laurien G. Stoltenberg x 2 E. Brok
-	CSU	G. Diehl
-	FDP	C. Schmalz-Jacobsen
7 autorów	w sumie	8 autorów
14 publikacji		10 publikacji

Również grono polityków (tab. 2), którzy znaleźli się w kręgu autorów publikujących na łamach każdego z badanych tytułów (nie prowadzono tu rozróżnienia na członków zespołu redakcyjnego i autorów spoza niego), a także dobór rozmówców, przynależących do określonych ugrupowań politycznych, którzy w badanym okresie udzielili obu tygodnikom wywiadów, był bardzo czytelny światopoglądowo i wyraźnie pozycjonował publicystykę obu pism po określonej stronie sceny politycznej Niemiec Zachodnich. Podstawowym kryterium doboru rozmówcy zdawała się przede wszystkim wspólnota poglądów. Stanowisko udzielającego wywiadu w obu tygodnikach zwykle było zgodne z linią danego pisma⁷. Wywiadów udzielali wyłącznie ci politycy (lub też ważne osobistości życia społecznego RFN, które w danym momencie znajdowały się wyraźnie po stronie lub w opozycji wobec któregoś z polityków), których wypowiedzi współbrzmiały ze stanowiskiem pisma⁸.

O wysokim stopniu upolitycznienia zawartości obu tygodników w odniesieniu do ówczesnych wydarzeń świadczą wreszcie, jak wynika z analizy, miejscami zasadniczo odmienne sposoby obrazowania, interpretacji wydarzeń i proponowanych rozwiązań zaistniałej sytuacji, prezentowane na łamach każdego z badanych tytułów, a jednocześnie w znacznym stopniu pokrywający się ze stanowiskiem określonego ugrupowania politycznego (tj. poglądami socjaldemokratów w przypadku hamburskiego tygodnika *Die Zeit* i chadeków w odniesieniu do bońskiego *Rheinischer Merkur*).

Analiza treści, jakiej poddano wybrane tematycznie publikacje zamieszczone na łamach *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur* miała trzy cele. Po pierwsze, ustalenie stanowiska obu pism wobec problematyki niemieckiej jedności i ewentualnego zjednoczenia, po drugie, stwierdzenie jak w każdym z obu tytułów pisano o wschodnioniemieckich wydarzeniach w ogóle, a wreszcie, po trzecie, jak na łamach obu tytułów prezentowane były treści bezpośrednio odnoszące się do reakcji przedstawicieli zachodnioniemieckiej sceny politycznej na wydarzenia zachodzące w NRD oraz jaki wpływ na prezentowany wizerunek wydarzeń posiadała redakcyjna linia polityczna pisma. Głównym zamierzeniem było uchwycenie sposobu sterowania

⁷ Podobny związek stwierdzony został w badaniach przekazów prasowych na temat spisu powszechnego, przeprowadzonego w RFN w 1987 r. Jedną z zależności ustalonych w wyniku tamtych badań było, że argumentacja osób, których wypowiedzi zamieszczano na łamach przebadanych tytułów najczęściej pokrywała się z linią programową danego pisma. Zatem osoby cytowane najczęściej niejako potwierdzały stanowisko redakcji. Zjawisko to nosi nazwę „oportunistu świadków” (Opportune Zeugen). Patrz: L. M. Hagen: Die opportunen Zeugen, *Publizistik* 1992 nr 4, s. 444–460.

⁸ *Rheinischer Merkur* zamieścił trzy wywiady z zachodnioniemieckimi przedstawicielami sceny politycznej, związanymi z obozem chadeków: Walterem Wallmannem (CDU), premierem rządu krajowego w Hesji; Volkerem Rühle (CDU), ówczesnym Sekretarzem Generalnym unii; oraz Elmarem Pierothem (CDU), znanym politykiem zachodnioblerlińskim. W *Die Zeit* opublikowano pięć wywiadów: z Walterem Momperem (SPD), burmistrzem Berlina Zachodniego; Hansem Dietrichem Genscherem (FDP) – ministrem spraw zagranicznych RFN, w owym okresie nie do końca przekonanym o słuszności zjednoczenia i ostro spierającym się ze swym koalicyjnym partnerem – kanclerzem Helmutem Kohlem – o kwestie związane z uznaniem trwałości granicy na Odrze i Nysie Łużyckiej; Willy Brandtem (SPD) – byłym kanclerzem RFN, a następnie honorowym przewodniczącym partii; Karlem Otto Pöhlem – szefem Bundesbanku, który zdecydowanie sprzeciwiał się planowanej przez Kohla i CDU unii walutowej z NRD; Egonem Bahrem (SPD) – m.in. byłym doradcą Brandta.

i świadomego wpływania przez zespoły redakcyjne obu tytułów na opinię publiczną.

W pierwszej części analizy stwierdzono (tab. 3), iż sposób prezentacji problematyki zjednoczeniowej w obu tygodnikach był odmienny, a nawet, że stanowiły one dla siebie swoistą przeciwwagę (zamierzoną – niezamierzoną?). Hamburski *Die Zeit*, konsekwentnie przeciwstawiający się postulatowi zjednoczeniowemu, w swej argumentacji odwoływał się głównie do czynników związanych z sytuacją międzynarodową. Postulował pogłębienie procesu integracji europejskiej, w niej właśnie upatrując szansy dla przyszłej niemieckiej jedności: był bliższy temu, by Niemcy raczej zjednoczyły się w przyszłości pod wspólnym dachem europejskim, aniżeli w niedługim czasie w ramach wspólnej struktury państwowej. Natomiast boński *Rheinischer Merkur*, jednoznacznie zwolennik i propagator idei niemieckiego zjednoczenia, od samego początku skupiał się nie tyle na pytaniu o zasadność żądania czy postulatu niemieckiego zjednoczenia (one zdawały się być dla większości autorów publikacji w *RM* oczywiste), co na zaproponowaniu odpowiedniej formy dla realizacji tego przedsięwzięcia, czyli mówiąc po prostu, nie na pytaniu: **czy** się zjednoczyć, ale **jak** to zrobić? W tym znaczeniu publicystyka o tematyce ogólnoniemieckiej w obu pismach – pomimo że ponad wszelką wątpliwość przyczyniała się do wzbogacenia gorączkowo prowadzonej wówczas w Niemczech, a także poza ich granicami, publicznej dyskusji, otwartej debaty na temat przyszłości obu państw niemieckich, a co z tym się także wiązało: niemieckiego narodu – jasno i czytelnie wpisywała się w określony światopogląd polityczny, uchwytny w obu opiniotwórczych tygodnikach.

Tabela 3. Rozkład publikacji na temat niemieckiej jedności w okresie od IX'89 do III '90

	<i>Die Zeit</i>				<i>Rheinischer Merkur</i>			
	za	neutralne	przeciw	razem	za	neutralne	przeciw	razem
IX '89	1	–	3	4	2	5	–	7
X '89	1	3	4	8	5	2	1	8
XI '89	–	3	5	8	3	6	1	10
XII '89	1	4	5	10	4	10	1	15
I '90	1	1	3	5	1	7	–	8
II '90	4	10	4	18	7	5	–	12
III '90	1	12	5	18	2	7	–	9
razem	9	33	29	71	24	42	3	69

W drugiej części analizy, zdecydowanie obszerniejszej, podsumowania należy dokonać w oparciu o poszczególne kategorie tematyczne klucza kategoryzacyjnego, którym posługiwano się w badaniach (tab. 4).

Tabela 4. Częstotliwość występowania poszczególnych kategorii klucza kategoryzacyjnego

Zakres tematyczny klucza kategoryzacyjnego oraz frekwencja występowania poszczególnych kategorii			
kategoria	zakres tematyczny	frekwencja	
		DZ	RM
sytuacja wewnętrzna NRD	nastroje społeczne:	51	59
	opis życia, codzienności	5	9
	demonstracje uliczne	8	5
	STASI	4	1
	jubileusz 40-lecia	3	-
	następstwa systemu totalitarnego w świadomości społecznej	1	2
	intelektualiści wschodni Niemcy a zmiany	1	9
	umowy partnerskie miast niemieckich	-	1
	kościół chrześcijański a zmiany	-	6
	ludzie wracający do NRD	-	1
	wschodni Niemcy elity władzy:	48	22
	postawa SED wobec zachodzących wydarzeń	26	14
	sylwetki poszczególnych polityków, ich zachowanie	7	5
	przeszłe poczyny (przedstawiciele) władzy	2	1
	gasnące zaufanie społeczeństwa do władzy	10	1
	PDS	2	-
	stosunek partii zachodni Niemcy do SED	-	1
	wolne wybory:	28	25
	postulat wolnych wyborów	14	3
	przebieg kampanii wyborczej: udział partii zachodni Niemcy	14	22
reformy państwa:	24	11	
opozycja:	17	31	
obraz rodzącej się opozycji, jej cele działania	13	24	
sylwetki poszczególnych opozycjonistów	4	7	
socjalizm z „ludzka twarz”:	4	8	
wyraźna krytyka idei tzw. „trzeciej drogi”	-	6	
pochwała idei tzw. „trzeciej drogi”	3	-	
fale ucieczek z NRD	konsekwencje ucieczek mieszkańców NRD:	20	10
	1 – dla NRD	6	5
	2 – dla RFN	6	6
	sytuacja uciekinierów	2	4
	sposoby finansowania wyjazdów obywateli NRD	3	2
sytuacja gospodarcza NRD	opis sytuacji gospodarczej NRD: (m.in.: stan gosp. NRD, polityka gosp. SED, polityka walutowa NRD, poziom życia we wschodnich Niemczech, skutki masowych ucieczek dla gosp., rola RFN – ewentualna pomoc – w procesie wprowadzania reform, kondycja marki wschodniej, konieczność inwestycji)	18	13
	postulat wprowadzenia reform	16	13
	opis zachodzących zmian	1	4
	unia walutowa:	7	3
sytuacja międzynarodowa	stosunek świata do niemieckiego zjednoczenia	41	27
	nowy porządek świata	36	27
	integracja europejska	24	8
	przemiany w Europie Wschodniej	27	16
	kwestia granicy na Odrze i Nysie Łużyckiej	15	16
	reakcja polityków RFN (CDU i SPD) na wydarzenia w NRD	58	52
koszty zjednoczenia	dla mieszkańców NRD	6	1
	dla mieszkańców RFN	11	4
	Bonn, czy Berlin?	3	5

Pierwsza z kategorii dotyczyła sytuacji wewnętrznej w NRD i obejmowała największą liczbę zagadnień szczegółowych. W odniesieniu do tej tematyki pomiędzy treścią przekazów publikowanych w *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur* stwierdzono występowanie szeregu odmienności w prezentowanych wizerunkach i rozkładzie akcentów tematycznych.

Podczas kiedy na łamach *DZ* ukazywano społeczeństwo Niemiec Wschodnich jako domagające się i dążące do samodzielności i niezależności, pragnące, po raz pierwszy, decydować o sobie autonomicznie, to *RM* ukazywał je jako zbiorowość ludzi, którzy chcieliby, aby ktoś (Michaił Gorbaczow?) ich w tej walce wyręczył. Po upadku muru berlińskiego zespół redakcyjny *DZ* skupił się głównie na przedstawianiu narastającego rozczarowania i gniewu wśród członków wschodnioniemieckiego społeczeństwa. *RM* natomiast skoncentrował się na rozważaniu istniejących możliwości realizacji jedynej w opinii jego zespołu redakcyjnego słusznego rozwiązania zaistniałej sytuacji, czyli zjednoczenia obu państw niemieckich.

Jeszcze większy rozdźwięk (świadczy o tym już choćby sama liczba publikacji: *DZ* publikował niemal dwa razy częściej na ten temat niż czynił to *RM*!) odnotowano w przypadku prezentowanego na łamach obu pism wizerunku wschodnioniemieckich elit politycznych (SED), zwłaszcza w odniesieniu do osoby politycznego przywódcy NRD Ericha Honeckera. Podczas kiedy zespół redakcyjny *DZ* nie mógł się zdecydować na wyrażenie ostatecznej i wyrazistej oceny polityki NRD, stanowisko redakcji *RM* było w tym względzie jednoznacznie negatywne. Tygodnik boński znacznie częściej niż *DZ* prezentował stanowisko wschodnioniemieckiej opozycji politycznej. I choć oba tytuły zgadzały się w jej ocenie (jako słabej, nie posiadającej planu działania, niesamodzielnej, pozbawionej charyzmatycznych osobowości itd.), to nie słyż za tym podobne przemyślenia i wnioski. *Die Zeit* najczęściej ograniczał się do wyrażania głębokiego żalu, że ludzie ci nie będą mogli sami zdecydować o kształcie i kierunku rozwoju własnego państwa, *RM* sugerował natomiast, że wobec takiego stanu rzeczy jedynym rozsądnym rozwiązaniem może stać się jedynie zjednoczenie. Poglądy te są zarazem pochodnymi stosunku obu zespołów redakcyjnych do idei reformy socjalizmu (postulat budowy „socjalizmu z ludzką twarzą”), któremu to pomysłowi *RM* był zdecydowanie przeciwny, gdy tymczasem na łamach *DZ* uważano, że Niemcy Wschodnie nadal mają prawo do podejmowania takiego eksperymentu. Stąd w *RM* również zdecydowanie rządu, w porównaniu z *DZ*, poruszano kwestię postulatów reformy NRD, której przeprowadzenia otwarcie domagano się na łamach tygodnika hamburskiego.

W odniesieniu do kategorii drugiej (*fale ucieczek z NRD*) przekazy prasowe na łamach *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur* utrzymywane były w zbliżonym tonie, zwłaszcza w pierwszej wyróżnionej fazie. Jesienią 1989 r. nastawienie redakcji obu pism do uciekinierów z NRD było niezwykle przychylne. Motywacje uciekających, choć dostrzegano oprócz motywów politycznych i te natury materialnej, relacjonowane były jako dążenie

do upragnionej wolności. W tygodniku *Die Zeit* ta „wolnościowa” retoryka utrzymała się nawet do końca badanego okresu. Zespół redakcyjny *Die Zeit*, w porównaniu z *RM* w sumie mniej intensywnie zajmujący się prezentacją eneradowskich realiów dnia codziennego, zasadniczo najmocniej akcentował w swych przekazach imperatyw dążenia do wolności jako główny motor dynamizujący działania obywateli NRD. Inaczej było w *Rheinischer Merkur*, który w początkowej fazie przemian *RM* również bardzo krytycznie ukazywał wschodnioniemiecką codzienność i jednocześnie bardzo przychylnie odnosił się do motywacji uciekinierów z NRD. W końcowym okresie objętych badaniem ram czasowych *RM* zmienił jednak optykę widzenia tego problemu. W *Rheinischer Merkur* to, co jeszcze jesienią 1989 r. postrzegano w kategoriach odwagi, niemalże bohaterstwa, dość szybko uległo dewaluacji i wiosną '90 zaczęło być traktowane jako objaw swoistego wygodnictwa „socjalnego” obywateli NRD. Wiosną 1990 r. uciekinierów z Niemieckiej Republiki Demokratycznej nie postrzegano już jako bohaterów narodowych, ryzykujących wszystko w imię uzyskania wolności, ale jako potencjalnych pasożytów społecznych, których celem jest wygodne życie na koszt społeczeństwa RFN.

Kategoria trzecia dotyczyła sytuacji gospodarczej NRD i zasadniczo nie wykazała żadnych daleko posuniętych rozbieżności prezentowanego na łamach obu pism bardzo negatywnego wizerunku wschodnioniemieckiej gospodarki. Różnice wystąpiły natomiast w płaszczyźnie proponowanych sposobów rozwiązań, w tym kroków pomocowych (*RM*: pomoc tylko w wypadku podjęcia w NRD drogi reform; *DZ*: udzielanie pomocy nie powinno być obwarowywane szeregiem warunków) i udziału RFN w procesie naprawczym gospodarki wschodnich Niemiec. Zgodność ujawniła się w kwestii dotyczącej postulowanego na łamach obu pism sposobu wprowadzenia w NRD mechanizmów wolnorynkowych. Zarówno *DZ*, jak i *Rheinischer Merkur* były sceptyczne wobec proponowanej wówczas szybkiej ścieżki dla unii walutowej obu państw niemieckich.

Natomiast wiele odmienności w prezentowanych na łamach obu pism poglądach ujawniła analiza sytuacji międzynarodowej w kontekście przełomu wschodnioniemieckiego (kategoria czwarta). Zdecydowanie częściej do tego problemu odwoływał się hamburski *Die Zeit*, właśnie tu starający się wskazywać na argumenty, które wyraźnie przemawiałyby przeciwko niemieckiej jedności państwowej. W opinii *DZ* postulowane zjednoczenie mogłoby zaszkodzić procesowi integracji europejskiej i reform w krajach Europy Wschodniej oraz pogłębiłoby lęki sąsiadów Niemiec, a także obawy mocarstw zwycięskich ostatniej wojny światowej. Na łamach *RM* tymczasem prezentowano pogląd, że integracja europejska wyłącznie zyska na niemieckiej jedności, a sąsiedzi i mocarstwa zwycięskie już od dawna nie mają powodów lękać się zjednoczonych Niemiec. Sam proces emancypacji krajów byłego obozu interesował bońską redakcję raczej jako tło dla wydarzeń rozgrywających się w Niemieckiej Republice Demokratycznej.

Ostatnią kategorią tematyczną uwzględnioną w tej części badań stano-

wiła kwestia potencjalnych kosztów zjednoczenia. Wyniki badania wskazują, że ten temat interesował oba tygodniki głównie w kontekście kosztów ponoszonych przez obywateli Niemiec Zachodnich. Ewentualne konsekwencje finansowe odczuwane przez członków ówczesnego społeczeństwa wschodnioniemieckiego stały się przedmiotem zainteresowania na łamach *Die Zeit* dopiero w II połowie lutego 1990 r., a w *RM* dano wyraz temu zainteresowaniu tylko jeden raz w przeciągu całego okresu objętego badaniem.

Swoistość i charakter ujawnionych w analizie tematycznej różnic wizerunku ówczesnych wschodnioniemieckich przemian, zaprezentowanych na łamach obu pism są wyrazem konsekwencji odmienności światopoglądowej obu tytułów i jako takie stanowią kolejny dowód wysokiego stopnia upolitycznienia prezentowanych treści dotyczących ówczesnych wydarzeń.

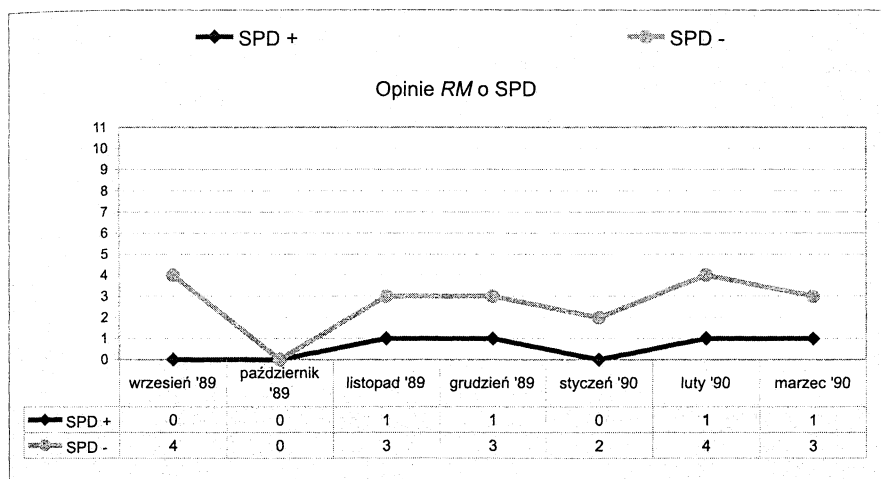
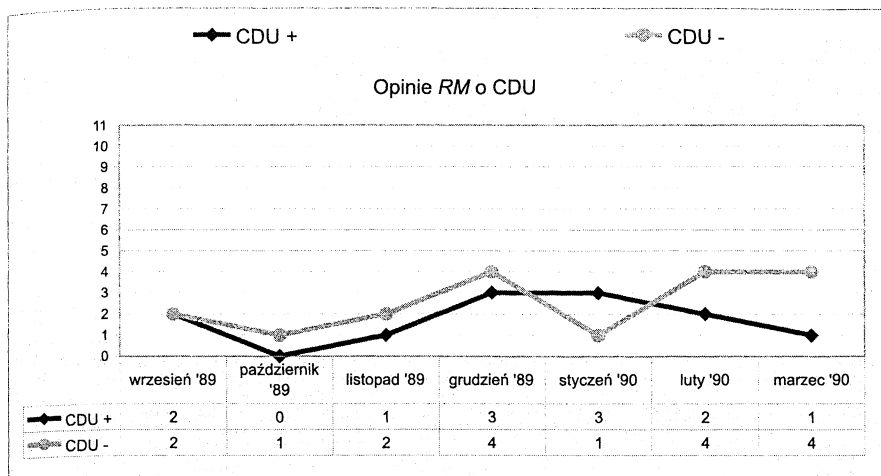
Celem trzeciego etapu analizy było uzyskanie odpowiedzi na pytanie: jak w obu tytułach prezentowane były treści bezpośrednio odnoszące się do reakcji i działań przedstawicieli zachodnioniemieckiej sceny politycznej wobec wydarzeń w NRD?

Tabela 5. Rozkład opinii publikacji *DZ* i *RM* odnoszących się do zachodnioniemieckich CDU i SPD

tygodnik	<i>Die Zeit</i>						<i>Rheinischer Merkur</i>					
	SPD			CDU			SPD			CDU		
ugrupowanie polityczne												
kierunek opinii	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
IX '89	2		3			3			4	2	1	2
X '89	2					1		1			3	1
XI '89	2					2	1		3	1	2	2
XII '89	1	1		4	1	5	1	1	3	3		4
I '90	1	1	2			1			2	3	1	1
II '90		1	2	1		10	1		4	2		4
III '90	3	1	3		1	11	1	1	3	1	1	4
suma	11	4	10	5	2	33	4	3	19	12	8	18
ogółem	= 25			= 40			= 26			= 38		
razem	= 65						= 64					

Zamierzeniem analizy było uchwycenie stosunku obu pism do dwóch największych ugrupowań politycznych Niemiec Zachodnich, czyli CDU i SPD, aktywnie zaangażowanych w dynamicznie rozwijający się proces przeobrażeń zarówno w NRD, jak i RFN.

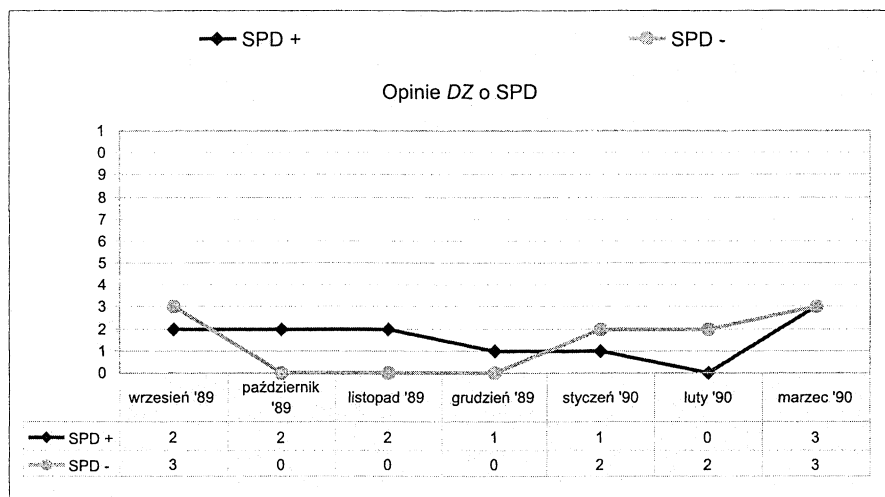
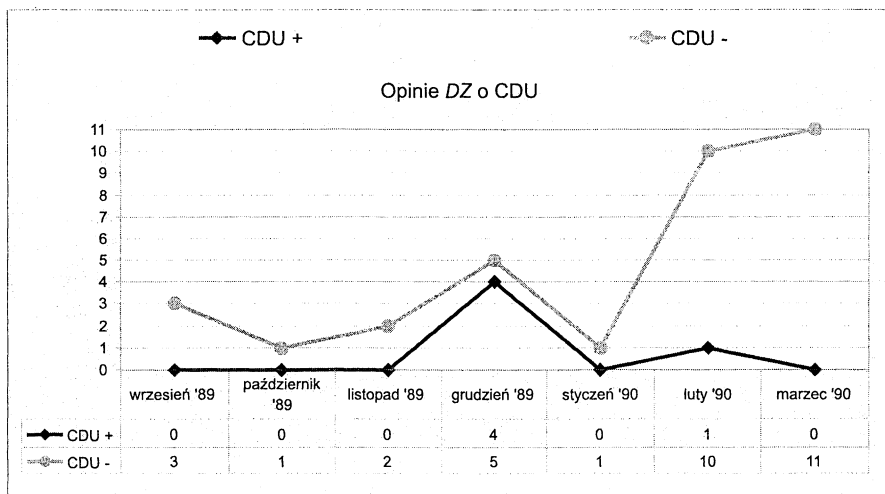
W jej wyniku ustalono (tabela 5), iż oba tygodniki niemal równie często prezentowały na swoich łamach opinie na temat któregoś z ugrupowań, a częstotliwość wypowiedzi dotyczących każdej z partii była zbliżona (SPD – wartości 25 i 26, CDU – wartości 40 i 38).

Wykres 2. Rozkład publikacji negatywnych i pozytywnych na temat partii CDU i SPD w *Rheinischer Merkur*.

Na łamach *Rheinischer Merkur* częściej wyrażano opinię na temat działań CDU, a na temat SPD zabierano głos zdecydowanie krytyczniej niż czyniono to w odniesieniu do także, choć nie tak silnie krytykowanej CDU (wykres 2).

Die Zeit, podobnie jak *RM*, w sumie częściej podejmował temat CDU, jednak na jego łamach zdecydowanie przeważały opinie chadekom nieprzychylnie: na 13 publikacji negatywnych przypadły zaledwie 2 zawierające korzystną ocenę CDU. Analogiczna relacja ocen negatywnych i pozytywnych zawartych w tekstach dotyczących SPD wyniosła w *Die Zeit* blisko 1:1 (wykres 3).

Wykres 3. Rozkład publikacji negatywnych i pozytywnych na temat partii CDU i SPD w *Die Zeit*.



Oba tygodniki, jak wyżej powiedziano, zdecydowanie częściej prezentowały na swych łamach oceny działań chadeckich (w sumie 78 razy), aniżeli obozu socjaldemokratów (51 wypowiedzi). Uznać należy, iż polityka SPD budziła mniej kontrowersji niż rządzącej CDU, o której – jako partii sprawującej władzę – pisano więcej i częściej. Oba tytuły prasowe krytykowały działania CDU w tych samych okresach, choć *DZ* czynił to intensywniej niż *RM*.

W kontekście prezentowanych ocen częstotliwość publikacji pozytywnych w odniesieniu do SPD i CDU jest w przypadku obu tytułów niemal ta-

ka sama. Różny jest natomiast adresat tych ocen (wykres 1, 2). *Die Zeit* zdecydowanie częściej oceny pozytywne formułował w odniesieniu do SPD. Niemal dokładnie odwrotnie *Rheinischer Merkur*, który częściej pozytywnie wyrażał się na temat CDU. W tej sytuacji kolejny raz potwierdzenie znajduje założenie o przywiązaniu obu tytułów do określonych i kojarzonych z nimi opcji światopoglądowych.

To przywiązanie staje się tym bardziej widoczne w przypadku opinii negatywnych kierowanych pod adresem obu ugrupowań politycznych (wykres 1, 2). *Die Zeit* jednoznacznie częściej, niż czynił to RM, krytykował chadeków, podczas kiedy pismo bońskie zdecydowanie wyprzedzało tygodnik hamburski pod względem liczby opinii negatywnych o SPD. W sumie *Rheinischer Merkur* niemal dwa razy częściej niż DZ negatywnie oceniał SPD, a DZ niemal dwa razy częściej niż RM negatywnie oceniał CDU.

Najmniej miejsca na łamach obu pism zajęły publikacje „neutralne” pod względem zawartej w nich oceny. To naturalne, jeśli zważyć na charakter obu tytułów jako pism opiniotwórczych. Niemniej jednak i w tej kategorii publikacji uchwytana była pewna zależność. Jeśli oba tytuły prasowe równie rzadko zamieszczają na swych stronach treści powstrzymujące się od oceny działalności socjaldemokratów, bardzo widoczna jest przewaga RM nad DZ pod względem opublikowanych treści neutralnych na temat CDU (stosunek odpowiednio 4:1).

Wnioski

Powyższe ustalenia, a także omówione wcześniej wyniki tematycznej analizy treści prezentowanych na łamach *Die Zeit* i *Rheinischer Merkur* wskazują, iż polityczna linia redakcyjna obu pism miała decydujące i kluczowe znaczenie dla sposobu postrzegania i obrazowania rzeczywistości wschodnioniemieckich przemian 1989/1990 r. Stwierdzone powyżej różnice w treści publikacji dotyczące sposobu prezentacji zachodzących wówczas wydarzeń ponad wszelką wątpliwość świadczą o wyraźnej tendencji obu tytułów prasowych do identyfikowania się z polityką „preferowanej” opcji politycznej. Należy uznać, że jest to rezultat świadomej polityki redakcyjnej przyjętej przez oba opiniotwórcze tygodniki. Każdy z badanych tytułów docierał do swoich odbiorców i szerzej – opinii publicznej – ze swoiście politycznie uargumentowaną treścią i odmiennym przesłaniem co do docelowych rezultatów, wydarzeń w Niemieckiej Republice Demokratycznej, dokonujących się na oczach obywateli obu państw niemieckich i światowej opinii publicznej. W ten sposób oba tytuły stały się aktywnymi ośrodkami sterowania (zarządzania) informacją w procesie komunikacji politycznej RFN w odniesieniu do wschodnioniemieckiego przełomu politycznego i wynikłego w jego następstwie niemieckiego zjednoczenia, które ostatecznie dokonało się 3 października 1990 r.

Przyjęta przez oba tytuły strategia zarządzania informacją dotycząca kształtu zjednoczenia Niemiec, przyjmująca tak asymetryczną postać (pro-

ponowane przez tygodnik *Die Zeit* rozwiązania zaistniałej sytuacji bardzo istotnie i zasadniczo różniły się od propozycji postulowanych przez zespół redakcyjny *Rheinischer Merkur*), pozostała nieobjęta na kształt świadomości społeczeństwa niemieckiego, które zmuszone było zmierzyć się z tym problemem. Odpowiedź na nurtujące obywateli pytanie: „Poprzeć ideę zjednoczenia, czy nie?” w świetle sprzecznych w zakresie treści postulatów zawartych w przekazach medialnych nadal pozostawała bez jednoznacznej odpowiedzi.

Ta asymetria przekazów mediów oraz innych, płynących z centrum władzy politycznej, rozbieżnych interesów partii politycznych doprowadziła do głębokiej i do dzisiaj silnie odczuwanej polaryzacji politycznej społeczeństwa zjednoczonych Niemiec (podział na *Ossis* i *Wessis*). W przygotowanym niemal 10 lat po zjednoczeniu raporcie rządu federalnego na temat stanu niemieckiej jedności spotkać można wręcz opinie o istnieniu dwóch społeczeństw⁹ w obrębie jednego państwa niemieckiego:

Po pierwszych godzinach euforii związanej z odzyskaną jednością u wielu ludzi pojawiło się stosunkowo prędko poczucie otrzeźwienia. (...) Pojawił się dystans, co poniektórzy krytycy poczęli mówić nawet o dwóch społeczeństwach w jednym państwie¹⁰.

Odpowiedzialnością za ten stan rzeczy obarczano daleko posunięte przywiązanie ze strony polityków i elit opiniotwórczych do wymiaru ekonomicznego budowanej jedności niemieckiej, przy jednoczesnym marginalizowaniu wymiaru emocjonalnego tego procesu oraz potrzeby czy wręcz konieczności wypracowania u wszystkich obywateli zjednoczonych Niemiec (a więc również mieszkańców ich zachodniej części) poczucia wspólnej odpowiedzialności za jego powodzenie¹¹.

Brak poszerzenia perspektywy przekazów zachodnioniemieckich mediów opiniotwórczych o wymiar skutków zjednoczenia dla wschodnioniemieckiego społeczeństwa przy jednoczesnym dyskredytowaniu jego osiągnięć w okresie bezpośrednio poprzedzającym realizację niemieckiej jedności bardzo prędko przyniósł negatywne skutki. Społeczeństwo zachodnich Niemiec po krótkotrwałej euforii „narodowej” szybko – jak gdyby w zasadzie nic się nie zmieniło – powróciło do swej codzienności,

⁹ Głębokiego rozłam tużsamości w obrębie społeczeństwa niemieckiego dowodzą również prowadzone wśród obywateli Niemiec na dość szeroką skalę systematyczne badania dotyczące poczucia tożsamości i identyfikacji z państwem, por. (m.in.) następujące publikacje zamieszczone na łamach dodatku Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung DAS PARLAMENT: E.Brähler, H-E. Richter: Deutsche – zehn Jahre nach der Wende (B 45/99); Thomas Rausch: Zwischen Freiheitssuche und DDR-Nostalgie (B 45/99); P. Förster: Die 25jährigen auf dem langen Weg in das vereinte Deutschland (B 43–44/99); K-P. Schwitzer: Ältere und alte Menschen in den neuen Bundesländern im zehnten Jahr nach der Wende (B 43–44/99); L. Probst: Ost-West-Differenzen und das republikanische Defizit der deutschen Einheit (B 41–42/98); D. Pollack, G. Pickel: Die Ostdeutsche Identität – Erbe des DDR-Sozialismus oder Produkt der Wiedervereinigung?(B 41–42/98); H-J. Veen: Innere Einheit – aber wo liegt sie? (B 40–41/97).

¹⁰ *Nach den ersten Stunden der Euphorie über die Wiedergewonnene Einheit stellte sich bei vielen Menschen aber auch recht bald ein Gefühl der Ernüchterung ein. (...) Distanzen sind entstanden, manche Kritiker sprachen zuweilen gar von zwei Gesellschaften in einem Staat*; Jahresbericht der Bundesregierung zum Stand der Deutschen Einheit 1999, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Berlin 1999; s. 6.

¹¹ Por. tamże, s. 7. A także L. Probst, op. cit., s. 5–6.

zupełnie nie dostrzegając ani ogromu skali zmian, ani wiążących się z nim trudności, z jakimi na co dzień musieli się borykać mieszkańcy Niemiec Wschodnich. Te zakłócenia w komunikacji co do istoty dokonujących się zmian i ich społecznego znaczenia zamiast zniwelować, doprowadziły tylko do wzmocnienia wszelkich politycznych, społecznych, psychologicznych i kulturowych różnic pomiędzy mieszkańcami do niedawna dwóch oddzielnych państw niemieckich, a obecnie tzw. „starych” i „nowych” krajów związkowych Republiki Federalnej. Ten swoisty, rzecz można: bumerangowy efekt zarządzania informacją w sytuacji politycznego przełomu był rezultatem asymetrycznej socjalizacji politycznej monitorowanej przez media, w tym także z aktywnym udziałem prasy opiniotwórczej.

W końcu i sami przedstawiciele mediów dostrzegli luki w prezentowanym wówczas przez nich wizerunku wydarzeń i proponowanych rozwiązaniach. Karl-Heinz Janßen, jeden z czołowych publicystów tygodnika *Die Zeit*, zawarł w 1996 r. w książce opublikowanej z okazji jubileuszu 50-lecia hamburskiego pisma, w rozdziale poświęconym wydarzeniom niemieckiego przełomu 1989/90, myśl o potrzebie refleksji naukowej nad przyczynami niedostatków w postrzeganiu tamtych wydarzeń ze strony zachodnioniemieckich mediów¹². Sam na własną rękę próbując szukać wyjaśnienia tego stanu rzeczy, uznał że błąd tkwił w mylnie dokonanej interpretacji potrzeb i możliwości. Tak mocne przywiązanie członków redakcji *Die Zeit* do europejskiej, tj. postnarodowej, tożsamości w okresie tamtych wydarzeń miało być, zdaniem Janßen, wynikiem chęci zapobieżenia spodziewanemu, w razie zjednoczenia, odstąpieniu przez rządzących wtedy chadeków od kontynuacji prac na rzecz dalszego postępu integracji europejskiej¹³. To wyraźnie ukazuje, że przedstawiciele elit opiniotwórczych nie w pełni pojęli istotę wschodnioniemieckiego przełomu, na którą złożyły się dwa nierozłącznie ze sobą związane czynniki: społeczeństwo byłej NRD dążyło bowiem jednocześnie do wolności i jedności. Tymczasem zachodnioniemieckie elity opiniotwórcze wykazywały daleko posuniętą tendencję do akcentowania zwykle wyłącznie jednego z elementów składowych dynamiki zmian, przy jednoczesnym pomijaniu lub umniejszaniu drugiego. Co wydaje się interesujące, ten swoisty wybór „optyki” determinowany był najwyraźniej kształtem własnych przekonań politycznych. Elity związane z lewicą podziwiała odwagę i determinację dążenia społeczeństwa NRD do demokracji, postulowały konieczność wspierania tych dążeń. Niemniej jednak równoległe wykazywały skłonność do przyjmowania stanowiska, iż wysuwane przez masy demonstrantów żądania zjednoczenia są swoistym zamachem na jakoby postnarodową tożsamość Niemiec Zachodnich, będących lokomotywą procesu europejskiej integracji. Zachodnioniemieckie kręgi opiniotwórcze bliższe swoimi sympatiami prawej stronie sceny politycznej

¹² *Es wird noch vieler wissenschaftlicher Untersuchungen (...) bedürfen, um die Ursachen für das Wahrnehmungsdefizit westdeutscher Medien in der deutschen Frage zu finden*; K.-H. Janßen: *Die Zeit in der ZEIT. 50 Jahre einer Wochenzeitung*, Siedler 1996, s. 318.

¹³ Tamże, s. 317.

uznawały natomiast, co prawda, słuszność wschodnioniemieckich postulatów jedności, ale wykazywały tendencję do ich instrumentalizacji: dążenia te uznawane były za słuszne w tym sensie, że potwierdzały trafność ich własnego światopoglądu politycznego. Co się zaś tyczy dążenia do demokracji, to w tym zakresie społeczeństwo wschodnich Niemiec zdawało się być, w ich ocenie, po prostu niezdolne do samodzielnej realizacji tego dążenia. Ujmując krótko: społeczeństwo wschodnich Niemiec mogło samodzielnie wysuwać żądania jedności, ale nie mogło samodzielnie zdecydować o jej kształcie¹⁴. Taki mechanizm wyjaśniający przyjęte strategie zarządzania informacją w sytuacji niemieckiego przełomu politycznego i dokonanego w jego efekcie zjednoczenia znajduje zastosowanie również w przypadku obu tygodników opiniotwórczych objętych badaniem w niniejszej pracy.

Tym samym przywiązanie (być może zbyt daleko idące?) zachodnioniemieckich elit opiniotwórczych do własnego sposobu myślenia, tj. do analizy sytuacji dokonywanej w bardzo określonych, a przez to mało elastycznych, kategoriach światopoglądowych stało się przyczyną „tożsamościowego” niepowodzenia niemieckiej rewolucji 1989/90, która przyczyniła się co prawda do upadku reżimu, ale nie dokonała prawdziwej reformy sposobu myślenia. Przynajmniej nie w odniesieniu do elit opiniotwórczych, a w tym członków zespołów redakcyjnych bońskiego tygodnika *Rheinischer Merkur* i hamburskiego *Die Zeit*, grających wówczas ważną rolę sterników świadomości społecznej wobec zarówno zachodnioniemieckiego, jak i wschodnioniemieckiego społeczeństwa.

Literatura

- „50 Jahre ZEIT, 50 Jahre ZEITgeschichte”, Zeitverl., Hamburg 1996.
- Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung DAS PARLAMENT (B 45/99):
- E. Brähler/H.-E. Richter „Deutsche – zehn Jahre nach der Wende”;
 - Th. Rausch „Zwischen Freiheitssuche und DDR-Nostalgie”.
- Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung DAS PARLAMENT (B 43–44/99):
- P. Förster „Die 25jährigen auf dem langen Weg in das vereinte Deutschland”;
 - K.-P. Schwitter „Ältere und alte Menschen in den neuen Bundesländern im zehnten Jahr nach der Wende”.
- Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung DAS PARLAMENT (B 41–42/98):
- L. Probst „Ost-West-Differenzen und das republikanische Defizit der deutschen Einheit”;
 - D. Pollack/G. Pickel „Die Ostdeutsche Identität – Erbe des DDR-Sozialismus oder Produkt der Wiedervereinigung?”.
- Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung DAS PARLAMENT (B 40–41/97):
- H.-J. Veen „Innere Einheit – aber wo liegt sie?”.

¹⁴ Por. L. Probst „Ost-West-Differenzen und das republikanische Defizit der deutschen Einheit”, Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung DAS PARLAMENT, B 41–41/98; s. 3–8.

- „Bundeskanzler Helmut Kohl. Reden und Erklärungen zur Deutschlandpolitik”, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Reihe Berichte und Dokumentationen, 1990.
- M. D ö h n h o f f, H. S c h m i d t, T. S o m m e r (red.): ZEITGeschichte der Bonner Republik 1949–1999, Rowohlt, Hamburg 1999.
- K.J. F r i t s c h e: Das Jahr der deutschen Einheit, wybór tekstów, Ullstein, Berlin 1990.
- G. G i l l e s s e n: 1990. Eine Jahres-Chronik, Insel Verlag Frankfurt a/M, Lipsk 1991.
- L. M. H a g e n: Die opportunen Zeugen, *Publizistik* 4/1992.
- Jahresbericht der Bundesregierung zum Stand der Deutschen Einheit 1999, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Berlin 1999.
- K.-H. J a n B e n: Die Zeit in der ZEIT. 50 Jahre einer Wochenzeitung, Siedler 1996.
- H.M. K e p p l i n g e r: Motor oder Bremse? Die Rolle der Medien auf dem Weg zur Einheit, [w:] K. Imhof (red.): Kommunikation und Revolution, tom 3, Zurich 1998.
- H.M. K e p p l i n g e r: Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien, Interfrom, Zurich 1992.
- C. K o c h: Meinungsführer. Die Intelligenzblätter der Deutschen, Rotbuch Verlag, Berlin 1989.
- K.R. K o r t e, W. W e i d e n f e l d: Handbuch zur deutschen Einheit 1949-1989-1999, Campus, Bonn 1999.
- K. L a u, K.-H. L a u: Deutschland auf dem Weg zur Einheit. Dokumente einer Revolution, Georg Westermann Verlag, Braunschweig 1990.
- H.-G. L e h m a n n: Deutschland – Chronik 1945 bis 1995, Bundeszentrale für politische Bildung, Schriftenreihe Band 332, Bonn 1995.
- B. P f e t s c h, K. V o l t m e r: Geteilte Medienrealität? Zur Thematisierungsleistung der Massenmedien im Prozeß der deutschen Vereinigung, Berlin 1993.
- D. R u c h t: Die Mobilisierung des Publikums: Protestbewegungen. Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 34/1994.
- P. S c h i n d l e r: Datenbuch zur Geschichte des Deutschen Bundestages 1949–1999 (CD-ROM), Deutscher Bundestag 2000.
- W. S c h u l z: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, Westdeutscher Verlag, Opladen 1997.
- A. S z y m a Ń s k a: Za czy przeciw? Dyskusja na temat zjednoczenia Niemiec w DIE ZEIT w 1989 roku, *Zeszyty Prasoznawcze* 2000, nr 1–2.
- H. T e l t s c h i k: 329 dni. Zjednoczenie Niemiec w zapiskach doradcy kanclerza, Oficyna Panda, Warszawa 1992.
- K. V o l t m e r, E. S c h a d e d o t h, P.R. S c h r o t t: Individuelle Teilnahme an politischer Kommunikation zur Bedeutung der interpersonalen und massmedialen Kommunikation im Prozeß der deutschen Vereinigung, [w:] K l i n g e m a n n, L u c z: Zwischen Wende und Wiedervereinigung. Analysen zur politischen Kultur in West- und Ost- Berlin 1990, Opladen, Westdeutscher Verlag, 1995.
- J. W i l k e (red.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 1999:
 - R. S c h u l z: „Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften”,
 - J. W i l k e: „Leitmedien und Zielgruppenorgane”,
 - B. S c h n e i d e r: „Massenmedien im Prozeß der deutschen Vereinigung”.
- Die Zeit* – 206 artykułów, zamieszczonych w numerach od 36 (1989) do 13 (1990).
- Rheinischer Merkur* – 202 artykuły, zamieszczone w numerach od 35 (1989) do 12 (1990).

DAGMARA GŁUSZEK

MEDIA W BASKIJSKIEJ WSPÓLNOCIE AUTONOMICZNEJ

Kraj Basków (hiszp. El País Vasco) od 1979 roku jest regionem autonomicznym¹. Po śmierci generała Franco w 1975 roku Hiszpania rozpoczęła proces demokratyzacji. Dzięki temu zmieniła się również polityka wewnętrzna państwa ze zjednoczeniowej na regionalną. Regiony historyczne Hiszpanii: Kraj Basków, Katalonia i Galicja oraz inne prowincje otrzymały statuty autonomiczne umożliwiające powstanie rządów krajowych poszczególnych wspólnot.

Baskowie wykorzystują oddaną im władzę, by wzmocnić niezależność od Hiszpanii i podkreślić swoją odrębność nie tylko polityczną, lecz także kulturową. Rząd baskijski stara się wspierać wszelkie inicjatywy, które budzą tożsamość narodową Basków. Służycy mają również baskijskie media, które propagują język baskijski wśród mieszkańców Euskadi².

20 maja 1982 roku zgodnie z Uchwałą 5/1982 Parlamentu Baskijskiego założono Baskijską Publiczną Rozgłośnię Radiowo-Telewizyjną *Euskal Irrati Telebista (EITB)*, która rozpoczęła nadawanie 23 listopada tego samego roku. *EITB* ma służyć przekazywaniu informacji i być instrumentem politycznej partycypacji obywateli baskijskich w życiu publicznym. Współpracuje także z systemem edukacyjnym. Promuje i rozprzestrzenia kulturę baskijską. Szczególną rolę gra *EITB* w rozwoju i umacnianiu języka baskijskiego. Wspiera prawa i wolności obywatelskie. Ramówka zawiera pozycje informacyjne, kulturalne, artystyczne, rozrywkowe oraz komercyjne. W skład *EITB* wchodzi:

1. *Euskal Telebista* – Televisión Vasca SA (telewizja),
2. *Eusko Irratia* – Radiodifusión Vasca SA i EiTb Irratia³ (rozgłoszenie radiowe),
3. *Gasteiz Irratia* – Radio Vitoria SA (radio stołeczne Kraju Basków).

¹ Baskijska Wspólnota Autonomiczna.

² W języku baskijskim termin ten oznacza trzy prowincje: Araba (hiszp. Álava), Gipuzkoa (hiszp. Guipúzcoa) i Bizkaia (hiszp. Vizcaya), tereny hiszpańskiego El País Vasco. Baskowie używają też pojęcia „Euskal Herria”, w odniesieniu do wszystkich ziem baskijskich, podzielonych między Francję i Hiszpanię: Araba (Álava), Gipuzkoa (Guipúzcoa), Bizkaia (Vizcaya), Nafarroa (Navarra), Lapurdi (franc. Labourd), Zuberoa (Soule) i Nafarroa Beherea (Basse Navarre).

³ Euskal Irrati Telebista (EITB) założyło nową stację radiową EiTb Irratia. www.eitb.com (dostęp w dniu 20.04.2004).

Telewizja baskijska

Telewizję baskijską tworzą kanały: ETB1, nadający w języku baskijskim (euskara), ETB2 (od 31 maja 1986 roku), nadający po hiszpańsku oraz ETB Sat (od maja 2001 roku, przez satelitę Astra), który jest mieszaniną programów z obu stacji. ETB1 popularyzuje język baskijski, jak również baskijską kulturę i sport⁴. Specjalną uwagę poświęca dzieciom i młodzieży. ETB2 jest programem nastawionym na informowanie i rozrywkę. ETB Sat⁵ ma za zadanie przybliżyć mieszkańcom Europy sytuację w Kraju Basków, bawić, wychowywać oraz informować.

Ważną rolę w edukacji Basków poza granicami Autonomii oraz kontynentu spełnia Canal Vasco. CV to telewizja utworzona przez Amerykanów. Językiem podstawowym jest hiszpański, natomiast materiały w euskara są objaśniane lub emitowane z tekstem. Canal Vasco skierowany jest do widzów o korzeniach baskijskich (największe skupiska emigrantów baskijskich znajdują się w stanach Nevada i Indiana) oraz sympatyków. Kanał przybliży Ameryce sprawy Basków, a Baskom Amerykę⁶. Canal Vasco nadaje przez Hispasat.

Euskal Telebista ma wyznaczoną misję publiczną. Poprzez codzienny program przyczynia się do standaryzacji norm języka baskijskiego wśród widzów oraz do społecznej integracji obywateli baskijskich, nie tylko tych mieszkających w Hiszpanii, lecz także poza jej granicami. Współpracuje z rozgłośniami radiowymi. Emituje program na cały Kraj Basków. W 1996 roku publiczność ETB wynosiła około 225 tys. widzów, a redakcja zatrudniała ponad 610 osób⁷.

Z inicjatyw prywatnych narodziły się także lokalne stacje, nadające audycje w euskara. Wśród nich można wymienić:

- w prowincji Guipúzcoa (Gipuzkoa): Localia Gipuzkoa, TeleDonosti, Goitb;
- w prowincji Vizcaya (Bizkaia): Tele Bilbao, Tele 7, Canal Bizkaia;
- w prowincji Álava (Araba): Canal Araba.

Warto wspomnieć tutaj także o reklamie. Tradycyjnymi językami, ze względu na położenie geopolityczne, używanymi w handlu i przemyśle w Kraju Basków są hiszpański i francuski. Rząd baskijski prowadzi politykę promocji i wdrażania baskijskiego (euskara) w małych i większych przedsiębiorstwach baskijskich. Utworzono nawet specjalny system dofinansowywania dla firm, które zajmą się normalizacją baskijskiego języka

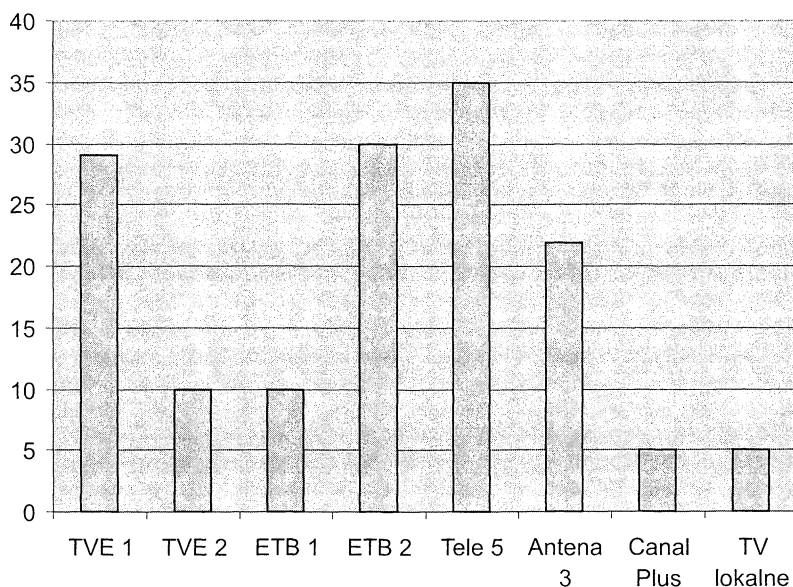
⁴ Telewizja godzinami emituje rozgrywki baskijskiej peloty.

⁵ Ze względu na ramówkę programową oraz rolę, jaką gra ETB Sat, można ją przyrównać do polskiej telewizji Polonia.

⁶ www.eitb.com (dostęp w dniu 20.04.2004).

⁷ www1.euskadi.net/kultura/radio/radio04_i.htm (dostęp w dniu 18.03.2004).

Odbiorcy telewizji w Autonomii Baskijskiej (%) w roku 2001⁸



biznesu. Jednak reklama w języku baskijskim ukazuje się w prasie, radiu i telewizji nadal rzadko. W porównaniu z ogółem reklam w Kraju Basków wynosi nie więcej niż 5%⁹.

Baskijskie radio

Przed 1980 rokiem nie istniały w Kraju Basków baskijskojęzyczne stacje radiowe. Spowodowane było to polityką gen. Francisco Franco, który karał wszelkie przejawy niezależności ze strony Basków. Po otrzymaniu autonomii, z inicjatywy Rządu Wspólnoty Baskijskiej powstały pod kierownictwem *Eusko Irratia SA* nowe rozgłośnie radiowe, emitujące program 24 godziny na dobę. Pierwsza z nich *Euskadi Irratia* zaczęła nadawać w 1982 roku. Jest to radio o profilu ogólnoinformacyjnym, z ramówką wyłącznie po baskijsku¹⁰. Nadaje na falach FM i AM. Równocześnie powstało *Radio Euskadi*, dokładnie o tym samym profilu, tyle że nadające po hiszpańsku. W 1990 roku na antenie pojawiło się *Euskadi Gaztea*, radio muzyczne, skierowane głównie do młodych ludzi w wieku 14–25 lat. Językiem emisji jest również baskijski (euskara). Nadaje na falach FM. Naj-

⁸ www.eustat.es/document/datos/6.cultura_c.pdf

Audiencia de las televisiones en la C.A. de Euskadi (dostęp w dniu 12.04.2004): TVE 1, TVE 2, Tele 5, Antena 3 i Canal Plus to stacje hiszpańskie.

⁹ Dane pochodzą z Ministerstwa ds. Polityki Językowej. www.euskadi.net, (dostęp w dniu 15.10.2002).

¹⁰ Jej slogan to: „Euskadi Irratia, esan eta izan” („Baskijskie radio, mówić i być”).

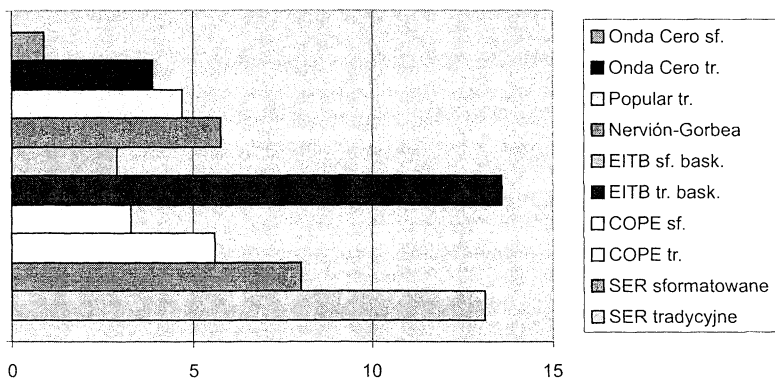
młodsza stacja jest *EiTB Irratia*. Powstała ona w czerwcu 2001 roku. Jej profil określa sztuka, literatura i muzyka. Stacja oferuje relacje z ważnych wydarzeń kulturalnych w Kraju Basków, jak np. Festiwal Jazzowy w Gasteiz czy Muzyczne Dni w Donostia.

Rolą tych rozgłośni jest umożliwienie obywatelom bezpośredniego udziału w próbie tworzenia dwujęzycznego, lecz zintegrowanego narodowo społeczeństwa baskijskiego. W *Eusko Irratia SA* pracuje około 170 osób¹¹.

Gasteiz Irratia (Radio Vitoria SA) jest jedyną stacją radiową, która nadaje na falach średnich i FM. Rozgłośnia ta emituje głównie program dla prowincji Álava (Araba), ale dochodzi także do baskijskich prowincji Nawarra (Nafarroa) i Guipúzcoa (Gipuzkoa) oraz hiszpańskich, lecz zamieszkałych częściowo przez Basków, Burgos i La Rioja. Do ramówki włącza się stopniowo programy w euskara, w szczególności programy dla dzieci. Audycje nadaje się przez całą dobę. Przez kilka godzin dziennie *Gasteiz Irratia* łączy się z *Radio Euskadi* i przejmuje od niego wiadomości, program poranny *Madrugador* oraz program nocny. Od *Euskadi* otrzymuje *Irratia* natomiast programy w języku baskijskim. Celem *Gasteiz Irratia* jest nie tylko dostarczenie mieszkańcom Álavy i Baskom w ogóle informacji i rozrywki, lecz również stworzenie platformy współpracy z wszystkimi mieszkańcami prowincji i całego Kraju Basków. *Radio Vitoria SA* zatrudnia ponad 40 pracowników.

W Kraju Basków można usłyszeć również niewielkie stacje lokalne, które emitują program w języku baskijskim. Obecnie w Kraju Basków 37 częstotliwości jest zarezerwowanych przez komercyjne stacje radiowe¹².

Odbiór (%) stacji radiowych w Autonomii Baskijskiej¹³



¹¹ www1.euskadi.net/kultura/radio/radio04_i.htm, www.eitb.com (dostęp w dniu 20.4.2004).

¹² Dane pochodzą z Ministerstwa ds. Polityki Językowej (Hizkuntza Politikarako Sailordetza). www.euskadi.net, (dostęp w dniu 15.10.2002).

¹³ Źródło: CIES. Media Audience Study for the Autonomous Community of Euskadi www.eustat.es/english/estad/tablas/tbl10000200/tbl217.htm (dostęp w dniu 25.03.2002)

Największą popularnością cieszą się tradycyjne stacje baskijskiej rozgłośni EITB. W porównaniu z hiszpańskojęzycznymi stacjami wypadają zdecydowanie korzystniej.

Baskijska prasa

Ministerstwo ds. Polityki Językowej Rządu Baskijskiego subsydiuje tytuły baskijskojęzyczne. Jednak by otrzymać środki z Autonomii, gazeta musi w 30% finansować się sama.

Jedyną gazetą w całości baskijskojęzyczną był¹⁴ dziennik *Euskaldunon Egunkaria* (Dziennik Basków) o nakładzie 12–15 tys. egzemplarzy¹⁵. Artykuły publikowano wyłącznie w euskara, a nie częściowo po hiszpańsku, jak w pozostałych gazetach. *Euskaldunon Egunkaria* założono 6 grudnia 1990 roku z inicjatywy społeczności baskijskiej i z jej środków. Do 1995 roku dziennik nie otrzymywał subsydiów rządu Kraju Basków. Jego pierwszy redaktor naczelny Pello Zubiria zdefiniował *Egunkaria* jako: „gazetę w euskara, która jest otwarta i niezależna oraz skierowana do całego Kraju Basków”¹⁶.

Największą gazetą baskijską jest dziennik *Diario Vasco*. Drukowany jest jednak w języku hiszpańskim. Z rezerwą odnosi się do poglądów separatystycznych. Prezentuje raczej poglądy prohiszpańskie. *Diario Vasco* ma nakład 100–105 tys. egzemplarzy. Jego czytelnicy to zazwyczaj ludzie w średnim wieku, dobrze sytuowani, którzy zwykle nie znają języka baskijskiego¹⁷.

Do 1998 roku wychodził dziennik *Egin* (Działajmy), związany z istniejącą jeszcze wtedy partią Herri Batasuna. *Egin* wyrażał radykalne poglądy, sympatyzujące z ETA.

W 2001 roku zamknięto baskijski magazyn *Ardi Beltza* (Czarna owca)¹⁸, specjalizując się w dziennikarstwie śledczym, odkrywał skandale korupcyjne, głównie wśród polityków hiszpańskich. *Ardi Beltza* wyrażał jasno swoją linię programową: był pismem lewicowym, o internacjonalistycznym charakterze, opowiadającym się wyraźnie za niepodległością dla Kraju Basków.

W prowincji Guipúzcoa powstał dziennik *Gara* (Jesteśmy). Uważa się, że jest to pismo baskijskich radykałów związanych z ETA. *Gara* przejął czytelników dziennika *Egin*. Prezentuje zdecydowane poglądy dotyczące prawa Kraju Basków do niepodległości. Swoim zasięgiem obejmuje także część francuską Kraju Basków – Lapurdi (okręg Baionny). Nakład sięga 30 tys. egzemplarzy. Jego czytelnicy to ludzie młodzi i w średnim wieku, w większości władający bardzo dobrze językiem baskijskim (tylko wybrane artykuły drukowane są po hiszpańsku)¹⁹.

Organem nacjonalistycznej partii baskijskiej PNV jest dziennik *Deia*. Podporządkowany linii programowej partii odnosi się z umiarkowanym en-

¹⁴ Zamknięty w dniu 19.02.2003.

¹⁵ www.gara.net/egunkaria/egunkaria_eng.htm (18.03.2003).

¹⁶ Jw.

¹⁷ www.diariovasco.com, *Tarifas de publicidad* (dostęp w dniu 4.10.2003).

¹⁸ Wywiad z Pepe Rei w dzienniku *Gara* (www.gara.net) z lipca 2001. www.baitez.org/zaharra/de/go-goeta/eh/interview_pepe_rei.htm (dostęp w dniu 26.11.2003).

¹⁹ www.diariovasco.com, *Tarifas de publicidad* (dostęp w dniu 4.10.2003).

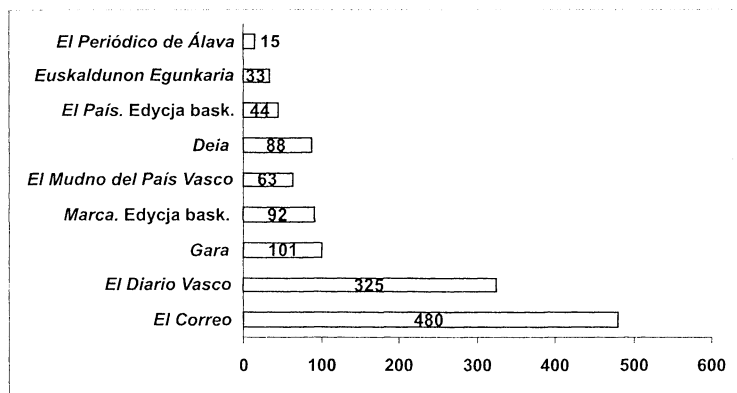
tuzjazzmem do idei niepodległości, potępia zamachy ETA i jej działaczy. W gazecie prezentuje się artykuły w języku baskijskim i hiszpańskim. *Deia* ma swój dodatek wyłącznie baskijskojęzyczny zatytułowany *Ortzadar*. Ukazuje się on we wtorki i poświęcony jest głównie sprawom kulturalnym Basków. Nakład dziennika wynosi około 24 tys. egzemplarzy²⁰.

Tygodnik *Argia* (Światło), powstały w 1963 roku, wspomagają rządowe pieniądze. Jego nakład dochodzi do 10 tys. egzemplarzy²¹. Jest to pismo ogólnoinformacyjne, dostępne na terenie całego Kraju Basków.

Oprócz wymienionych tytułów w euskara ukazują się magazyny specjalistyczne: literackie, kulturalne, naukowe, komiksy. Są dystrybuowane w całym Kraju, lecz ich nakład nie przekracza 1,5 tys. egzemplarzy. Nakłady prasy dziecięcej oscylują w granicach 2,5–8 tys. egzemplarzy. Największą różnorodnością charakteryzuje się prasa lokalna (około 40 pozycji), finansowana głównie przez małe społeczności.

Kraj Basków ma także swoją agencję prasową *Vasco Press*. Powstała ona 1 listopada 1982 roku. Jej bazę na początku stanowili dziennikarze pisma *La Gaceta el Norte*.

Zasięg czytelnictwa prasy codziennej (w tys.) w Kraju Basków w roku 2000²²



Wolność słowa w mediach

Osobnym problemem w mediach baskijskich jest wolność słowa, ograniczana zarówno ze strony hiszpańskiej, jak i baskijskiej. Głoszone idee niepodległościowe są często podstawą oskarżeń o współpracę z terrorystami, zaś poglądy prohiszpańskie atakowane są przez ETA. Obiektywizm dzien-

²⁰ Bezunareta Ofa, del Hoyo Mercedes, *Urnas y quioscos: dos espejos discordantes*, Universidad del País Vasco, www.ucm.es/infoperiod/Period_I/EMP/Numer_06/6-4-Invc/6-4-01.htm (dostęp w dniu 23.04.2004).

²¹ Dane pochodzą z Ministerstwa ds. Polityki Językowej. www.euskadi.net, (dostęp w dniu 15.10.2002).

²² Źródło: CIES. *Tirada i difusión de la prensa en la C.A. de Euskadi. 2000* www.eustat.es (dostęp w dniu 12.4.2004).

nikarski jest zagrożony, gdyż dziennikarze padają coraz częściej ofiarą zamachów terrorystycznych.

Do 1998 roku ukazywał się wspomniany już nacjonalistyczno-separatystyczny dziennik *Egin*. Sędzia Baltasar Garzon doprowadził do zamknięcia gazety 15 lipca 1998 roku²³. Korespondent tej gazety we francuskiej części Kraju Basków Xabier Galdeano został aresztowany w marcu 1985 roku przez grupy antyterrorystyczne GAL i dopiero po dwóch latach oczyszczony z zarzutów o współpracę z ETA²⁴. Kiedy jednak policja francuska pojmała jednego z najbardziej poszukiwanych przywódców ETA Urrsulo Sistiaga, prasa hiszpańska i katalońska wrzała, zaś *Egin* pisał o nim jak o „uchodźcy” i „działaczu nacjonalistycznym”. Sędzia śledczy oskarżył *Egin* o publikowanie zaszyfrowanych komunikatów dowódców ETA do poszczególnych komand terrorystycznych²⁵. Tego samego dnia zmuszono także stację radiową *Egin Irratia*, związaną z *Egin*, do zaprzestania emisji programu.

Redaktor naczelny magazynu *Ardi Beltza* Pepe Rei, portugalski dziennikarz pochodzący z Galicji, także został oskarżony o wspomaganie i przynależność do ETA. Po pięciu miesiącach zwolniono go z aresztu z powodu braku dowodów winy. Poglądy wyrażane na łamach *Ardi Beltza* były w wielu punktach zbieżne z ideologią ETA (głównie idee niepodległościowe), co doprowadziło do zamknięcia pisma w 2001 roku. Zwolnieni dziennikarze utworzyli fundację *Artzaiak* (Pasterze), sprzeciwiającą się łamaniu wolności słowa w Hiszpanii. Założyli nową gazetę *Kale Gorria* (Wypędzeni), która przeniosła się do północnej części Euskal Herria, do Francji. Pismo kontynuuje linię programową *Ardi Beltza*²⁶.

W maju 2001 r. w wyniku wybuchu bomby został ranny dziennikarz *Cambio 16*, Gorka Landaburu. Rodzina Landaburu od lat popiera nacjonalistyczną partię baskijską PNV, ojciec dziennikarza w czasach Franco był wicepremierem baskijskiego rządu na uchodźstwie. Jego brat jest redaktorem naczelnym oddziału hiszpańskiego *El País* w Kraju Basków. Gorka Landaburu specjalizował się w polityce Kraju Basków. ETA oskarżyła go o donosicielstwo. W zamachu stracił kciuk prawej dłoni i fragmenty trzech palców lewej²⁷.

Terrorystyci kilka dni później zamordowali dyrektora finansowego *Diario*

²³ www.gara.net/egunkaria/egin_eng.htm (dostęp w dniu 18.03.2003).

²⁴ www.periodistasvascos.com/imagenes/num_9.pdf *Kazteriak*, czasopismo Stowarzyszenia Dziennikarzy Baskonii (Bizkaiko kazteriak elkarteak/Asociación de Periodistas de Vizcaya) (dostęp w dniu 20.04.2004).

²⁵ M. Tryc-Ostrowska: Aznar demontuje ETA 24.01.1997 www.arch.rp.pl (dostęp w dniu 27.12.2001); Policja hiszpańska zamyka dziennik baskijski, *Gazeta Wyborcza*, www.gazeta.pl (dostęp w dniu 20.02.2003).

²⁶ Wywiad z Pepe Rei w dzienniku *Gara* (www.gara.net) z 07. 2001. www.baitez.org/zaharra/de/gogo-eta/eh/interview_pepe_rei.htm (dostęp w dniu 26.11.2003).

²⁷ Po zamachu *Deia* napisała: „(...) ETA chciała obciąć ręce Gorki. Ale niech ETA wie, że jego ręce to dzisiaj nasze ręce i to, czego on dzisiaj napisać nie może, my napiszemy za niego.” Prasa hiszpańska i baskijska po wyborach w Kraju Basków, www.gazeta.pl (dostęp w dniu 16.05.2001).

Vasco Santiago Oleaba. Zamachowcy wielokrotnie wcześniej zapowiadali, iż ich celem jest *Diario Vasco*.

19 lutego 2003 roku został zamknięty dziennik *Egunkaria Euskaldunon*, a jego redaktor naczelny i pracownicy aresztowani i oskarżeni o sprzyjanie i współpracę z ETA. *Euskaldunon Egunkaria* jest drugą baskijską gazetą codzienną, a czwartym medium, które zostało zamknięte od momentu przejęcia władzy przez partię²⁸ José Marii Aznara. Zarzuty przedstawił sędzia Juan del Olmo²⁹.

W Euskadi pracuje około trzystu dziennikarzy, z tego jedna trzecia ma osobistą ochronę. W roku 2000 sześciu dziennikarzy było celami ETA, jeden z nich zginął. Prezes Stowarzyszenia Dziennikarzy Kraju Basków Carlos Moron uważa, że dziennikarze w Kraju Basków są zaszczuci. Muszą być ciągle czujni, bo jeśli nie popierają terrorystów, sami mogą stać się ich celem³⁰.

Sama ETA twierdzi, iż zamachy na dziennikarzy wzmacniają wolność słowa, bo eliminują tych, którzy popierają ucisk Basków przez Hiszpanię i nie pracują według zasad etyki dziennikarskiej³¹.

Podsumowanie

Zasięg odbioru prasy, radia i telewizji w Kraju Basków w 2000 roku (%)³²

	Wspólnota Autonomiczna Kraju Basków
Prasa	53,5
<i>Diario Vasco</i>	17,8
<i>Gara</i>	5,5
<i>Euskaldunon Egunkaria</i>	1,8
<i>El Periódico de Alava</i>	0,8
<i>Deia</i>	4,8
<i>El Correo Espanol</i>	26,2
<i>El País</i>	2,4
Inne	2,0
Radio	58,4
SER (tradycyjne)	13,1
SER (sformatowane)	8,0
Eusko Irratia (tradycyjne)	13,6

²⁸ Partido Popular, partia konserwatywna.

²⁹ www.gara.net/egunkaria/solida_eng.htm (dostęp w dniu 18.03.2003). 13 marca 2003 odbyła się w Kraju Basków manifestacja potępiająca zamknięcie *Egunkaria*. Kontseilua, Rada Organizacji Społecznych wspierających euskara, zapowiedziała, że na miejsce *Egunkaria* powstanie „nowa gazeta codzienna w języku baskijskim tak szybko, jak będzie to możliwe”.

³⁰ E. Wysocka., Zaszczuci dziennikarze, www.rzeczpospolita.pl (dostęp w dniu 25.05.2001).

³¹ ETA: zamachy służą wolności słowa, www.rzeczpospolita.pl (dostęp w dniu 8.06.2001).

³² Źródło: CIES. Media Audience Study for the Autonomous community of Euskadi www.eustat.es/english/estad/tablas/tbl10000200/tbl217.htm (dostęp w dniu 25.03.2002).

Eusko Irratia (sformatowane)	2,9
Popular (tradycyjne)	4,7
Nervi6n-Gorbea	5,8
Telewizja	82,3
TVE 1	28,2
TVE 2	8,5
ETB 1	10,6
ETB 2	28,9
Antena 3	22,7
Tele 5	31,7
Canal Plus	4,3
Lokalne telewizje	5,6
Telewizje zagraniczne (kablowe lub satelitarne)	2,4

Najliczniejszym gronem czytelników wśród prasy baskijskiej cieszy się *Diario Vasco* (17,8%). Być może jest to spowodowane faktem, iż gazeta reprezentuje umiarkowane nurty w polityce baskijskiej. Publikuje wyłącznie po hiszpańsku, co zwiększa krąg potencjalnych odbiorców, ponieważ tylko około 32,3%³³ mieszkańców Kraju Basków mówi po baskijsku. Zaraz po *Diario Vasco* uplasował się głównie baskijskojęzyczny dziennik *Gara* (5,5%). Uważany jest za ideowego spadkobiercę dziennika *Egin*. Jego publiczność ma już skryształizowane poglądy w sprawie ewentualnej separacji od Hiszpanii. *Gara* zawsze zdecydowanie wypowiada się na temat niezależności Euskal Herria, traktuje prowincje hiszpańskie i francuskie jako całość. Można więc wnioskować, że idee niepodległościowe zyskują jednak mniej zwolenników niż prohiszpańskie.

Na podobnym poziomie kształtuje się czytelnictwo partyjnego dziennika nacjonalistów baskijskich z Partido Nacionalista Vasco-EAJ *Deia* (4,8%). Prezentuje główne nurty w obecnej polityce partii, ale nie jest miarą poparcia dla PNV (które to oscyluje między 20% a 30% od ponad 20 lat).

Popularność *El Correo Español* (26,2%) można tłumaczyć przede wszystkim większością populacji hiszpańskojęzycznej zamieszkałej na terenie Kraju Basków.

Wśród stacji radiowych prowadzą baskijskie rozgłoszenie, te o tradycyjnym profilu, jak *Euskadi Irratia* i *Radio Euskadi* (13,6%), na drugim miejscu są hiszpańskojęzyczne stacje, należące do największego radia hiszpańskiego *SER*.

Telewizja baskijska cieszy się dużą popularnością widzów. Jednak to hiszpańskojęzyczny kanał drugi jest najchętniej oglądany (28,9%). *ETB1* ma zdecydowanie mniejszą publiczność (10,6%), głównie ze względu na barierę językową.

Na swoistość mediów baskijskich wpływa sytuacja polityczna kraju.

³³ www.eustat.es/about/a_euskadi-general_i.html (dostęp w dniu 14.05.2004).

Muszą wypełniać szereg misji, oprócz rzetelnego informowania obywateli promując język baskijski, kulturę i sztukę baskijską. Powinny tworzyć platformę porozumienia między Hiszpanami a Baskami, na zasadzie wzajemnego poszanowania i pokojowych form współpracy. Nie zawsze jednak to się udaje. Obiektywizm dziennikarski często jest zagrożony. Strona hiszpańska doszukuje się spiskowców przeciw państwu hiszpańskiemu, skrajni zaś nacjonalisci nie tolerują Basków myślących prohiszpańsko. Dziennikarze wielokrotnie balansują nad przepaścią. Z jednej strony obiektywizm może ich wtrącić do hiszpańskiego więzienia, z drugiej mogą otrzymać wyrok śmierci z rozkazu ETA.

Publiczne media zatem starają się być z dala od polityki na tyle, na ile to możliwe. Skupiają się na kulturze i propagowaniu języka, umacnianiu tożsamości baskijskiej. To bezpieczniejsza droga do utworzenia jednolitego społeczeństwa, które w przyszłości opowie się być może za niepodległością. Będzie jednak miało już wspólną nie tylko przeszłość, lecz także teraźniejszość.

Literatura

- G. Aguado: OJD y control de la difusión de prensa en España. Barcelona 1996.
L. Bogart: La prensa y su público. Pamplona 1985.
J. Bryant, D. Zillman: Los efectos de los medios de comunicación. Barcelona 1996.
C. Coca, F. Martínez: Los medios de Comunicación en el País Vasco. Bilbao 1993.
J. Elzo, A. Orizo: Son los vascos diferentes? Euskalerrria en la encuesta de valores. Bilbao 1992.
M. Heiberg: The Making of the Basque Nation. Cambridge 1989.
J.T. Klapper: The Effects of Mass Communications. Nowy Jork 1960.
E. Noelle-Neumann: The Spiral of Silence. Chicago 1994.
K. Römhild: Nationalismus und ethnische Identität im „spanischen“ Baskenland. Münster/Hamburg 1994.
M. T. Santos Diez: La Radio Vasca (1978–1998). Bilbao 1999.
G. Sartori: Homo Videns. La sociedad teledirigida. Madryt 1998.
M. Schudson: The Power of News. Cambridge 1995.
M. Tuñón de Lara, J. Valdeón Baruque, A. Domínguez Ortiz: Historia Hiszpanii. Kraków 1997.
P. Waldman: Ethnischer Radikalismus: Ursachen und Folgen gewaltsamer Minderheitenkonflikte am Beispiel des Baskenlandes, Nordirlands und Quebecs. Pladen 1989.
M. Wolf: Los efectos sociales de los media. Barcelona 1994.

Źródła internetowe:

www.diariovasco.es; www.eitb.com; www.euskadi.net; www.eustat.es; www.gara.net; www.gazeta.pl; www.periodistasvascos.com; www.rzeczpospolita.pl; www.ucm.com; www.ethnologue.com; www.tvlocal.com; www.idealspain.com

Gazety i czasopisma:

Diario Vasco – Bilbao; *Deia* – Bilbao; *Euskaldunon Egunkaria*; *Gazeta Wyborcza* – Warszawa; *Gara* – San Sebastián; *Kazteriak*; *El País* – Madryt; *Rzeczpospolita* – Warszawa; *Wiedza i Życie*.

AGNIESZKA J. CIEŚLIKOWA

**WIELKI SKANDAL POLITYCZNY
PŁOMYKA**

Był to już dwudziesty rok ukazywania się zasłużonego tygodnika dla dzieci i młodzieży *Płomyk*. Przeznaczony dla uczniów IV–VI klasy szkoły podstawowej, wraz z *Płomyczkiem* i *Małym Płomyczkiem* był wydawany przez Związek Nauczycielstwa Polskiego. Czasopisma ZNP dla dzieci osiągały łączny nakład sięgający 250 tys. egz.¹ Owa wysokość nakładu brała się m.in. stąd, że *Płomyk* zalecany był do użytku szkolnego przez Ministerstwo WRiOP², a więc kupowały go biblioteki szkolne, a chętnie i rodzice uczniów; istniał także system taniej prenumeraty zbiorowej.

W stopce redakcyjnej *Płomyka* jako redaktorzy figurowali Mieczysław Kotarbiński i Stanisław Machowski, kierownikiem artystycznym był K. Pieniążek, a wydawcą „w imieniu ZNP” – tenże Stanisław Machowski.

Numery *Płomyka* miały charakter monograficzny, w założeniu skorelowany z programem nauczania w szkołach, tak aby mogły być wykorzystane jako lektura pomocnicza. Kolejne zeszyty przedstawiały więc różne regiony kraju, zawody, państwa. I tak nr 21 z 3 lutego 1936 r. (numeracja zeszytów była prowadzona w cyklu roku szkolnego, nie kalendarzowego) poświęcony był Włochom, zawierał m.in. zdjęcie Benita Mussoliniego na tle maszerującej włoskiej piechoty (s. 16), nr 22 za temat przewodni miał morze i Pomorze, w numerze 23 dominował cyrk, nr 24 zajmował się pracą robotników. Na jego okładce znalazła się reprodukcja obrazu Stanisława Lentza „Strajk”, podpisana „Robotnicy”, a teksty czytanek mówiły o pracy górników i hutników. Gdyby nie fakt, że w numerze mowa o zagłębiu naftowym w polskim (wówczas) Borystawiu, *Płomyk* ten można by wziąć za wydrukowany gdzieś na przełomie lat 50. i 60. XX wieku.

Następny, 25 numer *Płomyka*, datowany 2 marca 1936 r. poświęcony był Związkowi Radzieckiemu (czy też sowieckiemu – w numerze używany jest skrót ZSRR, ale także określenie „sowiecki” oraz po prostu rosyjski – w odniesieniu do ówczesnego ZSRR). Na okładce znalazło się zdjęcie dwóch

¹ A. Paczkowski: *Prasa polska 1918–1939*. Warszawa 1980, s. 253.

² Od 1924 r. *Płomyczek* i *Płomyk* były zalecane do użytku szkolnego, *Płomyczek* w klasach niższych szkoły powszechnej a *Płomyk* w klasach wyższych i I–III klasie gimnazjum. Formuła dopuszczenia do użytku szkolnego zmieniała się kilkakrotnie, szerzej o tym zob. Iwonna Michalska: *Czasopisma Związku Nauczycielstwa Polskiego dla dzieci w okresie Drugiej Rzeczypospolitej*, Łódź 1994, s. 169.

dziewczynek w chusteczkach, z podpisem „dziewczęta sowieckie”. Postacie najwyraźniej zostały wycięte z innej, mającej zapewne więcej elementów fotografii, i wklejone na neutralne tło.

Dalej w numerze umieszczono: na stronach 114–117 (numeracja stron ciągnąca w obrębie rocznika) tekst „Teatr dla dzieci w Moskwie”, s. 117–121 „Jak pracują w ZSRR. List pioniera (skauta) rosyjskiego do angielskiego skauta” – ilustrowany zdjęciami o charakterze industrialnym, podpisany *Wasył Ugriumow*, na s. 122–123 humoreska Michaiła Zoszczenki „Kalosz”, na s. 123–125 literacko-przyrodniczy opis tajgi pióra inż. Włodzimierza Lindemana, dalej na s. 125–127 znany wiersz Or-Ota „List z Sybiru”, na s. 128–129 opowiadanie „Śmierć w tajdze” Józefa Nikodema Kłosowskiego, na s. 131–134 opowiadanie D. Mamina-Sybiriaka „Leśniczówka nad Studzienną” w przekładzie H. Moskalikowej, na s. 134–135 opowieść o latach 1610–1613 i Dymitriadach pt. „Polacy na Kremlu” autorstwa Zofii Krzemickiej. Część literacką uzupełniała prosta informacja o imporcie i eksporcie Polska – ZSRR: „Co wywozimy do ZSRR i do innych krajów, co sprowadzamy z ZSRR i z innych krajów” (s. 136), ponadto zwykłe rubryki – opowiadanie w odcinkach, zagadki (związane z tematem numeru), program audycji Polskiego Radia dla szkół.

Dla dzisiejszego czytelnika – przez lata peerelowskiej propagandy uodpornionego na różnego rodzaju i stopnia natężenia teksty pochwalne o ZSRR – nadal irytujący i tchnący fałszem jest list pioniera Wasyła Ugriumowa. I dziś, i wówczas chyba trudno było uwierzyć, że ten pełen frazesów propagandy komunistycznej list napisał uczeń. Zresztą, pod tekstem umieszczono i inicjały prawdziwego autora: W.S.

Naszą chlubą, naszą dumą, naszym bożyszczem jest praca. Współzawodnictwo w pracy, wyścig pracy, płomienna dążność do otrzymania największych wyników pracy na pożytek naszej ojczyzny – oto nasza chlubą i duma. [...] Zgadzam się z Tobą, drogi Dżeku, że w naszym życiu prywatnym jest wiele braków i niedociągnięć. Nie przeczę, że odżywiamy się bardzo słabo, może nawet niedostatecznie. [...] Rząd nasz, zaspokoiwszy najpilniejsze, najbardziej palące potrzeby państwowe, pomyśli nad lepszym, piękniejszym urządzeniem prywatnego życia obywateli ZSRR. Piszesz mi Dżeku, że tylu ludzi ginie w Rosji od chorób, głodu, przepracowania i „nieodpowiedniego traktowania przez policję”. Może masz rację pod pewnym względem. Ale czemuż jest pojedynczy człowiek, czemu jest nawet setka, nawet tysiąc ludzi. Człowiek ginie, dzieło jego pracy pozostaje. Gdyby nie gigantyczny wysiłek mózgu naszych inżynierów i mięśni naszych robotników, gdyby nie tysiące poległych przy pracy, to czyż mielibyśmy taki Magnitogorsk, taki Dnieprostroj, albo kanał Bałtycko-Białomorski? [...] ³

Artykuł o teatrze dla dzieci przedstawia obraz przeidealizowany. Pozostałe teksty dziś nie wydają się propagandą komunistyczną. Mówią o losach polskich powstańców-zełzańców na Syberii, a humoreska Zoszczenki może być wręcz odczytana jako kąśliwa ironia o radzieckiej biurokracji.

W pierwszych dniach marca 1936 r. odbywał się w Warszawie zjazd pracy katolickiej. Jeden z referatów na zjeździe wygłosił o. Urban T.J., mówiąc

³ Tekst przytoczony z zachowaniem ówczesnej pisowni.

o „infiltracji bezbożnictwa w umysłowość polską” i przedstawiając szeroko zagrożenia, płynące z podstępnie przenikającej do różnych organizacji agitacji komunistycznej⁴, zaś ks. biskup Adamski wprost mówił o szkodliwej działalności Związku Nauczycielstwa Polskiego, „upatrującego swe główne zadanie w walce z religią i duchowieństwem na terenie szkolnym”⁵.

Numer *Płomyka* poświęcony Związkowi Radzieckiemu pojawił się więc jak na zamówienie.

Atak na *Płomyk* pierwszy przypuścił krakowski *Ilustrowany Kurier Codzienny*. 7 marca ukazał się w nim artykuł pod krzykliwym tytułem „Szaleństwo czy zbrodnia? Młodzież szkolną w Polsce truje się jadem bolszewizmu”⁶. Dziewczynki z okładki *Płomyka* mają według tego artykułu twarze „kałmuckie”, autorzy artykułów są „agitatorami sowieckimi”, a całość „polskim Aganiokiem” i „zbrodnią dokonywaną legalnie na duszach młodego pokolenia”.

Całość opracowana sprytnie, chytrze, perfidnie, pełna powiedzeń fascynujących, zdań, które mogą mocno sugerować umysły i serca dziecięce. Do kompletu brakuje chyba jedynie artykułu bezbożniczego. Na razie nie ma go, ale może doczekamy się. Wszystko u nas jest możliwe⁷.

Obiektem ataku autora artykułu jest Związek Nauczycielstwa Polskiego jako wydawca pisma, a także – częściowo – autorzy tekstów zamieszczonych w *Płomyku*.

W ślad za *IKC* poszły i inne gazety. Z oburzeniem recenzowano „sowiecki” numer *Płomyka*. Burza prasowa przetoczyła się przez łamy wielu dzienników i czasopism. Głosy oburzenia zamieszczały m.in. *Słowo Pomorskie*, *Dziennik Bałtycki*, *Kurier Polski*, *Dziennik Bydgoski*, *Słowo wileńskie*. *Mały Gość Niedzielny* zwracał się do dzieci, aby nie czytały *Płomyka* i *Płomyczka*, przy okazji zwalczał również „jakieś żydowskie Expressy”⁸. Prasa prawicowa i katolicka cytowały list „Wasyla Ugriumowa”, jako swego rodzaju curiosum⁹. Irytujący okazał się też opis teatru dla dzieci w Moskwie, a także usunięcie jednej zwrotki z wiersza Or-Ota. Znaleźli się i obrońcy. Zaliczał się do nich *Robotnik* i *Kurier Poranny*, a przede wszystkim pisma ZNP, zarówno centralne, jak i oddziałów terenowych Związku.

Oenerowskie *ABC*, wcale zresztą nie broniąc *Płomyka*, wystąpiło z ostrym artykułem, szukającym przyczyn tak wielkich obaw przez prosowieckim wydźwiękiem pisemka dla dzieci: „Gdybyśmy my ze swoim ustrojem społecznym posiadali czyste sumienie, gdybyśmy widzieli wcieloną w życie zasadę sprawiedliwości społecznej, [...] nie byłyby dla nas

⁴ Drogi agitacji bezbożniczej w Polsce. Z referatu O. Urbana T.J. na zjeździe prasy katolickiej w Warszawie. *Ilustrowany Kurier Codzienny* 1936, nr 66, (6 marca) s. 8.

⁵ Sprawa katolicka w Polsce idzie naprzód: wielki zjazd prasy katolickiej w Warszawie, *IKC* 1936, nr 65 z 5 marca, s. 13.

⁶ *IKC*, 1936, nr 67 (7 marca) s. 3.

⁷ Tamże.

⁸ *Mały Gość Niedzielny* 1936, nr 7.

⁹ Np. artykuł „Propaganda sowiecka w szkole polskiej”, *Życie Katolickie* 1936, nr 11, s. 165.

groźne obrazy jasnych stron życia sowieckiego”. Za artykuł ten *ABC* zostało skonfiskowane¹⁰.

IKC z zapalem ciągnął temat dalej, przenosząc go nawet na chwilę na pierwszą stronę. „Zdmuchnięty „płomyk” bolszewickiej propagandy w Polsce” – brzmiał tytuł artykułu w numerze z dnia 12 marca. *IKC* cieszył się z zarządzenia przez komisariat rządu konfiskaty numeru *Płomyka*¹¹, i rozprawiał się z argumentami ZNP, a zwłaszcza z zarzutem, jakoby piętnując „sowiecki numer” *Płomyka* atakował całe polskie nauczycielstwo.

Kolejny numer *Płomyka* – z portretem Józefa Piłsudskiego na okładce, ze względu na marcowe imieniny Komendanta – przynosił informację petitem: „Do PT. Rodziców i Nauczycielstwa. Numer 25-ty «Płomyka» poświęciliśmy Rosji Sowieckiej, gdyż dzieci klas V-tych szkół powszechnych uczą się o tym kraju na lekcjach geografii, które przypadają na koniec lutego lub początek marca. Ponieważ jeden z dzienników pn. «Ilustrowany Kurier Codzienny» zamieścił obelżywy artykuł przeciw Związkowi Nauczycielstwa Polskiego, za wydanie tego numeru, przeto na dziennik ten wnieśliśmy skargę do sądu”. Tej samej treści informacja została rozesłana w biuletynie ZNP¹².

Ponieważ wydawnictwo ZNP na swą obronę sięgało po program nauki geografii w klasie V, *IKC* cytował, jaką dyspozycję przewiduje oficjalny program szkolny w odniesieniu do Związku Radzieckiego: „W krainie tundry, w lasach północnych. Krajobraz płyty rosyjskiej. Czarnoziem Ukrainy. Nad dolną Wołgą. Klimat lądowy. Gospodarka rolnicza i wielkie przedsięwzięcia przemysłowe. Moskwa, Leningrad, Kijów, Odessa. Polacy w Rosji”¹³. *IKC*, zresztą słusznie, wytykał braki opracowania tematu.

„Radziecki” *Płomyk* trafił aż na forum Sejmu. Na posiedzeniu 16 marca 1936 r. poseł Emeryk Hutten Czapski zgłosił interpelację w sprawie działalności ZNP i *Płomyka*¹⁴. A wcześniej, już 9 marca, w dyskusji nad sprawozdaniem Komisji Budżetowej w Senacie, temat poruszał senator Janusz Radziwiłł, mówiąc, że w *Płomyku* „od pierwszej do ostatniej strony jest przeprowadzona propaganda komunistyczna”¹⁵.

W niektórych domach zabroniono dzieciom czytania pisemka. Wspomina Mikołaj Kozakiewicz: „... czytałem *Płomyczek*, a potem *Płomyk*. Gdy

¹⁰ M. Pietrzak, *Reglamentacja wolności prasy*, Warszawa 1963, s. 280. Cytat z *ABC* tamże.

¹¹ Donosił zresztą o tym już wcześniej, w dodatku „Kronika Warszawy” 10 marca. Konfiskata ta została zarządzona przez Komisarza Rządu dn. 7 marca (por. E. Sydek: W jednym życiu tak wiele, Warszawa 1980, s. 152; por. *Życie Katolickie* 1936, nr 12, s. 189). Ponieważ jednak nakład *Płomyka*, po akceptacji przez cenzora 22 lutego t.r., został rozesłany do prenumeratorów i kolporterów i dotarł do rąk czytelników na przełomie lutego i marca, zajęcie nakładu dotyczyło w praktyce ok. 1000 egzemplarzy. Szczegółowo wyjaśnia to Iwonna Michalska, op. cit., s. 27.

¹² Prezydium ZG ZNP podjęło uchwałę o skierowaniu sprawy do sądu już 9 marca 1936 r. (datę podaje za: Kazimierz Wojciechowski: Sprawa „Płomyka”, *Głos Nauczycielski* 1986, nr 9, s. 1, 8–9).

¹³ Cyt. za *IKC*, 1936 nr 72 (12 marca), s. 1.

¹⁴ Zob. Wiesław Bałcerk (red. nauk.): *Polsko-radzieckie stosunki kulturalne 1918–1939. Dokumenty i materiały*, Warszawa 1977, s. 661: Interpelacja posła E. Czapskiego w Sejmie [dokument 418]; Interpelacja w sprawie bolszewickiego numeru „Płomyka”, *IKC* nr 80, s. 17.

¹⁵ Kazimierz Lorek: Różnica zdań w MSZ w sprawie nr 25 „Płomyka” z 2 marca 1936 r., *Nowa Szkoła* 1965, nr 10, s. 41.

Wanda Wasilewska poświęciła cały numer szczęśliwym dzieciom w ZSRR, oba pisemka zostały wyklęte przez Kościół i ojciec oczywiście zakazał mi je czytać¹⁶.

To interesujące, jak bardzo ten polityczny epizod w długich dziejach *Płomyka* związał się w publicystyce i powszechnej świadomości z nazwiskiem Wandy Wasilewskiej. W stopce redakcyjnej nazwisko Wasilewskiej nie jest wymienione. W owym czasie podpisywała oficjalnie *Płomyczek*. Również pierwszy artykuł *IKC* nie wspomina o niej ani słowem.

Redakcje czasopism dla dzieci ZNP pracowały wspólnie i jak wynika ze wspomnień uczestniczek tych wydarzeń, Janiny Broniewskiej i Wandy Wasilewskiej¹⁷ wewnętrzny podział pracy w zespole niezupełnie pokrywał się z tym, co umieszczono w stopce redakcyjnej. Oficjalnie Wanda Wasilewska w *Płomyku* wykonała pracę korektorki, faktycznie – brała udział w planowaniu i redagowaniu numeru wraz z pozostałymi pracownikami redakcji, co nie odbiegało od trybu pracy nad innymi numerami pisma. *IKC* także nie przypisywał jej pierwszoplanowej roli, choć nie omieszkął wspomnieć o jej lewicowych przekonaniach – co nie było żadną tajemnicą, biorąc pod uwagę wcześniejsze publikacje Wasilewskiej.

Kolejny, duży tekst *IKC* poświęcony sprawie ukazał się 21 marca. „Jak doszło do „zbolszewizowania” „Płomyka”? Eksproprjacja, przymus prenumeraty, pogoń za „nowinkami”. Smutne następstwa paktu „dyletantów u góry” z „dyletantami u dołu”¹⁸.

W tym tekście nieznaną autor (podtytuł „oryginalna korespondencja *IKC*”) przypominał historię *Płomyka*, szczególnie zmianę jego redakcji w 1934 roku. Tu właśnie pojawiają się już nazwiska: „Wszechpotężny w Związku [NP] p. Stan. Machowski mianował siebie redaktorem i wydawcą. Obok niego działają pp. Janina Broniewska, żona znanego radykalnego poety i Wanda Wasilewska, obie hołdujące skrajnie lewicowej ideologii.” Dalej mowa o wewnętrznych układach personalno-finansowych w ZNP i związkach z wydawnictwem „Nasza Księgarnia”. Ciekawe, że „sowiecka” treść *Płomyka* w świetle tego artykułu wynika z przyczyn... merkantylnych.

Ten merkantylny duch, który zapanował w Związku Nauczycielstwa Polskiego, i który przeniknął w ostatnich dwóch latach na łamy „Płomyka”, tłumaczy dostatecznie, dlaczego posunięto się aż do gloryfikacji bolszewickiej Rosji. Zatarło wszelkie granice moralne, stracono wszelką miarę przyzwoitości, jedno tylko pozostało hasło: byle handel szedł¹⁹.

¹⁶ Można w najbliższym systemie zrobić coś pożytecznego... redakcyjna rozmowa z Mikołajem Kozakiewiczem, <http://www.lewica.pl/ps/8341.html>

¹⁷ Janina Broniewska: Tamten brzeg mych lat, Warszawa 1973. Wanda Wasilewska o radzieckim numerze *Płomyka* wspomina kilkakrotnie; m.in. w relacji, nagranej w 1964 r. dla Zakładu Historii Partii przy KC PZPR i opublikowanej w kwartalniku *Z pola walki* 1968, nr 1, s. 115–195. W Archiwum-Muzeum Literatury i Sztuki w Kijowie (AMLIM) wśród dokumentów Wandy Wasilewskiej znajduje się również spisana relacja o „sprawie *Płomyka*”, którą dalej w obszernych fragmentach przytaczam.

¹⁸ *IKC* 1936, nr 81 (21 marca), s. 3–4.

¹⁹ Tamże.

Sprawa ze względu na proces ożywała jeszcze nie raz na łamach prasy w 1936 roku. W obronie *Płomyka* głos zabierały czasopisma nauczycielskie:

Płomyka zgasić nie damy, a przeciwnie, z dnia na dzień rozniecać go będziemy w wielkie ognisko, które z czasem wypłenić musi wszelki zabobon i głupotę ludzką. Choć na podniesiony fałszywy alarm krakowskiego pisma [IKC], całe kołtuństwo polskie zważyło się nam na głowę nie stracimy zimnej krwi.²⁰

Zarówno atakujący, jak i obrońcy pisma chętnie (co widać w powyższych przykładach) wykorzystywali tytułowy płomyk do tworzenia konstrukcji retorycznych²¹.

Decyzja o zajęciu części nakładu *Płomyka* nie została zatwierdzona przez sąd i 7 kwietnia skonfiskowane egzemplarze zostały zwrócone wydawcy²².

Rozprawa w procesie o zniesławienie, wytoczonym przez ZNP, rozpoczęła się w Sądzie Okręgowym w Warszawie 29 października 1936 r. i była kontynuowana 4 listopada t.r.²³ Występowali liczni świadkowie zarówno ze strony oskarżenia, jak i powołani przez obrońców *IKC*. Po stronie *Płomyka* wypowiadali się m.in. Wincenty Rzymowski, Waław Sieroszewski, prof. Jan Bystron. Obrona *IKC* wezwała na świadków ks. prałata Zygmunta Kaczyńskiego – dyrektora Katolickiej Agencji Prasowej, ks. prałata Antoniego Kwiatkowskiego – dyrektora Instytutu Naukowego Badania Komuniizmu, poła Emeryka Hutten Czapskiego i innych. Po wysłuchaniu stron Sąd Okręgowy powództwo oddalił, (czyli *de facto* uznał słuszność przedstawionych w artykule *IKC* zarzutów), również skarga ZNP na ten wyrok do Sądu Apelacyjnego skończyło się porażką²⁴. W relacjach z tego procesu nazwisko Wandy Wasilewskiej wymieniane jest już z wyraźnym podkreśleniem jej współodpowiedzialności za redagowanie „radzieckiego” numeru *Płomyka* i przytaczane są jej inne prokomunistyczne wystąpienia²⁵.

„Sąd Okręgowy orzekł w swoim wyroku (*IKC* nr 349 z 16 XII 1936) „... że uprawia ono (czasopismo *Płomyk* nr 25/36) propagandę na rzecz Sowietów z zamiarem wytworzenia w umyśle czytelnika bezwarunkowo przychylnego ustosunkowania do ZSRR i panującego w nim układu społeczno-politycznego”. Na rozprawie apelacyjnej, która zakończyła się zatwierdzeniem wyroku Sądu Okręgowego, ujawniono (*IKC* nr 37 z dn. 6 II 1937) że: „pismo sowieckie „Głos Radziecki”, omawiając proces z „Płomykiem”, napadło na „faszystowskie metody dławienia świetlanej

²⁰ Fr. Białas: *Płomyka zgasić nie damy, Głos Nauczycielstwa Wołyńskiego* 1935/6, nr 8, (kwiecień 1936), s. 113.

²¹ Np. artykuł Wincentego Rzymowskiego w *Kurierze Porannym* nosił tytuł „Płomyk światła i chmura mroku”, a *Słowo Pomorskie* użyło określenia „Płomyk z piekła rodem” (przytaczam za M. Pietrzak, op. cit. s. 280).

²² Iwonna Michalska, op. cit., s. 27; Kazimierz Wojciechowski, op. cit.

²³ Polsko-radzieckie stosunki kulturalne... op. cit., s. 716.

²⁴ Liczne informacje we współczesnej prasie, m.in. *Życie Katolickie* nr 7 z 14.02.1937, s. 108.

²⁵ *Gazeta Polska* z 30.10.1936, cyt. za *Polsko-radzieckie stosunki kulturalne... dokument 428*, s. 716.

prawdy o Sowietach, do której tęsknią polskie dzieci”, że „prawda nie da się ukryć i już nie długo będzie ją można w Polsce tłumić”. Bolszewicy wzięli więc w obronę swoich ideowych sprzymierzeńców w Polsce²⁶.

Na sejmową interpelację minister WRiOP W. Świątosławski odpowiadał dopiero 15 grudnia 1936 r. Stwierdził, że zwrócił uwagę kierownictwu ZNP na niewłaściwość takich publikacji²⁷. Ministerstwo Spraw Zagranicznych również poświęciło nieco uwagi „sprawie *Płomyka*”. Referat Wschodni Wydziału Prasowego MSZ przygotował notatkę, której autorzy – Kazimierz Rudzki i Zdzisław Miłoszewski – stwierdzali: „[teksty w *Płomyku*] niezmiernie dodatnio przeciwstawiają obecny stan rzeczy w ZSRR z dawną Rosją, co w połączeniu z innymi niezręcznościami [...] sprowadza do zera czysto naukowe tendencje wydawców” oraz konkludowali: „[...] poza staraniem o stworzenie ustawowej obrony przed wpływami sowiecko-komunistycznymi, uważam za najważniejsze i najskuteczniejsze rozwinięcie najszerszej akcji prasowej, któraby dostarczała społeczeństwu argumentów w dyspucie nt. ZSRR. Słabe omawianie spraw sowieckich jest [...] największym brakiem, bowiem nawet niewierzący agitatorowi nie ma skąd zaczerpnąć argumentów”²⁸.

Wanda Wasilewska tak wspominała pracę nad przygotowaniem „dzieckiego numeru” *Płomyka* i proces:

[...] Zbliżał się termin naszego numeru, który zgodnie z programem szkolnym miał się zająć historią i geografią Rosji i Związku Radzieckiego. Moja teczka z materiałami była pełna. Przystano nam dziesiątki opowiadań o florze i faunie, o doli zesłańców na Syberii, wierszy o dalekiej przeszłości, popularnych szkiców z wszelkich możliwych dziedzin odnoszących się do historii naturalnej, geologii, wszystko, czego chcecie. Ale nie było tu ani jednej, dosłownie ani jednej linijki odnoszącej się do Związku Radzieckiego. [...]

Zrobiliśmy małą naradę. Szukaliśmy jak najbardziej „neutralnych” tematów, które mogłyby zappełnić lukę w naszym numerze. Najbardziej „neutralnych” i jednocześnie takich, które najbardziej zainteresują dzieci. Wybraliśmy, o święta naiwności, to, co się nam wydawało najbardziej niewinne. A więc – teatr dla dzieci w Związku Radzieckim i coś o pionierach.

Rozpoczęło się poszukiwanie autorów. Na opowiadanie o teatrze dziecięcym namówiłam z trudem Mieczysława Buki, „List pioniera do angielskiego skauta” napisał Waclaw Szczęśny.

Uff! Odetchnęłam z ulgą, oddając do drukarni materiał. Wszystko w porządku. „Kalosz” Zoszczenki, który wybraliśmy po długich namysłach też chyba nie posłuży dla obwinienia nas o komunistyczną propagandę.

Skręcaliśmy, skręcali w prostocie ducha stryczek na własną szyję...

[...]

Numer był śliczny. Piękne fotografie, bogaty tekst, Związek Radziecki reprezentowany wprawdzie więcej niż biednie – ale cóż począć? Trzeba się liczyć z warunkami...

I numer poszedł w świat. Na efekt nie czekaliśmy długo. Jak grom z jasnego nieba spadł na nas artykuł w „Ilustrowanym Kurierze Codziennym” [...]

W całej aferze był jeden ciemny punkt. Jak na ówczesne stosunki i moje

²⁶ Henryk G l a s s: Wpływy Kominternu wśród nauczycieli. Materiały oświetlające cele i taktykę komunistów w Związku Nauczycielstwa Polskiego. Warszawa 1937, s. 14–15;

²⁷ Polsko-radzieckie stosunki... dokument 433, s. 724.

²⁸ Szeroko o tym dokumencie pisze Kazimierz Lorek, op. cit., s. 41–42.

położenie bardzo ciemny. Były nim piękne fotografie, które otrzymałam z ambasady radzieckiej w Warszawie. Cóż było prostszego, niż zwrócić się z prośbą o materiał ilustracyjny, odnoszący się do Związku Radzieckiego, do przedstawicielstwa tegoż właśnie Związku Radzieckiego? Po prostu i oczywiście, bez żadnej „konspiracji”, zadzwoniłam z redakcji do ambasady, i natychmiast przysłano mi zdjęcia. Razem z Kotarbińskim wybraliśmy to, co nam było potrzebne. Kotarbiński zupełnie normalnie przyjął wiadomość, kto dostarczył zdjęć, wcale go to nie przerażyło. Wszyscy razem działaliśmy w jakimś dziwnym zaślepieniu, jakby nie zdając sobie sprawy, w jakim państwie żyjemy.

Od momentu pojawienia się napaści w IKC żyłam w ciągłym strachu że wyjdzie na jaw, i nie może nie wyjść, sprawa zdjęć. Od tego do wrobienia mi lekką ręką szpiegostwa na rzecz ZSRR mogła być droga bardzo krótka. Jakże, udowodnione stosunki z sowiecką ambasadą! [...]²⁹

Starając się spojrzeć na sprawę bezstronnie, trzeba zauważyć, że „radziecki” numer *Płomyka* był po prostu słaby. Zresztą wynika to pośrednio i z relacji Wasilewskiej. Warte jest podkreślenia w tym miejscu, że żaden z tekstów w tym numerze *Płomyka* nie wyszedł spod jej pióra. Dla nauki geografii przydatne mogły być ewentualnie opisy tajgi i zestawienia eksportu.

Do zdjęć, ilustrujących teksty o ZSRR, przyznała się ostatecznie na procesie agencja fotograficzna Keystone, stale zaopatrująca czasopisma ZNP. W ten sposób *IKC* stracił dodatkowy argument w swych oskarżeniach. Inna rzecz, czy rzeczywiście ujawnienie pochodzenia ich z radzieckiej ambasady, groziło procesem o... szpiegostwo?

W polsko-radzieckich stosunkach kulturalnych, po kilku latach ożywienia, panowało już w tym czasie postępujące ochłodzenie, choć wciąż jeszcze organizowane i reklamowane w gazetach były np. wycieczki do ZSRR³⁰.

Sprawa radzieckiego numeru *Płomyka* stała się bytem propagandowym jeszcze za II RP. Przywoływano ten epizod, jako przykład bolszewizacji ZNP³¹, pojawiło się także określenie „front *Płomyka*”, które oznaczać miało Związek Nauczycielstwa Polskiego jako bojową siłę wywrotową w Polsce³².

Powiązanie nazwiska właśnie Wandy Wasilewskiej ze sprawą *Płomyka* utkwilo nadzwyczaj silnie w świadomości współczesnych. Np. Maria Dąbrowska, pisząc o Wandzie Wasilewskiej zresztą skrajnie nieprzychylnie, zanotowała w 1956 roku, po spotkaniu z nią w Sztokholmie: „W Polsce jej nigdy włos nie spadł z głowy. Brała grubą forszę za książki i za *Płomyka*. Jedyne przykrość, jaka ją spotkała, to, że odebrano jej redakcję *Płomyka*, gdy stał się nadto propagandą sowiecką”³³.

²⁹ AMLIM, fond 73 (Wanda Wasilewska), ed. zb. 151: mpis. O zabronieniu *Płomyka*.

³⁰ Kazimierz Małak: Polsko-radzieckie stosunki kulturalne w okresie międzywojennym, Warszawa 1991, s. 283.

³¹ H. Glass, op. cit.

³² January Grzędziński, fragmenty niepublikowanych wspomnień, O. Rkp BN, sygn. III 10 874, t. 3, k. 91.

³³ Maria Dąbrowska: Dzienniki powojenne, T. 3, s. 102.

Władysław Pobóg-Malinowski w swej „Najnowszej historii politycznej Polski” napisał: „Główną „wtyczką” komunistyczną w Centrali Wydawnictw [ZNP] była wyrodna córka Leona Wasilewskiego – Wanda. Redagowane przez nią pisma dla dzieci i młodzieży „Płomyczek” i „Płomyk” zrazu dyskretnie, a w czasem coraz śmieiej wychwalały ustrój sowiecki i stworzone przezeń warunki życiowe. Numer „Płomyka” z propagandowymi zachwytaami dla sytuacji matki i dziecka w Sowietach został z nakazu rządu skonfiskowany”³⁴. Stanisław Mackiewicz (Cat) wspominał: „Nauczycielstwo polskie miało dwie organizacje: jedną katolicką i narodową, drugą ulegającą wpływowi lewicowemu. [...] Wydawano tam pisma dla dzieci: „Płomyk” i „Płomyczek”. Redaktorką była Wanda Wasilewska, córka starego pepesowca, z grupy przyjaciół Piłsudskiego, Leona Wasilewskiego, i stąd patrzono przez palce na jej skrajną lewicowość. [...] Jeden z numerów tego „Płomyka” został poświęcony propagandzie państwa Sowietów. Dyrektor departamentu policji, Henryk Kawecki, zresztą lewicowiec, uznał ten wyczyn pedagogiczny za zbyt daleko idący i numer „Płomyka” skonfiskował”³⁵.

Niektóre sformułowania mogą sugerować nawet, że Związkowi Nauczycielstwa Polskiego przypisywano komunizm właśnie z powodu Wandy Wasilewskiej. „Kampania przeciwko „Płomykowi” była natury politycznej, bo tam siedziała Wanda Wasilewska, więc prawica robiła awantury, że Związek Nauczycielstwa Polskiego jest opanowany przez komunistów” – mówi Czesław Miłosz³⁶.

Cała historia „radzieckiego” numeru *Płomyka* ulegała z czasem mitologizacji, zgodnej z potrzebami PRL-owskiej propagandy. W popularnych biografiach Wandy Wasilewskiej sprawa *Płomyka* była przywoływana na dowód jej postępowej działalności w latach przedwojennych³⁷. Używano określenia „*Płomyk* Wandy Wasilewskiej”, a nawet proces sądowy zaczął sprawiać wrażenie wytoczonego redakcji pisma. Mimo, że udział w tworzeniu tego numeru *Płomyka* brało kilka osób – jest to wyraźnie opisane we wspomnieniach Wandy Wasilewskiej, która w czasie, kiedy je spisywała i nagrywała na taśmę, nie miała żadnego powodu do ukrywania lub zmniejszania swej roli (chyba że powodowała ją skromność) – tzw. „sprawa *Płomyka*” została w powszechnej świadomości na kilkadziesiąt następnych

³⁴ W. P o b ó g - M a l i n o w s k i: Najnowsza historia polityczna Polski 1864–1945, t. II, Londyn 1956, s. 639 [przypis 99].

³⁵ Stanisław Mackiewicz (Cat): Historia Polski od 11 listopada 1918 r. do 17 września 1939 r. Londyn 1985, s. 287.

³⁶ Szukanie formy. Dialogi poetów – dialog drugi. Czesław Miłosz i Tadeusz Różewicz indagowani w Krakowie 27 lipca 1999 r. Rozmawiała Renata Gorczyńska. http://www.znak.com.pl/milosz/wywiad_szukanieformy.html

³⁷ Biografka Wandy Wasilewskiej, Eleonora Syzdek, w przywołanej już książce „W jednym życiu tak wiele” szczegółowo opisywała przebieg wydarzeń, co jednak nie zmieniło faktu, że w powiązaniu ze „sprawą *Płomyka*” wymieniane jest przede wszystkim nazwisko Wandy Wasilewskiej i czasem jeszcze Janiny Broniewskiej, a jedynie w szczegółowych opracowaniach wspomniani są kierujący redakcją w owym czasie Stanisław Machowski i Mieczysław Kotarbiński. Udział Mieczysława Kotarbińskiego na pierwszym miejscu stawia Czesław Wycech: Wspomnienia 1905–1939, Warszawa 1969, s. 247, dodając też, że autor „listu pioniera”, W. Szczęsny, był pracownikiem... *Polski Zbrojnej*.

lat powiązana na trwale z jej nazwiskiem. „Konfiskata „Płomyka” Wasilewskiej” zatytułował np. swój artykuł Witold Mielczarek w 1986 r., w tekście przyznając zresztą, że *Płomyk* był „redagowany przez radykalnych i postępowych dziennikarzy, wśród których była Wanda Wasilewska”³⁸. W zarysie monograficznym, poświęconym Janinie Broniewskiej, mowa o tym, że „specjalny numer *Płomyka*” poświęcony Związkowi Radzieckiemu, był wydany z inspiracji Broniewskiej i Wandy Wasilewskiej³⁹.

Z pewnym dystansem pisała natomiast o tym Janina Broniewska, nie zaprzeczając zresztą ideologicznej słuszności ówczesnych działań redakcji i ZNP: „Z latami narosła legenda i wśród lewicy na temat owego numeru „Płomyka”, że był aż tak rewolucyjny, jak niestety nie był”⁴⁰.

Nie ulega wątpliwości, że atak na numer *Płomyka* poświęcony ZSRR był tylko pretekstem w większej rozgrywce politycznej. Wytoczony przez ZNP proces o zniesławienie przeciwko *IKC* w tej sytuacji nie był chyba najszcześniejszym posunięciem taktycznym, dawał bowiem przeciwnikom okazję do długotrwałego utrzymywania tematu na łamach wielu pism. Czas, jaki upłynął od edycji numeru do rozprawy sprzyjał eskalacji oskarżeń.

Mitologizacja „radzieckiego numeru” *Płomyka* i powiązanie go przede wszystkim z Wandą Wasilewską jest zresztą łatwe do wyjaśnienia. PRL potrzebował niemal przez cały okres swego istnienia dowodów na rozległość bazy społecznej, na jakiej się oparł ustrój w Polsce, a lewicowe tendencje w ZNP znakomicie się do tego nadawały. Przyczyną zaś przypisywania głównej, jeśli nie wyłącznej roli w edycji *Płomyka* Wandzie Wasilewskiej był klasyczny proces formowania biografii postaci z PRL-owskiego panteonu, gdzie należało uwypuklić i wzmocnić elementy zgodne z modelową linią. W publikacjach zaś o wydźwięku antykomunistycznym, łatwo również było wskazać znaną i powszechnie identyfikowaną z komunizmem postać jako sprawcę komunistycznej propagandy.

Proces prasowy *Płomyka*, a właściwie chyba napisać by trzeba: proces *Ikaca* o zniesławienie ZNP – przegrany przez Związek w dwóch instancjach był jednym z początkowych epizodów konfliktu pomiędzy Komisarzatem Rządu a Zarządem Głównym ZNP, konfliktu, który zakończył się strajkiem – ale to już zupełnie inna historia⁴¹. Stanisław Machowski zrezygnował z funkcji redaktora we wrześniu 1936⁴², Mieczysław Kotarbiński w lutym 1937⁴³. Natomiast Wanda Wasilewska i Janina Broniewska pracowały w redakcji aż do strajku, czyli do jesieni 1937 r. (a formalnie jeszcze dłużej).

³⁸ Witold Mielczarek: Sprzed 50 lat. Konfiskata „Płomyka” Wasilewskiej. *Życie Literackie* 1986, nr 9, s. 4.

³⁹ Literatura dla dzieci. O Janinie Broniewskiej. [oprac.] Barbara Kamińska, Halina Molenda, Kalisz 1988, s. 7.

⁴⁰ Janina Broniewska: op. cit., s. 105.

⁴¹ Obszernie opisana przez Wandę Wasilewską w książeczce *Historia jednego strajku*, Warszawa 1949.

⁴² Zob. Stanisław Grabowski: Na przyszły pożytek. Z dziejów polskiej prasy dla dzieci 1824–1939, Pułtusk 2001, s. 177; Iwonna Michalska wskazuje na początek 1937 r.

⁴³ Iwonna Michalska, op. cit. s. 27.

W okresie, w którym w redakcji wydawnictw ZNP pracowały Wanda Wasilewska i Janina Broniewska, a więc od lipca 1934 (po odejściu z pracy w Związku Heleny Radwanowej), do mniej więcej końca 1937 w czasopiśmie *Płomyk*, *Płomyczek* i *Mały Płomyczek* wyraźnie zmniejszyła się ilość publikacji na temat obchodzenia świąt religijnych i odwołań do spraw wiary⁴⁴. Trudno to jednak przypisywać akurat Wandzie Wasilewskiej, gdyż jest to w ogóle okres konfliktu ZNP z Kościołem w Polsce. W atakach prasy na „sowiecki numer” *Płomyka* i ZNP obok zarzutu komunizmu, pojawia się też oskarżenie o ateizm⁴⁵.

Płomyk po zaburzeniach w wydawaniu, związanych z okresem strajku nauczycielskiego i zmianami redakcji, okrzepł znowu i do wybuchu wojny osiągał wysokie nakłady. Wznowiony po wojnie, dotrwał 75-lecia istnienia w 1992 r.⁴⁶

⁴⁴ Problematykę tę na łamach czasopism dziecięcych ZNP prześledziła Iwonna Michalska, op. cit., s. 95 i n.

⁴⁵ Andrzej Cieśla: Związek Nauczycielstwa Polskiego w województwie warszawskim w okresie Drugiej Rzeczypospolitej. Toruń 2000, s. 164.

⁴⁶ Zob. Jan S. K o p c z e w s k i: Ostatnie słowo. Nie chcieliśmy zamieniać „Płomyka” na fajerwerk. *Głos Nauczycielski*, 1992, nr 12, s. 8.

AGNIESZKA J. KOZAK

TALK-SHOW W POLSKIEJ TELEWIZJI

Dialog w toku

Talk-show jest jednym ze składników tworzących kulturę masową. Programy te opowiadają głównie o bliskich masowemu widzowi problemach, zjawiskach, poruszają interesujące go zagadnienia: miłość, erotyka, zdrowie, tragedie życiowe, niecodzienne zdarzenia. Najczęściej w talk-show przewijają się problemy zwykłych ludzi. Stąd można wysnuć wniosek, iż talk-show działa na zasadzie lustra. Charakteryzuje go skłonność do manipulowania hierarchią: goście programu – mimo braku pogłębionej wiedzy – na równi z ekspertami wypowiadają się podczas dyskusji; pojawia się typowe dla kultury masowej zatarcie granic. Rozwój talk-show i coraz głębsza eksploracja uczuć, przeżyć i potrzeb na ekranie jest zapewne przejawem wojeryzmu. „Talk-show jako gatunek telewizyjny opiera się na podglądactwie (wojeryzmie) jego widzów, jakkolwiek jest to sytuacja zdecydowanie różniąca się od podglądactwa kinowego, opisywanego przez psychoanalityków filmowych (...)”¹. „Zasadniczo widz telewizyjny jest podglądaczem, czyli bezpiecznie usytuowanym podglądaczem, ale podglądaczem, do którego i o którym mówi się (bezpośrednie zwroty, wskazujące gesty, „cóż nasi widzowie o tym sądzą?”)².

Nieokiełznana potrzeba z jednej strony podglądania z bezpiecznego miejsca – domowego zacisza – cudzych trosk i dramatów, a w drugiej pragnienie bycia podglądanym przyczynia się, moim zdaniem, do popularności gatunku, choć należy zauważyć, iż polskie programy tego formatu nie epatują taką dociekliwością, jak zaawansowane w drażnieniu prywatności talk-show amerykańskie. Poruszając problem talk-show, zwraca się też uwagę na aspekt terapeutyczny i (mimo wszystko) edukacyjny programów. Widz przyjąć może postawę pełnego uczestnictwa, zaangażowania w przedstawiane na ekranie historie (od współczucia po identyfikację swoich problemów); może być w opozycji do treści przekazu – dystansując się od niego.

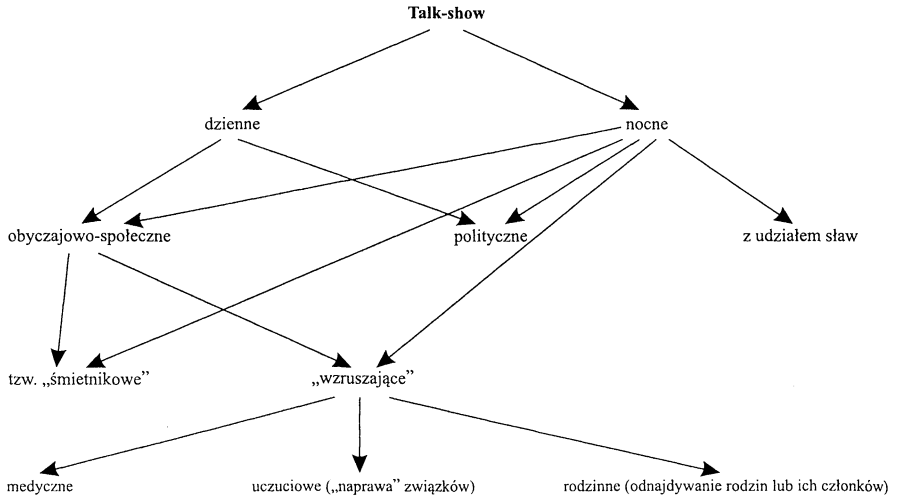
Z definicji, talk-show to popularny rodzaj programu telewizyjnego składający się z lekko prowadzonego wywiadu, konwersacji, czasem uatrakcyj-

¹ W. Godzic: *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002, s. 110.

² Op. cit., s. 112.

nianego dodatkowymi występami; zwykle odbywa się przed publicznością zgromadzoną w studio³.

Klasyfikacja talk-show przedstawia się następująco (oprac. własne):



Ze względu na porę emisji talk-show podzielone zostały na *dzienne* – nadawane w porze porannej lub wczesnopopołudniowej oraz *nocne* – nadawane w godzinach tzw. prime time³, czyli od godziny 18–20 do 22–24 (w porze największych oglądalności w telewizji⁴). Publiczność dziennych talk-show stanowią najczęściej kobiety, w przypadku amerykańskich audycji tego typu – najczęściej są nimi gospodynie domowe. W Polsce formatem zbliżonym do typowych dziennych talk-show nadawanych w Stanach Zjednoczonych jest program emitowany w TVP1 pt. „Kawa czy herbata”.

Nocne talk-show to audycje o charakterze rozrywkowym, rzadko poruszające poważne, społeczne problemy, często towarzyszy im muzyka będąca dodatkiem do programu, lecz nie stanowiąca głównego trzonu, wokół którego konstruowany byłby talk-show.

Ze względu na charakter (zorientowanie tematyczne) talk-show można wyróżnić trzy główne grupy:

- talk-show społeczno-obyczajowe, tzw. „people” – najczęściej poruszającymi tematami są problemy zwykłych ludzi, którzy są jego bohaterami; pojawiają się zagadnienia o tematyce społecznej, wzruszającej (np. jak u Oprah Winfrey – emisja w języku polskim w Club TV), czasem bulwersującej – jak w przypadku „Jerry Springer Show” – emisja w języku polskim w Club TV (program zaliczany do tzw. „śmietnikowych” – „trash” talk-show);

³ A. Weseliński: A Dictionary of Film and Television Terms, Warszawa 1994, s. 34.

⁴ M. E. Shapiro: Prime time, <http://www.museum.tv/archives/etv/P/htmlP/primetime/primetime.htm>. Por. A Dictionary of Film and Television Terms, który jako prime time wskazuje godziny między 19:00 a 23:00.

- talk-show z udziałem sław tzw. „*celebrity*” – o charakterze rozrywkowym; tu pojawiają się głównie gwiazdy sportu, estrady, kina, telewizji, rzadziej polityki;
- talk-show polityczne tzw. „*political*” – nastawienie na tematykę poważną, gośćmi są ludzie scen politycznych.

Specyficzną odmianą talk-show typu *people* są tzw. *trash* (śmietnikowe) talk-show – drapieżne, dynamiczne i agresywne programy, które powstały w latach dziewięćdziesiątych w Stanach Zjednoczonych; specjalistą gatunku jest Jerry Springer. „Potrzeba przede wszystkim zdystansowania konkurencji wymusiła na producentach wykreowanie brutalnego programu, w którym rękoczynty i wyzwiska są na porządku dziennym. (...) przypadek *trash* talk-show, czyli śmietnikowej rozmowy, pokazuje wyraźnie: wzorcem są hormony 14-latka”⁵.

Audycje talk-show z gatunku *emotion* mają za zadanie silnie oddziaływać na emocje widza: wzruszać, a najlepiej doprowadzać do łez. W programach takich prezentowane są między innymi historie rozdzielonych rodzin lub rodzeństwa, które po latach mają szansę, dzięki audycji telewizyjnej, spotkać się na oczach wielomilionowej publiczności lub opisywane jest trudne życie osób poszkodowanych przez los (najczęściej chorych) – często połączone to jest z telewizyjną zbiórką funduszy np. na leczenie gościa programu. Stworzono też grupę *emotion* talk-show, których motywem przewodnim była miłość: w programach występują więc osoby, które za pośrednictwem stacji telewizyjnej chcą wyrazić swoje uczucia, oświadczyć się, przeprosić bliską osobę, itp.

Amerykańskie talk-show mają na celu kreowanie osoby prowadzącego, stąd też tak często w nazwach tych programów pojawiają się nazwiska moderatorów. W Polsce nie jest to zjawisko aż tak częste i popularne. Wyjątkami są: „Wieczór z Jagielskim” – typowy *celebrity* talk-show; „Mdm – Mann do Materny, Materna do Mana”, „Ibisekcja” – w tytule wkomponowano nazwisko prowadzącego Krzysztofa Ibisza. Typowe „polskie rozmowy” w swoich nazwach mają sugerować charakter audycji, moderator jest na drugim planie.

Inną kwestią, o której rzadko wspomina się podczas dyskusji o polskich talk-show, jest zapewnienie psychicznego bezpieczeństwa gościom tych audycji. W Stanach Zjednoczonych nad ludźmi, którzy wystąpili w talk-show, opiekę psychologiczną zapewnia organizacja „After Care”⁶. W Polsce, powrót uczestników programów do „rzeczywistości” zależy od dobrej woli wydawców, producentów, gospodarzy i dokumentalistów talk-show, którzy czasem telefonicznie, po wyemitowaniu odcinka kontaktują się z gośćmi, sondując reakcję ich otoczenia na występ w programie⁷.

W polskich audycjach brak jest też interaktywności, która dominuje cho-

⁵ W. Godzic, op. cit., s. 116.

⁶ M. Maciejewska: Szklana kozetka, *Wprost* 2001, nr 995 (23 grudnia); <http://www.wprost.pl/ar/?O=11882>. Por. <http://www.montelshow.com/aftercare/index.htm>

⁷ Inf. własna. Dokumentaliści „Rozmów w toku” po każdym wyemitowanym odcinku kontaktują się z gośćmi programu.

ciażby w „America’s Talking” – tam nie tylko publiczność w studiu, lecz i widzowie wypowiadają się za pomocą wszelkich dostępnych środków komunikacyjnych: telefon, faks, Internet. Program nadawany jest „na żywo”, czego rzadko doświadczyć można w polskiej TV. Wyjątek stanowi „Na żywo – widowisko publicystyczne” nadawane przez TVP 1, w którym telewidzowie mogą uczestniczyć telefonicznie. Sukces „America’s Talking” spowodował rozwój telewizji, która zaproponowała wyłącznie „gadanie na ekranie”, mianowicie interaktywnej „The Talk Channel”. Program ten zaczął odbierać widzów operom mydłanym i serialom sensacyjnym⁸.

Rozważając kwestię potrzeby istnienia talk-show w telewizji, a tym samym w kulturze i w świadomości społeczeństwa trudno jednoznacznie stwierdzić, czy jest to zjawisko wyłącznie złe, czy zdecydowanie pożyteczne. Sama nazwa „talk-show” najczęściej kojarzy się pejoratywnie, sugerując niską jakość, miałość i powierzchowność. Tak się dzieje, gdy spojrzeć na te programy od strony ich zainteresowań, jednak ich konstrukcja powinna wzbudzać szacunek. Każdy szczegół „gadanych audycji” jest starannie opisany i rozpracowany; podobno większość widzów skupia się na informacji przekazywanej za pomocą telewizji przez 60 sekund – po tym czasie następuje znużenie monotonią głosu, treścią, widz zaś traci zainteresowanie i kontakt z audycją. Dlatego, między innymi w audycjach talk-show w Stanach Zjednoczonych (np. w programie Davida Lettermanna), przestrzega się rygorystycznie nieprzekraczania jednej minuty na wypowiedź jednej osoby; później następuje zmiana (np. w układzie: pytanie → odpowiedź → komentarz, itd.). Dodatkowo stwarza to dynamikę i narzuca tempo programu, a widz, nie znudzony, nie zmieni kanału.

Z propozycji programów telewizyjnych znikły „rodzinne” – *emotion* talk-show, jak „Zerwane więzi” (Polsat), „Ktokolwiek widział, ktokolwiek wie” (TVP1) czy „Wybacz mi”⁹ (TVN). Pojawiają się natomiast hybrydy łączące dwa gatunki talk-show: np. *celebrity z people* – „Z kamerą wśród ludzi” (Polsat), w którym prowadzący Wojciech Cejrowski gości i przepytuje zarówno znane osobistości polskich scen i ekranów, jak i całkiem nieznanymi Polaków, którzy zetknęli się z obcą kulturą i chcą się podzielić swoimi wnioskami o różnicach w zwyczajach i obyczajach. Inną interesującą hybrydą (*political i people*) jest program „Czarny pies czy biały kot” Krzysztofa Skowrońskiego, w której to audycji „studio telewizyjne [jest] wypełnione publicznością, która przyjechała z całej Polski, by móc w obecności polityków, ekspertów i znanych osób wypowiedzieć zdanie na temat swoich problemów, marzeń, miłości i niechęci. Przegląd najważniejszych wydarzeń społeczno-politycznych. Krzysztof Skowroński co tydzień zaprasza polityków, ekspertów i zwykłych ludzi, by powiedzieli, co myślą o najważniejszych wydarzeniach w kraju i na świecie”¹⁰.

⁸ W. Godzic, op. cit., s. 111.

⁹ Program „Wybacz mi”, oparty na licencji holenderskiej telewizji był w marcu i w kwietniu roku 2000 najchętniej oglądanym talk-show w Polsce. K. Metysek: Teleencyklopedia, „Gadanie na ekranie”, *Rzeczpospolita*, 18 maja 2000 r.

¹⁰ Strona internetowa programu „Czarny pies czy biały kot” <http://www.piesczykot.pl/index.php?p=program>

Tabela 1. Talk-show dostępne w języku polskim – emitowane w języku polskim, z polskim lektorem lub z tłumaczeniem / napisami w języku polskim – docierające do polskiego widza (talk-show produkcji polskiej i zagranicznej; w nawiasach podano stację TV nadającą dany program).

TALK-SHOW							
LUDZIE (PEOPLE)			POLITYKA (POLITICAL)		SŁAWA (CELEBRITY)		
Rozmowy w toku (TVN)	Pod napięciem (TVN)	Na żywo (TVP1)	Tygodnik polityczny Jedynki (TVP1)	Młodzież kontra (TVP3 Kraków)	Kuba Wojewódzki (Polsat)	Na zdrowie: Jagielski (TVP2)	Ruby Wax (BBC Prime)
Z kamerą wśród ludzi (Polsat)	Spotkania z Roscanne (Club)	Odcienie sukcesu (TVP3)	Czarny pies czy biały kot (Polsat)	Europa da się lubić (TVP2)	Z kamerą wśród ludzi (Polsat)	Spotkania z Roscanne (Club)	Parkin-son (BBC Prime)
Europa da się lubić (TVP2)	Czarny pies czy biały kot (Polsat)	Kawa czy herbata (TVP1)		Łoża prasowa (TV 24)	Odcienie sukcesu (TVP3)	Bezludna wyspa (TVP2)	Joker (TV4)
Jestem, ja-ki jestem (TVN)					Herbatka u Tadka (TVP2)	Jestem, ja-ki jestem (TVN)	

ŚMIETNIKOWE (TRASH)	WZRUSZAJĄCE (EMOTION)		
Jerry Springer (Club)	MEDYCZNE	UCZUCIOWE	RODZINNE
	Zielone drzwi (TVN)	Tylko miłość (TVN)	
	Przyjaciele (TVP1)		

Opracowanie własne. Dane z lutego 2004 roku.

Zdecydowanie najczęściej jest talk-show typu „sławy” (*celebrity*) oraz „ludzie” (*people talk-show*). Ponieważ w niektórych programach obu gatunków pojawiają się w poszczególnych odcinkach zarówno osoby znane, jak i zwykli ludzie w tabeli znalazły się te propozycje jako przykłady obu rodzajów talk-show.

Talk-show w Stanach Zjednoczonych

Rozwój amerykańskich talk-show (inaczej niż polskich) ewoluował w dwóch kierunkach: dziennych talk-show o wyspecjalizowanych w historiach obyczajowych, oraz nocnych talk-show – o silniejszym rysie rozrywkowym, muzycznym; częstymi gośćmi były w nich gwiazdy amerykańskiego życia publicznego.

Talk-showienne nadawano głównie w porach rannych i okołopołudniowych. Rozmowy urozmaicane były przerywnikami przed-

stawiającymi aktualne wydarzenia oraz prognozę pogody. Najczęstszymi bohaterami byli w nich zwykli ludzie opowiadający o swoich problemach lub zainteresowaniach. Z czasem dodano do rozmów aktywnie uczestniczącą publiczność (element ten wykorzystano również w nocnych talk-show) oraz ekspertów pomocnych w wyjaśnianiu problemów poruszanych na wizji.

Publiczność po raz pierwszy zaangażowano do talk-show w 1970 roku do „The Phil Donahue Show”. Program jako pierwszy poruszył problem homoseksualizmu – dotychczas temat nieobecny w mediach. „The Phil Donahue Show” był też pierwszym talk-show zbojkotowanym za zbyt obrazowe i zbyt otwarte mówienie o seksualności Amerykanów. Producenci programu starali się podgrzewać atmosferę w studio. Zapraszano gości, których wypowiedzi miały rozwścieczać i rozpalać widownię, jak choćby przywódcę Ku-Klux-Klanu czy przewodniczącego Amerykańskiej Partii Nazistów, którzy wystąpili razem w 1979 roku¹¹.

W 1975 roku „Good Morning America” (TV ABC), jeden z popularniejszych dziennych talk-show, tworzyła mieszanka wiadomości, wywiadów, felietonów i reportaży. Najistotniejszą zmianą było stworzenie w studio przyjemnego salonu, zamiast typowego dla ówczesnych talk-show „newsroomu”. Dzięki temu dało się wnieść bardziej przyjacielską i domową atmosferę; innowacją było też częstowanie zaproszonych gości napojami. Takimi działaniami „Good Morning America” (TV ABC) pokonała największego rywala wśród dziennych talk-show Ameryki – „Today” (TV NBC).

Poranne talk-show Ameryki w latach dziewięćdziesiątych opanowały kobiety. Na ciągle popularnym „Today”, stacja NBC zbudowała „Later Today”. Prowadzące go trzy kobiety dyskutowały o modzie, urządzaniu domu, zdrowiu i sporcie. Miał typowo kobiecy charakter. Poranne talk-show w ubiegłej dekadzie kontynuowały sprawdzone elementy programów: aktywną publiczność, domową scenę, krótkie wiadomości, wywiady, reportaże i występy. Jednocześnie w „porankach” wytworzyła się odmiana „śmietnikowa” (*trash*).

Korzenie nocnych programów talk-show, podobnie jak dziennych, wywodzą się z audycji radiowych. Ich podstawowymi elementami była muzyka i komedia, rzadziej poruszano tu tematy polityczne, społeczne czy filozoficzne dysputy. Ten typ audycji miał przede wszystkim dostarczać rozrywki. Nawet wówczas, gdy przekazywano informacje, starano się robić to w lekki, by nie rzec – luźny – sposób. Nocne rozmowy były w zasadzie komplementarnymi audycjami muzyczno-informacyjnymi, odbywającymi się w towarzystwie publiczności zgromadzonej w studiu telewizyjnym. Dopuszczalne było zadawanie gościom odważniejszych i dociekliwszych pytań. Spodziewano się zresztą po nich równie ostrych odpowiedzi, ujawniających sekrety życia i alkowy. Częste były utarczki słowne między

¹¹ Evolution of Daytime Talk-Shows, Part 4: Issues in the Seventies (Part 1 & 2)
<http://talkshows.about.com/library/weekly/aa102599.htm>

prowadzącymi audycje, lub pomiędzy prowadzącym a producentem (lub wydawcą) talk-show. Im bardziej cięte, tym większa oglądalność – wie o tym chociażby Jay Leno, którego komentarze do amerykańskiej rzeczywistości zyskały mu szerokie grono zwolenników¹².

Polskie talk-show

Historia polskich talk-show rozpoczęła się 26 marca 1956 roku. Wtedy to zaistniał w rozwijającej się polskiej telewizji program „Tele-Echo”, cykl wywiadów telewizyjnych wymyślony przez Mirę Michałowską a prowadzony przez Irenę Dziedzic. Program był w zasadzie kalką francuskiego „Tele-Paris”, zaadaptowanego do polskich warunków przez Marię Zienarską¹³.

Warto zwrócić uwagę na postępowość polskiego medium. Podczas, gdy w zachodnich programach tego typu w latach pięćdziesiątych w roli moderatorów królowali mężczyźni, polska telewizja powierzyła kobietom produkcję i prowadzenie programu. „Tele-Echo” było programem popołudniowym: dziś można by je nazwać talk-show o charakterze *celebrity* z domieszką *people*. Program nadawany był co dwa tygodnie. „Tele-Echo” spełniało wszystkie wymagania gatunku współczesnych talk-show: miało wyrazistą moderatorkę z silną osobowością. Rozmowa, starannie wcześniej przygotowywana, miała charakter intymnych wyznań w czasie rzeczywistym. W budowaniu przyjaznego nastroju do zwierzeń pomagał „salonowy” wystrój studia.

Wraz z nadejściem politycznego przełomu w latach dziewięćdziesiątych media zmieniły swoje oblicza. Wolność i swoboda zapanowała także w talk-show. Pierwszym tego typu programem w „nowej rzeczywistości” był „Na każdy temat”, talk-show prowadzony przez dziennikarza radiowego, Andrzeja Woyciechowskiego, w pierwszej w Polsce prywatnej telewizji Polsat. Polsat zaproponował widzom w 1994 roku całkiem nowy sposób rozmawiania, cechujący się zniesieniem dotychczasowych tematów tabu. Niewielki budżet „Na każdy temat” wymusił tanią i mało wyrefinowaną scenografię, prosty sposób realizacji. To jednak sprawiło, iż widownia zaufała programowi, który pokazywał „prawdziwą Polskę”.

Sukces polsatowskiego „Na każdy temat” skłonił do zainicjowania konkurencyjnych talk-show, zarówno w powstających stacjach komercyjnych, jak i w telewizji publicznej. Pojawiły się audycje prawdziwie medialnych par, jak program Krzysztofa Materny i Wojciecha Manna – „Mdm” czy duetu Jacek Żakowski i Piotr Najsztub – „Tok-szok”, w którym występowały zarówno gwiazdy estrady, polityki, jak i zwykli ludzie. Z kolei „Zerwane więzi” (Polsat), „Ktokolwiek widział, ktokolwiek wie” (TVP1) i „Wybacz

¹² Late-Night Talk Shows: 1972–1992; <http://talkshows.about.com/library/weekly/aa051099.htm>
<http://ta1kshows.about.com/library/weekly/aa051099.htm>

¹³ *Radio i świat*, 10 VI 1956 r., w: Kronika polskiej telewizji – rok 1956, www.tvp.pl

ni” (TVN) dały całkiem nowe spojrzenie na wojeryzm widzów talk-show. Programy te, z gatunku *emotion* talk-show opierały się na historiach wykłycznych ludzi. Polacy zaskoczeni byli obrazem, który przedstawiały im tego typu audycje. Przewijały się tu łzy, nadzieja, rozpacz i złość. Przyzwyczajani do pozytywnych zakończeń i szczęśliwych rozwiązań problemów widzowie stawali się uczestnikami klęsk, gdy proszona o wybaczenie osoba odmawiała jego udzielenia i pojawienia się w studio.

„Wywiad z wampirem”¹⁴, „Ibisekcja” wzorowane były na ciągle triumfujących w USA programach Davida Lettermana czy Jaya Leno. Wykorzystano podobną scenografię (biurko dla prowadzącego, kubek, sofa dla gości); oprawa muzyczna stanowiła przerwę między pojawianiem się osobistości, przejęto przekomarzenie się z obsługą talk-show oraz częste zwracanie się do publiczności, która miała „jednogłośnie” (najczęściej monosylabami) odpowiadać na stawiane przez prowadzącego pytania. Gośćmi w tych audycjach były wyłącznie osoby znane.

Z zachodnich wzorów przejęto też zorientowanie programu na moderatora, co zostało też zaznaczone w nazwach talk-show: wykorzystywanie w tytule pełnego lub części nazwiska prowadzącego¹⁵.

Polskie talk-show z gatunku *people* czy *emotions* spełniają – podobnie jak ich amerykańskie odpowiedniki – funkcję katharsis: wzruszają, przerażają, w konsekwencji „oczyszczają” – uczestnika programu oraz widza – z nagromadzonych przeżyć oraz emocji. Owo medialne uderzenie będzie o tyle silniejsze, o ile nadawca zrealizuje złotą zasadę talk-show, zgodnie z którą mają one być wypadkową spektaklu oraz celowego dramatyzowania wypowiedzi i pytań, by móc wydobyć możliwie dużo „prawdziwych” reakcji po obu stronach ekranu. Jednym ze sposobów moderatorów na spowodowanie większej otwartości u swoich interlokutorów jest stosowaniu triku „powtarzania wypowiedzi” gościa i wkomponowanie jej w pytanie. Redundancja – powtarzanie informacji – pomaga, według Johna Fiskego, przy nadawaniu przekazu do licznej zbiorowości. Przy istniejących zakłóceniach występujących na kanale nadawczym istnieje większa szansa na zrozumienie treści wiadomości. Redundancja pomaga również przezwyciężyć problemy w przekazywaniu entropicznych komunikatów oraz w rozwiązywaniu dylematów związanych z publicznością. Jeżeli chcemy dotrzeć do szerokiej, heterogenicznej publiczności, będziemy musieli zaprojektować komunikat o wyższym stopniu redundancji¹⁶. Dlatego też tak istotna jest

¹⁴ Później – po przejściu W. Jagielskiego z RTL7 do TVP2 – przemianowany, przy zachowaniu tej samej konwencji oraz tego samego prowadzącego, na „Wywiad z Jagielskim”.

¹⁵ W pewnym stopniu cecha ta widoczna jest w programie „MdM, czyli Mann do Materny, Materna do Manna”, który choć nie mieści się w pełni w klasycznym *celebrity* talk-show, również czerpał z tych wzorców. Podobnie wygląda sytuacja programu TVP2 „Bezludna wyspa” prowadzonego przez Ninę Terentiew, która prowadzi w nim spotkania i wywiady wyłącznie ze sławami polskich scen – brak tu jednak typowych dla amerykańskich talk-show elementów – firmowania nazwiskiem programu (może powodem jest to, iż audycja zaczęła funkcjonować przed dotarciem do Polski wzorów zachodnich przy konstruowaniu talk-show), brak publiczności oraz komunikowania się gospodyni audycji z obsługą programu.

¹⁶ J. Fiske: Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Wrocław 1999, s. 27.

wyrazistość i dosłowność w komunikowaniu masowym – odnosi się to również do talk-show – tak, by nie pozostawiać odbiorcy zbyt wiele miejsca na domysły. Klarowność i jasność komunikatu, wykorzystywanie symboliki, prostych skojarzeń – to specyfika składników tworzących kulturę dla mas.

„Rozmowy w toku”

Szok polskiej widowni wywołany otwartym mówieniem o seksualności w programach na początku lat dziewięćdziesiątych zaczął powoli zanikać. Nagromadzenie tematów poruszających tego typu problemy spowodowało uodpornienie się widzów na treści erotyczno-gawędziarskie. To zaowocowało silniejszym „uderzeniem” ze strony producentów i wydawców programów telewizyjnych – potrzeba przyciągnięcia jak największej grupy odbiorców pociągała za sobą konieczność poruszania coraz bardziej zaskakujących problemów i pokazywania bardziej ekscentrycznych czy nawet perwersyjnych interlokutorów. Na tym gruncie zaczęła przesuwac się granica nie tylko dobrego smaku rozmów w talk-show, lecz również kultury dyskusji i szacunku wobec zarówno gości programów, jak i samych prowadzących. Obycie z seksualnością: dramatycznymi czy szokującymi wyznaniami w mediach zaowocowało wyspecjalizowaną desentyzacją – zobojętnieniem i coraz słabszą reakcją widzów na przedstawiane w programach tematy. By poruszyć i przyciągnąć widownię, potrzeba było ciągłego (w czasie), regularnego i o sporej częstotliwości programu nie opierającego się wyłącznie na erotycznej sensacji, lecz poruszającego problemy polskiej ulicy, programu zajmującego się tematami, które nie tyle podniecają wyobraźnię i szokują widza, ile powinny nim wstrząsnąć. To był czas na powstanie „Rozmów w toku”.

10 kwietnia 2000 r. została nadana pierwsza audycja „Rozmowy w toku” – jedyny, jak dotąd – codzienny *people* talk-show w polskich stacjach telewizyjnych. Właśnie z racji jego codziennej obecności w domach i w świadomości milionów widzów jest on najciekawszy do analizy wpływu tego gatunku na polskiego widza. Program określa się jako talk-show obyczajowy, poruszający problemy z życia ludzi. Rodzina, praca, miłość, zdrowie, parapsychologia, sprawy obyczajowe, to tematy najczęściej poruszane w „Rozmowach”¹⁷.

Aktualnie nadawane polskie talk-show są (eklektyczną) kalką głównie amerykańskich talk-show. W przypadku „Rozmów w toku” stacji TVN stworzono audycję opartą między innymi na „Jerry Springer Show”: prowadząca nie siedzi, lecz porusza się z mikrofonem po studiu między swoimi rozmówcami na scenie a publicznością. Podobnie jak u Springera i Ricki Lake lub Oprah Winfrey zrezygnowano z przerwymników muzycznych, które były domeną chociażby „Wieczoru z Wampirem”.

¹⁷ Strona główna programu „Rozmowy w toku”. Oficjalny serwis. <http://www.rozmowy.tvn.pl/index.asp>.

Cel talk-show

Trudno nie zauważyć, iż audycje typu talk-show wywołują wiele emocji u widzów. Są katalizatorem wypowiedzi często silnie nacechowanych negatywnymi odczuciami. Na szczęście po drugiej stronie znajduje się rzesza zwolenników tych formatów medialnych. Najbardziej – jak wykazały wyniki badań przeprowadzonych przeze mnie na potrzeby pracy magisterskiej¹⁸ badań ankietowych¹⁹ – przyciąga ich do telewizorów chęć rozrywki i relaksu. Te potrzeby realizowane są głównie dzięki audycjom *celebrity*. Talk-show typu *people* mogą wpływać na społeczeństwo, a nawet pełnić funkcję determinantów reakcji zbiorowej.

„Więcej „show”, mniej „talk” – to dziś przepis na atrakcyjne widowisko. O atrakcyjności talk show przestała decydować jakość rozmów. Nowe programy kuszą teatralnymi pomysłami. Nie da się ukryć, że o jakości i formie programów decyduje głównie marketing oraz oglądalność konkurencyjnych formatów”²⁰.

Z moich badań wynika, iż Polacy znają talk-show i raczej je oglądają. Cenią w nich przede wszystkim możliwość oderwania się od swojej codzienności. Bywa, że programy inicjują dyskusje w małych grupach, skłaniają do działania, zgłębienia tematu. Talk-show społeczne wskazują „deformacje życia” innych członków społeczności, co ma wymiar nie tylko edukacyjny, ale i marketingowy dla stacji telewizyjnej – oryginalność tematów i kontrowersyjność gości zwiększają oglądalność.

Badanie ankietowe miało też na celu wskazanie kierunku zapotrzebowania widzów „Rozmów w toku” na zagadnienia, które, ich zdaniem, powinny się częściej pojawiać na ekranie tego najpopularniejszego talk-show TVN-u i Polski. Wyniki jednoznacznie wykazały, iż potrzeba przedstawiania historii i problemów zwykłych ludzi, omawianie zjawisk społecznych, jak pedofilia, antykoncepcja jest potrzebne i oczekiwane. Podobnie, jak programy o bieżących wydarzeniach, które mają dać ujście zbiorowej opinii o danym zjawisku (np. „łowcy skór”, wojna w Iraku). Częściowo potrzeby te realizuje program „Pod napięciem”.

Widzowie oczekują również od producentów „Rozmów w toku” sympatycznych i przyjaznych odcinków o „nieszkodliwych wariatach” (np. niecodzienne hobby) oraz o niezwykłych wydarzeniach u zwykłych ludzi – zapewne koniecznie ze szczęśliwym zakończeniem. Nie wywołały większego entuzjazmu odcinki „Rozmów w toku” poświęcone znanym osobom show businessu.

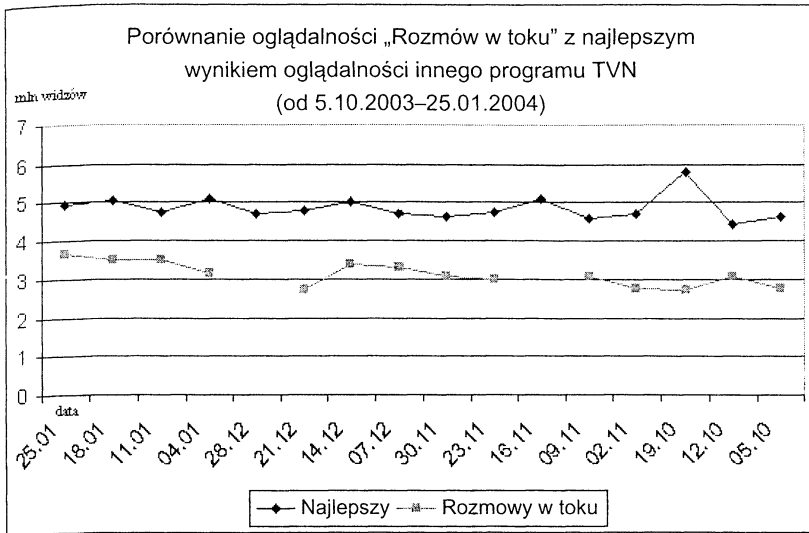
W badanym okresie między 5 października 2003 roku a 25 stycznia 2004 roku „Rozmowy w toku” miały największą oglądalność wśród talk-

¹⁸ Praca magisterska pod tytułem „Talk-show jako element kultury masowej – szkodzi czy pomaga? Na podstawie własnych badań ankietowych społecznego odbioru talk-show „Rozmowy w toku” została napisana pod kierunkiem prof. dr. hab. Tomasza Gobana-Klasa i obroniona we wrześniu 2003 roku w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego.

¹⁹ Badania przeprowadzono na grupie 126 osób w wieku od 18 lat do 50 i więcej lat.

²⁰ J. Romanowicz: Ile show zniesie talk show?, *Newsweek* 2002, nr 43, s. 102.

Wykres 1. Porównanie oglądalności „Rozmów w toku” z najpopularniejszym w danym tygodniu programem stacji TVN (najczęściej była nim audycja informacyjna „Fakty”)



-show w Polsce, (tak wynika z cotygodniowych wyników badań oglądalności dziesięciu najchętniej oglądanych pozycji programowych w wybranych polskich stacjach telewizyjnych TVP1, TVP2, TVP3, Polsat, TVN, TV4, TV7). „Rozmowy” mają w zasadzie niezagrażoną pozycję. Wyniki ich oglądalności przekraczają nawet liczbę widzów oglądających „Informacje” w telewizji Polsat (średnio ok. 2,2–2,8 mln widzów dziennie). Jedynym talk-show Polsatu, który od 1 stycznia 2004 roku zmieścił się w rankingu dziesięciu najchętniej oglądanych programów w stacjach TV, był „Z kamerą wśród ludzi” – 25 stycznia 2004 osiągnął wynik 2 773 488 osób. W tym samym badanym tygodniu (19–25 stycznia 2004) „Rozmowy w toku” w dniu 19 stycznia 2004 oglądało 3 645 991 ludzi.

Na wykresie przedstawiono porównanie tygodniowych wyników oglądalności najpopularniejszego programu w stacji TVN (najczęściej jest nim program informacyjny „Fakty”) oraz wyników „Rozmów w toku”. Brak danych między 9 a 16 listopada 2003 oraz między 21 i 28 grudnia 2003 oznacza, iż w tych tygodniach „Rozmowy” nie znalazły się wśród dziesięciu propozycji stacji TVN najchętniej oglądanych w danym tygodniu.

Szkodzą czy pomagają?

Istotne w przypadku talk-show są też relacje tych audycji z widzami. Wyniki badań ankietowych, które opracowałam dla potrzeb mojej pracy magisterskiej, nie pozwalają jednoznacznie stwierdzić, czy talk-show mają

pozytywny czy negatywny wpływ na psychikę i postrzeganie świata przez widzów (funkcjonowanie teorii kultywacji George'a Gerbnera oraz teorii rezonansu). Współczynnik szkodliwości jest, moim zdaniem, związany ze świadomością widza, poznaniem przez niego technik manipulacyjnych stosowanych przez autorów talk-show, jego własnej wiedzy i zdania o omawianym w show zagadnieniu. Jednak czy talk-show są w stanie obiektywnie i w miarę pełnie przedstawić istotę omawianego zagadnienia?

Równie ważna jest próba zweryfikowania, czy pokazywanie osób, których dokonania można zdecydowanie określić jako wyjątkowo negatywne (mordercy, pedofile, tzw. trudna młodzież, blockersi, pseudokibice) jest słuszne? Pomijając aspekt „edukacyjny” ich wizyty w studiu, należy przewidzieć, jak pokazanie takich ludzi w telewizji może wpłynąć na niektórych widzów – na nieświadomione jednostki, samotne, o słabych osobowościach. Niestety widownia jest zostawiona sama sobie, będzie więc reagować w różny sposób: dla jednych pokazanie mordercy będzie przestrogą, innych będzie inspirować. Część widzów nerwowo zareaguje na pokazanie w studio pseudokibiców, wyśmiejże ich przekonania; inni zechcą do nich dołączyć.

Interesujący jest też problem, czy codzienne epatowanie cudzymi nieszczęściami uzewnętrznia się w wypowiedziach w odpowiedziach na ankiety, pokazując wpływ takich treści na determinowanie zachowań o cechach desentyzacji lub eskapizmu.

Talk-show jest szkodliwy, gdy trafi ze swoją treścią i formą przekazu na podatny, niewykształcony grunt psychiczny. Codzienny kontakt z cudzymi problemami – przypomnę, iż „Rozmowy w toku” to jedyny w Polsce *people talk-show* nadawany od poniedziałku do piątku – doprowadzić może w konsekwencji do desentyzacji. Liczne nagromadzenie w mediach informacji o negatywnych zjawiskach społecznych wzmacnia zubożenie na przemoc czy tragedię. W konsekwencji, by poruszyć widza, talk-show musi przedstawiać coraz bardziej szokujące, przerażające historie, a to prowadzi do przejęcia kontroli nad programem przez marketing i oglądalność. Dramat jednostki staje się towarem. Widzowie uczą się, iż każda historia ma swoją cenę, że wszystko jest na sprzedaż.

Z kolei nawarstwienie negatywnych treści zaowocować może chęcią ucieczki widza od codzienności – eskapizm. Przekonanie, że wszystko dookoła widza nosi znamiona nieszczęścia, że brak jest szans na rozwiązanie wszystkich dylematów sprawi, iż dana jednostka zagłębiać się będzie w swój wyimaginowany, pozytywny świat.

Talk-show mogą też, z przytoczonych powyżej powodów, pośrednio powodować u widza gromadzenie agresywnych uczuć (zgodnie z teorią sygnałów agresji Leonarda Berkowitza oraz teorią rezonansu). Niestety, zło i dramaty ludzkie dobrze się sprzedają. To one powodują, że część widzów, oglądając cudze problemy na ekranie, staje wobec nich w opozycji, czując się lepszymi, z racji nieposiadania w swoim życiorysie tak traumatycznych przeżyć – ujawnia się tu terapeutyczny charakter talk-show. „Widzowie

mogą więc przyjąć zarówno pozycję terapeuty, jak i pacjenta – ciesząc się sprawowaniem władzy nad tekstem, nad innymi uczestnikami i nad samym sobą²¹. Kolejną dysfunkcją talk-show jest wskazanie, że publiczna rozmowa z pomocą studyjnych ekspertów może przynieść pomoc, że ogólnokrajowe „wygadanie się” otworzy drogę ku nowym rozwiązaniom.

Talk-show doprowadziły także do powstania swoistej dewiacji, którą nazywałam ekshibicjonizmem duszy. Istnienie talk-show uzależnione jest od chęci podglądania przez widzów tego, co dzieje się w życiu innych ludzi. Ale sama chęć nie zdałaby się na wiele, gdyby nie zaistniała (lub nie została wykreowana przez talk-show i medialne nadawanie rangi) potrzeba opowiadania publicznie o swoich doświadczeniach życiowych. Ten ekshibicjonizm jest warunkiem niezbędnym do zapewnienia życia talk-show. To niestety one wytworzyły nowy gatunek gości. O ile osoby publiczne potrafią się odnaleźć w rzeczywistości telewizyjnego „przesłuchania”, o tyle zwykły człowiek znajdujący się w adekwatnej sytuacji nie zawsze zdaje sobie sprawę z konsekwencji swojego wystąpienia, z reakcji jego najbliższego otoczenia.

Talk-show, jak „Rozmowy w toku” codziennie skupia przy odbiornikach telewizyjnych grupę miłośników tego programu. Realizują oni w ten sposób pewien głód uczuciowy, mając jednocześnie świadomość, że ten sam przekaz dociera do innych widzów. Dzięki temu jednostka czuje się częścią większej zbiorowości (medialne ujęcie freudowskiej psychologii tłumu). Talk-show dają zatem szansę na budowanie uczucia przynależności, co zdaniem psychologa Otto Kernberga, jest odzwierciedleniem sytuacji, w której społeczeństwo odczuwa niezaspokojoną potrzebę wspólnoty. Paradoks polega jednak na tym, że taka ucieczka od samotności prowadzi do jeszcze większej samotności²².

Stając w obronie polskich talk-show, należy zauważyć, iż wpłynęły one ożywczo na Polaków. Programy te pozwalają „nauczyć się społeczeństwa” i zdobyć wiedzę o społeczeństwie. Poruszane przez nie zagadnienia i sposoby ich przedstawienia mogą pomóc rozszerzać horyzonty widzów. Dają tematy do rozmowy. Między innymi o „Rozmowach w toku” pisano, że są „zbiorową terapią psychologiczną”²³. Broniąc tego określenia, należy zauważyć, iż właśnie taka możliwość publicznego wypowiedzenia swojego bólu bywa w niektórych przypadkach najlepszą receptą.

Czy Polsce grozi kalka *trash* talk-show Jerry’ego Springera? Producent „Rozmów w toku” ocenił, że nasze polskie środowisko nie jest przygotowane do takiego zachowania na scenie. W Polsce panuje jeszcze kult „zachowania twarzy” i nieokazywania uczuć. Ten chłód w jakimś stopniu ratuje nas przed rodzimą wersją *trash talk-show*. Pytanie, na jak długo? Być może, niedługo zacznie domagać się jego obecności w telewizji młode, coraz bardziej ekstrawertyczne pokolenie.

²¹ W. Godzic, op. cit., s. 115.

²² C. Bechowski: Sztuczne piekła, sztuczne raje, *Więź* 1999, nr 11.

²³ M. Maciejewska: Szklana kozetka, op. cit.

Pytań związanych z talk-show będzie pojawiać się znacznie więcej. Czy przez liczne problemy, którymi talk-show atakują widzów, nie powstanie wyalienowane społeczeństwo, które będzie czuło opór przed związkami, przed innymi ludźmi, przed grupą społeczną? „Pasywny odbiorca pragnie gotowych opakowań, ale ci (...), którym zależy na nabywaniu wiedzy i poszukiwaniu przyczyn, wolą aforyzmy po prostu dlatego, że są one niekompletne i wymagają pełnego zaangażowania”²⁴ – powtarza McLuhan za Francilem Baconem. Rzecz ta tyczyła wprawdzie pisanía, lecz można spróbować odnieść ją również do talk-show. Pozostawianie na koniec audycji „Rozmowy w toku” otwartych pytań, sczytywana z telepromptera „mowa końcowa”, którą przedstawia Ewa Drzyzga, ma w zamierzeniu producenta nakłonić odbiorców do poszukiwania odpowiedzi, wzbogacania wiedzy. Niestety, nie dzieje się to zbyt często. Możliwe, że przyczyną tego braku sięgania po dodatkowe dane jest sam program – zamknięty, rzadko kontynuujący dany temat.

Inną kwestią jest popularność gatunku talk-show. Być może, bierze się ona stąd, iż talk-show to w zasadzie ostatnie w niewielkim stopniu reżyserowane programy. Zarzuty pod adresem tych formatów pojawiają w chwili, gdy dochodzi do fazy postprodukcyjnej. Najczęściej pojawiającym się słowem jest manipulacja: zonglowanie wypowiedziami adwersarzy, cięcie wystąpień i ich wmontowywanie w miejscach niezgodnych z faktycznym przebiegiem dyskusji. Manipulacja bierze się z chęci zdynamizowania przekazu. Przy takim działaniu producentów i wydawców uszkodzone mogą być dwie strony: wypowiadająca się w audycji oraz widz, odbiorca subiektywnie przedstawionego i zmodyfikowanego przekazu.

²⁴ M. M c L u h a n: Zrozumieć media, [w:] M. M c L u h a n: Wybór tekstów, Poznań 2001, s. 240.

MONIKA ŻMUDKA

NAGŁÓWKI PRASOWE LAT DZIEWIĘCDZIESIĄTYCH XX WIEKU

Problem nagłówków prasowych ma niewielką polską literaturę przedmiotu. Jej najważniejszą pozycję stanowi książka Walerego Pisarka: „Poznać prasę po nagłówkach!”¹ Przedstawia ona wyniki badań nad nagłówkami wypowiedzi w polskich dziennikach i tygodnikach z roku 1964. Badany materiał autor podzielił na trzy typy i wybrał dla każdego z nich po trzy pisma. Były to:

- dzienniki: *Trybuna Ludu*, *Życie Warszawy*, *Express Wieczorny*;
- tygodniki społeczno-kulturalne: *Polityka*, *Kultura*, *Życie Literackie*;
- magazyny ilustrowane: *Przekrój*, *Panorama*, *Dookoła świata*.

Każdy z tych tytułów reprezentowały wówczas wylosowane numery. Badacz oparł się na doświadczeniach Pracowni Językoznawczej Ośrodka Badań Prasoznawczych i dokonał analizy dwunastu numerów wylosowanych z każdego rocznika w ten sposób, by każdy miesiąc roku reprezentowany był przez jeden numer. Głównym założeniem omawianej pracy było twierdzenie, że nagłówki wypowiedzi prasowych – podobnie jak same wypowiedzi prasowe – należą do różnych gatunków piśmiennictwa, czyli nie ograniczają się do jednej stylistycznej odmiany pisanego języka ogólnego.

W swojej książce autor zanalizował dwa zagadnienia: słownictwo występujące w nagłówkach prasowych i ich strukturę składniową. Przeprowadzona przez niego analiza materiału dowiodła, że w tytułach przeważają rzeczowniki, a wśród nich szczególnie rzeczowniki odczasownikowe. W całym zbiorze nagłówków najczęściej używanymi rzeczownikami okazały się wówczas wyrazy: *dorobek*, *działacz*, *działalność*, *kraj*, *obrazy*; wśród przymiotników: *duży*, *końcowy*, *najlepszy*, *pomyślny*, *rekordowy*, *daleki*; wśród czasowników: *bawić*, *chcieć*, *obchodzić*, *obietcywać*, *oceniać*, *opuścić*. Dobór słownictwa w nagłówkach zależy w znacznym stopniu od gatunku samej wypowiedzi prasowej. Wyrazami o szczególnie dużej frekwencji w nagłówkach wiadomości okazał się przymiotnik *nowy*, a w nagłówkach publicystyki – zaimek *nasz*. Badacz stwierdził ponadto, że

¹ W. P i s a r k: *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświetleniu lingwistycznym*, Kraków 1967.

słownictwo nagłówków wiadomości jest bardziej jednolite i uboższe niż leksyka tytułów publicystyki.

Przystępując do analizy struktury składniowej nagłówków prasowych, Pisarek wyróżnił jako jednostki tekstu, czyli wypowiedzenia: zdania, które mają w swym składzie osobową formę czasownika, oznajmienia – jednostki tekstu nie mające w swym składzie formy osobowej czasownika, ale pozwalające na jej jednoznaczne uzupełnienie, oraz zawiadomienia będące takimi jednostkami tekstu, które nie tylko nie mają w swym składzie formy osobowej czasownika, ale też nie pozwalają na jej jednoznaczne uzupełnienie. Zawiadomienia podzielił Pisarek na mianownikowe, stanowiące najliczniejszą grupę tytułów prasowych oraz zawiadomienia określnikowe.

Na podstawie przeprowadzonych badań struktury składniowej nagłówków autor stwierdził, że: „we wszystkich trzech grupach [czasopism] przeważa forma zawiadomienia mianownikowego – klasyczna forma tytułu jakiegokolwiek utworu, można by rzec: postać o prymarnej funkcji występowania w roli tytułu – nazwy własnej”². Nadto badacz doszedł do wniosku, że „Nagłówki wiadomości, publicystyki i literatury pięknej w prasie różnią się między sobą pod względem językowym; po przeczytaniu samego nagłówka odbiorca może z dużym prawdopodobieństwem orzec, z jakim gatunkiem wypowiedzi ma do czynienia”³.

Jeżeli zestawimy wyniki badań, które przedstawił W. Pisarek w swojej pracy sprzed czterdziestu lat, z rezultatami analiz, które przeprowadziłam w roku 2001, możemy zauważyć, jak się zmieniła struktura i słownictwo nagłówków wypowiedzi prasowych w minionych 40 latach.

Nagłówki czasopism na przełomie wieków

Na materiał badawczy, który poddałam analizie złożyły się nagłówki publicystycznych wypowiedzi prasowych zamieszczone w pięciu czasopismach społeczno-politycznych od czerwca 1999 r. do stycznia 2001 r., mianowicie w *Polityce* (dalej: *P*), *Wprost* (dalej: *W*), *Tygodniku Solidarność* (dalej: *TS*, analiza objęła nagłówki z numerów z r. 2000), *Przeglądzie Tygodniowym* (dalej: *PT*, analiza nagłówków zamieszczonych w numerach od czerwca 1999 r. do czerwca 2000 r.) oraz w *Najwyższym Czasie* (dalej: *NC* – analiza objęła tytuły wypowiedzi zamieszczonych w podwójnym numerze z grudnia 2000 roku i w czterech numerach ze stycznia 2001 roku).

Pracę badawczą rozpoczęłam od dokładnej analizy treściowej tekstów i towarzyszących im nagłówków, wybrałam po dwa numery z danego miesiąca, z których włączyłam do analizy od sześciu do dziesięciu nagłówków. W badaniach oparłam się na doświadczeniach W. Pisarka, wybierając numery losowo z rocznika w ten sposób, by każdy miesiąc roku reprezentowany był przynajmniej przez jeden numer. Ostatecznie do analizy zakwali-

² Op. cit., s. 96.

³ Op. cit., s. 109.

fikowałam 472 nagłówki prasowe, na które składa się: 108 nagłówków z *P*, 107 z *W*, 117 z *PT*, 85 z *TS*, 55 z *NC*. W ostatnich dwóch tygodnikach występuje różnica ilościowa w wyodrębnionej grupie nagłówków, która spowodowana jest analizą wydań tylko z r. 2000 (*TS*), a także ograniczonym zasobem numerów czasopism (*NC*).

Analizując nagłówki, uwagę skupiłam na doborze słownictwa i ich strukturze składniowej. Stwierdziłam, że do wyrazów najczęściej występujących w roku 2000 w tytułach wypowiedzi prasowych w tygodnikach społeczno-politycznych należą rzeczowniki: *świat*, *terapia*, *dzieci*, *kobieta*, *krw*, *prezydent*, *polityka*, *bomba*⁴, przymiotniki: *polski*, *europejski*, *nowy*, *zabójczy*⁵, czasowniki: *zabić*, *lecieć*, *trwać*, *spalać*⁶.

Wniosek z porównania tego materiału z nagłówkami z r. 1964 jest oczywisty: użyte słownictwo dobitnie świadczy o tym, że dawniej bardziej optymistycznie przedstawiano rzeczywistość.

Analizując grupę wyrazów o wysokiej frekwencji w wielokrotnie cytowanej pracy⁷, zauważyłam, że w obecnym badaniu powtórzyły się tylko dwa przymiotniki: *ostatni* i *nowy*, które w nagłówkach współcześnie analizowanych czasopism występują m.in. w tytułach: OSTATNIA FOTOGRAFIA (*P* 1/00), OSTATNIA POSŁUGA (*P* 4/00), NOWA, ŚWIECKA TRADYCJA (*NC* 1/01), MUSI POWSTAĆ NOWA SIŁA (*NC* 2/01).

Na użycie pewnych wyrazów we współczesnych tytułach wypowiedzi prasowych miała wpływ sytuacja polityczna, w jakiej znalazła się Polska. Znajduje ona odbicie w tytułach: BEZROBOCIE w UNII EUROPEJSKIEJ (*TS* 38/00), NASZE ROLNICTWO w UNII (*TS* 7/00), MŁODZIEŻ w EUROPIE (*TS* 38/00), MYŚL ROSYJSKA, MYŚL POLSKA (*TS* 17/00), POLSKI SUKCES (*TS* 26/00).

Porównując całość leksyki tytułów prasowych początku i końca II połowy XX wieku, zauważamy zmiany w doborze słownictwa. Neutralne czasowniki, takie jak *powiedział*, *twierdzi* są zastępowane przez słowa, które narzucają wartościowanie, np.: *oskarża*, *krytykuje*, *cieszy się*. Spokojny ton relacji, wyważone opinie wyrażone w nienagannej formie językowej nie znajdują dziś wielu zwolenników. Samo zaś pojawienie się w mediach osoby, przedmiotu czy wydarzenia nie jest wystarczającym sygnałem wyróżnienia, dlatego autorzy nagłówków wypowiedzi prasowych potęgują wyrazistość języka mediów, zastępując neutralne tytuły, np.: KONTO NA MIESZKANIE (*TS* 29/00), CAŁY POLAŃSKI (*P* 7/00), NASZE ROLNICTWO w UNII (*TS* 7/00), przez poetycko udrumatyzowane sformułowania przyciągające uwagę odbiorcy, np.: BÓG, SEKS I POLITYKA (*W* 39/00), IMPERIUM AIDS (*W* 39/00), DEMOKRACJO, DAJ PYSKA (*P* 43/00). Zmiany zachodzą nie tylko w doborze rodzimego słownictwa. W nagłówkach poja-

⁴ Np. *Pępek świata* (*W* 33/00), *Terapia złudzeń* (*W* 26/00), *Krzywda kobiet* (*P* 16/00).

⁵ Np. *Polski wiatr* (*W* 26/00), *Bambus w sosie polskim* (*W* 36/00), *Mój mały klon* (*P* 31/00), *Bezrobocie w Unii Europejskiej* (*TS* 38/00).

⁶ Np.: *Nie daj się zabić* (*PT* 30/99), *Zabić rodziców* (*PT* 42/99), *Urodzić i zabić* (*PT* 48/99)

⁷ W. Pisarek, op. cit., s. 51.

wiają się coraz częściej wyrazy obcego pochodzenia – przede wszystkim zaczerpnięte z języka angielskiego, które przeniknęły do języka polskiego i są w mniej lub bardziej powszechnym użyciu, np.: AWARYJNA MISS (*W* 39/99), KARATE KIDS (*W* 39/00), FUTBOL NA KOKSIE (*W* 12/00), TECHNO-CZAD (*P* 46/00), VAT-OWANIE KSIĄŻEK (*NC* 3/01). Silny wpływ anglicyzmów na język polski można tłumaczyć światowym zasięgiem języka angielskiego, jego ekspansją w wielu dziedzinach: w biznesie, finansach, reklamie, mediach czy subkulturach.

Inne formy uatrakcyjnienia przekazu, które w prasie lat sześćdziesiątych rzadziej były spotykane, to:

– Stosowanie elementów wartościujących: przymiotników, przysłówków i rzeczowników, wyrazów takich jak *arcy-*, *super-*, *totalny*, *szalony podziw* itp., np. SUPERBAKTERIA (*W* 45/00), NAJDŁUŻSZY WEEKEND EUROPY (*W* 17/00), KINO WIELKEGO SZMALU (*PT* 51/00).

– Wprowadzanie związków frazeologicznych okazjonalnie występujących w takim zestawieniu, np.: SZKOŁA SAMOBÓJCÓW (*W* 23/00), DZIECI WOJNY (*W* 23/00), SADYŚCI ZE SZKOLNEJ ŁAWKI (*PT* 48/99), ZAWÓD: *MORDERCA* (*PT* 1/00).

– Parafrazowanie powszechnie znanych tytułów książek, filmów czy piosenek⁸, np.: RZECZPOSPOLITA NARODÓW (*W* 45/00) – nawiązanie do historycznego terminu „Rzeczpospolita Obojga Narodów”; PŁEĆ MÓZGU (*W* 42/00) – tytuł prasowy zgodny z tytułem książki; STARA KOBIETA WYSIADUJE W POCZEKALNI (*P* 5/00) – nawiązanie do tytułu dzieła T. Różewicza; NASZE SZKAPY (*P* 34/00) – trawestacja tytułu noweli M. Konopnickiej „Nasza szkapa”, DIAMENT I POPIÓŁ (*W* 5/00) – przeróbka tytułu dzieła J. Andrzejewskiego „Popiół i diament”, CZERWONA ŁÓDŹ PODWODNA (*P* 43/00) – modyfikacja tytułu piosenki „Żółta łódź podwodna” zespołu *The Beatles*, INWAZJA PRZEMOCY (*P* 37/00) – przeróbka wakacyjnego hasła Radia RMF FM, pod którym organizowano koncerty „Inwazja Mocy”.

– Wykorzystywanie różnych mechanizmów językowych, takich jak kalamury, kontrastowe zestawienia, wywołujących efekt komiczny, np. MAGIA GOŁYCH POŚLADKÓW (*P* 34/00), DEMOKRACJO, DAJ PYSKA (*P* 43/00), SALTO NA WAGARACH (*P* 46/00), SZKOŁA SAMOBÓJCÓW (*W* 23/00), DZIECI WOJNY (*W* 23/00), O KASTROWANIU MASZYNOPISÓW SŁÓW KILKA (*TS* 26/00), ATOMOWA DYSKOTEKA (*P* 4/00); dzięki takim niekonwencjonalnym zestawieniom autor chce doprowadzić do tego, by czytelnik zapamiętał tytuł, czasem nawet nie czytając tekstu, np.: SEKS, KREW I KASETY WIDEO (*P* 46/00), DZIEWICA POD SPECJALNYM NADZOREM (*P* 28/00), IMPERIUM AIDS (*W* 36/00), PRZEĆPANA SPRAWA (*PT* 12/00).

Jak widać z powyższych rozważań dziennikarze chętnie sięgają do istniejących już tekstów, żeby zatytułować artykuł. Różnorodna literatura jest dla nich swoistym źródłem pomysłów. Niektóre cytaty i tytuły wykorzystywane są dosłownie, bądź w formie zmodyfikowanej, często po redukcji jakiegoś elementu bądź po wymianie składników. Autorzy artykułów najczę-

⁸ L. K r a w i e c: Komizm w nagłówkach prasowych, *Poradnik Językowy* 1989, nr 9–10, s. 649–653.

ściej wykorzystują jedynie schemat składniowy cytatu, czy tytułu. Mniej skupiają się na jego związku z treścią utworu literackiego. Jeśli autor tytułu nawiązuje do treści konkretnego dzieła literackiego zakłada, że czytelnik pamięta tekst. W przeciwnym wypadku nagłówek staje się niejasny i nie ma związku z artykułem⁹.

- Wprowadzanie do tekstu nagłówka pewnych zdań, które utrwalają wizerunek, jaki autor chce przekazać czytelnikowi¹⁰, np. POLSKA ŁAPÓWKĄ STOI (PT 45/00), SPÓR Z RZĄDEM (TS 45/00), BANKRUCTWO (NC 1/01), WYBOISTA DROGA DO EUROPY (PT 8/00), POLSKA KAPRYSI (TS 45/00).

Wszystkie przedstawione zabiegi jednoznacznie wskazują na potoczność i dużą swobodę wypowiedzi, które zdominowały współczesną prasę; autorzy tytułów wykorzystują cechy składni stylu potocznego, takie jak tendencja do stosowania skrótów, elipsy w celu szybkiego przekazywania zrozumiałej dla odbiorcy informacji, np.: NIE, BO NIE (P 10/00), WIRUS GORSZY OD PLUSKWI (P 4/00), GANGSTERZY Z III A (W 11/00), UCIECZKA PRZED ŻYCIEM (PT 4/00), KRZESŁO ZA KUBEŁ (P 25/00), CIACHO – MOJA MIŁOŚĆ (PT 42/99), DZIĘKUJEMY ZA JUŻ... (TS 13/00). Prasa szokuje, odwołuje się do tematów tabu po to, by przyciągnąć uwagę czytelników, np. KOBIETY PRZYDROŻNE (P 37/00), MAGIA GOŁYCH POŚLADKÓW (P 34/00).

Jest to zjawisko powszechne i wszechobecne w artykułach o różnej treści: od politycznych po kulturalne i sportowe. Ten zwrot do kolokwialności można traktować jako próbę odświeżenia schematów nagłówek oficjalnych, do których przyzwyczaił nas okres Polski Ludowej. Tytuł zaczerpnięty z języka potocznego wyróżnia się z tła, umożliwia bezpośredni kontakt między nadawcą a odbiorcą tekstu, a czasem prowokuje, modyfikuje utarte powiedzenia. Taką właśnie grą w słowa posłużyli się autorzy następujących nagłówek, np.: JEDNA WAJDA WIOSNY NIE CZYNI (TS 14/00), JUŻ SIĘ ZIMY NIE BOIMY (PT 23/00), CYRK NA KÓŁKACH (PT 8/00).

Autorzy tytułów wypowiedzi prasowych, by zbliżyć je bardziej do codziennej komunikacji potocznej, nie tylko stosują prosty, kolokwialny język, którym posługujemy się na co dzień, ale też używają w tytułach samych imion lub nazwisk. Mówią o kimś znanym bezpośrednio i ekspresywnie, np.: 12 PRAC PUTINA (P 5/00), FREDRO ODMŁADZA (P 6/00), CAŁY POLAŃSKI (P 7/00).

Badając tytuły prasowe pod względem ukształtowania składniowego, oparłam się na podziale, który w swoim dziele przedstawił W. Pisarek. Po przeprowadzonych badaniach stwierdziłam, podobnie jak autor książki „Poznać prasę po nagłówkach!”, że najczęściej występującą konstrukcją tytułów prasowych są zawiadomienia mianownikowe, np.: JUBILEUSZ (TS 38/00), OJCIEC (TS 32/00), DOROSŁE DZIECI (W 45/00), ŚWIĄTECZNY TEATR (NC 52–53/00), DOMEK Z KART (P 34/00), DOWÓD Z KRWI (P 34/00).

⁹ B. Grochala, Intertekstualność w nagłówkach „Gazety Wyborczej”, w: Tekst w mediach, pod red. K. Michalewskiego, Łódź 2002, s. 222–229.

¹⁰ Gdyby Adam był Polakiem, Tygodnik Solidarność 2000, nr 48.

Z kolei poniższych struktur nie znajdziemy w analizowanym materiale (zapewne ze względu na to, że ograniczał się do nagłówków wypowiedzi publicystycznych):

1. Oznajmień:
 - a. Z grupą orzeczenia i podmiotu o schemacie – GO + GP.
 - b. Złożonych z grupy orzeczenia, której część poprzedza grupę podmiotu, a część następuje po niej – GO₁ + GP + GO₂.
2. Zdań:
 - a. Z grupą podmiotu wstawioną w grupę orzeczenia – GO₁ + GP + GO₂.
 - b. Z grupą orzeczenia wstawioną w grupę podmiotu – GP₁ + GO + GP₂;
3. Zawiadomień mianownikowych złożonych z rzeczownika w mianowniku i jego trzech przydawek:
 - a. p₁+PZ+p₂+p₃ – rzeczownik i przydawki, z których jedna poprzedza go, a dwie następują po nim;
 - b. p₁+p₂+PZ+p₃ – dwie przydawki poprzedzają rzeczownik, a jedna następuje po nim;
 - c. PZ+p₁+p₂+p₃ – trzy przydawki następują po rzeczowniku;
 - d. p₁+p₂+p₃ +PZ – trzy przydawki poprzedzają rzeczownik;
4. Zawiadomień określnikowych – w badanym materiale brak przykładów.

Analizując zmiany zachodzące w nagłówkach prasowych w ciągu blisko czterdziestu lat, zauważamy duże zmiany w doborze słownictwa i konstrukcji nagłówków. Autorzy, chcąc pokonać konkurencję na rynku prasowym, tworzą atrakcyjne tytuły, czasem kosztem braku związku między tytułem a tematem artykułu, który on zapowiada, np.: *MAGIA GOŁYCH POŚLADKÓW (P 34/00)* to tytuł tekstu o mowie ciała.

Oprócz zmian zachodzących w słownictwie i konstrukcji tytułów zauważamy też ewolucję tematów poruszanych w czasopiśmie przelomu XX i XXI wieku. Znacznie częściej niż dawniej na łamach prasy pojawia się tematyka seksu i prostytutce, np.:

- SEKS, KREW I KASETY WIDEO (*P 46/00*),
 KOBIETY PRZYDROŻNE (*P 37/00*),
 SŁUŻBA DROGOWA (*W 29/00*).

Chociaż niektóre z wymienionych tytułów nie nasuwają bezpośrednich skojarzeń z prostytutką, to jednak głównym tematem artykułów są kobiety uprawiające seks za pieniądze. W ramach tematyki seksualnej często pojawiają się tytuły prasowe, zapowiadające artykuły, w których porusza się problem płciowości, homoseksualizmu, np.:

- CZY MĘŻCZYZNA MOŻE BYĆ LESBIJKĄ? (*PT 27/99*).

Czasem, by przykuć uwagę czytelnika, autorzy prasowi celowo konstruują tytuły, które wykorzystują motyw seksualny, np.:

- ŻÓŁW NIE CHCE SEKSU (*PT 48/99*).

Tytuły prasowe odzwierciedlają także przeobrażenia zachodzące na rynku pracy, np.:

- DUŻE MAJĄ KŁOPOTY (*PT 17/00*),
 CIENKIE NOGI KOŁOSA (*P 31/00*),

często w ten sposób oddając reakcję na upadek lub prywatyzację firm, np.:

BOMBA JUŻ TYKA (*PT* 39/99),

BANKRUCTWO (*NC* 1/01),

oddźwięk na rosnące bezrobocie, np.:

UDRĘKA ZBĘDNYCH RĄK (*P* 46/00),

SKAZANI NA BEZROBOCIE (*W* 11/00),

BEZROBOCIE SCHYŁKU WIEKU (*PT* 12/00),

albo reperkusje brutalnych morderstw, których się dopuszczają zarówno dzieci, jak i matki, np.:

SADYŚCI ZE SZKOLNEJ ŁAWKI (*PT* 48/99),

URODZIĆ I ZABIĆ (*PT* 48/99),

ZABIĆ RODZICÓW (*PT* 42/00),

ZAWÓD: MORDERCA (*PT* 1/00).

Porównując przedstawione dane, można zauważyć, że słownictwo i język nagłówek prasowych uległ zmianie. Przyczyn opisanych zjawisk można szukać w zmianach uwarunkowań politycznych. W latach sześćdziesiątych niektóre tematy rzadko pojawiały się na łamach prasy ze względu na cenzurę. Dawna prewencyjna cenzura komunikowania publicznego została zniesiona dopiero u progu lat dziewięćdziesiątych wraz ze zmianami ustrojowymi. Prasa zaczęła wyzbywać się schematycznego języka, odziedziczonego po PRL-u.

Współczesna tendencja świadczy o dowartościowaniu polszczyzny potocznej, która obrazowo i emocjonalnie określa treści publicznego zainteresowania. Pozwala to na szeroki, wręcz masowy odbiór tekstów prasowych przez ludzi z różnych kręgów społecznych. Otwarciem na potoczność w latach dziewięćdziesiątych gazety wpisują się w ogólny proces zmian w polszczyźnie – nurt uwolnienia się z rygorów cenzury obyczajowej oraz demokratyzacji oficjalnej odmiany języka, ale także brutalizacji i wulgaryzacji. Dziennikarze, którzy muszą zabiegać o czytelników mają też świadomość, że tekst pisany językiem potocznym jest łatwiejszy w odbiorze, czyli bliższy czytającemu. Stąd tendencja do włączania wyrazów i zwrotów zaczerpniętych z języka mówionego do tekstów pisanych; ten zabieg formalny dobrze służy ich uwiarygodnieniu.

Jest to zjawisko z pewnością pozytywne, niestety zauważa się także nadmierne wykorzystanie niektórych wyrazów, wyrażeń i zwrotów z polszczyzny potocznej, środowiskowej. Użycie ich w wypowiedziach publicznych – nierzadko wbrew maksymie grzeczności Leecha – sprzyja ich niepożądanemu upowszechnieniu. Media wskutek masowości i systematyczności oddziaływania wywierają znaczny wpływ na zachowania językowe czytelników prasy, radiosłuchaczy i widzów, a pośrednio całego społeczeństwa.

Na formę przekazów medialnych ostatnich lat wpłynęła mocno konieczność sprostanienia konkurencji na rynku. Dlatego zachowania językowe mediów obliczone są głównie na perswazję. Wyraz czasem działa jak sygnał, bodziec i uruchamia pożądaną przez nadawcę reakcję odbiorcy. Często

więc używa się słów nacechowanych emocjonalnie. Intrygujący nagłówek wzbudza zainteresowanie czytelników i zmusza ich do zapoznania się z tekstem artykułu. Obecnie głównym celem informacji jest zwrócenie uwagi na samą siebie, dlatego autorzy prasowi nie interesują się tak jej przejrzystością, jak atrakcyjną formą.

Aby odbiorca przyswoił sobie jakąś wypowiedź, musi ją zauważyć i wybrać z wielu innych do czytania, przeczytać, zrozumieć i zapamiętać. Warunek pierwszy związany jest z cechami wizualnymi wydrukowanego tekstu, takimi jak wielkość i krój czcionki, szerokość składu, kolor farby drukarskiej itp. Pozostałe cztery warunki spełnia już tylko forma językowa. Wpływ nagłówka na rozumienie wypowiedzi polega na przygotowaniu czytelnika do odbioru konkretnych treści przez aktywizację w jego umyśle wcześniej zdobytej wiedzy. Dobrze sformułowany nagłówek, który zaintryguje czytelnika, może też pomóc w zapamiętywaniu treści wypowiedzi, np.:

DZIEWICA POD SPECJALNYM NADZOREM (*P* 28/00),
PORNOPARANOJA (*W* 11/00).

Zmiany, które zachodzą w nagłówkach prasowych, są zjawiskiem ciągle aktualnym i warto śledzić ich przebieg.

ZARYS HISTORII TVP

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz: TELEWIZJA W SYSTEMIE POLITYCZNYM I MEDIALNYM PRL. MIĘDY POLITYKĄ A WIDZEM, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003, S. 388.

Historyk mediów elektronicznych ma trudne zadanie. Trapi go zarówno nadmiar, jak i szczupłość materiału źródłowego. Z jednej strony dysponuje licznymi dokumentami dotyczącymi instytucji nadawczych, prasową informacją o programach, pisemnymi świadectwami odbioru, wspomnieniami dziennikarzy itd. A z drugiej strony nie może, z racji wybiórczego i niestarannego archiwizowania, poznać w pełni tego, co najistotniejsze – tj. radiowej lub telewizyjnej produkcji sprzed lat. Nie wie także, jak przedstawiał się kiedyś odbiór medium – bo dostępne mu badania często są niewiarygodne, albo w ogóle ich nie prowadzono. Skazany jest więc na konstruowanie fragmentarycznej i niepełnej wizji rozwoju radia lub telewizji.

Z kolei, spośród historyków mediów elektronicznych najmniej wdzięczne zadanie mają ci, którzy poznają przeszłość mediów w krajach totalitarnych. Zbyt wiele postanowień zapadało tam w sposób niejawni, zbyt często decyzje przekazywano ustnie, a po niektórych wydarzeniach zacierano ślady.

Na szczęście nauka zna metody radzenia sobie z opisem rzeczywistości początkowo tylko częściowo znanej, z których najskuteczniejszą jest wielokrotne, z różnych punktów widzenia podchodzenie do przedmiotu rozważań. W ten sposób dany obraz

latami rozwija się, zmienia i uzupełnia. Ale ktoś musi zaproponować pierwsze podsumowanie, pierwszy monograficzny zarys i tego zadania podjęła się Katarzyna Pokorna-Ignatowicz.

Dzieje peerelowskiej telewizji przedstawiła ona nie jako ewolucję pewnego rzemiosła i sztuki, nie jako rozwój technicznego wynalazku i jego zastosowań, lecz jako rozwój państwowej instytucji. Zainteresowała ją więc głównie historia Radiokomite- tu, oficjalnego kierownictwa polskiej TV, szamocącego się między Scyllą Komitetu Centralnego PZPR a Charybdą gustów i poglądów masowego odbiorcy – w beznadziej- nych staraniach, by spełnić polecenia i nadzieje obu stron. Bycie sprawnym narzędziem partyjnej propagandy i równocześnie pozyskanie zaufania odbiorców okazało się bowiem niemożliwe z powodów znanych i od telewizji niezależnych.

Stosownie do okoliczności historycz- nych, wymagań partyjnego dysponenta i postaw widzów można – zdaniem Pokornej – wyróżnić w rozwoju interesującej ją instytucji następujące etapy:

1) Początkowego, eksperymentalnego rozwoju (1952–1960), kiedy to zasięg nadawania był niewielki, zainteresowanie władz nowym medium także – i w rezultacie, mimo stalinowskich początków, zaczęło ono pełnić głównie rolę narzędzia upowszechnienia kultury i rozrywki na dobrym poziomie.

2) Przejściowy (do roku 1970), gdy – nie rezygnując z pełnienia zadań kulturalnych i edukacyjnych – telewizja została, jak pisze autorka, *wciągnięta do „frontu ideologicznego”*.

3) Intensywnego rozwoju (lata siedem- dziesiąte), kiedy to telewizja pod wodzą Macieja Szczepańskiego stała się w Polsce propagandową potęgą, głównym narzę-

dziem prowadzenia „propagandy sukcesu”, a jednocześnie – źródłem rozrywki dla szerszej rzeszy odbiorców.

4) Czasów „socjalistycznej odnowy” (sierpień 1980–grudzień 1981), kiedy jednoznacznie opowiedziała się po stronie władzy i straciła zaufanie odbiorców.

5) Stanu wojennego – gdy uległa militaryzacji i pełniła funkcje wyłącznie propagandowe.

6) Lat 1983–1986, kiedy usiłowano odzyskać sympatię i zaufanie widzów łącząc propagandę z masową rozrywką.

7) Lat 1987–1988, schyłkowego okresu PRL, gdy próbowano przezwyciężyć kryzys, bezpośrednio podporządkowując instytucję nie PZPR, ale państwu i obdarzając pewną autonomią.

Każdy okres, opisany i omówiony w osobnym rozdziale, prezentuje się pod względem struktury organizacyjnej i ewentualnych jej przemian, wymagań partyjnego dysponenta i głównych zarysów oferty programowej oraz opinii odbiorców wg prowadzonych w danym czasie badań. Tych siedem rozdziałów, wraz ze wstępnym – omawiającym miejsce telewizji w ideologicznym, ustrojowym i prawnym systemie PRL oraz z ostatnim – ukazującym rolę telewizji w wydarzeniach 1989 roku, składa się na część główną tej bardzo obszernej pozycji. Do tego dochodzi wstęp, zakończenie, obszerny aneks materiałowy i bibliografie.

Pokorną-Ignatowicz postępuje jak rasy historyk: relacjonuje źródła, unika komentarzy, aczkolwiek niekiedy szerzej interpretuje wydarzenia, stawiając hipotezy. I wtedy czytelnik ma okazję konfrontować jej zdanie ze swoim. Osobiście za najciekawszy uważam rozdział poświęcony historii telewizji lat siedemdziesiątych – *mieszanki zachodniego rozmachu z autorytaryzmem w stylu bizantyjskim* (s. 92).

Otóż stawia on interesującą tezę, wedle której, w rozwoju TVP tego okresu widać było pewną ironiczną sprzeczność.

Jak wiadomo – kierownictwo partyjne prowadziło wtedy niesłychanie agresywną kampanię propagandową, mającą ugruntować jego władzę. W telewizji (...) *oprócz propagandy sukcesu, a może raczej w jej ramach, rozbudzano również marzenia konsumpcyjne Polaków. Przekonywano odbiorców, że dotychczas niedostępne tzw. towary luksusowe, własny samochód, dom, podróże*

zagraniczne są dostępne lub będą w najbliższej przyszłości dla każdego, pracującego Polaka. Zapowiadano podniesienie stopy życiowej, poprawę sytuacji finansowej rodzin i czyniono to nawet wówczas, gdy kraj zaczął się pogrążyć w kryzysie ekonomicznym. (s. 116). Aby jednak naród „przełknął pigułkę”, równocześnie starano się ofertę programową uatrakcyjnić, dać (...) *namiaszkę kontaktu z zachodem i pozór wolności* (s. 117), przede wszystkim za pomocą zachodniej produkcji filmowej. W rezultacie *widzowie w repertuarze filmowym otrzymywali inne niż w pozostałej części programu przesłanie ideologiczne, a w konsekwencji, zamiast zaspokajać potrzebę kontaktu z Zachodem i wzmacniać dumę z własnych osiągnięć, rozbudzano potrzeby i aspiracje* (...) *stwarzano możliwość naocznego przekonania się o różnicach w poziomie życia w Polsce i na Zachodzie, o tamtejszym systemie wartości i wymiarze naszych osiągnięć w porównaniu z tak zwanym rozwiniętym światem. Ta niespójność w wydźwięku ideologicznym oferty programowej TVP okaże się brzemienna w skutki i stanie się jednym z głównych czynników generujących wydarzenia w następnej dekadzie.* (117–118). A zatem władze PRL, rozwijając potężne masowe medium „wypuściły dżina z butelki”.

Przyznam się, że niewiele znam tak przekonujących teorii, tłumaczących genezę późniejszego powstania „Solidarności”, wszak ruchu masowego, więc zogniskowanego wokół prostych pragnień. A przy tym kierownictwo partyjne nie miało wyjścia. Bez dodatkowych zachęt – propaganda nie przekonałaby nikogo. Tak więc, pragnąc umocnić swą władzę, PZPR ją sobie w konsekwencji odebrała; nie dało się „rozwinąć środków produkcji” bez „zmiany charakteru sił wytwórczych”. Rozwinięcie nowego narzędzia masowej informacji rozsądziło starą społeczną strukturę, dobrze funkcjonującą tylko pod warunkiem utrzymywania konsekwentnych ograniczeń w informowaniu społeczeństwa. Dialektyczna analiza przeprowadzona przez Pokorną-Ignatowicz, nader mi odpowiada.

Oczywiście nie każdy rozdział „Telewizji w systemie politycznym i medialnym PRL” przynosi tak ciekawe rozważania. Także dlatego, bo sam przedmiot nie zawsze daje podstawę do błyskotliwej refleksji.

Omawiane medium bywało nudnawe, a strategia jego rozwoju sztabowa. Ale czasem chciałoby się coś dodać.

Na przykład uważam, że opisując dzieje TV w latach 1981/82 powinno się zajrzeć i do archiwów „Solidarności”. Późniejsze doświadczenia rumuńskie i litewskie wykazały, że ogólnokrajowe studio telewizyjne jest doskonałym ośrodkiem dowodzenia zamieszkanymi. Możliwe więc, że dążność kręgów „Solidarnościowych” i opozycyjnych do tzw. „uspołecznienia telewizji” miała konkretne podłoże, a to pozwoliłoby inaczej zinterpretować postępowanie ekipy Jaruzelskiego.

Widziałbym też konieczność podejścia porównawczego. Rozwój polskiej telewizji był, być może, planowany z uwzględnieniem doświadczeń innych krajów socjalistycznych. To znaczy – w czymś je naśladował, w czymś się od nich różnił. Zaprezentowany przez autorkę w pierwszym rozdziale pewien „model idealny” traktowania środków komunikowania masowego w państwach tzw. „demokracji ludowej” (to znaczy: traktowania ich wyłącznie jako propagandowego narzędzia „wnoszącego świadomość do mas”), był gdzie indziej chyba konsekwentniej wdrażany. Pytanie brzmi: dlaczego u nas bardziej dbano o walory kulturalne i rozrywkowe. Sądzę także, że telewizja polska lat siedemdziesiątych odegrała ważną rolę w rozwoju kulturalnym Litwy, Białorusi, Ukrainy. Dobrze ją tam odbierano i znam szereg ludzi, którzy – aby ją oglądać – nauczyli się polskiego.

Ostatnia moja uwaga dotyczy kwestii, którą Pokorna-Ignatowicz niejednokrotnie porusza, opisując dzieje TV po 1980 roku. Otóż ówczesne badania odbioru wskazują na pewien paradoks – Polacy telewizję w dalszym ciągu masowo oglądali, równocześnie deklarując wysoką nieufność do niej. Sądzę, że można go wytłumaczyć swoistym dla czasów PRL „odbiosem między wierszami”. Pamiętam, że czytało się wówczas gazety, starając się interpretować ich zawartość. To znaczy czytało się je, nie przyjmując ich treści dosłownie – lecz jako (wymagające deszyfrowania) „znaki” intencji władzy, z których z kolei można było wyczytać informacje o wydarzeniach ukrywanych. Być może telewizję oglądano wedle tejsze zasady.

Obraz rozwoju peerelowskiej telewizji,

stworzony przez Katarzynę Pokorną-Ignatowicz od razu po przeczytaniu, na gorąco, chciałoby się uzupełniać. To znaczy, że książka daje wizję rozwoju zjawiska na tyle pełną i sugestywną, że pobudza pamięć i zainteresowanie czytelnika. Powinni się nią więc zainteresować i następni badacze dziejów polskiego dwudziestowiecznego komunikowania masowego, na jej podstawie lub przeciw niej budować kolejne wizje. Sądzę, że recenzowana książka ma szansę należyście spełnić swą najważniejszą funkcję – zacytnu, podstawy rozwoju nowego kierunku badań.

Wojciech Kajtoch

TELEWIZJA PRL

Andrzej Kozieł: ZA CHWILĘ DALSZY CIĄG PROGRAMU... TELEWIZJA POLSKA CZTERECH DEKAD 1952–1989, ASPRA-JR, Warszawa 2003. S. 344.

Prasoznawców i historyków prasy, zwłaszcza zajmujących się dwudziestym wiekiem nie trzeba zbyt długo przekonywać, jak istotną lukę stanowił brak monografii Telewizji Polskiej obejmującej lata 1952–1989. Dysponowaliśmy co prawda wspomnieniami m.in. Witolda Fillera, Jerzego Gruzy, Tadeusza Kurka czy Tadeusza Pikulskiego lecz, jak zawsze w takich wypadkach, były to teksty niekiedy mało obiektywne i emocjonalne. Trudno robić z tego zarzut, taki bowiem jest charakter twórczości tego typu. Na dobrą sprawę jedyną monografię polskiej radiofonii i telewizji epoki Polski Ludowej napisał Edward Mischczak, ale i ona kończyła się na roku 1970, a autor dostrzegał interesujące go media przede wszystkim w wymiarze technicznym. Wypada przy tym dodać, że przy okazji badań nad powojennymi dziejami polskiej radiofonii początki Telewizji Polskiej zainteresowały też Jerzego Myślińskiego.

Te kilka zdań wprowadzenia pozwala na stwierdzić, że Andrzej Kozieł w znakomity sposób odpowiedział nie tylko na potrzeby badaczy, ale i studentów, bowiem jego monografia zapewne przez najbliższe lata będzie grać rolę podręcznika akademickiego.

Autor podjął poważny wysiłek badawczy. Spenetrował, co oczywiste, archiwum Telewizji Polskiej, ale także teki archiwalne cenzury oraz Komitetu Centralnego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. Warto przytoczyć tezę autora, iż z biegiem lat telewizja wzbudzała coraz większe zainteresowanie ówczesnych władz. Nie było przecież dziełem przypadku, że wyspecjalizowana komórka KC PZPR zajmująca się „inspirowaniem i kontrolą” mediów nosiła w początkach Telewizji Polskiej skromną nazwę Biura Prasy, by w latach siedemdziesiątych przekształcić się w dumny Wydział Prasy, Radia i Telewizji.

Równie ważnym, a niekiedy podstawowym źródłem informacji były dla Andrzeja Kozioła branżowe biuletyny telewizyjne, jak *Biuletyn Telewizyjny* oraz kwartalnik *Przekazy i Opinie*. Dla zasady wypada dodać, że autor odwoływał się też do stosownej literatury przedmiotu, rozstrzygał kwestie terminologiczne i próbował rzecz całą zaprezentować na szerszym teoretycznym tle.

Zebrany materiał podzielony został na cztery rozdziały w zasadzie odpowiadające politycznym epokom PRL. Niemniej jednak brak w tej praktyce konsekwencji, bowiem w omawianej monografii pierwszy rozdział nosi tytuł *Telewizja artystów – rzemieślników* i traktuje zapewne o Telewizji Polskiej w latach 1952–1960, czyli doprowadza nas do roku, w którym Komitet ds. Radiofonii stał się Komitetem ds. Radiofonii i Telewizji. Piszę w trybie przypuszczającym, bowiem zabrakło mi we wstępie klarownych wskazówek periodycznych, co nieco utrudnia odbiór dzieła.

Materiał wewnątrz rozdziałów podzielono bardziej konsekwentnie. Autor prezentuje ośrodki telewizyjne (później terenowe), programy informacyjne, publicystyczne, teatr telewizji, film, programy rozrywkowe i teleturnieje, muzykę poważną oraz programy sportowe i wojskowe. Trudno się z taką propozycją nie zgodzić, choć łączenie w jedną całość kwestii wojskowych i sportu może miało jakieś uzasadnienie w latach pięćdziesiątych, później, wobec profesjonalizacji sportu, chyba jest nieco przesadne. Może się jednak mylić, wszakże słynna piłkarska „Legia” była w epoce PRL Centralnym Klubem Wojskowym.

Kolejność podejmowanej tematyki i stopień jej wyeksponowania naznaczony został piętnem PRL. Przyznam, że gdyby mnie samemu przyszło zmierzyć się z tą materią zapewne wpadłbym w te głęboko już wyłobione koleiny. Trudno jednak pisać o zjawiskach społecznych i kulturowych występujących w Polsce przed 1989 r. nie odnosząc się do kwestii ideowych i politycznych. Wypada przy tym zauważyć, że A. Kozieł relacje pomiędzy telewizją i polityką przeanalizował najdokładniej i najlepiej, co widać szczególnie w ostatnim rozdziale.

Oceniając wysiłek autora, wypada stwierdzić, że był on uzasadniony, a uzyskane wyniki wydają się cenne. Otrzymaliśmy kompendium wiedzy o Telewizji Polskiej epoki PRL. Socjalistyczna firma, zatrudniająca w latach 70. ok. 13 tys. osób ma swą monografię, a wszystkie ważniejsze problemy związane z funkcjonowaniem tego molocha zostały zasygnalizowane. Byłoby jednak przesadą twierdzenie, że książka A. Kozioła wszystko nam wyjaśnia i opisuje. Podczas jej lektury ciągle bowiem powraca pytanie, jakie to faktyczne dokonania Telewizja Polska miała na polu kultury i edukacji. Wszelkie jej grzechy próbuje się zazwyczaj tuszować chociażby Teatrem Telewizji i Kabaretem Starszych Panów, jednocześnie dodając, że programy te cieszyły się niebywałym powodzeniem. Prawda to niezbita. Niemniej jednak ludzka pamięć ma charakter selektywny. Każdy, kto miał kontakt z Telewizją Polską przed 1989 r., przywoła swe ulubione programy. Dla jednych może był to Kabaret Starszych Panów, ale zapewne dla większości – polskie seriale, czy jeszcze pewniej, szumnie zapowiadane zachodnioeuropejskie i amerykańskie spektakle filmowe. Podzielałam opinię autora, że telewizja PRL była „największą galerią, salą koncertową, teatrem, kinem”. Od siebie jednak dodam: największą, bo jedyną. Telewizja Polska epoki PRL, o czym autor już nie pisze, poniosła klęskę. Jej oddziaływanie propagandowe było irytujące, a w kilkuletniej perspektywie efekty kulturotwórcze okazały się znikome. W warunkach naturalnego monopolu kilkunastomilionowa widownia nie była niczym szokującym. Szkoda, że A. Kozieł niekiedy o tym zapomina, lecz wcale mu się nie dziwię. Pisze przecież o telewizji, gdzie wszystko może być ułudą.

Tomasz Mielczarek

MEDIA A UE

Teresa Sasińska-Klas, Agnieszka Hess (red.): *MEDIA A INTEGRACJA EUROPEJSKA*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004. S. 198.

Integracja europejska w płaszczyźnie politycznej i gospodarczej musi pociągać za sobą integrację społeczną nowej Wspólnoty, przy jednoczesnym zachowaniu odrębności państw, narodów i kultur obywateli tej nowej i zróżnicowanej całości. Kluczową rolę w tych wszystkich procesach odgrywają media w poszczególnych krajach, które propagują i krytycznie oceniają idee oraz praktyki integracyjne, śledzą tym samym postawy i zachowania opinii publicznej na ich temat, a w przyszłości zapewne będą uczestniczyły również w kontroli procesów integracyjnych w poszerzonej Wspólnocie na różnych poziomach jej organizacji. Całość kształt związanych z tymi wydarzeniami zagadnień przedstawia książka pod redakcją Teresy Sasińskiej-Klas i Agnieszki Hess „Media a integracja europejska”, napisana przez pracowników i współpracowników Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Praca składa się z dwóch części: „Systemy medialne wybranych państw europejskich” oraz „Opinia publiczna i rola mediów w procesie integracji”, poprzedzanych przez interesujące teksty Tomasza Gobana-Klasa – „Polska chata w globalnej wiosce” i Romana Bartoszcze – „Rola komunikowania masowego”; ukazują one zadania mediów i cele integracji widziane w perspektywie komunikologicznej, jak chociażby idee społeczeństwa informacyjnego jako przyszłej formy integrującej się Wspólnoty.

W części pierwszej znalazły się następujące publikacje: Romana Bartoszcze – „Europejskie systemy medialne (wprowadzenie)”, Lucyny Słupek – „Rynek mediów w Wielkiej Brytanii. Wybrane zagadnienia”, Teresy Sławińskiej – „Media regionów? Cechy charakterystyczne francuskiego systemu medialnego”, Marii Magoskiej – „Kultura polityczna w Włoszech. Fenomen Silvio Berlusconi”,

Agnieszki Hess – „Tańczyły dwa Michały... Podobieństwa, różnice i wzajemne przenikanie rynków medialnych Niemiec i Austrii”, Beaty Klimkiewicz – „Medialna przestrzeń przepływów? Podobieństwa i różnice reformy medialnej w Polsce, Czechach i Słowacji”. Autorzy tej części książki przygotowali analizy systemów medialnych większości państw UE, w tym Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec, Austrii i Włoch oraz niektórych państw, które stały się członkami Wspólnoty po 1 maja 2004 roku, np. Polski, Czech i Słowacji. W publikacjach podkreśla się swoistość każdego systemu medialnego, determinowaną uwarunkowaniami historycznymi i gospodarczymi danego państwa oraz stopień realizacji w nich ogólnych dyrektyw unijnych co do przyjmowanych standardów powstającego nowego ładu medialnego. Podnoszone są tu także kwestie dotyczące wolności wypowiedzi, warunkującej pełnię debat politycznych, ale również modeli funkcjonowania mediów w relacjach ze społecznością danego państwa na tym nowym rynku medialnym.

Część druga tomu zawiera opis zjawisk medialnych w kontekście integracji z perspektywy funkcjonowania polskiej opinii publicznej, zaangażowania mediów rodzimych w propagowanie idei integracyjnych, postaw dziennikarzy w nowej rzeczywistości medialnej. Składają się na nią teksty: Teresy Sasińskiej-Klas – „Stosunek Polaków do Unii Europejskiej przed i po referendum unijnym (w świetle badań opinii publicznej)”, Marka Świerczyńskiego – „Polskie media w kampanii przedi-poreferendalnej”, Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz – „Niech żyje lepszy świat? Polski internauta myśli o Europie”, Weroniki Główni-Świerczyńskiej – „Rola telewizji publicznej w procesie integracji Polski z Unią Europejską”, Andrzeja Wojnacha – „Dekonstrukcja czy mitologizacja Europy?”, Ewy Nowińskiej – „Dziennikarz „wyjęty spod prawa”, czyli „prawo do błędu” i Katarzyny Pokornej-Ignatowicz – „Etyka we współczesnym polskim dziennikarstwie”. Autorzy stosunkowo szczegółowo opisują w swych opracowaniach zachowania polskiej opinii publicznej, rodzimych mediów, partii politycznych, dziennikarzy, a nawet internautów w zwią-

ku z ich zaangażowaniem i postawami wobec idei integracji w okresie negocjacji akcesyjnych, poprzedzających referendum i w okresie przygotowania do niego, kiedy to była prowadzona określona polityka informacyjna i propagowana istota samej Unii. Na marginesie tych rozważań rysuje się jednak wiele niewiadomych oraz wątpliwości, które sygnalizują autorzy, a które dotyczą przyszłego systemu mediów z zjednoczonej Europie oraz roli w nich mediów państw wchodzących w skład Wspólnoty.

Książka „Media a integracja europejska” stanowi ważny, wyważony i interesujący merytorycznie dokument sytuacji medialnej oraz społeczno-politycznej w przededniu przystąpienia Polski do struktur UE. Daje dobrą i wieloaspektową podstawę do obserwacji przyszłych procesów i zmian systemów mediów oraz sytuacji poszczególnych segmentów ich rynku w Unii w najbliższych latach po przystąpieniu do niej dziesięciu nowych członków. Warto więc mieć tę książkę, bo pogłębia wiedzę i świadomość w zakresie komunikacji społecznej oraz medialnej w poszerzonej Wspólnocie Europejskiej.

Ignacy S. Fiut

KSIĄŻKA NIE TYLKO O MNIEJSZOŚCIACH

Beata Klimkiewicz: MNIEJSZOŚCI NARODOWE W SFERZE PUBLICZNEJ. REPREZENTACJE, PRAKTYKI I REGULACJE MEDIALNE, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003. S. 331.

Recenzowana książka jest studium porównawczym. Definiując (za Jurgenem Habermasem i następcami) sferę publiczną jako *przestrzeń społeczno-polityczną i znaczeniową, która formuje się w wyniku urzeczywistnienia się i instytucjonalizacji dyskursów praktycznych, ale również wylaniania*

się woli politycznej (s. 36), podjęła się autorka opisu wyodrębnionego fragmentu tejże przestrzeni, tego co w niej dotyczy mniejszości narodowych i etnicznych – w dwóch krajach: Wielkiej Brytanii i Polsce. Mniejszość etniczną lub narodową zdefiniowano jako *grupę ludzi przekonaną o wspólności odziedziczonej i specyficznej kultury oraz posiadających organizację umożliwiającą autoreprezentację własnej tożsamości w sferze publicznej, gdzie dominuje inna grupa etniczna/narodowa* (s. 59), a więc praca nie zajmuje się wszelkiego typu „nowymi emigracjami”, ale tylko mniejszościami od dawna oficjalnie uznanymi. Problem ogólnego naświetlania w mediach różnic między rasami i narodami oraz ukazywania ich życia w krajach, gdzie stanowią większość – też leży poza jej tematyką.

Powyższe założenie określiło kompozycję rozprawy. Po części teoretycznej znajdujemy w niej część drugą („Sfera przedstawiania”) – analizującą pod względem ilościowym i jakościowym medialną reprezentację grup narodowościowych w Anglii i w Polsce; trzecią („Sfera produkcji dziennikarskiej”) – ukazującą świadomą politykę redakcji wobec mniejszości i (już mniej świadome) praktyczne realizowanie tej polityki w mediach obu krajów; czwartą („Sfera polityki medialnej”) – tym razem poświęconą polityce medialnej władz, jej głównym regulacjom prawnym i praktyce, oczywiście w zakresie mniejszości narodowych.

Część druga książki szczególnie zainteresuje prasoznawców zainteresowanych analizą zawartości, skoro *sfera przedstawiania (...) stanowi (...) pewną przestrzeń symboliczną zbudowaną z wielu elementów, z których najistotniejsze znaczenie (...) mają reprezentacje medialne (...). Stanowią one pewne wybiórcze modele – mapy – rzeczywistości, kombinacje wzajemnie powiązanych pojęć i obrazów, formujących się w wyniku procesu komunikacyjnego uzgadniania* (s. 93). Otóż po raz kolejny wynika z niej pewna prawda o stosunku rzeczywistości realnej i medialnej – ta, że niewiele mają z sobą wspólnego. Autorka ustaliła zarysy tej drugiej na podstawie badań zawartości wybranych angielskich i polskich gazet, czasopism i dzienników TV z okresu 1.01.1997–1.06.1997 i okazało się nie tylko to, że w mediach angielskich i polskich zupełnie inaczej traktuje się mniejszości (w

tych pierwszych przedstawia się je – ogólnie rzecz biorąc – jako aktywne elementy pejzażu politycznego, a u nas – jako pasywne elementy pejzażu kulturowego). Ponadto dyskurs medialny (badany ilościowo) inaczej, niż by to wynikało z demograficznych statystyk, ustala ranking ważności poszczególnych grup. Szczególnie drastycznie widać to w mediach polskich, których głównym etnicznym bohaterem okazuje się być mniejszość żydowska (realnie licząca parę tysięcy osób) przy minimalnym zainteresowaniu np. ponad stutysięczną mniejszością białoruską.

W tej części książki znalazły się też analizy jakościowe wybranych wątków medialnych, w mediach angielskich związanych np. z Irlandią Północną oraz przejawami rasizmu, a w polskich – np. z kontrowersjami nt. stosunków polsko-ukraińskich (akcja „Wisła”) i przejawami antysemityzmu. Wynikiem było skonstatowanie realnego znaczenia podejmowania problematyki mniejszościowej w mediach angielskich oraz nastawionego głównie na rozstrzygnięcie resentymentów historycznych podejścia polskiego.

W tym miejscu muszę zauważyć, że obraz mediów polskich w książce Beaty Klimkiewicz i tak wypadł dość pozytywnie. Zajęła się ona bowiem wyłącznie mediami poprawnymi politycznie, zaczerpnąwszy próbę z *Gazety Wyborczej*, *Rzeczpospolitej*, *Polityki*, *Wprost* i *Dziennika TV*. Oczywiście były to odpowiedniki badanych mediów angielskich, wśród których, skutkiem świadomej polityki władz i dominujących nastrojów opinii publicznej nie ma (lub prawie nie ma) – jeśli wierzyć recenzowanej książce – tych w dziedzinie narodowościowej politycznie niepoprawnych, ale sądzę, że w rezultacie takiego doboru próby zarysu medialnego obrazu mniejszości w mediach polskich uległy pewnemu „wygładzeniu”.

W zakończeniu części trzeciej następuje konstatacja: *W brytyjskich reprezentacjach medialnych wyraźnie można dostrzec schemat krytyczny. To właśnie krytyka obserwowanych realiów społecznych oraz propozycja zmian politycznych stanowi podstawę przedstawianych w mediach brytyjskich reprezentacji mniejszości narodowych i etnicznych. Reprezentacje medialne ujawniają ograniczenia, jakim podlegają relacje międzyetniczne w procesie samokształtowa-*

nia się. (s. 167). Natomiast w mediach polskich *dominuje raczej schemat deskryptywny (...) reprezentacje medialne mniejszości narodowych znajdowały się poza głównym dyskursem politycznym* (s. 168). Stanowi ona, moim zdaniem, pewien przyczynek istotny dla porównania polskich i angielskich standardów demokracji. Wydaje się, że w Polsce medialny obraz mniejszości narodowych jest cały czas kształtowany przez ideologię, a nie przez społeczno-polityczne realia.

Na uwagę zasługuje fakt, że aczkolwiek redakcje czasopism w naświetlaniu problematyki mniejszościowej kierują się szlachetnymi pobudkami, to nie zawsze uświadamiają sobie realne skutki swoich działań. Pouczające fakty przytoczone są w kolejnej części pracy. Na przykład redakcja *Gazety Wyborczej* nie uważa historii stosunków narodowościowych za temat bardzo ważny – a w praktyce porusza go najczęstiej (s. 180), redaktorzy *Wyborczej* i *Wprost*, mimo ustnych deklaracji, nie kształtują redakcyjnej polityki stosownie do liczebności mniejszości narodowych w Polsce. Sumując: *Ranking najważniejszych tematów ułożony przez redaktorów nie pokrywa się z rankingiem zestawionym na podstawie częstotliwości tematów, badanych w reprezentacjach medialnych. (...) Redaktorzy deklarują na przykład chęć pokazywania przejawów tolerancji, akceptacji w społeczeństwie polskim oraz zajmowanie się prawami mniejszości. Przypomnijmy, że do najczęstszych tematów etnicznych wydarzeń medialnych należały kontrowersje historyczne, polityka rządu wobec mniejszości, imigracja* (s. 211). A to oznacza, że polskie media zajmują się nie tyle mniejszościami, co raczej mającymi z nimi związek – poglądami większości. Podobne paradoksy cieszą oko prasoznawcy – dowodzą sensowności prowadzenia żmudnych, ilościowych badań.

Część ostatnia książki, poświęcona brytyjskiej i polskiej polityce medialnej (wobec mediów mniejszościowych) jest swego rodzaju uzupełnieniem panoramy. Przynosi wyliczenie najważniejszych dokumentów państwowych i międzynarodowych regulujących tę sferę w obu krajach oraz wskazuje na różnice przyjętych w praktyce rozwiązań. Mówiąc skrótowo, polega ona na tym, że władze brytyjskie dbają tylko o ogólne warunki rozwoju, a władze polskie

dotują konkretne tytuły, co paradoksalnie świadczy o stabilizacji pism mniejszości w Anglii, a ich słabości – w Polsce.

Motywy skłaniającym mnie do podjęcia pracy nad wybranym właśnie aspektem – udziałem mniejszości narodowych w sferze publicznej – było spostrzeżenie, że może on być odczytany jako jeden ze wskaźników konstytuowania się oraz funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego. (...) Samo posiadanie tożsamości obywatelskiej nie zapewnia istnienia sfery publicznej. Konstytuuje się ona dopiero poprzez aktywne korzystanie z tej tożsamości, a mianowicie komunikację i udział (...), tym samym umożliwiając formowanie się opinii publicznej jako siły politycznej. (s. 36–37) – zdradza w pewnym momencie autorka recenzowanej pozycji. Niestety, z książki wynika jednoznacznie, że w Polsce realnie istniejące mniejszości narodowe w sferze publicznej uczestniczą słabo, co świadczy o słabości opinii publicznej w ogóle.

Wojciech Kajtoch

PRZESTRZENIE KOMUNIKACYJNE NOWYCH MEDIÓW

Barbara K i t a: MIĘDZY PRZESTRZENIAMI. O KULTURZE NOWYCH MEDIÓW. Wydawnictwo RABID, Kraków 2003. S. 144.

Fakt, że obserwujemy niesamowite przyspieszenie komunikacyjne nie podlega dyskusji. Wprawdzie zawsze chodziło o to, by być powiadomionym najszybciej, ale także najbardziej adekwatnie. Wydaje się, że wymóg szybkości zdominował komunikowanie na tyle, że gubi się ta druga jego perspektywa, a mianowicie, która byłaby zgodna z dotąd uformowaną naturą człowieka. Książka Barbary Kity stara się opisać przyszłość w interakcjach międzyludzkich,

poddawanych nieustającemu ciśnieniu komunikacji medialnej i multimedialnej.

Idąc za ideami filozoficznymi Martina Heideggera, ukazującymi względność i wtórność przedmiotowo-podmiotowej natury poznania, autorka podejmuje jednocześnie kwestię rozumności człowieka-oglądacza, postrzeżoną i opisaną już przez Wałętrę Beniamina, a odzwierciedlającą nowy typ wizualnego obcowania ludzi, żyjących w aglomeracji miejskiej z mediami. Następuje więc obecnie – wedle badaczki – rozrwanie tradycyjnie występujących kategorii w odbieraniu komunikacji, określających miejsce jako „tu i teraz”. „Teraz” przestaje się już wiązać ściśle z „tu”, a zawdzięczamy to rozwojowi komunikacji wizualnej, począwszy od filmu, przez telewizję a skończywszy na kolejnych generacjach komunikacji internetowej. Świat szybko zbliża się do ludzi, a więc to, co kiedyś było postrzegane jako odległe, teraz staje się „teleobecne”. Świadomość człowieka, która się w tej sytuacji rozwija, staje się świadomością turysty i koczownika, zanurzającą się w telewidzenie i cyberprzestrzeń, co zmienia jego postrzeganie z przedmiotowo-podmiotowego na immersyjne. Równocześnie z tymi przekształceniami postrzegania, w otoczeniu komunikacyjnym ludzi następuje mutowanie przestrzeni w „wieloprzestrzeń”. Ta ostatnia siłą faktu wpływa na zmiany w postrzeganiu przez człowieka własnej tożsamości i sensu komunikowania jako takiego. Za tę sytuację odpowiedzialne są żywiołowo rozwijające się multimedia, kreujące kulturę audiowizualną, transformującą tradycyjne przestrzenie i następstwa czasowe. Jedną z właściwości kultury tego nowego typu jest zasada modernistyczna, czyli dążenie do totalnej estetyzacji świata, czego wynikiem jest z kolei kulturowa formacja postmodernistyczna, w której modernizacja i estetyzacja starają się zawładnąć nie tylko światem transcendentnym ludzi, ale także ich subiektywnością i prywatnością.

Wynikiem owych przemian ma być – sądzi autorka za Jeanem Cazeuue – „społeczeństwo wszechobecności”. Stanie się to zgodnie z mechanizmem funkcjonowania mediów, opisanym przez Marshalla McLuhana, a mianowicie, jeśli obraz nie odsyła do czegoś innego, to „przekaznik jest już przekazem”. Inną ważną kwestią jest zjawisko tzw. „wizjoniki”, a więc widzenia

bez patrzenia, kiedy człowiek jakby „przykleja się” do przekazu i staje się jego przedłużeniem, które razem z nim krąży w multimedialnych przestrzeniach komunikowania. Korelatem takiej percepcji mediów jest z kolei zjawisko hiperrealności, jako sposobu syntetycznego oglądu świata w różnych możliwych przestrzeniach. Można się jednak spodziewać, sędzi Kita, że ta agresywność komunikowania obrazem, której towarzyszy „ślepotą jako składnik widzenia”, będzie skłaniać ludzi do praktyk rewalizacyjnych, a więc zwracaniu się ku wymiarom świata rzeczywistego. Choć możemy zmieniać geograficzne myślenie o rzeczywistości na rzecz topologicznego, skutecznie manipulując światem na odległość, to jednak będzie to wzbudzać także zainteresowanie bezpośrednim kontaktem z nim. Być może, ludzie nie będą mogli odróżnić świata zewnętrznego od swego własnego środowiska domowego, a proksemikę komunikowania zastąpi „telemika”, zajmująca się równocześnie komunikacją i przenoszeniem cielesno-duchowym człowieka na odległość. Przemiany postmodernistyczne mogą spowodować zwiększenie intensywności wymiany kulturowej, która spowoduje powstanie nowych wzorców telekultury, generujących wśród jej uczestników nową mentalność – „mentalność tranzytową”; świat nie będzie postrzegany jako miejsce, ale jako mnogość trajektorii przemieszceń. Kondycja kultury w takiej atmosferze stanie się, podobnie jak i tożsamość ludzi, bardziej chaotyczna.

Podejście do świata, jego wizje, będzie cechować coraz większa utopijność. Telewizja, zapewne skonwertowana do sieci, zmieni się z medium będącego „oknem na świat” w medium jedynej możliwości otwierania się „monady ludzkiej” na świat transcendentny.

Kiedyś ciało człowieka stanowiło nieprzekraczalną granicę eksploracji bezpośredniego otoczenia, jednak wraz z ciągłymi wynalazkami obszar, po jakim mogło się poruszać, coraz bardziej się powiększał. „Teraz ciało staje przed kolejnym wyzwaniem. Jest nim możliwość transgresji, przechodzenia od percepcji zewnętrznej do wewnętrznej, łączenia wielu poziomów realności. (...) W nim odnaleźć można ideał człowieka globalnego, zintegrowanego swym ciałem z otoczeniem. Takiego, w któ-

rym Światowa Sieć Komunikacyjna – przestrzeń wewnętrzna, znajduje swój odpowiednik w systemie nerwowym ciała – przestrzeni wewnętrznej (s. 126)”.

Wizje autorki są fascynujące, intrygujące, ale i czasami przerażające. Mogą jednak oswoić ludzi pracujących z mediami oraz medioznawców z tymi projekcjami nadchodzących zjawisk, zwracając im uwagę zarówno na pozytywne, jak i negatywne konsekwencje nadchodzących przemian. Warto więc poznać te projekcje, sugestie i wizje, którymi Barbara Kita epatuje czytelnika.

Ignacy S. Fiut

CZŁOWIEK W SIECI KOMUNIKACJI

Marian Filipiak: HOMO COMMUNICANS. WPROWADZENIE DO TEORII MASOWEGO KOMUNIKOWANIA. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej, Lublin 2003. S. 213.

Kompetencja komunikacyjna, tj. umiejętności zdobywania, wykorzystywania oraz przekazywania wiedzy i informacji w istotny sposób wpływa na jakość życia współczesnego człowieka. Zarówno w relacjach osobistych, w rodzinie, wśród przyjaciół i znajomych, jak i w kontaktach zawodowych wyznacznikiem sukcesu i satysfakcji są otwartość, komunikatywność, umiejętność prowadzenia negocjacji i rozwiązywania konfliktów.

Każda dziedzina aktywności społecznej człowieka powiązana jest wieloaspektowo z działalnością mediów masowych. Radio, prasa, telewizja, Internet, reklama zewnętrzna, kształtują procesy decyzyjne i percepcyjne oraz postawy i opinie swoich odbiorców. Zagadnienia komunikacji rozpatrywanej zarówno z perspektywy jednostki, jak i społeczeństwa budzą powszechne zainteresowanie. Owocuje to mnogością publi-

kacji, wśród których omawiana tu pozycja jest szczególnie interesująca i inspirująca.

Marian Filipiak podejmuje analizę socjologiczną procesów komunikacyjnych, rozpatrując relacje pomiędzy nimi a kształtowaniem stosunków społecznych, wpływy komunikowania masowego na socjalizację i wychowanie oraz społeczne uwarunkowania skuteczności przekazów reklamowych i perswazyjnych.

Książka ma zwartą i przejrzystą strukturę. Poruszone zagadnienia analizowane są wyczerpująco na podstawie bogatej i wielostronnej literatury. W dwunastu rozdziałach autor zawarł solidne podstawy wiedzy socjologicznej, które – jak sam stwierdza – mają przygotować czytelnika do pogłębionych studiów nad komunikacją społeczną.

Przygotowanie to rozpoczyna się od przeglądu podstawowych pojęć, takich jak komunikowanie, środki masowego komunikowania, nadawca i odbiorca. Opisując rodzaje komunikacji, Filipiak omawia komunikowanie interpersonalne i masowe, komunikowanie informacyjne i perswazyjne oraz komunikowanie werbalne i niewerbalne. Temu ostatniemu typowi poświęca najwięcej miejsca, przedstawiając dziedziny zachowań niewerbalnych, kategorie ich funkcji, znaczeń i właściwości.

Zorientowany już w podstawowych dla komunikacji kategoriach pojęciowych, czytelnik wkracza w świat wpływu społecznego mediów masowych. Trzeci rozdział książki, który stanowi wstęp do tematyki oddziaływania mediów zasługuje na szczególną uwagę. Przedstawiony w nim został obraz współczesnego świata w kontekście skutków tegoż oddziaływania w skali makro- i mikrospołecznej. Autor podkreśla, że media stanowią coraz większe zagrożenie dla autonomii jednostki, bo stają się *środkiem informacji i formacji*. A ta formacja (czyli kształtowanie) poglądów, opinii, potrzeb, procesów decyzyjnych odbywa się mimo woli jednostki i często bez udziału jej świadomości. Skuteczności tych oddziaływań sprzyja masowość społeczeństwa. „Masa” ta składa się z osamotnionych i wyobcowanych jednostek, egzystujących poza kontekstem tradycyjnych więzi społecznych. Dzięki oddziaływaniom mediów wyalienowani osobnicy stają się coraz lepszymi konsumentami. Do udanego mariażu me-

diów z biznesem dołącza polityka, która – w opinii autora – obecnie istnieje o tyle, o ile jest obecna w środkach masowego przekazu.

Nawiązując do psychologicznych skutków oddziaływania mediów masowych, Filipiak zwraca uwagę na jego intensywność, zwłaszcza na dzieci i młodzież. Przedstawia wynikające z niego patologie, między innymi zachowania agresywne i przestępcze nieletnich oraz uzależnienia medialne, którym poświęcony został ostatni rozdział książki.

W nawiązaniu do opisanych zjawisk, Filipiak przedstawia przegląd teorii dotyczących oddziaływania mediów masowych. Odwołuje się do wyników badań socjologicznych, psychologicznych i kulturowych. Czytelnik może zapoznać się między innymi z teorią „użytkowania i korzyści”, teorią socjalizującej funkcji mediów, teorią pośredniego wpływu mass mediów, podejściem ekologiczno-dynamicznym, koncepcją spirali milczenia, podejściem do komunikacji szkoły Palo Alto oraz koncepcją determinizmu technologicznego.

Wielokrotnie podkreślając skuteczność i intensywność oddziaływania środków masowego przekazu na człowieka, autor zwraca jednocześnie uwagę na szczególne możliwości, jakie dają nowoczesne media, a szczególnie Internet. Może on być pewnego rodzaju remedium na ową obezwładniającą masowość, bo użytkownik ma tu szansę osobistego doboru przekazu. Alternatywą dla formalizacji, biurokracji i unifikacji jest poczucie wspólnoty, więzi, spontaniczny, twórczy kontakt z drugim człowiekiem. Niejednokrotnie jest to spotkanie w ramach grupy dyskusyjnej.

Wśród zagadnień poruszanych powszechnie w podręcznikach dotyczących wpływu mediów masowych, autor przedstawia dodatkowo takie interesujące zagadnienia, jak antropologiczne uwarunkowania skuteczności perswazyjnej mediów, komunikacja międzykulturowa oraz strategie interpersonalnego komunikowania się w układach zorganizowanych.

Z całą pewnością można stwierdzić, że omawiana publikacja pełni dobrze nadaną jej przez autora funkcję wprowadzenia do teorii komunikowania masowego i skutecznego obcowania z mediami.

Joanna P. Bierówka

TWÓRCY KULTURY W PRL-U

Andrzej Krajewski: *MIEDZY WSPÓLPRACĄ A OPOREM. TWÓRCY KULTURY WOBEC SYSTEMU POLITYCZNEGO PRL (1975–1980)*. Wydawnictwo TRIO, Warszawa 2004. S. 540.

Współczesna kultura Polski po II wojnie światowej rozwijała się etapami, znaczącymi przełomami politycznymi, np. 1956, 1970, 1976, 1980, 1989. Każdy przełom dojrzał stopniowo, by w pewnym momencie krytycznym przerodzić się w nową jakość społeczno-duchową, zmieniającą charakter obowiązującego systemu politycznego. Ważną rolę w tym procesie transformacji duchowej społeczeństwa, rozmiękczającą totalitarny gorset systemu odegrali niewątpliwie twórcy kultury: pisarze, aktorzy, muzycy, śpiewacy, reżyserzy filmowi i dziennikarze. Twórcy kultury byli bowiem w sposób szczególnie postrzegani w obrębie systemu jako ci, których działalność jawiła się jako kluczowe narzędzie dla transmisji określonej ideologii. Jednym z narzędzi, przy pomocy których realizowano założenia polityczne, mając jednocześnie monopol państwowy na media, była cenzura o charakterze zarówno prewencyjnym, jak i politycznym. Instytucją, która realizowała wspomniane cele był Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk, powstały 5 lipca 1946 roku, podporządkowany następnie KC PZPR, posiadający oddziały wojewódzkie i przedstawiciele w mniejszych jednostkach terytorialnych kraju. Urząd ten, jego meandry taktyczne, strategie, manipulacje w oddziaływaniu na twórców kultury w PRL, stanowią jeden z przedmiotów zainteresowania książki Andrzeja Krajewskiego pt. „Między współpracą a oporem. Twórcy kultury wobec systemu politycznego PRL (1975–1980)”.

Autor wybrał ten okres, określany epoką rządów Edwarda Gierka, ukazał wszystkich głównych aktorów tamtych wydarzeń, stających po dwóch stronach barykady w walce o wolność wypowiedzi artystycznej. Nie tylko zresztą Urząd Kontroli, ale i Wydział Kultury KC PZPR oraz instytucje kulturalne i wydawnicze uczestniczyły

w procesie manipulacji swobodami twórczymi, by wytworzyć u autorów wewnętrzną autocenzurę, która dla rozwoju duchowości człowieka jest często bardziej dokuczliwa niż cenzura formalna.

Innym charakterystycznym zjawiskiem tamtych lat był fenomen adaptacji twórców do systemu, co się wiązało najczęściej z profitami ekonomicznymi. Jeśli się bowiem nie przekraczało granic określonych przez cenzurę, a do tego wiedziało, jak flirtować z władzą, można było uczestniczyć z powodzeniem w kształtowaniu wartości duchowych, które bezpośrednio nie zagrażały systemowi. W ten przecież sposób rozwinięło swoje talenty artystyczne wielu pisarzy, piosenkarzy, aktorów i reżyserów filmowych, odnosząc sukcesy nawet w skali światowej. Rozwijana wtedy „propaganda sukcesu” stwarzała realne przesłanki do tego typu postaw, a sygnalizowana liberalizacja mogła nawet prowadzić do przekonania, że w nieodległej przyszłości opresja cenzury zostanie skutecznie ograniczona i nie będzie zagrażać wolności twórczej. Pojawiające się jednak w tych środowiskach postawy koniunkturalne powodowały, że większość twórców podchodziło do tych przemian i deklaracji z dystansem. „W swej większej części środowiska twórcze PRL, nawet w przypadku najbardziej społecznie aktywnych literatów, unikały – pisze A. Krajewski – otwartego angażowania się w działalność polityczną. Powodowało to, że aktywne mniejszości – prozeźmimowe lub też opozycyjne – były o wiele bardziej widoczne z perspektywy rządzących. Uległa i bierna większość wykonywała wprawdzie nakazy władzy, ale też nie wykazywała przywiązania do komunistycznej ideologii i socjalistycznego państwa, dopóki takowych manifestacji wyraźnie od niej nie żądano. To wręcz programowe unikanie «śliskich» spraw politycznych przez ludzi ze środowisk kulturalnych w latach siedemdziesiątych powoduje, iż trudno jest obecnie określić poglądy oraz preferowane idee większości tej specyficznej grupy społecznej. Ucieczka od zaangażowania się w sprawy państwowe, wywołana powszechnym poczuciem niemożności wywarcia na nie jakiegokolwiek wpływu, sprawiła, że największą grupę twórców można określić jako zbiór ludzi niezaangażowanych” (s. 203). Tak więc w latach 1975–1980 w środowi-

skach twórców kultury dominowała postawa trzymania dystansu do władzy i opozycji. Zmieniło się to radykalnie dopiero po roku 1980, kiedy to wielu opowiedziało się za zmianami politycznymi w kraju, odchodząc od postawy biernego koegzystencji.

Praca wrocławskiego historyka jest niewątpliwie ciekawym i kompetentnym opracowaniem, opartym na wiarygodnych źródłach, zawierającym ogromną ilość cytowanych dokumentów, rekonstruujących logikę walki między władzą a twórcami w ramach tzw. polityki kulturalnej państwa socjalistycznego. Dostarcza całej gamy przesłanek i argumentów do zrozumienia historii tworzenia kultury w PRL, ukazuje również bardzo wyraziście postawy wielu znanych i wybitnych twórców, ewolucję ich postaw wobec władzy i państwa w konkretnych sytuacjach politycznych.

Książka składa się z następujących rozdziałów: „System kontroli obiegu informacji i środowisk twórczych w PRL”, „Kontrola państwowa nad środowiskami twórczymi oraz ich dziełami w oczach ludzi kultury”, „Postrzeganie PRL przez środowiska twórcze”, „Związki twórcze w epoce Edwarda Gierka”, „Udział twórców w życiu politycznym PRL w latach siedemdziesiątych”. Autor przedstawił postawy i zachowania nie tylko indywidualnych twórców, ale i działań związków twórczych, które w latach 1977–1978 wymykają się kontroli władzy i stopniowo przechodzą na stanowiska opozycyjne.

Na tle wydarzeń o charakterze politycznym i artystycznym Krajewski ukazuje sylwetki i postawy m.in. takich twórców i polityków tamtego czasu, jak: Jerzy Andrzejewski, Halina Auderska, Stanisław Barańczak, Edward Babiuch, Kazimierz i Marian Brandysowie, Lesław Bartelski, Stefan Bratkowski, Roman Bratny, Władysław Bartoszewski, Tomasz Burek, Mirosław Chojecki, Bohdan Cywiński, Kazimierz Dejmek, Andrzej Drawicz, Jerzy Ficowski, Ryszard Filipiński, Zbigniew Herbert, Paweł Hertz, Jarosław Iwaszkiewicz, Mieczysław Jastrun, Anna Kamińska, Andrzej Kijowski, Stefan Kisielewski, Tadeusz Konwicki, Krzysztof Kieślowski, Julian Kornhauser, Wincenty Kraśko, Jacek Kuroń, Kazimierz Kutz, Jan Józef Lipski, Jerzy Łukaszewicz, Władysław Machejek, Adam Michnik, Halina Mikołajska, Marek Nowakowski, Boh-

dan Poręba, Leszek Prorok, Jerzy Putrament, Mieczysław F. Rakowski, Antoni Słonimski, Włodzimierz Sokorski, Jan Józef Szczepański, Andrzej Szczypiorski, Józef Tejchma, Jerzy Urban, Andrzej Wajda, Andrzej Wasilewski, Janusz Wilhelm, Wiktor Woroszyński, Jacek Woźniakowski, Adam Zagajewski, Zbigniew Zaluski, Krzysztof Zanussi, Wojciech Żukrowski i cała plejada twórców oraz polityków, którzy uczestniczyli w realizacji „polityki kulturalnej” RRL lat siedemdziesiątych. Łatwo zauważyć, że zdecydowana większość tych nazwisk należy do pokolenia, które walczyło w czasie II wojny, uczestniczyło w walce o odzyskanie niepodległości Polski, a więc rozumiało twórczość artystyczną przede wszystkim jako formę walki politycznej, w której wartości artystyczne o tyle miały sens, o ile nadawały się do prowadzenia „polityki kulturalnej” zgodnie z interesem państwa, a więc musiały mieć w świadomości odbiorcy wydzwięk angażujący. Linia takiej ideologii i polityki była uwierzytelniana kreowaniem wizji ciągłego zagrożenia zewnętrznego i wewnętrznego państwa polskiego w okresie PRL. Problem polegał jednak na tym, jak pojedynczy twórcy rozumieli owo państwo, które było głównym sponsorem i mecenasem kultury narodowej. Wielu z nich upatrywało w nim właśnie źródło zagrożenia, widząc w cenzurze jego główny przejaw. Ten obowiązujący pogląd zarówno wśród twórców propaństwowych jak i opozycyjnych udzielał się również i innym, młodszym, ponieważ stanowił poniekąd przepustkę do tego hermetycznego świata kształtowania duchowości narodowej oraz dawał jednocześnie szansę szybkiego awansu społecznego. Powodowało to narastanie sprzeczności w obrębie pokolenia powojennego, bardzo zróżnicowanego, rozdartego emigracją zewnętrzną i wewnętrzną, na co nakładały się jeszcze konflikty międzypokoleniowe. Władza w swej polityce kulturalnej starała się wygrywać te konflikty, mnożyć je, by mieć możliwość skutecznego wpływu na twórców oraz wartości, które miały – wedle jej pryncypiów ideologicznych – być obecne w ich utworach, by wyrażać zaangażowanie po właściwej stronie.

Książka Andrzeja Krajewskiego stanowi niewyczerpalne źródło wiedzy o faktach, wydarzeniach i ludziach tamtego okresu rozwoju kultury w Polsce Ludowej. Pokazu-

je przejrzyste mechanizmy polityczne i ich zamierzone oraz niezamierzone skutki, prowadzące do alienacji władzy, której manipulacje światem artystycznym doprowadziły do wyczerpania się możliwości funkcjonowania ustroju „realnego socjalizmu”; jego stopniowej agonii, a w sytuacji krytycznej musiały doprowadzić do drastycznych decyzji. W następującej po stanie wojennym dekadzie, która przedłużyła istnienie PRL jeszcze o prawie dziesięć lat, nie mogła już wystąpić jakakolwiek sensowna kooperacja między światem ludzi kultury i polityki, chyba tylko z przyczyn koniunkturalnych.

Warto sięgnąć po pracę Andrzeja Krajewskiego, bo dostarcza wiedzy o relacji między światem twórców i światem polityków, które w każdym ustroju skazane są, jeśli nie na współpracę, to przynajmniej na koegzystencję.

Igor Mostowicz

O CZASIE PO LATACH

Edmund Moszyński: LUDZIE I CZASY „CZASU”. Z HISTORII CZOŁOWEJ GAZETY I WYBITNYCH KONSERWATYSTÓW DRUGIEJ RZECZYPOSPOLITEJ, Toruń 2003, wyd. Adam Marszałek. S. 244.

Czas, najstarszy polski dziennik konserwatywny, kojarzony jest przede wszystkim z Krakowem, w którym powstał w r. 1848 i w którym był wydawany do 1934 roku. Warszawski okres działalności pisma zakończony wybuchem wojny nie doczekał się jak dotychczas omówienia. W tym kontekście na uwagę zasługują opublikowane przez Wydawnictwo Adama Marszałka pamiętniki ostatniego żyjącego pracownika warszawskiej redakcji *Czasu* – Edmunda Moszyńskiego, brata ostatniego redaktora naczelnego dziennika – Jana Moszyńskiego.

Wspomnienia te, jak przyznaje sam autor, były pisane z perspektywy kilkunastu lat i ukończone zostały dopiero w roku 1976. Każda osoba podejmująca po upływie tak długiego okresu inicjatywę wydania wspomnień boryka się z naturalnymi trud-

nościami wynikającymi z subiektywnego stosunku do omawianych faktów, również ich klasyfikacja zostaje utrudniona poprzez nieunikniony upływ czasu. Pod tym względem omawiane wydawnictwo nie jest wyjątkiem.

Autor podzielił pracę na cztery części, w których przedstawia kolejno: przeniesienie *Czasu* do Warszawy oraz redaktorów pisma w okresie warszawskim – Antoniego Beaupré i Jana Moszyńskiego. Następnie ukazane są sylwetki związanych z ówczesną redakcją periodyku dziennikarzy, m.in. dyrektora administracyjnego pisma – Adama Grabowskiego, Stefana Michalskiego – sprawozdawcy parlamentarnego, Wojciecha Natansona – współpracownika pisma, Adama Romera, Jana Marii Rostworowskiego oraz Witolda Wolffa – pełniącego funkcję sekretarza redakcji i redaktora technicznego. Trzecia część wspomnień poświęcona została roli dziennika w obozie konserwatywnym, ostatnia zaś luźnym wspomnieniem autora o *sytuacjach, ludziach i wydarzeniach*.

Pierwsze wątpliwości pojawiają się już wobec przedstawionej przez E. Moszyńskiego wersji przyczyn przeniesienia dziennika do Warszawy, a wynikają one ze słabej orientacji autora pamiętników w sprawach dotyczących zarówno sytuacji wewnętrznej obozu konserwatywnego, jak i z braku kontaktów ze środowiskiem krakowskim. Przyznając rację Moszyńskiemu, że decydującą rolę odegrały kwestie finansowe (s. 18), należy zauważyć, że *Czas* nigdy w swej historii nie był wydawnictwem dochodowym. Działalność jego zabezpieczało ziemiaństwo galicyjskie, przede wszystkim rodzina Tarnowskich. Po odzyskaniu niepodległości, pewne sumy na działalność *Czasu* przekazywali przedstawiciele wielkiego przemysłu. Pod koniec lat dwudziestych sytuacja ekonomiczna *Czasu* znacznie się pogorszyła. W tym okresie – od roku 1928 – przynosił on coraz większe straty, sięgające 50 000 zł rocznie¹. Wsparcie udzielone dziennikowi przez księcia Janusza Radziwiłła pozwoliło mu przetrwać ciężki dla pisma okres lat 1932–1933. Jednakże finansowanie dwóch dzienników, *Czasu* i wydawanego w Warszawie *Dnia Polskiego* – okazało się dla Radziwiłła niemożliwe.

¹ A. Paczkowski: Prasa polska w latach 1918–1939, Warszawa 1971, s. 97.

W związku z tym, od połowy roku 1933 toczyły się narady w celu przeprowadzenia fuzji obydwu wyżej wymienionych pism, o czym wspominają J. Jaruzelski², W. Władyka³, A. Paczkowski⁴. Renoma i popularność *Czasu* nie pozwalały na likwidację tego tytułu, zdecydowano więc, że opierając się na infrastrukturze likwidowanego *Dnia Polskiego*, *Czas* będzie wydawany w Warszawie. Całe przedsięwzięcie z upoważnienia ks. Janusza Radziwiłła koordynował przyszły redaktor naczelny warszawskiego *Czasu* – Jan Moszyński, odpowiedzialny, z racji pełnionej funkcji sekretarza J. Radziwiłła, za przekazywanie funduszy na działalność obu wydawnictw⁵. Zdaniem E. Moszyńskiego (s. 19), zakończenie działalności przez *Dzień Polski* miało znikomym związek z przeniesieniem *Czasu* do stolicy. Autor, całkowicie pomijając fakt fuzji obu wydawnictw, wspomina jedynie, że „*Dzień Polski*” (...) *umarł śmiercią naturalną. (...) Winą za taki stan rzeczy można chyba obarczyć nieudolnych redaktorów naczelnych, wskazując równocześnie na kłopoty w zapewnieniu środków na działalność wydawnictwa.*

W kontekście listu J. Moszyńskiego do A. Beaupré, należy stwierdzić, że autor niesłusznie pomija rolę ziemian w finansowaniu *Czasu* (s. 158). Udział m.in. księcia Radziwiłła w wydawaniu *Czasu*, jak również innych organów prasy konserwatywnej

² J. Jaruzelski: Działalność organizacji konserwatywnych w Warszawie w latach 1927–1939 w świetle biuletynów Warszawskiej Informacji Prasowej, *Studia Warszawskie*, T. XIV, 1972, ss. 370, 386–388.

³ W. Władyka: Działalność polityczna polskich stronnictw konserwatywnych w latach 1926–1935, Wrocław 1977, ss. 211–212, 219–220; Sz. Rudnicki, W. Władyka: Prasa konserwatywna drugiej Rzeczypospolitej, *Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego*, T. XIV, 1975, z. 4, ss. 445–450.

⁴ A. Paczkowski, op. cit., s. 149.

⁵ W liście do Antoniego Beaupré z dnia 20 grudnia 1932 roku, w przeddzień przeniesienia *Czasu* do Warszawy, pisze: *w dniu jutrzejszym przekaże Panom sumę 1500 złotych. Niestety nic więcej w tym miesiącu nie da się zrobić. (...) Z drugiej strony trzeba, by „Dzień Polski” dotrwał do 1 stycznia, co też niemają kosztuje. (...) Co do stycznia i lutego, to zdaje się jest rzeczą dosyć pewną, że Książę będzie mógł Panom przekazać po zł. 8000 w każdym miesiącu...* Archiwum Państwowe w Krakowie (dalej AP w Krakowie), Archiwum „Czasu”, sygn. 8, k. 553.

nie podlega dyskusji. Sam autor jest w tej sprawie niekonsekwentny. Opisując sprawę przeniesienia trumny Marszałka Piłsudskiego z kaplicy św. Leonarda na Wawelu na polecenie arcybiskupa krakowskiego Adama Sapiehy, wskazuje, (s. 138–139) że wycofania kontrowersyjnego artykułu Stanisława Wyrobisza domagał się, jeszcze przed jego publikacją, współwydawca pisma – hr. Artur Potocki. Wydarzenie to może wskazywać również na to, iż *Czas*, po przeniesieniu do Warszawy, podlegał srożej cenzurze ze strony przywódców konserwatywnego środowiska warszawskiego.

Na marginesie należy zauważyć, że poza problemami natury materialnej, pewien wpływ na decyzję o przeniesieniu *Czasu* do Warszawy miały konflikty, do jakich dochodziło na tle linii politycznej reprezentowanej przez pismo. W liście do redaktora Beaupré z 14 lutego 1930 r., Jan Bobrzyński wskazywał na konieczność *wywarcia odpowiedniego łagodzącego wpływu* na akcentowane od niedawna na łamach dziennika prądy *demokratyczne*. Chodziło tu o poparcie udzielone przez *Czas* premierowi Kazimierzowi Bartłowi oraz o uznanie dla postawy marszałka Sejmu Ignacego Daszyńskiego w czasie sławnego wkroczenia oficerów do Sejmu w listopadzie 1929 roku. Postawa ta była niezgodna z prowadzoną przez konserwatywistów polityką wyczekiwania wobec konfliktu „pułkowników” ze zwolennikami premiera Bartła, do którego doszło w Bezpартijnym Bloku Współpracy z Rządem na przełomie lat 1929–1930⁶. W podobnym tonie był zresztą utrzymany list hrabiego Artura Tarnowskiego do redakcji *Czasu* z dnia 10 czerwca 1932 r., w którym wypowiedział on prenumeratę pisma. Powodem tej decyzji była zbyt liberalna linia polityczna reprezentowana przez pismo. Jako przykłady autor listu podaje m.in. stosunek *Czasu* do wydarzeń krakowskich z roku 1923, stanowisko w sprawie szkół wyznaniowych – *Czas* nie poparł projektu utworzenia powszechnych szkół katolickich – oraz zamieszczenie reklamy *bolshewizujących „Wiadomości Literackich”*.

⁶ Tamże, k. 480–481.

⁷ Tamże, k. 653–655; Należy zauważyć, że po przeniesieniu *Czasu* do Warszawy, Tarnowscy ponownie włączyli się w jego wydawanie, o czym świadczy udział w spółce zarządzającej pismem autora cytowanego listu, [zob.] Księga pamiątko-

Nie można się również zgodzić się z daniami autora, iż pomiędzy trzema najważniejszymi dziennikami konserwatywnymi w Drugiej Rzeczypospolitej nie było elementów współpracy (s. 37). Trudno mówić o jednolitym froncie *Czasu*, *Słowa* i *Dziennika Poznańskiego*, jednakże w kwestiach najważniejszych dla obozu konserwatywnego, jak choćby reforma rolna i zmiana konstytucji, zgodnie broniły one interesów i polityki ziemiaństwa. Z drugiej strony, w środowisku związanym z *Czasem* nie było zgody na totalitaryzację stosunków w państwie. *Czas* jako jedyny dziennik konserwatywny zaprotestował przeciwko aresztowaniom brzeskim i mimo nacisków ze strony środowisk warszawskich i wileńskich konserwatystów, swego stosunku do tych wydarzeń nie zmienił.

Osobisty stosunek autora do przedstawianych postaci czasami uderza brakiem obiektywizmu, przede wszystkim w przedstawieniu postaci własnego brata Jana Moszyńskiego i księcia Janusza Radziwiłła. Trudno się zgodzić, na przykład, z opinią, że Jan Moszyński *...posiadał ugruntowany autorytet. Miał bowiem za sobą potężnego, wpływowego Janusza Radziwiłła* (s. 39) – określającą niepodważalną pozycję J. Moszyńskiego w redakcji *Czasu*. Również sam książę Radziwiłł, któremu poświęcona jest znaczna część wspomnień, ostatni przywódca przedwojennego obozu konserwatywnego skupionego wokół, jak zauważa autor, kanapowego Stronnictwa Zachowawczego, wymaga odbrązowienia.

Na podkreślenie zasługuje przedstawienie we wspomnieniach sylwetek dziennikarzy i pracowników warszawskiej redakcji *Czasu*, często obejmujące okres powojenny. W szkicach poświęconych Ksaweremu Pruszyńskiemu, Wacławowi Alfredowi Zbyszewskiemu oraz Stanisławowi Catowi Mackiewiczowi – postaciom powszechnie znanym, autor często podaje nieznane fakty dotyczące zarówno ich pracy dziennikarskiej, jak i działalności politycznej. Jako przykład może tu posłużyć wyjaśnienie przyczyn przejścia Zbyszewskiego do wileńskiego *Słowa* (s. 149) oraz stosunek Mackiewicza do sprawowanego przez siebie na emigracji urzędu premiera (s. 203).

Autor często powraca do dwóch wydarzeń. Pierwszym była noc śmierci Marszałka Józefa Piłsudskiego z 12 na 13 maja 1935 i redagowanie żałobnego numeru *Czasu* poświęconego temu wydarzeniu. Mimo braku akceptacji niektórych decyzji, Marszałek cieszył się w środowisku konserwatystów niekwestionowanym autorytetem, a jego śmierć okazała się dla konserwatystów końcem pewnej epoki. Pozbawieni protektora, utracili swą pozycję w ramach obozu rządzącego, ewoluując w kierunku opozycji. Z drugiej strony błędne wydaje się twierdzenie autora, jakoby konserwatyści w koncepcji Marszałka stanowili jedynie polityczny folklor w ramach BBWR (s. 168–169). Szczególnie silną pozycję uzyskali konserwatyści w okresie Sejmu II kadencji (1928–1930), kiedy to posiadali największą w okresie II Rzeczypospolitej reprezentację parlamentarną. Było to wynikiem umów zawartych pomiędzy konserwatystami a Walerym Sławkiem w Dzikowie wiosną 1927 r., określających rolę konserwatystów w ramach Bloku.

Drugim wydarzeniem była wyżej wspomniana reakcja *Czasu* na przeniesienie z polecenia arcybiskupa trumny Marszałka Piłsudskiego. Artykuł poświęcony temu wydarzeniu spowodował kilkuniedniowy zakaz wydawania pisma i konieczność zamieszczenia przez redakcję wyjaśnienia, że artykuł nie prezentował jej stanowiska w tej sprawie (s. 139).

Obraz przeszłości przedstawiony przez E. Moszyńskiego nie w pełni odzwierciedla faktyczne dzieje warszawskiej redakcji *Czasu*, należy to jednak zrzucić na karb upływu lat. Autor był związany z *Czasem* przez cały warszawski okres jego działalności, a to, iż nie należał do ścisłego grona odpowiadającego za redagowanie i wydawanie pisma, nie ma wpływu na wiarygodność przedstawionych faktów. Drobne błędy nie podważają wartości wspomnień, które stanowią cenne źródło dla badaczy zajmujących się tak historią polskiej prasy jak i konserwatywności w okresie Drugiej Rzeczypospolitej, szczególnie wobec ogromnych strat, jakie poniosły w czasie II wojny światowej archiwa pism konserwatywnych.

wa na 90-lecie dziennika „Czas”, Warszawa 1938, s. 61.

POLICJA W DRUKU

Leszek Smolak: PRASA POLICJI PAŃSTWOWEJ 1918–1939. Oficyna Wydawniczo-Reklamowa Vipart, Warszawa 2003. S. 156.

W miarę postępu badań nad prasą Drugiej Rzeczypospolitej uwaga autorów kieruje się ku różnym, niekiedy bardzo specjalistycznym periodykom. Badania nad historią policji rozwinęły się w Polsce na szerszą skalę dopiero w latach 90., a teraz Leszek Smolak zajął się periodykami polskich służb policyjnych z lat międzywojennych.

Jak zaznacza autor we wstępie, nie zachowały się kompletne roczniki najważniejszych pism: ani tygodnika *Na posterunku*, ani *Gazety Policji Państwowej*, a materiały archiwalne nie przynoszą danych, które mogłyby być podstawą do opracowania całokształtu zjawiska prasy policyjnej. Skromnie przedstawiają się również wspomnienia funkcjonariuszy i pracowników PP z tego okresu.

Mimo to autor podjął trud przedstawienia w zarysie dziejów prasy policyjnej, w tym – najszerzej – tygodnika *Na posterunku*. Na początek jednak obszernie wprowadza czytelnika w organizację służb policyjnych w pierwszych latach istnienia Drugiej Rzeczypospolitej. Rozdział I, temu poświęcony, zajmuje blisko ¼ objętości książki. To uzasadnione, gdyż są to sprawy mało znane, a nie sposób wszak przedstawić prasę policyjną w całkowitym oderwaniu od zagadnienia organizacji i – zwłaszcza – kadry Policji. Toteż autor przytacza niezbędne dane statystyczne o kadrze kierowniczej i funkcjonariuszach PP, co pozwala lepiej określić grono, z którego wywodzili się zarówno twórcy, jak i czytelnicy omawianej prasy.

Tygodnik *Na posterunku* zaczął się ukazywać 1 sierpnia 1920 r., jako pismo przeznaczone dla „niższej szarzy” Policji Państwowej (s. 64). Niewiele ponad pół roku wcześniej powstała *Gazeta Policji Państwowej*, adresowana do kadry kierowniczej policji i do pracowników związanych z wymiarem sprawiedliwości, zainteresowanych zagadnieniami prawnymi i kryminalistyką. Oba tytuły wydawane były przez zespół redakcyjny, będący komórką w strukturach Komendy Głównej Policji Państwowej.

Wśród grona twórców, redaktorów i autorów tych periodyków znalazły się postacie niezwykłe i raczej dziś zapomniane. W książce Leszka Smolaka poświęcono im sporo miejsca. Pierwszym naczelnym redaktorem *Gazety Policji Państwowej* i *Na posterunku* był Edward Jan Grabowiecki – aktor, dramaturg, dziennikarz i policjant. Miał za sobą wcale udane występy na scenach teatrów w Krakowie, Krynicy, Poznaniu, Warszawie i Lwowie, próby reżyserkie, był też autorem kilkunastu sztuk teatralnych, wystawianych przez teatry w pierwszych latach XX wieku. Później zaangażował się w organizację służb policyjnych. Co spowodowało ten zwrot w życiu aktora i dramaturga? Służba w Policji Państwowej w charakterze redaktora czasopism trwała do 1926 roku, ale, choć data mogłaby to sugerować, Grabowiecki opuścił szeregi PP z przyczyn natury nie związanej z polityką. Oficjalnie został przeniesiony w stan spoczynku 1 czerwca 1928 r. i zmarł w Warszawie w 1935 r. Zastępcą redaktora tygodnika *Na posterunku* był Teofil Modrzejewski. Najprawdopodobniej to on prowadził na łamach pisma „Poradnik językowy”, a był też autorem wydanej w 1936 roku książki „Wyrazy, które umarły i które umierają”. Występował również jako... medium!

W tygodniku wiele publikował Franciszek Reinstein, płodny felietonista prasy warszawskiej i również autor sztuk teatralnych. Pisywali też: Stanisław Marian Sedlaczek, Kornel Makuszyński, Władysław Umiński, prof. Leon Babiński i prof. Włodzimierz Dzwonkowski.

Po szczegółowe informacje zarówno o twórcach prasy policyjnej II RP, jak i o problematyce, którą się ta prasa zajmowała, warto sięgnąć do książki Leszka Smolaka. Co prawda, tytuł pracy został nadany jej nieco na wyrost, gdyż autor skupił się przede wszystkim na tygodniku *Na posterunku*, a dokładniejszej analizie poddał lata 1920–1926. Książka przynosi jednak wiele nowych, ciekawych informacji zarówno dla badaczy historii służb policyjnych, jak i dla historyków prasy i otwiera wiele wątków, które – w tym wydawałoby się niezbyt rozległym obszarze badawczym, jakim jest prasa policyjna – oczekują jeszcze na zbadanie i opisanie.

PRASA PROTESTANTÓW

Jarosław Kłaczko: CZASOPISMIENICTWO PROTESTANCKIE W POLSCE W LATACH 1918–1939, Dom Wydawniczy Duet, Toruń 2003. S. 464.

Prasa, która przez mniejszości narodowe i wyznaniowe traktowana była jako *identyfikujący je czynnik i jeden z elementów ochrony przed „rozplynięciem się” w otaczającej większości* stała się przedmiotem niezwykle interesującej pracy Jarosława Kłaczko-wa pt. *Czasopiśmiennictwo protestanckie w Polsce w latach 1918–1939*.

Protestanci na początku lat 20. dwudziestego wieku stanowili w II Rzeczypospolitej ponad milionową rzeszę ludności, ale liczba ta w ciągu całego okresu międzywojennego stale spadała, osiągając 830 tysięcy w latach 30. Na tę grupę wyznaniową składali się przede wszystkim Niemcy, których liczba z powodu wyjazdów z Polski zmniejszała się oraz Polacy skupieni na Śląsku Cieszyńskim, w Warszawie, Wilnie i Krakowie.

Celem pracy Kłaczkowa stało się *przybliżenie problematyki szeroko rozumianego czasopiśmiennictwa protestanckiego* (s. 8), problematyki, która nie była dotychczas przedmiotem szczegółowych badań historyków prasy. Całość podjętego tematu badawczego Autor podzielił na dwie części. Konstrukcję części pierwszej zdeterminowała struktura ewangelicyzmu w Polsce międzywojennej, podzielonego na siedem kościołów: Kościół Ewangelicko-Augsburski, Kościół Ewangelicko-Unijny, Kościół Ewangelicko-Unijny na Polskim Górnym Śląsku, Kościół Ewangelicko-Luterański w Polsce Zachodniej, Kościół Ewangelicki Augsburskiego i Helweckiego Wyznania w Małopolsce, Kościół Ewangelicko-Reformowany w Warszawie i Wileński Kościół Ewangelicko-Reformowany, oraz szereg wolnych kościołów wywodzących swoje korzenie z szeroko pojętego protestantyzmu. Ich genezie, rozmieszczeniu, liczbie członków, strukturze, warunkom prawnego funkcjonowania poświęcone zostały dwa pierwsze rozdziały. W pierwszym z nich autor zajął się charakterystyką siedmiu Kościołów ewangelickich w Polsce międzywojennej, w drugim opisał wspólnoty, wolne

Kościoły i organizacje protestanckie w II Rzeczypospolitej.

Zasadniczą część całej omawianej publikacji stanowi rozdział trzeci zatytułowany *Ogólna charakterystyka prasy protestanckiej*, w którym autor scharakteryzował poszczególne czasopisma, będące przedmiotem pracy. Układ rozdziału wyznaczają instytucje sprawcze, jakimi były Kościoły ewangelickie, wspólnoty, wolne kościoły i organizacje protestanckie. Przedstawiono polskojęzyczną i niemieckojęzyczną prasę ewangelicko-augsburską, ewangelicko-unijną wydaną w Wielkopolsce, na Polskim Górnym Śląsku, w Więcborku i przeniesioną po 1933 roku z Rzeszy, ewangelicko-luterańską Polski Zachodniej, ewangelicką augsburskiego i helweckiego wyznania w Małopolsce, Jednoty Warszawskiej, Jednoty Wileńskiej, adwentystyczną, baptystyczną, ewangelicznych chrześcijan, metodystyczną, ruchu zielonoświątkowców, Świadców Jehowy, interprotestancką, misyjną dla ludności żydowskiej, Związku Młodzieży Chrześcijańskiej (YMCA).

W tym imponującym, również pod względem objętości, rozdziale znalazły się w praktyce, z punktu widzenia historyka prasy, niezbyt szczegółowe dane, bowiem konieczność syntetyzowania, a jednocześnie potrzeba wprowadzenia pewnych wyjaśnień dotyczących funkcjonowania poszczególnych Kościołów czy ukazania warunków polityczno-społecznych, w jakich przyszło trwać wybranym tytułom, znacznie ograniczyły autora, zmuszając go do podawania tylko podstawowych cech formalnych pism i ogólnej charakterystyki zawartości. Zdecydowanie zabrakło w tej części pracy choćby krótkich, umieszczonych w przypisach, notek biograficznych twórców poszczególnych periodyków. To dzięki nim powstały prezentowane czasopisma, oni najczęściej decydowali o charakterze poszczególnych pism, a ich poglądy wpływały na drukowane treści.

Ostatni rozdział pracy miał na celu wskazanie roli prasy w życiu kościołów i wspólnot protestanckich (to wynika z tytułu) lub, jak napisał autor we wstępie, poświęcono go *stosunkowi poszczególnych wydawnictw kościelnych do wydarzeń zachodzących na scenie politycznej*. W praktyce w rozdziale znalazło się jedno i drugie zagadnienie. Na wstępie autor zajął się kon-

cepcjami rozwoju prasy polskoewangelickiej i funkcjonowaniem instytucji mających w swych programach działalność prasową. Dalsza część rozdziału czwartego to analiza treści periodyków protestanckich, w której Kłaczkow szczególną uwagę zwrócił na stosunek do państwa polskiego, możliwość wybuchu wojny, stosunek do antysemityzmu i rasizmu, obraz totalitaryzmu, wzajemne postrzeganie się i ocenę polskojęzycznych i niemieckojęzycznych protestantów, stosunek do Kościoła rzymskokatolickiego i jego kontaktów z państwem.

Część druga pracy to bibliografia adnotowana 280 tytułów prasy protestanckiej uwzględniająca, według planów Kłaczkowa (wstęp, s. 11): tytuł, podtytuł pisma, charakter pisma (niezbyt fortunnie autor użył tego sformułowania dla określenia częstotliwości ukazywania się periodyku), redaktorów, miejsce wydania, wydawcę, czas ukazywania się, drukarnię, nakład, format, liczbę stron, miejsce przechowywania, krótką charakterystykę treści. Poza tym uwzględniano, w miarę możliwości, cenę oraz rodzaj paginacji (ciągła w obrębie roku czy liczbowanie w pojedynczych numerach). Bibliografię uzupełniają reprodukcje stron tytułowych opisywanych periodyków.

Stanowiąca drugą część pracy bibliografia jest pierwszym zestawieniem *znanych do tej pory lub odnalezionych przez autora czasopism tej grupy wyznaniowej* (s. 11). Z pewnością jest to zestawienie niezwykle cenne, na długi czas będzie ono dla badaczy prasy przewodnikiem po periodykach protestanckich wydawanych w Polsce w latach 1918–1939. Przekonanie to skłania jednak do kilku pytań, które nasunęły się przy głębszym studiowaniu tego bogatego zbioru tytułów: dlaczego podawano sygnatury biblioteczne tylko niektórych tytułów, bądź pochodzące z wybranych bibliotek? Dlaczego nie przy wszystkich zachowanych tytułach podano miejsce przechowywania pisma (zamieszczenie fotokopii numeru świadczy, że czasopismo się zachowało)? Dlaczego w opisach tytułów, do których autorowi nie udało się dotrzeć, nie zawsze podawano źródło informacji o istnieniu periodyku? Dlaczego nie zawsze podawano format czasopisma, zwłaszcza w sytuacjach, gdy autor dotarł do oryginału? Dlaczego w niektórych opisach format czasopisma podawano w centymetrach, a w innych

w postaci formatu bibliotecznego. Z pewnością przydałby się wstęp do bibliografii, w którym autor zamieściłby wyjaśnienia, które być może rozwiązywałyby pojawiające się wątpliwości.

Rozprawę Kłaczkowa uzupełniają, niezbędne w tego rodzaju wydawnictwach, indeksy osób, nazw geograficznych i tytułów czasopism.

Praca *Czasopiśmiennictwo protestanckie w Polsce w latach 1918–1939* Jarosława Kłaczkowa to poważny wkład w rozwój badań prasoznawczych w naszym kraju. Rozległa kwerenda archiwalna i biblioteczna pozwoliła Autorowi na stworzenie dzieła na długi czas zaspokajającego potrzeby historyków prasy na wiedzę o tego rodzaju periodykach, a jego ustalenia faktograficzne uzupełniły obraz dziejów czasopiśmiennictwa polskiego w okresie dwudziestolecia międzywojennego.

Grażyna Gzella

DEMOKRACJA I MEDIATYZACJA

Bogusława Dobek-Ostrowska (red.): *MEDIA MASOWE W SYSTEMACH DEMOKRATYCZNYCH*. Teoretyczne problemy i praktyczny wymiar komunikowania politycznego. Doñośląska Szkoła Wyższa Edukacji, Towarzystwo Wiedzy Powszechnej, Wrocław 2003. S. 284.

W ciągu ostatnich lat nastąpił bardzo wyraźny wzrost zainteresowania rolą mediów w systemach demokratycznych. Sporo mówi się o mediatyzacji polityki i w różny sposób interpretuje, jakie skutki może ona przynieść dla przyszłości demokracji. Wydana pod redakcją Bogusławy Dobek-Ostrowskiej książka „Media masowe w systemach demokratycznych. Teoretyczne problemy i praktyczny wymiar komunikowania politycznego” daje polskiemu czytelnikowi pewien wgląd w tocząca się na te tematy dyskusję. Zebranych tu zostało kilkanaście artykułów polskich i zagranicznych autorów reprezentujących różne dzie-

dziny (politologię, socjologię, badania nad komunikowaniem masowym), odmienne podejścia poznawcze, a także podejmujących zasygnalizowany w tytule problem na różnych poziomach ogólności. Niewątpliwą zaletą tak pomyślanej publikacji jest także to, że obok autorów młodych, stawiających pierwsze kroki w nauce, znajdujemy tu artykuły tak znakomitych badaczy mediów, jak Hans-Mathias Kepplinger, czy Max Kaase.

Zgromadzone teksty pogrupowane zostały w trzech częściach: *Komunikowanie polityczne w ujęciu teoretycznym*, *Praktyka komunikowania politycznego* oraz *Komunikowanie polityczne na poziomie lokalnym*. Część teoretyczną otwiera będący rodzajem wprowadzenia do poruszanych zagadnień artykuł Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, w którym autorka dokonuje przeglądu funkcjonujących w literaturze poglądów na temat roli mediów w demokracji: szczegółowo charakteryzuje różnice pomiędzy liberalnym i radykalnym podejściem do tego problemu, omawia kwestię wolności mediów oraz to, jak pojmowane są funkcje i zadania mediów we współczesnych systemach demokratycznych. Przeglądowy i porządkujący charakter ma także tekst Doroty Pióntek, w którym, na podstawie analizy literatury, autorka podejmuje próby zdefiniowania trzech pojęć, kluczowych dla rozważanej w pracy problematyki: komunikowania politycznego, propagandy i marketingu politycznego.

Dwa inne teksty z tej części pracy dotyczą kwestii mediatyzacji polityki. W pierwszym z nich, podkreślając swoistość procesów mediatyzacji, Max Kaase przedstawia propozycję sproblematyzowania tego zagadnienia. Refleksja na temat związków pomiędzy polityką i mediami jest – jak zauważa M. Kaase – od dawna zadomowiona w nauce. Badania nad mediatyzacją nie są jednak prostą kontynuacją tamtej problematyki, skoncentrowane są bowiem na pewnych nowych, obserwowanych zwłaszcza w krajach europejskich procesach, w wyniku których istotnie zmienia się pozycja mediów w stosunku do polityki. Mediatyzacja – jak stwierdza Kaase – jest procesem, który sprawia, że *relacja pomiędzy mediami masowymi a polityką zmienia demokrację w sposób istotny dla jej wyników* (s. 54). Wychodząc z założenia, że media wywierają

wpływ głównie na politykę symboliczną, Kaase proponuje, by badania nad mediatyzacją skoncentrować na trzech głównych zagadnieniach, wskazując jednocześnie, o ile zachodzące tu procesy zostały już rozpoznane. Wymienione przez niego obszary badawcze to: 1. określenie długoterminowych efektów wynikających z przedstawiania politycznych aktorów przez media, 2. analiza kampanii wyborczych ze szczególnym uwzględnieniem udziału w nich mediów, 3. badanie, jak na wewnętrzną strukturę demokratycznego procesu podejmowania decyzji wpływać może dominacja symbolicznej polityki w mediach masowych.

W związku z problemem mediatyzacji M. Kaase podejmuje też ciekawą polemikę z koncepcją demokracji deliberatywnej Jürgena Habermasa.

Zwraca uwagę, że we współczesnych rozwiniętych społeczeństwach znaczna, a być może nawet większa część obywateli nie uczestniczy aktywnie w procesach komunikowania politycznego, co jest wynikiem zarówno uwarunkowań strukturalnych, jak i pewnych ograniczeń o charakterze kompetencyjnym. Problem ten jest jednak zupełnie pominięty przez Habermasa, który właśnie w procesach komunikacyjnych widzi główny mechanizm wytwarzania woli politycznej w demokracji. Zdaniem Kaasego prowadzić to może do zagrożenia zasady równości. *Utrwalenie przez Habermasa pojęcia dyskursu – pisze M. Kaase – jako centralnego instrumentu tworzenia, pojmowanej w kategoriach społeczeństwa obywatelskiego, politycznej sfery publicznej w demokracjach, jako mniej lub bardziej spontanicznie powstającego stowarzyszenia, ignoruje (...) zdobycz liberalnej demokracji, wciąż jeszcze obowiązującej i o stale wzrastającym znaczeniu w wielu krajach: instytucjonalizacji politycznej równości obywateli przez inkluzywną zasadę one-person-one-vote (...)* (s. 46).

Dotyczące deliberatywnej demokracji uwagi Kaasego można potraktować jako rodzaj ramy interpretacyjnej dla artykułu Hansa-Mathiasa Kepplingera. Dzięki zastosowaniu analizy w kategoriach systemowych (w nawiązaniu do teorii Luhmana) Kepplinger bardzo przekonująco wykazuje, że w Niemczech nastąpiło wyraźne przesunięcie wpływów pomiędzy systemami politycznym i medialnym na korzyść tego ostat-

niego. Media aktywnie wkraczają w obszar systemu podejmowania decyzji politycznych, a także ich konstruowania i wykonywania. Cieszą się obecnie większą legitymizacją aniżeli pochodzące z wyboru instytucje polityczne. Traktowane jako reprezentant interesów szerokiego społeczeństwa media zyskują coraz większą swobodą działania, czego wyrazem jest m.in. szczególnie rozważana przez Kepplingera zasada ochrony dziennikarskiego informatora.

Taka sytuacja wzbudzać może pewne obawy. Przede wszystkim, podobnie jak Kase, Kepplinger wyraża zaniepokojenie, czy poszerzanie praw mediów nie prowadzi do zagrożenia praw pojedynczego obywatela. Píše on: *Nie można tu jednak przeoczyć, że identyfikacja interesów środków masowego przekazu z interesami szerokiego społeczeństwa w końcu odbywa się kosztem interesów jednostek. Jest to widoczne między innymi w tym, że instytucjonalna gwarancja wolności prasy w porównaniu z indywidualną gwarancją wolności prasy [tzn. wolności słowa] wciąż rośnie na znaczeniu, przez co istnieje zagrożenie, że prawo prasy przekształci się z prawa każdej jednostki w specjalne prawo instytucji* (s. 91). Jednocześnie, jeśli media stają się aktywnym czynnikiem uczestniczącym w procesach politycznych, to pojawia się problem kontroli nad tym systemem. Media mają możliwość ukierunkowywania tematów podejmowanych w publicznej debacie, co pozwala im unikać dyskusji na temat własnych błędów i uchylać się od odpowiedzialności za nie. *Ponieważ system polityczny liberalnej demokracji parlamentarnej – pisze Kepplinger – jest oparty właśnie na zasadach kontroli i odpowiedzialności za działania polityczne, stawia się w końcu pytanie, w jaki sposób sprawność systemu komunikowania masowego, która jest warunkiem wstępnym zdolności funkcjonowania systemu politycznego, można połączyć ze stanem na straży jego zasad.* (s. 95).

W drugiej części pracy rozważane są problemy na znacznie niższym poziomie ogólności, jednak w taki czy inny sposób dotyczą one kwestii poruszonych w części teoretycznej. John Parrish-Sprowl, amerykański badacz komunikowania masowego, zwraca uwagę na ogromne znaczenie zdolności perswazyjnych w procesach politycznych w USA. Barbara Baerns przed-

stawia wyniki badań nad jakością *public relations* w Niemczech. Interesująca jest krytyczna analiza kampanii wyborczej Lionela Jospina, w której Philippe J. M a a r e k wytyka popełnione w tej kampanii strategiczne i taktyczne błędy, widząc w nich główną przyczynę porażki tego kandydata. Młodzi hiszpańscy autorzy Jose Carlos L o s a d a i Rocío Z a m o r a proponują, by partie polityczne traktować jako organizacje komunikacyjne i w tej perspektywie analizują przemiany, jakie nastąpiły w hiszpańskiej partii socjalistycznej po objęciu w niej przywództwa przez Zapatera. Natomiast Paolo M a n c i n i na podstawie analizy prasy włoskiej stwierdza, iż w ciągu ostatnich 40 lat poświęca się w niej coraz mniej miejsca na informacje parlamentarne. Zjawisko to, obserwowane także w innych krajach, traktuje jako jeden z przejawów mediatyzacji polityki. Parlament stopniowo traci bowiem znaczenie jako miejsce najciekawszej debaty publicznej, w tej roli zastępują go coraz bardziej media masowe.

Najbardziej jednak interesujący wydaje się w tej części artykuł Francesca A m o r e t t i e g o, *Silvio Berlusconi. Od kampanii typu prezydenckiego do prezydenckiego rządu*. Berlusconi – jak wiadomo – doszedł do władzy i utrzymuje ją przy przemożnym udziale mediów, które niemal w całości kontroluje. Zdaniem Amorettego, sam udział mediów w poczynaniach tego polityka nie wyjaśnia jednak do końca jego fenomenu. Posługiwanie się marketingiem politycznym i związane z tym konsekwencje określane jako prezydenccjalizacja kampanii nie są charakterystyczne tylko dla tego włoskiego polityka. Aby uchwycić wyjątkowość tego, co się dzieje we Włoszech, konieczne jest staranne prześledzenie, jakie wartości są głoszone przez Berlusconiego i jego partię.

Zdaniem F. Amorettego, Forza Italia pojawiła się na scenie politycznej jako swoisty „łapacz lęków”. Odwoływała się bowiem do strachu przed przejęciem władzy przez komunistów, a także do rozpowszechnionych nastrojów antypolitycznych. Berlusconi wykreowany został na męża opatrnościowego – wybawiciela narodu, który bierze na siebie odpowiedzialność za jego losy. W zamian za to oczekuje jednak od swoich wyborców osobistego zaufania, zakwiera z nimi swoisty pakt. Taki wizerunek Berlusconiego – przywódcy narodu – jest

utrzymywany i utrwalany po objęciu władzy przez tego polityka. W istotny sposób modyfikuje to – przynajmniej w sferze symbolicznej – relacje w obrębie instytucji politycznych. Berlusconi dąży bowiem do tego, by wytworzyć wrażenie, że jego władza pochodzi bezpośrednio od społeczeństwa i dlatego nie podlega kontroli ani ograniczeniu ze strony żadnych instytucji. Jaki wpływ może to mieć na włoską demokrację? F. Amoretti jest bardzo ostrożny w odpowiedzi na to pytanie. Wydaje się jednak, że przypadek włoski pokazuje pewne bardziej niż gdzie indziej zrealizowane niebezpieczeństwa, jakie niosą z sobą procesy mediatyzacji polityki.

W ostatniej części omawianej książki znajdują się dwa teksty poświęcone komunikowaniu politycznemu na poziomie lokalnym. Mamy tu artykuł Marzeny Cichosz, która analizuje jedną z kampanii wyborczych we Wrocławiu z punktu widzenia zastosowanych technik medialnych i stopnia profesjonalizacji oraz tekst Jordiiego L. Perez, który stara się przede wszystkim wykazać, iż rola mediów w kampaniach lokalnych w znacznym stopniu jest uzależniona od tego, o ile dana społeczność jest zintegrowana, o ile zaś ma charakter rozproszonej miejskiej aglomeracji, gdzie bezpośrednie kontakty są zastępowane przez media. W ten sposób uzasadnia jednocześnie tezę, że kampanie na poziomie lokalnym różnią się od kampanii na poziomie ogólnopolskim.

Omawiana książka jest, jak widać, złożona z bardzo różnorodnych tekstów i zależnie od własnych zainteresowań można ją czytać na różne sposoby. W krótkim omówieniu z konieczności szerzej przedstawione zostały tylko wybrane teksty, takie, które mają bardziej ogólny, teoretyczny wymiar. B. Dobek-Ostrowska poleca jednak swoją książkę nie tylko badaczom komunikowania masowego, ale także praktykom i studentom różnych kierunków i zapewne każda z tych grup czytelników może skorzystać na lekturze pracy, która przede wszystkim ma na celu przedstawienie różnych stanowisk i podejść do ujętego w tytule zagadnienia. Nie można jednak nie przestrzec potencjalnego czytelnika, iż lektura tej książki nie będzie łatwa, gdyż tłumaczenia (na szczęście nie wszystkie) tekstów zagranicznych autorów są niestety niskiej ja-

kości. Zdarzają się zdania koślawe, niegrammatyczne, a czasami wręcz bezsensowne, co poważnie utrudnia lekturę. Trudno pojąć, o co chodzić może np. w następujących zdaniach: *Takie działanie propagandy politycznej, jakkolwiek okryte ciszą, oraz liberalni komentatorzy piszący dla cenionego włoskiego dziennika z najwyższym nakładem, „Corriere della Sera”, nie zdolali przyjąć silnej pozycji* (s. 183), albo: *Związane z tym badania sugerowały wielokrotnie, że przy tych różnicach chodzi o zjawiska strukturalne, czy zupełnie możliwe jest wyrównywanie w górę wspólnego poziomu* (s. 49); lub też: *Dlatego można pozostawić żądania, zawartego implicite w koncepcji deliberatywnej demokracji, aby pojedynczy obywatel był możliwie najlepiej poinformowany i aby jego dyskurs reprezentował najwyższą jakość, nawet gdyby powstanie społeczeństwa obywatelskiego w pierwszej linii wymagało spontanicznego i żywego stowarzyszenia się* (s. 49).

Mniej wytrwałego czytelnika takie zdania – a nie są one wyjątkowe – mogą wręcz zniechęcić do dalszej lektury.

Ewa Bobrowska

REKLAMA W KOMUNIKACJI

Antoni Benedikt: REKLAMA JAKO PROCES KOMUNIKACJI. Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 2004. S.170.

Omawiana pozycja jest drugą książką Antoniego Benedikta, ukazującą się w serii „Kreatywność” wrocławskiego wydawnictwa ASTRUM. Pierwsza – „Motywowanie pracowników w sytuacjach kryzysowych” ukazała się w roku 2000 i skierowana była głównie do właścicieli małych firm. Kolejną publikację wydawca rekomenduje nie tylko ludziom biznesu, ale także studentom kierunków humanistycznych, pracownikom działów sprzedaży i public relations oraz tym, „którzy pragną nauczyć się bardziej świadomie odczytywać przekazy reklamowe oraz nie ulegać bezwiednie zawartym w reklamie mechanizmom perswazyjnym”

(s. 11). Praca ta ma za zadanie pełnić głównie funkcję podręcznika i poradnika dla ludzi zajmujących się reklamą.

Autor próbuje odpowiedzieć na pytanie: Czym jest reklama? – najpierw definiując ją, a następnie opisując jej funkcje i typy. Przedstawia także inne narzędzia marketingu: sprzedaż osobista, promocję sprzedaży, *public relations*, aby w porównaniu z nimi wykazać, czym reklama faktycznie nie jest. Praca ta składa się z sześciu rozdziałów i na niektóre z nich zwrócimy uwagę.

Czytelnik zapoznaje się w tej pracy również z podstawowymi kwestiami dotyczącymi komunikowania zarówno interpersonalnego jak i medialnego. Benedikt omawia jego typy: interpersonalny – bezpośredni, interpersonalny – medialny, pośredni – masowy. Następnie przedstawia poszczególne elementy procesu komunikowania, takie jak: uczestnicy procesu (nadawca i odbiorca), sam przekaz, szum komunikacyjny, sprzężenie zwrotne oraz konteksty zewnętrzne, w którym proces komunikacyjny zachodzi. Zakończenie drugiego rozdziału poświęcone jest takim zagadnieniom, jak: formy komunikowania – werbalne i niewerbalne oraz typy komunikowania – informacyjne i perswazyjne. Poświęcono tym kwestiom głównie rozdział pierwszy i drugi.

Trzeci rozdział dotyczy roli nadawcy przekazu reklamowego. Autor przedstawia kryteria wyboru postaci występujących w reklamie. Szczególnie istotną rolę z jego punktu widzenia pełnią stereotypy związane z płcią, którymi posługują się odbiorcy reklam. Sugeruje, że podobieństwo bohatera przekazu lub podziw, jaki budzi wśród członków grupy docelowej, skutecznie wpływają na efektywność przekazu reklamowego. Autor zaleca jednakże szczególną ostrożność w przypadku wykorzystywania w reklamie wizerunku sławnych, znanych osób: może to bowiem wiązać się ze zjawiskami niekorzystnie wpływającymi na realizację założonego celu. Chodzi tu między innymi o przyćmiewanie produktu przez bohatera reklamy, czyli sytuację, w której odbiorcy znacznie lepiej pamiętają, kto występuje w reklamie, niż jaka była marka promowanego produktu. Również osoba, która występuje w reklamach wielu produktów, traci także swą wiarygodność. Jest to tzw. proces wyeksploatowania się wartości danej twarzy.

Na obniżenie skuteczności reklamy, w której występuje osoba publiczna mogą wpływać także – zdaniem Benedikta – niedopasowanie bohatera do produktu oraz „afekty i skandale”, których byłby uczestnikiem w życiu prywatnym lub zawodowym. Przypomina ponadto, że nie ma praktycznie osoby publicznej, która budziłaby powszechnie pozytywne odczucia.

Kolejnym zagadnieniem w obrębie tematyki „człowiek w reklamie” jest kwestia autoprezentacji politycznej. Można się tu wiele dowiedzieć o mechanizmach kreowania i funkcjach autoprezentacji. Autor wyróżnia cztery typy stylów autoprezentacji politycznej: kandydat kompetentny, kandydat etyczny, kandydat lubiany, kandydat atrakcyjny.

W kolejnych rozdziałach, tj. czwartym i piątym, zainteresowanie autora skupia się na środkach oraz sposobach transmisji przekazu komunikatu reklamowego. Wyróżnia on następujące właściwości komunikowania w mediach emitujących reklamy: selektywność docierania do grupy, zapewnienie czasu i częstotliwości dotarcia, kreowanie wizerunku, wspomaganie treściami pomocniczymi, uzupełnianie informacji i tworzenie właściwego nastroju. Ujmując reklamę jako proces komunikacyjny autor nie mógł pominąć zagadnień związanych z językiem; jego uwaga ogniskuje się głównie na funkcjach i strukturach sloganów reklamowych. Rozważania te zilustrowane są interesującymi przykładami zaczerpniętymi z praktyki agencji medialnych i marketingowych.

Z rozdziału ostatniego czytelnik sporo się dowie o mechanizmach psychologicznych i technikach wpływu, używanych przez kreatorów przekazów reklamowych. Autor przedstawia między innymi rolę kontekstu, w którym zachodzi skuteczne oddziaływanie. Na odbiór i skuteczność przekazu mogą bowiem wpływać inne przekazy (informacyjne, rozrywkowe, komercyjne), towarzyszące danej reklamie, oraz *dotatkowe informacje, które uzupełniają samo ogłoszenie reklamowe*. Benedikt podpowiada reklamodawcom, aby powierzając zadania agencjom reklamowym, zwracali większą uwagę na zewnętrzny kontekst, w którym występuje ich przekaz, a nawet podejmowali działania w celu jego kreowania.

Omawiana książka może z powodzeniem grać rolę podręcznika czy też poradni-

ka. Sprzyja temu z pewnością jej zwarta i przejrzysta forma. Z uwagi na szeroki zakres poruszanych zagadnień autor zachowuje lakoniczny i sprawozdawczy styl prezentacji omawianych kwestii. Nadaje to książce charakter leksykonu czy też poszerzonego słownika. Benedikt powstrzymuje się od własnego komentarza czy podsumowań. Książka nie prezentuje koncepcji teoretycznych, nie ma żadnego podsumowania. Zamiast niego autor zamieszcza streszczenie sześciu zasad wpływu społecznego przekazu na publiczność autorstwa Roberta Cialdiniego. Pozostałe rozdziały większości wypadków stanowią streszczenie publikacji poświęconych reklamie, a ogłoszonych w latach 1992–2001 w periodykach *Aida Media*, *Businessman Magazine* oraz *Marketing i Rynek*.

„Reklama jako proces komunikacji” oferuje więc czytelnikowi podstawowy zakres wiedzy, który może stanowić punkt wyjścia do bardziej profesjonalnego działania w zakresie reklamy.

Joanna P. Bierówka

INFORMACJA W ZARZĄDZANIU

Arkadiusz Potocki, Renata Winkler, Agnieszka Żbikowska: **TECHNIKI KOMUNIKACJI W ORGANIZACJACH GOSPODARCZYCH**, Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o., Warszawa 2003. S. 320.

Leszek Kiełtyka (red.), **MULTIMEDIA W BIZNESIE. GOSPODARKA ELEKTRONICZNA. MULTIMEDIALNE TECHNOLOGIE INFORMACYJNE. ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ. NAUCZANIE POPRZEZ MULTIMEDIA**, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków 2003. S. 464.

Popularność studiów związanych z zarządzaniem przedsiębiorstwami wywołała w ostatnich dziesięciu latach żywiołowy rozwój piśmiennictwa w tej dziedzinie. Warto więc w tym kontekście zwrócić uwa-

gę na książkę pt. „Techniki komunikacji w organizacjach gospodarczych” trojga autorów: Arkadiusza Potockiego, Renaty Winkler i Agnieszki Żbikowskiej oraz pracę pod redakcją Leszka Kiełtyki pt. „Multimedia w biznesie. Gospodarka elektroniczna. Multimedialne technologie informacyjne. Zarządzanie informacją. Nauczanie poprzez multimedia”.

Autorzy obydwóch prac w swych rozważaniach i analizach przyjmują założenie, iż komunikacja jest „faktem pierwotnym” dla wszystkich procesów społecznych, a więc i takich interakcji jak marketing, *public relations* i reklama. W przedsiębiorstwie ważna jest przede wszystkim informacja. To wartość niezbędna do podejmowania decyzji i wywierania wpływu na ludzi zarówno wewnątrz (pracowników) jak i na zewnątrz (kontrahentów i klientów) firmy.

We współczesnej gospodarce – podkreślają autorzy „Technik komunikacji w organizacjach gospodarczych” – główną rolę w robieniu interesów odgrywa przede wszystkim informacja, następnie kapitał, zaś dalsze miejsce zajmują zasoby materialne. Priorytetem w zarządzaniu staje się pozyskiwanie, gromadzenie, kopiowanie i dystrybucja informacji. Cały ten wysiłek na wolnym rynku skierowany jest głównie na klienta, bo jego „optymizm konsumpcyjny” ostatecznie przesądza o kondycji przedsiębiorstwa. Zachodzi więc pewne podobieństwo w funkcjonowaniu firmy z instytucjami medialnymi, w których ich sukces określa realizacja „prawa odbiorcy”, a nawet jego wyższość nad prawem nadawcy do tego, by być „dobrze poinformowanym”.

Zdolności do efektywnego komunikowania się, umiejętność zdobywania potrzebnych informacji i poziom zdolności adaptacyjnych stanowią o powodzeniu przedsiębiorstwa.

Warunkiem nowoczesnej gospodarki jest oczywiście odpowiednia „gospodarka elektroniczna” w przedsiębiorstwie, oparta na stosowaniu nowych technik informacyjnych. Internet i Intranet – to w ocenie autorów najbardziej obecnie nowoczesne formy systemowego komunikowania się firmy w obszarze marketingu, *public relations* i reklamy.

Reklama jako istotna składowa działań marketingowych została w tej pracy obszernie zaprezentowana. Omówiono więc jej

formy prasowe, radiowe, telewizyjne, kinowe, pocztowe, zewnętrzne i internetowe. Reklama internetowa (banery, guziki (*buttons*), pop-up, interstitials, oraz spotki reklamowe w poczcie elektronicznej), która coraz bardziej wypełnia cyberprzestrzeń i stara się zdyskontować doświadczenia informacyjno-perswazyjne jej wcześniejszych form, została tu szeroko omówiona.

W książce zwrócono uwagę także na kilka warunków skutecznej komunikacji systemowej w organizacjach gospodarczych, z których dwie kwestie wydają się autorom szczególnie ważne. Pierwsza z nich to sposoby badania wartości informacji i komunikowania się, druga zaś to wartość kontekstu kulturowego i interkulturowego, mogących w sposób kluczowy wpływać na efekty komunikowania w przedsiębiorstwie i jego otoczeniu, co przesądza rzeczywistość o jego ostatecznym sukcesie gospodarczym.

Zbliżoną tematykę porusza również tom pod redakcją Leszka Kiełtyki „Multimedia w biznesie”. Jego autorami są pracownicy i współpracownicy Katedry Informatycznych Systemów Zarządzania Politechniki Częstochowskiej. Tom ten jednak prezentuje bardziej nowoczesną wizję cyrkulacji informacji i komunikacji w przedsiębiorstwie, gdyż podejmuje się analizy tych zjawisk w organizacjach i przedsiębiorstwach, które już funkcjonują w cyberprzestrzeni. Prezentowane tutaj prace zakładają, że nowoczesne przedsiębiorstwo musi się znaleźć, wcześniej czy później, na globalnym rynku i jeśli chce odnosić sukcesy, musi podjąć konkurencję z podobnymi do siebie organizacjami na skalę ogólnoświatową.

Pozycja firmy na rynku globalnym, bez względu na jej wielkość, zależy od jakości i szybkości posiadanej informacji, którą gwarantuje jej multimedialna kompetencja komunikacyjna. I właściwie kolejne rozdziały tej pracy przedstawiają kroki, które firma i jej pracownicy muszą uczynić, by nieustannie mieć kompetencję do komunikowania multimedialnego.

„Multimedia w biznesie” bardzo szeroko omawiają związki pomiędzy umiejętnościami kierowania cyrkulacją informacji w Internecie, podejmowaniem decyzji inwestycyjnych, produkcyjnych oraz marketingowych, które powinny trafiać w preferencje i potrzeby klienta.

Obie prace zasługują na uwagę dziennikarzy i ludzi związanych z mediami, gdyż dostarczają sporo wiedzy obecnie niezbędnej do efektywnego komunikowania w globalizującym się świecie. Do jego istoty należy przecież dominacja interakcji wirtualnych, opartych na aktach komunikacji w cyberprzestrzeni, nad aktami interakcji społecznych w postaci tradycyjnych form komunikacji międzyludzkiej.

Ignacy S. Fiut

PODRĘCZNIK KOMUNIKOWANIA PUBLICZNEGO

Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, Otfried Jarren (Hrsg.): ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION. HANDBUCH KOMMUNIKATIONS- UND MEDIENWISSENSCHAFT. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2003. S. 607.

Niemiecka literatura medioznawcza wzbogaciła się o nową, interesującą i bardzo pożyteczną pozycję pomyślaną jako podręcznik komunikowania publicznego. Już we wstępie redaktorzy określili podstawowe cele książki. Po pierwsze, zwrócili uwagę, iż nauka o komunikowaniu i mediach należy do tzw. „późnych” dyscyplin naukowych, rozwijanych na bazie głównie socjologii i politologii, co powoduje konieczność doskonalenia jej struktury i ciągłego doprecyzowywania pojęć i definicji. Faza dyskusji i poszukiwań nie jest bynajmniej zakończona. Dlatego też pierwszym celem i zadaniem pracy jest dążenie do pokazania nie tylko jednorodnego obrazu komunikowania publicznego, lecz także pokazanie różnorodnych jego aspektów i możliwości podejść do problemów (s. 8). Po drugie, przed zespołem autorskim postawiono zadanie dalszego rozwijania i określania pól badawczych, obszarów dydaktycznych i analizowania możliwości stosowania w praktyce komunikacyjnej ustaleń naukowych. Po trzecie, podręcznik ma dawać czytelnikowi ogólną orientację w komunikowaniu publicznym jako procesie społecznym, i jako dyscyplinie naukowej.

Przez tytułowe „komunikowanie publiczne” (*Öffentliche Kommunikation*) rozumieją redaktorzy tomu proces zachodzący w sferze publicznej, a realizujący się najczęściej – aczkolwiek nie obligatoryjnie – za pośrednictwem mediów masowych. Świadomy wybór tego terminu wskazuje nie tylko na to, że niektóre procesy komunikacyjne nie są objęte węższym terminem „komunikowanie masowe” (np. wiele obszarów wewnętrznej i zewnętrznej komunikacji przedsiębiorstw i innych organizacji, ale przede wszystkim wskazuje, iż media w swym organizacyjnym wymiarze muszą być rozpatrywane jako istotna część i aktor życia publicznego. Innymi słowy, działalności mediów nie można sprowadzać tylko do pełnienia przez nie roli pośrednika w komunikacji społecznej, ale trzeba też widzieć je jako podmiot procesów społecznych i czynnik zmian społecznych.

O rozmachu przedsięwzięcia świadczy już chociażby liczba zaangażowanych autorów nie tylko z Niemiec, ale także z Austrii i Szwajcarii. Książka składa się z 32 rozdziałów napisanych przez 36 naukowców (4 rozdziały mają po dwóch autorów). Reprezentują oni wszystkie ważniejsze ośrodki uniwersyteckie niemieckojęzycznej Europy, m.in. Lipsk, Berno, Zürich, Monachium, Wiedeń, Hannover, Hamburg, Münster, Norymberga, Moguncja oraz szeroki wachlarz zainteresowań naukowych, m.in. teorię mediów, ekonomię mediów, *public relations*, korzystanie z mediów, komunikowanie polityczne, komunikowanie lokalne, historię mediów, komunikowanie międzynarodowe, psychologię mediów, metodologię badań medialnych, dziennikarstwo itd. Redaktorzy tomu podkreślają, że stanowiąc wkład w ogólnoeuropejską debatę na temat znaczenia i jakości komunikowania publicznego (masowego), kontynuuje on wcześniejsze publikacje na ten temat.

Część pierwsza (6 rozdziałów) zatytułowana „Pola badawcze procesu komunikowania publicznego” zbudowana jest w zasadzie zgodnie z formułą Lasswella. Otwierają ją rozdziały Otfrieda Jarrrena poświęcone uwarunkowaniom instytucjonalnym i organizacji komunikowania publicznego. Autor – obecnie dyrektor Instytutu Komunikowania i Badań Mediów Uniwersytetu w Zürichu – rozpatruje media w trzech wymiarach: po pierwsze, jako ka-

nały komunikacyjne, czyli system transportu informacji, po drugie, jako kompleks organizacji, czyli miejsce produkcji i dystrybucji informacji i po trzecie, jako instytucje rozpowszechniające normy i zasady życia społecznego oraz stabilizujące tym samym współczesne społeczeństwa. Rozpatruje też wiele zagadnień szczegółowych w zakresie organizacji pracy redakcji oraz organizacyjnych aspektów firm medialnych.

Martin Löffelholz, autor rozdziału poświęconego dziennikarstwu, skupia się głównie na teoretycznych aspektach dziennikarstwa oraz na badaniach empirycznych w tym obszarze. Omawia dotychczasowe historyczne próby syntetycznego ujmowania tej działalności społecznej, np. traktowania dziennikarstwa jako elementu kultury popularnej, jako sposobu produkcji (informacja jako towar), jako sposobu selekcji informacji czy też jako systemu społecznego. Porównuje też dziennikarstwo tradycyjne z dziennikarstwem sieciowym (np. pierwsze jest scentralizowane, drugie zdecentralizowane, w pierwszym struktura produkcji jest zamknięta, w drugim – otwarta). W pierwszej części znalazł się też rozdział dotyczący *public relations* napisany przez Güntera Benle. Omawia on samo pojęcie, historię oraz ważniejsze teoretyczne koncepcje ujmowania procesu. PR jako typu komunikowania publicznego i jako podsystemu systemu komunikowania. Autor bazuje głównie na pracach amerykańskich (J. Grunig, T. Hunt, J.G. Hutton, L.D. Wilcox), ale także na pokaźnym dorobku niemieckim (K. Meriten, M. Kunczik, P. Szyszka, H. Flieger).

Teoretycznymi zagadnieniami analizy zawartości zajmuje się Heinz Bonfadedelli. Sama zawartość mediów jest spletem wielu różnych czynników, które autor stara się poklasyfikować. Wpływ na zawartość wywierają czynniki społeczne (m.in. kultura polityczna, wolność mediów, polityka komunikacyjna, opinia publiczna, stopień integracji społecznej), instytucjonalne (m.in. technika pracy medialnej, cele instytucji medialnej, rynek pracy dziennikarskiej, cenzura wewnątrzredakcyjna), profesjonalne (m.in. normy zawodowe, zasady etyczne, standardy zbierania informacji), a także subiektywne (motywy zawodowe, obraz publiczności, wartości i nastawienia dziennikarzy). Problem zawartości wiąże się z problemem rekonstrukcji rzeczywistości,

tożę jednym z ważniejszych kierunków badań może i powinno być badanie tendencji-ności (ang. „bias”), czyli relacji między rzeczywistością a rzeczywistością medialną, oraz selekcji informacji („gatekeeping”). Bonfadelli skupia się też na problematyce jakościowej i ilościowej analizy tekstów.

Problemy teorii publiczności omawia Uwe Haserink w rozdziale „Nutzungsforschung”. Analizuje kilka zagadnień szczegółowych: wyjaśnia podstawowe terminy z tego zakresu, jak np. „korzystanie z mediów”, „publiczność” czy też „wybór mediów”, omawia światowy stan badań w tej dziedzinie, teoretyczne i techniczne zagadnienia mierzenia publiczności, analizuje motywy korzystania z mediów oraz zagadnienia recepcji treści medialnych, czyli stosunki między tekstem a odbiorcą. Część pierwszą kończy typowo podręcznikowy wykład Hansa-Bernda Brosiusa poświęcony skuteczności oddziaływania mediów.

Część druga zatytułowana „Subdyscypliny nauki o komunikowaniu” zawiera 16 rozdziałów. Nie sposób wszystkich tutaj omówić, dlatego też zwrócimy uwagę na charakterystyczne kierunki refleksji odpowiadające w istocie systematyce i strukturze nauki o komunikowaniu. Kierunek pierwszy dotyczy teoretycznych podstaw nauki o komunikowaniu. Dla przykładu, Roland Burkart analizuje samo pojęcie „Kommunikation”, istotę komunikacji jako procesu, jego społeczne uwarunkowania, teorię działania komunikatywnego J. Habermasa oraz problem „wspólnot elektronicznych” (*elektronische Gemeinschaften*). Wykład ten posiada z pewnością wiele walorów poznawczo-dydaktycznych, stanowi próbę syntezy całości problematyki. Kierunek drugi przedstawia rolę w nauce o komunikowaniu masowym takich dyscyplin jak politologia (Gerhard Vowe), ekonomia (Gabriele Siegert), psychologia (Karin Böhm-Dürr), pedagogika (Bernd Schorb). Kierunek trzeci zawiera dwa rozdziały poświęcone poszczególnym typom mediów: prasie i mediom elektronicznym. Analizują one współczesną rolę mediów drukowanych. Rudolf Stöber – po przeanalizowaniu podstawowych pojęć – wiele miejsca poświęca problemowi koncentracji, który postrzegany jest zarówno w kategoriach ekonomicznych, jak i politycznych. Tekst zawiera wiele danych statystycznych. Klaus

Bech w artykule „Elektronische Medien” omawia historię rozwoju radia i telewizji, (osobno sektor prywatny i publiczno-prawny) oraz filmu i Internetu w Niemczech. Zwraca też uwagę na istnienie radia obywatelskiego i otwartych kanałów w telewizji jako na przejawy demokratyzacji całego procesu nadawczego. W części drugiej zamieszczono również rozdziały poświęcone systemom medialnym w Austrii i Szwajcarii. Zakres poruszanych w tej części zagadnień jest niezwykle szeroki, a poszczególne wątki wiążą się ze sobą.

Część trzecia pt. „Dziedziny i obszary nauki o komunikowaniu masowym” zawiera 12 rozdziałów. Ich przedmiotem jest komunikowanie polityczne (Winfried Schulz), komunikowanie lokalne (Michael Haller), komunikowanie *on-line* (Patrick Rössler), komunikowanie międzynarodowe (Miriam Meckel, Klaus Kamp), komunikowanie reklamowe (Guido Zurstiege, Siegfried J. Schmidt). Inne rozdziały są poświęcone kulturom medialnym, zarządzaniu mediami, ryzyku komunikacyjnemu, problematyce kobiecej w mediach i komunikowaniu organizacyjnemu.

Część ta – podobnie jak dwie poprzednie – ma charakter teoretyczny. Zmniejsza niedostatek tego typu rozważań, widoczny także w polskiej literaturze medjoznawczej. Dotyczy to zwłaszcza rozdziałów M. Hallera i W. Schulza.

Dla tak szerokiego zagadnienia, jakim jest komunikowanie publiczne, ważny jest sam podział problematyki. Cała książka uzmysławia strukturę dyscypliny i różne jej traktowanie przez różnych autorów. Wyraźny nacisk położony zostaje na media, stanowiące oś, wokół której obracają się szczegółowiej traktowane zagadnienia. Omawiana praca jest syntetycznym ujęciem dorobku współczesnego, ale też odwołuje się do osiągnięć badaczy wcześniejszych okresów. Pokazuje wyraźnie interdyscyplinarność komunikowania publicznego jako nauki i jednocześnie uzmysławia rosnący stopień skomplikowania materii, do której wyjaśniania muszą być zaangażowane coraz liczniejsze, wieloosobowe zespoły badaczy. Wartość naukowa, dydaktyczna i dokumentacyjna książki jest bezsporna.

Stanisław Michalczyk

TRANSFORMACJA LOKALNIE

MEDIA W PROCESIE TRANSFORMACJI NA PRZYKŁADZIE WŁOCŁAWKA. Materiały z konferencji naukowej Włocławek, 21 czerwca 2001 r., pod red. Wiesława Końskiego, Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna, Włocławek 2003. S. 173.

Dziewięćdziesiąta piąta publikacja Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku to plon konferencji naukowej zorganizowanej w tym mieście 21 czerwca 2001 r. na temat: *Media w procesie transformacji na przykładzie Włocławka*. Celem konferencji, jak zaznaczono we wstępie, było *ukazanie zmian w lokalnej i regionalnej prasie, radiu i telewizji w latach 1990–2001, wskazanie na nowe zjawiska i procesy w dziennikarstwie, zaakcentowanie zmian zawartości i funkcji społecznych prasy, zwrócenie uwagi na zmiany struktur organizacyjnych i własnościowych w mediach*. Plan ten starało się zrealizować trzynastu autorów, spośród których dwunastu poświęciło swoje teksty mediom Włocławka i regionu kujawsko-pomorskiego. Zamierzeń organizatorów nie spełnił chyba referat Marty Brodzik o szczyteńskim *Kurku Mazurskim* – piśmie wysoko cenionym, ale w regionie warmińsko-mazurskim. *Kurek* z całą pewnością wart jest charakterystyki, oceny i porównań z innymi czasopismami lokalnymi, ale zaprezentowany referat zdecydowanie nie mieścił się w temacie włocławskiej konferencji i rozbił też układ materiałów pokonferencyjnych.

W prezentowanym tomie wprowadzeniem do całości rozważań o współczesnej prasie Włocławka jest tekst Ryszarda Jarzembowskiego „Z dziejów włocławskiej prasy (1884–1990)”, w którym autor, w sposób niezwykle syntetyczny, przedstawił historię czasopiśmiennictwa w tym mieście, od *Ogłoszeń Handlowych* z lat 1884–1886 po prasę NSZZ „Solidarność” z lat 80. Jarzembowski nie ograniczył się jedynie do charakterystyki formalnej opisywanych periodyków, ale wskazał również ich wpływ na kształtowanie świadomo-

ści narodowej i zaprezentował sylwetki najwybitniejszych dziennikarzy i redaktorów. Kolejny referat wygłoszony na włocławskiej konferencji nosił tytuł „Informacja lokalna na łamach prasy codziennej kierowanej do mieszkańców Włocławka w latach 1990–2001 – rekoniesans”, a wygłoszony został przez Justynę M. Dąbrówską. Badaniem objęto treści zamieszczone na łamach czterech periodyków: *Gazety Wyborczej* (oddział Włocławek) – prezentującej aktualności z regionu, *Ilustrowanego Kuriera Polskiego*, *Gazety Kujawskiej* i *Nowości Włocławskich*. W praktyce – co być może miało odzwierciedlać zawarte w tytule referatu słowo „rekoniesans” – autorka ograniczyła się do charakterystyki czterech badanych tytułów i rekonstrukcji (niezwykle pobieżnej nawet jak na warunki konferencyjnego referatu) obrazów Włocławka w *Gazecie Kujawskiej* i *Nowościach Włocławskich*.

Aleksander Lewandowski, redaktor naczelny *Życia Włocławka* – pisma stworzonego przez Radę Miasta, zajął się relacją lokalnych środków masowego przekazu a funkcjonowaniem samorządu, uznając, co nie bardzo przekonuje, że periodyki lokalne nie są „tubą propagandową organu samorządowego”, bowiem czytelnik im na to nie pozwoli. Z kolei Stanisław Stanowski, członek redakcji tego samego czasopisma, szczególnie uwagę zwrócił na związku tego pisma z samorządem i jego rolę w funkcjonowaniu władz miejskich. W konsekwencji, mniej jaskrawie niż jego szef, stwierdził: *Z pewnością całkowita niezależność prasy jest wartością wyjątkowo pożądaną. Czy jednak możliwe stanie się jej całkowite osiągnięcie? Przykład prasy samorządowej udowadnia, jak jest to trudne. Choć trzeba przyznać, że wydawnictwa samorządowe są jaskrawym przykładem uczciwości właśnie przez oficjalne informowanie o tym komu podlegają, kto jest ich wydawcą*.

Kolejne trzy teksty zamieszczone w omawianym zbiorze poświęcone zostały periodykom społeczno-kulturalnym, kościelnym i parafialnym. Jan Bełkot, badacz prasy społeczno-kulturalnej regionu kujawsko-pomorskiego przedstawił periodyki tego typu wydawane w latach 1990–2000. Ks. Antoni Poniński zaprezentował kościelną prasę Włocławka, a Stanisław Stanowski zajął się włocławską

prasą parafialną w latach 1991–2001. Szczególnie wartościowe wydaje się zebra- nie i scharakteryzowanie prasy parafialnej, bowiem są to wydawnictwa często „zaczy- tywane” przez wiernych, ulegające rozpro- szeniu i nie gromadzone, nieraz z winy sa- mych wydawców, w bibliotekach, nawet regionalnych.

Komunikowanie masowe to obok prasy również radio i telewizja, które zagościły w regionie kujawsko-pomorskim w postaci regionalnych rozgłośni, lokalnych stacji ra- diowych, regionalnej i kablowej telewizji. Radio PiK w trakcie konferencji zaprezen- tował Grzegorz A d a m c z e w s k i, lokalne stacje radiowe we Włocławku scharaktery- zował Mirosław Ś w i d e r e k, obraz Włocławka w programach Oddziału Tereno- wego TVP SA w Bydgoszczy zrekonstru- ował Mariusz G u z e k, a działalność telewi- zji kablowej „Kujawy” omówił Marek W o j t k o w s k i.

Uzupełnieniem tomu, niezwykle cen- nym i wzbogacającym naszą wiedzę o stanie prasy włocławskiej, jest sporządzona przez

Barbarę Z i ó ł k o w s k ą bibliografia prasy Włocławka w latach 1945–2002. Autorce udało się zarejestrować 104 tytuły pism i mimo pewnych braków, czego autorka jest świadoma, powstało najpełniejsze obecnie zestawienie prasy tworzonej i wydawanej we Włocławku po wojnie. Jest to materiał informacyjny, porządkujący i służący do dalszych badań nad wydawnictwami perio- dycznymi miasta

Paweł C h u r s k i w rozpoczynającym obrady „Przemówieniu powitalnym” wyra- ził nadzieję, że *konferencja przetrze drogę do dalszych badań, których zwieńczeniem stanie się być może w niedalekiej przyszłości monografia prasy i mediów elektronicznych Włocławka po II wojnie światowej*. Włocławek ze swym imponującym dorobkiem prasowym zasługuje na monografię poświę- coną dziejom i funkcjonowaniu mediów w mieście, a prezentowany tom z pewnością jest pierwszym krokiem do realizacji tych planów.

Grażyna Gzella

Dorota Terakowska (1938–2004)

Pochodziła z rdzennie krakowskiej, solidnej rodziny mieszczańskiej. Dziadek Franciszek Salezy był właścicielem drukarni i intrologatormi, wydawcą m.in. kalendarzy kościelnych. Ojciec Marian, żonaty z Anną z Chodackich, miał fabryczkę ozdób z kości słoniowej i srebra (po wojnie był cukiernikiem, potem urzędnikiem). W 1937 r. państwo Terakowscy adoptowali noworodką Annę. Gdy 30 sierpnia 1938 r. urodziła im się córka, dostała imię Barbara.

Wczesnie odezwała się w niej natura buntownicza. Po ukończeniu szkoły podstawowej muzycznej usuwano ją dyscyplinarnie z trzech liceów. Swe zainteresowania i zamiłowania realizowała w kręgach młodzieżowej „bohemy” (w prasie reżimowej nazywanej „młodzieżą bananową”) – w powstałej w 1956 r. „Piwnicy pod Baranami” (gdzie czas jakiś prowadziła bar i wykonywała dwie piosenki), w klubie jazzowym „Helikon”, na wieczorach literackich w studenckim „Żaczku” i Kole Młodych ZLP, w snobistycznym (określenie Leszka Długosza) i rozdyskutowanym SAiW. Była też girlsą w kabarecie Wiesława Dymnego „Remiza” (1961–1962) w studenckich „Jaszczurach”. Jako nastolatka samowolnie i ostatecznie odrzuciła imię Barbara (przetrwało tylko w aktach osobowych) i nazwała się Dorotą.

Podobno Piotr Skrzynecki nakłonił ją do zdobycia matury w liceum dla pracujących, podobno „piwnicznianie” wymyślili dla niej studia socjologiczne na UJ (dyplom 1965). Tam wypatrzyła ją dyrektor Ośrodka Badań

Prasoznawczych, Irena Tetelowska, mająca niezwykle dar skupiania „młodych zdolnych” wszelkich specjalności uprawianych w OBP. Dorota uczestniczyła w paru wieczorach dyskusyjnych i badaniach ankietowych Ośrodka, w ZP 1964 nr 4 omówiła World Radio TV Handbook. (W dokumentacji: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa” w Krakowie 1956–1966, wymieniona mylnie jako Danuta.)

Wzięła ślub z muzykiem jazzowym Andrzejem Nowakiem, po roku (1964) powiła córkę Katarzynę. To małżeństwo jednak nie przetrwało długo. Drugi związek z dziennikarzem telewizyjnym Maciejem Szumowskim był dogonny (formalny ślub wzięli po 35 latach pożycia, w 2002 r.); ich córka Małgorzata (ur. 1973) jest uznaną reżyserką filmową.

Po studiach Dorotę zatrudniała (1965–1968) Pracownia Socjologii Kultury Krakowskiego Domu Kultury w Pałacu pod Baranami. Jednak nie socjologia okazała się jej powołaniem. W 1962 r. debiutowała na łamach *Przekroju*. W 1969 została dziennikarką *Gazety Krakowskiej*. Zaczynała jak wielu, od skromnych bieżących sprawozdań, ale szybko weszła do czołówki publicystów, uprawiających najambitniejszy i najbardziej ceniony gatunek – reportaż. Lecz wiele jej tekstów, wysyłanych na konkursy rozpisywane przez czołowe czasopiśma, nie ukazywało się w druku: były niecenzuralne. W 1970 r. wstąpiła do PZPR. Po latach wyznała Renacie Radłowskiej: „Wierzyłam, że skoro już musi być socjalizm, to

można go robić dobrze”. Swój warsztat dziennikarski uprawiała tak bardzo dobrze, iż od 1976 przyjęto ją jako publicystkę-reportażystkę na drugi etat do *Przekroju* – co wtedy oznaczało najwyższą nobilitację zawodową. Ale to nie *Przekrój* nadawał rangę Terakowskiej – to teksty Doroty otwarły dla niej łamy ekskluzywnego dla autorów tygodnika.

Potrafiła być bezkompromisowa i ta postawa bywała w stanie wojennym obiektem ostrych ataków dziennikarzy, zwłaszcza za jej działalność w Wojewódzkiej Komisji Kontroli Partyjnej. Wiele lat później odpowiadała na te zarzuty w programie Telewizji Krakowskiej. Od 1971 r. w Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich, nader aktywnie działała od burzliwej jesieni 1980 r. do rozwiązania Stowarzyszenia po ogłoszeniu stanu wojennego; potem uczestniczyła w jego strukturach podziemnych (po reaktywacji SDP w 1989 r. członkostwa wnet poniechała). W okresie społecznego buntu 1980/1981 emanowała aktywnością osobistą i publicystyczną. Rozgłos zyskiwały zwłaszcza jej reportaże o protestujących hutnikach Nowej Huty, do których umiała się dostać, mimo blokady milicyjnej, na całe dnie i noce. Trybuną jej wypowiedzi była *Gazeta Krakowska* – jedyny polski dziennik (i to organ partyjny), znajdujący echo i uznanie światowe za jednorodnej redakcji jej męża, Macieja Szumowskiego. Z drugiej strony *Gazeta* była solą w oku partyjnego „betonu”. W partii Terakowska należała do grupy skrajnych liberałów, popierała frakcyjne „poziomki” (konceptę poziomych porozumień organizacji członkowskich niezależnie od aparatu wyższych instancji). Opoowiadała się za porozumieniem tej orientacji partyjnej z umiarkowanym skrzydłem „Solidarności”. Miała poważny udział w emancypacji SDP spod partyjnej dyrygentury.

W stanie wojennym stanęła do obywatelskiej (jeśli się chciało trwać w zawodzie) weryfikacji dziennikarzy jako pracownik *Przekroju*. Naczelny redaktor tego pisma potwierdza, że przed weryfikującym gremium z całą mocą zademonstrowała swój charakter. Decyzja komisji była najpewniej podyktowana ogólnie: Terakowska została zaklasyfikowana negatywnie. Sama określała to jako „Berufsverbot” – zakaz wykonywania zawodu. Miała rację, mimo że już po kilku miesiącach rozsądni towarzysze

z Krakowskiego KW umożliwili jej zatrudnienie w *Zeszytach Prasoznawczych* (w większości źródeł rok angażu podaje się błędnie). Dla reportażystki, publicystki, komentatorki codzienności etat w kwartalniku prasoznawczym był oczywistym kagańcem – zesłaniem w dziennikarski niebyt. W dodatku Stefan Olszowski, wpływowy członek Biura Politycznego i sekretarz KC PZPR zadysponował, by „siedziała cicho i nic nie pisała”. Oczywiście wyrzucono ją z partii.

Myśleliśmy, że ta „zsyłka na przeczekanie” w *ZP* nie będzie długa. Trwała aż siedem lat. Nazwisko Dorota Terakowska wprowadziliśmy od razu do stopki redakcyjnej w numerze 1–2/1982 i pozostało tam do numeru 3/1989, gdy w połowie tego roku przeszła na rentę. Na łamach *Zeszytów* pisała tyle, ile było możliwe. Oto lista jej publikacji:

– Michał Radgowski: *Polityka* i jej czasy (recenzja krytyczna, 1982 nr 3 s. 104–106);

– Daria Nałęcz: Zawód dziennikarza w Polsce 1918–1939 (recenzja, 1983 nr 1 s. 101–103);

– Wiesław Władysław: Krew na pierwszej stronie. Sensacyjne dzienniki Drugiej Rzeczypospolitej (recenzja, 1983 nr 2 s. 106–108);

– Elżbieta Kwade: Rola magazynów prasowych w komunikacji literackiej (recenzja, 1984 nr 1 s. 114–116);

– Pisali o nas (przeгляд opinii o *ZP* w stu numerach pisma, 1984 nr 2 s. 88–100);

– Jadwiga Izdebska: Miejsce i funkcje wychowawcze środków masowego oddziaływania w czasie wolnym dzieci (recenzja, 1984 nr 2 s. 150–153);

– Posiedzenie Rady Redakcyjnej *ZP* (sprawozdanie, 1987 nr 1 s. 150–151);

– Felieton: temat (i kłopot) dla prasoznawcy (opracowanie nadesłanych opinii o gatunku, 1987 nr 3 s. 41–51);

– Hodowla zaangażowanych ignoranców (wypowiedź w dyskusji o szkolnictwie dziennikarskim w PRL, 1988 nr 3 s. 51–56);

– 30-lecie czasopism OBP (Posiedzenie Rady Redakcyjnej; Sesja naukowa – sprawozdanie, 1988 nr 3 s. 155–159).

Staraliśmy się wykorzystać jej dziennikarskie umiejętności. W dwu ostatnich latach kierowała działem recenzji – wertowała nabytki biblioteki OBP, typowała recenzje

tów. Uczestniczyła w bieżących pracach redakcji, zebraniach kolegium, proponowała tematy artykułów. Nadzwyczajny talent okazywała przy redagowaniu tekstów, potrafiła je skrać o połowę i jeszcze więcej, nadając im zwartość i klarowność. Bywało, że autorzy nie radzący sobie z własnym tworzywem dziękowali (anonimowemu dla nich) redaktorowi za „staranne przygotowanie materiału do druku”.

W porównaniu do zarobków w *Gazecie Krakowskiej* i *Przekroju* wynagrodzenie w *ZP* miało nader skromne. Dorabiała na utrzymanie domu fantazyjnie dzianymi swetrami. Pod jednym względem karna zsyłka do *ZP* stała się jej wielką wygraną: nadmiar wolnego (przy jej temperamencie twórczym!) czasu wykorzystwała na pisanie książek. Niepotrzebnie jednak rozpowiadała o możliwej edycji i otrzymanej zaliczce. Niechętni jej i asekuranci w dyrekcji Krakowskiego Wydawnictwa Prasowego zaczęli naciskać (może pod wpływem KW partii?), żeby ją zwolnić – skoro „tyle zarabia na książkach”. Udało nam się ją utrzymać w redakcji, aż z własnej woli przeszła na rentę w połowie 1989 r. Wcześniej, w 1985 r. miała sceniczną prapremierę w krakowskim Teatrze „Groteska” widowiskiem „Cyrk Bumstarara” współautorstwa Władysława Jaremy, z opracowaniem muzycznym Włodzimierza Lecha i scenograficznym Gwidona Miklaszewskiego.

Zaraz po przełomie politycznym wróciła do *Przekroju*, tworząc stały felieton „Między PRL-em a Rzeczpospolitą” – zdaniem redaktora naczelnego Mieczysława Czumy „rejestrujący podmucho najwyczejniejszej codzienności”. Na lata 1996–1999 wybrana została na wiceprezesa Spółdzielni Dziennikarzy „Przekrój”. W środowisku prasowym było jej wszędzie pełno. W 1990 uczestniczyła w zakładaniu dziennika *Czas Krakowski* i publikowała w nim; redagowała *Dekadę Literacką*; jakby wszystkiego było mało, przez rok była redaktorem seryjnych komiksów „Pogromca – The Punisher” oraz „Człowiek pajak – The Amazing Spiderman”. W latach 1991–1996 wróciła do *Gazety Krakowskiej*, do 1994 pełniła funkcję zastępcy redaktora naczelnego.

Stopniowo odchodziła jednak od dziennikarstwa. Pisała książki. Zbiór „Próba generalna” jakby podsumował jej plon reporterski. „Guma do żucia” to autobiografia,

z krytyczno-satyrycznym „kluczem” do *Gazety Krakowskiej*. Ten tekst drukował też *Miesięcznik Literacki*, którego redaktor Andrzej Kuśniewicz gorąco zachęcał Dorotę, by rzuciła dziennikarstwo i nie marnowała talentu powieściopisarskiego. Trudno o trafniejszą opinię. Wszystkie jej książki cieszyły się wzięciem, nie brakło wielu wznowień i bestsellerów. Zaczęła od książek dla dzieci i młodzieży, z czasem coraz więcej pisała dla dorosłych (o ile taka klasyfikacja ma w ogóle sens). Wykaz jej publikacji książkowych i wznowień jest imponujący:

– Reportaże: w t. 11 serii Ekspres reporterów 1979; w antologiach „Corrida po polsku” 1979; „Jedno polskie życie i inne reportaże” 1980; tom własny „Próba generalna” 1983;

– „Guma do żucia” 1986 (poza cenzurą w Oficynie NOWA);

– „Babci Brygidy szalona podróż po Krakowie” 1986, 2003 (bajka dla dzieci, a w opinii autorki – jej debiut literacki);

– „Władca Lewawu” 1989, 1996, 1998, 2002 (lektura szkolna, w ankiecie nauczycieli i bibliotekarzy w „złotej 10” lektur);

– „Córka czarownicy” 1991, 1997, 1998, 2002 (w tymże roku tłum. czeskie „Dcera čarodejek”) – „książka roku” 1992 Polskiej Sekcji International Board on Book for Young People, 1994 na światowej honorowej liście im. Andersena;

– „Lustro Pana Grymsa” 1995 (nagroda dziecięcego jury Małego Donga w konkursie fundacji „Świat Dziecka”), 1998;

– „W krainie kota” 1996, 1999, 2002;

– „Samotność Bogów: baśń nie nowa i nie stara” 1998, („książka roku” IBBY), 2000;

– „Tam gdzie spadają anioły” 1999 („książka roku” polskiej sekcji IBBY), 2002;

– „Poczwarka” 2001;

– „Dzień i noc czarownicy” 2003;

– „Ono” 2003 (wspólny pomysł Doroty – jako powieść, i córki Małgorzaty Szumowskiej – jako scenariusz filmowy);

– „Być rodziną, czyli jak budować dobre życie swoje i swoich dzieci” (rozmowy z psychiatrą prof. Jackiem Bombą) 2003, t. 2 pośmiertnie 2004.

Złożona nowotworem, do końca wierzyla w wyzdrowienie. Zmarła w niedzielny wieczór 4 stycznia 2004. W pochówku na cmentarzu Rakowickim w Krakowie towa-

rzyszyły jej tłumy przyjaciół i znajomych. Słowa pożegnania wygłosił dominikanin o. Andrzej Klóczowski i Bogusław Żurkowski, prezes krakowskiego oddziału Stowarzyszenia Pisarzy Polskich, do którego należała od 1989 r.

Wykorzystano (korygując nieściśności): informator Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa” w Krakowie 1956–1966; Władysław Tyrąński: Kto jest kim w Krakowie. Krakowska Agencja Informacyjna 2000; Pisarze pod Wawelem. Członkowie krakowskiego oddziału Stowa-

rzyszenia Pisarzy Polskich. „Universitas” 1992; Słownik literatury dziecięcej i młodzieżowej. Zakład Narodowy im. Ossolińskich 2002; Katalog Biblioteki Narodowej w Warszawie; wspomnienia prasowe w *Dzienniku Polskim*, *Gazecie Krakowskiej*, *Gazecie Wyborczej* (Kraków) z 6 stycznia 2004; Renata Radłowska: Zabrali mi Anioła. *Gazeta Wyborcza* (Kraków) z 9 stycznia 2004; informacja Janusza Marcjana (ostatniego prezesa Spółdzielni Dziennikarzy „Przekrój”), Andrzeja Rusinka (tłumacza serii komiksów od 1990 r.), inf. własne autora.

Paweł Dubiel

Media krajów Grupy Wyszehradzkiej w nowej Europie Konferencja prasoznawcza w Rzeszowie (20 października 2003 r.)

Organizatorami tej konferencji były: Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ, Katedra Politologii Uniwersytetu Rzeszowskiego, Wyższa Szkoła Zarządzania w Rzeszowie i Studium Dziennikarstwa Uniwersytetu Rzeszowskiego. Celem Konferencji było omówienie roli prasy we współczesnym świecie, w którym zachodzą głębokie procesy transformacji ustrojowej oraz integracji europejskiej. Szczególnie zaangażowani w prace organizacyjnych byli dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ oraz dr Wojciech Furman reprezentujący Studium Dziennikarstwa Uniwersytetu Rzeszowskiego i Wyższą Szkołę Zarządzania w Rzeszowie.

Udział w Konferencji z referatami zgłosiło łącznie czternaście osób z: Uniwersytetu La Sapienza w Rzymie, Uniwersytetu w Brnie, Uniwersytetu w Pradze, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu Rzeszowskiego, Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie, Akademii Pedagogicznej im. KEN w Krakowie, Akademii Świętokrzyskiej im. J. Kochanowskiego w Kielcach. W Konferencji brali udział przedstawiciele Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Polskiej Agencji Prasowej w Pradze, redakcji *Gazety Krakowskiej*, *Angory* w Warszawie oraz Plus Radio w Kielcach. Konferencja odbyła się pod patronatem Radia Rzeszów SA.

Obrazy uroczyste otworzyli: rektor Uniwersytetu Rzeszowskiego – prof. dr hab.

Włodzimierz A. Bonusiak oraz kanclerz Wyższej Szkoły Zarządzania i Komunikacji Społecznej – dr Krzysztof Kaszuba.

Referat otwierający obrady pt.: „Społeczeństwa krajów Grupy Wyszehradzkiej wobec Unii Europejskiej” wygłosiła Teresa Sasińska-Klas (UJ Kraków); wskazała na zachodzące przemiany mediów na tle zmian politycznych i społecznych, podkreślając, że proces ten jest zjawiskiem ciągłym. Grupa Wyszehradzka w procesie integracji regionalnej bierze udział w globalizacji, „a zjawisko to jest nie tylko szansą wyrównywania zapóźnienia cywilizacyjnych, ale też płaszczyzną dla tworzenia się społeczeństwa informacyjnego”.

Następnie Fabio Gilgioni (Uniwersytet La Sapienza w Rzymie) omówił media włoskie w Unii Europejskiej, zwracając szczególną uwagę na starania społeczeństwa włoskiego o przygotowanie ustawy o mediach. Media włoskie od lat 70. znajdują się w procesie ciągłych reform i przemian pod kontrolą państwa i to zarówno na szczeblu centralnym, jak i lokalnym. Omówił również sytuację prawno-organizacyjną i zasady funkcjonowania telewizji naziemnej, kablowej i satelitarnej, prawa prasowego i przygotowywane ujednolicenie przepisów medialnych obejmujących nie tylko prasę, radio, telewizję, ale również Internet, przemysł muzyczny oraz filmowy, zgodnie z wymaganiami Unii Europejskiej.

Kolejnym wystąpieniem był referat Svaty Navratilovej (Uniwersytet w Brnie) „Aktualne problemy czeskich me-

diów do roku 2000”. Autorka przedstawiła czeskie media na tle mediów w Europie Środkowej i Wschodniej, kierując uwagę na kwestie polityki medialnej i prawa medialnego przystosowanego do wymagań Unii Europejskiej. W czeskich mediach mają miejsce m.in. kryzysy kadrowe w telewizji, cykliczne zmiany dyrektorów Rady do Spraw Radia i telewizji i inne zjawiska, które opóźniają porządkowanie tych spraw. W Czechach, podobnie jak w Polsce trwa publiczna dyskusja na temat roli i funkcji mediów publicznych i prywatnych, kosztów utrzymania mediów, roli reklamy i innych. Ponieważ nie ma dotąd ustawy medialnej, żywiłowo rozwija się rynek mediów prywatnych. Regulatorem tych zjawisk jest Komisja do Spraw Etyki Mediów.

Członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji – Tomasz Goban-Klas mówił na temat Regulacji radiofonii w krajach Grupy Wyszehradzkiej w kontekście prawa konstytucyjnego i ustaw o radiofonii i telewizji w państwach wchodzących w skład Grupy. Konstytucja w Polsce nakłada obowiązek – mówił – „ochrony wolności słowa, prawa do informacji każdego obywatela, dbania o pluralizm mediów i pluralizm odbiorców, ale pluralizm nie jest tym samym, co konkurencja”.

Wystąpienie Zofii Sokół (Świętokrzyska Akademia Pedagogiczna) „Prasa województwa podkarpackiego w służbie regionu w latach 1989–1998” było poświęcone lokalnym mediom drukowanym. Autorka omówiła stan liczbowy i rozwój prasy i czasopism na obszarze dawnych województw krośnieńskiego, przemyskiego, rzeszowskiego i tarnobrzeskiego, obecnie (po reformie administracyjnej w 1999 r.) wchodzących w skład województwa podkarpackiego. W tym czasie na omawianym obszarze ukazywało się ponad 200 tytułów wydawnictw periodycznych, pokazały się nowe, nieznanne dotąd rodzaje i typy, zwiększyła się liczba tytułów prasy codziennej. Nadal brak jednak takiego regionalnego czasopisma społeczno-kulturalnego, jakim w minionym okresie były *Profile*, a dotychczasowe próby utworzenia takiego pisma nie powiodły się. Rozwinęła się prasa sublokarna związana z gminami, zakładami pracy, organizacjami społeczno-politycznymi, uczelniami, szkołami i parafiami, rozwinęły się wydawnictwa periodyczne o charakterze

reklamowo-ogłoszeniowo-informacyjnym, które po reformie administracji w 1999 roku uległy likwidacji.

Ryszard Niemiec (*Gazeta Krakowska*) przedstawił „Kapitał zagraniczny w polskich mediach. Doświadczenia redaktora naczelnego na przykładzie *Gazety Krakowskiej*”. Transformacja tego dziennika w latach 1989 – 1990 była bardzo trudna i złożona, gdyż *Gazeta Krakowska* zaliczała się do periodyków związanych z „minionym reżimem politycznym, a to właśnie *Gazeta Krakowska* złamała monopol partii na informację”. Ale też później *Gazeta Krakowska* w opinii czytelników z „funkcji reformatorskiej – przekształciła się w instrument betonowej publicystyki PZPR-owskiej”. W środowisku tradycyjno-konserwatywnym oznaczało to dla gazety katastrofę: nakład spadał z numeru na numer, zwroty rosły, tysiącami odchodzili czytelnicy, toteż redakcja stanęła wobec decyzji ogłoszenia likwidacji lub zawieszenia. Z pomocą przyszedł kapitał zagraniczny i po różnych perypetiach *Gazeta Krakowska* weszła w skład koncernu Passauer Neue Presse. Bez zastrzyku kapitału zagranicznego *Gazeta Krakowska* nie miałaby szans przetrwania, nie mówiąc już o modernizacji, rozwoju i reformach. Referent zakończył swoją refleksję, że gdyby nie kapitał zagraniczny, wiele tytułów w Polsce uległoby likwidacji. Kapitał zagraniczny był potrzebny, dał w Polsce wielu ludziom pracę w redakcjach, nowo utworzonych drukarniach, w dystrybucji prasy i nowych systemach kolporterskich, a czytelnikom ich ulubioną prasę, do której od lat przywykli.

Następnym wystąpieniem był referat Edwarda Chudzińskiego (z Akademii Pedagogicznej w Krakowie) pt.: „Tożsamość pism regionalnych”, w którym autor ustosunkował się do pojęć „regionalizm, lokalizm oraz „prasa regionalna, lokalna, sublokarna”. W prasoznawstwie funkcjonuje termin „prasa regionalna”, stosowany zamiennie z określeniem „prasa wojewódzka” – w znaczeniu „prasa regionu wyznaczonego granicami administracyjnymi”. Pojęcie to pojawia się szczególnie po reformie administracyjnej kraju w 1999 r., gdy szereg mniejszych województw weszło w skład większych, tworząc region. Po przystąpieniu do Unii Europejskiej pojęcie regionalizmu nabierze jeszcze innego znaczenia, po-

nieważ kiedyś być może będzie to „Europa regionów”, bądź „Europa z regionami”. Dla polskich mediów powstanie nowy punkt odniesienia: obok pojęć „prasa centralna, lokalna, sublokalna” powstaną nowe: organy „Unii Europejskiej”. Podstawą staną się regiony, a rolą prasy regionalnej stanie się integracja. Powstaną nowe regiony, nowe pojęcia prasy regionów unijnych, wykształcą się nowe ośrodki komunikacji społecznej: terytorialne, międzyterytorialne, transgraniczne. Wytworzą się również nowe funkcje mediów: mobilizująca, promocyjna, inicjatywna i inne.

Wystąpienie Wojciecha Furmana (Uniwersytet Rzeszowski) nosiło tytuł „Europejski wymiar regionalnej gazety codziennej”. Autor zastanawiał się nad tym, czy gazeta regionalna ma charakter europejski, jak również co oznacza pojęcie „wartości europejskie” dla Polaków i ich przeszłości historycznej. Utrata niepodległości państwowej i wiekowe rozbiory odbiły się na psychice Polaka: „korelatem patriotyzmu nie jest dla niego państwo, lecz raczej naród, terytorium i kultura” oraz więzy religijne postrzegane jako szansa „na utrzymanie spistości i tożsamości społeczeństwa”. Dlatego też Polaków czeka powrót do „jedności kontynentu” i przyjmowania „ogólnego kanonu wartości”, globalnej etyki złożonej z następujących zasad: (1) uniwersalne prawa człowieka połączone z obowiązkami; (2) demokracja z elementami społeczeństwa obywatelskiego; (3) ochrona mniejszości; (4) dążenie do pokojowego rozwiązywania konfliktów i uczciwego prowadzenia negocjacji; (5) równość wewnątrzpokoleniowa i międzypokoleniowa. Autor oparł się na 13 kolejnych wydaniach weekendowych jednej z lokalnych gazet codziennych – o najwyższym nakładzie i odbiorze czytelnicy, w drugim kwartale 2003 roku – w okresie przygotowań do referendum w sprawie akcesji Polski do Unii Europejskiej. Autor poddał analizie treść 26 najbardziej poczytnych felietonów o charakterze publicystycznym i ułożył katalog najczęściej powtarzających się w nich wartości europejskich: (1) prawa człowieka – godność; (2) wolność; (3) demokracja – społeczeństwo obywatelskie; (4) pluralizm, ochrona mniejszości, tolerancja; (5) społeczna gospodarka rynkowa; (6) solidarność; (7) respekt wobec przyrody i historii; (8) równość międzypo-

koleniowa i wewnątrzpokoleniowa; (9) dążenie do pokoju i uczciwych negocjacji. Przeważały wartości uniwersalne, „na których praktycznie skupiła się cała uwaga felietonistów”, a były nimi: demokracja, społeczeństwo obywatelskie oraz kontrolna rola mediów wobec organów władzy, urzędów i instytucji państwowych.

Następnie Henryk Martenka (*Angora*) przedstawił referat pt.: „Przedruki zagraniczne w prasie polskiej”, w którym omówił działalność redakcji czasopisma złożonego z przedruków i przekładów z prasy światowej, historię powstania tego rodzaju prasy, sposoby i metody zdobywania informacji globalnej, regionalnej i lokalnej, jak również gatunków dziennikarskich, które najczęściej są tłumaczone na język polski. Przedstawił również drogę technologiczną przekładu, jego cenę rynkową, sposoby uzyskiwania informacji o najciekawszych tekstach dziennikarskich oraz „rynek prasowy”, jaki rozwinął się w Polsce w ciągu ostatniej dekady.

Kolejnym referentem był ks. Janusz Miąso (Uniwersytet Rzeszowski), który wygłosił referat pt.: „Specyfika katolickiego radia regionalnego w Unii Europejskiej na przykładzie Radia *Via*”. Autor w sposób subiektywny i zaangażowany, a zarazem komunikatywny i dowcipny przedstawił definicję regionalizmu na przykładzie Podkarpacia: „region – to kraina rzeczywistości – tu i teraz”, region to „jasno określone miejsce, gdzie człowiek musi się określić”. Na tej zasadzie przedstawił, czym jest katolicyzm jako powszechność, jak również, czym jest radio katolickie jako medium adresowane do wszystkich. Autor zauważył renesans radiofonii, ponieważ audycje radiowe są łatwe w odbiorze, nie wymagają trudu czytania, mogą być odbierane w różnych sytuacjach życiowych. Radio katolickie, czyli powszechne winno być aksjologiczne, ambitne, ma budzić nadzieję, radość i optymizm, a jego zadaniem jest tworzenie społecznie pożądanych postaw.

„Zmiany organizacyjne w prasie lubelskiej w latach 1989–2003” były tematem wystąpienia Lidii Pokrzyckiej (UMCS Lublin). Referat dotyczył przemian prasy lokalnej na przykładzie dawnego organu partyjnego *Sztandaru Ludu* – obecnie *Dziennika Wschodniego* wydawanego przez „Codex Edytor”, w którym 62% udziałów

należy do Wydawnictwa Orkla. Po transformacji własnościowej w prasie lokalnej województwa zaszły duże zmiany: skomputeryzowano i unowocześniono proces redagowania, strukturę redakcji zbliżono do struktury gazety. Lokalna prasa codzienna w Lublinie zyskała wiele innowacji: lepszy papier, lepszy druk, kolor, ale też nowe zjawisko – konkurencję.

Krystyna Bernat (*Plus Radio* – Kielce) przedstawiła referat „Metody sprawowania władzy na szczeblu lokalnym. Afera stachowicka a rola mediów”. Na przykładzie tej afery poruszyła sprawę etyki zawodowej dziennikarzy, ich prawa do informacji i obowiązku pisania prawdy. Autorka omówiła ujawnianie „przecieków” o korupcji władzy i polityków, o układach towarzysko-biznesowo-mafijnych, które bulwersują społeczeństwo. Media ujawniły aferę i przekształciły ją w widowisko teatralne. Temat został nagłośniony przez środki masowej komunikacji, stając się ogólnopolskim spektaklem, chętnie odbieranym przez słuchaczy i czytelników prasy drukowanej.

Ostatnim referatem było wystąpienie Bogdana Fischera (UJ) zatytułowane „E-government – dostęp do informacji pu-

blicznej oraz ustawa o informatyzacji”. Autor przedstawił usługi komunikacji społecznej po przyjęciu Polski do Unii Europejskiej, gdy Polska stanie się społeczeństwem informacyjnym. Wówczas informacja w Internecie będzie dostępna każdemu obywatelowi, który będzie chciał się dowiedzieć o działalności rządu, administracji rządowej, lokalnej, sądownictwa i wymiaru sprawiedliwości, policji i innych organów centralnych oraz samorządowych. Społeczeństwo polskie jest do tego przygotowane, w szkolnictwie są realizowane ścieżki „społeczeństwo informacyjne”, mamy również ustawę o dostępie do informacji publicznej. Każdy obywatel ma prawo do informacji o funkcjonowaniu władzy samorządowej. Elektroniczny sposób porozumiewania się z organami władzy zmusi je do lepszej i rzetelniejszej pracy, do szanowania patenta – internauty.

Ze względu na późną porę, gdyż konferencja była jednodniowa, dyskusji nie było i po krótkim podsumowaniu zakończono obrady. Referaty zostaną opublikowane w księdze posesyjnej.

Zofia Sokół

Prasa lokalna w Łęczycy w XX wieku

Dzieje prasy lokalnej regularnie wydawanej w Łęczycy zaczynają się w okresie I wojny światowej. Wtedy to niemieckie władze okupacyjne rozpoczęły publikację dwujęzycznego *Łęczyckiego Tygodnika Powiatowego* (*Lenczycaer Kreisblatt*), którego pierwszy numer ukazał się z datą 3 sierpnia 1915 r. Wydawcą była Landratura w Łęczycy. Pismo drukowano w łęczyckiej drukarni Salomona Hermana, a następnie Salomei Herman. Po śmierci rodziców drukarnię mieszczącą się przy Poznańskiej w Łęczycy przejął Fabjan (Fajwel) Herman. Pismo miało najczęściej osiem stron, choć drukowano je także na czterech, sześciu i dziesięciu, a nawet dwunastu¹. Integralną częścią

ŁTP był „Urzędowy Dodatek do Gazety Urzędowej Powiatu Łęczyckiego”. Był to również druk dwujęzyczny. Dodatek ukazał się po raz pierwszy w 1917 r. Drukowano go w Niemieckiej Drukarni Rządowej w Warszawie. W maju 1917 r. ukazał się Dodatek z numerem szóstym. Dodatek miał format mniejszy od *ŁTP*.

W drugiej połowie 1917 r. *Łęczycki Tygodnik Powiatowy* zmienił tytuł na *Gazeta Urzędowa Powiatu Łęczyckiego* (*Kreisblatt des Kreises Lenczyca*), zachowując układ i ciągłość numeracji. W winiecie podano, że gazeta ukazuje się trzeci rok, co świadczy o tym, że była kontynuacją *ŁTP*. Wydawcą *Gazety Urzędowej...* było Starostwo w Łęczycy. Ogółem do 2 sierpnia 1918 r. ukazały się 154 numery tygodnika pod obu tytułami. *Gazeta Urzędowa* była wydawana jeszcze w 1920 r. Prawdopodobnie ukazało się łącznie ponad 225 numerów *Łęczyckiego Tygodnika Powiatowego* – *Gazety Urzędowej Powiatu Łęczyckiego*.

¹ Dnia 9 maja 1916 r. w numeracji ciągłej umieszczono dodatek, jako numer 40. Zamiast tytułu w winiecie umieszczono napis: *Dodatek do Łęczyckiego Tygodnika Powiatowego*. Kolejny numer *ŁTP* nosił także numer 40. Poza numeracją wydano natomiast 25 maja 1917 r. *Dodatek Wyjątkowy* liczący 36 stron.

W 1917 r. ukazywało się również harcerskie czasopismo *Ogniwo*.

W okresie międzywojennym wydawano kilka pism, z których najważniejsze to *Słowo Łęczyckie*, drukowane w latach 1926–1927, i *Ziemia Łęczycka*, wychodząca od 1932 r. i mimo rozlicznych perturbacji ukazująca się najprawdopodobniej do wybuchu wojny.

Tygodnik *Słowo Łęczyckie* był pismem o zasięgu miejskim. Pierwszy numer ukazał się z datą 4 lipca 1926 r. Redaktorem i wydawcą był Tadeusz Zieliński. Redakcja i administracja mieściła się przy Przedryнку 2, ale jeszcze w tym samym miesiącu przeniesiono ją na Sienkiewicza 15. *Słowo Łęczyckie* składano w Drukarni Polskiej, a od numeru 4 u Fajwela Hermana. Od numeru 16 wrócono do Drukarni Polskiej, a wydawcą został drukarz Czesław Gertych (Giertych). Redakcja przeniosła się do jego zakładu na Przedrynek. W kwietniu 1927 r. wydano w formie plakatu dodatek nadzwyczajny o numerze 13 z informacją o przejeździe przez Łęczycę pociągu z władzami państwa. Zart się powiódł – łączycanie tłumnie przybyli na dworzec witać oficjeli, z czego śmiała się w następnym numerze Redakcja. Ostatni, 21 numer *Słowa Łęczyckiego*, ukazał się z datą 22 maja 1927 r.

Pismem o zasięgu powiatowym była *Ziemia Łęczycka*. Pierwszy numer ukazał się 9 listopada 1932 r. Redakcja tygodnika mieściła się w Biurze Wyzdźziału Powiatowego przy pl. T. Kościuszki. Układ i treść pierwszych numerów przypomina *Słowo Łęczyckie*; może dlatego, że *Ziemię Łęczycką* drukowano również u Czesława Gertycha. Wydawcą był Antoni Jaworski, a redaktorem odpowiedzialnym Antoni Mazur. W 1933 r. od numeru 7 wydawanie *Ziemi Łęczyckiej* przejął Stanisław Skupiński. Nie stosowano numeracji ciągłej. Podawano tylko rok ukazywania się gazety. W 1934 r. *Ziemię Łęczycką* drukowano u F. Hermana. Redaktorem odpowiedzialnym w miejsce został Stanisław Wiśniewski (od numeru 29). W 1935 r. wydawcą został Leon Broszkowski, a w 1936 r. Edward Brochocki. Druk przeniesiono w 1937 r. do kutnowskiej Estetycznej, a następnie do Drukarni Polskiej w Kutnie. W 1937 r. kilkakrotnie zmieniali się redaktorzy naczelni. Byli nimi: L. Broszkowski (dwukrotnie), S. Wiśniewski i do końca roku Marian Cie-

plak. *Ziemia Łęczycka* ukazywała się wówczas nieregularnie. W 1938 r. sytuacja *Ziemi Łęczyckiej* ustabilizowała się i pismo wychodziło regularnie jako dwutygodnik. Redakcja mieściła się przy ul. Sienkiewicza 31. *Ziemia* ukazywała się do wybuchu wojny. Wydano łącznie około 225 numerów, licząc od powstania tytułu.

Jako dodatek do *Ziemi Łęczyckiej* rozpoczęto w 1935 r. wydawanie pisma *Wici Łęczan. Biuletyn Harcerstwa Łęczyckiego*. Pierwszy numer ukazał się 14 listopada 1935 r. w formie wkładki do *ZŁ*. W grudniu 1937 r. *Wici Łęczan* przekształcono w odrębne pismo. Wydawcą była Komenda Łęczyckiego Hufca Harcerzy w osobie harcmistrza Jana Kurasieńskiego. Biuletyn drukowano u Czesława Gertycha w Łęczycy. W czerwcu 1938 r. w winiecie nr 4 *Wici* ukazała się informacja „Rok IV. Tom II” – prawdopodobnie nawiązano do *Wici* wydawanych wraz z *Ziemią Łęczycką*. Wcześniej, w 1922 r. ukazała się jednodniówka *Czuj-Duch* (z okazji poświęcenia sztandaru). W 1927 r. wydawano pismo *Zastępowy*, a w 1935 r., z okazji zjazdu harcerskiego w Spale *Złotowe Wici Łęczanów*.

Również łęczyckie szkoły wydawały gazetki. Najprawdopodobniej w latach 20. ukazywał się miesięcznik w Gimnazjum A. Mickiewicza. Nic więcej jednak na jego temat nie wiadomo. W 1927 r. wychodził natomiast dwutygodnik szkół średnich Łęczycy *Nasze loty*. Być może chodzi o to samo pismo. Pod koniec lat 30. wydawano *Głos Młodzieży* – miesięcznik uczniów Gimnazjum i Liceum w Łęczycy. Redagował go Jan Olejniczak, a wydawcą była Drużyna Harcerska im. Zawiszy Czarnego. Numer 7 *Głosu Młodzieży* wyszedł z datą z czerwca 1939 r. w drukarni Czesława Gertycha. Było to 8-stronicowe pismo na kredowym papierze z fotografiami.

W latach 1924–1926 Łęczyckie Okręgowe Towarzystwo Rolnicze było wydawcą dwutygodnika *Rolnik Łęczycki* poświęconego sprawom gospodarstw wiejskich.

W latach 1922–1923 *Gazeta Kutnowska* tworzyła mutację pod nazwą *Gazeta Łęczycka*. Wspólnie z Kutnem wydano także w latach 1931, 1933, 1936, 1937 *jednodniówki 37. Pułku Piechoty Ziemi Łęczyckiej*².

² M. Pisarkiewicz: Łęczycza w Drugiej Rzeczypospolitej. Działalność publicystyczna – wydawnicza (w:) Łęczycza. Monografia miasta do

W Polsce Ludowej

Druk prasy lokalnej wznowiono prawdopodobnie w 1947 r. Wychodziły wówczas pismka i biuletyny harcerskie (*Informacje. Okólniki. Rozkazy. Biuletyn Harcerstwa Ziemi Łęczyckiej, Akcja letnia Harcerstwa Ziemi Łęczyckiej, Pierwsze zimowisko Skaut...*), a w 1948 r. krótko *Ogniwo. Biuletyn Służby*.

W latach 1955–1956 ukazywał się nieregularnie *Express Łęczycki* – organ Powiatowego Komitetu Frontu Narodowego. Pismo będące mutacją łódzkiego odpowiednika drukowano w Zakładach Graficznych RSW „Prasa” w Łodzi. W zasadzie był to cykl jednodniówek. W nr. 7 z sierpnia 1956 r. umieszczono stopkę redakcyjną – kolegium tworzyli: Adam Bednarek, Piotr Kłysiak, Jan Kurasiński, Jan Malec, Wacław Marynowski, Włodzimierz Piotrowski, Wojciech Szczepanik, Władysław Zarachowicz i Wacław Zydler. Nakład ważał się od 3 000 do 4 000 egz.

W latach 1956–1957, w związku z budową kopalń rud żelaza, funkcjonowało *Zagłębie Łęczyckie* – pismo Komitetu Zakładowego PZPR. We wrześniu 1956 r. jako wydawcę podano Przedsiębiorstwo Budowy Kopalń Rud Żelaza w Łęczycy. Pismo w nakładzie 800–1000 egz. drukowano w łęczyckich Zakładach Górniczych. Redagowało je kolegium w składzie: Włodzimierz Piotrowski (red. nac.), St. Brysik, E. Wroński (zastępcy), M. J. Tomczyk, Adam Bednarek, Mieczysław Cieniak, Z. Czarnołęski, M. Moj, H. Skowroński, W. Knysz, Z. Wątróbski. Redakcja mieściła się na „Targowicy”. Od nr. 5 do Redakcji dołączył Antoni Klein, a od nr. 7 M. Mesterhazy. Pod koniec 1956 r. *Zagłębie* było dwumiesięcznikiem, a redakcję przeniesiono do biurowca Przedsiębiorstwa Budowy Kopalń.

W 1957 r. reaktywowano *Ziemię Łęczycką*, która jako miesięcznik, dwutygodnik, a od 1970 r. tygodnik ukazywała się do początku 1978 roku. Nawiązano do przedwojennej numeracji. Popętniono jednak błąd polegający na założeniu, że *Ziemia Łęczycka* wychodziła do 1939 r. regularnie jako tygodnik, co nie miało miejsca. Numeracja początkowa *Ziemi Łęczyckiej* z 1957 r. odpowiada zatem liczbie tygodni wychodzenia gazety przed wojną (w latach 1932–1939), a nie liczbie realnie wydanych numerów. Po wznowieniu *Ziemi Łęczyckiej* w 1957 r. błędnie rozpoczęto jej edycję nu-

merem 356, podczas gdy prawdopodobnie powinien to być numer 226.

Redakcja mieściła się początkowo w Powiatowym Domu Kultury, a od 1962 r., do końca tej edycji, przy Belwederskiej 11. Pierwszym redaktorem naczelnym był Mieczysław Cieniak. W skład redakcji weszli: Adam Bednarek, Roman Kittel, Jan Kurasiński, Stefan Pełka, Jerzy Tymecki, Zygmunt Wójcik i Władysław Zarachowicz. W latach 50. *Ziemia Łęczycka* była miesięcznikiem powiatów brzezińskiego, kutnowskiego, łęczyckiego, poddębickiego i rawskiego. W kwietniu 1962 r. stała się dwutygodnikiem, a w 1970 r. tygodnikiem. Gazeta dołączała wkładki: Kronika Ozorkowa, Nowiny Poddębickie i Wiadomości Kutnowskie. Jej redaktorami naczelnymi byli kolejno: Mieczysław Cieniak (1957–1960), Adam Bednarek (1960–1961), Józef Bartosik (1961–1962), Henryk Rześny (1962–1969), Jan Sawicki (1969–1975) i Zdzisław Strzępek (1975–1978). Ostatni numer (605 w błędnej numeracji ciągłej od 1932 r.) ukazał się z datą ze stycznia 1978 r.³

W Szkole Podstawowej nr 3 wydawano w latach 70. na powielaczu gazetę *Kleks*, której redaktorami były m.in. Anna Antosik i Krystyna Pisarkiewicz, a opiekunem polonista Henryk Stokwizewski⁴.

Po likwidacji *Ziemi Łęczyckiej* aż do lat 80. XX w. prasy w Łęczycy nie wydawano. Dopiero w latach 1985–1987 powielano konspiracyjnie *Solidarność. Biuletyn Solidarności Ziemi Łęczyckiej*. Pod tym tytułem, a następnie jako *Solidarność Ziemi Łęczyckiej. Biuletyn* wydano łącznie 16 numerów, przy czym pomyłkowo dwa razy ukazał się numer 11 jako dwie różne gazetki. W skład Redakcji wchodził: Zygmunt Grabarczyk, Stefan Zazoniuk, Andrzej Wdowiak i Mi-

1990 roku, pod red. Ryszarda Rosina, Łęczyca 2001, s. 410–413; M. Pisarkiewicz: „Łęczycki Tygodnik Powiatowy” w latach 1915–1918, *Notatki Płockie*, 1998, nr 2, s. 17–24; Centralny Katalog Czasopism Polskich Biblioteki Narodowej w Warszawie.

³ M. Sę c z k o w s k a: Kultura i nauka po II wojnie światowej. Działalność naukowa, popularnonaukowa i wydawnicza (w:) Łęczyca. Monografia miasta do 1990 roku, pod red. Ryszarda Rosina, Łęczyca 2001, s. 637–638.

⁴ M. Pisarkiewicz: Gazeta łęczyckiego liceum, *Ziemia Łęczycka* (dalej: ZŁ), 1992, nr 8, s. 2.

rosława Piotrowska. Biuletyn prawdopodobnie nawiązywał do wydawanego sporadycznie przez łączyczką „Solidarność” przed stanem wojennym powielaczowego pisemka, o którym obecnie nic konkretnego nie wiadomo. Internowani działacze opozycyjni utworzyli w łączyczkim więzieniu konspiracyjne odręczne pisemko *Bojownik Łęczycki*, którego ukazało się co najmniej 14 numerów (do maja 1983 r.). Nie udało się ustalić, do kiedy redagowano *Bojownika Łęczyckiego*, ani kto go redagował⁵.

W III Rzeczypospolitej

Dnia 28 kwietnia 1990 r. wznowiono, jako dwutygodnik, *Ziemię Łęczycką*. Wydawcami był Dom Kultury i Muzeum w Łęczycy. Redakcja mieściła się początkowo w Domu Kultury w Alejach 1 Maja 11, a w czasie przeniosła się do biur muzealnych przy Poznańskiej 6. Redaktorem naczelnym został Krzysztof Gowin, a w skład redakcji wchodził: Magdalena Barylska (sekretarz redakcji), Wojciech Bernasiak, Olga Domańska, Grzegorz Pawlak, Zbigniew Kucharski, Anna Dłużewska-Sobczak i Mirosława Żydek. Pierwszy numer gazety wydrukowano w Poligraficznej Spółdzielni Pracy w Łęczycy, kolejne powstawały w spółce poligraficznej Lod-Art w Łodzi.

Zespół Redakcyjny nawiązał do błędnej numeracji zlikwidowanej w początkach 1978 r. *Ziemi Łęczyckiej*. Nowy dwutygodnik zachował ją, pragnąc podkreślić tradycję tytułu. Pierwszy numer nowej edycji nosił więc numer 606 w numeracji ciągłej⁶.

W grudniu 1990 r. doszło do zmian w zespole redakcyjnym, który odtąd tworzyli: Krzysztof Gowin (red. naczelny), M. Barylska, A. Dłużewska-Sobczak, O. Domańska, Elżbieta Olszewska (była w redakcji bardzo krótko), Renata Przybylska, M. Żydek, Stanisław Jabłoński, Z. Kucharski, G. Pawlak i Mirosław Pisarkiewicz⁷.

W 1992 r. zaszły dalsze zmiany – w kwietniu opuścił redakcję S. Jabłoński, jeszcze w lutym doszedł natomiast do ze-

społu Jacek Zduńczyk (obecnie zawodowy dziennikarz prasy kaliskiej), a następnie Alicja Łosińska, natomiast R. Przybylska zmieniła nazwisko na R. Nowicka, a O. Domańska na O. Kurowska, ale w lipcu zrezygnowała z dalszej pracy w czasopiśmie⁸. W końcu grudnia 1992 r. zespół redakcyjny tworzyli: Krzysztof Gowin (red. naczelny), M. Barylska, A. Dłużewska-Sobczak, A. Łosińska, R. Nowicka, M. Pisarkiewicz, J. Zduńczyk, M. Żydek⁹.

W lipcu 1992 r. wydawcą gazety przestały być Muzeum i Dom Kultury, a stało się nim „Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Ziemi Łęczyckiej”¹⁰.

Krzysztof Gowin, który pełniąc funkcję redaktora naczelnego *Ziemi Łęczyckiej* był jednocześnie dyrektorem muzeum w Łęczycy, został Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków w Płocku i w czerwcu 1993 r. opuścił redakcję. Redaktorem naczelnym został M. Pisarkiewicz. Gazeta ukazywała się odtąd jako miesięcznik. W numerze sierpniowym pomyłkowo wydrukowano w niej nieaktualną stopkę redakcyjną. Z powodów finansowych, po wakacjach zapadła decyzja o likwidacji gazety. Jej ostatni, 15 numer wydano z datą 12 września 1993 roku¹¹.

Po kilkunastu miesiącach przerwy, w styczniu 1995 r., staraniem burmistrza Krzysztofa Lipińskiego wznowiono w łódzkim Lod-Arcie druk *Ziemi Łęczyckiej*. Wydawcą nadal było Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Ziemi Łęczyckiej (SnRRZŁ). Redakcję tworzyli: M. Pisarkiewicz (red. naczelny), M. Barylska, A. Łosińska, G. Pawlak oraz Wojciech Lalek. W tym składzie wydano cztery numery pisma. W marcu 1995 r. M. Pisarkiewicz zrezygnował z prowadzenia gazety, która przestała ukazywać się na ponad miesiąc¹². Wznowiono jej druk w połowie maja 1995 r., zmieniając nieco szatę graficzną, zachowując jednak ciągłość numeracji. Wydawcą było nadal SnRRZŁ, natomiast redakcję przeniesiono z Poznańskiej 6 na Bardowskiego 2. Zmieniono także drukarnię na łódzki Inex. Komitet redakcyj-

⁸ *ZŁ* 1992, nr 23, s. 12 (numer ten powinien nosić nr 1, ale pomyłkowo nadano mu 23, ciągnąc numerację z poprzedniego roku); nr 4, s. 12.

⁹ *ZŁ* 1992, nr 21, s. 12.

¹⁰ *ZŁ* 1992, nr 13, s. 12.

¹¹ *ZŁ* 1993, nr 11, s. 12.

¹² *ZŁ* 1995, nr 4, s. 12.

⁵ M. Pisarkiewicz: *Z dziejów prasy łęczyckiej* (cz. V). Bibuła, *ZŁ* 1993, nr 9, s. 8.

⁶ *ZŁ* 1990, nr 1, s. 4; nr 2, s. 12.

⁷ *ZŁ* 1990, nr 18, s. 12.

ny składał się z Andrzeja Jastrzębskiego, K. Gowina, Karola Niewiadomskiego, A. Łosińskiej i G. Pawlaka. W połowie listopada 1995 r. wydano ostatni – 13, a 696 w błędnej numeracji ciągłej – numer gazety¹³.

W latach 1990–1995 *Ziemia Łęczycka* wychodziła przeważnie w nakładzie od 700 do 1000 egzemplarzy. W 1990 r. wydano także dwie ulotki związane z blokadą trasy nr 1, podczas starań o utworzenie Urzędu Rejonowego w Łęczycy, jako dodatki specjalne *ZŁ*.

Po raz kolejny wznowiono wydawanie *Ziemi Łęczyckiej* 19 kwietnia 2000 r. nadal zachowując ciągłość numeracji. Zmieniono całkowicie format i formułę chcąc, aby pismo było gazetą powiatową. Redakcja znalazła się przy Przedryнку 8. Pismo drukowano w nakładzie 2500 egz. w łódzkiej Polskapsresse. Wydawcą była spółka „Periodyk”. *Ziemia Łęczycka* wychodziła w tym układzie do końca stycznia 2001 r. Redakcję tworzyli: Ryszard Sitek (red. naczelny), Krzysztof Bednarek, Marcin Budzyński, Tomasz Flakiewicz, Maja Godzińska, Marcin Górecki, Marlena Jasińska, Krzysztof Lipiński, Przemysław Marynowski, Antonina Małowiecka, Jan B. Nycek, Grzegorz Pawlak, Anna Straszewska i Andrzej Bugajski¹⁴. W maju 2001 r. zmieniono format pisma. Właścicielem i redaktorem naczelnym miesięcznika stał się Krzysztof Lipiński. Numer 10 ukazał się z błędem w numeracji ciągłej – powinien być 706, a dano 707 i już nie poprawiono tego lapsusa¹⁵. W październiku 2002 r. redakcję *ZŁ* tworzyli: K. Lipiński (red. naczelny i właściciel), Marek Kamiński, Mirosław Andrysiak, A. Małowiecka i G. Pawlak¹⁶. W grudniu 2002 r., od numeru 7(718), *Ziemię Łęczycką* przejęła agencja Marow. W skład redakcji weszli: Magdalena Nycek (sekretarz redakcji), M. Andrysiak, M. Kamiński, A. Małowiecka, G. Pawlak i Stanisław Cisak¹⁷.

Oprócz przywracanej wielokrotnie *Ziemi Łęczyckiej* swoistym fenomenem stał się wydawany od 1998 r. *Posłaniec Bernardyński*. Jest to jedyne pismo bernardyńskie

w Polsce. Wychodzi nieprzerwanie od 1998 do chwili powstania tego materiału (wiosna 2004 r.). Pierwszy numer *Posłańca Bernardyńskiego* ukazał się w kwietniu 1998 r. W winiecie użyto określenia „niedziennik”, ale *Posłaniec* wydawany jest w cyklu miesięcznym z przerwą na wakacje. Początkowo w stopce jako wydawca figurowała Duszpasterska Rada Parafialna. Obecnie w winiecie umieszczono pod tytułem tekst – „Gazeta Parafii Niepokalanego Poczęcia NMP w Łęczycy”. Pismo wychodzi w nakładzie od 500 do 700 egz. i drukowane jest w jednej z łódzkich drukarni. Pierwszą redakcję *Posłańca Bernardyńskiego* tworzyli: Karol Niewiadomski (red. naczelny), Magdalena i Józef Chowaniec, Agnieszka Lach, Renata Raczekiewicz, Jolanta Podsiadłowicz, Krzysztof Łuczak. Opiekunem pisma był o. Robert Gronia¹⁸. W 1998 r. i 1999 r. nastąpiło kilka zmian w składzie redakcji, m.in. odszedł K. Łuczak, przybył natomiast Cezary Kacprzak. W październiku 1999 r. redakcję tworzyli: K. Niewiadomski (red. naczelny), Aleksandra Jakubowska, A. Lach, R. Raczekiewicz, C. Kacprzak oraz o. Zefiryn Mazur (sekretarz redakcji)¹⁹. Zmiany przyniósł także rok 2000. Na początku roku do redakcji doszła Mirosława Cerk. Opiekunem gazety został we wrześniu o. Samuel Węgrzyn, a w listopadzie uruchomiono wersję internetową, za którą odpowiedzialny był Tomasz Łuczak²⁰. W styczniu 2001 r. skład redakcji powiększono o Agnieszkę Śmielewską i na krótko o Zbigniewa Kubiaka. W maju opiekę nad *Posłańcem* przejął o. Kryspin Florys, a sekretarzem została R. Raczekiewicz, która w grudniu objęła stanowisko redaktora naczelnego po rezygnacji K. Niewiadomskiego²¹. W lutym 2002 r. do redakcji wszedł Mirosław Pisarkiewicz²². Patronem był o. Bogusław Zabłocki, a redakcję tworzyli: Renata Raczekiewicz (red. naczelny), M. Cerk, A. Śmielewską, o. Edgar Semeńnik (opiekun gazety) i M. Pisarkiewicz²³.

¹⁸ *Posłaniec Bernardyński (PB)*, 1998, nr 2, s. 8.

¹⁹ *PB* 1998, nr 4, s. 8; 1999, nr 1, s. 12; nr 7, s. 12.

²⁰ *PB* 2000, nr 7, s. 20; nr 9, s. 20.

²¹ *PB* 2001, nr 1, s. 20; nr 4, s. 20; nr 5, s. 16, nr 16, s. 16.

²² *PB* 2002, nr 2, s. 16.

²³ *PB* 2002, nr 10, s. 16.

¹³ *ZŁ* 1995, nr 5, s. 11.

¹⁴ *ZŁ* 2000, nr 4, s. 4.

¹⁵ *ZŁ* 2001, nr 10, s. 3.

¹⁶ *ZŁ* 2002, nr 6, s. 3.

¹⁷ *ZŁ* 2002, nr 7, s. 3.

Wartościowym pismem samorządowym był *Biuletyn Informacyjny Rady i Zarządu Miasta Łęczycy* (1995–2002). Pierwszy numer ukazał się w marcu 1995 r. z inicjatywy burmistrza Krzysztofa Lipińskiego. Wydawcą był Urząd Miasta w Łęczycy. Gazetę drukowano w ZWiR „Iwanowski” w Płocku. Redaktorem naczelnym przez prawie cały okres ukazywania się biuletynu była Maria Borucka²⁴. W kwietniu 1998 r. przeniesiono druk biuletynu do drukarni Print Extra w Łodzi²⁵. W styczniu 2000 r. przeniesiono go do Pre-Press do Kutna i wprowadzono kolorową okładkę. W tym czasie M. Boruckiej przy redagowaniu biuletynu pomagała Krzysztofa Łuczak z Biura Promocji Urzędu Miasta. M. Borucka podpisywała się w tym okresie jako M. Borucka-Bayon²⁶. Od numeru 1 z 2001 r., a 70 w numeracji ciągłej druk wrócił do Łodzi do Print Extra, a naczelnym redaktorem została Aleksandra Krawczyk²⁷. Na przełomie lipca i sierpnia 2001 r. redakcję biuletynu przejął Dom Kultury w Łęczycy²⁸. Natomiast nr 2 z sierpnia 2002 r. redagował Piotr Kieszowski²⁹. Ostatni numer biuletynu ukazał się jako kwartalnik redagowany przez Wydział Promocji UM w październiku 2002 r. Drukowano go w firmie Mamos w Łodzi. W 2002 r. ukazały się tylko trzy numery pisma. Łącznie, w latach 1995–2002, wyszły 84 numery³⁰. Jesienią 2002 r. burmistrz K. Lipiński zlikwidował biuletyn.

Również Starostwo Powiatowe w Łęczycy wydawało nieregularnie swoją gazetę pod tytułem *Informator Powiatowy*. Pierwszy numer ukazał się w grudniu 1999 r. Pismo z kolorową okładką drukowano w Zakładzie Poligraficznym w Kutnie. Redaktorem był Jerzy Iwiński³¹. Od numeru 1 z 2000 r. redaktorem został Janusz Jankowski, któremu pomagała od grudnia 2001 r. Marzanna Kacprowicz. Do października 2002 r. ukazało się łącznie siedem numerów *Informatora*³².

²⁴ *Biuletyn Informacyjny Rady i Zarządu Miasta Łęczycy (BIRiZMŁ)*, 1995, nr 1, s. 8.

²⁵ *BIRiZMŁ* 1998, nr 4, s. 12.

²⁶ *BIRiZMŁ* 2000, nr 1, s. 15.

²⁷ *BIRiZMŁ* 2001, nr 1, s. 16.

²⁸ *BIRiZMŁ* 2001, nr 7/8, s. 12.

²⁹ *BIRiZMŁ* 2002, nr 2, s. 18.

³⁰ *BIRiZMŁ* 2002, nr 3, s. 19.

³¹ *Informator Powiatowy* 1999, nr 1, s. 15.

Odłąbną tematyką są szkolne i młodzieżowe pisma, które sporadycznie wydawano i wydaje się do dziś w technice małej poligrafii w różnych łęczyckich szkołach. Najpoważniejszym i bodaj jedynym pismem szkół średnich były z pewnością *Drygle* redagowane od kwietnia 1992 r. w Liceum Ogólnokształcącym. Powielane w stu egzemplarzach na kserokopiarce pismo redagowały Marta Tejchman, Joanna Kaźmierczak i Anita Koperska. Redaktorem naczelnym była Iza Wałowska. W stopce redakcyjnej określono *Drygle* jako dwutygodnik młodzieżowy. Do końca 1993 r. ukazało się łącznie 12 numerów. W 1996 r. z okazji nadania LO imienia Kazimierza Wielkiego wydano nienumerowane *Drygle*. Gazetka ukazywała się dzięki pomocy *Ziemi Łęczyckiej* i Urzędu Rejonowego, a w czasach także przy pomocy SA „Aronia” i wypożyczalni kaset wideo Krzysztofa Lipińskiego³³. W LO wydano także jednodniówkę *Natę*, której redaktorem był Piotr Banasik. Jako rok wydania podano 1811, co wiązało się z tematyką związaną przede wszystkim z „Panem Tadeuszem”.

Od 1994 r. przy Domu Kultury działała redakcja młodzieżowego *Głosu Boruty* (1994–1995). Nieregularnie wydawana gazetka powstała z inicjatywy ochotniczki z amerykańskiego Korpusu Pokoju Sary Barker. W pierwszym numerze podano skład redakcji, którą tworzyli: Tomasz Cybulski, Maciej Jaworski, Paweł Kolczyński, Zbigniew Kubiak, Bartek Kupisz, Konrad Masiarek, Arkadiusz Pecyna i Jarosław Szwejkowski. W drugim numerze dołączył Paweł Bujała. W 1995 r. pismem kierowali P. Kolczyński i A. Pecyna, a redakcję tworzyli J. Szwejkowski, M. Jaworski, K. Masiarek i P. Bujała. Do listopada 1995 r. ukazało się łącznie 13 numerów³⁴.

Od 1995 r. w Szkole Podstawowej nr 3 wydawany był szkolny dwutygodnik *Trójkowy Express*. Naczelnym był początkowo Tomasz Radziszewski, a zastępcą Lena Grzybowska. Od numeru ósmego gazetka stała się miesięcznikiem. W marcu 1996 r. zaczęto ją drukować w kolorze. W 1996 r.

³² *Informator Powiatowy* 2000, nr 1, s. 16; 2001, nr 2, s. 16.

³³ M. Pisarkiewicz: *Licealne „Drygle”*, *ZŁ* 1992, nr 10, s. 5.

³⁴ *Głos Boruty* 1994, nr 1, s. 8; 1995, nr 2, s. 15; 1995, nr 6/7, s. 16.

redaktorem naczelnym była Daria Jędrzejczak, a jej zastępcą Piotr Banasik. W 1999 r. P. Banasik został naczelnym, a jego zastępcą Aneta Błaszczuk. Do listopada 1999 r. wyszły 42 numery pisma³⁵.

Również Szkoła Podstawowa nr 4 nieregularnie wydawała gazetkę szkolną *Czwórka*. Pierwszy numer pisma Samorządu Uczniowskiego ukazał się w listopadzie 1996 r. W maju 1999 r. naczelnym *Czwórki* był Marcin Górecki. Do końca 1999 r. ukazało się 15 numerów gazetki³⁶.

Pod koniec lat 90. opracowano kilka numerów *Gazetki Szkolnej* w Szkole Podstawowej nr 2. Od 1999 r. nieregularnie wychodziły gimnazjalne gazetki: *GimLuz* pod red. Ady Michalskiej i w 2002 r. *Gimnazjuffka* pod red. Karoliny Sapko.

W październiku 1998 r. wydrukowano

dwa numery *Jednodniówki Łęczyckie Forum Samorządowe*. Wydawcą było Łęczyckie Forum Samorządowe związane na okres wyborów. Nakład został podzielony między kandydatów do samorządu, którzy *Jednodniówkę ŁFS* finansowali z własnych środków.

Bez większego powodzenia próbowano wydawać w latach 90. pisemko w parafii św. Andrzeja Apostoła.

Pod koniec lat 90. XX w. powstało w Łęczycy biuro łódzkich *Wiadomości Dnia*. Po połączeniu tego pisma z *Dziennikiem Łódzkim* na łamach *DŁ* zaczęto regularnie publikować nienumerowany dodatek regionalny do piątkowego numeru pod tytułem „Tydzień Kutnowsko-Łęczycki”.

Bogate dzieje prasy lokalnej w Łęczycy są świadectwem żywotności kulturowej tutejszego środowiska, a zawartość omawianych gazet jest bezcennym źródłem dla badaczy dziejów miasta ostatnich stu lat.

Mirosław Pisarkiewicz

³⁵ *Trójkowy Express* 1995, nr 1, s. 3; 1995, nr 8, s. 1; 1997, nr 1, s. 6; 1999, nr 2, s. 2.

³⁶ *Czwórka* 1996, nr 1, s. 1.

SUMMARIES

Ireneusz Bobrowski: MEDIA DISCOURSES AND THE PHATIC COMMUNITY

In searching for the exponents of intertextuality in S. Kowalski's and M. Tulli's book „In Lieu of Process. A Report on the Language of Hatred” (Warsaw 2003), the Bobrowski levels at its authors the criticism that they don't live up to one of the most fundamental principles of media debate, namely the principle of trust. He treats discourse as an intermediary between a language system and a text. As the task of syntax and linguistic semantics is the construction of explicit knowledge about a language system, so the task of linguistic pragmatics is the working out of an explicit knowledge of discourse. Discourse together with the language system jointly create man's communicative competency; whereas people of a similar communicative competency constitute a phatic community which is cemented by the similarity of discourse. Texts must provide the basis for the reconstruction of discourse. The analysis of texts allows the researcher to become acquainted with particular discourses also called subdiscourses (e.g. academic or media). There follows to observe in their reconstruction the aforementioned maxim of trust. The discourse presented by Kowalski's and Tulla's book, exemplifying the putative 'language of hatred' through quotes presumably from the press, indeed unites one of the subcommunities, but other subcommunities shut themselves off from it. Such a polarization of viewpoints weakens a wider community. The nonobservance of the maxim of trust is one of the main problems of Polish society. (*editorial summary*)

Walery Pisarek: THE TRANSFORMATION OF SOCIAL COMMUNICATION IN THE SECOND HALF OF THE TWENTIETH CENTURY

The transformation of social communication during the second half of the twentieth century reflects the changes which have taken place within the dominating paradigm of the image of the world. In as far as the active elements in the structure of the world during the first half of the twentieth century were ideologized states (with their systems of media communication), acting in the name of their own territorial, economic and cultural advantages, then the start of the second fifty years saw the replacement of this multi-state complex structure by a two-pole bloc structure. This was to collapse with the end of the 1980s. Within the social consciousness the sense of rivalry between two economic-political systems was replaced by a sense of the inevitable process of commercialization and globalization.

The synthetical text points to the changes which have occurred in media communication within the last half century in Poland and in the world within political, economic and technological areas. (*editorial summary*)

Katharina H a d a m i k: TRANSFORMATION IN THE MEDIA IN
CENTRAL-EASTERN EUROPE (1989–2004)

The processes of transformation within the media in particular countries of Central and Eastern Europe in the last 15 years are too multi-layered and complex, and primarily too nationally conditioned, for them all to be the same way embraced and equally interpreted. There exist, however, in various pieces of academic research into the transformation, diversely interesting ways of tackling the problem which illuminate the specific aspects of the processes of transformation, and which, in a modified form, lend themselves to a systematic depiction of the changes and processes occurring within the media.

This theoretical-methodological article on the criteria for evaluating transformation presents and orders those factors which must be taken into consideration both during an analysis of these processes as in an attempt to create a synthetical picture of the transformations. (*editorial summary*)

Joanna G o l o n k a: SOME REMARKS ON THE REALITY IN TV-COMMERCIAL
SPOTS

Advertising imposes its own image of reality upon us. Most efficiently commercials manage it, which – due to the linkage of different levels of demonstration – approach the reality best. Promotion reflects especially the reality but also it can stage-manage, design, evaluate by most different ways, finally promotion also can set important directions and impulses to its advancement. The Polish society experiences the contact to promotion reality only for 14 years, whereas the (western) German society for decades has been confronted with it. The following paper compares by means of a small corpus the reality on which the eyes of Polish and German viewers had set in commercials on evening of December 22, 2003. (*author's summary*)

Anna S t a r z e c: SCIENCE CLOSER TO DAY-TO-DAY REALITY. HOW DO
ACADEMICS WRITE FOR THE PRESS?

The paper deals with the problem of changes in the ways research results are popularized in the Polish press after 1989. The articles, written by the authors from different disciplines, published in *Polityka* weekly in the last three years are in the main focus of the paper. The analysis of selected texts aims at answering the question: „How do the academics adapt the character of their statements to the requirements of journalism?”

The analysis shows the heterogeneous character of the articles. There are two opposite groups of texts. The first group, which is rather not numerous, consists of the texts written according to such the journalistic rules as a limited number of facts, a dilution of information by the use of situational details, making the texts more attractive by the use of clear metaphors and comparisons. Another group consists of the texts with many characteristic features typical for academic dissertation. The articles from this group are stylistically homogenous. They have a sharply outlined composition and a limited number of information redundant to the main current of reasoning. Their main features are the following: a display of cognitive objectivism, preferences for a reflective type of transfer, a considerable accumulation of scientific facts that are distinctly valued.

The conducted analysis, which is of rather preliminary kind, suggests a hybrid character of popular-scientific texts published in *Polityka* by academics. (*author's summary*)

Agnieszka Szymañska: PRESTIGIOUS MEDIA IN A SITUATION OF
POLITICAL CHANGE (*DIE ZEIT* AND *RHEINISCHER MERKUR* IX'89–III'90)

An analysis of the means of managing information in the media discourse of the German Federal Republic in relation to the events in East Germany during the period 1989–1990 covered a seven-month period of two prestigious weeklies *Die Zeit* and *Rheinischer Merkur*. The aim was to establish how the editorial line translated onto the view of political/social reality, and also the mechanism of the conscious steering of public opinion by the editorial teams.

The author shows that the political editorial line had a decisive and key significance for the portrayal of reality. The strategy of information management employed by both magazines took on an extremely asymmetrical form which was not to be without influence on the shaping of society's consciousness. The answer to the question nagging the recipients: 'To support unification or not?' still remained without an answer. The asymmetry of the mass media, and that radiating from the centre of political power, consequently led to a deep political polarization of society within the united Germany, one that is still felt today. (*editorial summary*)

Dagmara Głuszek: THE MEDIA IN THE BASQUE AUTONOMY

This article deals with means of mass communication in the Spanish part of Basque country. It portrays their mission as a medium of law and the social function that they in fact fulfill. The Basques want to strengthen their autonomy by stressing the political and cultural uniqueness of Basque country. The Basque government is making efforts to support all initiatives that help create a Basque national identity. The Basque media, which makes the Basque language accessible to the inhabitants of *Euskadi*, is also supposed to serve this end. The variety of newspapers and magazines not only has an influence on the pluralism of opinion but above all on the dissemination of the everyday usage of *euskara* (the Basque language). One main problem of the Basque media is freedom of the press, which faces restrictions from both the Spanish and Basque side. Articulating ideas in favor of political independence can lead to accusations of collaboration with organized terrorism, while those expressing pro-Spanish views run the risk of being attacked by the ETA. Thus, Basque journalists are trying everyday to perform a difficult task: to write objectively. (*author's summary*)

Agnieszka Cieślíkowa: THE GREAT POLITICAL SCANDAL OF *PLOMYK*

The issue of the Polish children's magazine *Plomyk* devoted to the Soviet Union became in 1936 the subject of many media polemics. For some it was a manifestation of communist propaganda, for others merely objective information and an aid in geography lessons. For decades it appeared in publications as evidence of the „progressive activity” of Wanda Wasilewska, its co-editor. The article presents the circumstances surrounding the creation of the 'Soviet issue' of *Plomyk*, the media process connected with it and the legend that grew out of the episode. (*editorial summary*)

Agnieszka Kozak: TALK-SHOW ON POLISH TV

Talk-show is one of the components of mass culture. Such programs mostly discuss problems and phenomena known to mass audience and bring up issues of interest to the spectators: love, eroticism, health, misfortunes, unusual/uncommon/extraordinary events. Most of the problems arising in such programs are inherent to the common people. The un-

bridled necessity of peeping from a safe spot into people's worries and misfortunes on one hand, and the desire to be watched on the other, contributes to the popularity of that genre. Though it is worth mentioning, that the Polish productions of such type are not as overfilled with curiosity as their American counterparts, which have developed quite an advanced ways of probing into peoples' privacy. The article presents, in an abridged form, the history and development of talk-show in the United States and in Poland – mostly based on the „Rozmowy w Toku” show. It also contains a classification of talk-shows available to the polish audience – either in the Polish language, or broadcasted with Polish subtitles. The interaction patterns of talk-shows with their audience have also been mentioned in the work. (*author's summary*)

Monika Ż m u d k a: PRESS HEADLINES OF THE 1990s.

The necessity of coping with market competition has strongly influence the form of the media during recent years. Authors, in wanting to overcome competition in the media market, create attractive titles, sometimes at the price of a lack of linkage between the title and the subject of the article itself.

The article describes the most significant changes noticeable in the form and content of press headlines in the 1990s in comparison with the headlines, researched and described in the 1960s. (*editorial summary*)