

MEDIA | STUDIA
STUDIES | MEDIOZNAWCZE

The Institute of Journalism Instytut Dziennikarstwa
of Warsaw University Uniwersytetu Warszawskiego

MEDIA|STUDIA
STUDIES|MEDIOZNAWCZE

Vol. 1 (36) 2009 Nr 1 (36) 2009

Warsaw 2009 Warszawa 2009

Rada redakcyjna:

Janusz W. Adamowski – przewodniczący Rady (Warszawa), Jerzy Bralczyk (Warszawa),
Wiesław Dudek (Katowice), ks. Leon Dyczewski (Lublin), Michał Gajlewicz (Warszawa),
Tomasz Goban-Klas (Kraków), Bartłomiej Golka (Warszawa), Rafał Habielski (Warszawa),
Marceli Kosman (Poznań), Andrzej Koziół (Warszawa), Małgorzata Marcjanik (Warszawa),
Włodzimierz Mich (Lublin), Beata Ociepka (Wrocław), Jerzy Olędzki (Warszawa),
Piotr Pepliński (Gdańsk), Walery Pisarek (Kraków), Teresa Sasińska-Klas (Kraków),
Tadeusz Skoczek (Warszawa), Jacek Sobczak (Poznań), Wiesław Sonczyk (Warszawa),
Andrzej Staniszewski (Olsztyn), Wiesław Władyka (Warszawa)

Redaktor naczelny:

Marek Jabłonowski

Zastępca redaktora naczelnego:

Mirosława Zygmunt

Kolegium redakcyjne:

Dorota Lewandowska

Dominika Rafalska

Łukasz Szurmiński

Michał Zaremba

Adres redakcji:

„Studia Medioznawcze”

Instytut Dziennikarstwa UW

00-046 Warszawa, ul. Nowy Świat 69, pok. 214

tel. (0-22) 55 20 240, e-mail: sm@id.uw.edu.pl

Projekt okładki:

Barbara Kuropiejska-Przybyszewska

Redaktor:

Zofia Boroś

© Copyright by Instytut Dziennikarstwa UW, 2009

ISSN 1641-0920

Wydawca, na zlecenie Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW,

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa

tel./fax (0-22) 613 53 03, 0-602 247 367

Sprzedaż i prenumerata:

e-mail: oficyna@aspra.pl

tel./fax (0-22) 615 34 21, 0-602 628 855

Nakład 300 egz.

SPIS TREŚCI

ARTYKUŁY I MATERIAŁY

BEATA OCIEPKA, AGNIESZKA ŁADA, JAROSŁAW ĆWIEK-KARPOWICZ	Wzajemny wizerunek polityki europejskiej Polski i Niemiec w okresie napięć – analiza porównawcza prasy polskiej i niemieckiej	11
MAREN RÖGER	Polityka antyniemiecka czy gazeta niemieckich interesów? O związku między niemieckim wydawnictwem a publikacjami tabloidu „Fakt”	28
LECH RYŻEWSKI	Obraz komunistycznej ofensywy Tet w amerykańskich mediach	45
PAWEŁ KRZYSIEK	Kontekstualne ujęcie mediów. Nienormatywna koncepcja analizy struktur medialnych w krajach rozwijających się na przykładzie arabskich środków masowego przekazu	69
DOMINIKA BETKA	Zbrodnie w rosyjskich mediach	88
JAN MAREK KOCHAŃSKI	Współczesna prasa węgierska w Polsce	101

RECENZJE I NOTY RECENZYJNE

WIESŁAW SONCZYK	Spółeczny zasięg książki i Internetu w roku 2006 – cenny raport z badań Grażyna Straus, Katarzyna Wolff, Sebastian Wierny <i>Czytanie, kupowanie, surfowanie. Społeczny zasięg książki w Polsce w 2006 r.</i>	113
SABINA DOBRZYŃSKA	Monografia radia studenckiego Urszula Doliwa <i>Radio studenckie w Polsce</i>	119

CONTENTS

PAPERS AND DOCUMENTS

BEATA OCIEPKA, AGNIESZKA ŁADA, JAROSŁAW ĆWIEK-KARPOWICZ	Image of Polish and German European policy during tensions – a comparative analysis of Polish and German press	11
MAREN RÖGER	Anti-German policy or a newspaper representing German interests? About the German Publisher and publications in the “Fakt” tabloid	28
LECH RYŻEWSKI	The Tet Offensive in American media	45
PAWEŁ KRZYSIEK	Contextual media orientation. Non-normative concept of media structures analysis in the developing countries, the example of Arab media . . .	69
DOMINIKA BETKA	Crime in Russian media	88
JAN MAREK KOCHAŃSKI	Modern fishing press in Poland	101

REVIEWS

WIESŁAW SONCZYK	Book and Internet social scope in 2006 – a research report Grażyna Straus, Katarzyna Wolff, Sebastian Wierny <i>Reading, purchasing, surfing. Book social scope in Poland in 2006</i>	113
SABINA DOBRZYŃSKA	Student radio monograph Urszula Doliwa <i>Student radio in Poland</i>	119

**PAPERS | ARTYKUŁY
AND |
DOCUMENTS | MATERIAŁY**

BEATA OCIEPKA, AGNIESZKA ŁADA
JAROSŁAW ĆWIEK-KARPOWICZ

Image of Polish and German European policy during tensions – a comparative analysis of Polish and German press | Wzajemny wizerunek polityki europejskiej Polski i Niemiec w okresie napięć – analiza porównawcza prasy polskiej i niemieckiej

KEY WORDS

Polish press, German press, content analysis, Polish and German European policy, political communication, image

SŁOWA KLUCZOWE

prasa polska i niemiecka, analiza zawartości, polityka europejska Polski i Niemiec, komunikacja polityczna, wizerunek

ABSTRACT

The paper presents the results of a research focused on the image of European policy of Poland and Germany in the selected dailies and weeklies of both countries at the time of political tensions in bilateral relations – from the 1st of January till the end of October 2007 (the period covers EU-German presidency and essential discussions on European reform treaty). The main method implemented is quantitative and qualitative content analysis of the press. To trace the differences in coverage, authors implemented the concept of frames (Semetko & Valkenburg, 2000). According to the results of the analysis German newspapers represented more balanced and impartial line of argumentation whereas Polish press was one sided. The image, constructed by messages, was more complex than expected at the initial phase of research.

STRESZCZENIE

Artykuł prezentuje wyniki badań na temat przedstawiania polityki europejskiej Polski i Niemiec przez wybrane dzienniki i tygodniki obu krajów w okresie dwustronnych napięć politycznych – od 1 stycznia do 31 października 2007 roku (okres prezydencji Niemiec w UE i kluczowych negocjacji nad Traktatem reformującym). W badaniu zastosowano ilościową i jakościową analizę tekstu, z wykorzystaniem koncepcji ram interpretacyjnych autorstwa Semetko i Valkenburg (2000). Według wyników analizy prasa niemiecka prezentuje bardziej zrównoważoną i bezstronną linię argumentacji, podczas gdy prasa polska dopuszcza najczęściej argumenty jednej ze stron konfliktu. Wizerunki, jakie zostały stworzone na podstawie doniesień prasowych z obu stron, są bardziej złożone niż oczekiwano tego na początku badania.

Wprowadzenie

W niniejszym artykule przeanalizowano sposób przedstawienia polskiej polityki europejskiej przez prasę niemiecką i niemieckiej przez prasę polską w okresie szczególnych napięć politycznych w relacjach dwustronnych¹. Autorzy starali się odpowiedzieć na kilka pytań.

1. Czy napięcia, które narastały w stosunkach między dwoma krajami na tle ich polityki europejskiej, były wzmacniane przez reakcje i relacje mediów (aż do wystąpienia zjawiska samoreferencji, a więc wzajemnego koncentrowania się mediów na sobie i ferowania ocen polityki na podstawie krytyki przekazów medialnych, a nie działań polityków)?
2. Czy w relacjach dotyczących polityki europejskiej obu państw dominował kontekst konfliktu, czy współpracy?
3. Czy relacje były odzwierciedleniem faktycznych pól sporu, czy też zbieżności interesów w tej dziedzinie?
4. Czy ujawniły się różnice w stanowiskach odnośnie do wyżej wymienionych kwestii w zależności od politycznej proveniencji danej gazety?

Polityka europejska była i jest dla Polski i Niemiec jednym z najważniejszych elementów polityki zagranicznej². Kierunki niemieckiej polityki europejskiej miały szczegól-

¹ Artykuł powstał w ramach projektu badawczego Instytutu Spraw Publicznych oraz Fundacji Konrada Adenauera, z wykorzystaniem fragmentów raportu: B. Ociepka, A. Łada, J. Ćwiek-Karpowicz, *Polityka europejska Warszawy i Berlina w prasie niemieckiej i polskiej*, Warszawa 2008.

² Polityka europejska, w Polsce nazywana również unijną, oznacza dla nas tę część działań podejmowanych w ramach polityki zagranicznej, których celem jest kształtowanie wspólnoty europejskiej

ne znaczenie dla Polski w okresie przedakcesyjnym. Przy ich ocenie istotny był trend odeuropeizowania polityki Niemiec, oznaczający powrót kategorii interesu narodowego do dyskusji nad polityką zagraniczną³. Po zakończeniu procesu akcesji Polski do Unii Europejskiej w stosunkach obu krajów spodziewano się polityki europejskiej, która stanowiłaby płaszczyznę współpracy i deklarowanej od lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku wspólnoty interesów. Jak jednak wskazują pierwsze lata polskiego członkostwa w Unii, nie tyle przyniosły one wzmocnienie współpracy między Polską a Niemcami w nowych, europejskich ramach, ile raczej uaktywniły zadawnione i nierozwiązane konflikty. Uzasadnione jest więc pytanie o rolę mediów w ich łagodzeniu bądź też zaostrzaniu.

Wizerunek polityki europejskiej w prasie powstaje poprzez opis i ocenę najważniejszych wydarzeń, zagadnień i projektów w tej dziedzinie. Ze względu na charakter współczesnych mediów, ważna dla powstawania tego wizerunku jest ocena polityków, którzy mają największy wpływ na formułowanie celów polityki europejskiej i jej realizację. Dla określenia wizerunku polityki europejskiej, rozumianej jako niezwykle istotna część polityki zagranicznej Polski i Niemiec, konieczne jest przy tym zbadanie, czy w przekazach prasowych występują schematy poznawcze, zwane ramami, oraz czy dla oceny tej polityki dziennikarze i komentatorzy posługują się stereotypami narodowościowymi oraz szablonowym postrzeganiem polityki zagranicznej.

Metodologia badania

Do przeprowadzenia badań został wybrany okres prezydencji niemieckiej w UE (pierwsza połowa 2007 roku) i następujące po nim miesiące prezydencji portugalskiej, aż do październikowego szczytu Rady Europejskiej w Lizbonie i przedterminowych wyborów parlamentarnych w Polsce. W tym czasie miały miejsce istotne wydarzenia, a także dyskutowane były zagadnienia, które sprzyjały polaryzacji stanowisk Polski i Niemiec w polityce europejskiej, wyostrzając tym samym ich ocenę w prasie. Po pierwsze, stosunki między obydwojma krajami były w tym okresie napięte zarówno z powodu konfliktu interesów, m.in. w kwestiach bezpieczeństwa energetycznego i stosunków z Rosją, jak i ze względu na wymiar symboliczny polityki zagranicznej, w tym polityki europejskiej, w której coraz większą rolę po stronie polskiej odgrywała polityka historyczna. Polska reprezentowała odmienne niż Niemcy stanowisko w sprawie Traktatu konstytucyjnego i mimo że nie była jedynym krajem zgłaszającym do niego zastrzeżenia, to dla europejskich (w tym niemieckich) mediów stała się krajem blokującym postępy w pracy nad traktatem.

jako całości i jednocześnie realizacja interesów i pozycjonowanie kraju w jej ramach. Polityka europejska zarazem jednak spleta się ze wszystkimi dziedzinami polityki wewnętrznej.

³ Zob. m.in. K. Malinowski, *Nauka i polityka zagraniczna. Dyskurs o międzynarodowej roli Niemiec (1990–2005)*, „Zeszyty Instytutu Zachodniego” 2007, nr 44, s. 36 i nast. oraz G. Hellemann, *Deutschland, Europa und der Osten*, „Internationale Politik” 2007, nr 62, s. 23.

Do badania wybrano tytuły, które reprezentują różne typy prasy i odmienne opcje polityczne. Analizie poddano dzienniki opiniotwórcze: „Süddeutsche Zeitung” („SZ”), „Frankfurter Allgemeine Zeitung” („FAZ”), „Die Welt” po stronie niemieckiej i „Gazetę Wyborczą” („GW”), „Rzeczpospolitą” („Rz”) oraz „Dziennik” po stronie polskiej. Badano także gazety bulwarowe: „Bild” (strona niemiecka) oraz „Fakt” i „Super Express” („SE”) (strona polska), a spośród tygodników politycznych „Der Spiegel” i „Focus” (strona niemiecka) oraz „Politykę” i „Wprost” (strona polska).

W ramach pierwszego etapu badań zgromadzono wszystkie teksty prasowe, pochodzące z wyżej wymienionych tytułów, poświęcone polityce europejskiej drugiego kraju i opublikowane między 1 stycznia a 31 października 2007 roku. Wstępna selekcja polegała na odrzuceniu tekstów mało istotnych, np. opublikowanych jedynie w Internecie bądź pochodzących z działów sportowych. W ten sposób uzyskano ponad tysiąc trzysta artykułów: 858 w prasie niemieckiej i 521 w prasie polskiej⁴. Spośród nich wybrano reprezentatywną próbę (ponad sto artykułów z każdej ze stron) na podstawie: najczęściej omawianych zagadnień (pięć najważniejszych tematów po stronie polskiej i siedem po stronie niemieckiej), największej trafności (stopnia skoncentrowania na badanym zagadnieniu, tj. polityki europejskiej Polski bądź Niemiec) oraz długości tekstu i czasu jego publikacji⁵.

Ramy interpretacyjne. W badaniu wykorzystano kategorię ram, które występują w relacjonowaniu wydarzeń związanych z polityką europejską. W tym przypadku poprzez badanie używanych przez dziennikarzy sformułowań ustalano, czy ocena polityki europejskiej była pozytywna, czy negatywna⁶. Przez pojęcie uramowienia rozumiano proces wyboru jednych elementów rzeczywistości, a wykluczenie innych, organizowanie tych elementów wokół idei centralnej i położenie nacisku na to, jak należy postrzegać i interpretować te elementy⁷. Typową ramą, występującą w tekstach poświęconych polityce europejskiej, ale także mówiących o stosunkach polsko-niemieckich, jest rama konfliktu⁸. W niniejszym badaniu autorzy zadawali w związku z tym

⁴ Liczba opublikowanych tekstów z podziałem na poszczególne gazety wyglądała następująco: 280 z „FAZ”, 240 z „SZ”, 255 z „Die Welt”, 47 z „Der Spiegel”, 20 z „Bild” i 16 z „Focus” – dla prasy niemieckiej oraz 168 z „GW”, 158 z „Rz”, 67 z „Dziennika”, 57 z „Wprost”, 26 z „Polityki”, 24 z „Faktu” i 21 z „SE” – dla prasy polskiej.

⁵ Po stronie niemieckiej było to 156 tekstów (40 z „FAZ”, 47 z „SZ”, 44 z „Die Welt”, 15 z „Der Spiegel”, 10 z „Focus”), a polskiej – 118 (po 27 z „GW” i „Rz”, po 17 z „Dziennika” i „Wprost”, po 10 z „Polityki”, „Faktu” i „SE”). Z tego etapu badania został wyłączony dziennik „Bild”.

⁶ Zob. C. Trutkowski, *Społeczne reprezentacje polityki*, Warszawa 2000, s. 276. Według autora dany tekst ma wymowę pozytywną, gdy znajdują się w nim takie wyrażenia, jak: „budowanie”, „scalanie”, „tworzenie” itp. Negatywny wydźwięk artykułu jest związany ze słowami: „burzenie”, „niszczenie”, „rozkład”, „atak” itp.

⁷ Zob. R. Kuhn, *Television and l'insécurité in the 2002 French Presidential Election*, „European Journal of Communication” 2005, vol. 20, s. 192.

⁸ Wynika to m.in. z badań nad uramowieniem tematyki europejskiej, prowadzonych przez H. Smetko i P.M. Valkenburga, *Framing European politics: a content analysis of press and television news*, „Journal of Communication” 2000, Spring, s. 93–109. Zob. także: B. Ociepka, *Polacy i Niemcy*

pytania, czy w analizowanych tekstach podkreślano elementy sporu, rywalizacji, braku porozumienia oraz na jakiej linii (bilateralnej czy multilateralnej) występowały nieporozumienia.

Poza ramą konfliktu wyodrębniono ramy: odpowiedzialności, skutków gospodarczych oraz narcyzmu (samoreferencji) mediów⁹.

Rama odpowiedzialności ma pokazać, kto ponosi odpowiedzialność za opisywaną działalność i stan rzeczy. Analizuje się, czy jest ona przypisywana jednostkom, czy podmiotom zbiorowym oraz czy autor, omawiając dane zagadnienie, sugeruje rozwiązanie zarysowanego problemu. Rama ta może być w związku z tym szczególnie przydatna do badania takich wydarzeń, jak spotkania międzynarodowe i negocjacje mające miejsce w opisywanym okresie. Ze względu na personalizację przekazów można się spodziewać przypisywania odpowiedzialności rządowi, a przede wszystkim głowom państw.

Rama skutków gospodarczych ma na celu wskazanie, czy przedstawiane w artykule zagadnienia można wyjaśnić uwarunkowaniami i interesami gospodarczymi oraz czy tekst dotyczy kwestii kosztów i zysków podejmowanych przedsięwzięć. Może ona w związku z tym wskazać na poziom ekonomizacji polityki zagranicznej w ocenie gazet.

W przypadku ramy narcyzmu mediów szukano w analizowanych artykułach odniesień do tekstów zamieszczonych w innych gazetach (zarówno zagranicznych, jak też rodzimych). Rama umożliwiła przedstawienie sposobu pisania o polityce europejskiej oraz ustalenie relacji media – polityka zagraniczna w obu krajach, a zwłaszcza zwraca uwagę na te sytuacje, w których media opisują i oceniają nie tyle politykę europejską, ile sposób jej relacjonowania. Ramy tej nie należy łączyć z użytym przez dziennikarzy sposobem argumentacji (jedno- bądź dwustronnym), który odnosi się do prezentowania racji stron opisywanego konfliktu, a nie stanowiska różnych gazet.

Pozostałe kryteria analizy. Innym kryterium analizy był kontekst artykułu: bilateralny oraz multilateralny. Do pierwszej grupy zaliczono publikacje koncentrujące się jedynie na relacjach polsko-niemieckich. Do drugiej włączono teksty, które nie tylko wspominały o opiniach czy postępowaniu rządów Polski i Niemiec, lecz opisywały także stanowisko i działania innych krajów lub całej Unii. Rozróżnienie to jest istotne, gdyż pokazuje, czy prasa drugiego kraju postrzegła politykę zagraniczną w szerszym kontekście europejskim, czy też skupiała się jedynie na stosunkach dwustronnych.

Uwzględniono także, czy teksty dotyczyły określonego zagadnienia, czy konkretnej osoby. Taki podział pozwalał stwierdzić, na ile politykę zagraniczną postrzegano,

w obrazie mediów, [w:] *Polacy – Niemcy. Sąsiedztwo z dystansu*, red. A. Wolff-Powęska, D. Bingen, Poznań 2004, s. 258–289.

⁹ Jest to podział stosowany przez H. Semetko, P.M. Valkenburga i L.L. Kaid. Szerzej w: H. Semetko, P.M. Valkenburg, *Framing European...* oraz S.R. Lichter, R.E. Noyes, L.L. Kaid, *No News or Negative News: How the Networks Nixed the '96 Campaign*, [w:] *The Electronic Election: Perspectives on the 1996 Campaign Communication*, red. L.L. Kaid, D.G. Byström, Mahwah, NJ 1999, s. 3–13.

a więc i oceniano, przez pryzmat tworzących ją osób, a w jakim stopniu dziennikarze koncentrowali się na problemach teźże polityki. Personalizacja polityki służy niewątpliwie uproszczeniu przekazu medialnego. Może jednak prowadzić do częściowego zafałszowania relacjonowanej kwestii, tj. sprowadzenia skomplikowanych zagadnień politycznych do prostej dychotomii: „sympatyczny – niesympatyczny polityk”. W przypadku tekstów silnie akcentujących postawy polityków rozróżniano, na kim dany materiał skupiał swoją uwagę oraz czy przedstawiał ową postać w pozytywnym, negatywnym czy neutralnym świetle.

Kolejnym kryterium była zastosowana przez dziennikarzy argumentacja: jedno- lub dwustronna/wielostronna. W pierwszym przypadku były to artykuły, w których ograniczano się do prezentowania racji tylko jednej strony – zazwyczaj swojego kraju. W drugim – dziennikarz wyjaśniał stanowisko dwóch lub większej liczby zaangażowanych w dane zagadnienie aktorów. Wskaźnik ten pozwolił w związku z tym stwierdzić, czy artykuły dawały czytelnikowi możliwość zapoznania się z racjami różnych stron, a więc także wyrobienia sobie własnej opinii na dany temat.

Badano także fakt odwoływania się w mediach do stereotypów narodowościowych lub ich nieprzywoływania. Miało to pomóc w udzieleniu odpowiedzi na pytanie, czy prasa potęguje obecność utartych, często niesprawiedliwych obrazów w stosunkach polsko-niemieckich, czy też – opisując aktualne wydarzenia – stara się operować obiektywnymi i merytorycznymi stwierdzeniami oraz sądami. Zadano sobie przy tym pytanie, czy można w prasie obu krajów mówić o stereotypowym postrzeganiu ich polityki europejskiej, przez co rozumiano powtarzające się sądy upraszczające opis i ocenę tej polityki.

Wyniki analizy prasy polskiej i niemieckiej

Sposób prezentacji wyników przeprowadzonej analizy miał przede wszystkim wykazać różnice i podobieństwa w prasie polskiej i niemieckiej w relacjonowaniu wydarzeń dotyczących polityki europejskiej drugiego kraju. Następnie pokazano zróżnicowanie gazet pochodzących z tego samego kraju. W badanym okresie politykę europejską Polski i Niemiec zdominowały relacje poświęcone reformie Traktatu konstytucyjnego (po ok. 40% artykułów po stronie niemieckiej i polskiej)¹⁰. Tym samym najwięcej artykułów ukazało się w marcu i czerwcu 2007 roku¹¹.

Odmienne ocena polityki europejskiej Polski i Niemiec. Większość niemieckich tytułów w ponad połowie przypadków negatywnie oceniała politykę europejską Polski, popierając najczęściej linię Berlina. Najwięcej negatywnych ocen pod adre-

¹⁰ Wyjątek stanowił tygodnik „Wprost”, w którym więcej miejsca, przy okazji relacjonowania wydarzeń związanych z polityką europejską Niemiec, poświęcano kwestiom historycznym (roszczenia).

¹¹ Na miesiące te przypadły następujące wydarzenia: wizyta Angeli Merkel w Polsce (17–18 marca), obchody 50. rocznicy podpisania Traktatów Rzymskich oraz podpisanie Deklaracji Berlińskiej (24–25 marca), szczyt Rady Europejskiej w Brukseli (21–23 czerwca).

sem Warszawy formułował „Der Spiegel” (73%), najmniej „FAZ” (30%). Wobec polityki rządu polskiego stosowano takie określenia, jak: „blokada”; „groźba”; „eskalacja, podział, otwarty rozłam [...] trwająca od miesięcy akcja solowa Polski w celu zdobycia władzy i wpływu”¹²; „opór”¹³; „Polacy dążą do tego, by zburzyć podstawy europejskiej siły”¹⁴. Jednocześnie ocenę polityki rządu niemieckiego formułowano: „aby jeszcze bardziej okazać przychyłność, Berlin zaofiarował pomoc w kwestii drugiego punktu spornego”¹⁵; „w tych warunkach niemiecka prezydencja w Radzie Europejskiej wykazała się znacznymi osiągnięciami”¹⁶.

W prasie polskiej różnie oceniano politykę europejską Niemiec. W przeciwieństwie do prasy niemieckiej, polskie gazety znacznie różniły się między sobą. Najwięcej artykułów przedstawiających politykę zagraniczną Berlina w korzystnym świetle można było znaleźć w „Dzienniku” (56%) i „GW” (55%), a najwięcej krytyki – we „Wprost” (65%) oraz „Rz” (50%). Dość pozytywne światło na politykę niemiecką rzucały polskie gazety tabloidowe, najwięcej zaś neutralnych stwierdzeń pod adresem Niemiec znaleźć można było w tygodniku „Polityka” (44%).

Różny stopień personalizacji polityki: lepsza ocena Angeli Merkel niż Lecha Kaczyńskiego. W prasie niemieckiej przeważało częstsze zorientowanie na poszczególne zagadnienia niż na same osoby. Sylwetki, poglądy i postępowanie polityków niemal zawsze były przedstawiane na tle danego problemu. Do osób najczęściej w ten sposób opisywanych należeli: po stronie polskiej – premier Jarosław Kaczyński, prezydent Lech Kaczyński oraz minister spraw zagranicznych Anna Fotyga, a po stronie niemieckiej – kanclerz Angela Merkel. Wobec braci Kaczyńskich stosowano takie określenia, jak: „ciągli wichrzyciele”¹⁷; „egoistyczne, nieustępliwe, nacjonalistyczne zachowanie polskich Bliźniaków”¹⁸. Lepiej przedstawiano w tym kontekście samą Angelę Merkel jako polityka pełnego dobrej woli, dążącego do porozumienia: „W tej sytuacji wyjściowej Merkel osiągnęła poprzez swój kompromis porozumienie, które umożliwia rozsądną podstawę podejmowania decyzji w UE”¹⁹; „[Merkel] Zdecydowana i przyjazna. Konsekwentna, ale zręczna. Uśmiechnięta. Spokojna. Twarda”²⁰.

W prasie polskiej częściej można było odnaleźć skoncentrowanie na osobach niż na samych zagadnieniach. Jest to kwestia znacznie odróżniająca prasę polską od niemieckiej. Sympatie gazet względem czołowych polityków niemieckich rozkładały się

¹² O. Berbalk, S. van Laere, *Europa bewegt sich wieder*, „Focus” 2007, nr 26.

¹³ *Trickreiches Spiel*, „Der Spiegel” 2007, nr 43.

¹⁴ M. Winter, *Vorwärts am Nasenring*, „Süddeutsche Zeitung” z 25.06.2007.

¹⁵ *Kompromisslose Polen*, „Der Spiegel” 2007, nr 24.

¹⁶ M. Winter, *Vorwärts...*

¹⁷ *Trickreiches Spiel*, „Der Spiegel” 2007, nr 43.

¹⁸ *Polen muss aufhören*, „Süddeutsche Zeitung” z 03.07.2007.

¹⁹ *Freche Maxime*, „Focus” 2007, nr 28.

²⁰ O. Berbalk, S. Borst, S. van Laere, *Alle gegen Warschau*, „Focus” 2007, nr 25.

według wcześniej określonej oceny polityki zagranicznej Niemiec: najbardziej krytyczne były więc „Wprost” i „Rz”, a przychylne – „GW”, „Dziennik” i „Polityka”. Najczęściej opisywaną osobą była kanclerz Angela Merkel. W niemieckiej kanclerz doceniano wysiłek na rzecz wyjścia z kryzysu konstytucyjnego i dalszej reformy UE: „Kanclerz Niemiec Angela Merkel pisze do szefów państw UE poufny list. Eurokonstytucja ma być gotowa do końca czerwca. [...] Czas na zastanawianie się już minął, pora działać [...]. Merkel chce, by w reanimację eurokonstytucji zaangażowali się sami szefowie rządów, co podniosłoby wagę negocjacji i je przyspieszyło”²¹. Przedstawiano ją jako osobę biorącą odpowiedzialność za całą Europę, dążącą do wspólnego kompromisu i porozumienia: „Głównym celem wizyty Angeli Merkel w Polsce jest Europa: wynegocjowanie nowego traktatu dla Unii”²². Nawet w krytycznym momencie czerwcowych negocjacji wobec niemieckiej kanclerz nie stosowano ostrej krytyki, lecz tylko suche stwierdzenie faktu w stylu: „Angela Merkel jest zdenerwowana. [...] Chce zwołać konferencję międzyrządową, która zdecyduje o przyszłości traktatu. – Będziemy rozmawiać bez Polski – oświadcza kanclerz Merkel”²³.

Przy okazji omawiania polityki europejskiej Niemiec w prasie polskiej ujawniło się także zróżnicowanie ocen wobec polskich polityków uczestniczących w kreowaniu polityki zagranicznej. Wśród nich najwięcej uwagi poświęcono prezydentowi Lechowi Kaczyńskiemu. Generalna ocena przypisywana przez polską prasę jest wobec niego wyraźnie niższa (41% pozytywnych i tyle samo negatywnych) niż wobec Merkel (68% ocen pozytywnych i 16% negatywnych). Prezydent był doceniany za samą aktywność na arenie europejskiej: „do Berlina leci prezydent Lech Kaczyński. Przed przyszłotygodniowym szczytem Unii będzie przekonywał niemiecką kanclerz Angelę Merkel do polskiej propozycji zmiany systemu głosowania w Radzie UE”²⁴. Wyniki prowadzonych przez niego negocjacji były jednak mocno krytykowane: „Gdyby wypadło zajrzeć do walizki prezydenta, okazałoby się, że przywiózł on z Brukseli zupełnie coś innego, niż się wydawało [...]. Wojenna, eurosceptyczna retoryka prezydenta i jego widowiskowa nieustępliwość w Brukseli zasłaniają gorzką prawdę, że w porównaniu z wyznaczonymi celami jeszcze żadna polska delegacja nie przywozła tak mało”²⁵.

Kontekst multilateralny w prasie niemieckiej i bilateralny w prasie polskiej. W ponad trzech czwartych artykułów pochodzących z prasy niemieckiej politykę europejską Polski przedstawiano w odniesieniu do opinii i poczynań całej Wspólnoty lub większej liczby krajów. Fakt, że przeważało wielostronne ujęcie problematyki, może świadczyć o tym, że Polskę postrzegano jako jednego z aktorów po-

²¹ K. Niklewicz, *Merkel pogania Europę*, „Gazeta Wyborcza” z 13–14.01.2007, a także A. Woś, *Merkel walczy o eurokonstytucję*, „Dziennik” z 30.05.2007.

²² Ł. Lipiński, *Merkel na zgodę – komentarz*, „Gazeta Wyborcza” z 17–18.03.2007.

²³ W. Lorenz, A. Stojewska, *Merkel zagroziła izolacją Polski*, „Rzeczpospolita” z 23.06.2007.

²⁴ A. Woś, *Prezydent może przekonać Niemcy do poparcia Polski*, „Dziennik” z 16.06.2007.

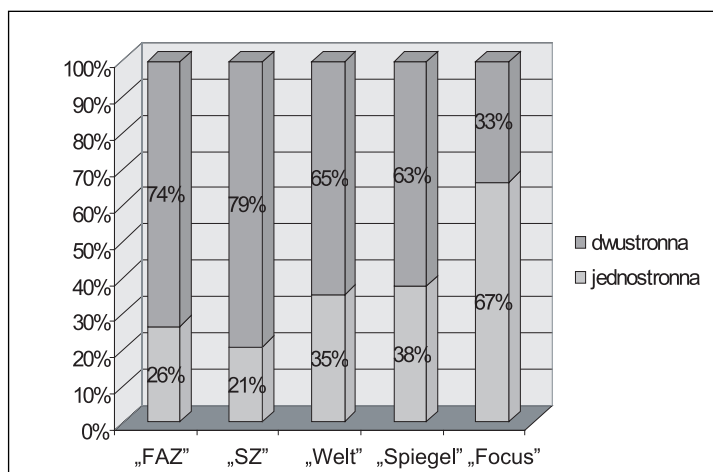
²⁵ K. Bachmann, *Traktat jest nagi*, „Polityka” 2007, nr 27.

lityki międzynarodowej, a jej decyzje i poczynania jako ściśle powiązane z postępowaniem i położeniem innych państw.

Niemal odwrotne zjawisko zaobserwowano w przypadku gazet polskich, w których zamiast na relacjach multilateralnych koncentrowano się na stosunkach polsko-niemieckich. Polscy dziennikarze przedstawiający politykę europejską Niemiec wybierali kontekst bilateralny z dwóch powodów: 1) uważali, że Niemcy – kraj o znacznie większym potencjale gospodarczym i politycznym – od zawsze absorbowały uwagę polskiej opinii publicznej; 2) obawiali się, że umiejscowienie problemu w szerszej perspektywie ogólnoeuropejskiej spowoduje rozmydlenie podziałów, zatarcie istoty sporu i tym samym przyczyni się do krytyki faktu usprawiedliwiania Niemiec. Warto zauważyć, że kontekst bilateralny dominował w tych relacjach prasowych, które negatywnie oceniały politykę europejską Niemiec, natomiast pozytywna ocena najczęściej korelowała z ujęciem multilateralnym problematyki. Zależność ta była wyraźnie obecna w „GW”, „Dzienniku” i „SE”, trochę słabiej w „Rz”.

Argumentacja dwustronna w prasie niemieckiej i jednostronna w prasie polskiej. W prasie niemieckiej dominowała argumentacja dwustronna, która pozwalała czytelnikowi dokonać samodzielnej oceny oraz wyrobić własne zdanie o polityce europejskiej. Dziennikarze starali się przywoływać argumenty obu stron, np. poprzez cytowanie dłuższych wypowiedzi, mimo wyraźnego zaznaczania własnej opinii i głównej tezy artykułu. Nie powinno się w związku z tym zarzucać dziennikarzom niemieckim, że pomijali oni polskie racje. Ponieważ w niemieckich mediach panował konsensus co do słuszności idei integracji europejskiej oraz poparcie dla działań rządu w tym kierunku, argumenty przeciwnej strony, niezgodne z tym spojrzeniem, wypadały najczęściej mało przekonująco. Istotne było jednak już samo ich występowanie.

Wykres 1. Rodzaj argumentacji w prasie niemieckiej



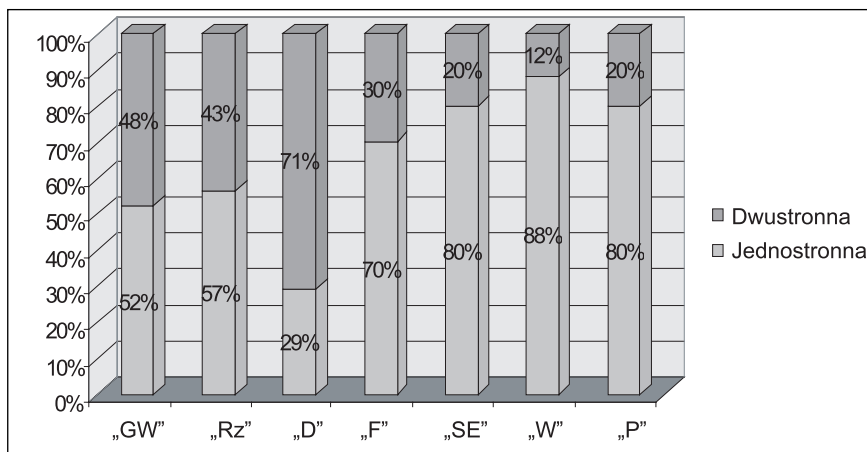
Na szczególną uwagę zasługuje wydanie tygodnika „Der Spiegel” z 18 czerwca, które w znacznej części było poświęcone Polsce²⁶. Zamieszczono w nim cztery długie artykuły na temat naszego kraju, w tym wywiad z Mariuszem Muszyńskim, ówczesnym pełnomocnikiem rządu ds. współpracy z Niemcami. Artykuły przedstawiały wrogość do Niemców jako wyznacznik polityki ówczesnej władzy w Warszawie. Podkreślały jej upór w kwestii blokowania przyjęcia propozycji Traktatu reformującego UE w sprawie głosowania. Przedstawiały skomplikowaną historię polsko-niemiecką, podkreślając, jak wiele Polacy wycierpieli z rąk sąsiadów. Jednocześnie przypominały późniejsze starania Niemców, aby pomóc Polsce. Autorzy zauważyli również proeuropejskie nastawienie społeczeństwa polskiego. W wywiadzie z Mariuszem Muszyńskim pojawił się mocny postulat, że to Niemcy powinni zacząć traktować partnersko Polskę, która jest chętna do rozmów i chce brać odpowiedzialność za przyszłość Unii. Artykuły stanowiły więc pogłębioną analizę sytuacji, w której nie zadowalano się prostymi schematami, lecz zarysowywano stanowiska obu stron. Interesujący jest również odzew czytelników na opublikowany materiał. W wydaniu z 25 czerwca „Der Spiegel” zamieścił piętnaście takich tekstów. Część autorów wyraźnie podkreślała w nich swoje pozytywne doświadczenia w kontaktach z Polakami i krytykowała gazetę za zamieszczony tytuł. Były jednak również głosy krytykujące polską stronę. Istotne jest to, że zamieszczono materiał o szerokim przekroju opinii, co może świadczyć o tym, że „Der Spiegel” dążył w tej kwestii do obiektywnego potraktowania tematu, podobnie jak w przypadku wydania z 18 czerwca.

W prasie polskiej stosowana przez dziennikarzy argumentacja była najczęściej jednostronna²⁷. Z wyjątkiem „Dziennika”, zjawisko to występowało w ponad połowie badanych artykułów. W praktyce autorzy tekstów cytowali tylko jedną stronę, a argumenty drugiej najczęściej referowali z własnej perspektywy.

²⁶ Stanowiło to wyjątek na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat w historii tego wpływowego tygodnika. Zob. A. Szymańska, *Wizerunek Polski w „Spieglu” w latach 1990–1999*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3/4.

²⁷ W niektórych przypadkach redakcje decydowały się na przedruki zagranicznych artykułów (w tym z gazet niemieckich). Najczęściej teksty te występowały obok siebie i służyły poinformowaniu czytelnika, co się pisze o Polsce za granicą. Zabieg ten nie jest jednak stosowaniem argumentacji dwustronnej. Kategoria ta obejmuje przywoływanie (cytowanie) argumentów strony zaangażowanej w spór polityczny, a nie przedstawianie innych relacji dziennikarskich. Przedruki zagranicznych artykułów są raczej przejawem samoreferencyjności (narcyzmu) mediów.

Wykres 2. Rodzaj argumentacji w prasie polskiej



Wykorzystywanie przez „Dziennik” argumentacji dwustronnej (por. wykres 2) było wielce symptomatyczne. Możliwym wytłumaczeniem takiej sytuacji mógłby być wpływ niemieckiego wydawcy (Axel Springer) na standardy dziennikarskie stosowane w tej gazecie. Niepokoić mogły wysokie udziały argumentacji jednostronnej (ponad 80%) w obu polskich tygodnikach („Wprost” i „Polityka”). Wśród tygodników niemieckich także zdarzały się gazety niestosujące zbyt często argumentacji wielostronnej („Focus”). Generalnie, w tygodnikach – mających więcej miejsca na pogłębioną analizę danego zagadnienia – przytaczana argumentacja nie powinna jednak dotyczyć tylko jednej ze stron sporu.

Otwartość światopoglądowa większości gazet. Innym wskaźnikiem pokazującym, czy dana gazeta stara się nie popadać w skrajny subiektywizm, jest udzielanie swych łamów autorom zewnętrznym oraz przeprowadzanie wywiadów z osobami o różnych przekonaniach politycznych. Prasa niemiecka nie różniła się w tym względzie od prasy polskiej: w badaniu „odkryto” gazety, które starały się zapraszać osoby o różnych przekonaniach politycznych, oraz takie, które ograniczały się tylko do jednej opcji²⁸.

Po stronie niemieckiej należy wyróżnić dziennik „Die Welt”, który zapraszał zarówno Polaków, jak i Niemców odznaczających się zupełnie odmiennymi poglądami (np. G. Verheugen i E. Steinbach, B. Geremek i J. Kaczyński, A. Michnik i M. Muszyński).

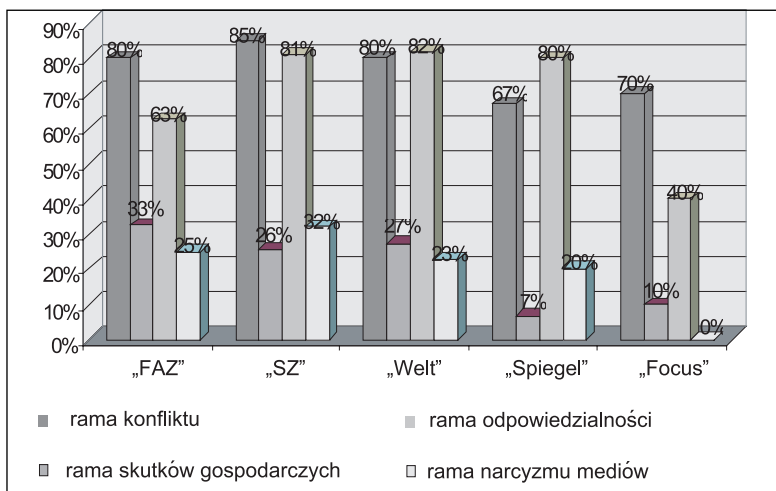
W polskiej prasie opinie niemieckie były prezentowane głównie przez osoby należące do aktualnej ekipy rządzącej (A. Merkel, F.W. Steinmeier, R. Polenz, R. Schweppe) bądź uznane autorytety (R. von Weizsäcker). Wyjątek stanowiły „Dziennik”

²⁸ Pod tym względem analizowano nie tylko wybraną próbę (ponad sto artykułów z każdej ze stron), ale wszystkie teksty dotyczące polityki europejskiej, odpowiednio Polski i Niemiec, zakwalifikowane po wstępnej selekcji (tj. 858 tekstów w prasie niemieckiej i 521 w prasie polskiej).

i „Fakt”, które udzieliły swych łamów politykowi z partii opozycyjnej (D. Cohn-Bendit z Partii Zielonych). Przy okazji przedstawiania w polskiej prasie polityki europejskiej Niemiec ujawniły się liczne spory z udziałem krajowych polityków i intelektualistów. Warto zatem zauważyć, w jakim stopniu polskie gazety starały się dopuszczać do głosu osoby o przeciwstawnych opiniach, bez względu na własną proveniencję polityczną. Spośród trzech najbardziej opiniotwórczych tytułów w Polsce należy wyróżnić „GW”. Na łamach tej gazety gościło wielu polityków zarówno lewicowych (Danuta Hübner, Dariusz Rosati), jak i prawicowych (Anna Fotyga, Ewa Ośniecka-Tamecka, Konrad Szymański). Nie można tego powiedzieć ani o „Rz”, w której dominowali wyłącznie politycy i publicyści prawicowi (Zdzisław Krasnodębski, Mariusz Muszyński, Barbara Fedyszak-Radziejowska, Paweł Zalewski), ani o „Dzienniku”.

Dominująca rama konfliktu i odpowiedzialności. W prasie niemieckiej dominowały ramy konfliktu oraz odpowiedzialności. Konflikty, które przedstawiały gazety i czasopisma, miały zazwyczaj miejsce między Polską a Niemcami albo Polską a Unią Europejską lub Rosją (przy czym Berlin i Bruksela często występowały razem jako przeciwnik Warszawy). Spory były więc postrzegane przez dziennikarzy w układzie: Polska – Wspólnota, ale także: Polska – Wspólnota – Niemcy. Znacznie rzadziej odwoływano się do skutków gospodarczych lub przywoływano opinie innych mediów.

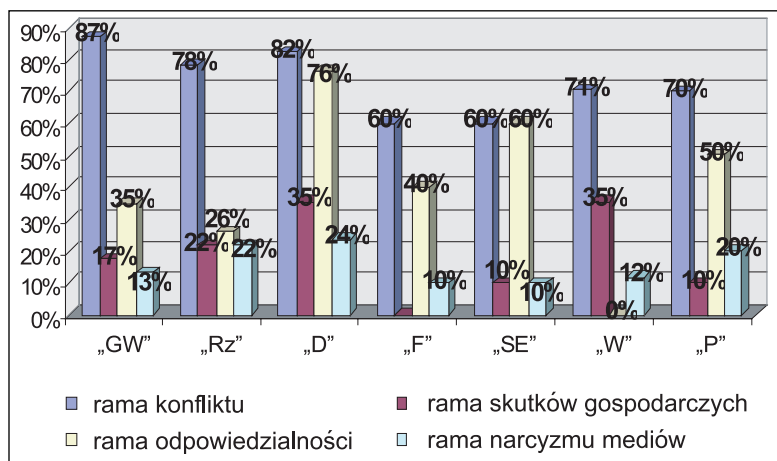
Wykres 3. Typy ram interpretacyjnych w prasie niemieckiej



W polskich artykułach, w porównaniu do prasy niemieckiej, częstotliwość stosowania ram była podobna, z tym że ramy konfliktu widocznie przeważały nad ramami odpowiedzialności. W prasie polskiej również rzadko co w prasie niemieckiej odwoływano się do skutków gospodarczych lub przywoływano opinie innych mediów. Nie można zatem mówić o szczególnie wysokim poziomie samoreferencji mediów (tzw.

narcyizmu mediów). Prawie w ogóle nie występowało zjawisko nawiązywania do tekstów gazet rodzimych, co świadczy o zaniechaniu w badanym okresie prowadzenia w polskiej prasie debaty publicznej na temat relacji polsko-niemieckich i polityki zagranicznej Polski względem Niemiec.

Wykres 4. Typy ram interpretacyjnych w prasie polskiej



W prasie polskiej można było zaobserwować trzy różne sposoby stosowania ram konfliktu. Pierwszy łączył się z negatywną oceną Lecha i Jarosława Kaczyńskich: „Kaczyńscy traktują politykę jako nieustanny bój. [...] Kaczyńscy zachowują się tak, jakby znali jedynie pytania: «kto wygrał?» i «kto się podporządkował?» [...] Kaczyńscy nie potrafią myśleć racjonalnie, oddzielić interesów państwa od własnego samopoczucia”²⁹; „[...] antyniemiecka fobia i jej uzewnętrznianie – a bracia Kaczyńscy choć sami nie mówią, to jednak innych nie hamują – wykracza poza przyjętą w Europie poprawność polityczną”³⁰. Drugi sposób był powiązany z negatywną oceną polityki Niemiec: „[...] swoją agresywność usprawiedliwiają «troską o przyszłość wspólnej Europy» [...] Niemieckie dzienniki po prostu stanęły karnie u boku pani kanclerz i przekonują opinię publiczną w Europie, że to, co dobre dla Niemiec, jest także dobre dla Unii. [...] Czyż rosyjsko-niemiecka magistrała gazowa nie jest zagrożeniem dla przyszłości UE? Czy rząd w Berlinie nie spowalnia integracji, ograniczając dostęp do swojego rynku pracy? Jak się ma do idei europejskiej fakt, iż Niemcy przez kilka lat bezkarnie łamały pakt stabilizacyjny? A jak się ma do idei wolnego rynku tzw. prawo Volkswagena, które chroni największy koncern motoryzacyjny w Europie przed przejściem przez obcego inwestora?”³¹. Trzeci sposób podkreślał konieczność konfliktu, choć był pozbawiony oceny którejś z jego stron: „Teraz z tymi wytrawnymi gra-

²⁹ M. Bosacki, *Niemcy jako wróg*, „Gazeta Wyborcza” z 17–18.03.2007.

³⁰ M. Ostrowski, *Arytmetyka polityczna*, „Polityka” 2007, nr 25.

³¹ M. Magierowski, *Niemcy, czyli główny hamulcowy Unii*, „Rzeczpospolita” z 19.06.2007.

czami przyjdzie rozegrać pojedynek. [...] Uczestnictwo Kaczyńskiego w pokerowej rozgrywce z największymi tuzami Europy jest ryzykowne”³².

Powyższa analiza po raz kolejny potwierdza istniejący podział między polskimi gazetami. Po jednej stronie znajdowały się „GW” i „Polityka” – najlepiej oceniające politykę zagraniczną Niemiec i najgorzej postrzegające poczynania polskiego rządu. Po drugiej „Wprost” i „Rz” – źle oceniające niemiecką politykę zagraniczną, a dość dobrze – polską. Środek zajmowały gazety (w tym głównie tabloidy) starające się pozytywnie przedstawiać zarówno stronę polską, jak i niemiecką („Dziennik”, „Fakt” i „SE”).

Rzadkie odwoływanie się do stereotypów. Niemieckim mediom często się zarzuca, że Polskę i jej mieszkańców opisują przy użyciu stereotypów narodowościowych oraz że przyczyniają się do ich wzmocnienia. Stąd też istotne było pytanie, w ilu tekstach tendencja ta wystąpiła. Za stereotypy uznawano:

- uproszczone oceny, jak np. zawarte w żartach o Polakach – „Polenwitze”,
- stwierdzenia odnoszące się do oceny polityki europejskiej powszechnie uznawane za szablonowe, np. Niemcy jako ten kraj, który przez wieki dążył tylko i wyłącznie do podporządkowania sobie Polski,
- wypowiedzi, w których Polsce przypisywano rolę „hamulcowego” w Unii, kraju winnego problemom w procesie integracji czy nieumiejącego dążyć do kompromisów,
- opinie o naszym kraju jako niewdzięcznym w stosunku do Niemiec, które po 1989 roku wspierały dążenia Warszawy do wejścia w struktury europejskie.

Badanie wykazało, że odwoływanie się do stereotypów narodowościowych wystąpiło w mniejszej liczbie analizowanych tekstów niż zakładano. Miało to miejsce w niewielu artykułach; najwięcej w „Der Spiegel” i „Die Welt” (po 36%). Nie odwoływano się do stereotypów dotyczących bezpośrednio społeczeństwa, a od lat istniejących w świadomości Niemców, takich jak: Polacy to złodzieje samochodów, nielegalni robotnicy, alkoholicy. Pojawiła się natomiast tendencja do tworzenia uproszczonego obrazu polityki europejskiej obu krajów, przy czym w odniesieniu do Polski podkreślano negatywny (przeszkadzający w integracji) jej wymiar, a w odniesieniu do Niemiec wymiar pozytywny – prointegracyjny. Wniosku tego nie osłabia fakt, że prasa niemiecka zwykle starała się wyjaśnić postawę polskich polityków postrzeganą jako negatywną.

W prasie polskiej posługiwanie się stereotypami i uproszczeniami w przedstawianiu polityki europejskiej Niemiec miało zróżnicowany charakter. Wśród dzienników częstotliwość ta nie różniła się od tej zaobserwowanej w gazetach niemieckich. Wyjątek stanowiły oba polskie tygodniki odwołujące się do stereotypów narodowości-

³² T. Noske, T. Sygut, *Dziś poker na szczycie Unii w Brukseli*, „Super Express” z 21.06.2007.

wych („Wprost”)³³ oraz do stereotypowego postrzegania polityki europejskiej („Polityka”). Zaskakująco niskim poziomem posługiwania się stereotypami narodowościowymi odznaczały się polskie tabloidy: „Fakt” (10%) oraz „SE” (30%). Oznacza to, że kwestia polityki europejskiej Niemiec wcale nie dostarczyła wielu sposobności do wykorzystywania polsko-niemieckich uprzedzeń historycznych. Gazety bulwarowe ograniczały się do „suchego” referowania poszczególnych zagadnień polityki międzynarodowej. Nie podsycaly niepotrzebnie atmosfery, nie oddziaływały zbyt często na emocje czytelników. Do rzadkich wyjątków należy zaliczyć nagłówek, nawiązujący do komentarza Güntera Grassa na temat postawy negocjacyjnej polskiego rządu podczas czerwowego szczytu w Brukseli, brzmiący: „Autorytet z SS”³⁴.

Podsumowanie

Z przeprowadzonych badań nad prasą wyłania się obraz polskiej i niemieckiej polityki europejskiej, niezwykle istotny dla oceny polityki zagranicznej obu krajów i postrzegania ich na arenie międzynarodowej. Badany okres był bardzo specyficzny ze względu na nagromadzenie się ważnych wydarzeń dla Unii Europejskiej. Większa niż oczekiwano była liczba artykułów o Polsce w kontekście europejskim w prasie niemieckiej. Było to więc przełamanie występującej wcześniej asymetrii w liczbie przekazów prasowych po obu stronach granicy. Symbolicznym wyrazem tej zmiany było pojawienie się Polski na okładkach („Der Spiegel”) i pierwszych stronach gazet. W prasie polskiej z kolei postępująca „tabloidyzacja”, ujawniająca się w skręcaniu i upraszczaniu artykułów (w odpowiednio atrakcyjnej formie graficznej), a także skoncentrowanie się na bieżących sporach wewnętrznych, spowodowały ograniczenia tematyki zagranicznej. W gazetach polskich kwestie europejskie pojawiały się jako część „polityki zagranicznej”, w prasie niemieckiej natomiast politykę europejską można było wyodrębnić jak osobne zagadnienie.

Prasa niemiecka zasadniczo popierała strategię swoich władz, a media polskie wykazywały tu zróżnicowanie, w tym – negatywnie pisały o poczynaniach polskich polityków. Była to jedna z najczęściej podnoszonych kwestii w dyskusjach na temat przekazu medialnego dotyczącego polskiej i niemieckiej polityki zagranicznej. Warto w tym miejscu podkreślić dwie sprawy.

Po pierwsze, w Niemczech panowała zgoda co do kierunków tej polityki. Większość sił politycznych oraz środków masowego przekazu tradycyjnie optowało za zaangażowaniem RFN w proces integracji europejskiej i pozytywnie wypowiadało się na temat działań rządu w tym obszarze. Ponieważ postępowanie gabinetu Merkel, zwłaszcza podczas prezydentury, skupiało się na działaniach jednoczących i wzmacniających Wspólnotę, w sposób naturalny cieszyło się ono poparciem niemieckich ko-

³³ W 2007 roku tygodnik ten aż trzy razy zdecydował się na okładkę nawiązującą do tematyki niemieckiej; raz gazeta zamieściła zdjęcie Hitlera na tle urządzeń przemysłowych z tytułem: *Komu Niemcy ukradli dobrobyt?* („Wprost” 2007, nr 35).

³⁴ „Fakt” z 20.06.2008.

mentatorów. Jak wynika z badań H.M. Kepplingera nad prasą niemiecką w dłuższym okresie (1951–1995), jej relacje o stosunkach międzynarodowych przemawiały w większości na korzyść kolejnych rządów³⁵. Konsens w prasie niemieckiej dotyczył więc nie tylko polityki europejskiej, ale szerzej – niemieckiej polityki zagranicznej. Krytyczna ocena polityki Polski wynikała tutaj z niezadowolenia, że postępowanie polskich władz prowadziło do podziałów, a nie do konsolidacji UE, a także do napięć w relacjach w Berlinie. Tym samym prasa niemiecka sygnalizowała różnice w wizji Europy po stronie polskiej i niemieckiej, uznając przy tym wizję niemiecką za godną wsparcia, a wizję polską za destrukcyjną.

Po drugie, brak zgody wśród polskich dziennikarzy co do kierunków polityki zagranicznej, oceniany nad Wisłą jako negatywny³⁶, nie powinien być powodem jedynie krytyki. Zróżnicowanie zdań głównych aktorów debaty publicznej, jakimi są wiodące gazety, wpływa na nią pozytywnie. Jest przy tym dla polskich mediów zjawiskiem dość nowym, zwłaszcza w kontekście europejskim. Odzwierciedla zróżnicowane poglądy polskich partii politycznych na temat celów polityki międzynarodowej po osiągnięciu członkostwa w NATO i UE, ale także rosnący pluralizm opinii w tych kwestiach w mediach drukowanych.

Występująca często w analizowanych tekstach rama konfliktu – czego się spodziewano i co zostało potwierdzone w badaniu – nie ma tak jednoznacznego wymiaru historycznego jak w tekstach poświęconych wyłącznie stosunkom dwustronnym. W prasie niemieckiej konflikt występuje między Polską a Unią Europejską jako całością, w następnej kolejności między Polską a Niemcami oraz Polską a Rosją. W prasie polskiej stronami konfliktu są Polska i Niemcy, w drugiej kolejności Polska i Unia Europejska. Istotna dla określenia wizerunku polityki europejskiej obu stron okazała się rama odpowiedzialności. Polskim politykom przypisywano (także w części prasy polskiej) odpowiedzialność za niepowodzenie negocjacji i szczytów europejskich, a w „Rz” i „Wprost” wskazywano na negatywne skutki działań polityków niemieckich. Należy podkreślić jednoznacznie negatywny wizerunek Kaczyńskich w prasie niemieckiej i w części prasy polskiej oraz fakt, iż wizerunek kanclerz Merkel w prasie polskiej był lepszy niż prezydenta Kaczyńskiego. Postawę Merkel oceniano jako prointegracyjną. Rama skutków gospodarczych, ze względu na nagromadzenie symbolicznych wydarzeń politycznych w UE, nie ujawniała się jednak w badanym okresie zbyt często i nie miała podstawowego znaczenia dla określenia wizerunku polityki europejskiej obu krajów. Mniejsze znaczenie niż oczekiwano miała również rama narcyzmu mediów. Prasa po obu stronach granicy koncentrowała się na sobie raczej w kontekstach bilateralnych niż europejskim.

Publikowane przekazy były przy tym mniej stereotypowe niż zakładano w hipotezach badawczych, zarówno w odniesieniu do stereotypów narodowościowych, jak i do

³⁵ H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, Kraków 2007, s. 94.

³⁶ Taką ocenę sformułował m.in. M. Muszyński we wstępie do raportu z badań nad prasą niemiecką, opublikowanego w 2007 r. przez Fundację „Polsko-Niemieckie Pojednanie” – www.fnpn.pl.

stereotypowego postrzegania polityki europejskiej. Przeprowadzona analiza wskazuje jednak na utrwalenie się w omawianym okresie występujących już wcześniej stereotypów polityki europejskiej obu krajów. W prasie niemieckiej więcej było przekazów prezentujących argumentację dwustronną – a więc i racje strony przeciwnej sporu, a tematyka polska najczęściej występowała w kontekście multilateralnym. W prasie polskiej dominowała argumentacja jednostronna, a ocena polityki europejskiej Polski bądź Niemiec często była zależna od stosowanego kontekstu: bilateralnego bądź multilateralnego.

Obie strony, co wynika z analizy tekstów, miały pewne problemy z akceptacją nowej roli Polski jako członka UE. W prasie polskiej skutkowało to postrzeganiem polityki europejskiej jako pola konfliktu i ścierania się interesów (koncentrowano się przy tym na relacjach bilateralnych), natomiast w prasie niemieckiej – krytyką postawy Polski w omawianym okresie jako zagrażającej integracji. Choć podobną postawę wobec UE miała Wielka Brytania, to jednak Polsce – nowemu członkowi UE – częściej przypisywano rolę negatywną. Przedstawianie niezbyt pozytywnego obrazu polskiej polityki zagranicznej nie było jednak cechą wyróżniającą niemieckie media spośród innych europejskich środków masowego przekazu. Jak zauważył Klaus Bachmann, także prasa z innych krajów Wspólnoty nie szczędziła krytyki pod adresem działań Warszawy³⁷. Generalizacja, sprowadzająca się do pełnej odpowiedzialności niemieckich mediów za zły wizerunek Polski w Europie w badanym okresie, byłaby więc nieuprawniona.

Przeprowadzona analiza gazet i tygodników obu krajów skupiała się na przedstawieniu wizerunku polityki europejskiej państwa sąsiedniego. Badając materiały prasowe, można było także zauważyć pewne tendencje w polityce własnego kraju oraz wysnuć wnioski dotyczące jej obrazu. Media niemieckie oceniały działania swojego rządu w tym obszarze zazwyczaj pozytywnie, wypowiadały się pochlebnie o wysiłkach kanclerz Merkel oraz prezentowały zbliżony do stanowiska władz pogląd na temat kierunku rozwoju UE, jak i stosunków z Polską. Stosowana niekiedy krytyka była zwykle konstruktywna – pokazywała konkretne możliwości rozwiązań, nie stosując agresji czy bezpodstawnych oskarżeń. Inaczej prezentowało się podejście do polskiej polityki zagranicznej w rodzimej prasie. Tu opinie były zróżnicowane. W zależności od tytułu popierano lub krytykowano poczynania Kaczyńskich. Brakowało konstruktywnych propozycji i kompromisowych rozwiązań zgłaszanych przez polskich publicystów. Niektóre media ograniczały się do samych oskarżeń o „programową” niechęć i chorobliwą podejrzliwość Kaczyńskich wobec Niemiec, a krytyka ujawniała się najmocniej już po zakończonych negocjacjach.

³⁷ K. Bachmann, *Paternalizm czy partnerstwo*, „Odra” 2007, nr 12, s. 10–11.

MAREN RÖGER

Anti-German policy
or a newspaper
representing German
interests?
About the German
Publisher and
publications in the
“Fakt” tabloid

Polityka antyniemiecka
czy gazeta niemieckich
interesów?
O związku między
niemieckim
wydawnictwem
a publikacjami
tabloidu „Fakt”

KEY WORDS

media, press, tabloid, “Fakt”, Axel Springer
Polska, “German” media ownership,
influence of ownership, German-Polish
(media) relations

SŁOWA KLUCZOWE

media, prasa, dziennik, „Fakt”, Axel Springer
Polska, „niemieckie” wydawnictwo medialne,
wpływ właściciela wydawnictwa, niemiecko-polskie
stosunki (medialne)

ABSTRACT

The tabloid “Fakt” which, shortly after its introduction into the Polish press market in October 2003, became the best selling newspaper, has been keenly observed by both Polish and German society. While some Poles fear that the paper is serving German interests, some Germans are scandalized at “Fakt’s” anti-German coverage. The paper examines how the Polish tabloid „Fakt” reports about Germany, starting from the first edition for two years on.

The main result of the empirical analysis is, quite surprisingly in the context of the special bilateral relationship, that the majority of the articles in „Fakt” about Germany have to be categorised as neutral.

STRESZCZENIE

Tabloid „Fakt” – który w krótkim czasie po wejściu na polski rynek prasowy w październiku 2003 r. stał się najbardziej poczytną gazetą – jest bacznie obserwowany przez część polskiego i niemieckiego społeczeństwa. Podczas gdy niektórzy Polacy uważają, że dziennik reprezentuje niemieckie interesy, ze strony niemieckiej słyszy się oburzone głosy o antyniemieckim wydźwięku „Faktu”. Autorka artykułu analizuje publikacje dziennika „Fakt” na temat Niemiec, które ukazały się w ciągu dwóch lat, počawszy od numeru pierwszego. Głównym rezultatem analizy empirycznej jest stwierdzenie – wręcz nieoczekiwane w kontekście specyficznych stosunków bilateralnych między krajami – że w „Fakcie” większość artykułów dotyczących Niemiec można zakwalifikować do kategorii neutralnych.

Wprowadzenie

Kiedy na początku 2003 roku Axel Springer Polska, polski odpowiednik niemieckiego wydawnictwa Axel Springer Verlag, ogłosił wprowadzenie na rynek nowej gazety, wzburzyło to bardzo polskie środowisko medialne. Wydające około trzydziestu tytułów¹ (m.in. tygodnik finansowy „Profit” oraz tygodnik informacyjny „Newsweek Polska”) wydawnictwo Axel Springer Polska obsadziło z dużym sukcesem różne działy polskiego rynku prasowego. W wyniku tego uznano je za najpotężniejsze wydawnictwo kraju znajdującego się w fazie transformacji. Mimo usilnych prób utrzymania tajemnicy co do charakteru, grupy docelowej i nazwy zapowiadzanego produktu², dość wcześnie pojawiły się – potwierdzone wkrótce – przypuszczenia, że planowana jest analogiczna wersja znanej niemieckiej gazety bulwarowej „Bild” z domu Springer³.

Tabloid „Fakt” – w formie i sposobie opisywania faktów ściśle oparty na niemieckim wzorze „Bild” – ukazał się po raz pierwszy 22 października 2003 roku. Dzięki kosztownej kampanii reklamowej oraz bardzo niskiej cenie (tylko 1 zł) w ciągu jedynie dwóch miesięcy stał się najbardziej czytelnym dziennikiem prasowym w Polsce. W ten sposób wyprzedził przodującą dotychczas na rynku lewicowo-liberalną „Gazetę Wyborczą” oraz jedyną dotąd gazetę bulwarową – „Super Express”.

¹ Wiele tytułów stanowi tzw. *carbon copies* znanych i cieszących się dużym powodzeniem na niemieckim bądź też zachodnioeuropejskim rynku czasopism, jak np. tytuły z grupy „Bild” („Computer Bild”, „Auto Bild”, „Bild der Frau”) obecne jako rozpoznawalna grupa na polskim rynku („Komputer Świat”, „Auto Świat” itp.).

² A. Nalewajk, *Codziennie gry wojenne*, „Press” 2003, nr 8, s. 47.

³ M. Janicki, *Nowy „Fakt” prasowy*, „Polityka” z 25.11.2003, s. 104.

„Fakt” jako polski tabloid ze słynnego i osławionego wydawnictwa Springera – dyskurs o wydawnictwie

Oprócz branżowych i fachowych dyskusji na temat „Faktu” oraz prasowo-systemowych konsekwencji uwiecznionego sukcesem wprowadzenia tego tabloidu na rynek⁴, rozpoczęto zarówno w Polsce, jak i w Niemczech debatę o „niemieckim” wydawcy. Niemieccy dziennikarze oburzali się domniemanym powszechnym stereotypowym przedstawianiem Republiki Federalnej oraz rzekomym brakiem moralności koncernu Springera⁵, a w tym samym czasie ich polscy koledzy dyskutowali z innej perspektywy o niemieckim wydawcy. W szczególności publicystyczna prawica spekulowała w trakcie wchodzenia „Faktu” na rynek na temat niebezpieczeństwa niemieckiej interwencji w polskiej polityce. Dominacja byłego wroga – Niemiec – na tym drażliwym polu życia publicznego skłoniła tygodnik „Wprost” 26 października 2003 roku, tuż po ukazaniu się pierwszego numeru „Faktu”, do publikacji polemicznego artykułu pod tytułem *Prasa niemiecka. Polska już stała się niemiecką kolonią medialną*⁶, w którym poruszono również silną pozycję rynkową wydawnictwa Axel Springer Polska. Przedstawiono w nim obecność Niemców w sektorze medialnym jako niebezpieczeństwo dla polskich interesów. „Niemcy zdobyli władzę nad polską opinią publiczną i teraz nią sterują” – tak brzmiała polemizująca argumentacja „Wprost”, klasyczna dla przeciwników niemieckiej własności.

Na pytanie, czy poza populistycznym dyskursem i fachową debatą wśród szerokich kręgów społeczeństwa istnieje świadomość, do jakiego domu wydawniczego należy i z jakiego kraju pochodzi dana gazeta czy czasopismo, nie ma odpowiedzi. Jak dotąd nie prowadzono żadnych badań na ten temat.



Także w przypadku „Faktu” można tylko snuć domysły, czy czytelnicy wiedzą, iż pochodzi on z niemieckiego wydawnictwa – pytanie, które jest jednak elementarne w ocenie wiarygodności relacji dotyczących Niemiec. Załączona naklejka, stanowiąca wprawdzie jedyne znalezisko autorki, wskazuje na (problematyczną) publiczną świadomość przynajmniej części środowiska studenckiego.

Naklejka anti-„Faktowa” znaleziona w domu studenckim w Słubicach w lutym 2006 roku

⁴ W. Sonczyk, „Fakt” – nowy dziennik na polskim rynku prasowym, „Studia Medioznawcze” 2004, nr 2, s. 11–25.

⁵ Por.: O. Hinz, *Die Geschichte spielt mit*, „Rheinischer Merkur” z 8.06.2006, s. 30, www.merkur.de/13214.0.html?&no_cache=1 [dostęp: 30.06.2006]; R. Scholz, *Die Preußen kommen... Die Angst der Polen vor einer Rückkehr der Deutschen*, www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/285023/ [10.11.2005]. Krytyczna obserwacja publikacji Springera ma w Republice Federalnej tradycję od czasów rozruchów studenckich: „Bild” był uważany przez protestujących za kwintesencję politycznej odbudowy i konserwatywnego manipulacyjnego potencjału potężnego wydawnictwa Springera.

⁶ S. Sieradzki, *Niemiecka prasa. Polska stała się już niemiecką kolonią medialną*, „Wprost” z 26.10.2003, s. 22.

Podczas gdy część społeczeństwa polskiego przypisuje „niemieckim” produktom prasowym, w tym także „Faktowi”, generalnie proniemiecką linię, osoby z Republiki Federalnej zabierające głos w tej sprawie skarżą się na wyraźnie widoczną antyniemiecką postawę „Faktu”. Przykładowo, korespondent „Spiegla”, Olaf Sundermeyer, w opublikowanym w „Osteuropie” artykule stwierdza dość pochopnie: „Springer rozpowszechnia przy pomocy «Faktu» [...] przede wszystkim otwarcie antyniemiecką postawę”, przy czym „[wystarcza – przyp. M.R.] przypadkowe spojrzenie do gazety, aby potwierdzić antyniemiecki kurs Springera w Polsce”⁷.

Wyniki mojej ilościowej i jakościowej analizy artykułów dotyczących Niemiec w „Fakcie” świadczą jednak o czymś innym: bardzo uogólniająca ocena pro- czy antyniemieckości maskuje fakt, że istnieją subtelniejsze linie konfliktowe, których źródło tkwi w niemieckim wydawnictwie.

Projekt badawczy

Zanim przedstawię wybrane wyniki badań, muszę w tym miejscu krótko wspomnieć o materiałach, na podstawie których je prowadziłam. Bazę materiałową badań stanowiły pierwsze dwa roczniki „Faktu”. Do analizy włączyłam wszystkie artykuły odnoszące się do Niemiec oprócz tych, które były zamieszczone na stronie sportowej i stronie końcowej *Świat*, na której są prezentowane różnorodne wiadomości z całego świata⁸. Pierwszy krok stanowiła standardowa analiza treści materiału, a w szczególności analiza tematyczna⁹, aby następnie za pomocą teoretycznie wyszczególnionych i indukcyjnie sprawdzonych kryteriów – na przykład zarzut hegemonii, stereotypizacja czy dychotomia interesów i identyfikacji – przeprowadzić dogłębną analizę tekstu. Na zakończenie wybrałam artykuły, dotyczące przede wszystkim polsko-niemieckiej debaty historycznej, które poddałam szczegółowej analizie za pomocą tzw. *close reading*. Teoretyczne tło pracy – kierując się złożonym zrozumieniem komunikacji według *Cultural Studies-Approach* – tworzą badania naukowe z zakresu mediów i tożsamości oraz prace dotyczące dziennikarstwa bulwarowego i specyficznego dla niego rodzaju konstrukcji tożsamości.

W dalszej części artykułu przedstawię przegląd różnych wzorców, którymi posługuje się „Fakt” w swoich raportach o Niemczech. Na początku będą to charakterystyki prezentowanego przez „Fakt” obrazu Niemiec, potem stanowiska zajmowane przez „Fakt” w przypadku niemiecko-polskich konfliktów, a na końcu dychotomiczna postawa prasy bulwarowej względem Niemców i Polaków.

⁷ O. Sundermeyer, *Zwischen Markt und Macht. Deutsche Medienkonzerne in Polen*, „Osteuropa” 2006, Jg. 56, H. 11/12, s. 267–268.

⁸ *Świat* nie został rozpatrzony, ponieważ potencjał rozpoznawczy dotyczący obrazu Niemiec uznano za zbyt mały. Pominięto także część sportową. Również dodatki nie zostały wzięte pod uwagę, ponieważ właśnie w początkowej fazie wydawania „Faktu” eksperymentowano co do dodatków i niemożliwe było rozpoznanie stabilnego podkładu do badań.

⁹ Poza tym uwzględniono w badaniach cechy szczególne, takie jak objętość artykułu czy jego autor.

„Fakt” jako twórca specyficznego obrazu Niemiec

Na wstępie należy sprecyzować główny miarodajny wynik tych badań: „Fakt” spoglądał na kraj sąsiedni najczęściej neutralnie. W większości artykułów nie przesadzano w kwestii sensacji i wzbudzania emocji, a także zazwyczaj nie oceniano samych Niemców. Można tym samym uwolnić wydawców od zarzutu, że „Fakt” prowadził kampanię antyniemiecką. Można nawet znaleźć przykłady pozytywnych ocen odnoszących się do niemieckich znanych „osobistości”, jak np. wybranego na papieża kardynała Josepha Ratzingera¹⁰ czy kabarecisty Steffena Möllera¹¹, który mieszka i pracuje w Polsce i jest uważany za „najpopularniejszego Niemca”. Niewątpliwie polskiemu lękowi przed gazetą propagującą niemieckie interesy przeczyła też dobitnie mała liczba przypadków wypowiedzi proniemieckich¹².

Chcąc ilościowo określić to negatywne spojrzenie, należy stwierdzić krytyczną postawę w stosunku do Niemiec w prawie jednej piątej wszystkich analizowanych artykułów. W tych artykułach krytykowano sąsiada, zarzucano mu hegemonalne zachowanie i poddawano go stereotypizacji. Ograniczano przy tym krytyczne spojrzenia do konkretnych zagadnień, jak na przykład oparte na konfliktach stosunki między Niemcami a Polską w Unii Europejskiej, niemieckie żądania zwrotu nieruchomości i polskie roszczenia reparacyjne. W tych kontekstach powtarzały się negatywne oceny wartościujące oraz historyczne banały, częściowo także dochodziło do kampanii antyniemieckich. Potwierdza to wyniki poprzednich analiz innych gazet bulwarowych, w których stwierdzono w pojedynczych dyskursach powszechną elastyczność przy równoczesnej zwartości poglądów¹³.

Relacje dotyczące Niemiec zamieszczone w badanych numerach „Faktu” skupiały się przede wszystkim na: zagadnieniach historycznych, niemiecko-polskich procesach interakcyjnych na płaszczyźnie UE, stosunkach bilateralnych, a dodatkowo trafiały na porządek dzienny niektóre drugorzędne tematy, jak stosunki gospodarcze lub niemiecko-polska karuzela gwiazd.

Podstawowa tematyka dotycząca UE i historii – odnosząca się do Niemiec – była formalnie podkreślana poprzez to, że w większości przypadków trafiała na czołówki gazet. Najczęściej były to negatywne sprawozdania¹⁴.

¹⁰ Przykładowo: ME/TP/EK, *Papież uczy się polskiego! Dziś pozdrowi pielgrzymów*, „Fakt” z 27.04.2005, s. 5.

¹¹ Por. KJM, *Steffen Möller wraca do siebie*, „Fakt” z 16.03.2004, s. 16; KJM, *Steffen Möller z niemieckim orderem*, „Fakt” z 28–29.05.2005, s. 15; MOL, *Nie zabierajcie nam Stefana!*, „Fakt” z 22.09.2005, s. 18.

¹² W przypadku większości artykułów (64,7%) nie można ustalić oszacowania. W 11,3% sprawozdań ocenia się Niemców bądź też Niemcy w dwojaki sposób, a w 12 artykułach (4%) przedstawia się ten kraj pozytywnie.

¹³ P.A. Bruck, *Das österreichische Format. Eine Einleitung*, [w:] Tęgoż, (Hrsg.), *Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronen Zeitung“*, Wien 1991, s. 20.

¹⁴ To potwierdza poprzednie wyniki badań z 1995 r. Hömberg i Schlemmer, analizując zamieszczone w niemieckiej prasie artykuły dotyczące azylantów, zauważyli, że negatywne relacje o obcych znajdują się coraz częściej na stronie tytułowej, a sprawy niewzbudzające rozgłosu pojawiają się w części środkowej.

„Fakt” jako aktor w niemiecko-polskich konfliktach

W relacjach dotyczących licznych niemiecko-polskich tematów konfliktowych, które od końca 1990 roku prowadziły do głębokich rozdzźwięków w kontaktach bilateralnych obu krajów, „Fakt” prezentował różne postawy. W badanym okresie z jednej strony gazeta prowadziła kampanie antyniemieckie w zakresie zagadnień dotyczących Unii Europejskiej, niemieckich żądań zwrotu nieruchomości oraz polskich roszczeń reparacyjnych, a z drugiej strony kierowała się strategiami zapobiegania konfliktom i względnej dezinformacji.

Kampanie antyniemieckie

W początkowych wydaniach gazety od listopada 2003 do stycznia 2004 roku komunikaty o niemiecko-polskich interakcjach w UE wykazywały znaczny antyniemiecki kierunek. W licznych sprawozdaniach reprezentanci Republiki Federalnej byli przedstawiani w taki sposób, jakby pragnęli – obciążając wschodniego sąsiada – osiągnąć przewagę w sojuszu¹⁵. Zarzut ten utwierdzała głównie debata na temat systemu plebiscytowego z Nicei, która rozszerzyła się do rozmiarów powszechnej krytyki dominującego stanowiska w tej sprawie Niemiec i Francji.

Przykładowo, w związku z publikacją w listopadzie 2003 roku ostatniego sprawozdania monitoringowego UE przed przystąpieniem do niej Polski, w którym były krytykowane marne postępy kraju, „Fakt” ostro osądzał duet niemiecko-francuski. Pod nagłówkiem *Berlin i Paryż biorą odwet na Polsce!*, zajmującym połowę strony tytułowej, autorka Anna Sarzyńska skonstruowała prawie że teorię spiskową: sprawozdanie wypadło tak ostro, ponieważ Gerhard Schröder i Jacques Chirac chcieli ukarać Polskę za opór w dyskusji o regułach Traktatu z Nicei. Na stronie tytułowej pokazano zdjęcia oskarżonej dwójki, prezentujące Schrödera i Chiraca w wojowniczej i agresywnej pozie. Pod nimi umieszczono podpis: „Oni chcą zmiękczyć polski rząd” i dalej w tekście: „Niemcy i Francja nie mogą nam darować, że nie pozwalamy im przejść władzy nad Unią”. Tę interpretację popierali również redaktor naczelny, Grzegorz Jankowski, w komentarzu dnia, którego nagłówek odzwierciedlał postawę „Faktu” w kwestii konfliktów związanych z UE: *Nie poddajmy się naciskom*, jak też autor artykułu zamieszczonego na pierwszej stronie, a zatytułowanego: „Fakt” *apeluje: Nie dajmy się*¹⁶.

Przed spotkaniem na szczycie, które miało rozstrzygnąć o przyszłości systemu wyborczego z Nicei, Francję i Niemcy obwiniano – aby wymienić jeden skrajny przykład zarzutu hegemonii w „Fakcie” – o planowanie stworzenia dyktatury: „Czego naprawdę chcą rządy Niemiec i Francji? Unii, w której małe i duże państwa mają równe pra-

¹⁵ Ten „zarzut hegemonii” pojawia się w jednej siódmej badanych artykułów, ale najczęściej w tych, które dotyczą Unii Europejskiej. W 55 sprawozdaniach z UE aż 26 razy zarzuca się Niemcom, że zachowują się agresywnie.

¹⁶ A. Sarzyńska, *Berlin i Paryż biorą odwet na Polsce!* „Fakt” z 06.11.2003, s. 2; G. Jankowski, *Nie poddajmy się naciskom*, „Fakt” z 06.11.2003, s. 2.

wa, czy dyktatury w Europie? [...] Jutro w Neapolu szefowie dyplomacji Unii będą decydować, czy Europa będzie wspólnotą równych, czy organizacją podporządkowaną dwóm krajom”¹⁷.

Schröder chce wspólnie z Chirakiem zrobić z Polski kraj drugiej kategorii w ramach UE. Ten zarzut prezentacji hegemonialnej postawy i roszczeń Republiki Federalnej był również podtrzymywany przez redaktora naczelnego Jankowskiego, który w komentarzu dnia zastrzył oskarżenia: „**Niemcy nas straszą i kuszą na przemian. [...] Nasz opór budzi wściekłość Berlina, Paryża** i ich pomniejszych satelitów. Ale nie możemy się poddawać. Jeśli zrobimy to dzisiaj, to będzie już tak zawsze”¹⁸.

Zarzuty niemieckiego dążenia do dominacji i krzywdzenia Polski stanowiły często używane motywy w raportach o UE w „Fakcie”. Poza tym rzucało się w oczy to, że konflikty w UE znajdowały kulminację w niemiecko-polskim antagonizmie. Podczas gdy w tekście Francja figurowała jako jeden z przeciwników, na zdjęciach był pokazany kanclerz niemiecki bądź też nagłówek wskazywał na konflikt z mającymi przeważający wpływ Niemcami: *Schröder chce Polskę przekonać*¹⁹, *Schröder grozi Polsce*²⁰ – niemiecka polityka interesów była wyolbrzymiana do rozmiarów „szantażu”²¹.

W tym początkowym okresie gazeta zajmowała się zarówno treściowo, jak i formalnie sensacjami. Poprzez pokazanie Niemców jako dominujących agresorów, którzy dążą w konsekwencji do podbicia Polski, „Fakt” wzbudzał lęk i wywoływał oburzenie wobec silnego sąsiada – dwa impulsy emocjonalne będące głównymi cechami tabloidów²².

Dyskusje o niemieckich żądaniach zwrotu nieruchomości i polskich roszczeniach reparacyjnych były prowadzone również jako kampanie antyniemieckie. Także tutaj chodziło o to, że „Fakt”, głównie w pierwszym roku edycji, intensywnie brał udział w debacie na ten temat. Publikował pełne emocji artykuły, w których budował sytuację zagrożenia. Nie było w nich prawie różnicy między działalnością Powiernictwa Pruskiego a jego społeczną akceptacją w Republice Federalnej, która nie wspierała roszczeń Powiernictwa. Wręcz przeciwnie – wymieniając niektóre tylko przykłady – skarga spółki stawiała się w nagłówku niemiecką ofensywą²³: artykuł zatytułowany *Pruskie Powiernictwo atakuje* zawierał tłustym drukiem dopisany podtytuł *Tysiące gospodarstw i domów w Polsce – na to Niemcy ostrzą sobie zęby*²⁴.

¹⁷ ASA, *Berlin i Paryż złamały słowo!*, „Fakt” z 27.11.2003, s. 1.

¹⁸ G. Jankowski, *To nie tylko sprawa honoru*, „Fakt” z 27.11.2003, s. 2 (podkreślenia w oryginale).

¹⁹ Por. *Kanclerz Schröder: przekonamy Polskę*, „Fakt” z 22.12.2003, s. 5.

²⁰ Por. BUG, *Kanclerz Schroeder: Polska musi ustąpić*, „Fakt” z 05.01.2004, s. 3.

²¹ *Szantaż Joschki Fischera*, „Fakt” z 20–21.12.2003, s. 4. Podobnie brzmi nagłówek wywiadu z Jarosławem Kaczyńskim w wydaniu z 17.12.2003, s. 5: *Nie możemy dać się szantażować*.

²² P.A. Bruck, G. Stocker, *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*, Münster 1996, s. 29.

²³ A. Kaniwski, BB, PCH, *Niemiecka ofensywa – Straszą Polskę Strasburgiem*, „Fakt” z 23.02.2004, s. 5.

²⁴ Por. AK, PCH, *Pawelka: oddajcie nam majątki! Tysiące gospodarstw i domów w Polsce – na to Niemcy ostrzą sobie zęby*, „Fakt” z 26.02.2004, s. 5.

Po tym jak kanclerz Schröder podczas swojego wystąpienia w Warszawie na początku sierpnia 2004 r. prawie wywiązał się z wezwania „Faktu”: „Kanclerzu, już czas, żeby Niemcy wyrzekli się roszczeń wobec Polski!”²⁵ i odmówił akceptacji zarówno planu Steinbach dotyczącego Zentrum gegen Vertreibungen (ZgV – Centrum przeciwko Wypędzeniom), jak i roszczeń odszkodowawczych oraz zdecydowanie zagroził Pruskiemu Powiernictwu podjęciem kroków prawnych, polski tabloid złagodził lekko swoje publikacje na ten temat. Nie należy jednak przeceniać owej reakcji, zasygnalizowanej w osobnej analizie tej dyskusji, ponieważ publikacje o niemieckich żądaniach zwrotu nieruchomości ściśle wiązały się z tematyką uchwały sejmowej z 10 września 2004 roku. Wymieniony zespół tematów pozostał aktualny, a dyskusje się przeplatały, gdyż „Fakt” w pierwszych sprawozdaniach na temat rezolucji sejmowej prezentował czytelnikom taką wersję, że jest to sprawiedliwa (i wręcz przedawniona) odpowiedź na niemieckie roszczenia.

Od października 2003 do sierpnia 2004 roku gazeta koncentrowała się na „niemieckiej ofensywie”²⁶, a równocześnie przedstawiała w sensacyjny i afirmatywny sposób niektóre informacje dotyczące polskich żądań reparacyjnych. Rezolucja została wówczas przyjęta z dużą aprobatą: „Po raz pierwszy w historii polskiego parlamentu posłowie byli tak jednomyślni. Politycy powiedzieli wreszcie jednym głosem to, co Polacy mówili od dawna: To nie my jesteśmy winni odszkodowania obywatelom RFN. To Niemcy powinni nam zapłacić za zrujnowanie kraju w czasie II wojny światowej”²⁷. Zarówno redaktor naczelny Jankowski w swoim komentarzu wprowadzającym, jak i autorzy artykułu okazali zadowolenie z uchwały sejmowej i wzmocnili wersję sprawiedliwej i od dawna oczekiwanej odpowiedzi²⁸. Po pierwszych dniach, cechujących się agresywnymi i afirmatywnymi wypowiedziami, obraz ten stał się bardziej zróżnicowany. Rezygnacja Schrödera i Belki z roszczeń reparacyjnych została przyjęta przez „Fakt” tak, jakby ta pokojowa deklaracja już dawno powinna była nastąpić. Redaktor naczelny komentował przychylnie tę współpracę pod nagłówkiem *Polska i Niemcy wychodzą na prostą* i sygnalizował, że niemiecko-polskie pojednanie już od dawna było życzeniem płynącym z serca zarówno jego, jak i „Faktu”: „To dobra wiadomość. Polsko-niemiecki spór wokół przeszłości zaczynał przybierać coraz bardziej niebezpieczny charakter. Miejsce faktów i rzeczowych argumentów zaczęły zajmować emocje. Dobrze, że politycy to zrozumieli. [...] W stosunkach polsko-niemieckich pora wreszcie skończyć z dyskusją o przeszłości. Historii nie da się zmienić, wystarczy ją pamiętać. To jedyny fundament, na którym możemy budować wspólną przyszłość”²⁹.

²⁵ Por. EK, ME, ASA, *Kanclerzu, już czas, żeby Niemcy wyrzekli się roszczeń wobec Polski!*, „Fakt” z 31.07.–01.08.2004, s. 4.

²⁶ A. Kaniwski, BB, PCH, *Niemiecka ofensywa – Straszą Polskę Strasburgiem*, „Fakt” z 23.02.2004, s. 5.

²⁷ M. Elmerych, AW, *Jednym głosem o wojnie*, „Fakt” z 13.09.2004, s. 1.

²⁸ Por. G. Jankowski, *Tutaj nie może być żadnych wątpliwości*, „Fakt” z 13.09.2004, s. 2.

²⁹ G. Jankowski, *Polska i Niemcy wychodzą na prostą*, „Fakt” z 28.09.2004, s. 2.

Ten komentarz można uważać za programowy. Po jego publikacji pod koniec września 2003 roku kwestia roszczeń reparacyjnych była poruszana tylko w krótkich artykułach, w których stopień wzniesienia sensacji i aprobaty nie był zbyt wielki. Jednak debata na tym się nie skończyła. Na reakcję ze strony niemieckiej, traktowaną jako prowokacja, prasa reagowała od razu z oburzeniem³⁰.

„Fakt” opisywał w sensacyjny sposób także dyskusję o niemieckich żądaniach zwrotu nieruchomości, budząc lęk oraz oburzenie, co potwierdza tezę austriackich naukowców medialnych Brucka i Stockera, że one właśnie stanowią najważniejsze „emocje bulwaru”. Za to ataki z polskiej strony były przedstawiane z aprobatą. Dopiero w ostatnim komentarzu do ściśle powiązanych ze sobą sporów „Fakt” odbiegał od antyniemieckiej pozycji i prezentował się jako pionier niemiecko-polskiego pojednania. O polisemii i ideologicznej elastyczności, stanowiących według teorii bulwarowych mediów główną cechą tego gatunku³¹, nie można mówić przy poruszaniu tych zagadnień – aż do końcowej zmiany kierunku.

Względne unikanie konfliktów

Analiza ujawniła rzucające się w oczy „luki” w publikacjach „Faktu” o Niemczech. Ważne bilateralne grupy zagadnień zostały pominięte. Dla przykładu: ós między Berlinem a Moskwą, uważnie obserwowana i emocjonalnie dyskutowana przez polską opinię publiczną, została w prasie zaledwie poruszona. Zadziwiające jest, że „Fakt” przedstawiał stosunki niemiecko-rosyjskie jako spisek aroganckich wielkich mocarstw tylko w dwóch przypadkach. W numerze z 9 września 2005 r. ukazał się jedyny obszerny artykuł o planowanym niemiecko-rosyjskim rurociągu. Kwestia tego gazociągu doprowadziła do ogromnych rozdzwieńków w niemiecko-polskich stosunkach i została opisana przez polityków i inne polskie media na przemian jako „drugie Rapallo” albo „drugi pakt stalinowsko-hitlerowski”³². W artykule „Faktu” pod nagłówkiem *Czy Rosja zakręci nam kurek?* przedstawiono Putina i Schrödera podczas przyjacielskiej rozmowy, kiedy „[...] dogadali się ponad naszymi głowami”. Celem tego projektu było, według redaktora Pompowskiego z „Faktu”, utrzymanie Polski w ryzach³³. Pod koniec 2004 roku opublikowano krótsze sprawozdanie w podobnym tonie, dotyczące jednak nie Polski, a Ukrainy: „Przy «kawusi» pogawędzili sobie ci dwaj politycy (Putin i Schröder – przyp. M.R.) o losie wschodniego sąsiada Polski, przy czym nawet żądanie Putina, aby zabronić wolnych wyborów, spotkało się zaledwie z niewielkim sprzeciwem ze strony niemiec-

³⁰ Groźba Lecha Kaczyńskiego o rozliczeniu się z Niemcami została przedstawiona przez „Fakt” w maju 2005 r. jako adekwatna odpowiedź na publiczną zapowiedź Stoibera o przeforsowaniu roszczeń zwrotu nieruchomości. Por. SR, *Lech Kaczyński rozliczy Niemców*, „Fakt” z 17.05.2005, s. 5.

³¹ P.A. Bruck, G. Stocker, *Die ganz...*, s. 24.

³² W lipcu 2005 roku „Wprost” opublikował relację o rurociągu. Niemiecko-rosyjski projekt porównywano tam z paktem stalinowsko-hitlerowskim (J.M. Nowakowski, P. Woźniak, *Pakt Putin-Schröder. Gazowe okrążenie Polski*, „Wprost” 2005, nr 27, s. 84–91).

³³ T. Pompowski, *Czy Rosja zakręci nam kurek?* „Fakt” z 09.09.2005, s. 4.

kiego kanclerza”³⁴. Ten opis przypomina, przede wszystkim ku ubolewaniu Polski, tradycyjne w historii zachowanie wielkich mocarstw, które w różnych okolicznościach rozstrzygały przy stole konferencyjnym o losach innych krajów. Pomijając krótkie meldunki dotyczące stosunków niemiecko-rosyjskich, w których były zawarte co najwyżej delikatne uwagi, brak dalszych krytycznych sprawozdań w badanym okresie. Prowadzi to do tezy, że „Fakt” „powstrzymał się” od komentowania tego wielce drażniącego tematu w stosunkach bilateralnych.

Również niemiecka mniejszość w Polsce (nadal kontrowersyjny temat w niemiecko-polskich stosunkach), jak i wojna w Iraku (jako kolejne ognisko napięć, także na płaszczyźnie bilateralnej) nie były prawie w ogóle poruszane. Nawet temat Centrum przeciwko Wypędzeniom, który przez długi czas prowadził do głębokich dysonansów w bilateralnych stosunkach, występował w „Fakcie” tylko w związku z osobą Eriki Steinbach. I tak, podobnie jak w cytowanych już do tej pory artykułach o żądaniu zwrotu nieruchomości, temat planów budowy ZgV w ogóle nie został poruszony, a w kolejnych sprawozdaniach, stawiających panią Steinbach na pierwszym planie, prezentował ją przede wszystkim w związku z jej stanowiskiem w Związku Wypędzonych (Bund der Vertriebenen – BdV) lub też bez żadnego kontekstu. Przykładem tego był artykuł w szóstym numerze „Faktu”, gdzie pod nagłówkiem *Steinbach – nie chcemy pani w Rumi* była mowa jedynie o Steinbach jako osobie non grata, która – mimo iż przybyła do Polski jako córka okupanta – to „[...] najgłośniej w Niemczech krzyczy, że okrutni Polacy wypędzili ją i innych Niemców z rodzinnych stron”³⁵. Inicjatorka ZgV była ostro krytykowana, ale sam planowany projekt budowy ZgV nie został wymieniony w tym artykule – to bardzo typowe dla wszystkich sprawozdań „Faktu” dotyczących powyższego tematu. Tylko w czterech artykułach podjęto w ogóle tematykę planów budowy Centrum.

W tym kontekście nasuwają się dwie interpretacje. Po pierwsze, debata o ZgV i jego głównej inicjatorce trwała w Polsce już tak długo przed wejściem na rynek „Faktu”, że samo wymienienie nazwiska Steinbach wystarczało jako hasło prowadzące do skojarzeń z Centrum przeciwko Wypędzeniom. Informacja dotycząca treści mogła się stać zbyteczna dla czytelnika, kiedy wychodzi się z założenia, że jest on wystarczająco poinformowany. Po drugie, można sobie wyobrazić, że Steinbach została poświęcona nie tylko, aby zapobiec podejrzeniom prowadzenia polityki proniemieckiej, ale także, aby świadomie zakończyć debatę na temat ZgV. To wzmacnia wspomnianą już tezę, że „Fakt” pomijał niektóre konfliktowe tematy niemiecko-polskie.

„Fakt” starał się unikać zajmowania stanowiska w odniesieniu do poszczególnych kontrowersyjnych tematów. Także publikacje dotyczące II wojny światowej³⁶ można

³⁴ EK, *Przy kawusi o Ukrainie*, „Fakt” z 22.12.2004, s. 5.

³⁵ Ł. Wróblewski, *Steinbach – nie chcemy pani w Rumi*, „Fakt” z 28.10.2003, s. 4.

³⁶ Prawie połowa artykułów dotyczących II wojny światowej, których w sumie w badanym okresie było 18, została opublikowana jako seria z okazji sześćdziesiątej rocznicy wyzwolenia Oświęcimia 27 stycznia 2005 roku. Dodatkowo Jerzy Kubrak napisał o Władysławie Bartoszewskim, byłym pol-

określić mianem wstrzemięźliwych, ponieważ zrezygnowano w nich ze stereotypizacji i niedopuszczalnych porównań z dzisiejszymi Niemcami. W większości badanych artykułów „Fakt” ograniczał się do neutralnych powtórzeń opisów wydarzeń historycznych, jak np. losu byłego ministra spraw zagranicznych Władysława Bartoszewskiego³⁷. Z okazji sześćdziesiątej rocznicy wyzwolenia obozu koncentracyjnego w Oświęcimiu „Fakt” dał Schröderowi i Fischerowi szansę wyjaśnienia stanowiska dzisiejszych Niemców i podkreślenia, jak głęboko Holocaust utrwalił się w ich zbiorowej pamięci, a także tego, że historyczna odpowiedzialność stanowi elementarną część rządowego i codziennego postępowania w RFN³⁸.

Względna dezinformacja

W niektórych działach gazeta rezygnuje z publikacji objaśniających treść podanych wiadomości. W jednym z artykułów o przestępstwach Wehrmachtu w Polsce na przykład sugeruje, że w Niemczech nadal panuje mit niewinności zwykłego żołnierza³⁹. Poprzez takie wypowiedzi podtrzymywany jest również anachroniczny obraz Niemiec.

Te różnorodne wzorce informacji potwierdzają fakt, że nie można w tym przypadku mówić o powszechnie antyniemieckich ani tym bardziej proniemieckich publikacjach. Podkreśla to liczba artykułów. Obraz agresywnych Niemców wydaje się, poza wywołującymi emocje kampaniami, podobny do obrazu *Jack in the box*⁴⁰, do przerażającej figury, którą w miarę potrzeb można wypuścić z pudełka. „Fakt” inscenizuje periodycznie skandale odnoszące się do nazistowskiej przeszłości i używa tendencyjnych nagłówków, które insynuują jak najgorsze wizje dla Polski. Przykłady sensacyjności można odnaleźć w publikacjach o polskich imigrantach pracujących w Niemczech – ogółem rozważnych⁴¹, ale od czasu do czasu wykorzystujących szansę na zamieszczenie tendencyjnych nagłówków, co powoduje, że z zaostrenia restrykcji wobec ludzi pracujących „na czarno” powstaje stwierdzenie: „Niemcy będą polować na

skim ministrze spraw zagranicznych, uczestniku powstania warszawskiego i ocalałego z nazistowskiego obozu koncentracyjnego, w formie pięcioczęściowej serii *Przeżyłem koszmar Oświęcimia*. Serię rozpoczęto 1 września 2004 roku, czyli w rocznicę niemieckiego napadu na Polskę. Tego samego dnia ukazały się dodatkowo artykuł o zapomnianej zbrodni Wehrmachtu, a także komentarz do historycznej pamięci. Kolejnych pięć artykułów z odniesieniami do Niemiec opublikowano z okazji sześćdziesiątej rocznicy warszawskiego powstania, obchodzonej 1 sierpnia 2004 roku. Tę dużą liczbę publikacji można tłumaczyć tym, że okres badawczy tego opracowania pokrywa się z sześćdziesiątą rocznicą dwóch wielkich wydarzeń historycznych.

³⁷ Ogólnie sensacyjna oprawa całej serii poświęconej prof. Bartoszewskiemu wydaje się raczej dziwna i przedstawianie zbrodni hitlerowskich w sensacyjny sposób powinno z moralnego punktu widzenia zostać zakwestionowane; jednak nie stwierdzono fałszerstwa w publikacjach lub porównywania z dzisiejszym społeczeństwem niemieckim.

³⁸ J. Fischer, *Ta zbrodnia pozostanie cieniem w historii Niemiec*, „Fakt” z 26.01.2005, s. 4.

³⁹ J. Pęcherska, *Zapomniana masakra w Torzeńcu*, „Fakt” z 01.09.2004, s. 4.

⁴⁰ Figurka diabła lub clowna wyskakująca nagle z pudełka (zabawka).

⁴¹ Niemieckich pracodawców chwali się głównie za to, że są zadowoleni z pracy Polaków, równocześnie niemieckie urzędy znajdują się pod czujną i krytyczną obserwacją.

polskie sprzątaczkę”⁴². Za podobny przykład mogą służyć sprawozdania o neonazizmie i antysemityzmie w Niemczech, których powierzchowna lektura wywołuje o wiele gorsze wrażenie o sytuacji panującej w Republice Federalnej niż dogłębna analiza tekstu. Chociaż tytuły artykułów mają sensacyjny wydźwięk (*Niemieccy neonaziści znowu się zbroją*, *Naziści chcą władzy*, *Naziści w swoim żywiole*), to w ich treści można odnaleźć względnie neutralne podejścia do tematu⁴³.

Również stosowanie nazistowskich stereotypów służy rozdmuchiowaniu właściwie nic nieznaczących wydarzeń. Typowymi przykładami tego są: trzydniowa seria artykułów dotyczących planowanej w Polsce działalności preparatora zwłok von Hagenssa, którego ojciec był członkiem SS; artykuł o podróży ówczesnego premiera Millera niemieckim pogotowiem lotniczym na pertraktacje UE; artykuł o rosnącym poparciu dla neonazistów we wschodnich Niemczech. Podczas gdy w serii o von Hagensie lśnią w nagłówkach między innymi znaki runiczne SS i konstruowana jest linia łącząca nazistowskie Niemcy z junioren von Hagensem⁴⁴, to w przypadku rzekomego skandalu lotniczego wokół Millera nie tylko sięga się po nazistowskie skojarzenia, ale nawiązuje do historii zakonu krzyżackiego. Znak pogotowia lotniczego – stylizowany żelazny krzyż – staje się w krótkim czasie symbolem rycerza krzyżackiego wspomnianego w Polsce jako krwiożerczego. Miller leciał do Dublina, jak pisze „Fakt”, „niemieckim samolotem z czarnym krzyżem na skrzydłach!”, co przypominało znane karykatury Adenauera z czasów komunistycznej propagandy, na których przedstawiano go z krzyżackimi insygniami – czarnym krzyżem na białym tle. Miało to służyć podkreśleniu ciągłości łączącej ekspansywne postępowanie rycerzy z imperialistycznym reżimem Republiki Federalnej. W tekście artykułu cytuje się słowa Romana Giertycha, przewodniczącego nacjonalistycznej Ligi Polskich Rodzin, pytającego, czy Miller pokaże się Dublinie „w pełnej krasie: w hełmie i mundurze oficera Wehrmachtu?”⁴⁵. W przypadku artykułu o niemieckich neonazistach pojawia się pod nagłówkiem *Wybory w Niemczech* przerażające zdjęcie niemieckiego skinheada, który w jednej ręce trzyma flagę partii NPD, a drugą agresywnie grozi. „Brunatna zaraza” (z nagłówka) dotarła do polskich granic i Polacy mają wszelkie powody ku temu, aby obawiać się rozwoju wypadków w Niemczech – podkreśla pani redaktor „Faktu”⁴⁶.

Na podstawie ogólnie przyjętych strategii gatunkowych, opartych na sensacji i melodramacie, pojedyncze publikacje o II wojnie światowej i dzisiejszym stosunku do niej stają się skandalem – czasy nazistowskie wydają się fascynującym faktem, który gwarantuje emocje i pozwala przezwyciężyć posuchę informacyjną.

⁴² ME, *Niemcy będą polować na polskie sprzątaczkę*, „Fakt” z 10–11.07.2004, s. 5.

⁴³ O. V, *Niemieccy neonaziści znowu się zbroją*, „Fakt” z 30.10.2003, s. 4; EK, *Naziści chcą władzy*, „Fakt” z 27.09.2004, s. 4; O. V, *Naziści w swoim żywiole*, „Fakt” z 04.10.2004, s. 5.

⁴⁴ M. Staniszewski, *SS-Mann chce w Polsce preparować zwłoki*, „Fakt” z 28.02.2005, s. 12.

⁴⁵ E. Konefał, *Nie chcemy takich oszczędności*, „Fakt” z 20.04.2004, s. 4.

⁴⁶ Taż, *Brunatna zaraza u naszych granic*, „Fakt” z 21.09.2004, s. 3.

Pojedyncze osoby, takie jak np. prezydent Związku Wypędzonych Erika Steinbach, spełniają również funkcję *Jack in the box* w polskim tabloidzie pochodzenia niemieckiego. Przytoczone poniżej wyniki analizy ponownie dowodzą, jak ogromnie ważne znaczenie dla zrozumienia prasy bulwarowej ma emocja⁴⁷, przy czym potwierdziło się, że historyczny strach, tak jak i negatywnie konotowane slogany i figury, zostają celowo użyte w dyskursach prowadzących do konfliktów, aby wywołać istotne emocje bulwaru – lęk i oburzenie.

„Polak potrafi!” – o dowartościowywaniu Polaków przy dewaluacji Niemców

W „Fakcie” chętnie porównuje się Niemców i Polaków, np. podstawowe cechy charakteru, ich czas pracy, bądź też „niemieckie” i „polskie”, np. zdolności do pracy, ceny i jakość towarów. Tabloid posługuje się w tym przypadku konfrontacjami, głównie przy tzw. miękkich tematach, jak np. w artykułach o emigracji konsumpcyjnej i zarobkowej, czy też w publikacjach dotyczących sportu, w których prowadzi się „rozgrywkę” między polską i niemiecką tożsamością. Zachodni sąsiad staje się tym „innym” i „Fakt” w ten sposób szeroko rozpowszechnia mniemanie, że tożsamości polska i niemiecka diametralnie się od siebie różnią, oraz wykorzystuje powszechną wśród gazet bulwarowych strategię dowartościowywania własnej społeczności przy równoczesnej dewaluacji tych „innych”.

„Fakt” pisze szczególnie chętnie na temat zachwyków Niemców nad polską żywnością: polski salceson jest o wiele smaczniejszy oraz o połowę tańszy niż niemiecki⁴⁸ i nawet Berlińczycy jeżdżą do Polski, ponieważ żywność jest tam tańsza i lepsza, co potwierdza się w wywiadzie z niemiecką obywatelką: „Robię tu zakupy, bo wszystko jest tańsze, ale i dlatego, że jest lepsze niż u nas. Warzywa i owoce są zawsze świeże i smakują wyśmienicie, podobnie jak wędliny”⁴⁹.

Nie tylko żywność wydaje się lepsza w Polsce, ale także i zwierzęta domowe. W artykule o handlu kotami wypowiadają się niemieccy klienci, którzy podkreślają, że „[...] u nas nie ma takich pięknych kotów”⁵⁰.

To odpowiada powszechnie stosowanemu wzorcowi: Niemcy są przedstawiani jako bogaci materialnie, ale biedni, jeżeli chodzi o jakość życia – lub też jako bogaci, ale leniwi. Zarówno polskie stawki za godzinę roboczą, jak i moralność pracy są wyższe niż niemieckie, co często jest podkreślane. W artykule o polityczno-ekonomicznych dyskusjach w Republice Federalnej napisano: „Pracują 35 godzin tygodniowo

⁴⁷ P.A. Bruck, G. Stocker, *Die ganz...*, R. Vogtel, *Die Gefühle der BILD-Zeitung*, „Psychologie und Gesellschaftskritik” 1986, nr 10, s. 41–70.

⁴⁸ Por. J. Uryniak, *Podbijamy Europę salcesonem*, „Fakt” z 29–30.05.2004, s. 10.

⁴⁹ Wywiad z Margot Knitz, „Fakt” z 13.07.2004, s. 10.

⁵⁰ Por. J. Żebrowska, *Hycle kradną koty i sprzedają Niemcom. W Berlinie za jednego kota płacą aż 120 złotych*, „Fakt” z 02.09.2005, s. 13.

(my 40). Do tego mają 30 dni urlopu w roku i od 11 do 13 wolnych od pracy świąt. To światowy rekord”⁵¹.

Porównań dokonuje się również przy opisywaniu polskich pracowników sezonowych. Dawid, będący z zawodu stolarzem, cieszy się, zarabiając 27 zł na godzinę i twierdzi: „Zupełnie nie rozumiem, dlaczego Niemcy nie chcą wykonywać tej pracy”⁵². W komentarzu towarzyszącym redaktor „Faktu” sformułował to dosadniej: „[...] niemieccy bezrobotni nie radzą sobie z tą pracą. A Polak potrafi”⁵³. Polscy mężczyźni są pilniejsi od Niemców, a polskie kobiety – lepsze we wszystkich zakresach: „Pracowite, inteligentne, zaradne, uczciwe, a do tego bajecznie piękne. Nie, to nie jest opis jakieś księżniczki z bajki. Taką opinię o Polkach mają niemieccy mężczyźni. I nie ma w tym żadnej przesady. To najszczerza prawda. Nasze dziewczyny są po prostu najlepsze na całym świecie”⁵⁴. W następnym fragmencie tekstu cytowany jest Niemiec, który przyznaje: „Zawsze kochałem się w polskich kobietach. Są o wiele piękniejsze od Niemek i bardzo delikatne. Można na nich polegać i nie zdradzają swoich mężczyzn”.

„Fakt” podkreśla swoje zdanie i wymienia szczególne cechy Polek: potrafią doskonale opiekować się domem i rodziną, a przy tym jeszcze dobrze wyglądają i wyśmienicie gotują.

Przy tych relacjach „Fakt” powtarza wersję utrwalonych narodowych tożsamości, przy czym polska tożsamość wydaje się sprzeczna z niemiecką. Pojedynek pomiędzy polskością a niemieckością jest rozgrywany w silniejszy sposób w obszernych relacjach sportowych gazety, które jednak tylko pobieżnie włączono do tej analizy. Pochodzący z Polski piłkarze niemieckiej Bundesligi znajdują się w centrum zainteresowania i nie ma wręcz artykułu czy wywiadu, w którym nie zadawano by pytania, do której drużyny narodowej, a przy tym do jakiej narodowości się poczuwają. Życzenie, aby grać dla Polski, jest rejestrowane z dużą satysfakcją⁵⁵, a kiedy gracz jest już „stracony”, wówczas eksponowane jest jego emocjonalne przywiązanie do Polski⁵⁶. Narodowe tożsamości są przedstawiane w stereotypowy sposób i wydają się sprzeczne ze sobą, co można wykazać na przykładzie poniższego wywiadu. Stwierdzenie redaktorów „Faktu” Kowalskiego i Wołosika o piłkarzu, że w Polsce wręcz rozkwitł, ten potwierdza następująco: „To prawda. Jestem typowym Polakiem i nie ma szans, żebym się zniemczył, tak jak Miro Klose. [...] Niemcy w ogóle nie są spontaniczni. Ja zawsze myślę o drugim człowieku, martwię się o innych. Nie jestem odludkiem. Klub nie jest tylko dla mnie miejscem pracy. Oni interesują się tylko sobą i swoimi sprawami”⁵⁷.

⁵¹ BUG, *Niemcy, bierzcie się do roboty!*, „Fakt” z 04.11.2003, s. 4.

⁵² Wywiad z Dawidem, „Fakt” z 05.05.2004, s. 7.

⁵³ MGL, AK, *Na szparagi do Niemiec*, „Fakt” z 05.05.2004, s. 6.

⁵⁴ SK, *Polki podbiją Niemcy*, „Fakt” z 20.07.2005, s. 11.

⁵⁵ Przykładowo: R. Janas, *Marzenia Dominika*, „Fakt” z 13.05.2004, s. 20.

⁵⁶ Przykładowo: T. Burnos, *Sercem w Polsce*, „Fakt” z 05.05.2004, s. 20.

⁵⁷ Wywiad z Kamilem Kosowskim, „Fakt” z 31.05.2004, s. 24.

To krótkie spojrzenie na sprawozdania sportowe podkreśla tezę Roya Langera analizującego obraz Niemiec w duńskich mediach, mówiącą, że właśnie w części sportowej reprodukowane są dychotomiczne wyobrażenia tożsamościowe⁵⁸.

W lutym 2004 roku w sprawozdawczości sportowej doszło do osobliwego zdarzenia. Artykuł o piłkarzu Lukasz Podolskim, mającym polskie korzenie, odnosił się wyraźnie do gazety „Bild”. Niemiecka gazeta Springera twierdziła podobno – stosując wersję utrwalonych narodowych tożsamości – że ten utalentowany piłkarz jest Niemcem. „Fakt” odpowiedział na to: *Podolski jest Polakiem*, zafarbował tytuł patriotycznie na biało-czerwoną i poprzedził artykuł napisanym tłustym drukiem nagłówkiem „*BILD*” *nie ma racji*⁵⁹. Podobnie „nieświadomie” zaprezentował się „Fakt”, zapowiadając wywiad z ówczesnym polskim prezydentem Aleksandrem Kwaśniewskim, przeprowadzany równocześnie przez „Fakt” i „Bild” – nigdzie nie można odnaleźć wzmianki, że obie gazety należą do tego samego wydawcy: „To zupełnie wyjątkowy gest! W samym środku polsko-niemieckiego sporu o odszkodowania prezydent Aleksander Kwaśniewski przyjął u siebie szefów dzienników w Polsce i w Niemczech. W wywiadzie dla polskiego «Faktu» (6 mln czytelników) i niemieckiego «Bilda» (12 mln czytelników) prezydent wyjaśnia, dlaczego Niemcy i Polacy muszą jak najszybciej zażegnać konflikt [...]»⁶⁰.

Oprócz strategii porównywania i konstruowania dychotomii tożsamościowej, sprzeczność między Polakami a Niemcami jest wytwarzana w „Fakcie” poprzez retorykę gazety, zgodnie z którą Niemcy chcą narzucić Polakom swoje interesy, a obie nacje dążą do zupełnie odmiennych celów. W dyskursie o żądaniach zwrotu nieruchomości prezentuje się Niemców jako zachłannych. W Unii Europejskiej Niemcy chcą również „wziąć” się za *Polaków*. Gazeta przejrzysto przedstawia Niemców jako grupę zewnętrzną, która zagraża polskim interesom i ich tożsamości. Przywoływane tu zostaje określenie narracyjne „zagrożonej jednostki”⁶¹, przy czym Niemcy zostają pokazani jako agresor przybywający z zewnątrz. Tylko w szczególnych wypadkach dostrzega się różnice między polityką interesów rządu niemieckiego czy też grupy Pruskiego Powiernictwa a postawą ogółu społeczeństwa.

Reasumując: ani pro- ani antyniemieckie, czyli gdzie można znaleźć wpływy niemieckiego wydawcy?

Stosując proste pro- i antyniemieckie określenia przy analizowaniu publikacji dotyczących Niemiec w polskiej gazecie „Fakt” z domu Springera, trafia się szybko na granice interpretacji. Wprawdzie analiza wykazała silny antyniemiecki kierunek w niektórych dyskursach i widać wyraźnie, że w konstruowaniu tożsamości „Fak-

⁵⁸ R. Langer, *Die Darstellung Deutschlands in dänischen Medien. Eine Mediendiskursanalyse*, Wiesbaden 2003, s. 222.

⁵⁹ T. Burnos, „*BILD*” *nie ma racji*. *Podolski jest Polakiem*, „Fakt” z 06.02.2004, s. 22.

⁶⁰ K. Diekmann, G. Jankowski, *Wywiad z Aleksandrem Kwaśniewskim*, „Fakt” z 29.09.2004, s. 1.

⁶¹ R. Vogtel, *Die Gefühle...*, s. 56.

tu” elementy antyniemieckie grają istotną rolę, ale z tego powodu nie można nazwać tego dziennika wyłącznie antyniemieckim. Daty publikacji krytycznych artykułów uwidaczniają, że dziennik ten głównie w pierwszych miesiącach swojego istnienia powtarzał i aktualizował swoje resentymy. Rozważając, w kontekście wejścia „Faktu” na rynek polski w październiku 2003 roku, medialną debatę o niemieckiej dominacji w prasie oraz intensywność niemiecko-polskich debat historycznych w tej fazie, wydaje się nader konsekwentne, że autorzy prawdopodobnie brali pod uwagę przestrożę Thomasa Urbana, korespondenta do spraw polskich „Süddeutsche Zeitung”, twierdzącego, że „gazeta, której pragnie się przykleić «proniemiecką etykietkę», mogłaby «zamknąć interes»”. W pierwszym roku swego istnienia „Fakt” zajmował w ważnych debatach dotyczących Niemiec jednoznaczne – logiczne z ekonomicznego punktu widzenia – stanowisko: broniono polskich interesów i stylizowano Niemców na niebezpiecznych agresorów. Głównie traktat z Nicei i rzekome zagrożenie polskich ziem stały się w tych okolicznościach sprzyjającymi dla „Faktu” powodami do postawienia się w roli reprezentanta polskich interesów wobec Niemiec.

Urabiając opinię publiczną i stawiając jednoznacznie na propolskie pozycje, wydawca próbował bronić się przed oskarżeniami – takie nasuwa się przypuszczenie. Do tego należy również prezentacja pozytywnych źródeł polskiej tożsamości przy równoczesnej dewaluacji Niemców oraz generalnie patriotyczna linia. W antyniemieckich publikacjach we wczesnej fazie gazety widać strategię Axela Springera Polska, której celem było obalenie spekulacji dotyczących linii proniemieckiej, osłabienie prawicy i zdobycie wiarygodności u czytelników. Linię antyniemiecką można przy tym zrozumieć jako strategię służącą zdobyciu czytelników. Wzięte na muszkę grono czytelników docelowych „Faktu” mogłoby mieć silniej rozwinięte antyniemieckie resentymy niż elita, a Axel Springer Polska zapewne przeprowadził intensywne badania rynkowe dotyczące panującego wśród potencjalnych klientów obrazu Niemców i odpowiednio się do niego dopasował.

Po tym, jak „Fakt” dowiódł swoim krytykom, że nie zamieszcza publikacji proniemieckich, wydaje się, że gazeta zaczęła wykorzystywać pewną wolną przestrzeń. Nie zawsze korzystano z szansy na opublikowanie sensacyjnego artykułu, a niektóre konfliktowe obszary tematyczne, co ciekawe, były zaledwie poruszane na marginesie. „Fakt” podjudzał debatę o ZgV tylko poprzez wspomnianie osoby Eriki Steinbach i prawie całkowicie zataił przed swoimi czytelnikami budowę rurociągu pod dnem Morza Bałtyckiego określaną przez część polskiego społeczeństwa jako niemiecko-rosyjski „spisek”. W rytualizowanych bieżących publikacjach rezygnował w większości z niedozwolonych porównań i historycznych stereotypów, a w przypadku afery w związku z rzekomą karierą w Wehrmachcie dziadka kandydata PO Donalda Tuska wręcz wzbraniał się przed takimi próbami instrumentalnego traktowania tematu.

Wniosek, że pominięcia i częściowa rozważa w publikacjach o czasach nazistowskich opierają się na redakcyjnych założeniach, nie został potwierdzony przez wydawnictwo. Równie gwałtownie zaprzecza się osiągnięciu profitów dzięki wykorzysty-

waniu uprzedzeń dotyczących Niemiec⁶². Koincydencja tych pominięć z politycznym celem niemieckiego koncernu macierzystego, który podkreśla demokratyczne prawodawstwo Republiki Federalnej i dąży do pojednania z Izraelem jako główną ofiarą czasów hitlerowskich⁶³, oraz z jego stanowiskiem w debacie o ZgV („Bild” i „Welt” są protektorami tego centrum) rzuca się jednak w oczy.

Nie chodzi tu jednak o wytłumaczenie monopryczynowej treści oświadczeń. Na publikacje „Faktu” dotyczące Niemiec, oprócz przypuszczalnego wpływu wydawnictwa Axel Springer, mocno oddziaływała także (bulwarowo-) medialna logika selekcyjna i prezentacyjna. Ważną rolę odgrywał również powszechny historyczno-polityczny dyskurs na temat Niemiec w Polsce. Formułując ostro: „Fakt” w badanym okresie dostosowywał się przede wszystkim do potrzeb polskiego rynku i skupiał się na osiągnięciu zysku, mniej natomiast na ideologicznych podstawach macierzystego koncernu.

⁶² O. Hinz, *Die Geschichte...*, s. 30.

⁶³ Por. *Unternehmensgrundsätze des Axel Springer Konzerns* (Zasady działalności koncernu Axela Springera), www.axelspringer.de/inhalte/umwelt/frame.htm [dostęp: 25.07.2006].

LECH RYŻEWSKI

The Tet Offensive
in American media

Obraz komunistycznej
ofensywy Tet
w amerykańskich
mediach

KEY WORDS

the press, mass-media, Vietnam war, the United States, the Tet Offensive

SŁOWA KLUCZOWE

prasa, media, wojna w Wietnamie, Stany Zjednoczone, ofensywa Tet

ABSTRACT

The main purpose of the article is to explain the media reaction and the portrayal of a very crucial moment of the war in Vietnam which was the Tet Offensive in 1968. The critical opinions presented by the author of the American media are focused mainly on their one-sided and to a great extent distorted view and commentaries. It drove the media to present a false picture of the war in South Vietnam which contributed to great upheaval in the United States. The article describes the circumstances and elements that created a rather odd perception of such important events.

STRESZCZENIE

W styczniu 1968 r. Vietcong i armia północnowietnamska przystąpiły do zmasowanego ataku na południowy Wietnam. Wydarzenie to – zwane ofensywą Tet – stanowiło punkt zwrotny w wojnie wietnamskiej. Było ono różnie przedstawiane i interpretowane przez amerykańskie media. Krytyczna opinia autora wobec amerykańskich mediów dotyczy przede wszystkim dość jednostronnych i w znacznym stopniu nierzetelnych transmisji i komentarzy. Doprowadziło to do wypaczenia obrazu zmagania w Wietnamie Południowym, co przyczyniło się do wielkiej kontestacji w Stanach Zjednoczonych. Artykuł ukazuje okoliczności i czynniki składające się na swoistą percepcję tych jakże istotnych wydarzeń.

Wysłanie do Wietnamu Południowego przez administrację prezydenta Lyndona Johnsona oddziałów marines w marcu 1965 roku rozpoczęło czynną interwencję Stanów Zjednoczonych w tym kraju. Wraz z intensyfikacją konfliktu zaczęło tam przybywać coraz więcej dziennikarzy. W styczniu 1968 roku, gdy kontyngent amerykański wzrósł do pół miliona żołnierzy, w Wietnamie było akredytowanych 464 przedstawicieli mediów z różnych krajów, w tym 179 Amerykanów. Jest to jednak liczba myląca, gdyż akredytacje przyznawano także członkom ekip telewizyjnych i personelu pomocniczego, a nawet żonom dziennikarzy. Zatem „prawdziwych” reporterów było około sześćdziesięciu, reprezentujących przede wszystkim największe amerykańskie media: agencje informacyjne, ogólnokrajowe stacje telewizyjne, gazety i tygodniki¹.

Większość korespondentów zajmowała się tymi samymi tematami, analizując doniesienia konkurencji, co wynikało z tradycyjnej dziennikarskiej rywalizacji, np. Associated Press (AP) z United Press International (UPI) lub „Time” z „Newsweekiem”. Dla większości mediów była to „wojna amerykańska”, dlatego najwięcej uwagi poświęcały one aspektom amerykańskiej obecności w Wietnamie; dominowały relacje o żołnierzach. Przebywając na miejscu nie dłużej niż kilka lub kilkanaście miesięcy, dziennikarze nie poznali języka, historii i geografii kraju, o którym mieli pisać. Większość słabo orientowała się w kwestiach militarnych, często nie rozumiejąc wojskowego żargonu używanego w oficjalnych komunikatach amerykańskiego dowódz-

¹ Agencje prasowe UPI i AP obsługujące po ok. 1200 tytułów prasowych i ponad 3000 stacji radiowych i telewizyjnych zatrudniały po 8 reporterów; największe sieci telewizyjne NBC i CBS – po 6, a ABC – 4; gazety „New York Times” – 4 oraz „Washington Post” – 2; tygodniki „Time” – 6 i „Newsweek” – 4 reporterów. Cyt. za P. Braestrup, *Big Story. How the American Press and TV Reported and Interpreted the Crisis of Tet 1968 Vietnam and Washington*, Boulder, CO 1977, s. 10.

twą w Sajgonie². Musieli uczyć się i nabierać doświadczenia w trakcie pracy, ale ich relacje w okresie ofensywy Tet wykazały, że wielu nie odrobiło tej lekcji w wystarczającym stopniu³.

Większość korespondentów stacji telewizyjnych pracowała w Wietnamie nie dłużej niż kilka miesięcy, choć niektórzy wracali na kolejną turę. Szefowie redakcji rzadko spędzali w Sajgonie dłużej niż rok⁴. Ulubionym motywem stacji TV były sytuacje ukazujące „naszych chłopców w akcji”. Większość relacji składała się z kilku informacji przepisanych z serwisów agencyjnych i czytanych przez lektora znajdującego się tysiące kilometrów od miejsca walk. Na kilkaset reportaży z walk w okresie trwania ofensywy Tet tylko niewielka ich liczba była prezentowana przez korespondentów. Wynikało to z przyczyn praktycznych. Bezpośrednia transmisja satelitarna była kosztowna i rzadko stosowana. Czas między sfilmowaniem wydarzenia a jego emisją wynosił średnio 48 godzin. Dlatego do korespondentów należało tworzenie reportaży nawiązujących do tematów wiodących w prasie, które byłyby aktualne nawet po kilku dniach. Sieci TV polegały bardziej na informacjach agencyjnych niż na wiadomościach przekazywanych przez swych nielicznych, zapracowanych reporterów, których funkcja różniła się od kolegów z prasy. Ich głównym zadaniem było uzyskiwanie i produkowanie „standardowych” scen emitowanych w krótkich fragmentach podczas wiadomości, a pospieszny komentarz był tylko wyjaśniającym uzupełnieniem filmu. Obrazy były przedstawiane jako „typowe” sytuacje, a nie jako wycinek większej całości. Komentarz i relacja stawały się bardziej „osobiste” i „jednoznaczne” niż w innych mediach. Rodziło to kontrowersje, takie jak pokazany przez CBS 5 sierpnia 1965 r. reportaż z wioski Cam Ne. Ekipa stacji sfilmowała marines podpalających chaty w odwecie za ich ostrzelanie z tej wioski przez partyzantów. Kamera ukazywała m.in. grupę rozpaczających wieśniaków, głównie starych kobiet i dzieci, a filmowi towarzyszył emocjonalny komentarz korespondenta CBS Morleya Safera, w którym podkreślił on negatywne znaczenie takich akcji dla amerykańskiego wysiłku w Wietnamie. Krytycy mediów wskazywali na brak „kontekstu” w przypadku tej relacji. „Ko-

² Dużym problemem dla dziennikarzy było zrozumienie natury wojny partyzanckiej i jej skomplikowanych realiów oraz opisywanie jej za pomocą terminów konwencjonalnych. Niedoświadczeni korespondenci doznawali szoku przy zetknięciu się z brutalnością walki i mieli problemy z oceną wyniku starcia, co szczególnie było widoczne w relacjach telewizyjnych. Mimo stosunkowo łatwego dostępu do pola bitwy, tylko nieliczni reporterzy towarzyszyli żołnierzom w walce przed Tet, narażając własne życie.

³ Tuż przed wybuchem walk w styczniu 1968 r. wśród korpusu prasowego w Sajgonie grono „weteranów”, takich jak Charles Mohr z „New York Timesa” (w Wietnamie od 1963 r.) lub Peter Arnett (od 1962 r.), było nieliczne.

⁴ Rola telewizji w Stanach Zjednoczonych jako podstawowego źródła informacji zaczęła wzrastać w latach sześćdziesiątych. W 1964 r. 58% respondentów wskazało ją jako pierwsze źródło informacji, 56% – prasę, a 26% – radio. Cyt. za D.C. Hallin, *The Uncensored War*, New York, 1986, s. 106. Większe było również zaufanie do telewizji niż do innych mediów, co było skutkiem jej personalnego kontaktu z odbiorcą (Walter Cronkite był uważany za człowieka cieszącego się największym zaufaniem w Ameryce) oraz siły obrazu, dzięki któremu widz mógł bezpośrednio „uczestniczyć” w wydarzeniach.

mentarz Safera nie wspominał o akcji w Cam Ne w lipcu, w której kilku marines zostało zabitych i rannych, nie wspominał też o istnieniu okopów, min i pułapek i o nieprzyjacielskim ostrzale z wioski. [...] Telewizjowicze odnieśli wrażenie bezsensownego niszczenia domów przodków i lekceważenia życia niewinnych cywili” – zauważa Guenter Levy w swej książce *America in Vietnam*⁵. Relacja CBS może służyć za jeden z wielu przykładów trudności, jakie mieli dziennikarze z opisywaniem wojny niekonwencjonalnej, w której podczas walk ludność cywilna zawsze była najbardziej narażona na cierpienie.

Stacje TV, jak większość mediów, wyrażały poparcie dla działań prowadzonych w Wietnamie. Mimo to w latach 1965–1968 pojawiały się krytyczne reportaże ukazujące skutki podejmowanych przez oddziały amerykańskie operacji, sygnalizujące frustrację „wojną na wyczerpanie” (*the war of attrition*) oraz obniżające się morale żołnierzy amerykańskich. Według statystyk, przed ofensywą Tet media opisywały operacje i bitwy w 62% jako zwycięstwa sił sprzymierzonych⁶, w 28% – jako sukcesy komunistów, a w 2% jako starcia uznane za nierozstrzygnięte. Po Tet liczby te zmieniły się na niekorzyść aliantów: 44% – zwycięstwa, 32% – przegrane i 24% – walki bez rozstrzygnięcia⁷.

Agencje informacyjne wywierały duży wpływ na wydawców i producentów TV. Ich złożone z 50–600 słów komunikaty zredagowane w nowojorskim biurze były podstawowym źródłem informacji dla amerykańskiej opinii publicznej. Działając pod silną presją czasu, agencje nie mogły pozwolić sobie na analizy i korygowanie błędów, zwłaszcza podczas szybko zmieniającej się sytuacji. Dla agencyjnego reportera terminy i konieczność regularnego przekazywania wiadomości oznaczały, że w trakcie rozwijającej się kryzysowej sytuacji musiał biec do telefonu, by jak najszybciej podyktować zdobyte informacje. „Przepisywacz” redagował je w biurze w Sajgonie, łącząc z innymi wydarzeniami, i gotowy tekst wysyłał teleksem do Tokio, Manili lub Singapuru, skąd był przesyłany do Stanów Zjednoczonych. Wraz z nadchodzącymi nowymi wydarzeniami pojawiały się kolejne przykuwające oko nagłówki nakładające się na poprzednie oraz kolejne akapity precyzujące lub korygujące wcześniejsze informacje. Zarówno AP, jak i UPI zależało, aby to ich komunikaty znalazły się na pierwszych stronach gazet, co wynikało ze wspomnianej już tradycyjnej rywalizacji. Niestety, kilkunastu zatrudnionych przez obie agencje reporterów nie było w stanie opisać wszystkich wydarzeń w okresie komunistycznej ofensywy. Skupiali się oni na wybranych tematach i ograniczali do kilku miejsc, gdzie toczyły się walki. W ich pospiesznych relacjach pojawiały się błędy i przekłamania będące wynikiem procesu edytowania tekstu w nowojorskich redakcjach.

Spośród gazet najbardziej opiniotwórczych były „New York Times” („NYT”), a następnie „Washington Post” („WP”). „NYT” korzystał z serwisu AP lub Reuter-

⁵ G. Levy, *America in Vietnam*, New York 1978, s. 53.

⁶ Za sprzymierzonych lub aliantów uważam tutaj oddziały południowowietnamskie, amerykańskie, południowokoreańskie, australijskie, nowozelandzkie i tajskie.

⁷ D.C. Hallin, *The Uncensored...*, s. 146.

sa, tworząc własny materiał „na miejscu”, opisując sytuację militarną i polityczną bardziej szczegółowo niż mieściło się to w możliwościach agencji. Dziennikarze gazety byli zaliczani do najlepszych w Sajgonie. W dziale zagranicznym redakcji w Nowym Jorku brakowało jednakże ekspertów specjalizujących się w tematyce wietnamskiej. Materiały przysyłane z Sajgonu były często skracane, a redaktorzy wykazywali brak zrozumienia dla złożoności tematu. Część z nich była przeciwna wojnie, co nie miało wpływu na reporterów w Sajgonie, ale mogło decydować o doborze artykułów i zdjęć na stronę tytułową⁸. Również spreczne opinie na temat wojny w redakcji „WP” w Waszyngtonie nie wpływały na pracę jej dziennikarzy w Sajgonie.

Takie tygodniki jak „Time” i „Newsweek” znajdowały się pod wpływem presji czasu i konieczności opisanie tematu w kilkuset słowach. Proces powstawania artykułu był oparty na zbiorowym wysiłku reporterów w Wietnamie i redakcji w Nowym Jorku. Na początku każdego tygodnia biura w Sajgonie wysyłały listę propozycji tematów artykułów, które były rozważane w redakcjach w kraju, nierzadko z dodaniem własnych sugestii. Reporter w Wietnamie musiał do piątku rano wysłać artykuł składający się z ok. 2000 słów. W Nowym Jorku redaktor, wspomagany przez eksperta, uzupełniał go, korzystając z innych źródeł, np. fragmentów artykułów z „NYT”. Powstawał reportaż złożony z maksimum 800 słów, poddawany korekcie przez dział zagraniczny i redaktorów wyższego szczebla. Ewentualne poprawki i uzupełnienia z Sajgonu musiały dotrzeć do Nowego Jorku do soboty rano. Reportaż przeznaczony głównie dla średnio wymagającego czytelnika musiał przedstawiać wydarzenia tygodnia w sposób jasny, zwięzły i przyciągający uwagę. Ze względu na kilkudniową dystrybucję artykuły w tygodnikach musiały „przewidywać” możliwy rozwój wypadków. Kładziono nacisk na hierarchię znaczenia wydarzeń i ich konsekwencji, nawet jeśli sytuacja była niejasna. W przypadku opisywania wojny wietnamskiej to podejście wyrażające się w postawieniu tezy, zanalizowaniu tematu i przewidywaniach było narażone na błędy. W gorącym okresie Tet niewolne od błędów analizy sytuacji tworzone w Stanach Zjednoczonych stanowiły nieodłączną część zawartości tygodników. W początkowym okresie wojny „Time” był nastawiony optymistycznie wobec perspektyw zwycięstwa w wojnie. Trend ten zaczął się zmieniać pod koniec roku 1967. Redakcja „Newsweeka”, podobnie jak większość mediów, nie była zgodna w opiniach na temat wojny. Po wybuchu ofensywy Tet opinie wyrażane przez tygodnik stały się ponure i antywojenne, co wiązało się ze zmianą nastawienia redakcji.

Jednym z podstawowych źródeł informacji dla dziennikarzy w Wietnamie było amerykańskie rządowe centrum informacyjne w Sajgonie JUSPAO (Joint United States Public Affairs Office). Biuro Informacji istniało też przy dowództwie amerykańskim w Sajgonie MACV (Military Assistance Command Vietnam – Dowództwo

⁸ Harrison Salisbury, zastępca redaktora naczelnego, nie ukrywał swej wrogości wobec polityki administracji Johnsona w Wietnamie. Jego artykuły przysyłane z Hanoi w grudniu 1966 r., potwierdzające w zasadzie oskarżenia komunistycznej propagandy o rozmyślne bombardowanie przez lotnictwo amerykańskie celów cywilnych, wywołały liczne kontrowersje.

Pomocy Wojskowej w Wietnamie)⁹. Wraz z intensyfikacją konfliktu wśród dziennikarzy zaczęła narastać „różnica wiarygodności” (*credibility gap*), nieufność do oficjalnych informacji i oświadczeń przedstawicieli administracji. Głównodowodzący MACV gen. William Westmoreland znajdował się pod silną presją Białego Domu żądającego, by przedstawiać wojnę w możliwie najkorzystniejszym świetle. Dziennikarze uważali go za rzecznika punktu widzenia administracji, co prowadziło do braku zaufania, różnicy wiarygodności i cynizmu w podejściu do oficjalnych danych. Byli jednak zdani na źródła wojskowe, gdyż żadna agencja informacyjna nie miała wystarczających funduszy i pracowników, aby mogła je zdublować.

Wojna w Wietnamie była pierwszą wojną, w czasie której nie obowiązywała oficjalna cenzura wojskowa. MACV rozważało możliwość jej wprowadzenia, ale uznano ten pomysł za niepraktyczny. Reporterzy akredytowani przy oddziałach amerykańskich mogli udać się wszędzie i pisać o czym chcieli. Zgadzała się jednakże na przestrzeganie zasad dotyczących 15 kategorii informacji, które musiały być zatwierdzane przez MACV, np. ruchy wojsk lub liczba zabitych i rannych. Łamiącym te zasady groziło anulowanie lub zawieszenie akredytacji, co zdarzało się niezmiernie rzadko. Krytycy, w szczególności z kręgów wojskowych, obwiniający media o „przegraną wojny”, uważają, że brak cenzury był błędem. Podawany jest przykład późniejszej interwencji w Grenadzie, z której media zostały wykluczone, lub restrykcji narzucenych przez rząd brytyjski podczas konfliktu o Falklandy. Wydaje się, że wietnamskie doświadczenie zadecydowało także o wprowadzeniu cenzury podczas pierwszej wojny w Zatoce Perskiej w 1991 r.

Podróżowanie po kraju ogarniętym wojną i relacjonowanie wydarzeń wymagało fizycznej odporności i pochłaniało mnóstwo czasu¹⁰. Przekazywanie wiadomości

⁹ JUSPAO zajmowało się „operacjami psychologicznymi” i propagandą kierowaną do Wietnamczyków. Służyło też mediom jako pomocne centrum logistyczne, pomagając m.in. w zdobyciu miejsca w samolotach transportowych lecących do odległych amerykańskich baz lub dostarczając transkrypcje zdobycznych komunistycznych dokumentów oraz artykułów z prasy sajgońskiej. Z kolei pracownicy Biura Informacji przygotowywali m.in. dzienne komunikaty wojenne oraz organizowali wojskową część codziennych odpraw dla dziennikarzy zwanych przez nich „Rewiami o piętej” (*Five O’Clock Follies*). Informacji można było też zasięgnąć w amerykańskiej ambasadzie w Sajgonie i w agencjach rządowych, np. USAID (United States Agency for International Development) lub CORDS (Civil Operations and Revolutionary Development Support), które dostarczały wiadomości o sytuacji na prowincji. USAID prowadziła szereg programów pomocy społeczno-ekonomicznej, a CORDS zajmowała się integracją wysiłków pacyfikacyjnych wszystkich struktur wojskowych i cywilnych. Źródła wietnamskie, np. wydawane w języku angielskim biuletyny rządu w Sajgonie lub komunikaty Armii Republiki Wietnamu, nie wzbudzały większego zainteresowania amerykańskich mediów.

¹⁰ Dla przykładu, żeby dotrzeć do oddziału marines walczącego na północy w pobliżu granicy z Laosem, reporter z Sajgonu musiał wstać przed świtem i dostać się na lot samolotem transportowym do Da Nang. „Tam zazwyczaj nocował w centrum prasowym, by o świcie próbować złapać samolot lecący do bazy marines w Dong Ha, mając nadzieję na dotarcie do oddziału śmigłowcem zapatrzeniowym. [...] W drodze powrotnej z Dong Ha reporter próbował dotrzeć różnymi sposobami do Da Nang, by telefonicznie podyktować swój materiał redakcji w Sajgonie. Napisanie artykułu mogło zająć 72 godziny lub więcej. W czasie ofensywy Tet opóźnienia w lotach sprawiały, że reporterzy tracili jeszcze więcej czasu. W dodatku fizyczne wyczerpanie ograniczało percepcję.” Cyt. za P. Braestrup, *Big Story...*, s. 21.

odbywało się poprzez linie wojskowe, było trudne i czasochłonne. Jeśli pracodawca zapłacił, to dziennikarz mógł wysłać materiał z Sajgonu do macierzystej redakcji za pomocą telexu. Bezpośrednią linię telefoniczną wprowadzono dopiero w roku 1972. Filmy TV wysyłano z Sajgonu samolotami wojskowymi lub komercyjnymi.

Trzeba pamiętać, że rok 1968 był w Stanach Zjednoczonych rokiem wyborczym. Do grudnia 1967 r. w Wietnamie poległo 16 tys. Amerykanów, a wojna kosztowała podatników 75 mld dolarów i nadal nie było widać jej końca. Te fakty kształtowały kampanię wyborczą. Tuż przed rozpoczęciem ofensywy Tet, 23 stycznia, jednostki północnokoreańskie zaatakowały i zdobyły amerykański statek szpiegowski USS „Pueblo”. Wydarzenie to, będące pierwszym ciosem dla prestiżu Stanów Zjednoczonych, przez pewien czas zdominowało czołówki gazet. Temat ten był uważany za najważniejszy nawet w chwili rozpoczęcia pierwszej fali ataków Tet.

Niewątpliwie do pogłębienia szoku wywołanego komunistyczną ofensywą przyczyniła się „kampania sukcesu” z jesieni 1967 r. prowadzona przez administrację próbującą zyskać poparcie dla swej polityki „wojny ograniczonej”. Prezydent Johnson przekonywał Amerykanów na konferencji prasowej 17 listopada, że w Wietnamie „osiągany jest postęp”. Był to poważny błąd, podobnie jak brak ostrzeżenia o możliwym wybuchu ciężkich walk, choć Johnson, znając dane wywiadu, zdawał sobie sprawę z takiej ewentualności. Wkrótce miało się to na nim srogo zemścić. W podobnym tonie wypowiadał się też Westmoreland, który 21 listopada przedstawił w National Press Club w Waszyngtonie mocno później krytykowany przez media „Raport o postępie”. Stwierdził wtedy: „Jestem absolutnie pewny, że jeśli w 1965 r. nieprzyjaciel wygrywał, to teraz z pewnością przegrywa”. Jego przemówienie trafiło na czołówki amerykańskich gazet.

W nocy z 20 na 21 stycznia grad pocisków i rakiet spadł na bazę marines w Khe Sanh położoną niedaleko granicy z Laosem i Wietnamem Północnym. Zapoczątkowało to mające trwać 77 dni oblężenie. W całym kraju ludzie przygotowywali się do tradycyjnych obchodów święta Tet, lunarnego Nowego Roku, odwiedzali krewnych i przyjaciół. Na ulicach Sajgonu witano nadchodzący Rok Małpy tradycyjnymi fajerwerkami. Na czas Tet obowiązywał niepisany rozejm, który w poprzednich latach był honorowany przez obydwie strony. Południowowietnamski prezydent Thieu, mimo ostrzeżeń Amerykanów zaalarmowanych doniesieniami wywiadu, zezwolił żołnierzom swej armii na świąteczne urlopy. W momencie rozpoczęcia ataków 50% żołnierzy i oficerów Armii Republiki Wietnamu (ARW) przebywało poza jednostkami. Chociaż Amerykanie odwołali rozejm 30 stycznia, to jednak w Sajgonie obrona była niewystarczająca; np. 716 Batalion Żandarmerii ochraniający ponad 130 amerykańskich instalacji wokół miasta liczył w chwili ataku 30% stanu etatowego. Uwaga prasy była skierowana na sytuację w bazach zlokalizowanych wokół wioski Khe Sanh.

Wczesnym rankiem (czasu sajgońskiego) we wtorek 30 stycznia oddziały Vietcongu (VC) i Wietnamskiej Armii Ludowej (WAL – armii północnowietnamskiej) rozpoczęły pierwszą falę ataków, szturmując alianckie bazy i miasta na północy kraju.

Choć komunikaty mówiły o „poważnej sytuacji”, w Sajgonie nie ogłoszono godziny policyjnej, a większość członków rządu przebywała poza miastem. Informacje o atakach pojawiły się w amerykańskiej prasie, ale nadal większe zainteresowanie wzbudzał temat USS „Pueblo”.

Krótko po północy 19-osobowy oddział saperów VC wtargnął na dziedziniec ambasady USA przez dziurę wysadzoną w murze. Otaczał on kompleks kilku budynków. Jednym z nich był nowo zbudowany 8-piętrowy betonowy gmach kancelarii. Napastnicy ostrzelali jego fasadę z granatników, ale nie udało im się dostać do środka, co przesądziło o porażce ataku. Wycofawszy się bezładnie na dziedziniec, saperzy schronili się wśród wielkich betonowych kwietników, ale po 6-godzinnej walce zostali pokonani. O godz. 8.35 śmigłowce wysadziły na dachu pluton spadochroniarzy, co wywołało późniejsze spekulacje, że ich zadaniem było wyparcie VC z niższych pięter. Chwilę później żandarmi wdarli się na dziedziniec przez główną bramę. Podążająca za nimi ekipa TV zdążyła jedynie sfilmować finałowy akt dramatu, gdy ostatni napastnik został zabity przez jednego z pracowników ambasady na tyłach mieszkalnej części budynku.

Skala walki na terenie ambasady była niewielka w porównaniu z atakami na inne cele w Sajgonie, np. Pałac Prezydencki lub bazę lotniczą Tan Son Nhut, ale miała „symboliczną” wymowę. Przecież zaatakowano i rzekomo zajęto symbol amerykańskiej obecności w Wietnamie. Ambasada znajdowała się tylko kilkaset metrów od siedzib mediów, co miało swe konsekwencje. W zamieszaniu pierwsze informacje wskazywały, że budynek został opanowany przez napastników. Poprawki nadchodziły wolno, zaskoczeni dziennikarze byli gotowi wierzyć w najgorsze. Wielu z nich zebrało się o świcie na rogu ulicy, 100 metrów od ambasady, skąd mogli widzieć tylko jej dach i górne piętra. Nie mogli stwierdzić, czy żołnierze VC są wewnątrz ani też, co dzieje się na podwórzu okolonym murem, skąd dochodziły odgłosy walki. Również żandarmi z 716 batalionu, z których wielu uczestniczyło w walce po raz pierwszy, nie mogli dojrzeć, co się dzieje wewnątrz budynku. Mimo to niektórzy z nich informowali dziennikarzy, że VC wtargnął do gmachu kancelarii¹¹. Wkrótce po opanowaniu terenu, około godziny 9.45 pojawili się tam Westmoreland i inni urzędnicy amerykańscy. W trakcie naprędce zorganizowanej konferencji prasowej, pokazanej później w CBS News „Special Report”, generał – na tle wynoszonych z dziedzińca zakrwawionych zwłok zabitych saperów i przy akompaniamencie dochodzących z oddali eksplozji – oświadczył, że atakujący zajęli tylko zewnętrzny teren, nie mogąc dostać się do wewnątrz budynku. Niektórzy dziennikarze przyjęli to sceptycznie. Jeden z nich wspominał: „Reporterzy nie wierzyli własnym uszom. Westmoreland stał pośród zniszczeń twierdząc, że wszystko jest w porządku”. Korespondent „WP” stwierdził: „odeszliśmy, kręcąc głowami z niedowierzania. Dla dziennikarzy rajd na ambasadę był dramatycz-

¹¹ „Kapitan żandarmerii powiedział mi z absolutną pewnością, kiedy spytałem go, czy VC jest wewnątrz budynku ambasady: »Mój Boże, tak..., jesteśmy stamtąd ostrzeliwani...«” – stwierdził Peter Arnett. Cyt. za P. Braestrup, *Big Story...*, s. 82.

nym, upokarzającym ciosem w symbol amerykańskiej obecności w Wietnamie. Jak Westmoreland mógł upierać się przy swoim tradycyjnym optymizmie?"

Informacje o ataku na ambasadę dominowały w doniesieniach agencyjnych. AP, powołując się na żandarmów, jednoznacznie informowała, że „VC zajęły część ambasady”, podtrzymując tę wersję przez wiele godzin, by w końcu sprostować ją o 6 rano (czasu nowojorskiego). Te sprzeczne relacje spowodowały, że w porannych gazetach na Wschodnim Wybrzeżu i w większości wczesnych edycji prasy amerykańskiej, a także w ostatnich wydaniach wiadomości wieczornych na zachodzie kraju wrażenie stworzone przez AP było takie, iż VC zajęły budynek, a Westmoreland nie mówił prawdy. UPI wydała pierwszy biuletyn 40 minut po AP, czyli około godziny 15.00. Po początkowym zaprzeczeniu o obecności VC wewnątrz ambasady, później pojawiła się jednak informacja, że budynek został zajęty, czemu oficjalnie zaprzeczył Departament Stanu. Po jakimś czasie UPI wycofała się z tej informacji, ale było już za późno dla porannej prasy Wschodniego Wybrzeża. Presja konkurencji sprawiała, że agencje będące podstawowym źródłem informacji chciały je dostarczyć jak najszybciej, używając efektownie brzmiących słów przykuwających uwagę.

W pierwszym wydaniu „WP” z 31 stycznia ukazał się główny artykuł, zredagowany pospiesznie przez dział zagraniczny na podstawie doniesień agencyjnych, opatrzoney nagłówkiem „VC zajmuje część amerykańskiej ambasady”. Później gazeta informowała, nie zmieniając nagłówka, że zajęto „teren”, ale nie „budynek”. W tekście znalazło się jednak zdanie, że „wiele osób będących pod ambasadą twierdziło, iż kilku napastników dostało się na niższe piętra budynku”. Również „NYT” korzystając z serwisu Reutersa i relacji swych reporterów, donosił, że „oddział VC zajęły część” ambasady i przebywał na jej terenie przez 6 godzin. Nie stwierdzano jednak wyraźnie, że budynek kancelarii został zdobyty, co pozostawiało czytelnikom pole do domysłów. Następnego dnia gazeta jednoznacznie podała, że napastnicy nie dostali się do wewnątrz.

Sieci telewizyjne nie mogły liczyć na zdjęcia z walk na terenie ambasady, by pokazać je w wieczornych wiadomościach, przekazywały więc informacje z serwisów agencyjnych czytane ze skryptów przez prezenterów. Trzy największe stacje podały błędną informację z wczesnych raportów AP i UPI o zajęciu części ambasady. Chet Huntley w wiadomościach wieczornych NBC podsumowywał wydarzenia dnia, powtarzając sensacyjną wiadomość. Dodał także: „w budynkach i na dachach w pobliżu ambasady znajdują się snajperzy, którzy ostrzeliwują amerykański personel wewnątrz kompleksu. Mamy informacje, że dwudziestu komandosów-samobójców zajmuje pierwsze piętro ambasady”. W następnych godzinach, kiedy do USA dotarły już filmy z walk na dziedzińcu ambasady, zaczęły się pojawiać sprostowania.

Samobójczy atak wietnamskich komunistów odbił się w mediach szerokim echem. Walka na terenie ambasady była „symboliczna”, dramatyczna i – co nie mniej ważne – jej finał mogli bezpośrednio obserwować dziennikarze. Jeden z nich stwierdził: „To wszystko było doskonałym materiałem sensacyjnym – wyskakująca z zielonych heli-

kopterów na znajdujące się na dachu ambasady lądowisko grupa spadochroniarzy, pokrzykiwania żandarmerii, porozrzucane beładnie wokół klombów ciała partyzantów VC. Czego więc więcej mogliby domagać się czytelnicy i widzowie?”¹².

Ten odważny, ale źle zaplanowany i wykonany rajd na cel o znikomej wartości militarnej był obliczony na wywołanie wrażenia na Wietnamczykach. Miał jednak ogromny wpływ na amerykańską opinię publiczną; został – paradoksalnie – uznany za jedną z ważniejszych akcji wojny wietnamskiej. Komunistyczne dowództwo atak na ambasadę początkowo uważało za porażkę i zmieniło zdanie dopiero po reakcji mediów w Stanach Zjednoczonych, wykorzystując ten fakt propagandowo. Dla wielu dziennikarzy symbolika walki o ambasadę polegała na tym, że atak ten stanowił zaprzeczenie rzekomego postępu w wojnie propagowanego przez administrację Johnsona. „Co się do cholery dzieje? Myślałem, że wygrywamy tę wojnę!” – wykrzyknął Walter Cronkite, gdy pierwsze raporty zaczęły napływać do news roomu CBS¹³. Wielu dziennikarzy w Sajgonie twierdziło później, że administracja waszyngtońska za bardzo skupiała się na zaprzeczeniach o penetracji ambasady, co miało być przesadzoną reakcją na mały błąd agencji. Niestety, zważywszy na konsekwencje, nie był to mały błąd. Wskutek szoku i zaskoczenia dziennikarze szybko, o wiele za szybko uznali, że niespodziewany atak jest „psychologicznym” zwycięstwem komunistów, choć ci ostatni jeszcze nie zdawali sobie z tego sprawy.

Na początku lutego w przekazach z Sajgonu, zwłaszcza telewizyjnych, dominowały opisy zniszczeń, pożarów, zapełnionych rannymi szpitali, uchodźców – to wszystko można było zobaczyć niemalże z tarasu Hotelu Caravelle, w którym mieszkało wielu dziennikarzy. Ich szok był tym większy, że Sajgon postrzegano jako bezpieczne miejsce, gdzie co najwyżej dochodziło do sporadycznych zamachów terrorystycznych. Wkrótce się okazało, że walki i zniszczenia ograniczyły się do przedmieść miasta i chińskiej dzielnicy Cholon. Opinie reporterów nie uległy jednak zmianie, tym bardziej że wielu z nich, by zdobyć „pierwszostronicowy” materiał, znalazło się niemalże w samym centrum walk, co pogłębiało szok wywołany nagłym zagrożeniem¹⁴.

¹² Tamże, s. 109.

¹³ To samo czuli redaktorzy i wydawcy w Stanach Zjednoczonych, czytając wiadomości z Wietnamu i utwierdzając się w przekonaniu o rosnącej różnicy wiarygodności. Walka o ambasadę była najistotniejszym wydarzeniem drugiego dnia ofensywy Tet w amerykańskich mediach, choć w Sajgonie toczyły się ważniejsze zmagania. Widzowie i czytelnicy nie zostali rzetelnie poinformowani, że jest to tylko cząstka większej, nierozstrzygniętej całości. Co gorsza, niektórzy reporterzy wdali się w spekulacje oparte na im tylko znanych źródłach, z reguły cytowanych jako „anonimowe”.

¹⁴ Destrukcyjna i dramatyczny los uchodźców doskonale wpisywały się w klasyczne wymogi, jakie stawiali fotoedytorzy i producenci TV, którzy traktowali te tematy podobnie jak klęski żywiołowe czy zamieszki w gettach amerykańskich miast. Winą za zniszczenia i śmierć cywilów obarczano głównie sprzymierzonych, którzy użyli lotnictwa i artylerii do wyparcia komunistów z zajmowanych przez nich dzielnic. Rzadko pisano o atakującym VC jako skłonnym do zabijania mieszkańców miast lub przyczyniającym się do ich exodusu. Dziennikarze nadal wierzyli, że komuniści stosują tylko „terror selektywny”, ostrożnie traktując rządowe komunikaty o komunistycznych zbrodniach.

Niestety, kamery i obiektywy z reguły towarzyszyły tylko jednej stronie konfliktu. W pobliżu pagody An Quang w Sajgonie fotoreporter AP Eddie Adams i ekipa NBC zarejestrowali 1 lutego wstrząsającą scenę doraźnej egzekucji schwytanego oficera VC. Dowodzący siłami policji gen. Nguyen Ngoc Loan na oczach gapiów przystawił mu rewolwer do głowy i nacisnął cyngiel. Z grymasem przerażenia na twarzy jeniec bezwładnie osunął się na ziemię, a z jego skroni trysnęła struga krwi. Loan podszedł do dziennikarzy i powiedział: „oni zabili wielu Amerykanów i wielu moich ludzi”. Zdjęcia Adamsa, który później otrzymał Nagrodę Pulitzera, natychmiast trafiły na pierwsze strony gazet. 20 milionów Amerykanów obejrzało trwającą 52 sekundy sekwencję egzekucji wyemitowaną przez NBC w programie „Huntley – Brinkley Report”. Jest to kolejny przykład wyrwanej z kontekstu części skomplikowanej rzeczywistości zaspokajającej zapotrzebowanie mediów na szokujące zdjęcia. Czy po obejrzeniu tej sceny widzowie mogli jeszcze wierzyć, że ich kraj walczy w słusznej sprawie?

Większość wyolbrzymionych relacji o zniszczeniach w południowowietnamskich miastach nie została niestety skorygowana przez niezainteresowane tym media. Gdy na początku lutego JUSPAO zorganizowała dla dziennikarzy lot śmigłowcem nad Sajgonem, okazało się, że rozmiary zniszczeń nie są duże. Charles Mohr z „NYT” napisał: „miasto jak na razie uniknęło dużych zniszczeń, mimo że walki na ulicach trwały prawie 2 tygodnie. [...] Z ziemi okolica wygląda jak zrównane z ziemią Dreźnie zniszczone podczas II wojny światowej. Jednakże z powietrza zniszczony kwartał wydaje się mieć około 500 do 700 metrów kwadratowych”¹⁵. Jego relacja nie trafiła na pierwszą stronę gazety. Symbolem destrukcyjnego działania stały się słowa amerykańskiego oficera, które pojawiły się w opublikowanym 7 lutego przez AP reportażu Petera Arnetta z ząartych walk w miasteczku Ben Tre w delcie Mekongu. Oficer ów, którego nazwiska Arnett nie chciał ujawnić, stwierdził, iż „konieczne stało się zniszczenie miasta, by je uratować”. Ten słynny cytat jako uniwersalny opis wojny wietnamskiej w roku 1968 szybko przeniknął do pełnej emocji retoryki, która zdominowała debatę na jej temat.

Przekazany w lutym przez media obraz niemalże całkowitej destrukcji miast, rozpaczy i przygnębienia wśród Wietnamczyków został jeszcze wyolbrzymiony głównie w komunikatach agencyjnych, reportażach TV i artykułach „Newsweeka”. Po części była to typowa dziennikarska reakcja na ludzki dramat i nieszczęście, spotęgowana autentycznym szokiem, jakim były ataki na miasta i ich następstwa. Wielu reporterów po raz pierwszy zetknęło się z brutalnością wojny. Użycie artylerii i lotnictwa niejednokrotnie wywoływało wrażenie, jakoby Amerykanie – nie licząc się z konsekwencjami – niszczyli Wietnam, „aby go uratować”. Ostrzał miast przez siły komunistyczne i popełniane przez nich zbrodnie często były przez media ignorowane. Raporty zawierające bardziej wyważone opinie na temat zniszczeń, niepasujące do ogólnego obrazu klęski, nie wzbudzały zainteresowania. Zwłaszcza w reportażach telewizyj-

¹⁵ Tamże, s. 190.

nych takie podejście było przyczyną zniekształcania całości obrazu i pomijania ważnych czynników, przede wszystkim wyniku militarnej konfrontacji i zdolności Wietnamczyków do powrotu do normalnego życia¹⁶.

Sytuacja w Hue, jedynym dużym mieście zajętym przez komunistów, stała się kolejnym tematem dominującym w mediach. Pełne zabytków Hue, uznawane za oazę spokoju, miało także znaczenie strategiczne, gdyż zbiegały się w nim szlaki komunikacyjne i zaopatrzeniowe wojsk sprzymierzonych. Dla komunistów był to kuszący cel, słabo broniony i leżący w pobliżu ich baz. Media rozumiały sytuację militarną w Hue i opisywały ją w konwencjonalny sposób: 2 bataliony marines pomagały ARW wyprzeć nieprzyjaciela z miasta. Można tam było dotrzeć śmigłowcem lub – mimo ryzyka wpadnięcia w zasadzkę – konwojem z pobliskiej bazy marines w Phu Bai.

Zacięty opór komunistów, którzy zamienili liczne domy w twierdze, zmusił sprzymierzonych do uchylenia zakazu użycia artylerii i lotnictwa. W Ameryce Hue szybko stało się symbolem kolejnego wietnamskiego miasta, które „trzeba było zniszczyć, by je uratować”. W prasie pojawiły się nawet mocno przesadzone porównania do ruin klasztoru Monte Cassino po alianckim bombardowaniu. Nie zawsze wspomniano, że to atakujący zdecydowali o stawieniu oporu w tym właśnie mieście. AP donosiła 10 lutego: „nadal nie można ocenić rozmiarów zniszczenia. Po 11 dniach flaga VC nadal powiewa nad starożytną cesarską Cytadelą na północnym brzegu. Żołnierze ARW czynią znikome postępy i wewnętrzny obszar Cytadeli jest nadal ziemią niczyją. Czy zniszczenie Hue można porównać do bombardowania Kyoto lub ostrzału Akropolis?”¹⁷. W relacjach telewizyjnych pojawiały się patetyczne tony. Murray Fromson z CBS w dramatycznych słowach opisywał los mieszkańców: „Zniesiono wszelkie ograniczenia. Po raz pierwszy Wietnamczycy byli świadkami prawdziwego holokaustu, jaki może być wynikiem wojny konwencjonalnej, porównywalnej do zniszczeń w czasie wojny w Korei bądź drugiej wojny światowej”. Dodał także, iż „dużo czasu jeszcze upłynie zanim wszystko powróci do normalności. Hue, niegdyś perła wietnamskiej historii, zostało pozbawione swego blasku”¹⁸. Jak zwykle w takich sytuacjach stacje TV rywalizowały między sobą o pozyskanie „zdjęć akcji” i jak najszybsze dostarczenie ich do kraju.

Peter Braestrup relacjonujący dla „WP” początkowo również podzielał opinie o ogromnych zniszczeniach. Gdy jednak na miejscu towarzyszył oddziałowi marines, był zaskoczony ich niewielkimi rozmiarami: „dziury wysadzone przez żołnierzy w mu-

¹⁶ „Stali telewizji oglądający wieczorne wiadomości pięć dni w tygodniu widzieliby zdjęcia ukazujące cierpienia cywilów i zniszczenia w południowowietnamskich miastach przeciętnie 3,9 razy w ciągu tygodnia w okresie Tet (od 31 I do 31 III), to znaczy czterokrotnie więcej niż ogólna średnia wynosząca 0,85 razy w tygodniu. Ilość filmów ukazujących rannych bądź zabitych żołnierzy zwiększyła się z 2,4 do 6,8 razy w tygodniu. Tet był pierwszym przedłużającym się okresem, o którym można by powiedzieć, że poprzez telewizję wojna stawała się rzeczywiście brutalnym wydarzeniem”. Cyt. za D.C. Hallin, *The Uncensored...*, s. 171.

¹⁷ P. Braestrup, *Big Story...*, s. 204.

¹⁸ *Vietnam War with Walter Cronkite*, vol. 2, DVD, 24 June, 2003, tytuł odcinka „The Tet Offensive”.

rach, kilka wybitych szyb i postrzępionych kulami ścian, ale nie ruiny i rumowiska. [...] To dlatego, że VC i WAL nie walczyły już tutaj zawzięcie o każdy dom. Jednak zniszczenia nie były całkowite”¹⁹. „Newsweek” w artykule wymownie zatytułowanym *Śmierć Hue* epatował czytelników tradycyjnym odwoływaniem się do emocji: „przez 25 dni olbrzymia czerwono-niebieska flaga VC powiewała nad niegdyś malowniczym miastem Hue. Ale poprzedniego tygodnia, gdy wojska amerykańskie i południowowietnamskie zajęły miasto po jednej z najbardziej zaciętych bitew tej wojny i ściągnęły sztandar wroga, nie było uśmiechów, pocałunków, kwiatów rzucanych zdobywcom. Amerykanie idący ulicami Hue napotykali na obojętne, czasami nienawistne spojrzenia. Niekiedy na widok przechodzącego Amerykanina, Wietnamczyk spluwał na ziemię”. Cytując wypowiedź wietnamskiego mieszkańca miasta, tygodnik pisał: „Rozumiemy, dlaczego musieliście to zrobić, ale zniszczeń i śmierci, które spowodowaliście, nigdy wam nie wybaczymy”. W komentarzu redakcyjnym natomiast dodawano: „Maszerujący marines ze wszystkich stron widzieli tylko zniszczenia. Nikt nie wie, ile bomb i ile napalmu zrzucono na Hue. Ale i tak wystarczyło”²⁰. Na podobnych standardowych tematach skupili się fotografowie i fotoedytorzy agencji, pokazując rannych, uchodźców i wszechobecne ruiny.

W czasie trzytygodniowej okupacji Hue komuniści dopuścili się masowych zbrodni na cywilach i żołnierzach²¹. Amerykańskie media przeoczyły tę masakrę, doniesienia prasowe i agencyjne ogólnikowo wspominały o „terroryzmie VC”. W trakcie trwania walk i tuż po ich zakończeniu rozmiary egzekucji nie były jeszcze znane. Kilka wzmianek pojawiło się jednak w mediach; pierwszą z nich zamieściła 11 lutego AP, cytując oświadczenie burmistrza Hue o egzekucji 300 cywilów i pogrzebaniu ich w masowym grobie. Ambasada amerykańska w Sajgonie 9 marca wydała oświadczenie, w którym zwiększyła liczbę zamordowanych do 400 osób pochowanych w trzech masowych grobach. Zostało ono zignorowane lub potraktowane przez dziennikarzy nieufnie jako kolejny przykład rządowej propagandy o komunistycznych okrucieństwach. Nadal wierzono w „terror selektywny” VC i to mogło być przyczyną, że dziennikarzom i wydawcom doniesienia o masakrze wydawały się niewiarygodne. Prawdopodobnie jedyne dziennikarskie śledztwo w tej sprawie zostało przeprowadzone przez reportera londyńskiego „Timesa”, którego artykuł przedrukował pod koniec marca „NYT”.

¹⁹ P. Braestrup, *Big Story...*, s. 204. Szacuje się, że destrukcji uległo 40% zabudowy miasta, głównie drewnianych i stiukowych domów biedoty, przede wszystkim w okolicach Cytadeli.

²⁰ Tamże, s. 209.

²¹ Prawdopodobnie eliminowano „elementy reakcyjne”, czyli każdego, kto stanowił dla komunistów potencjalne zagrożenie i kto mógłby ich później zidentyfikować. Wszystkie egzekucje zostały wykonane w zaplanowany sposób przez lokalne oddziały VC. Nie widać było śladów paniki spowodowanej pospiesznym odwrotem. Miejsca egzekucji maskowano bardzo starannie. Ofiary, z rękami związanymi drutem, zatłuczono kolbami, zabito strzałem w głowę bądź pogrzebano żywcem. Pierwszy masowy grób odkryto 26 lutego, a w następnych miesiącach kolejnych 18 mogił. W sumie w Hue i okolicach odnaleziono 2810 ciał; prawie 2000 osób nadal uznaje się za zaginione. Byli to oficerowie i żołnierze ARW, urzędnicy, policjanci, katolicy księża i przywódcy religijni oraz cudzoziemcy.

Obleżenie Khe Sanh przyciągało stałą uwagę mediów, w szczególności fotoreporterów i ekip TV, które po odbiciu Hue szukały nowego tematu. Bazę bronioną przez 6 tysięcy marines i żołnierzy ARW otaczało 20–40 tys. żołnierzy WAL. Bardzo szybko dziennikarze i publicyści zaczęli porównywać tę sytuację do klęski Francuzów pod Dien Bien Phu sprzed 14 lat, choć podobieństwa z militarnego punktu widzenia były raczej powierzchowne. Khe Sanh było jedynym miejscem, gdzie alianci po kilku dniach ofensywy Tet wciąż bronili się, o czym rzadko wspomniano w mediach. Przeciwnie, przykładając dużą wagę do wydarzeń dziejących się wokół bazy, wielu dziennikarzy zdawało się wierzyć i sugerować, że komuniści nadal mają militarną inicjatywę w całym kraju – i to długo po jej utracie. Nawet w marcu, gdy oddziały WAL powoli się wycofywały, baza była zdaniem mediów w niebezpieczeństwie²².

Niestety, pasywność administracji Johnsona nie przyczyniła się do zrozumienia przez opinię publiczną zasadności i sensu obrony Khe Sanh, co dawało pole do najróżniejszych spekulacji. Dokładne relacjonowanie było też poważnie utrudnione przez szereg czynników: rywalizację o miejsca w samolocie lecącym z zaopatrzeniem dla bazy, ryzyko i krótki czas pobytu na miejscu. Żaden reporter z wyjątkiem J. Wheelera z AP nie przebywał w Khe Sanh na stałe, by wiernie relacjonować przebieg bitwy. Artykuły Wheelera rzetelnie opisywały sytuację obrońców, unikając katastroficznego tonu często używanego przez reporterów TV. Rywalizująca UPI przeredagowując teksty w Nowym Yorku, wykazywała tendencję do wyolbrzymiania faktów²³.

W mediach silnie przewijał się „syndrom Dien Bien Phu”. Rzeczywiście, spowite mgłą wzgórze i ukształtowanie geograficzne terenu mogły przywołać na myśl francuską redutę. Jednakże aspekty militarne przemawiały zdecydowanie na korzyść Amerykanów, którzy dysponowali potężnym potencjałem bojowym i których sytuacja była pod wieloma względami lepsza niż położenie Francuzów. W Stanach Zjednoczonych wśród dziennikarzy, wydawców i polityków porównania z Dien Bien Phu stały się przedmiotem swoistej fascynacji ze względu na ewentualny wpływ klęski pod Khe Sanh na prezydenturę Johnsona i jego politykę wojenną. Byłby to potężny cios psychologiczny, dlatego prezydent żywo interesował się rozwojem sytuacji. Nie chcąc „żadnego cholernego Dien Bien Phu”, wymusił nawet na swych generałach podpisanie pisemnego zobowiązania, że baza zostanie utrzymana. Intencjom Hanoi, do dzisiaj niejasnym, poświęcono wiele dziennikarskiej wyobraźni, próbując odgadnąć w różnego rodzaju „analizach”, co „chytry Giap”, pogromca Francuzów, chciał osiągnąć pod Khe Sanh.

Dziennikarze telewizyjni byli z reguły gorzej poinformowani niż koledzy z prasy. Ich wizyty w Khe Sanh były krótkie i często owocowały pospieszными konkluzjami,

²² Obrona bazy wydawała się idealnie wręcz pasować do wymogów medialnych, stanowiąc pozycję dla fotoreporterów i kamerzystów. Działy się tam dramatyczne i efektownie wyglądające wydarzenia, warte uwiecznienia na filmie. Na licznych przekazach z Khe Sanh widać przerażające eksplozje nieprzyjacielskich pocisków, rannych marines, wraki zniszczonych samolotów oraz bombowce zrzucające napalm na okopy i kryjówki północnowietnamskich żołnierzy.

które były tylko uzupełnieniem dla „dobrze sprzedających się filmów”. Nie mogąc filmować ciężkich walk na wzgórzach wokół bazy, ekipy TV skupiały się na eksponowaniu zagrożenia atakiem oddziałów WAL i porównaniach z Dien Bien Phu. Przecięgające się oblężenie pobudzało wyobraźnię producentów TV i fotoedytorów, w szczególności z CBS, naciskających na swych korespondentów, by regularnie przesyłali reportaże. Redakcja w Nowym Jorku nie zdawała sobie jednak sprawy z trudności i ryzyka, jakie wiązały się z przebywaniem w bazie²⁴.

Ekipy TV miały niewielkie pole manewru, ich kamery w większości filmowały wizualne klisze, np. wraki samolotów lub marines chowających się przed ostrzałem. Nagrywając objaśniające komentarze, reporterzy mieli problem, gdyż nie zawsze wiedzieli, co sfilmował kamerzysta. Nie mogli wrócić do centrum prasowego w Da Nang i wprowadzić poprawki²⁵. Niektórzy ze swoistą satysfakcją próbowali „przewidywać” wynik bitwy, twierdząc chociażby, że baza jest zdana na „łaskę” komunistów. Korespondent CBS podgrzewał atmosferę wszechobecnego zagrożenia w komentarzu do filmu wyemitowanego w wiadomościach wieczornych 14 lutego: „jest to miejsce, w którym Amerykanie nie mogą powiedzieć, że inicjatywa leży po ich stronie. Tutaj to Wietnamczycy z północy decydują, kto żyje, a kto umiera. To oni decydują, czy samolot tu wylądjuje, czy nie, i to do nich będzie należeć ostateczny ruch, przypieczętowujący los Khe Sanh”²⁶. Podobne opinie wyrażało wielu dziennikarzy. Wraki samolotów pokazywano bez wzmianki o niskich stratach lotnictwa. W rzeczywistości tylko jeden olbrzymi C-130 został zniszczony, ale jego wypalony kadłub stanowił wdzięczny obiekt dla kamer i aparatów fotograficznych. Z czasem „syndrom Dien Bien Phu” tracił na znaczeniu. Ale w czasie oblężenia Khe Sanh dziennikarzom trudno było się oprzeć takim porównaniom. Jeden z felietonistów cytujący przykłady sprzeczności między niskimi stratami marines i opisami agencji określającymi ostrzał bazy jako „morderczy”, stwierdził, że każdy korespondent na miejscu jest jakby „prześladowany przez Dien Bien Phu”.

²³ W komunikatach często pojawiały się sensacyjne tony i słowa przyciągające uwagę czytelników, np. „uważa się, że wojska północnowietnamskie sprowadziły na obszar Khe Sanh nowoczesne czołgi sowieckie”.

²⁴ Miał się o tym pewnego razu przekonać korespondent stacji Murray Fromson: „Obladowany taśmą filmową oraz sprzętem osobistym, potknął się i upadł raniąc się w kolano, kiedy wyskakiwał z samolotu kołującego na pasie. Zanim odleciał śmigłowcem do Dong Ha [...] przebywał w bazie 3 dni, dłużej, niż większość dziennikarzy. W Dong Ha musiał czekać kolejny dzień, by dostać się do sztabu w Phu Bai [...]. Tam wsiadł do samolotu lecącego do Da Nang, skąd wreszcie film z trzema reportażami można było przesłać do Sajgonu. Jak wszyscy dziennikarze w Khe Sanh, Fromson był całkowicie pozbawiony kontaktu z Da Nang, Sajgonem i redakcją w kraju. Co gorsza, musiał dostarczyć swój reportaż osobiście. «Nie mogłeś po prostu dać go jakiemuś pilotowi lub innemu reporterowi?» [...] Gdy wrócił do Sajgonu na odpoczynek, poinformowano go, że redakcja w Nowym Jorku «zastanawiała się, dlaczego opuścił Khe Sanh?»» Cyt. za P. Braestrup, *Big Story...*, s. 291.

²⁵ Przy braku spójnej akcji w bazie reporterzy obserwowali tylko pojedyncze epizody, zauważając jedynie słabe strony defensywy, a nie problemy obleganych. Kilka wybuchających pocisków z moździerza często stanowiło dla nich intensywny ostrzał artyleryjski. Czując, że tkwią w niebezpiecznym miejscu, gdzie jeszcze nie nastąpił spektakularny szturm, na który czekali, i będąc pod presją czasu, musieli „przewidywać” rozwój sytuacji.

²⁶ P. Braestrup, *Big Story...*, s. 293.

Dziennikarzom prasowym trudno było dorównać komentatorom agencyjnym przekazującym codzienne komunikaty z Khe Sanh ze względu na niedobór personelu. Reporterzy „NYT” i „WP” rzetelnie opisali sytuację w styczniu na podstawie dostępnych informacji. Dla nich oblężenie było zbyt „statyczne”, aż do momentu spodziewanego wielkiego szturm, woleli więc opisywać inne aspekty Tet. Jednakże dla redakcji w Stanach Zjednoczonych był to temat pierwszoplanowy, który bardziej niż inne wydarzenia zdawał się przykuwać uwagę czytelników. Redaktorzy „NYT” i „WP” próbowali więc uzupełniać niezbyt regularne doniesienia swych reporterów wiadomościami agencyjnymi. Wykorzystywali też bezkrytycznie informacje pochodzące z drugorzędnych źródeł i sprzeczne nierzadko analizy sytuacji pojawiające się w prasie światowej. W rezultacie czytelnicy otrzymywali mieszaną wyważonych reportaży „na gorąco” i w kilku przypadkach niewiarygodnych scenariuszy klęski, z licznymi porównaniami do Dien Bien Phu.

Problemem trapiącym wszystkie media, w szczególności tygodniki i telewizję, był brak sensacyjnych doniesień i aktualnych informacji, co zmuszało dziennikarzy do „przewidywania” możliwego rozwoju sytuacji pod Khe Sanh²⁷. Poświęcenie tak dużej uwagi jednej, trwającej 77 dni, bitwie, było zniekształceniem większego obrazu, gdyż kolejne istotne kwestie, jak działania ARW lub sytuacja na innych obszarach działań wojennych, pozostały w cieniu Khe Sanh. W lutym i marcu „NYT” opublikował na ten temat 73 artykuły, z czego 31 na pierwszej stronie. Wśród fotografii z Wietnamu zamieszczonych przez obie gazety w okresie ofensywy Tet prawie jedną piątą stanowiły zdjęcia z Khe Sanh. Wiele z nich przedstawiało rannych i zabitych marines, żołnierzy uciekających przed ostrzałem bądź oglądających szkody wyrządzone przez nieprzyjacielskie pociski.

Agonia Khe Sanh – taki tytuł ukazał się na okładce „Newsweeka” z 18 marca przedstawiającej kolorową fotografię żołnierza uciekającego przed potężną eksplozją. Wewnątrz numeru zamieszczono artykuł krytykujący wietnamską politykę Johnsona. W tym wydaniu „Newsweek” uczynił z Khe Sanh „symbol” wojny. Takiego pesymizmu redakcji nie podzielali reporterzy w Wietnamie. Merton Perry przyznawał, że ostrzał utrudniał życie w bazie i szarpał nerwy obrońców, to jednak „mimo że byli otoczeni, zdecydowana większość marines w Khe Sanh – od najprostszego, zmęczonego żołnierza aż do dowodzącego obroną pułkownika Davida Lowndsa, pozostaje niewzruszona. Spowodowane jest to przede wszystkim amerykańską rażącą siłą ognia”²⁸. W czerwcu 1968 r. baza została opuszczona przez marines po uprzednim zniszczeniu wszystkich umocnień, oficjalnie ze względu na zmianę strategii wojsk amerykańskich.

²⁷ Przeradzało się to w czyste spekulacje zazwyczaj powołujące się na anonimowe źródła. W praktyce wyglądało to tak, że dziennikarze wyszukiwali oficerów, którym mogli zadać pytania mogące potwierdzić ich konkluzje o możliwości osiągnięcia przez północnych Wietnamczyków „drugiego Dien Bien Phu”. Takie spekulacje mediów wywoływały głosy sprzeciwu i obostrzenia narzucone przez MACV, zwłaszcza że w lutym i marcu o Khe Sanh często pisano na pierwszych stronach gazet.

²⁸ P. Braestrup, *Big Story...*, s. 333.

Reportaże, w szczególności autorstwa dziennikarzy naocznie obserwujących zdarzenia, siłą rzeczy podlegały licznym ograniczeniom. Większość reporterów, których w sumie nie było zbyt wielu, kierowała się w pobliże tych samych miejsc bitew, a zatem dominowały relacje z Sajgonu, Hue i Khe Sanh, mimo że w tych walkach była zaangażowana skromna część amerykańskich sił²⁹. Opinia publiczna niewiele dowiedziała się o walkach toczonych w mniej dramatycznych okolicznościach przez inne jednostki sprzymierzonych. Po części wynikało to z lakoniczności wojskowych raportów przesyłanych z pola walki. Ukazujące się dwukrotnie w ciągu dnia komunikaty MACV i „Rewie o piątej” nie mogły dostarczyć pełnego obrazu toczących się zmagañ, zwłaszcza w pierwszym tygodniu ofensywy. Pracujący w ciągłym pośpiechu redaktorzy w Sajgonie, mając zaledwie strzępy informacji, musieli zatem polegać na własnym doświadczeniu i pamięci, co było niezwykle trudne w czasie ofensywy Tet. Przekazywanie spójnego obrazu wojny w komunikatach było zatem niemożliwe. Komunikaty te były następnie poddawane ponownej korekcie w redakcjach w Stanach Zjednoczonych, które, biorąc pod uwagę zasady konkurencyjności, tak je redagowały, aby wzbudzały zainteresowanie producentów TV i redaktorów odpowiedzialnych za doniesienia prasowe. I takie informacje zniekształcone przez system raportowania MACV i przekłamania agencji były potem cytowane przez inne media.

Bitwom z udziałem armii południowowietnamskiej poświęcano stosunkowo niewiele czasu i miejsca, gdyż zainteresowanie reporterów i amerykańskiej opinii publicznej tym problemem było niewielkie. Po raz kolejny się okazało, że większość dziennikarzy ma nikłą wiedzę o Wietnamie i jego mieszkańcach. Komentarze i relacje dotyczące walk ARW były stereotypowe, przy czym często zdarzały się niezgodne z faktami. Niestety, zamiast dobrych reportaży dominowały klisze w rodzaju wspomnianej już egzekucji jeńca na jednej z ulic Sajgonu. Takie zdjęcia były bardziej popularne, bo miały w sobie dramatyzm³⁰.

Działania strony komunistycznej w czasie ofensywy Tet media amerykańskie oceniały wysoko, mimo że jej dowódcy popełnili wiele taktycznych błędów i nie wykorzystali należycie elementu zaskoczenia. Trudno to było dostrzec dziennikarzom, z reguły niemających doświadczenia wojennego i nierozumiejących specyfiki wojny. Zwłaszcza telewizja często wspominała o zdolności komunistów do „drugiego Dien Bien Phu”, o „gotowości do umierania”, „politycznym sprycie” w atakowaniu miast oraz niezmiernych zasobach ludzkich. Krytyka poczynañ aliantów nie była wyważona,

²⁹ Te bitwy urosły do rangi pełnego obrazu wojny, w której udział oddziałów południowowietnamskich był minimalny i podczas której Amerykanie toczyli ciężkie, z pozoru nierozstrzygnięte walki. Skutkiem było mylne wrażenie, w szczególności w przekazach filmowych, że aż do końca marca wynik bitwy nie był pewny.

³⁰ „Relacjonowanie wojny przez telewizję miało istotny wpływ na pokazywanie jednostronnego obrazu. Zasadniczo VC nie wykazywał żadnej chęci współpracy z zachodnimi dziennikarzami, nie pozwalając im pokazywać swych zbrodni, podczas gdy brutalne działania ARW, jak chociażby torturowanie jeńców, bardzo często znajdowały się na antenie telewizji amerykańskiej. [...] W konsekwencji widz otrzymywał jednostronny obraz konfliktu”. Cyt. za G. Levy, *America...*, s. 433.

w czym pomagały nazbyt niekiedy szczere wypowiedzi polityków z Waszyngtonu pełne szacunku dla wroga i frustracji wobec nieporadności Sajgonu. Wśród dziennikarzy zdarzały się subiektywne reakcje wywołane zaskoczeniem ofensywą i osobistym ryzykiem związanym z opisywaniem operacji bojowych. Pamiętając o jesiennej kampanii sukcesu, pragnęli teraz „odpłacić się” administracji za wprowadzanie ich w błąd³¹. Niestety, media przyczyniły się do powstania wrażenia, że początkowa fala ataków przysporzyła sprzymierzonym olbrzymich problemów, a przeciwnik przewyższał ich pod wieloma względami, sprytnie utrzymując inicjatywę i będąc w stanie przechytrzyć alianckich dowódców.

Jaki wpływ wywarły sama ofensywa Tet i sposób jej relacjonowania na administrację Johnsona? Popeniła ona błędy, zwłaszcza prezydent, nie ostrzegając Amerykanów o nadciągających atakach i przekonując ich o postępie w wojnie. Do pogłębienia zamieszania przyczyniły się też kryzys związany z USS „Pueblo” i wydarzenia na amerykańskiej scenie politycznej. Wyraźne były podziały w obozie partii demokratycznej i w samej administracji rządowej. Komunistyczna ofensywa uwypukliła brak strategii Białego Domu zakończenia konfliktu i niechęć prezydenta do powiedzenia opinii publicznej całej prawdy o dalszych kosztach wojny i związanych z nią niewiadomych. Nieostrzeżone społeczeństwo uznało nagły wybuch ciężkich walk i początkowo nieznaną ich rezultat za spektakularną „klęskę” sprzymierzonych. Potwierdzały to zdjęcia w prasie, reportaże w telewizji, krzyczały o tym nagłówki gazet, pisali publicyści i komentatorzy. Nawet urzędnicy Białego Domu i generałowie z Pentagonu wydawali się skonfundowani. „Klęska” była zatem dowodem na błędne prowadzenie wojny przez administrację, czego liczne przykłady codziennie dostarczały media. Powielając scenariusze przegranej, media do pewnego stopnia wpływały na retorykę polityków, nadając tym samym kształt publicznej debacie na temat wojny.

Podczas każdego kryzysu istotna jest reakcja prezydenta, a Johnson nie wypadł w tej roli przekonująco. Brak zdecydowanego oficjalnego stanowiska w okresie natężonych walk był jego kolejnym błędem. Podczas zwołanej niespodziewanie na 2 lutego konferencji prasowej w Białym Domu prezydent nie promieniował optymizmem, wyglądał na zmęczonego. Zaprzeczył oświadczeniom Hanoi o uderzeniu z zaskoczenia (co nie było do końca prawdą) i odniesieniu zwycięstwa. Oświadczył, że komunistom nie udało się wzniecić powstania, zastrzegając jednocześnie, iż sytuacja jest „płynna”. Na pytania dziennikarzy, choć nie były tendencyjne, odpowiadał niepewnie³². „Niektórzy urzędnicy mieli już dosyć tak zwanego «światelka w tunelu», a bar-

³¹ W swych analizach media próbowały przewidywać działania wroga, co było bardziej atrakcyjne niż opisywanie przeszłości i dociekanie przyczyn aktualnej sytuacji. W Waszyngtonie reporterzy skupiali się na drażnieniu „politycznego spektrum” działań komunistów, gdyż konflikt w Wietnamie był dla nich „wojną polityczną”. Ich raporty skupiały się na reperkusjach i prawdopodobnej politycznej strategii Hanoi, podczas gdy militarne aspekty tych działań były rzadko zgłębiane. Dał się odczuć brak rzetelnych i krytycznych analiz poczynań strony przeciwnej.

³² W późniejszych dniach niewdzięcznym zadaniem prezentowania oficjalnych poglądów i uspokajania opinii publicznej Johnson obarczał swych współpracowników. Niestety, ci ostatni również

dziej przekonywały ich doniesienia prasowe i telewizyjne. Wydaje się, że doniesienia mediów o Tet ożywiły politycznych przeciwników administracji, dając im bodziec do uprawiania głośniejszej krytyki³³. Biały Dom przyjął w tym okresie postawę defensywną, a Johnson był już psychicznie zmęczony wojną. Próbując zjednoczyć wokół siebie opinię publiczną, podkreślał potrzebę stawienia oporu komunistom, ale nie sprecyzował, co miałyby to oznaczać i jakie środki należy podjąć. Nie wyjaśnił też przekonująco, czy i jak zmienia się sytuacja na polach bitew w Wietnamie. W chwili kryzysu nie wykazał się należytą inicjatywą w zakresie podawania informacji i nie podjął żadnych istotnych decyzji. Dnia 31 marca wygłosił słynne przemówienie, w którym zrzekł się ubiegania o reelekcję. Oznaczało to koniec jego kariery politycznej.

Brak wiarygodnych informacji o wojnie w Wietnamie sprawiał, że przedstawiciele mediów w USA wydawali się wierzyć najbardziej nawet krytycznym opiniom ukazującym politykę administracji w najgorszym świetle. „Jeśli spodziewaliśmy się ataków, to dlaczego zostaliśmy całkowicie zaskoczeni?” – pytał dramatycznie dziennikarz „The Baltimore Sun”. „Stało się coś bardzo niedobrego i nie sposób zbyć tego zwykłym gestem obojętności czy też wytłumaczyć za pomocą nieprzekonujących argumentów, jak miało to miejsce do tej pory” – oceniała „Cleveland Press”. Wobec braku przekonujących oficjalnych odpowiedzi wiele gazet wydawało własny osąd. „St. Louis Post-Dispatch” stwierdziła, że ataki zademonstrowały „chwijne podstawy tak zwanej suwerenności, na której opierała się władza rządu sajgońskiego w miastach, wykazały nieprawdziwość rzekomego rychłego zwycięstwa, na które powoływał się rząd amerykański, oraz niemożliwość utrzymania amerykańskiej przewagi militarnej”. Z kolei „NYT” orzekł, że „straty psychologiczne są wręcz monstrialne”. Symbolem reakcji prasy stał się rysunek satyryka Arta Buchwalda przedstawiający generała Custerą podczas przegranej bitwy z Indianami pod Little Big Horn, który w „wywiadzie na wyłączność” stwierdził: „zadaliśmy nieprzyjacielowi decydujący cios. A ze strony Siedzącego Byka był to tylko akt rozpaczny”.

Chaos debaty publicznej w Stanach Zjednoczonych na temat wojny pogłębiał brak znawców tematyki wietnamskiej zarówno wśród dziennikarzy i publicystów, jak i polityków. Ważnym akcentem w dyskusji stała się pesymistyczna ocena wygłoszona 27 lutego przez Waltera Cronkita po powrocie z Wietnamu³⁴. Dziewięciomilionowa widownia wysłuchała jego komentarza do specjalnego reportażu poświęconego skutkom Tet. Popularny prezenter rozpoczął wieczorny program w ponurym nastroju. Gdy kamera wolno przesuwała się po bitewnych zgłiszczach w Sajgonie, Cronkite stwierdził, że ruiny „w tym spalonym, zniszczonym i wymęczonym kraju [...] oznaczają sukces lub porażkę, zwycięstwo lub klęskę, zależnie z kim się rozmawia”. Następnie porównywał oficjalne komentarze minimalizujące porażkę z wybranymi relacja-

byli wstrząśnięci rozwojem wypadków i dramatycznymi doniesieniami mediów, zwłaszcza wobec zapowiadanej przez Westmorelanda drugiej fali ataków.

³³ D.C. Hallin, *The Uncensored...*, s. 170.

³⁴ Przebywał on m.in. w Sajgonie i Hue, przeprowadzając w ciągu dwóch tygodni wiele rozmów z wojskowymi i cywilami na temat aktualnej sytuacji.

mi naocznych świadków mówiącymi o klęsce. Nie pozostawił wątpliwości co do własnych odczuć, stwierdzając, iż „proces pacyfikacji legł w gruzach”, i oświadczając, że rząd południowowietnamski „może się uratować przed kompletną klęską”. Przeprowadzone przez niego wywiady i materiał filmowy wydawały się podważać wszystkie oficjalne oświadczenia. W końcu konkludował: „zbyt często doznawaliśmy rozczarowań wobec optymistycznych doniesień naszych przywódców politycznych. Powiedzieć dzisiaj, że jesteśmy bliżej zwycięstwa, znaczyłoby tyle, co przekreślenie optymizmu, jaki mieliśmy w przeszłości. Jedynym realistycznym, aczkolwiek przykrym wnioskiem jest to, że ugrzęźliśmy na dobre. Coraz bardziej dociera do nas fakt, iż jedynym racjonalnym wyjściem są negocjacje nie w charakterze zwycięzców, ale ludzi z poczuciem honoru, którzy zrobili co mogli, by dotrzymać swych zobowiązań i obronić demokrację”³⁵.

Czy dominujące w mediach tematy wpłynęły na postawy opinii publicznej wobec wojny? Poparcie dla interwencji powoli, ale systematycznie malało od 1965 r., także w wyniku rosnącej liczby zabitych i rannych Amerykanów, kosztów wojny i związanej z tym podwyżki podatków. Sondaż Gallupa wskazywał, że od listopada do końca lutego odsetek Amerykanów wierzących w zwycięstwo spadł z 51 do 32, a osób uważających, że Stany Zjednoczone przegrywają wojnę, wzrósł z 8 do 23 procent. W ciągu 2 miesięcy po zakończeniu walk jeden na pięciu obywateli popierających wojnę zmienił swe stanowisko na antywojenne. Dominujący w mediach w lutym i marcu scenariusz klęski na pewno wpłynął na polityków w Waszyngtonie, zarówno w Białym Domu, jak i Kongresie, oraz na morale żołnierzy w Wietnamie. „Doświadczenie związane z Tet ukazuje, że narzucony przez media «wizerunek» wielkiego kryzysu w polityce zagranicznej, w tych okolicznościach może znacznie przyczynić się do percepcji sytuacji w Waszyngtonie, który obecnie pod wpływem wyborów prezydenckich zmienia, przyspiesza lub opóźnia decyzje”³⁶.

Czy ofensywę Tet media oceniły jako zwycięstwo strony komunistycznej? W wyniku niespodziewanej zmiany strategii poprzedzonej kilkumiesięcznymi przygotowaniem komuniści zaatakowali południowowietnamskie miasta w okresie świątecznego rozejmu, rzucając do walki 80 tys. żołnierzy. W wyniku złej koordynacji ataków i błędów komunistycznego dowództwa początkowy atut zaskoczenia nie został należycie wykorzystany. Sprzymierzeni szybko przeszli do kontrataku i wyparli napastników z większości miast w ciągu kilku dni. Ludność cywilna, zainteresowana głównie przeżyciem toczącej się wojny, nie przyłączyła się do proklamowanego przez komunistów powstania, ARW, mimo że walczyła w osłabieniu, nie załamała się, a jej oddziały były się zaskakująco dobrze. Rząd w Sajgonie nie upadł, nie nastąpił żaden zamach stanu, nie doszło też do wybuchu rewolucji. Ocenia się, że po stronie komuni-

³⁵ J.R. Arnold, *Tet Offensive, 1968: The Turning Point in Vietnam*, London 1990, s. 88. Lyndon Johnson, który w Gabinetcie Ovalnym korzystał z trzech telewizorów, miał potem powiedzieć: „To koniec. Jeśli straciłem Waltera, straciłem także Pana Przeciętnego Obywatela”.

³⁶ P. Braestrup, *Big Story...*, s. 505.

stycznej w okresie Tet zginęło ok. 50 tys. osób, a VC stracił swych najlepszych i najbardziej doświadczonych ludzi.

Jednakże wielu dziennikarzom trudno było uwierzyć w porażkę i duże straty napastników. Szczególnie ci o niewielkim doświadczeniu wojennym byli wstrząśnięci i zaszokowani tym, co widzieli. Wierzono powszechnie, że podobnego szoku doznało południowowietnamskie społeczeństwo, że otrzymało ono psychologiczny cios zadany przez komunistów. Sceptycyzm mediów wzmacniały nazbyt optymistyczne raporty MACV o sytuacji w Hue i wokół Sajgonu oraz początkowo zawyżone straty wroga oparte na błędnych raportach z regionalnych centrów dowodzenia. Część mediów podważała lub ignorowała oficjalne oceny Tet jako klęski komunistów. Niepewna reakcja Johnsona podczas konferencji prasowej tuż po rozpoczęciu ataków bez wątplenia nie przyczyniła się do wyjaśnienia i uspokojenia sytuacji. Przedstawiciele administracji mówili o porażce komunistów, ale rzadko o „alianckim zwycięstwie”.

Kiedy sytuacja zaczęła się klarować i możliwe stało się dokonanie pierwszych ocen, większość dziennikarzy była wciąż pod wrażeniem zniszczeń poczynionych przez artylerię i lotnictwo, a fakt dużych strat VC nie bardzo ich interesował. Wielu nie czekało z analizami mimo ostrzeżeń o możliwości wystąpienia drugiej fali ataków. Przekonywali opinię publiczną, że sytuacja może się jeszcze pogorszyć, że komuniści odnieśli „wielkie psychologiczne zwycięstwo”, a ich straty nie mają większego znaczenia. Dopiero w połowie marca, gdy alianci podjęli działania ofensywne wokół Sajgonu, media zaczęły informować o malejącym nacisku komunistów na miasta i odzyskaniu przez sprzymierzeńców przewagi militarnej.

Stacje TV nadawały specjalne reportaże ukazujące skutki ataków, w których często bagatelizowano rozmiary komunistycznych strat. Reporter NBC w Pentagonie tak skomentował materiał wyemitowany 1 lutego: „nawet najbardziej sceptyczne amerykańskie kręgi wojskowe pozostają pod wrażeniem możliwości działania VC”³⁷. Komentator ABC krytykował administrację za przedstawianie ofensywy Tet jako przejawu desperacji wroga: „być może jest to ostatnia desperacka próba. Pozostaje nam mieć nadzieję, że tak jest. Ale jest to dokładnie coś zupełnie innego, czego przywódcy amerykańscy życzyliby sobie byśmy się spodziewali”³⁸. Walter Cronkite w relacji z Sajgonu przyznał 14 lutego, że „Vietcong doznał militarnej porażki”, a ARW stawia opór, ale jednocześnie postawił pod znakiem zapytania przyszłość rządu w Sajgonie rzekomo zagrożonego zamachem stanu. Jeszcze bardziej pesymistyczny w wymowie był reportaż NBC z 10 marca. Opisując walki w Sajgonie, komentator stwierdził, że militarne zwycięstwo odnieśli alianci, utrzymali bowiem miasto w swych rękach. Jednakże psychologiczne zwycięstwo należy do Vietcongu, ponieważ „wdarli się do samej stolicy”. Konkluzja była jednoznaczna: „krótko mówiąc, wojna w rozumieniu administracji została przegrana”. Argumenty używane w emitowanych programach odwoływały się do emocji, co było charakterystyczne zwłaszcza dla telewizyjnych relacji

³⁷ Tamże, s. 132.

³⁸ Tamże, s. 133.

z okresu ofensywy Tet, gdzie dominowały śmierć, chaos i destrukcja. Jak na ironię, w czasie, gdy przedstawiano wizerunek „kłęski”, zdziesiątkowane oddziały VC i WAL wycofywały się do swych baz pod naporem alianckiej kontrofensywy.

„Time” z 9 lutego, umieszczając zdjęcie północnowietnamskiego generała Giapa na okładce, wspominał w artykule o „psychologicznych” osiągnięciach komunistów, przyznając, że wywiad spodziewał się ataków na miasta, ale ich skala, planowanie i koordynacja zaskoczyła sprzymierzonych. „W tym sensie, a także dlatego, że po pięciu dniach walk nadal utrzymywali niektóre obszary, komuniści niewątpliwie osiągnęli swego rodzaju zwycięstwo”³⁹. Jednakże wysokie straty oceniane w tekście na 15 tys. zabitych miały stanowić o pyrrusowym zwycięstwie Hanoi. Bardziej pesymistyczny „Newsweek” w wydaniu z 12 lutego podważał oficjalne twierdzenia o kłęsce komunistów, podkreślając polityczne aspekty ich ofensywy: „Westmoreland i jego dowódcy zostali zaskoczeni rozmiarami i siłą ataku. Widzieli cele VC w ściśle wojskowym kontekście, a nie w kontekście politycznym i psychologicznym. Wskutek tego ciężkie straty, jakie poniósł wróg, oraz niemożliwość utrzymania przezeń obiektów w miastach została uznana za klęskę. Jednak druga strona medalu wydaje się znacznie gorsza. W Hue VC okazał swą siłę, co było lekcją nie do zapomnienia dla tamtejszych mieszkańców”⁴⁰.

Wątpliwe, by w lutym i marcu dziennikarze dysponowali odpowiednią ilością informacji pozwalających na niezależną ocenę skutków ofensywy Tet. Takie głębokie analizy wymagały znajomości aspektów militarnych oraz celów i możliwości Hanoi, co do których do dzisiaj nie ma pewności. Ostrożne w tonie oświadczenia Waszyngtonu i MACV mające uspokoić opinię publiczną spotkały się z nieprzychylnym w większości sceptycyzmem mediów, wynikającym z braku wiarygodności. Wydawcy i dziennikarze nie czekali jednak na wyklarowanie się sytuacji. Nie sposób było zignorować ciężkich strat atakujących i faktu nieosiągnięcia przez nich większości zakładanych celów militarnych. Dziennikarze, nie mogąc podważyć twierdzeń administracji o komunistycznej porażce, ale powodowani nieufnością do oficjalnych ocen, lansowali też o „psychologicznym” zwycięstwie Hanoi. Miał to być cios zadany południowym Wietnamczykom i narzucenie własnej inicjatywy sprzymierzonym. Publikowane w tym okresie analizy sytuacji w Wietnamie były pełne pospiesznych spekulacji, z reguły niepopartych konkretnymi faktami, gdyż dla wielu dziennikarzy i komentatorów zaistniały kryzys stał się okazją do „zemsty” na administracji za błędy z przeszłości. Większość tych ocen nie znalazła potwierdzenia w dalszej historii wojny. Relacje największych mediów w okresie ofensywy Tet były często dalekie od opisywania rzeczywistości i przyczyniły się do portretu kłęski sprzymierzonych, co jest krytycznie oceniane przez część historyków i publicystów⁴¹.

³⁹ Tamże, s. 139.

⁴⁰ Tamże, s. 140.

⁴¹ „Amerykańska prasa odegrała decydującą rolę w czasie ofensywy. Jednakże, zarówno jeśli chodzi o szczegóły, analizy i konkluzje, relacjonowanie ofensywy Tet było wysoce mylące. Niedo-

Jakie były przyczyny nie najwyższego poziomu relacjonowania przebiegu walk? Peter Braestrup w swej książce *Big Story* napisał, że „wyjątkowe okoliczności ofensywy Tet wywarły niezwykle wrażenie na amerykańskim dziennikarstwie. Wszystko to przytłoczyło komentatorów, reporterów i ich przełożonych, i mogło się jeszcze powtórzyć”⁴². Bezpośredni i nagły kontakt z brutalnością i chaosem walki, a nierzadko zagrożenie życia zszokowały większość dziennikarzy. Było to szczególnie widoczne podczas wczesnych walk w Sajgonie, gdy nagła akcja saperów VC zaskoczyła korespondentów. Ogólnokrajowy zasięg i ostrość ataków wywołały wśród nich uczucie niepewności co do zamiarów, siły i ewentualnego rozmiaru sukcesu komunistów, zwłaszcza na terenach wiejskich. Tę niepewność pogłębiały niska wiedza o wietnamskim społeczeństwie oraz nieznanymi militarnymi możliwościami każdej ze stron⁴³. Niestety, w lutym wielu reporterów i komentatorów w sytuacji pełnej chaosu i niepewności nie czekało, aż mgła wojny opadnie. W rezultacie, gdy pod koniec miesiąca sytuacja zaczęła się powoli klarować, „media emanowały swoistym czarnym wizerunkiem wojny, ukazując klęskę, którą zaledwie kilku dziennikarzy próbowało zanalizować, a zaledwie niewielu wydawców skłonnych było poddać krytyce”⁴⁴. Błędne oceny i pobieżne analizy z lutego i marca nie zostały w większości skorygowane⁴⁵. Czy był to skutek nagłego wzrostu antywojennych postaw wśród dziennikarzy, ideologicznych uprzedzeń lewicowo-liberalnych kręgów ze Wschodniego Wybrzeża tak krytykowanych później przez republikańską administrację Richarda Nixona? Jak stwierdził konserwatywny publicysta Norman Podhoretz: „Tet stała się okazją, dzięki której mogło się wyrazić rosnące rozczarowanie wojną”⁴⁶.

świadczony lub niezbyt gorliwy reporter opisujący wojnę pośród komfortu w Sajgonie nie mógł pojąć, jak komunistyczne oddziały, nie będąc wykryte, zdołały się skoncentrować przed atakami. Twierdzili, że ułatwiła im to pomoc ze strony ludności cywilnej. Były to kolejne dowody, na co wskazywał powszechny ton mediów, na podważenie twierdzeń administracji o postępie czynionym w wojnie”. Cyt. za J.R. Arnold, *Tet Offensive...*, s. 88.

⁴² P. Braestrup, *Big Story...*, s. 509.

⁴³ Sposób relacjonowania wydarzeń był także kształtowany przez dziennikarskie zwyczaje i reguły. Media, w szczególności telewizja, od początku lat sześćdziesiątych poszukiwały „tematów” i „hitów”, by w sposób rutynowy i zrozumiały przedstawić wydarzenia i fakty. Ofensywa Tet nie była możliwa do opisanie w ten sposób, sytuacja była zbyt skomplikowana. Dla reporterów w Wietnamie okoliczności były z początku dwuznaczne i niepewne, stawiające dużo znaków zapytania. Wojna z dżungli i wiosk nagle przeniosła się do miast. Sami dziennikarze nie wiedzieli, jak poradzić sobie z tą nagłą zmianą. Nie pomagały im w tym codzienne „Rewie o piątą” i lakoniczne komunikaty MACV niedostarczające dość informacji, by opisać sytuację w innych regionach kraju i walki z udziałem jednostek ARW.

⁴⁴ P. Braestrup, *Big Story...*, s. 509.

⁴⁵ Gdy pod koniec 1968 r. NBC rozważała nakręcenie filmu dokumentalnego mającego pokazać, że Tet była porażką komunistów i że media przyczyniły się do obrazu klęski Wietnamu Południowego, pomysł ten został odrzucony przez producentów. Ich zdaniem Tet już została uznana przez amerykańską opinię publiczną za porażkę, a przez to i za amerykańską porażkę.

⁴⁶ Sądzi on także, że „dla coraz większej liczby obserwatorów wojna w coraz większym stopniu wydawała się wysoce niesprawiedliwa. Szczególnie dotyczyło to osób reprezentujących trzy najważniejsze kręgi opiniotwórcze, czyli mass media, Kongres, a także osoby z kręgu administracji prezydenta Johnsona. Ludzie ci uchwycili się kurczowo tematu Tet nie dlatego, iż przestali wierzyć, że

W okresie ofensywy Tet wydawcy pospiesznie uznali, że szok i zaskoczenie, jakie niewątpliwie miały miejsce w Sajgonie i Waszyngtonie, są zwiastunem klęski oraz zwrotu wydarzeń i utwierdzali czytelników w przeświadczeniu o słuszności swoich tez⁴⁷. Pod koniec lutego, w szczególności po odbiciu Hue, gdy redakcje dysponowały większą liczbą reporterów, była szansa na dokładniejsze opisanie zmieniającej się na korzyść sprzymierzonych sytuacji. Sprzyjały temu brak cenzury, możliwość korzystania z wojskowego transportu lotniczego w dotarciu do miejsc bitew i z powrotem, a dzięki temu szybsze przekazywanie informacji do macierzystych redakcji. Jednakże dziennikarze nie widzieli skutków ofensywy w skali kraju. Ich wiedza była wyrwykowa, ograniczona do tych miejsc w Wietnamie, w których bywali. Mimo to większość wydawców w Stanach Zjednoczonych była skłonna dostarczać swej publiczności szybkie i robiące wrażenie opisy strategii „sprytnego Giapa” oraz reportaże na temat psychologicznego wpływu, jaki wywarła ofensywa Tet na morale Wietnamczyków. Co gorsza, większość informacji z serwisów agencyjnych, wykorzystywanych przez prasę i stacje TV, nie pochodziła z relacji naocznych świadków, lecz z drugorzędnych źródeł. Informacje te były następnie poddawane procesowi przetwarzania w poszczególnych redakcjach. Konwencjonalna dziennikarska technika polegająca na „wzmocnieniu” treści komunikatów poprzez używanie efektownie brzmiących słów i zwrotów przyczyniała się do powstawania przekłamań – zwłaszcza wobec braku szerszego kontekstu. Był to „news”, ale nie informacja oddająca przebieg wojny. W wielu relacjach, choć w różnym stopniu w poszczególnych mediach, przeważało akcentowanie faktów negatywnych, zauważalne przede wszystkim w doborze zdjęć, a także polemizowanie z polityką rządu.

Wojna w Wietnamie była pierwszym i zarazem ostatnim wielkim konfliktem zimnej wojny, podczas którego dziennikarze mogli pracować w warunkach znacznej swobody. Pojawienie się ekip telewizyjnych w pobliżu strefy działań wojennych miało swe konsekwencje. Poprzednie konflikty, jak chociażby wojna w Korei czy dwunastoletnie zmagania Brytyjczyków z komunistyczną partyzantką na Malajach, nie były ze zrozumiałych względów „wojnami telewizyjnymi”. Obserwując obecną aktywność amerykańskich mediów w Iraku i narzucone na nie ograniczenia, można się pokusić o wniosek, że wietnamska lekcja została dobrze zapamiętana przez generałów, a przede wszystkim przez polityków.

wojna może być wygrana, ale dlatego, że stracili wiarę w słuszność sprawy”. N. Podhoretz, *Dlaczego byliśmy w Wietnamie?*, Warszawa 1991, s. 130.

⁴⁷ „Nadzwyczaj wpływowe stacje telewizyjne Wschodniego Wybrzeża i magnaci prasowi, a także wielu polityków oraz kręgów opiniotwórczych z Waszyngtonu doszło do wniosku, że wojna jest przegrana. Zaczęli szerzyć tę opinię w kraju, a opinia publiczna dawała temu posłuch. W konsekwencji luty i marzec okazały się okresem przełomowym w wykrystalizowaniu się opinii Amerykanów na temat wojny. W okresie dwóch miesięcy po zakończeniu ofensywy jeden na pięciu respondentów zmienił swe stanowisko z pro- na antywojenne” – podsumował angielski historyk James Arnold. Cyt. za J.R. Arnold, *Tet Offensive...*, s. 88.

PAWEŁ KRZYSIEK

Contextual media orientation.
Non-normative concept of media structures analysis in the developing countries, the example of Arab media

Kontekstualne ujęcie mediów. Nienormatywna koncepcja analizy struktur medialnych w krajach rozwijających się na przykładzie arabskich środków masowego przekazu

KEY WORDS

Arab media, media transformation, media system, non-normative approach

SŁOWA KLUCZOWE

media arabskie, transformacja medialna, system medialny, podejście nienormatywne

ABSTRACT

A dynamic transformation of the global media environment has resulted in important changes in media studies around the world, especially in the empirical dimension of the research. However, considering the growing importance of the former world's communication peripheries, such as Central and Eastern Europe, Southeast Asia and the Arab world, there is much more to be done. This paper underlines the necessary presence of alternative typologies of media systems that will take into account the dynamically changing realities in developing countries. The concept of „contextual media orientation”, proposed in the paper, looks at the Arab media from a non-normative and more elastic perspective, thereby providing a new analytical framework with which to study the evolving media transformation in culturally homogenous regions.

STRESZCZENIE

Dynamiczna transformacja globalnego środowiska medialnego stała się przyczyną istotnych przeobrażeń w dziedzinie studiów medioznawczych na całym świecie, zwłaszcza w kwestii badań empirycznych. Biorąc pod uwagę rosnące znaczenie dotychczasowych światowych peryferii komunikacyjnych, takich jak Europa Środkowo-Wschodnia, Azja Południowo-Wschodnia czy rejon świata arabskiego, dalszy rozwój badań tych obszarów w zakresie mediów wydaje się niezbędny. Niniejsza analiza akcentuje przede wszystkim konieczność stworzenia alternatywnych typologii systemów medialnych, które wezmą pod uwagę dynamikę zmian krajów rozwijających się. Proponowana przez autora koncepcja „kontekstualnego ujęcia mediów” umożliwia bardziej elastyczne i zdecydowanie nienormatywne spojrzenie na media arabskie, co pozwoli z kolei na wypracowanie nowych ram analitycznych w badaniach nad transformacją medialną w regionach kulturowo jednolitych.

Wstęp

Rozpatrywanie w ujęciu całościowym systemu medialnego w bardzo różniących się od siebie państwach i społeczeństwach świata arabskiego może się okazać dla badacza niełatwe. Z jednej strony obejmuje on swym zasięgiem tak odmienne kraje pod względem tradycji, uwarunkowań społeczno-politycznych i dróg rozwoju od czasów dekolonizacji, jak Arabia Saudyjska i Liban, z drugiej podlega nieustannym przemianom społeczno-ekonomicznym oraz przechodzi przez coraz to nowe etapy rozwoju, również w sferze medialnej. Wszystko to sprawia, że to właśnie arabska struktura środków masowego przekazu stanowi w studiach zarówno orientalistycznych, jak i medioznawczych ten obszar naukowy, o którym wciąż wiemy stosunkowo mało.

Jak zauważa William Rugh, sytuacja ta jest wynikiem stosunkowo późnego zainteresowania badaczy rzeczywistością medialną świata arabskiego, która dla wielu uzyskała swoją istotę dopiero dzięki medialnej „rewolucji” wywołanej przez nową jakość nadawania telewizji Al Jazeera. I w istocie, nie licząc pojedynczych artykułów naukowych, rozpraw doktorskich oraz pewnej liczby publikacji ośrodków bliskowschodnich (przede wszystkim Kair i Bejrut), do czasu pojawienia się w 1996 roku katarskiej stacji szerszy rozgłos zyskały jedynie trzy książki: Rugh na temat arabskich systemów prasowych, Boyda o narodowych systemach radiowo-telewizyjnych w świecie arabskim oraz Ayalona dotycząca historii dziennikarstwa arabskiego¹. Dopiero w 1998 roku powstaje „Transnational Broadcasting Studies Journal” („TBS Jo-

¹ W.A. Rugh, *The Arab Press: News, Media and Political Process in the Arab World*, London 1979; D.A. Boyd, *Broadcasting in the Arab World: A Survey of Radio and Television in the Middle East*, Philadelphia 1982; A. Ayalon, *The Press in the Arab Middle East. A History*, Oxford 1995.

urnal”, obecnie „Arab Media and Society”), wydawane przez Centrum Elektronicznego Dziennikarstwa przy Amerykańskim Uniwersytecie w Kairze oraz Centrum Studiów Bliskowschodnich w oxfordzkim St. Antony’s College, pierwsze czasopismo naukowe zajmujące się w całości tematyką medialną w świecie arabskim, które zapoczątkowało powstanie nowego trendu w badaniach w tym zakresie. We wstępie do pierwszego numeru pisma zjawisko to tłumaczy jego wydawca i redaktor Lawrence Pintak: „gdy dwa lata po pojawieniu się Al Jazeera po raz pierwszy ukazał się «TBS Journal», satelitarna telewizja była nowością, prasa znajdowała się w stagnacji, dostęp do Internetu był znikomy, a deregulacja mediów wydawała się pomysłem co najmniej abstrakcyjnym. Wpływ panarabskiej rewolucji satelitarnej jest dziś natomiast odczuwalny na każdej płaszczyźnie arabskiego społeczeństwa, w tym również w każdej sferze działalności mediów”². Wciąż jednak badania nad tematyką medialną w rejonie świata arabskiego wydają się niewystarczające. W obliczu rosnącego z dnia na dzień znaczenia tego obszaru, naukowa wiedza o arabskich środkach masowego przekazu, w konfrontacji z innymi obszarami życia politycznego i socjoekonomicznego, jest – nie tylko zresztą w Polsce – nadal nader uboga.

Rugh we wstępie do wydanej w 2004 roku analizy³ *Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics*, będącej uaktualnieniem i uzupełnieniem wcześniejszej pracy, konstatuje, iż mass media w każdym kraju odzwierciedlają jego szczególne środowisko społeczne, kulturowe i polityczne. Każdy, kto pragnie zrozumieć świat arabski, powinien zatem poznać jego media. Rugh wydaje się jednak uciekać od konkretnego stwierdzenia, iż struktura arabskich środków masowego przekazu może stanowić na tym obszarze skonsolidowaną całość medialną. W swojej pracy decyduje się raczej na przegląd systemów medialnych działających w poszczególnych państwach arabskich, ograniczając się jedynie do wyszczególnienia pewnych wspólnych charakterystyk, które łączą każdy z nich. Jak zaznacza, głównym założeniem jego pracy miało być raczej dostarczenie pełnego obrazu rzeczywistości medialnej w rejonie Bliskiego Wschodu i Północnej Afryki. Wymagało to wzniesienia się ponad barierę językową stanowiącą istotną (choć nie ostateczną) przeszkodę w zdobywaniu wiedzy na temat arabskich środków masowego przekazu.

Abstrahując jednak od intencji Rugha, wydaje się, iż warto zaryzykować tezę, iż pewne charakterystyki mogą świadczyć o stopniowej konsolidacji poszczególnych (narodowych) rzeczywistości medialnych w rejonie świata arabskiego.

Niniejszy artykuł zawiera w sobie trzy podstawowe cele badawcze.

Pierwszym celem jest próba usystematyzowania tych elementów i procesów, które wskazują na istnienie w globalnym krajobrazie medialnym koherentnej i zregionalizowanej, pod względem swych właściwości, struktury środków masowego przekazu.

² L. Pintak, *From the Editor*, „Transnational Broadcasting Studies” 1998, nr 1, www.tbsjournal.com.

³ W. A. Rugh, *Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics*, London 2004.

Struktury takie pod wieloma względami znacząco różnią się od opracowanych wcześniej modeli „mediów i polityki”, jak choćby tych proponowanych przez Daniela Hallina i Paolo Manciniego⁴, sugerując raczej istnienie swoistego regionalnego „typu systemów medialnych” w interpretacji przedstawionej przez R. Bluma⁵. W odróżnieniu od Rugh, który swoje rozważania opiera na niezwykle wpływowych „czterech teoriach prasy” Fredricka Sieberta, Theodora Petersona i Wilbura Schramma⁶, moja analiza będzie bazować na „elastycznym podejściu do mediów” (*transitional media approach*) chińskiego badacza Chengju Huang. Podejście to będące pierwszą, jak się wydaje, próbą systematyzacji transformacji systemów medialnych w krajach rozwijających się, skłoniło mnie następnie do opracowania „kontekstualnego ujęcia” arabskich struktur medialnych (*contextual media orientation*).

Drugim celem analizy, a zarazem pewnego rodzaju *novum* w sposobie patrzenia na zagadnienie mediów arabskich, będzie próba rozpatrzenia takiej struktury z perspektywy dynamiki jej przemian, kierunku i form transformacji oraz – w sposób szczególnie – wpływających na nią kontekstów.

Trzeci cel jest może nieco słabiej eksponowany, lecz nie mniej istotny. W 2007 roku uczestniczyłem w kursie pt. „Zagraniczne systemy medialne” zorganizowanym przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Mając uzyskaną tam wiedzę, zakładam, iż każdy rozpatrywany system medialny potrzebuje swoistej konceptualizacji, by mógł być analizowany i opisywany jako struktura sprawnie działająca w światowym krajobrazie mediów. Poprzez całościowe ujęcie arabskich struktur środków masowego przekazu chciałbym zatem stworzyć teoretyczne ramy, które pozwolą nie tylko na ich analizę, lecz także – choć powinno się raczej rzec przede wszystkim – umożliwią jasne, precyzyjne, a zarazem dokładne i kompleksowe podejście do tematyki mediów arabskich w studiach medioznawczych.

⁴ Zob. D.C. Hallin, P. Mancini, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge 2004 (wydanie polskie: *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007). Bazując na ściśle określonych kryteriach wyodrębnionych w efekcie empirycznych badań w „rozwiniętych demokracjach kapitalistycznych” Europy Zachodniej i Ameryki Północnej, autorzy stworzyli schemat, złożony z trzech głównych modeli, opisujący środowisko polityczne oraz polityczno-kulturowe, na podstawie którego dokonali klasyfikacji systemów medialnych w analizowanych państwach.

⁵ Uzupełniając model Hallina i Manciniego, Blum połączył założenia proponowane przez tych badaczy z podobieństwami na poziomie kulturowym i mentalności, które występują w sześciu wyodrębnionych przez niego regionach świata. Opierając się na tezie, iż pewnego rodzaju wspólnoty terytorialne generują podobne systemy medialne, Blum dzieli poszczególne typy (modele) systemów medialnych na: liberalny (charakterystyczny dla rejonu Atlantyku i Pacyfiku), klientelistsyczny (Europa Południowa), mediów w służbie publicznej (Europa Północna), wstrząsowy (Europa Środkowo-Wschodnia), patriotyczny (rejon arabsko-azjatycki, w przeważającej części muzułmański) oraz przywódzczy (azjatycko-karaibski). Zob. R. Blum, *Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme*, „Medienwissenschaft Schweiz” 2005, nr 2, s. 5–11.

⁶ F.S. Siebert, T. Peterson, W. Schramm, *Four theories of the press. The authoritarian, libertarian, social responsibility, and soviet communist concepts of what the press should be and do*, Urbana 1956.

⁷ Zob. W.A. Rugh, *Arab Mass...; D.A. Boyd, Broadcasting...*

Ograniczenia „czterech teorii prasy” w analizie arabskich systemów medialnych

Jednym z głównych założeń teoretycznych stosowanych dotychczas przy okazji analizy arabskich środków masowego przekazu był pogląd, iż media informacyjne przejmują zawsze formę oraz zabarwienie struktur politycznych i społecznych, w obrębie których działają⁷. Teza zaproponowana przez Sieberta, Petersona i Schramma w ich niezwykle wpływowym dziele o „czterech teoriach prasy” zakłada⁸, że instytucje medialne nie są w stanie działać niezależnie od otaczającego je środowiska, lecz operują najczęściej w warunkach organicznej zależności od systemu politycznego, formy państwa, systemu partyjnego czy środowiska socjoekonomicznego. Takie ujęcie systemu medialnego napotyka jednak istotne ograniczenia, widoczne w sposób szczególny po dokładniejszym przyjrzeniu się strukturze mediów arabskich.

Pierwsze z tych ograniczeń odnosi się do aktualności poglądu o całkowitej zależności mediów od systemu politycznego. W przeciwieństwie do twórców „czterech teorii prasy”, Hallin i Mancini pozostawiają nierozstrzygniętą kwestię dotyczącą tego, czy środki masowego przekazu stanowią w każdej sytuacji „zmienną zależną” w stosunku do „systemu kontroli społecznej”, w obrębie którego działają. „W wielu przypadkach rozsądniej byłoby założyć, że system medialny zasadniczo «odzwierciedla» inne aspekty struktury społecznej, takie jak system partyjny. Jednakże istnieją przekonujące dowody na to, że instytucje medialne również wpływają na pozostałe struktury społeczne”⁹.

Wpływ panarabskiej telewizji satelitarnej na przemiany w strukturze społecznej i medialnej świata arabskiego rzuca z tej perspektywy nowe światło na kwestie relacji między systemem społecznym a środkami masowego przekazu w warunkach transformacji. Podstawowe pytanie stawiane dziś przez badaczy dotyczy roli, jaką media odgrywają w promowaniu zmian. Zagadnienie to odnosi się do istnienia fundamentalnych osi podziałów teoretycznych, które oddzielają kulturalizm od materializmu oraz orientację „mediocentryczną” od „socjocentrycznej”. Na ich podstawie Denis McQuail konstruuje cztery perspektywy „oglądu mediów i społeczeństwa” – medialno-kulturalistyczną i medialno-materialistyczną, koncentrującą się przede wszystkim na sferze aktywności samych mediów, uznając tym samym ich autonomię i wpływy, oraz socjokulturalistyczną i socjomaterialistyczną, postrzegającą media w pierwszej kolejności jako odbicie sił politycznych, społecznych i ekonomicznych¹⁰.

Brak jednomyślności w naukowej literaturze co do relacji między komunikowaniem masowym a społeczną zmianą potwierdza również Karol Jakubowicz. Jak obserwuje, najbardziej odpowiednią reprezentacją nurtów wzajemnego wpływu w tym za-

⁸ F.S. Siebert, T. Peterson, W. Schramm, *Four theories...*, s. 1.

⁹ D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy...*, s. 9.

¹⁰ D. McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, London 1983 (wydanie polskie: *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 31–32).

¹¹ K. Jakubowicz, *Rude Awakening: Social and Media Change in Central and Eastern Europe*, Cresskill, NJ 2007, s. 5.

gadnieniu wydaje się model „współzależności”, zgodnie z którym system społeczny nie tylko wpływa na same media, lecz tworzy również warunki dla ich wpływu oraz determinuje siłę efektów, z jaką takie media oddziałują¹¹. Proponowany przez Jakubowicza model „nierównomiernej współzależności” (*non-equivalent interdependence model*) dostarcza istotnych ram teoretycznych przy okazji analizy relacji między arabskim społeczeństwem a środkami masowego przekazu w formowaniu się, posługując się terminologią Marca Lyncha, „nowego arabskiego audytorium”¹². W tym ujęciu media mogą mieć i mają istotny wpływ na rozwój społeczny, przy jednoczesnym założeniu, iż wpływ taki jest oparty na istnieniu sprzyjających warunków społecznych, bez których media nie byłyby w stanie wykorzystać swych funkcji. Jakubowicz podkreśla ponadto istotne znaczenie warunków politycznych, od których proces takiego rozwoju miałby być uzależniony. Mimo że ogólne uwarunkowania społeczne mogą stwarzać różne możliwości takich zmian, to jednak czynniki polityczne odgrywają decydującą rolę w wyborze drogi, która ma być kontynuowana i aplikowana¹³. Wspomniany wcześniej wpływ telewizji satelitarnej na przemiany w arabskim społeczeństwie, poprzez mechanizmy frustracji i oporu wobec represyjnej władzy wewnątrz tegoż audytorium, jest bez wątpienia odczuwalny w krajobrazie medialnym w tym regionie. Niemniej sposób, w jaki – w obliczu słabych bądź w ogóle nieistniejących politycznych możliwości czy opcji działania – wpływ taki może się przełożyć na sytuację polityczną w regionie, wciąż pozostaje kwestią nierozstrzygniętą i wymagającą dalszych badań.

Drugim istotnym ograniczeniem w modelu autorytarnym, wykorzystywanym między innymi przez Rugha jako dominujący w arabskiej rzeczywistości medialnej, jest jego słabość teoretyczna. Jak zauważa McQuail, koncepcja autorytaryzmu w istotnej mierze jest pozbawiona części teoretycznej, a sama autorytarna teoria prasy jest w rzeczywistości historycznym opisem okresów kontroli prasy przez europejskie represyjne reżimy¹⁴. Między innymi z takich właśnie przyczyn McQuail wskazuje również, iż sama typologia proponowana przez autorów „czterech teorii prasy” z trudem może być stosowana do innych mediów niż prasa. I choć autor skupia się przede wszystkim na rewizji teorii libertariańskiej, przy jednoczesnym zachowaniu normatywnego podejścia, przykład przemian medialnych w świecie arabskim najdobitniej wskazuje na konieczność nowego spojrzenia na zagadnienie relacji między (neo)autorytatywną władzą a środkami masowego przekazu.

Sam McQuail jest jednak sceptyczny co do wyniku takich analiz, twierdząc, iż mimo coraz to nowych prób ulepszenia proponowanych przez Sieberta, Petersona i Schramma „teorii prasy”¹⁵, sformułowanie jej spójnej i kompletnej wersji musi być

¹² Zob. M. Lynch, *Voices of the New Arab Public. Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today*, New York 2006.

¹³ K. Jakubowicz, *Rude Awakening...*, s. 5–7.

¹⁴ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, s. 190.

¹⁵ Por. R. Williams, *Communication*, Harmondsworth 1968; J.C. Merrill, R.L. Lowenstein, *Media, Messages and Men: New Perspectives in Communication*, New York–London 1979; W.A. Hachten, *The World News Prism. Changing Media, Clashing Ideologies*, wyd. 5, Ames 1981; D. McQuail,

w końcu skazane na porażkę. Przyczyny takiego zjawiska są, według badacza, dwojakie. Z jednej strony, teorie takie wykazując większą niż dotychczas różnorodność, bardziej dotyczą dziś społeczeństwa niż samych mediów. W przypadku gdy dochodzi do zmiany społecznej, media natychmiast dostosowują się do nowej sytuacji, w związku z czym analityczny punkt ciężkości powinien zostać raczej przeniesiony na zmiany w samym społeczeństwie. Z drugiej strony, nie tylko podejścia teoretyczne, lecz także systemy medialne same w sobie prezentują wysoką złożoność i niespójność w związku ze zróżnicowaniem mediów, ich intensywną i nieustanną zmianą oraz ekspansją nowych technologii. „W większości krajów – argumentuje McQuail – media nie stanowią współcześnie jednolitego systemu z odrębną filozofią i racją bytu [podobną do tej proponowanej przez Sieberta, Petersona i Schramma – przyp. P.K.]. To, co być może łączy wszystkie media (jeżeli w ogóle cokolwiek), to fakt, że kierują się «logiką medialną», która dotyczy raczej komunikacji niż treści, celu lub skutków”¹⁶.

Zgodnie z takim podejściem niemożliwe jest zatem dopasowanie konkretnych teorii prasy ani do typu społeczeństwa w fazie transformacji i rozwoju, ani do przeobrażających się wraz z nimi mediów, gdyż obie te zmienne wykazują w takich warunkach dużą dynamikę. Jak stwierdza Barbara Thomass: „jedną z przyczyn trudności w ulokowaniu danego kraju w którymś z istniejących modeli [systemów medialnych – przyp. P.K.] jest to, iż systemy medialne tych krajów są poddane silnej dynamice oraz istotnie oddziałują na siebie nawzajem”¹⁷. Jak zostanie udowodnione w dalszej części tego artykułu, analiza współczesnej rzeczywistości medialnej powinna zatem wykraczać poza poszczególne kraje oraz ich systemy polityczne, biorąc pod uwagę wspomniany wcześniej wzajemny wpływ poszczególnych państw, jak również intensywną ekspansję systemów medialnych poza granice narodowe. Jak potwierdza sondaż przeprowadzony w 2007 roku przez pracownię Gallupa¹⁸, w Arabii Saudyjskiej, postrzeganej jako jeden z najbardziej konserwatywnych krajów w świecie arabskim, podstawowym źródłem informacji w sprawach zagranicznych jest właśnie międzyna-

Mass Communication...; J.L. Martin, A. Chaudhary, *Comparative Mass Media Systems*, New York 1983; O. Wiio, *The Mass Media Role in the Western World*, [w:] J.L. Martin, A. Chaudhary, *Comparative Mass...*, s. 85–94; H.J. Altschull, *Agents of Power: The Role of the Media in Human Affairs*, New York 1984; C. Sparks, S. Splichal, *Journalistic education and professional socialization*, „Gazette” 1989, nr 43, s. 31–52. Na szczególną uwagę zasługuje najnowsza praca zbiorowa Clifforda Christiansa, Theodora Glassera, Denisa McQuaila, Kaarle’a Nordenstrenga i Roberta White’a, *Journalism in Democratic Societies: Normative Theories of the Media*, Urbana 2009 (w druku), w której autorzy dokonują rewizji „czterech teorii prasy”, opierając się na trzech podstawowych poziomach analizy: historycznej tradycji istniejących koncepcji normatywnych w zakresie komunikacji społecznej, relacjach media – modele demokracji oraz wpływie dziennikarstwa na demokratyczny porządek społeczny. Szerzej w: K. Nordenstreng, *‘Four Theories of the Press’ reconsidered*, [w:] *Researching Media, Democracy and Participation. The intellectual work of the 2006 European media and communication doctoral summer school*, red. N. Carpentier i in., Tartu 2006, s. 35–46.

¹⁶ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, s. 190.

¹⁷ B. Thomass, *Comparing media systems. The development of analytical tools and theoretical concepts over the last 50 years*, referat zaprezentowany na konferencji IAMCR w Paryżu 23 lipca 2007.

¹⁸ Gallup World Poll 2007, www.gallup.com.

rodowa telewizja (93%, w porównaniu do prasy – 66% i narodowej telewizji – 59%). Najchętniej oglądanymi kanałami są trzy panarabskie stacje telewizyjne – Al Jazeera, Middle East Broadcasting Center (MBC) i Al Arabiya (odpowiednio: 30, 24 i 23%), podczas gdy publiczny kanał saudyjski osiągnął wynik niewiele ponad 5%¹⁹. Ponadto należy dodać, iż obecny styl MBC (uruchomionej dużo wcześniej od Al Jazeera) zmienił się znacząco pod wpływem katarskiej stacji, a Al Arabiya miała być saudyjską odpowiedzią na monopol Al Jazeera w sektorze *news* w regionie. Innymi słowy, choć mechanizmy kontroli mogą być stosowane do prasy i mediów publicznych w tradycyjnym ich ujęciu, wpływ „nowych mediów arabskich” – jak określa między innymi satelitarną telewizję czy prasę typu „offshore” Lynch²⁰ – na przemiany w regionalnej strukturze medialnej wskazuje na wyraźne ograniczenia istniejących teorii mediów, stosowanych w opisie sytuacji medialnej w świecie arabskim.

Jest naturalnie prawdą, iż system polityczny – jak twierdzi broniący zasadności swoich wcześniejszych założeń Rugh – ma wciąż znaczący wpływ na kształt i formę struktur medialnych w poszczególnych krajach arabskich²¹. Niemniej kwestia, czy – zgodnie z sugestiami Rugh – wpływ ten ma w zmieniającym się środowisku medialnym charakter decydujący, staje się w obliczu powyższych założeń niezwykle problematyczna.

Biorąc zatem pod uwagę analityczne ograniczenia istniejących teorii normatywnych w zastosowaniu do politycznej, społecznej i medialnej sytuacji w świecie arabskim, uwidacznia się ewidentna potrzeba nowego spojrzenia na dynamikę przemian w tym regionie.

Kaarle Nordenstreng przedstawia ten problem w kategoriach idealnego oraz rzeczywistego podejścia do istniejącej na danym obszarze sytuacji medialnej. Badacz ten zwraca przede wszystkim uwagę na dualizm w teoretycznym podejściu do środków masowego przekazu występujący w wielu krajach. Z jednej strony mamy do czynienia z normatywnymi i subiektywnymi zadaniami mediów, które mają wyrażać ich misję w społeczeństwie (podejście idealistyczne). Z drugiej strony brane są pod uwagę rzeczywista rola oraz wpływ mediów w społeczeństwie, jako instytucji kształtowanych przez różnego rodzaju czynniki polityczne, społeczne, ekonomiczne czy kulturowe (podejście realistyczne)²².

Nie ulega wątpliwości, iż porównawcze studium systemów medialnych poczyniło od lat pięćdziesiątych ubiegłego stulecia istotny krok naprzód. Jak słusznie zauważa Thomass, w klasyfikacji systemów medialnych studia medioznawcze zanotowały istotny zwrot od podejścia normatywnego i deskryptywnego w kierunku badań empirycznych, powiększając tym samym liczbę kategorii, według których możliwa stała się

¹⁹ Tamże.

²⁰ Zob. M. Lynch, *Voices...*

²¹ W. Rugh, *Do National Political Systems Still Influence Arab Media*, „Arab, Media and Society” 2007, May, www.arabmediasociety.com.

²² K. Nordenstreng, *Beyond the four theories of the press*, [w:] *Journalism at the Crossroads. Perspectives on Research*, red. J. Koivisto, E. Lauk, Tartu 1997, s. 47–64.

jeszcze dokładniejsza charakterystyka istniejących rzeczywistości medialnych²³. Założenia takich teorii mediów mogą zatem dostarczać i dostarczają istotnej wiedzy na temat funkcji mediów w krajach rozwijających się oraz mechanizmów działających na obszarze medialnego systemu, stanowiąc w pewnym sensie uaktualnienie typologii „czterech teorii prasy”. Wciąż nie odpowiadają one jednak na pytania o strukturę tych mediów w procesie transformacji oraz ciągłego rozwoju systemu medialnego, nie uwzględniając jednocześnie tak istotnych dla medialnego krajobrazu krajów rozwijających się procesów, jak transnacjonalizacja czy globalizacja.

Elastyczne podejście do mediów – podejście nienormatywne

Jak obserwuje chiński badacz Huang, normatywne teorie mediów są przydatne w analizie porównawczej systemów medialnych w ich ogólnym ujęciu. Niemniej jednak powstają w ściśle określonych historycznych uwarunkowaniach i brak im ewidentnie zdolności dostosowania się do zmieniających się warunków politycznych, socjoekonomicznych i medialnych. Huang wskazuje w tym miejscu na kluczowy paradoks normatywnego ujęcia mediów. Mimo ogólnego przekonania, iż normatywne teorie nie mają w zamyśle empirycznego badania systemów medialnych, skupiając się raczej na ich ogólnej analizie w wymiarze abstrakcyjnym, praktycznie wielu badaczy wpada w swego rodzaju pułapkę, ryzykując umiejscawianie dynamicznych i złożonych rzeczywistości medialnych w ich wąskich kategoriach²⁴. W obliczu tak wyraźnych barier teoretycznych i praktycznych, stwarzanych przez ujęcie normatywne, Huang proponuje w swoich badaniach nad transformacją struktury mediów w Chinach alternatywne podejście do systemów medialnych w społeczeństwach rozwijających się, skupiając się na dynamice tych zmian oraz ich „elastyczności”.

Opracowane przez tego badacza „elastyczne podejście do mediów” (*transitional media approach*) opiera się na trzech charakterystycznych cechach.

Po pierwsze, Huang sugeruje „nienormatywność” takiego ujęcia. „Elastyczne podejście do mediów – jak pisze – jest myśleniem nienormatywnym, które widzi komunikowanie jako historyczny proces, kształtowany w pierwszej kolejności przez koncepcje zmiany i adaptacji”²⁵. Zmiana według Huanga musi być zatem widziana jako uniwersalny fenomen medialny, a systemy medialne powinny być rozpatrywane i analizowane pod kątem ich złożoności oraz dynamiki. „Rozpoznając relatywną niezależność różnych etapów rozwoju środków masowego przekazu w historii danego społeczeństwa, elastyczna perspektywa mediów podkreśla dynamiczną i przejściową naturę komunikowania oraz zwraca uwagę na różnorodność i złożoność w procesie rozwoju mediów”²⁶.

²³ B. Thomass, *Comparing media...*, s. 9.

²⁴ C. Huang, *Transitional media vs. normative theories: Schramm, Altschull, and China*, „Journal of Communication” 2004, nr 53, s. 454.

²⁵ Tamże, s. 455.

²⁶ Tamże.

Po drugie, przeobrażenia systemów medialnych są przez niego postrzegane jako wielowymiarowy proces zachodzący zarówno w drodze rewolucji, jak i ewolucji. Jest to kolejna cecha charakterystyczna podejścia Huang. W odróżnieniu od teorii normatywnych, w których analityczne granice systemu najczęściej są ustalane przez radykalne przemiany w środowisku medialnym, w elastycznym podejściu do mediów oba te zjawiska składają się na proces zmian, uwzględniając tym samym kompleksowość i długofalowość takiego środowiska. Jak argumentuje Huang, „rewolucyjne zmiany nie są ani początkiem, ani końcem procesu zmian bądź transformacji; są natomiast pewnego rodzaju rezultatem i częścią «codziennej» ewolucji procesów komunikowania”²⁷.

Po trzecie, ostatnim z filarów elastycznego podejścia jest jego wrażliwość i otwartość kulturowa. Procesy komunikowania powinny być zatem postrzegane z szerokiej perspektywy teoretycznej jako zjawisko socjohistoryczne osadzone w określonym kontekście kulturowym, a system medialny danego społeczeństwa – jako zarówno związany ze zmieniającymi się uwarunkowaniami politycznymi i socjoekonomicznymi, jak i przez nie determinowany²⁸. Przemiany medialne w różnych społeczeństwach mogą w takim ujęciu przybierać odmienne formy w zależności od politycznego, kulturowego i socjoekonomicznego kontekstu, a także prowadzić do formowania się niejednorodnych systemów medialnych, których próby zaklasyfikowania do istniejących już modeli, opartych na jednowymiarowych nurtach filozoficznych bądź ideologicznych, mogą się okazać ryzykowne i często błędne.

Kontekstualne ujęcie mediów arabskich – konteksty kształtujące model?

Powyższe przykłady i teoretyczne założenia mogą świadczyć o konieczności zupełnie innego spojrzenia na struktury medialne w świecie arabskim, a w szerszym zakresie w krajach rozwijających się. Analiza taka powinna wychodzić poza normatywne spojrzenia na system medialny, uwzględniając charakter jego nie tylko strukturalnej, ale i jakościowej ewolucji, jego dynamikę oraz przenikanie się w trakcie badania zestawu czynników kształtujących media arabskie na przełomie ostatnich lat.

Proponuję zatem „kontekstualne ujęcie mediów” (*contextual media orientation*) odnoszące się do głęboko osadzonych kulturowo systemów medialnych w warunkach globalnej transformacji systemów informacyjnych dotychczasowych „peryferii”. Wybór takiej orientacji teoretycznej jest podyktowany ewidentną potrzebą stworzenia nowego sposobu ujmowania mediów „niezachodnich”, alternatywnego do zachodniej teorii mediów, która według McQuaila stała się częścią hegemonicznego, globalnego projektu medialnego. Takie podejście musi uwzględniać inne niż znane nam dotychczas teorie i praktyki środków masowego przekazu, gdyż – jak stwierdza wspomniany badacz – „doświadczenie mediów masowych wygląda zapewne zupełnie ina-

²⁷ Tamże.

²⁸ Tamże.

czej w społeczeństwach «niezachodnich», zwłaszcza o charakterze mniej indywidualistycznym, a bardziej wspólnotowym, mniej świeckim, a bardziej religijnym»²⁹.

Klasyfikacja systemów medialnych zakłada, iż prawo, położenie geograficzne, czynniki lingwistyczne i kulturowe, system polityczny, sytuacja ekonomiczna czy też wpływ technologii na środki masowego przekazu są naturalnymi czynnikami wpływającymi na systemy medialne³⁰. Takie czynniki nie mogą być jednak dłużej asocjowane wyłącznie z kontekstem narodowym, lecz są częścią szerszej – ponadnarodowej i globalnej – rzeczywistości, stanowiącej punkt wyjścia do dalszej analizy. Biorąc pod uwagę powyższe charakterystyki, obserwacja poszczególnych sektorów mediów arabskich, w dyskursie nad możliwościami ich ujmowania w ramach skonsolidowanego systemu medialnego, powinna być przeprowadzana w następujących *kontekstach*:

- *politycznym* – analizującym klasyczną relację między władzą a mediami; zmiennymi zaleźnymi analizy w takim kontekście byłyby: system rządów; kultura polityczna; stopień wolności społeczeństwa i mediów; funkcje mediów; kultura medialna; pozycja dziennikarza w systemie; poziom edukacji dziennikarskiej; odpowiedzialność dziennikarska; formalne i nieformalne aspekty kontroli państwa nad mediami – poziom cenzury i stan autocenzury; media jako narzędzie polityki wewnętrznej i zagranicznej; polityka medialna wraz z analizą jej tendencji na poziomie narodowym i ponadnarodowym (regionalnym);
- *prawno-normatywnym*³¹ – dotyczącym normatywnych aspektów regulujących status mediów w społeczeństwie na poziomach narodowym i regionalnym; zmiennymi są tu: legislacja dotycząca prasy, radia i telewizji; regulacja zawodu i aktywności dziennikarskiej; narodowe regulacje dotyczące działalności instytucji medialnych; organy kontroli/nadzoru mediów; regionalne regulacje w zakresie mediów i technologii; system etyki dziennikarskiej na obu poziomach;
- *ekonomicznym* – biorącym pod uwagę założenia zarówno ekonomii politycznej, jak i ekonomiki samych mediów oraz rozpatrującym specyficzny proces kształtowania się/odporności pewnego systemu wartości w perspektywie wyboru ekonomicznego; zmienne to: struktura własnościowa mediów; formy własności (narodowe, regionalne, globalne); sposób finansowania mediów; rynek reklam; zmiany oglądalności; preferencje audytorium; wykorzystywane technologie;

²⁹ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, s. 31.

³⁰ B. Thomass, *Comparing media...*, s. 8.

³¹ W analizie kontekstu prawno-normatywnego mediów arabskich powinno się wziąć również pod uwagę praktyczne aspekty stosowania prawa. Jak zaznacza Yahia Shukeir, doradca jordańskiej Wyższej Rady Medialnej (Higher Media Council) oraz dziennikarz gazety „Alarab Alyawm” (wywiad autora; Amman, 8 maja 2008), dowolność w interpretacji prawa prasowego przez jordańskie władze wskazuje, iż mimo częściowej liberalizacji, regulacje prawne są wciąż podstawową przeszkodą dla wolności mediów w tym kraju. Szerzej na temat aspektów prawno-normatywnych i ich praktycznego stosowania w mediach arabskich w: P. Krzysiek, *Testing legal boundaries within Arab media hubs: reporting, law and politics in three media cities*, „Westminster Papers in Communication and Culture” 2009, February (w druku), www.wmin.ac.uk/mad/page-880.

- *technologicznym* – analizującym poziom zaawansowania technologicznego na danym obszarze; zmienne to: dostęp społeczeństwa do nowych technologii (Internetu, satelitarnej telewizji); technologie używane w mediach; cyfryzacja;
- *społeczno-kulturowym* – koncentrującym się na relacjach pomiędzy mediami a społeczeństwem (poziom narodowy) oraz wspólnotą (poziom ponadnarodowy/regionalny) na płaszczyźnie kulturowej; zmienne to: orientacja mediów (służba publiczna, edukacja, rozrywka); poziom analfabetyzmu; poziom czytelnictwa prasy; poziom edukacji społeczeństwa; rola języka; obecność religii i wartości w mediach; wpływ religii na praktykę dziennikarską³²; pojęcie dziennikarskiej wrażliwości kulturowej i proponowanej przez Nawawy'ego i Iskandara koncepcji „kontekstualnego obiektywizmu dziennikarskiego”³³; media a panarabska tożsamość; wpływ mediów na arabską sferę publiczną oraz wpływ tej sfery na arabską „kulturę medialną” i strukturę mediów (przykładowo wzrost i spadek wpływu poszczególnych instytucji medialnych oraz powstawanie nowych przedsięwzięć);
- *regionalno-globalnym* – naświetlającym transgraniczny przepływ technologii i zawartości; zmienne to: transnacionalizacja mediów arabskich; „regionalizacja” mediów zagranicznych; historyczna analiza wpływu zagranicznych graczy na arabski rynek medialny; transgraniczny przepływ kapitału, osób i usług w sektorze mediów.

Wyodrębnienie w ten sposób poszczególnych kontekstów pozwoli na bardziej elastyczne scharakteryzowanie środowiska, w którym operują struktury medialne pojedynczych państw arabskich, a co za tym idzie ujęcie tych struktur w kategoriach koherentnej całości.

³² Jednym z przykładów obecności i wpływu religii na praktykę dziennikarską jest powszechne używanie przez media arabskie terminu „męczennik” (*shahid* w liczbie pojedynczej i *shuhada* w liczbie mnogiej) w odniesieniu do palestyńskich samobójców ginących w zamachach bombowych, a także ofiar izraelskich interwencji wojskowych na terytorium palestyńskim (przykład ostatniej izraelskiej operacji wojskowej w Strefie Gazy).

Użycie tego terminu, mającego swoje korzenie w Koranie, jest wynikiem głębokiego osadzenia arabskich dziennikarzy w kontekście społeczno-kulturowym świata arabskiego, znajdującego swoje odzwierciedlenie w praktyce dziennikarskiej. W tradycji koranicznej *shahed* odnosi się do jednostki, która poświęca swoje życie w słusznej sprawie. Jest to jednakże tytuł obowiązujący nie tyle na Ziemi, ile nadawany przez samego Boga. Muzułmanin może jedynie prosić Boga o to, by uznał ofiarę jako *shahed* pośmiertnie. W mediach arabskich jednakże w kontekście konfliktu palestyńskiego określenie *shahed* odnosi się nie do prośby o modlitwę za zmarłego, lecz do samej osoby, która ginie w walce za Palestynę. Szerzej na temat relacji między kulturą a mediami w świecie arabskim w: P. Krzysiek, R. Miszczyk, *Zrozumieć lepiej świat Islamu. Etyka a kultura i media w krajach muzułmańskich* – referat prezentowany na Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Retoryka i Etyka”, Uniwersytet im. A. Mickiewicza, Poznań, kwiecień 2007 (publikacja w przygotowaniu).

³³ Zob. M. El Nawawy, A. Iskandar, *The minotaur of the 'contextual objectivity': war coverage and the pursuit of accuracy with appeal*, „Transnational Broadcasting Studies” 2002, nr 9. W literaturze w języku polskim zjawisko zostało opisane między innymi w: P. Krzysiek, R. Miszczyk, *Zrozumieć lepiej...*

Kontekstualne ujęcie arabskich struktur medialnych musi zatem zakładać analizę jej *dwóch równoległych wymiarów*. Pierwszy z nich dotyczy elementów składających się na poszczególne systemy – instytucji medialnych, uregulowań formalnoprawnych, stopnia profesjonalizacji czy pozycji dziennikarza w systemie – oraz strukturalnych przeobrażeń, którym elementy te zostały poddane na przestrzeni lat. Drugi wymiar jest wyrazem uwarunkowań i procesów, które sytuują te systemy w przedstawionych wyżej kontekstach. Ponadto, w globalnej rzeczywistości informacyjnej systemy medialne działają na co najmniej *dwóch głównych płaszczyznach* – na płaszczyźnie lokalnej (narodowej bądź transgranicznej, zawsze jednak kulturowo i ideowo podobnej) oraz globalnej³⁴. W związku z taką konstrukcją ram analitycznych obserwacja arabskich systemów medialnych musi być prowadzona również na dwóch płaszczyznach: na płaszczyźnie narodowej/regionalnej – wyznaczanej granicami społeczno-kulturowymi (język, pochodzenie etniczne, wartości czy tradycja religijna) i stanowiącej ewidentnie alternatywny projekt społeczno-ideowy – jako pewnego rodzaju projekt kulturowo-etniczny, a także na płaszczyźnie globalnej będącej produktem działających w jej obrębie czynników globalnych.

Kontekstualne ujęcie zakłada również odmienny charakter operacjonalizacji wyszczególnionych wyżej zmiennych. W związku z transgranicznym zasięgiem działających kontekstów oraz zasadnością ich analizy na poziomie regionalnego (arabskiego) rynku mediów, mimo iż jest przeprowadzana na poziomie poszczególnych państw arabskich, powinna ona służyć przede wszystkim wyodrębnieniu trendów i zależności w obrębie tych mediów na poziomie ponadnarodowym (transgranicznym). Jak podkreśla Nick Couldry, w związku z intensywnym umiędzynaradawianiem się środowisk medialnych, w które wpisują się ewidentnie współczesne media arabskie, uproszczeniem byłoby twierdzenie, że narodowe systemy medialne „skrywają sekretne oddzielne «narodowe» kultury medialne”³⁵. Przeciwnie, takie systemy stają się coraz bardziej częścią większej całości wyznaczaną na polu medialnym przez konfrontację różnych kontekstów, których transnarodowy wymiar wyraźnie wskazuje na fakt, iż działają one nie tylko na obszarach poszczególnych państw arabskich, lecz są częścią rzeczywistości regionalnej.

³⁴ Interesujące propozycje dotyczące analizy systemów informacyjnych na płaszczyznach lokalnej i regionalnej przedstawiono w: A. Sreberny, *The Global and the Local in International Communication*, [w:] *Mass Media and Society*, red. J. Curran, M. Gurevitch, wyd. 3, London 2000, s. 177–203. Jak stwierdza Sreberny, konceptualizacja takiego zjawiska w lokalnie-globalnych ramach analitycznych jest wynikiem istnienia złożonego zestawu kwestii, które – poprzez swoją „elektroniczną” egzystencję w formie mediowanych przepływów kulturowych – podkreślają coraz bardziej widoczną słabość bądź wręcz nieobecność granic. W literaturze w języku polskim istotę rozszerzających się przestrzeni globalnej i lokalnej na przykładzie procesu formowania europejskiej tożsamości omówiono w: P. Krzysiek, *Idea tożsamości europejskiej w kontekście komunikowania masowego*, [w:] *Modele integracji międzynarodowej: uniwersalny, kontynentalny, sektorowy a idee, państwo, prawo*, red. T. Smoliński, Szczecin 2007.

³⁵ N. Couldry, *Researching media internationalization. Comparative media research as if we really meant it*, „Global Media and Communication” 2007, nr 3, s. 249.

Taka operacjonalizacja powinna się również odbywać zgodnie z kreślonymi przez McQuaila osiami podziałów teoretycznych na z jednej strony – materialistyczne i kulturalistyczne, a z drugiej – mediocentryczne i socjocentryczne wymiary aktywności mediów. Ujęcie przede wszystkim koncentruje się zatem na kontekście, który kształtuje system medialny, oraz warunkach, które sprawiają, że taki system jest w stanie wpływać na sam kontekst. W dalszej kolejności przywiązuje wagę do znaczenia poszczególnych segmentów medialnych na przestrzeni dziejów w konkretnych uwarunkowaniach kulturowych, politycznych i socjoekonomicznych oraz do intensywnie zmieniającej się roli struktur medialnych w procesie formowania się systemów politycznego i społecznego w wyniku oddziaływań takich uwarunkowań.

Stawiana w centrum analizy obserwacja czynników oddziałujących na sektor mediów na określonym etapie ich rozwoju nie tylko dostarcza wiedzy o nich samych, lecz jest również wyznacznikiem przemian społecznych, politycznych, ekonomicznych i kulturowych zachodzących w społeczeństwie. I odwrotnie, obserwacja takich przemian pozwala wyodrębnić kierunek zmian i trendy charakterystyczne dla danego systemu medialnego (na przykład „hegemoniczną” internacjonalizację czy „kulturowy imperializm”, wzmagające konieczność medialnej identyfikacji w świecie arabskim wyrażanej w manifestowanej w mediach transgranicznej tożsamości kulturowej). Taka perspektywa pozwoli określić ramy analityczne tego typu struktur medialnych na płaszczyźnie oddziałujących ze sobą kontekstów oraz, zgodnie z założeniami elastycznego podejścia do mediów, uwrażliwić na złożoność struktury i dynamikę jej transformacji.

Poprzez naświetlenie przeobrażeń systemów medialnych w regionie możliwa staje się zatem indywidualizacja ich własnej, często specyficznej drogi rozwojowej w wyniku oddziaływania charakterystycznych dla danego środowiska społeczno-politycznego kontekstów. Ma to szczególne znaczenie, gdyż – jak stwierdza Couldry – rozważania na temat postępującej internacjonalizacji mediów muszą wychodzić nie od założeń dotyczących historycznych procesów „modernizacji” środowiska medialnego, narzuconej częściowo przez Zachód, lecz od analizy teraźniejszych zmian zachodzących w tym środowisku oraz wyodrębnienia trendów i perspektyw jego dalszego rozwoju³⁶.

W kontekstualnym ujęciu mediów arabskich proponuję również, za przykładem Huanga, orientację *nienormatywną*. Odejście od normatywnego podejścia opiera się na trzech głównych przesłankach. Po pierwsze, pozwala uniknąć pułapki nadmiernego idealizmu oraz powstania dysonansu w konfrontacji z istniejącym stanem rzeczy. Po drugie, eksponuje kluczowe, w moim przekonaniu, konteksty oddziałujące na arabską strukturę medialną. Po trzecie, podkreśla potrzebę jednoczesnego badania arabskich mediów, zarówno jako systemu instytucji, jak i środowiska wykraczającego poza rzeczywistość społeczną i polityczną poszczególnych krajów arabskich, w kategoriach dwóch oddziałujących wzajemnie na siebie zestawów zmiennych. Biorąc pod

³⁶ Tamże, s. 247.

uwagę wpływ, jaki na arabskie środowisko medialne wywarła ekspansja amerykańskiej stacji CNN podczas wojny w Zatoce Perskiej w 1991 roku, wpływ mediów – przede wszystkim elektronicznych – musi być rozpatrywany w szerokim kontekście dotyczącym nie tylko poszczególnego segmentu mediów arabskich, lecz całego środowiska medialnego w regionie.

Koncentrując się na proponowanej przez Huanga koncepcji zmiany i adaptacji jako głównych fenomenów medialnych określających sieć oddziałujących na środowisko medialne czynników, teoretyczna analiza arabskich struktur medialnych pod kątem kontekstualnego ujęcia mediów opiera się na trzech podstawowych filarach.

Przyczynowość i determinizm zmian. Arabska struktura medialna musi być widziana jako system podlegający ciągłej zmianie determinowanej zarówno przez uwarunkowania polityczne i socjoekonomiczne, jak i przez kontekst kulturowy. Kontekstualne ujęcie mediów definiuje w pierwszej kolejności przyczyny takich zmian, co pozwoli odejść od normatywnego postrzegania struktury mediów arabskich jako złożonego koherentnego typu systemów medialnych będącego przede wszystkim produktem środowiska politycznego i aktywności ustrojów autorytarnych (bądź, jak określa je William A. Hachten, neoautorytarnych³⁷). Jak starałem się udowodnić wcześniej, typ taki jest w istotniejszej nawet mierze kształtowany z jednej strony poprzez silnie oddziałujące czynniki socjokulturowe charakterystyczne dla świata arabskiego (takie jak język, religia czy istotna rola komunikacji oralnej), z drugiej – przez przenikające ten świat czynniki globalne, formujące alternatywną i odfizycznioną przestrzeń na wzór proponowanej przez Manuela Castellsa „przestrzeni przepływów” (*space of flows*)³⁸ bądź też opisywanego przez Arjuna Appaduraia wymiaru „odfizycznionych krajobrazów” (*scapes*)³⁹. Biorąc pod uwagę kształtowaną w ten sposób dynamikę sił oddziałujących na środowisko medialne, uwidacznia się ewidentna konfrontacja występujących kontekstów, której rezultat nakreśla ramy modelu medialnego świata

³⁷ W.A. Hachten, *The World News Prism. Changing Media, Clashing Ideologies*, wyd. 5, Ames 1999.

³⁸ Castells dostrzega zmianę poczucia czasu i przestrzeni we współczesnym świecie, w którym procesy komunikacji wymagają coraz mniej czasu. Wyrazem takich przemian stają się zdolność i szybkość przepływu kapitału, informacji, technologii i symboli przez elektroniczne łącza, co sprawia, że przestrzeń ogranicza się coraz bardziej do pojęcia „rzeczywistej wirtualizacji”, czyli uniezależnienia się w percepcji świata od mediów i przekazów elektronicznych; M. Castells, *The Information Age: Economy, Society, Culture*, vol. 1, *The Rise of the Network Society*, Cambridge, Mass.–Oxford 1997, s. 376–428.

³⁹ Jako uzupełnienie klasycznego podziału na przestrzeń fizyczną i symboliczną, Appadurai proponuje zindywidualizowaną koncepcję „światów równoległych”, odfizycznionej przestrzeni stanowiącej elementarne ramy dla konceptualizacji fundamentalnych relacji między ekonomią, kulturą a polityką, w której żyjemy równolegle do przestrzeni fizycznej. Krajobrazy te (*scapes*), często w pełni od siebie niezależne, są tworzone przez: zmieniające się struktury etniczne i narodowe oraz procesy szczególnie intensywnych migracji (*ethnoscapes*), w coraz większym stopniu transformującą globalną rzeczywistość technologię (*technoscapes*), coraz swobodniejszy i szybszy globalny przepływ kapitału (*financescapes*), globalizujące się media (*mediascapes*) oraz symbole, obrazy i wartości będące wyrazem politycznych ideologii i kontrideologii (*ideoscapes*); A. Appadurai, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis 1996, s. 27–47.

arabskiego. Jego elementy, które w normatywnym podejściu odnosiły się często do innych „filozofii” w teoretycznej analizie systemów medialnych, stają się w ten sposób elementami pewnej, znajdującej się w stanie nieustannie zmiennym, koherentnej struktury medialnej.

Wrażliwość na elastyczność zmian. W analizie przemian arabskich struktur medialnych niezbędne jest elastyczne podejście do procesów samej transformacji. Musi ono uwzględniać zarówno rewolucyjne zmiany w obrębie tej struktury, będące przykładowo wynikiem politycznych przewrotów i wymiany elit rządzących, jak i zmiany ewolucyjne, charakteryzowane przez stopniowe przemiany społeczno-polityczne w świecie arabskim, wymuszoną bądź niewymuszoną reorientację polityki medialnej czy ekspansję nowych graczy medialnych. Kontekstualne ujęcie mediów arabskich analizowane z tej perspektywy powinno przyciągać uwagę badacza na wydarzenia o charakterze zarówno rewolucyjnym (np. zmiany polityczne w Iraku po 2003 roku, ostatnie działania wojenne w Libanie), jak i ewolucyjnym (rosnący wpływ ekonomiczny i znaczenie polityczne krajów Zatoki Perskiej zrzeszonych w Gulf Cooperation Council – GCC), które kształtują sytuację społeczno-polityczną oraz mogą mieć istotny wpływ na rynek medialny w regionie. Przykładowe kwestie, które takie ujęcie pozwala nam wyodrębnić, mogą zatem dotyczyć takich zagadnień, jak: wpływ przemian politycznych (i medialnych) w Iraku na media w regionie (przy założeniu, iż dojdzie tam do przynajmniej częściowej liberalizacji środowiska medialnego); radykalizacja nastrojów w takich krajach jak Liban oraz jej skutki dla rynku mediów (działalność kontrolowanej przez Hezbollah telewizji Al Manar i jej wpływ na regionalny rynek medialny); w końcu potencjalny zasięg jakościowych zmian zachodzących w środowisku medialnym krajów GCC – nie tylko jakości samych mediów, lecz również wzrastającej profesjonalizacji i edukacji dziennikarskiej w tych państwach.

Uwzględnienie zarówno rewolucyjnych, jak i ewolucyjnych przemian w arabskiej strukturze medialnej pozwala zatem w elastyczny sposób spojrzeć na proces jej rozwoju i formacji, co w obliczu intensywnych przemian zachodzących niemal na wszystkich gruntach w świecie arabskim wydaje się wyborem uzasadnionym. Elastyczna analiza takich przemian pozwoli również na pełniejszą obserwację charakterystycznych elementów wpływających na arabski rynek medialny, a także na wyszczególnienie wspólnych dla takiego rynku cech i elementów w poszczególnych krajach. Ponadto, pozwoli na zdefiniowanie problemów, z którymi regionalny system (model) medialny musi się zmierzyć, oraz wyzwań odróżniających go od innych regionalnych modeli o podobnych charakterystykach, znajdujących się – posługując się terminologią Huangą – w postzimnowojennej globalnej transformacji medialnej.

Konceptualizacja i indywidualizacja zmian. W analizie systemu medialnego w podejściu elastycznym niezbędne jest uwzględnienie poszczególnych kontekstów kulturowych przy wykorzystaniu szerszej gamy nurtów teoretycznych⁴⁰. Proponowa-

⁴⁰ C. Huang, *Transitional...*, s. 455.

ne przeze mnie ujęcie mediów arabskich w szerokim stopniu korzysta zarówno z założeń niezwykle wpływowego porównawczego studium systemów medialnych autorstwa Hallina i Manciniego⁴¹, jak też z krytycznego nurtu studiów nad mediami⁴². Wpisuje się także w sugerowaną przez Couldry'ego konieczność rozszerzenia międzynarodowych badań medioznawczych na analizy porównawcze kultur medialnych, które zakładałyby między innymi uwzględnienie roli instytucji religijnych czy społecznej infrastruktury w procesie transformacji środowiska medialnego. Takie badania powinny się ponadto koncentrować nie na poszczególnych krajowych systemach mediów, lecz na kształtowanych przez kontekst narodowy, ale ewidentnie ponadnarodowych strukturach i przepływach medialnych (*media flows*)⁴³. Kontekstualne ujęcie mediów arabskich, indywidualizując takie zmiany, wychodzi poza analizę ewolucji struktur medialnych, skupiając się na fundamentalnym pytaniu, czy i w jaki sposób media wpisują się w wymienione wcześniej konteksty oraz w jaki sposób konteksty te wpływają na formowanie się charakterystycznych dla danego obszaru struktur medialnych. Poprzez analizę zmian ujęcie indywidualizuje również działające na arabskie media czynniki (wewnętrzne i zewnętrzne, lokalne i globalne), podkreślając rolę wrażliwości kulturowej w analizie arabskich środków masowego przekazu, złożone relacje między mediami a władzą państwową, specyficzne źródła finansowania, pozycję instytucji medialnych w społeczeństwie, rolę czynników religijnych, poczucie arabskiej solidarności i tożsamości oraz procesy internacjonalizacji takich struktur.

Potrzeba dalszych badań

Aplikowanie konkretnego modelu określanego ramami teorii normatywnych do tak dynamicznych i złożonych rzeczywistości medialnych krajów rozwijających się nie jest w stanie dać pełnego obrazu specyficznego środowiska, w którym takie media działają. Jest jednak kwestią niezaprzeczalną, iż teoretyczny szkic nakreślony przez Huangą wymaga dalszych badań. W pierwszej kolejności powinny one uwzględnić specyfikę poddawanych analizie poszczególnych systemów w fazie transformacji.

Z tych właśnie względów zaproponowałem zindywidualizowane ujęcie mediów arabskich zwracające uwagę na te założenia teoretyczne, które w moim przekonaniu

⁴¹ Zob. D.C. Hallin, P. Mancini, *Comparing...*

⁴² Zob. V. Mosco, A. Herman, *Critical theory and electronic media*, „Theory and Society” 1981, nr 10, s. 869–896; *Culture, Media, Language*, red. S. Hall i in., London 1982; J. Carey, *Communication as Culture*, Boston 1988; T. Adorno, M. Horkheimer, *Dialektyka oświecenia*, Warszawa 1994; *International Media Research: A Critical Survey*, red. P. Schlesinger, R. Silverstone, J. Corner, London 1997; M.G. Durham, D. Kellner, *Media and Cultural Studies: Keyworks*, Cambridge, Mass.–Oxford 2001.

⁴³ Zob. A. Hepp, N. Couldry, *What should comparative media research be comparing? Towards a transcultural approach to 'media cultures'*, artykuł prezentowany na konferencji „Internationalising Media Studies”, University of Westminster, wrzesień 2006. Zob także prace Working Group 2 „Democratic theory and the democratic performance of the media” nad projektem *Beyond Hallin and Mancini: Reconsidering Media Systems in a Democratic Perspective*, prowadzone w ramach COST A30 Action „East of West: Setting a New Central and Eastern Media Research Agenda”, www.costa30.eu.

wymagają szczególnego skupienia w obserwacji arabskiego środowiska medialnego. Fundamentem kontekstualnego ujęcia mediów arabskich jest przyjęcie nienormatywnej i ponadnarodowej orientacji pozwalającej na obserwację systemu mediów arabskich nie tak, jak czyni to przykładowo William Rugh, czyli poprzez analizę mediów poszczególnych krajach arabskich, lecz z perspektywy formującej się i wciąż ewoluującej koherentnej struktury będącej wyrazem fragmentarycznych rzeczywistości medialnych.

Z drugiej jednak strony zgadzam się z Rughem w co najmniej dwóch kwestiach. Po pierwsze, całościowa analiza arabskich struktur medialnych i ukazanie ich poszczególnych odcieni wymaga dokładniejszego przyjrzenia się środkom masowego przekazu w poszczególnych krajach w celu wyodrębnienia charakterystycznych elementów składających się na ponadnarodowy wymiar takiego systemu. Po drugie, słuszne wydaje się stwierdzenie, że ogromna część składających się na niego elementów nosi znamię systemu autorytarnego (choć bezpieczniejsze byłoby raczej posługiwanie się bardziej aktualnym terminem – „neoautorytaryzm” – odnoszącym się do reżimów działających w specyficznych uwarunkowaniach globalnych i dynamicznie ewoluujących w takich sferach, jak ekonomia czy edukacja). Niemniej jednak, w zrozumieniu specyfiki arabskiej rzeczywistości medialnej niezbędne jest odejście od normatywnych ram analitycznych i zastąpienie ich bardziej elastycznym podejściem, uwzględniając tym samym kluczową rolę działających w obrębie takich struktur kontekstów.

Analiza całościowego ujęcia mediów arabskich musi brać zatem pod uwagę narodowy wymiar arabskiej rzeczywistości medialnej, ale w żadnym stopniu nie powinna się do niego ograniczać. Ponadto, choć pojęcie (neo)autorytaryzmu odcisnęło piętno na strukturze medialnej w regionie, w żadnym razie nie może być jednak traktowane jako całościowa i kompletna reprezentacja istniejącej rzeczywistości, w celu uniknięcia sygnalizowanej przez Nordenstrenga konfrontacji medialnego „ideału” z istniejącą „rzeczywistością”. Takie podejście do struktur medialnych musi być zatem z jednej strony elastyczne, nienormatywne oraz otwarte kulturowo, a z drugiej – kulturowo- i etnocentryczne, co pozwoli uwzględnić specyfikę analizowanego obszaru oraz uczuli na istotną rolę tych aspektów w arabskim systemie medialnym.

Kluczowym elementem w takich badaniach jest swoistego rodzaju internacjonalizacja studiów medioznawczych w tym zakresie, opierająca się nie tylko na dokładniejszej analizie poszczególnych rzeczywistości medialnych w obrębie jednego regionu, lecz również na konfrontacji rezultatów takich analiz na poziomie globalnym z wyodrębnionymi w podobny sposób typami systemów medialnych na świecie. Taka orientacja stawia przed badaczami dwa podstawowe wyzwania. Po pierwsze, wymaga bardziej elastycznego sposobu opisu istniejących rzeczywistości politycznych, społecznych i medialnych. Po drugie, pociąga za sobą konieczność rozszerzenia istniejących klasyfikacji i ich progresywnej „indywidualizacji” (regionalizacji) w celu wyodrębnienia charakterystycznych dla danego regionu trendów i właściwości w danym modelu medialnym. Niezbędną kwestią z tego punktu widzenia wydaje się zatem je-

szcze bardziej zaawansowany postęp badań empirycznych przede wszystkim w dziedzinie *cultural media studies*, by – jak postuluje Thomass – „utrzymać balans między poziomem abstrakcji, która legitymuje dany model, a stopniem jego stosowalności dla większej liczby przypadków”⁴⁴.

⁴⁴ B. Thomass, *Comparing...*, s. 7.

DOMINIKA BETKA

Crime | Zbrodnia in Russian media | w rosyjskich mediach

KEY WORDS

Russian media, the world portrayed via language, terrorism in Russia

SŁOWA KLUCZOWE

media rosyjskie, językowy obraz świata, terroryzm w Rosji

ABSTRACT

The goal of this article was to analyse the language used by the most popular Russian media (press, television, Internet) in their description of the two biggest terrorist attacks in Russia (in Moscow and in Bieslan). Using statistical analysis, key words with highest frequencies were derived (descriptions of terrorists and the terrorist attack itself). Resulting created were large collections of lexical fields, one of which consists of interesting legal terminology. An analysis of the phrases was carried out in order to provide a fuller picture of terrorists and terrorism as presented in media commentary.

STRESZCZENIE

Celem niniejszego artykułu jest analiza języka, jakiego używały najpopularniejsze rosyjskie media (prasa, telewizja, Internet), przedstawiając dwa najgroźniejsze ataki terrorystyczne w Rosji (w Moskwie i Bieslanie). Korzystając z metod statystycznych, wyłoniono słowa-klucze o najwyższej frekwencji (nazwy odnoszące się do terrorystów i samego aktu terrorystycznego). W rezultacie utworzyły one obszerny zbiór pól leksykalnych, z których jedno stanowi interesującą nas terminologię prawniczą. Analiza poszczególnych określeń ma na celu ukazanie pełnego obrazu terroryzmu i terrorystów, jaki wyłaniał się z prezentowanych komentarzy.

Artykuł jest częścią obszerniejszej pracy (*Językowy obraz terroryzmu w rosyjskich środkach masowego przekazu*) poświęconej lingwistycznej analizie słownictwa używanego w rosyjskich środkach masowego przekazu wobec dwu – dotychczas najtragiczniejszych z uwagi na skalę i liczbę ofiar – ataków terrorystycznych w Rosji: w Moskwie w 2002 i w Biesłanie w 2004 roku. Głównym celem analizy jest zaprezentowanie językowego obrazu terroryzmu, jaki wyłaniał się z komunikatów, komentarzy i reportaży zamieszczanych w rosyjskich mediach. Na korpus tekstowy złożyły się rozmaite wypowiedzi, zróżnicowane gatunkowo, pochodzące z rosyjskiej prasy, dzienników telewizyjnych oraz portali internetowych. Materiał czerpano zarówno z popularnych dzienników: „Novaja Gazeta”, „Rossijskaja Gazeta”, „Sovetskaja Rossija”, „Komsomol’skaja Pravda”, „Izvestija”, „Kommersant”, „Trud”, jak i tygodników o najwyższym nakładzie wydawniczym: „Argumenty i Fakty”, „Moskovskie Novosti”, „Literaturnaja Gazeta” i „Rodnaja Gazeta”. Komentarze, stanowiące podstawę materiałow, pochodzą także z najczęściej odwiedzanych, czyli najpopularniejszych informacyjnych stron internetowych, m.in.: www.lenta.ru, www.strana.ru, www.smi.ru, www.km.ru, www.rian.ru oraz z programów informacyjnych kilku kompanii telewizyjnych: ORT, RTR, TNT i NTV.

Rozważania nad formami leksykalnymi używanymi w tekstach informacyjno-publicystycznych pozwalają na odszyfrowanie i językowe udokumentowanie obrazu rzeczywistości, jaki rosyjskie środki masowego przekazu podawały społeczeństwu. Należy przy tym wyraźnie podkreślić, iż zamierzeniem autorki jest wyłącznie obiektywne i rzeczowe przedstawienie materiału, dlatego wszelkie zamieszczone tu analizy lingwistyczne poprzedzają badania oparte na obliczeniach statystycznych. Z tekstów złożonych w sumie z 450 000 wyrazów wyekscerpowano, głównie za pomocą metody

frekwencyjnej, najczęstsze i zarazem najistotniejsze dla przeprowadzanych analiz słowa-klucze. Stały się one podstawą do utworzenia poszczególnych pól leksykalno-semantycznych. Najbardziej przystającą do wyjściowych analiz okazała się w tym wypadku metodologia językoznawstwa korpusowego, w obrębie której olbrzymią popularnością cieszą się takie narzędzia do weryfikacji tekstów, jak: wyszukiwanie interaktywne, listy frekwencyjne, konkordancje czy kolokacje. Poniższej przedstawiono analizę nazw używanych przez najpopularniejsze rosyjskie media wobec wspomnianych wyżej ataków terrorystycznych i samych terrorystów. Do tego, by napiętnować status przekroczenia przez zamachowców norm prawnych, dziennikarze używali między innymi specjalistycznej terminologii sądowniczej, co w efekcie wpłynęło na szybkie i dość jednostronne ukształtowanie się opinii publicznej. W swoich komentarzach media skutecznie starały się nie dostrzegać usprawiedliwień dla działań tych, którzy zaatakowali bezbronnych ludzi. W żaden sposób nie chciano dopuścić do tego, by powtarzające się w obu przypadkach wyraźne żądania terrorystów – „wyprowadzić wojska z Czeczenii i zakończyć wojnę!” – znalazły jakiegokolwiek uzasadnienie. Na skutek tego leksyka prawniczo-sądowa, wykorzystywana przez media do zobrazowania tragicznych wydarzeń oraz określenia sprawców, brzmi jak niepodlegający apelacji wyrok. I choć wiadomo, że terroryzm jest zbrodnią, którą należy potępiać, to według większości definicji różni go jednak od innych zbrodni fakt, iż beneficjent i sprawca są najczęściej dwiema zupełnie różnymi osobami¹.

W swoich komunikatach z miejsca zdarzenia na określenie tego, co się stało, media najczęściej używały ogólnego terminu *преступление* (**przestępstwo**), który według definicji oznacza „działanie społecznie niebezpieczne, łamiące obowiązujące prawo i podlegające odpowiedzialności karnej”². Gdy mówi się, że X popełnił przestępstwo, oznacza to, że X przekroczył prawo, czyli według ustalonych społecznie norm moralnych – niezależnie od motywacji – postąpił **ŹLE**. Ocena ta jest oparta na najprostszym schemacie określonym przez wartości moralne: **DOBRO** i **ZŁO**. I w większości rosyjskich środków przekazu obowiązywał taki właśnie system aksjologiczny. Jasną ocenę zawierały ponadto wszystkie przymiotniki wartościujące przestępstwo, w rodzaju: *зверское* (**bestialskie**); *бесчеловечное* (**nieludzkie**); *беспрецедентное по жестокости* (**bezprecedensowe ze względu na okrucieństwo**); *ужасное* (**straszne**): „Ci, którzy wysłali bandytów do wykonania tego strasznego przestępstwa, postawili sobie za cel napuścić na siebie nasze narody, zastraszyć obywateli Rosji”³; *чудовищное* (**potworne**): „To potworne przestępstwo, wymierzone przeciwko niewinnym dzieciom, poruszyło wszystkich bez wyjątku”⁴. Omówiony hiperonim *преступление* (**przestępstwo**) charakteryzuje się, trzeba przyznać, dość szero-

¹ Zob. L. Gusain, *Language and terrorism*, www.languageinindia.com/feb2003/languageterrorism.html.

² *Tolkovij slovar' russkogo jazyka*, red. S.I. Ożegov, N.Ju. Švedova, Moskwa 2007 (dalej: *TSRJ*). Wszystkie przytaczane w artykule cytaty są tłumaczeniami własnymi z rosyjskich oryginałów.

³ *Обращение президента Российской Федерации В.В. Путина*, „Kommersant” 2002, nr 196.

⁴ *Rossija ranena v Beslan*, „Sovetskaja Rossija” 2004, nr 117.

kim znaczeniem. Mianem takim można bowiem nazwać zarówno kradzież cukierków w sklepie, jak i napad z bronią w rękę. Dlatego węższy zakres znaczeniowy, pozostający w obrębie wspomnianego określenia, ma termin bardziej sprecyzowany, a mianowicie *преступление террористического характера* (**przestępstwo o charakterze terrorystycznym**). I do takiej kategorii należałoby prawdopodobnie zaliczyć dwa najpopularniejsze w mediach rosyjskich określenia: *акт терроризма* (**akt terroryzmu**) i *террористический акт* (**akt terrorystyczny**). Wydawać by się mogło, że są to synonimy, jednakże różnią się one w kilku zasadniczych kwestiach. Znaczący temat uważają, iż przy dokonaniu aktu terroryzmu działania są skierowane przeciwko dowolnie wybranym niewinnym ofiarom (tzw. szeroko pojętej ludności), natomiast ofiara aktu terrorystycznego jest konkretna i wyjątkowo dokładnie sprecyzowana. Akt terroryzmu zawsze jest organizowany w sposób powszechnie rozumiany jako niebezpieczny (wybuchy, podpalenia itp.), który pociąga za sobą nie tylko śmierć ofiar, ale także duże straty materialne. Akt terrorystyczny przeprowadzany jest natomiast w sposób niebezpieczny tylko dla danej osoby – tej, przeciwko której jest on wymierzony⁵.

Mimo dość wyraźnych różnic znaczeniowych pojęcia te mają jednak wiele zbliżonych (wyjątkowo negatywnych) konotacji. W rosyjskich środkach masowego przekazu zazwyczaj używano wspomnianych form wyrazowych naprzemiennie (najczęściej w skróconej, charakterystycznej dla języka rosyjskiego wersji, *теракт*) dodatkowo z określeniem miasta bądź ściślej – obiektu, w którym zajęcie miało miejsce, np.: *московский* (**moskiewski**): „Lider jednej z frakcji Dumy pospieszył się z porównaniem moskiewskiego aktu terrorystycznego z amerykańską tragedią z 11 września”⁶; *бесланский* (**biesłański**): „Biesłański akt terrorystyczny to silny impuls do obudzenia się świadomości społecznej”⁷. Czasem pojawiało się połączenie atrybutywne *столичный теракт* (**stołeczny akt**) stosowane wymiennie z *теракт в Москве* (**akt terroryzmu w Moskwie**) lub dokładniej wskazujące na miejsce – *на Дубровке* (**na Dubrowce**). Zajęcie szkoły najczęściej określano mianem *теракт в Осетии* (**akt terrorystyczny w Osetii**) lub ze względu na znaczną odległość od stolicy – *провинциальный* (**prowincjonalny**). Czasem dochodziło do swoistej „globalizacji” i wówczas był to akt terroryzmu *в России* (**w Rosji**). Aby funkcja impresywna była dla wszystkich bardziej wyrazista, prawdopodobnie należało za pomocą jasno sprecyzowanych określeń utwierdzić potencjalnego odbiorcę w przekonaniu, że czyn, jakiego dopuścili się terroryści, jest poważnym przestępstwem, które należy bez wahania potępić. Usiłowano dokonać tego poprzez dodawanie do wspomnianej formy *теракт* prostych, ale bez wątplenia pejoratywnie nacechowanych przymiotników w rodzaju: *кровавый* (**krwawy**), *ужасающий* (**przerażający**), *чудовищный* (**potworny**), *гнусный* (**nikczemny**) czy *бесчеловечный* (**nieludzki**).

⁵ Zob. V. Jemeljanov, *Terrorističeskij akt i akt terrorizma: ponjatje, sootnošenie i razgraničenie*, „Zakonnost” 2002, nr 7, s. 45–46.

⁶ *Piar vo vremja čuty*, „Argumenty i Fakty” 2002, nr 44a.

⁷ *Zdravstvuj vojna!*, „Moskovskie Novosti” 2004, nr 34.

Poza wspomnianym zestawieniem – o niezwykle wysokiej częstotliwości użycia – *террористический акт*, w rosyjskich mediach można było dostrzec jeszcze inne leksykalne kombinacje z rzeczownikiem *акт*, np.: *акт бандитизма* (**akt bandytyzmu**) czy *акт вандализма* (**akt wandalizmu**). Najbardziej wartościującymi spośród nich wydają się jednak zestawienia: *подлый акт* (**podły**) i *позорный акт* (**hańbiący**): „Gniew, oburzenie i nienawiść w odniesieniu do ludzi, którzy dopuścili się tak hańbiącego i podłego aktu wobec dzieci”⁸.

Zakres znaczeniowy nadrzędnego w tym układzie synonimicznym hiperonimu *преступление* (**przestępstwo**) zawiera w sobie również treść wyrazu *злодеяние* (**zbrodnia**), które objaśnia się inaczej jako „ciężkie przestępstwo”⁹. W związku z częstym używaniem go w rosyjskich środkach przekazu, konotacje większości społeczeństwa mogły zmierzać wyłącznie w kierunku poważnego, doskonale zaplanowanego czynu o charakterze kryminalnym. Implicytnie wartościowanie było zatem zawarte już w samym akcie nominacyjnym. Jednak określenie *злодеяние* zazwyczaj pojawiało się z dodatkowo hiperbolizującymi przymiotnikami typu: *огромное* (**ogromna**): „Dawno już wydawało mi się, że Czeceńcy szykują jakąś ogromną zbrodnię w Rosji, a dokładniej w Moskwie”¹⁰; *ужасное* (**potworna**): „Zajęcie szkoły w Osetii Północnej patriarcha nazwał potworną zbrodnią”¹¹.

W komentarzach do zaistniałych wydarzeń mass media dość dużo miejsca poświęcały także kwestii traktowania zakładników przez terrorystów. Używały do tego celu najczęściej określeń synonimicznych do wspomnianego już pojęcia *злодеяние* i nie były to bynajmniej subtelne środki perswazji pośredniej oraz sugerujące figury retoryczne, ale silnie wartościujące formy mające moc wzniecania coraz bardziej negatywnych nastrojów w zdezorientowanym i oszołomionym społeczeństwie. W grupie tego rodzaju nazw najszerszym znaczeniem charakteryzuje się leksem *зверство* (**bestialstwo**). Zazwyczaj definiuje się je jako „nieludzkie postępowanie; okrucieństwo”¹². Określenie pojawiało się w rosyjskich mediach często z wymownym przymiotnikiem *чудовищное* (**potworne bestialstwo**): „Mają rację ci, którzy przekonują, że bestialstwo terrorystów w Biesłanie jest porównywalne tylko z bestialstwem nazistów. A najgorsze jest to, że podczas dni tragedii w Biesłanie znajdowali się politycy, którzy doradzali W. Putinowi podjęcie pertraktacji z tymi, którzy zorganizowali to potworne bestialstwo”¹³. Okrutne postępowanie miało polegać na stosowaniu wobec zakładników nadludzkiej siły – stąd posądzenie o *насилие* (**przemoc**) i *трехдневное издевательство* (**trzydniowe znęcanie się**). Już sam fakt nadania takiego komunikatu miał prawo zadziałać jak dobrze zaplanowana prowokacja, której efektem perlokucyjnym, powstałym w głowach wszystkich oczekujących na swoich uwię-

⁸ www.strana.ru [01.09.2004].

⁹ *TSRJ*.

¹⁰ *Nord-Ost s Juga*, „Moskovskie Novosti” 2002, nr 42.

¹¹ ORT – Kanal Rossija [01.09.2004].

¹² *TSRJ*.

¹³ *Kogda Otečestvo v opasnosti*, „Literaturnaja Gazeta” 2004, nr 35.

zionych bliskich, mogła być jedynie niepoahamowana żądza zemsty. Do szeregu nazw, pozostających w relacji podrzędności wobec hiperonimu *злодеяние*, należą też formy określające czynności związane z pozbawieniem życia, typu *убийство* (**zabójstwo**). I choć w przypadku ataku terrorystycznego mówi się, że „zabójstwo jest **środkiem** do stworzenia sytuacji strachu i w rezultacie jedynie **sposobem** wpłynięcia na osoby trzecie”¹⁴, to aby ukazać niebywałą bezwzględność terrorystów, rosyjskie kanały informacji używały wspomnianego określenia, zestawiając je dodatkowo ze słowami wywołującymi skrajne asocjacje, np.: *зверское убийство невинных людей* (**bestialskie zabójstwo niewinnych ludzi**) *czy массовое убийство детей* (**masowe zabójstwo dzieci**). Wyrażenie *массовое убийство* (**masowe zabójstwo**) pod względem definicji leksykalnej pokrywa się całkowicie ze znaczeniem innego popularnego wyrazu *бойня* (**rzeź**): „Rzeź w Biesłanie zakończyła się po dwunastogodzinnym boju”¹⁵ – będącego skądinąd synonimem budzącego grozę wyrażenia „Noc św. Bartłomieja”¹⁶ oraz słowa *резня* (**rzeź**): „Jeśli straszna **rzeź dzieci** w Biesłanie zostanie szybko zapomniana, wszyscy w tym kraju już jesteśmy martwi”¹⁷. Na przykładzie ostatniego z podanych cytatów, a dokładniej fragmentu: „straszna rzeź dzieci” można doskonale zaobserwować jeden z niezwykle skutecznych zabiegów perswazyjnych nagminnie stosowanych przez rosyjskie media. Polegał on na zestawianiu słów niemalże przeciwstawnych, „dziwiących się” sobie nawzajem, budzących u odbiorców skrajnie różne konotacje, typu: **zawziętość i okrucieństwo** oraz **niewinność i bezbronność**. Tego rodzaju osobliwe połączenia wyrazowe najczęściej można było odnaleźć zwłaszcza w rosyjskiej prasie. Komunikaty z ich użyciem mogły wzbudzać tylko jedną reakcję ze strony społeczeństwa – uzasadnioną agresję.

Uczucie to w stosunku do ludzi, którzy odważyli się dokonać tak okrutnego czynu, podsycano dodatkowo poprzez bezpośrednie odniesienie do nich samych mniej lub bardziej negatywnie nacechowanych określeń. W tej grupie nazw wyraźnie odróżnia się od pozostałych, zwłaszcza pod względem frekwencji, rzeczownik *террористы* (**terrorysty**), potocznie definiowany jako: „uczestnicy bądź zwolennicy aktów indywidualnego terroru”¹⁸. Według ostatnich danych leksykograficznych wspomniane określenie jest, zwłaszcza w języku angielskim¹⁹, jednym z częściej wypowiedzianych słów. O porównywalnie wysokiej frekwencji użycia go w języku rosyjskich mediów świadczą niezliczone kolokacje w rodzaju: *террористы-камикадзе* (**terrorysty-ka-mikadze**), *террористы-звери* (**terrorysty-bestie**), *чеченские террористы* (**czeczeńscy terrorysty**), *террористы-бандиты* (**terrorysty-bandyci**), *одиозные террористы* (**odpychający terrorysty**), *беспринципные террористы* (**terrorysty**

¹⁴ Zob. V. Jemeljanov, *Terrorističeskij akt...*, s. 45.

¹⁵ *Образ и подобие врага*, „Novaja Gazeta” 2004, nr 66.

¹⁶ *Slovar' sinonimov*, red. Z.E. Aleksandrowa, Moskwa 1997.

¹⁷ *Peregovory s narodom*, „Novaja Gazeta” 2004, nr 67.

¹⁸ *TSRJ*.

¹⁹ *Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary*, wyd. 4, London 2003.

pozbawieni zasad), *неизвестные террористы* (**nieznani terroryści**), *террористы захватившие заложников* (**terroryści, którzy porwali zakładników**), *злые террористы* (**wściekli terroryści**), *террористы-преступники* (**terroryści-przestępcy**), *бесланские террористы* (**biesłańscy terroryści**), *террористы-смертники*²⁰ (**terroryści-samobójcy**), *озверевшие террористы* (**rozwścieczeni terroryści**) czy *террористы со взрывчаткой* (**terroryści z materiałem wybuchowym**). Jednak niezależnie od języka, w jakim słowo to występuje, w większości przypadków (*notabene* poza nielicznymi krajami, w których leksem **terrorysta** stanowi synonim bohatera i męczennika) automatycznie przywołuje ono na myśl takie zjawiska, jak: okrucieństwo, bezwzględność i żądza śmierci. Poniższe cytaty wypadają zatem traktować jako wzorcowe przykłady nakreślonego tu sposobu rozumienia omawianej formy: „Terroryści zmuszali nas do milczenia, ale my i tak szeptaaliśmy z siedzącymi obok, żeby tylko mniej myśleć o śmierci”²¹. „Szczególnie agresywnie zachowują się kobiety terrorystki”²². Uwzględniając wszystkie niezaprzeczalne fakty, należałoby jednak pamiętać, że w rzeczywistości zabijanie nie jest bynajmniej dla terrorystów celem samym w sobie. Często jest to jedynie uboczny skutek ich zamierzeń. Stosując terror i agresję, jako główne metody działania, terroryści chcą jedynie zademonstrować swoją siłę i udowodnić społeczeństwu, że są gotowi na wszystko, aby osiągnąć to, co zamierzali. Robią to jednak dopiero wówczas, gdy uznają, że żadne pokojowe rozwiązanie nie ma najmniejszych szans powodzenia²³. Ostatni z wyżej przytoczonych przykładów („Szczególnie agresywnie zachowują się kobiety-terrorystki”) nakreśla podział, jaki stosowały rosyjskie mass media ze względu na płeć napastników. I choć istotnie często pojawiało się słowo **terroryści** w trzeciej osobie liczby mnogiej, to wcale nierzadko można było dostrzec w komunikatach z miejsca wydarzeń znacząco wyodrębnione formy gramatyczne męskie i żeńskie (**terroryści i terrorystki**). Zestawienie rzeczownikowe *женщины-террористки* (**kobiety-terrorystki**) otwiera długi ciąg synonimiczny, na który składają się również takie połączenia atrybutywne, jak chociażby: *женщины-самоубийцы* (**kobiety-samobójczynie**), *женщины с поясами шахидов* (**kobiety z pasami szahidów**), *женщины-камикадзе* (**kobiety-kamikadze**), *женщины обвязанные/со взрывчаткой* (**kobiety obwiązane/z materiałem wybuchowym**), *женщины в чадрах* (**kobiety w czadrach**), *женщины в чёрном* (**kobiety w czerni**). Podczas telewizyjnych transmisji z ataków – głównie z tego moskiewskiego i nieco mniej z tego w Biesłanie – uwagę widzów przykuwały właśnie one – bardzo młode kobiety w czerni. W komentarzach podawano wówczas, że: „Kobiety-terrorystki są szczególnie agresywne”²⁴; „Kobiety-kamikadze były bardzo uparte. Uważały, że należy natychmiast wyprowa-

²⁰ Смертник – тот, кто обрекает себя на неминуемую скорую гибель.

²¹ *Вудет моџит' самых соџных*, „Argumenty i Fakty” 2002, nr 44a.

²² ORT – Kanal Rossija [23.10.2002].

²³ Zob. D. Kubacka-Jasiecka, *Psychologiczny portret terrorysty*, „Tygodnik Powszechny” 2004, nr 9, s. 257–259.

²⁴ ORT – Kanal Rossija [23.10.2002].

dzić wojska z Czeczenii. Mówiły, że wypuszczą zakładników dopiero wtedy, gdy wojska zostaną wyprowadzone”²⁵; „Jedna z szahidek cały czas siedziała z pistoletem w jednej i granatem w drugiej ręce”²⁶ itp. Upajając widzów i słuchaczy tego rodzaju sensacyjnymi komunikatami, rosyjskie media wydaje się zapomniały już o historii. O tym, że przecież niemalże swoistym „prototypem”, pierwszą terrorystką carskiej Rosji roku 1878 była właśnie młoda kobieta – Wiera Zasulicz, która dokonała przełomowego ataku, strzelając do F. Trepowa, ówczesnego gubernatora Petersburga. Najbardziej interesujący w całym tamtym zdarzeniu pozostaje fakt, że podczas procesu terrorystkę uniewinniono, co mogło zostać odczytane jako akt swoistego przyzwolenia społeczeństwa na tego rodzaju działalność²⁷.

Wraz z wydłużającym się czasem trwania „stanu oblężenia”, w kanałach informacyjnych pojawiało się coraz więcej określeń synonimicznych. O tajemniczych kobietach mówiło się coraz bardziej wymyślnie: *девушки-зомби* (**dziewczyny-zombi**), *ходящие бомбы* (**chodzące bomby**), *живые бомбы* (**żywe bomby**), *чёрные вдовы* (**czarne wdowy**), *чёрные невесты* (**czarne narzeczone**), a nawet *невесты Аллаха* (**narzeczone Allacha**). Ostatnie z określeń były bardzo prawdziwe, sięgały bowiem sedna problemu. Kobiety zrozpaczone po stracie walczących o wolność republiki mężów, braci i synów, oplakujące wykupione od rosyjskich żołnierzy szczątki bliskich, nie widząc sensu dalszego życia, postanowiły zmanifestować światu swój sprzeciw w zbiorowym akcie terroryzmu. Nie miały już nic do stracenia, bo to, co najcenniejsze, było poza nimi. Werbowali je do tego celu, dowodzący nimi, silniejsi psychicznie mężczyźni, potrzebni na wypadek, gdyby którąś z „wybranek” ogarnęła chwila zwątpienia. Wiadomo bowiem, że emocjonalna natura niektórych kobiet-terrorystek wynika z ich silnej życiowej roli. Mając już własne doświadczenie dawania życia, potrafią one – nawet ogarnięte okrutną żądzą zemsty – tak łatwo odbierać je innym. I wówczas to oni, mężczyźni, mają za zadanie wcisnąć kombinację przycisków i wysłać narzeczoną do Allacha, na wesele...²⁸

Większość dokonywanych przez rosyjskie media charakterystyk porywaczy – i to niezależnie od płci – wydaje się jednak wyraźnie przerysowana i wyolbrzymiona w stosunku do rzeczywistości (zwłaszcza jeśli chodzi o uzbrojenie czy zachowanie wobec zakładników). W niektórych relacjach dominowała tendencja do opisywania tych, którzy zaatakowali, jako ludzi na ogół łamiących zasady „normalnego zachowania”. Jednakże trzeba zdawać sobie sprawę, że przytłaczająca większość osób dokonujących podobnych zamachów w ogóle nie zdradza żadnych cech psychopatycznych ani nie jest szczególnie predysponowana do przemocy. Przeciwnie, jednostki takie najczęściej żywią głębokie przekonania dla swych idei i poglądów, a wraz z innymi dokonują pełnych przemocy aktów, gdyż wierzą w silniejszą moc wspólnej sprawy²⁹.

²⁵ ORT – Kanal Rossija [26.10.2002].

²⁶ *Specnaz šel na vernuju smert'*, „Argumenty i Fakty” 2002, nr 44a.

²⁷ Zob. L. Bazyłow, *Działalność narodziństwa rosyjskiego w latach 1878–1881*, Wrocław 1960.

²⁸ Zob. J. Jusik, *Narzeczone Allacha*, Katowice 2006, s. 140–158.

²⁹ Zob. *Encyklopedia terroryzmu*, red. B. Zasieczna, Warszawa 2004, s. 248.

Ciekawą nazwą – używaną jako synonimiczna wobec wcześniejszego określenia *террористы* (**terrorysty**) – jest rzadziej spotykana analityczna forma wyrazowa *исполнители теракта* (**wykonawcy aktu terroryzmu**). Dzięki zestawieniu przywołanej pary wyrazów bliskoznacznych został uwypuklony fakt, że słowa **terrorysty** i **wykonawcy aktu** nie zawsze nadają się do zamiennego stosowania. To z kolei potwierdza przypuszczenie, że wykonawca aktu, ten, kto planuje i ten, kto czerpie z zysku z całego przedsięwzięcia – to najczęściej różne osoby. A oto przykład, który reasumuje niejako złożoność omówionej kwestii: „Czas zacząć szukać korzeni zła nie wśród wykonawców ataków, ale wśród ich zleceniodawców”³⁰.

Kolejnym interesującym elementem niniejszych rozważań jest fakt, że rosyjskie media w przeważającej większości komentarzy konceptualizowały zamachowców jako grupę, a nie jako oddzielne jednostki. Stąd też nadzwyczaj często w reportażach z miejsca wydarzeń pojawiało się w pojęciu *группа* (**grupa**). Rzeczownik ten desygnuje zbiorowość, której członków łączy specyficzna więź (w tym przypadku jest to ugrupowanie o charakterze terrorystycznym). Do najchętniej używanych kolokacji z udziałem wspomnianego leksemu należały: *группа террористов* (**grupa terrorystów**) i *группа бойцов/борцов* (**grupa wojowników/bojowników**). To, że napastnicy byli postrzegani właśnie jako pewna wspólnota, a nie oddzielne jednostki, może ilustrować powtarzający się od czasu do czasu fragment: „Grupa terrorystów, którzy wzięli około 1000 zakładników podczas musicalu „Nord-Ost”, składa się z mężczyzn ubranych w kombinezony i kobiet, których twarze zakrywają czadory”³¹. Kolejne określenie *банда* (**banda**) budzi znacznie silniejsze konotacje przestępcze, np. *дикая банда* (**dzika banda**). Nazywa się tak bowiem grupę popełniającą na szeroką skalę czyny niezgodne z prawem, godne potępienia; *банда – преступная группа* (**grupa przestępcza**) – uzbrojona grupa ludzi, ściśle powiązanych ze sobą wspólnymi celami działalności przestępczej i stworzona specjalnie w celu dokonania jednego lub kilku napadów³². Fakt, że zamachowców postrzegano przede wszystkim jako dobrze zorganizowaną grupę kryminalną, potwierdza poniższy fragment: „Nic dziwnego, że ta banda, która opanowała teatr, potrafiła przedostać się do Moskwy”³³. Wyrażenie *бандиты* (**bandyci**), utworzone na drodze prostej derywacji od słowa *банд-а*, nieco bardziej uwydatnia cechę jednostkowości przestępców w omówionej wspólnotcie. W ten sposób podkreślono fakt, iż każdy członek tej groźnej grupy jest samodzielnym, równie jak inni niebezpiecznym przestępcą. Leksem ten używany był jednak przez rosyjskie media najczęściej w liczbie mnogiej: „Wszyscy bandyci to najwyraźniej Czeczeni wyposażeni w pistolety maszynowe”³⁴. Synonimicznym znaczeniem wydają się operować leksemu *преступники* (**przestępcy**) i *злоумышленники* (**złoczyńcy**),

³⁰ *Kto stoit za atakoj na Rossiju*, „Argumenty i Fakty” 2004, nr 36.

³¹ ORT – Kanal Rossija [23.10.2002].

³² *Bolšaja sovetskaja ěnciklopedija*, Moskwa 1978.

³³ *Rossija rasplačivaetsja za svoju lož'*, „Novaja Gazeta” 2002, nr 80.

³⁴ *Abdulla i 28 pokojnikov*, „Kommersant” 2004, nr 164.

czyli ci, którzy „czynią zło”. Na skutek ich użycia zostaje wydobyta maniera postrzegania sprawców w kategoriach niezwykle sprytniej grupy przestępczej, na co wskazuje cytat: „Jak ci złoczyńcy obwieszeni tak wielką ilością materiałów wybuchowych mogli się przedostać do budynku?”³⁵ Współcześni badacze omawianego tu kręgu zagadnień uważają, że właśnie ze względu na charakterystyczną taktykę zamachowców powstaje problem częstego utożsamiania grup terrorystycznych z grupami przestępczymi. Wskazują oni na pewne niezwykle istotne różnice w ich celach i metodach, które wyraźnie uniemożliwiają powszechne i dowolne stosowanie tych wyrażen zamiennie. W omawianej strukturze za hiponim w odniesieniu do poprzednich można uznać wyraz *напавшие* (**napastnicy**). Poprzez użycie tej formy rosyjskie środki masowej informacji wyraźnie podkreślały samą czynność nad wyraz podstępnego zaatakowania, napadnięcia na bezbronnych ludzi: „W rękach mieli oni broń i ogromne siatki. Wśród napastników były również kobiety”³⁶. Podobnymi konotacjami charakteryzuje się bardzo często używane w mediach określenie *захватчики* (**ci, którzy wzięli zakładników**) rozumiane jako grupa niespodziewanie pozbawiająca bezbronnych ludzi wolności i przetrzymująca ich, w zamian za wypełnienie żądań: „Jeden z uwolnionych mówi, że ci, którzy wzięli zakładników, żądają zakończenia wojny w Czeczenii”³⁷. Ów wspomniany element przetrzymywania niewinnych ludzi to, poza kidnappingiem, jeden z wyraźniejszych wyznaczników działania terrorystycznej grupy przestępczej. Ostatnie z określeń w niniejszym układzie wyrazów bliskoznacznych pozostaje, podobnie jak dwa już uprzednio omówione, w relacji podrzędnej wobec hiperonimu *преступники* (**przestępcy**). Sprawcy ataku bywali bowiem nazywani również *убийцы* (**zabójcy**), a w kontekście Biesłanu nawet *детоубийцы* (**dzieciobójcy**). Użycie tego określenia uwypukla popełnienie najcięższego przestępstwa wobec najbardziej bezbronnych – dzieci: „Dzieciobójcy! Dlaczego ukrywacie swoje twarze pod maską?”³⁸.

W celu uzupełnienia obrazu przedstawianego przez rosyjskie środki masowego przekazu przeprowadzono również weryfikację epitetów dodatkowo charakteryzujących terrorystów. Nie było zaskoczeniem, gdy po wnikliwej analizie okazało się, iż do opisu tych, którzy wzięli zakładników, media używały wyłącznie negatywnie kojarzących się przymiotników konotujących: 1) odhumanizowanie i nikiemność: *отвратительный* (**wstrętny**), *ужасный* (**okropny**), *жестокий* (**okrutny**), *зверский* (**bestialski**), *вооруженный* (**uzbrojony**), *кровавый* (**krwawy**), *бандитский* (**bandycki**), *боевой* (**bojowy**), *преступный* (**zbrodniczy**); 2) wszystko, co obce i nieswoje: *чужой* (**cudzy**), *незнакомый* (**nieznajomy**), *подозрительный* (**podejrzany**), *странный* (**dziwny**), *бородатый* (**brodaty**); 3) niebezpieczną siłę i energię: *бодрый* (**rzeński**), *сильный* (**silny**), *молодой* (**młody**). Przymiotnikiem szczególnym, bo

³⁵ www.strana.ru [25.10.2002].

³⁶ *Złoty urok*, „Rossijskaja Gazeta” 2004, nr 3567.

³⁷ ORT – Kanal Rossija [23.10.2002].

³⁸ *Glazami pawszego rebenka*, „Sovetskaja Rossija” 2004, nr 117.

o najwyższej frekwencji użycia wśród wyłonionych, był epitet *чеченский* (**czeczeński**), który na skutek konsekwentnego zestawiania go przez media ze słowem **terrorysta** zupełnie zmienił swoje znaczenie oraz ładunek emocjonalny. I nic w tym dziwnego, gdyż nie od dziś wiadomo, jak ogromny wpływ mają środki informacji na proces kształtowania opinii publicznej.

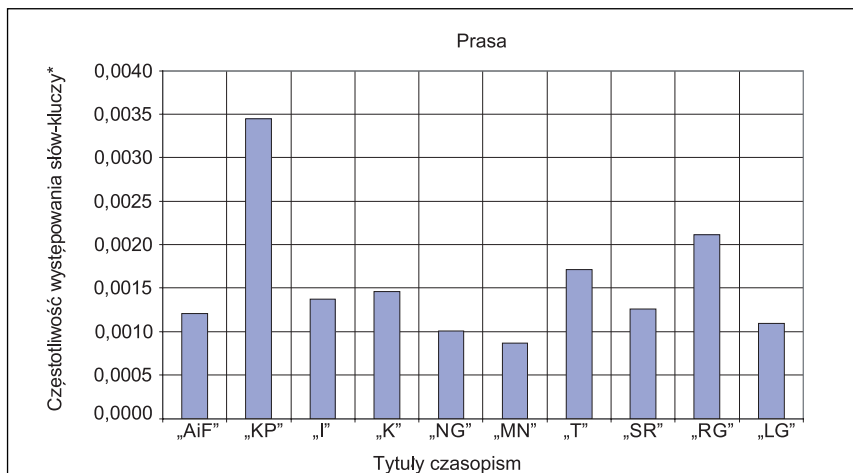
W przedstawionej krótkiej analizie zaprezentowano zaledwie mały fragment językowego obrazu ataku terrorystycznego, jaki wyłaniał się z leksyki używanej przez rosyjskie media do opisu tragicznych wydarzeń z Dubrowki i Biesłanu. Jednym z celów niniejszego artykułu było wykazanie, ale przede wszystkim udokumentowanie jedynie subiektywnie odczuwalnego faktu, iż znacząca większość określeń stosowanych przez środki masowego przekazu była wyraźnie zabarwiona emocjonalnie. Perswazja pośrednia, widoczna zwłaszcza w precyzyjnie dobranych zwrotach, przeplata się w analizowanych komunikatach ze środkami perswazji bezpośredniej, wyrażanej zazwyczaj za pomocą jaskrawo wartościujących epitetów. Z analiz statystycznych tych ostatnich wynika, iż określeń charakteryzujących zamachowców było w badanym korpusie tekstowym bardzo wiele; zdecydowanie więcej niż chociażby tych, które służyły do opisu osób poszkodowanych w wyniku ataku. Mowa tu, *notabene*, o określeniach powszechnie wywołujących skrajnie negatywne odczucia. Zestawiając neutralne rzeczowniki z ujemnie nacechowanymi przymiotnikami, media postępowywały zgodnie z wiecznie żywą zasadą propagandy. Głosi ona mianowicie, że aby wpoić dowolnej społeczności obraz zakładanego „wroga”, nieodzowne staje się permanentne umieszczanie jego nazwy bądź imienia w sąsiedztwie kontekstu słownego budzącego wyjątkowo niedobre emocje³⁹. Na skutek konsekwentnego używania przez media tego rodzaju chwytu po pewnym czasie społeczeństwo – niezależnie od jego rzeczywistych przekonań bądź ich całkowitego braku – zaczyna powielać „odpowiednie” wzorce (efekt tzw. spirali milczenia). Dokładnie tak stało się z określeniem *чеченские террористы* (**czeczeńscy terroryści**), które właśnie dzięki wspomnianemu zabiegowi medialnemu jeszcze długo w języku będzie funkcjonować wyłącznie w przywołanej konfiguracji (jeśli terroryści – to tylko czeczeńscy). Na podobnej zasadzie powstała we współczesnym języku rosyjskim nowa para synonimów *Чеченцы* (**Czeczeni**) i *террористы* (**terroryści**), potwierdzająca dość popularne swego czasu wśród Rosjan hasło: „Każdy Czeczeniec to terrorysta”.

Pogłębione analizy kolejnych określeń służących do opisu ataku terrorystycznego bądź jego wykonawców coraz bardziej utwierdzały autorkę w przekonaniu, że na skutek ciągłego używania tychże wyrazów ukonstytuował się pewien swoisty leksykon. Słownik ten, służący mediom do opisu wspomnianego zjawiska, obejmuje zaledwie

³⁹ Chodzi tu o charakterystyczny dla propagandy zabieg określany mianem „doczepiania epitetów”, polegający na pomniejszaniu czyjejs wartości poprzez bezzasadne dodawanie do jego opisu negatywnych i złośliwych elementów.

kilkadziesiąt regularnie powtarzających się określeń (w tym m.in. zaprezentowana tu leksyka prawno-sądownicza). Hasła te są ważnym wyznacznikiem dla całości badań opisu aktu terroryzmu i za ich pomocą możliwe staje się uchwycenie ogólnej tendencji dominującej w rosyjskich mediach. W tym celu przeprowadzono – oddzielną dla każdego środka informacji – analizę częstotliwości występowania kilku wybranych haseł (należących do wspomnianego leksykonu). Rezultaty kolejnych prób ilościowych pokazały, iż najsurowiej opisywały atak oraz jego sprawców „Komsomol’skaja Pravda” oraz „Rossiskaja Gazeta”. Zaraz po nich, na trzecim miejscu pod względem intensywności użycia wyrażen pejoratywnych, uplasował się dziennik „Trud”. W umiarkowanym paśmie krytyki znalazły się kolejno tytuły: „Kommersant”, „Izvestija”, a także „Argumenty i Fakty”. Najbardziej powściągliwie, jak wynika z obliczeń, wyrażały się na temat aktów terroryzmu i ich wykonawców (w porządku malejącym): „Literaturnaja Gazeta”, „Novaja Gazeta” oraz „Moskovskie Novosti”. Omówioną sytuację przedstawia wykres zamieszczony na rysunku 1.

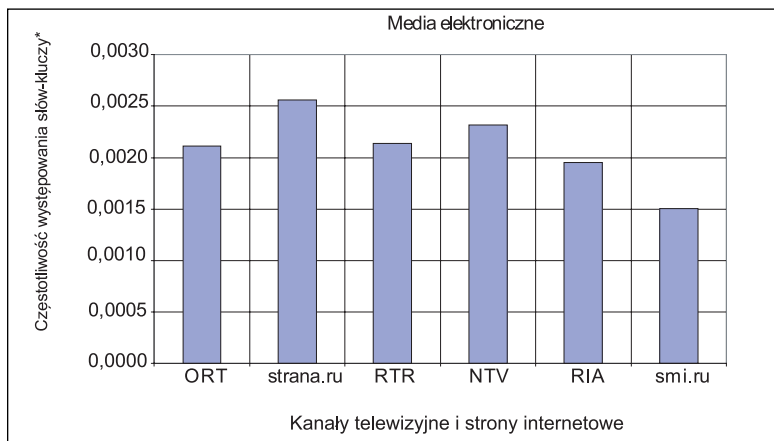
Rysunek 1. Częstotliwość pejoratywnych określeń użytych do opisu zjawiska aktu terroryzmu przez poszczególne dzienniki i tygodniki



* Odpowiednio do całkowitej liczby wyrazów w każdym pojedynczym zbiorze tekstów.

W przypadku mediów elektronicznych (zarówno przekazów telewizyjnych, jak i komentarzy internetowych) tendencja do krytycznego i agresywnego opisu zjawiska była bardziej ujednoczona. Nieznacznie wyróżniały się wśród nich portal internetowy www.strana.ru oraz uważana za dość liberalną stacja NTV. Nieco mniej negatywnie nacechowanych form leksykalnych w swoich komunikatach miały kanały ORT i RTR, a najbardziej stonowane były natomiast relacje agencji informacyjnej RIA Novosti oraz informacje podawane na stronie www.smi.ru. Nakreślona sytuację w mediach elektronicznych prezentuje wykres zamieszczony na rysunku 2.

Rysunek 2. Częstotliwość pejoratywnych określeń użytych do opisu zjawiska aktu terroryzmu przez poszczególne kanały telewizyjne oraz portale internetowe



* Odpowiednio do całkowitej liczby wyrazów w każdym pojedynczym zbiorze tekstów.

Podsumowując powyższe rozważania, można z pewnością stwierdzić, że do owej wyrazistości obrazu, przedstawianego w rosyjskich mediach, przyczyniły się głównie użyte w tekstach rzeczowniki oraz przymiotniki. Posłużyły one do swoistej demonizacji i dehumanizacji tych, którzy wzięli zakładników. Celem zastosowania przez media do opisu zaistniałych zdarzeń m.in. omówionej tu terminologii prawniczej było społeczne osądzenie zbrodniarzy, oficjalne potępienie oraz napiętnowanie ich czynów. Nazwy stosowane do określenia samych sprawców, dzięki wspomnianym odpowiednio dobranym słowom, mogły tylko upewnić jeszcze nie do końca przekonanych, że ci, którzy wzięli zakładników, nie byli ludźmi, ale zdegenerowanymi kreaturami stworzonymi jedynie do zabijania. Aby w głowach przysięgłych, którymi nieformalnie ustanowiono czytelników i słuchaczy, nie pojawiały się wątpliwości co do istnienia tzw. okoliczności łagodzących, środki masowego przekazu stosowały niezwykle wyrafinowane eksplicytne i implicytne sposoby wartościowania. Te, w rezultacie, mogły się przyczynić jedynie do powstania w świadomości odbiorców obrazu niezwykle niebezpiecznej grupy przestępczej, stosującej okrutne metody i tortury nawet wobec najbardziej bezbronnych, czyli dzieci. Jednym z popularniejszych i zapewne bardziej skutecznych pod względem perswazyjnym zabiegów retorycznych było zestawianie ze sobą wyrazów o zupełnie przeciwstawnych konotacjach. Wydaje się, że dzięki takim chwytom, jakie przykładowo zaprezentowano w powyższych rozważaniach, wcale nietrudno było zintensyfikować uczucie nienawiści oraz wrogości wobec tych, którzy zajęli najpierw teatr, a dwa lata później szkołę. Po medialnych komentarzach z użyciem chociażby tylko omówionej tu leksyki prawniczej niewiele już, jak się wydaje, próbowało szukać jakiegokolwiek usprawiedliwienia, które zmniejszałoby surowy wyrok społeczny.

JAN MAREK KOCHAŃSKI

Modern fishing press in Poland | Współczesna prasa wędkarska w Polsce

KEY WORDS

fishing, editorial teams, chief editors, associates, programme line, fishing knowledge, factual errors, ownership conditions

SŁOWA KLUCZOWE

wędkarstwo, zespoły redakcyjne, redaktorzy naczelni, współpracownicy, linia programowa, wiedza wędkarska, błędy merytoryczne, uwarunkowania właścicielskie

ABSTRACT

This article discusses 15 fishing magazines of national scope. It characterizes their content and ways of achieving their publicist goals. Following is an analysis of their fate on the press market as well as discussion of the probable reasons for their success or failure on the market. In the article lists are all chief editors and editorial teams which created the magazines including the time periods of their work. Moreover, discussed is the role of the editorial teams and their influence on the fishing content level presented in each magazine. The article particularly focuses on the errors made and lack of, not just fishing, knowledge presented. This, in turn, influences the consciousness, abilities, mentality and fishing ethics of the average reader, the fisherman. In this area, the Polish press has got a lot to improve as for generations it has been impoverished in the name of ideology and deprived of elites and intellectual motivation.

STRESZCZENIE

W niniejszym tekście krótko omówiono 15 tytułów prasy wędkarskiej o zasięgu krajowym, charakteryzując ich założenia programowe i sposoby osiągnięcia celów publicystycznych, ich losy na rynku prasowym, prawdopodobne przyczyny niepowodzeń i sukcesów. Wymieniono wszystkich redaktorów naczelnych, którzy tworzyli te czasopisma, i okresy ich pracy. Przedstawiono role zespołów redakcyjnych i współpracowników poszczególnych tytułów i ich wpływ na poziom wiedzy wędkarskiej prezentowany w konkretnej gazecie. Wykazano spektakularne błędy i brak wiedzy nie tylko wędkarskiej. Ma to bowiem istotny wpływ na stan świadomości, umiejętności, mentalności i etyki wędkarskiej przeciętnego czytelnika, czyli wędkarza. A na tym polu prasa wędkarska ma wiele do odrobienia, gdyż polskie wędkarstwo przez całe dziesięciolecie pauperyzowano w myśl ideologii, pozbawiając je elit i intelektualnych motywacji.

W przypadku czasopisma hobbystycznego, skierowanego do grupy ludzi zainteresowanych określoną problematyką, liczy się przede wszystkim jego wysoki poziom merytoryczny. Jest to jeden z podstawowych warunków przetrwania periodyku na konkurencyjnym rynku, nasyconym różnymi tytułami z tej samej kategorii. Wiarygodność pisma, jego pozycja na rynku prasowym oraz istotny udział w rynku reklam są wprost proporcjonalne do poziomu wiedzy prezentowanej na jego łamach¹.

Do 1989 r. w Polsce było wydawane tylko jedno czasopismo wędkarskie. Poczynając od roku 1990 pojawiło się na rynku łącznie 15 periodyków. Dziewięć z nich nie sprostało jednak wymaganiom rynku prasowego, a pozostałe są nadal wydawane. W tym z konieczności krótkim tekście jedynie zasygnalizuję losy poszczególnych tytułów, nie analizując czynników, które zadecydowały o przetrwaniu lub likwidacji poszczególnych pism (np. umiejętności warsztatowych dziennikarzy, doświadczeń wydawców).

Czasopisma już nieistniejące

„WĘDKARZ”: dwutygodnik, wydawany od kwietnia 1990 do grudnia 1991 roku. Razem ukazało się 49 numerów, w tym 44 edycji „Wędkarza” i 5 dodatków „Wędkarz – Vademecum”. Jedynie 12 ostatnich numerów wydano w kolorze, natomiast pozo-

¹ Autor jest znawcą problematyki wędkarstwa i kolekcjonerem wydawnictw z tej dziedziny, w tym także prasy wędkarskiej. W swoich zbiorach ma ponad 5 tys. różnych książek i opracowań, w tym blisko 2,6 tys. pozycji polskojęzycznych wydanych od połowy XVI w. do dziś. Jest autorem publikacji *Wędkarstwo po polsku. Katalog literatury wędkarskiej (w latach 1549–2005). Poradnik kolekcjonera*, wyd. 4, Warszawa 2006, zawierającej opis blisko 2,6 tys. pozycji bibliograficznych, w tym 46 tytułów prasowych adresowanych do wędkarzy i 27 tytułów pism organizacji wędkarskich.

stałe (i dodatki) wydrukowano na zwykłym gazetowym papierze i to marnej jakości. Wydawcą był najpierw Dom Słowa Polskiego, a potem „Unia-Press” z Warszawy. Redaktorem naczelnym i tak naprawdę jedynym członkiem zespołu redakcyjnego był Witold Kopczyński, poprzednio związany z „Wiadomościami Wędkarskimi”. Niestety, wydawca, nie mając pojęcia o branży, pozwolił na jednoosobowe, samodzielne tworzenie pisma. Wiedzy i doświadczenia starczyło naczelnemu aż na 49 numerów, co jest znacznym osiągnięciem i bardzo pozytywnie o nim świadczy. Ale fakty były nieubłagane. Nie ma wędkarza, który znałby się na wszystkich aspektach wiedzy wędkarskiej i potrafił nieustannie redagować pismo dla dość wąskiej grupy czytelników. Dużym atutem tego pisma było wzorowanie się na formule francuskiej prasy wędkarskiej. Można było natomiast zauważyć, że red. Kopczyński nie znał się na sprzęcie wędkarskim. Z punktu widzenia tworzącego się w tym czasie polskiego rynku sprzętu wędkarskiego i łaknącego informacji na ten temat ogółu wędkarzy, ten „grzech niewiedzy” zupełnie wykluczał istnienie takiego pisma.

„WĘDKARSTWO MUCHOWE”: ukazały się jedynie dwa numery tego interesującego czasopisma. Pierwszy datowany na lipiec–sierpień oraz drugi wrzesień–listopad 1992 r. Wydawcą było Przedsiębiorstwo Wielobranżowe „Berta” s.c. z Warszawy, a redaktorem naczelnym Wojciech Adamczyk. Poziom merytoryczny pierwszych numerów dobrze wróżył, ale okazało się, że przy niewielkiej wówczas w Polsce liczbie potencjalnych czytelników, czyli wędkarzy muchowych, oraz braku promocji i reklamy pisma, nie było żadnych szans na przetrwanie tego specjalistycznego tytułu.

„ESOX”, następnie „WĘDKARSTWO – ESOX” wraz z dodatkami: „Sekrety Wędkarstwa”, „Spinning Expert” i „Wędkarstwo Nowoczesne” to tytuły związane z niemieckim „Blinkerem” (którego mutacje są wydawane w kilku krajach europejskich) oraz z polskim dystrybutorem sprzętu wędkarskiego – nieistniejącą już dziś firmą Silstar. W sumie wydano 89 numerów, w tym: 33 – „Esox” (od kwietnia 1992 r. do grudnia 1994 r.), 48 – „Wędkarstwo – Esox” (od stycznia 1995 r. do grudnia 1998 r.), 5 – „Sekrety Wędkarstwa” (2 w 1997 r. i 3 w 1998 r.), 2 – „Spinning Expert” (w 1997 r.) i 1 – „Wędkarstwo Nowoczesne” (w 1999 r.). Należy dodać, że w 1992 r. były to jedynie przedruki z czasopisma „Blinker”. Redaktorem naczelnym przez pierwszych 6 miesięcy był bardzo znany publicysta wędkarski Marian Paruzel. Po jego odejściu pismo redagowali Maciej Ogrodzki i Jacek Wagner, następnie – od stycznia 1995 r. do października 1996 r. – sam Maciej Ogrodzki, a od listopada 1996 r. do ostatniego numeru redaktorem naczelnym był Paweł Mirecki. Niski poziom merytoryczny przedruków i brak doświadczenia oraz kłopoty dystrybutora sprzętu firmy Silstar w Europie spowodowały znaczny spadek zainteresowania pismem i coraz mniejszą jego sprzedaż. „Spinning Expert” okazał się zaledwie gazetką dla początkujących, a pozostałe mutacje próbowały przekazywać elementarną wiedzę zaczerpniętą z angielskiego rynku prasowego, co nie znalazło akceptacji czytelników.

„MAGAZYN WĘDKARSKI”: pierwszy numer ukazał się w styczniu 1995 r. Miał to być kwartalnik, ale do końca roku wydano 5 numerów. W 1996 r. był to dwumie-

siężnik, a od 1997 r. do końca lipca 2002 r. – miesięcznik. Początkowo było to regionalne pismo Zarządu Okręgu Polskiego Związku Wędkarskiego w Katowicach, ale później próbowano je sprzedawać na terenie całego kraju. Zamieszczane w nim artykuły dotyczyły głównie spraw wędkarskich z terenu południowej Polski. Od stycznia 2001 r., po odejściu twórcy i pierwszego redaktora naczelnego Pawła Lesika, jego następcą został Tomasz Krzyszczyk. Łącznie ukazało się 78 numerów. Tytuł nigdy nie wyróżniał się wysokim poziomem wiedzy wędkarskiej, chociaż na pewno pełnił integracyjną rolę w środowisku wędkarzy południowych regionów naszego kraju. Red. Krzyszczyk próbował zmienić profil pisma na ogólnopolski, ale jednocześnie zaniedbał współpracę z regionalnymi „filarami” i upadek był tylko kwestią czasu. Poziom wiedzy prezentowanej przez ten tytuł w nowej formule był coraz słabszy, przez co straciła ona część swych dotychczasowych wiernych czytelników.

„ŚWIAT SPINNINGU”: miesięcznik wydawany od stycznia 1997 r. do czerwca 1999 r. W sumie ukazało się 30 numerów. Jego wydawcą i właścicielem była firma „Design”, która odegrała ważną rolę w tworzeniu polskiego rynku sprzętu wędkarskiego po 1989 r. Szybko rozwijająca się metoda spinningowa i duża jej popularność wśród polskich wędkarzy tworzyły sprzyjające okoliczności do powstania pierwszego w Polsce pisma zajmującego się wyłącznie tą metodą połowu. Należy dodać, że były to także pierwsze na świecie pismo wędkarskie o tym profilu tematycznym. Początki były bardzo obiecujące. Niestety, entuzjazm i profesjonalizm dwuosobowego zespołu – Jacka Józwiaka (poprzednio pracującego w redakcji „Wiadomości Wędkarskich”) i Marka Szymańskiego (klasowego wędkarza) – nie wystarczyły. Spinningowanie okazało się bardzo specyficzną dziedziną wymagającą wszechstronnej wiedzy wielu partnerów, a ci nie zawsze byli zainteresowani współpracą z pismem. Powodem bywał często fakt związania się z konkurencyjnymi firmami czy pismami. Wydawca czasopisma nie korzystał niestety z opinii niezależnych ekspertów, których obiektywna wiedza nie zawsze szła w parze z jego interesem. Dotyczyło to także wiedzy i preferencji wędkarskich drugiego redaktora naczelnego – Jacka Kolendowicza (od numeru 11/1997). W ten sposób zablokowano możliwość dalszego istnienia pisma, nie wykorzystując wszystkich szans. Szkoda, bo mogła to być kultowy tytuł polskich spinningistów.

„WĘDKARSKA PANORAMA”: wydano tylko 6 numerów (od czerwca do listopada 1998 r.). Właścicielom i wydawcy – firmie Abramis, jednemu z największych polskich dystrybutorów sprzętu wędkarskiego działającym w Europie – zabrakło konsekwencji w finansowaniu pisma. Zabrakło także choćby próby związania z firmą Abramis członków redakcji. Nic więc dziwnego, że czasopismo istniało krótko, głównie z powodu braku możliwości zbudowania profesjonalnego zespołu redakcyjnego gwarantującego prawidłowy poziom merytoryczny tego tytułu. Dla przykładu: na kilka ogłoszeń prasowych zgłosiło się 32 dziennikarzy chętnych do podjęcia pracy w „Wędkarskiej Panoramie”, ale tylko jeden kandydat potrafił napisać skromniutki tekst o wędkarstwie, a właściwie reportaż z wycieczki wędkarskiej. Problemy ze

skompletowaniem profesjonalnego zespołu szybko dały znać o sobie i właściciele – będąc znakomitymi wędkarzami – już po trzecim numerze zdali sobie sprawę z bezsensowności dalszych poczynań. Brałem udział w początkowej fazie tworzenia pisma, próbując określić jego linię programową i stworzyć zespół redakcyjny. Po mojej rezygnacji, jeszcze przed ukazaniem się pierwszego numeru, kierowanie bardzo małym zespołem przejął Andrzej Zieliński.

„PRZEWODNIK WĘDKARSKI”: ukazywał się w formie cotygodniowego zeszytu do kompletowania w specjalnych segregatorach. Wydawanie rozpoczęło we wrześniu 1998 r. i do końca grudnia wydano 16 zeszytów. W roku 1999 ukazały się zeszyty od nru 17 do 68, a w roku 2000 – od nru 69 do 120. Wydawcą była spółka z o.o. Egalimoss z siedzibą we Wrocławiu, a redaktorami prowadzącymi: Wojciech Król (nr 1), Jacek Stępień (nry 2–36), Leszek Karnas i Jacek Stępień (nry od 37 do ostatniego 120). Można mieć wątpliwości, czy było to naprawdę pismo wędkarskie. W poszczególnych zeszytach publikowano głównie teksty drukowane wcześniej w prasie zagranicznej, dodając nieliczne teksty polskich autorów. Wartość tych przedruków była niewielka, zwłaszcza że wiedza w nich zawarta pochodziła z przełomu lat 70. i 80. Najciekawszymi tekstami były opisy polskich łowisk wędkarskich.

„SPINNINGISTA”: ukazał się tylko nr 1 datowany na styczeń 2005 r. Wydawcą była spółka z o.o. Mak-7. Redagowali: A. Łapicki, M. Golański i K. Szymański. Była to próba całkowicie nieudana, rażąca powierzchownością wiedzy i sądów. Kryptoreklamowe teksty i brak podstawowej wiedzy o sprzęcie wędkarskim zrażały czytelnika. Pismo usiłowano sprzedawać jedynie w sklepach wędkarskich, co także ograniczyło szanse na jego przetrwanie.

„MATCH FISHING.PL – SPŁAWIK & FEEDER”: w 2005 r. ukazały się jedynie dwa numery tego kwartalnika. Jego wydawcą było Centrum Promocji Wędkarstwa Karpiego w Koszalinie, a redaktorem naczelnym Józef Wróblewski – bardzo dobry wędkarz i naprawdę jeden z najlepiej piszących autorów o wędkarstwie spławikowym i gruntowym. Niestety, wydawca i redaktor naczelny popełnili błąd, ograniczając tematykę i linię programową pisma do swoich wyobrażeń o tej odmianie wędkarstwa. Adresowali ją bowiem tylko do specjalistów o wysokich umiejętnościach, przeznaczając na teksty około 50% powierzchni pisma. Niestety, pozostałe miejsce zajęły reklamy. Biorąc pod uwagę, że absolutna większość specjalistów w polskim wędkarstwie była związana z dystrybucją sprzętu wędkarskiego, szybko okazało się, że interesy twórców tytułu nie były zbieżne z potrzebami większości z nich. A zwykły, tzw. niedzielny wędkarz spławikowy czy posługujący się feederem nie był adresatem treści tam zawartych. Zupełnie zaniechano też działań promocyjnych. Nie było więc szans na przetrwanie pisma.

Czasopisma aktualnie wydawane

„WIADOMOŚCI WĘDKARSKIE”: pismo istnieje od stycznia 1936 r. W 1936 r. było dwumiesięcznikiem (wydano 6 numerów), od stycznia 1937 r. – jest miesięczni-

kiem. Do sierpnia 1939 r. wydano 38 numerów. Wybuch II wojny światowej spowodował przerwę, która trwała do marca 1948 r. W drugim etapie historii pisma, tj. do kwietnia 1951 r., wydano także 38 numerów, ale w tym wiele podwójnych. Kolejna przerwa trwała ponad cztery lata i dopiero w listopadzie 1955 r. pismo wznowiono, wydając nr 77. Od tej pory „Wiadomości Wędkarskie” ukazują się nieprzerwanie. Do końca 2008 r. wydano łącznie 714 numerów, a właściwie o jeden więcej, datowany na 24–25 kwietnia 1965 r., nienumerowany i niewymieniany w żadnych statystykach, a wydany z okazji XVI Zjazdu PZW. Należy dodać, że redakcja „Wiadomości Wędkarskich” wydała także 4 numery kwartalnika „Vademecum Wędkarza” (na przełomie lat 1986 i 1987), 2 numery kwartalnika „Wiadomości Karpiove” (w 1998 r.) oraz 10 numerów przewodnika „Polskie Wędkarskie Eldorado” (w latach 1999–2008, po jednym rocznie). Publikowano także broszury tematyczne, np. *Na tropach okazów*, *Wykaz Wód Państwowych Gospodarstw Rybackich* oraz w seriach: Biblioteczka Wędkarza, Na Ryby. Razem w latach 1972–1997 wydano 29 tych broszur, głównie jako dodatki płatne (tylko jeden był bezpłatny).

Pismem kierowali następujący redaktorzy naczelni: w latach 1936–1937 Stanisław Koszutowski (poprzednio pracownik „Przeglądu Rybackiego”), w latach 1937–1951 Józef Wyganowski, w roku 1955 zespół w składzie: Edward Wierzchoń, Henryk Czapllicki i Anatoliusz Żdanko, a w latach 1956–1964 Edward Wierzchoń – wiceprezes PZW oraz twórca i przewodniczący Stałego Komitetu ds. Prasy Wędkarskiej w Międzynarodowej Federacji Wędkarstwa Sportowego CIPS (w latach 1960–1962). Za jego czasów miesięcznik był prawdziwym, wysokiej klasy periodykiem wędkarskim, podziwianym także na świecie za wyjątkowy poziom wiedzy wędkarskiej i atrakcyjność informacji. Jeśli uświadomimy sobie ówczesne ograniczenia natury politycznej, to ten podziw jeszcze bardziej mu się należy. W roku 1964 redaktorem naczelnym został Alojzy Marchewicz. Kierował redakcją pisma do 1973 r., próbując korzystać z wzorca swego poprzednika. Niestety, w tym okresie tytuł coraz bardziej tracił na poziomie merytorycznym. Kolejnym redaktorem naczelnym w latach 1973–1980 był Jerzy Komar, który zwracał szczególną uwagę na poprawność językową. Wprowadził wiele atrakcyjnych tematów o znaczeniu kulturowym i etycznym, np. dotyczących historii wędkarstwa, światowej literatury wędkarskiej i wiedzy z różnych dziedzin życia przydatnej wędkarstwu. W latach 1980–1983 redakcją kierował Stanisław Stupkiewicz, autor książki *Wędkarstwo nowoczesne* i kilku broszur tematycznych. Sylwester Bajor, będący redaktorem naczelnym w okresie 1983–1987, spowodował regularne wydawanie dodatków tematycznych. W latach 1987–1996 pismem kierował Marek Trojanowski. Okres ten charakteryzował się z jednej strony całą gamą wydarzeń pozytywnych, np. regularnym wydawaniem dodatków, rozwojem czasopisma, a z drugiej – wieloma zaniedbaniami poszczególnych tematów dotyczących kultury wędkarskiej i totalną kryptoreklamą. Przez kilka miesięcy w 1996 r. pismem kierował Witold Kopczyński, a następnie na krótko na stanowisko redaktora naczelnego powrócił Jerzy Komar. We wrześniu 1998 r. funkcję tę objął Andrzej Zawisza, który kieruje redakcją „Wiadomości Wędkarskich” do dzisiaj.

Członkowie zmieniających się zespołów redakcyjnych tego bardzo zasłużonego dla polskiego wędkarstwa pisma nie zawsze posiadali odpowiednią wiedzę wędkarską, ale stali współpracownicy, wymieniani w stopkach redakcyjnych, zawsze prezentowali bardzo wysoki poziom merytoryczny i to oni tak naprawdę stanowili i nadal stanowią największą wartość w ponad 70-letniej historii czasopisma. Można śmiało powiedzieć, że ratowali, ratują i pewnie będą ratować ten tytuł przed upadkiem. To właśnie z tej grupy wywodzą się ludzie tworzący kilka wydawanych obecnie pism oraz autorzy podręczników, poradników i przewodników wędkarskich. Jednym słowem – znaczna część elity intelektualnej polskiego wędkarstwa ma swoje korzenie w „WW”. Obecnie jest bardzo podobnie. Zespół redakcyjny stanowi jedynie tło dla całej grupy wybitnych współpracowników, których wiedza i talent chronią to wydawnictwo od ni jakości i marazmu. Dochodzi jednak do kuriozalnych sytuacji świadczących o braku wiedzy na temat historii wędkarstwa, ba – nawet historii własnej gazety. Najlepiej ilustrują ten fakt problemy z ustaleniem daty własnego jubileuszu 70-lecia i niezauważenie siedemsetnego (700!!!) numeru tego najstarszego na świecie ogólnowędkarskiego pisma jednego wydawcy – Związku Sportowych Towarzystw Wędkarskich i powołanego na jego miejsce w 1950 r. Polskiego Związku Wędkarskiego. Szkoda, że nie wykorzystano tego jubileuszu do promowania miesięcznika.

„WĘDKARZ POLSKI”: pismo ukazuje się od grudnia 1990 r. Do końca 2008 r. wydano 214 numerów. Główną podporą i siłą merytoryczną jest redaktor naczelny, wydawca i właściciel – Wiesław Dębicki. Inspirując się wiedzą często przypadkowych osób, potrafił pobić rekord w zakresie czasu kierowania pismem (18 lat!) i liczby wydanych numerów (214). Rola stałych współpracowników, od czasów gdy rozwój tego tytułu budził zawiść konkurentów, jest stale marginalizowana i obecnie, poza prof. Wojciechem Radeckim, stanowią oni jedynie ornament i swoiste alibi dla publicystycznych zapędów pisma. Nie publikuje ono prawie w ogóle artykułów, których autorami są członkowie jego zespołu redakcyjnego. Wprawdzie jest ono nadal ciekawe pod względem tematycznym, ale coraz częściej zdarzają się też teksty niedopracowane, a strona faktograficzna sprawia wrażenie tendencyjności. Bardzo dobrym pomysłem na praktyczne wykorzystanie pisma jest np. publikowanie wykazu tekstów opisujących łowiska wędkarskie.

„PSTRĄG & LIPIEŃ”: pismo typu „newsletter”. Ukazuje się od maja 1993 r. i do końca 2008 r. wydano 38 numerów. Wydawcą i autorem niepodpisanych artykułów jest dr Stanisław Cios. Pozostali autorzy również swoje teksty traktują jako wkład w rozwój kultury wędkarskiej w Polsce. Czasopismo jest bezpłatne. Można je otrzymać drogą pocztową po uprzednim przekazaniu znaczków o wartości 4 złotych. Periodyk w całości jest poświęcony wędkarstwu muchowemu i rybom łososiowatym. Zawiera kapitalne wiadomości o historii wędkarstwa muchowego na świecie i w kraju oraz omawia prawie wszystkie wydarzenia i tematy istotne dla muszkarzy. Nie znalazłem ani jednego błędu merytorycznego w tym piśmku, zapewne dlatego, że Stanisław Cios to człowiek o najwyższym poziomie wiedzy na temat rybactwa i wędkarstwa

oraz ich historii. Świadczy o tym najlepiej wydana w 2007 r. przez Instytut Rybactwa Śródlądowego jego książka *Ryby w życiu Polaków od X do XIX w.*

„WĘDKARSKI ŚWIAT”: pismo ukazuje się od stycznia 1996 r. i do końca 2008 r. wydano 156 numerów oraz dwie edycje przewodnika: *Najlepsze łowiska Europy* (z filmem na DVD) w serii Wędkarski Świat Plus. Początkowo właścicielem i wydawcą była firma „Design” – czołowy uczestnik rynku wędkarskiego w Polsce. Starannie skrywano ten fakt aż do czasu faktycznej sprzedaży tego tytułu. To, że kolejni właściciele mieli i mają pojęcie o wędkarstwie, nie zawsze służyło temu pismu. Ścisłe jej powiązanie z handlem sprzętem wędkarskim odciskało swoje piętno jeszcze w pierwszej połowie 2008 r., bo „WS” dopiero wtedy zlikwidował swój wysyłkowy sklepik. Siłą rzeczy znów są szanse na zupełnie rzeczowe teksty o sprzęcie wędkarskim. Bezsprzecznie, możliwości członków zespołu redakcyjnego i samego redaktora naczelnego, mających dużą wiedzę wędkarską, są ogromne, tym bardziej że większość stałych współpracowników to bardzo doświadczeni wędkarze. Gdyby nie ograniczenia tematyczne, np. brak wysokiej klasy tekstów o literaturze, kulturze i historii wędkarskiej, oraz troska, aby nie być posądzonym o koniunkturalność, to mógłby to być bardzo dobry periodyk. Błędy w opisach cech użytkowych wędzisk czy posługiwanie się „slangiem reklamowszczyka”² dotyczą tylko części zespołu oraz kilku współpracowników. Na szczęście coraz rzadziej zdarzają się tak kuriozalne błędy, jak stwierdzenie, że łowienie spod lodu przywędrowało na Mazury ze Związku Radzieckiego po II wojnie światowej.

„KARP MAX”: kwartalnik specjalistyczny dla wędkarzy karpiowych. Ukazuje się od drugiego kwartału 2003 r. i do końca 2008 r. wydano 23 numery. Pismo redaguje Przemysław Mroczek, którego artykuły są także publikowane w „Wiadomościach Wędkarskich”. Zdaniem naczelnego, zespół współpracowników tworzą każdorazowo autorzy tekstów wydrukowanych w konkretnym numerze. Jest to czasopismo bardzo potrzebne dla „karpiarzy” – swoistej „elity” mentalnej i etycznej wędkarstwa. Życzę mu jak najlepiej, a redaktorowi naczelnemu i niektórym autorom mniej kłopotów z określaniem cech użytkowych wędzisk. Szczere rozbawienie wywołują bowiem próbki „slangu reklamowszczyka” w wykonaniu naczelnego, a od czasu do czasu opisy reklamowanych (a niekiedy kryptoreklamowanych) kołowrotków przypominają mi wpadkę z opisem tandetnego kołowrotka f. ABU w tekście P. Mroczka w „Wiadomościach Wędkarskich”.

„WĘDKARSTWO – MOJE HOBBY”: pismo zaczęto wydawać w 2002 r. jako kwartalnik, następnie jako dwumiesięcznik. Do końca 2008 r. ukazało się 39 numerów i 5 wydań specjalnych. Periodyk jest związany z czasopismem „Blinker”, a także

² Slang reklamowszczyka oznacza, że autorzy tekstów i członkowie zespołów redakcyjnych używają terminów i sformułowań zaczerpniętych z reklam i katalogów sprzętu wędkarskiego bez ich zrozumienia. Świadczy to o braku wiedzy ogólnej na temat tego sprzętu. Można to nazwać syndromem nieudolnej percepcji. Najbardziej rażącym przykładem tego zjawiska są nielogiczne opisy pojęć: materiały kompozytowe, akcja i ugięcie wędziska. Ma to olbrzymie konsekwencje dla sposobu pracy i wskazań w eksploatacji poszczególnych wędzisk.

z dystrybutorami sprzętu wędkarskiego (jak jego poprzednik „Wędkarstwo – Esox”). Ma bardzo atrakcyjną formułę, co stwarza mu spore szanse zaistnienia na stałe na polskim rynku. Prawdopodobnie wkrótce będzie wydawany raz w miesiącu. Poszczególne numery pisma są sprzedawane w pakiecie z filmami wędkarskimi na DVD. Oczywiście, autorom publikowanych artykułów przytrafiały się także wpadki typu „slang reklamowszczyka” czy nieścisłości na temat historii sprzętu wędkarskiego i literatury wędkarskiej, ale jest to jedyny w tej chwili periodyk, która ma wolę likwidacji tych niedociągnięć.

* * *

Nie ulega wątpliwości, że tytuły związane z wędkarstwem, które utrzymują się na rynku prasowym, na pewno prezentują znacznie wyższy poziom merytoryczny niż te, które nie wytrzymały konkurencji rynkowej. Dobrze by było, aby ich zespoły redakcyjne potrafiły wyeliminować rozmaite niedociągnięcia i aby drukowane w nich teksty mogły być przykładem rzetelnej wiedzy wędkarskiej. Marzy mi się, aby ich założenia programowe uwzględniały nowoczesne, ekologiczne widzenie wędkarstwa nie tylko werbalnie, lecz także w praktyce, aby teksty w nich publikowane nie były jedynie instrukcjami dla sprawnych „łapaczy” rybiego mięsa, aby propagowały sportowe postrzeganie wędkarstwa, a nie tylko sposoby na kulinarno-zakąskowe zapędy czytelników. Populizm – objawiający się np. w zgodnej walce o przywrócenie „łowienia na żywca” – jest dowodem na nierzetelnie pojmowany interes polskiego wędkarstwa. Wędkarstwo w XXI wieku, wzorem myślistwa, musi zmniejszyć swą krwiożerczość, wyraźnie przechodząc na pozycje ochrony ryb i środowiska wodnego przed ludzką pazernością i głupotą. Jeśli tego nie zrobimy, to przysłowiowe podcinanie gałęzi, na której siedzimy, po raz kolejny okaże się aktualne ze szkodą dla ryb i całego wędkarstwa. Należy więc żałować, że najsłabiej propagowanymi treściami w naszej prasie są te, które wiążą się z aspektami kulturowymi, w tym m.in. z kolekcjonowaniem przedmiotów związanych z tradycją, wiedzą i kulturą wędkarską. Tymczasem bez tego wędkarstwo staje się jedynie krwiożerczym i ponurym atawizmem, a nie etycznym sportem i ekologicznym sposobem rekreacji.

**REVIEWS | RECENZJE
I NOTY
RECENZYJNE**

WIESŁAW SONCZYK

**Spółeczny zasięg książki
i Internetu w 2006 roku
– cenny raport z badań**

**Book and Internet social scope
in 2006 – a research report**

Grażyna Straus, Katarzyna Wolff,
Sebastian Wierny

*Czytanie, kupowanie, surfowanie. Spółeczny
zasięg książki w Polsce w 2006 roku*

Grażyna Straus, Katarzyna Wolff,
Sebastian Wierny

*Reading, purchasing, surfing. Book social
scope in Poland in 2006*

Biblioteka Narodowa, Warszawa 2008, 176 s.

Wznanej serii wydawniczej Z Badań nad Czytelnictwem, firmowanej przez Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej, ukazała się kolejna książka dokumentująca – najogólniej – stan czytelnictwa i sytuację w zakresie zainteresowania książką oraz korzystania z Internetu. Tytuł książki *Czytanie, kupowanie, surfowanie* wiernie oddaje jej zawartość i strukturę. Publikacja zawiera przede wszystkim wyniki badań empirycznych przeprowadzonych w listopadzie 2006 r. przez IKiCz BN wspólnie z TNS OBOP.

Były to kolejne, już dziesiąte ogólnopolskie badania ankietowe obejmujące reprezentatywną grupę dorosłych Polaków, tj. w wieku 15 lat i więcej (1003 osoby).

Rozdział pierwszy autorstwa Grażyny Straus zawiera – zgodnie z tytułem *Czytelnictwo książek w Polsce w 2006 roku* – liczne dane statystyczne ilustrujące m.in. wielkość deklarowanego zasięgu czytelnictwa książek (zarówno w skali ogólnopolskiej, jak i w kilku grupach społeczno-zawodowych), intensywność ich lektury (mierzoną deklarowaną liczbą tytułów przejranych lub przeczytanych w badanym okresie), społeczno-demograficzną charakterystykę kręgu sporadycznych i stałych czytelników książek, preferencje lekturowe Polaków (najpoczytniejsze tytuły i autorzy, najbardziej popularne typy książek) oraz ranking najczęstszych sposobów zaopatrywania się w książki. Należy dodać, że autorka wyodrębniła dwie kategorie czytelników: sporadycznych (osoby deklarujące przeczytanie w ciągu roku nie więcej niż 6 książek) i stałych. Nawiasem mówiąc, dane na temat intensywności obcowania z książkami nie skłaniają do optymizmu; dość powiedzieć, że w roku 2006 „ci pierwsi niemal dwukrotnie przewyższali pod względem ilościowym drugą kategorię odbiorców książek”.

Podstawowe, bardzo zresztą interesujące wnioski z przeprowadzonych badań są następujące: „poszczególne składniki struktury społeczno-demograficznej nie zawsze jednakowo różnicowały zainteresowanie książkami w całym społeczeństwie oraz intensywność lektury w zbiorowości ich polskich odbiorców. Tylko dwa: płeć i wykształcenie oddziaływały podobnie w obu przypadkach. Kobiety czytały nie tylko nieco częściej, ale i intensywniej niż mężczyźni. Jednemu i drugiemu sprzyjał też stosunkowo wyższy, przynajmniej średni, poziom wykształcenia. Sposób oddziaływania pozostałych składników struktury społecznej na zainteresowanie książkami różnił się od ich wpływu na intensywność lektury [...] najmlodszy wiekiem respondenci (15–19 lat) sięgali po publikacje książkowe najczęściej, lecz było wśród nich najmniej czytelników. Najmniejsza intensywność lektury (mierzona najniższym udziałem czytelników) uwiidoczniała się także wśród uczniów i studentów, którzy przejawiali stosunkowo największe zainteresowanie książkami. Związek dochodu na osobę w gospodarstwie domowym z intensywnością (wzrost pierwszego oznaczał zwiększenie drugiego) nie był już tak jednoznaczny w przypadku w ogóle zainteresowania książką. Niejednoznacznie różnicowała je również subiektywna ocena swej sytuacji materialnej, niemająca żadnego wpływu na liczbę książek czytanych w ciągu roku. Na intensywność lektury nie oddziaływała także obecność dzieci w rodzinie, chociaż na ogół mobilizowały dorosłych do sięgania po książki. Odnotowane różnice między miastem a wsią w społecznym obiegu książki nie uwiidocznily się w przypadku intensywności lektury. W poszczególnych typach miejskich ośrodków większy zasięg czytelnictwa nie zawsze towarzyszył większej intensywności czytelnictwa, która w zbiorowości polskich odbiorców była najniższa w dużych miastach, a te właśnie korzystnie wyróżniały się pod względem ogólnego udziału czytających” (s. 22–23).

Należy podkreślić, że autorka nie ogranicza się do omówienia wyników przeprowadzonych badań, ale dokonuje także zestawień porównawczych, ukazując w ten

sposób zarówno tempo, jak i zakres ewolucji zainteresowania książką w latach 2000–2006. Stwierdza m.in., że na początku XXI w. trudno mówić o stabilizacji czytelnictwa, skoro w latach 2000–2004 widać było nieduży wprawdzie, ale systematyczny wzrost liczby czytających (tzn. deklarujących kontakt przynajmniej z jedną książką w roku), a następnie znaczący spadek (odpowiednio: 54% w 2000 r., 56% w 2002 r., 58% w 2004 r., 50% w 2006 r.). Najgorsza sytuacja jest na wsi („jeśli chodzi o wieś, to udział nieczytających nie zmienił się tam w zasadzie od 2000 roku, obejmując 3/5 ludności wiejskiej”), w grupie absolwentów szkół podstawowych i zasadniczych szkół zawodowych oraz wśród osób mających 60 lat i więcej.

Interesujące i symptomatyczne są niektóre wyniki analizy ewolucji zainteresowania różnymi typami książek. Okazuje się, że wyraźnie wzrasta popularność książek o tematyce sensacyjno-kryminalnej (z 14% w 2000 r. do 20% w 2006 r.) i obyczajowo-romansowej (odpowiednio: z 12 do 16%). Nie sposób tego rozumieć inaczej niż jako potwierdzenie zmian w stylu życia oraz faktu, że czytanie książki „lekkiej, łatwej i przyjemnej” stało się dla wielu ludzi sposobem kulturalnego spędzania wolnego czasu. Podobnie można chyba interpretować wzrost popularności literatury faktu, a więc wspomnień, pamiętników, biografii i autobiografii (odpowiednio: z 5 do 10%). Jeśli jednak przyrzeć się tzw. powszechnikom lekturowym, czyli najbardziej popularnym tytułom, to okaże się, że ich zestaw jest więcej niż skromny; w roku 2006 były to bowiem tylko *Kod Leonarda da Vinci* D. Browna i wydawnictwa z serii Harlequin, nie licząc podstawowych lektur szkolnych z zakresu literatury pięknej (*Trylogia*, *Dziady*, *Pan Tadeusz*, *Antyгона*, *Lalka*).

W podsumowaniu opracowania Straus stwierdza ostrożnie, ale i optymistycznie, że „wciąż jeszcze obserwuje się duże zainteresowanie książką w Polsce. Mimo tego, że osoby intensywnie czytające stanowią stosunkowo najmniejszą część polskiego społeczeństwa, to zaplecze czytelnictwa, reprezentowane przez odbiorców sporadycznych – czytających coś od czasu do czasu – wydaje się wciąż spore, a w każdym razie nie mniejsze od tego odnotowanego w końcu – nazywanego stuleciem książki – XX wieku. Zróznicowanie czytających pod względem intelektualnego, materialnego i fizycznego dostępu do książki, ich potrzeb, zainteresowań, nawyków lekturowych itp. świadczy o różnorodnych funkcjach książki, a uwidaczniająca się w wyborach lekturowych przewaga – służącej rozrywce i relaksowi – literatury popularnej paradoksalnie przemawia na rzecz lektury książek (zwłaszcza dobrowolnej, niczym niewymuszonej i do niczego niezobowiązującej), wskazując, że wciąż jest ona poszukiwaną przez wielu atrakcją” (s. 62).

Osobiście jestem bardziej sceptyczny w ocenie omawianej sytuacji. Jeśli bowiem pominąć uczniów i studentów, a więc grupy czytających niejako „z obowiązku”, to pozostała część społeczeństwa – mówiąc najogólniej – nie wykazuje się zbyt dużą aktywnością w obcowaniu z książkami, a jeśli już, to jest to przeważnie beletrystyka obyczajowo-romansowa i/lub tzw. bestsellery, które popularność swoją zawdzięczają często zręcznym i głośnym kampaniom reklamowym.

Mój pesymizm wzrasta wraz z lekturą następnego rozdziału *Indywidualni nabywcy książek w Polsce w 2006 roku*, w którym zawarte są wyniki analizy kręgu ludzi kupujących książki. Okazało się, że aż 67% dorosłych Polaków przyznało, że nie kupiło w tym czasie ani jednej książki i że w odniesieniu do większości grup społecznych można mówić o zjawisku „marginalizacji tego rodzaju zakupów”. Autorka opracowania, Katarzyna Wolff, podkreśla, że jeszcze większy niepokój może budzić wzrostowa tendencja w tym względzie, utrzymująca się od roku 2000, w którym osoby takie stanowiły 59% (w latach 2002 i 2004 – po 63%). A już swoistym negatywnym fenomenem jest to, że w ostatnich latach największy spadek zainteresowania zakupem książek odnotowano wśród mieszkańców dużych miast (dla przykładu: w miastach od 101 tys. do 500 tys. mieszkańców osoby kupujące książki w roku 2004 stanowiły 57%, a w roku 2006 – 41%). Z kolei w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców odnotowano odpowiednio: 62 i 39%, a wśród osób z wyższym wykształceniem (mających ukończone studia licencjackie lub wyższe) było to odpowiednio: 83 i 57%). Nie dziwię się, że autorka wstrzymuje się z wyjaśnieniem przyczyn tak dużego spadku do uzyskania wyników kolejnego sondażu, stwierdzając asekuracyjnie, że „dopiero wówczas bowiem będzie można z całą odpowiedzialnością stwierdzić, czy spadek zakupów książek, zwłaszcza w dwu kluczowych dla tego zachowania kategoriach: osób z wykształceniem wyższym i mieszkańców największych miast, to tendencja trwała, świadcząca o zmianie preferencji w dostępie do wiedzy, informacji, literatury, czy też zjawisko krótkotrwałe o charakterze raczej sytuacyjnym, w którym skumulowały się specyficzne rynkowe i pozarynkowe uwarunkowania roku 2006. Wskazać można choćby na brak w omawianym okresie swoistej lokomotywy wśród tytułów, podnoszącej ogólne wskaźniki zakupów oraz na intensywność bieżących społecznych i politycznych wydarzeń (mam tu na myśli głównie wybory parlamentarne” (s. 75).

Przedstawione przez Wolff dane statystyczne zdają się potwierdzać obiegową opinię, że nasze społeczeństwo zachowuje się – gdy chodzi o kupowanie książek – w sposób nieprzewidywalny, głównie dlatego, że nie ma (poza stosunkowo niewielką grupą ludzi wyróżniających się aktywnością kulturalną) ani trwałych nawyków, ani racjonalnych motywów skłaniających do indywidualnego zakupu książek. Dane te świadczą też jednoznacznie, że na regularne kupowanie książek nie wszyscy mogą sobie pozwolić; okazało się bowiem, że ani jednej książki nie kupiło aż 75% osób mających niskie dochody (w badaniach oznaczało to kwotę poniżej 300 zł na osobę) i aż 83% takich osób, które swoją sytuację materialną oceniali jako złą.

W odniesieniu do perspektyw rynku książki w naszym kraju Wolff stwierdza m.in., że zmniejszająca się z roku na rok grupa indywidualnych nabywców staje się coraz mniej przewidywalna. Inaczej mówiąc, coraz częściej kupowanie książek staje się decyzją sytuacyjną, czyli zależną „od bardzo wielu i bardzo różnych impulsów, zarówno takich, których skutki stosunkowo łatwo przewidzieć i uwzględnić np. w planach wydawniczych (by wymienić wpływ ekranizacji na zakup książki), jak i mniej oczywistych, związanych z aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, politycznymi, społeczny-

mi nastrojami, o których niewiele można powiedzieć. To czyni z nabywcy niełatwego partnera i nie ułatwia pracy wydawcom” (s. 117).

Równie cenna (w sensie poznawczym) i wartościowa (w sensie praktycznym) jest trzecia część omawianej książki, którą stanowi raport zatytułowany *Użytkowanie Internetu i czytelnictwo internetowe w Polsce w 2006 roku*. Jego autor – Sebastian Wierny – stawia najpierw tezę, iż „wiele z licznych, nie tylko czytelniczych, zastosowań Internetu, tak chętnie nagłaśnianych przez inne media, często ważnych, nierzadko w szerszej skali społecznej, okazuje się mieć znaczenie marginalne, czy może lepiej – niszowe. Nawet samo użytkowanie nowego medium w naszym kraju wciąż nie jest praktyką tak rozpowszechnioną, jakby to mogło wynikać z rozmaitych doniesień” (s. 123).

Z przeprowadzonych badań wynika, że w roku 2006 dostęp do Internetu deklaroowało 41% ogółu badanych (w 2002 r. – 22%), przy czym aż 5% z nich przyznawało, że z tego dostępu w praktyce nie korzysta. Jako ciekawostkę warto dodać, że deklarowany dostęp ma więcej mężczyzn niż kobiet (odpowiednio: 40 i 31%), ale to kobiety nieco częściej niż mężczyźni nie korzystają z posiadanego dostępu (odpowiednio: 5 i 6%).

Prezentowane wyniki badań pokazują, że potoczna opinia o tym, iż korzystanie z Internetu zniechęca do czytania książek, jest fałszywa i nieuzasadniona. „Czytelnictwo książek – stwierdza Wierny – jest wśród polskich internautów rozpowszechnione w stopniu zdecydowanie ponadprzeciętnym. W 2006 roku po przynajmniej jedną książkę sięgnęło więcej niż dwie trzecie spośród nich (69%), gdy wśród ogółu mieszkańców – tylko połowa” (s. 137). Warto dodać, że Internet stał się trzecim pod względem częstotliwości wykorzystywania (po księgarniach i klubach książki) źródłem zakupu książek (w 2006 r. skorzystało z niego 10% ogółu kupujących książki).

Jest oczywiste, że dla medioznawcy najważniejsze i najciekawsze są te partie raportu, które dotyczą problemów czytelnictwa internetowego. Warto jednak najpierw zasygnalizować, że sporą grupę użytkowników Internetu (20%) interesuje nie tekstowa zawartość Sieci, ale inne jej możliwości (np. poczta elektroniczna, słuchanie muzyki czy gry). Gdy chodzi natomiast o popularność różnych form przekazu tekstowego, to dwie z nich wyróżniają się wysoką aktywnością internetowej publiczności czytelniczej: portale informacyjne (wskazało je aż 83,5% osób czytających teksty internetowe) i witryny oraz strony internetowe (74%). Dopiero na trzecim miejscu znajduje się prasa internetowa, ściślej – elektroniczne wydania dzienników i czasopism (34%), co wydaje się potwierdzać tezę, że – wbrew potocznej opinii – nie są one, przynajmniej do tej pory, poważnym zagrożeniem dla wydań tradycyjnych (drukowanych na papierze) tych pism. Sporym zainteresowaniem internetowej publiczności czytelniczej cieszą się ponadto rozmaite fora internetowe i/lub grupy dyskusyjne (23%) oraz dzienniki indywidualnych osób, pamiętniki internetowe i blogi (8,5%).

Aktywność czytelnicza internautów jest różna w zależności od płci: większą wykazują się mężczyźni, mniejszą – kobiety. W przypadku trzech (na pięć wyróżnionych)

form internetowych przekazów tekstowych zdecydowanie dominują mężczyźni: portale informacyjne (mężczyźni 70%, kobiety 62%), prasa internetowa (odpowiednio: 32 i 22%), fora i grupy dyskusyjne (22 i 14%). Ale czynnikiem silnie różnicującym jest też wiek internautów, np. ludzie młodzi (15–19 lat) nie wykazują dużego zainteresowania lekturą prasy online (12%), wybierając zdecydowanie częściej portale informacyjne (63%) i/lub strony WWW (55%). Z kolei ludzie w wieku średnim (kategorie: 30–39 i 40–49 lat) rzadko są czytelnikami blogów i dzienników internetowych (odpowiednio: 5 i 6%), nieczęsto też odwiedzają fora i/lub grupy dyskusyjne (18 i 13%).

W uzupełnieniu powyższych danych, z konieczności ograniczonych do niezbędnego minimum, warto przytoczyć jeden z głównych wniosków, które sformułował Wierny: „Czytelnicy książki drukowanej stanowią w pierwszym rzędzie publiczność czytelniczą Sieci. Zarazem sama Sieć nie stała się alternatywą dla tradycyjnego obiegu czytelniczego, lecz raczej jego uzupełnieniem i dopełnieniem [...]. W Sieci wykorzystywane do lektury są przede wszystkim typowo internetowe formy przekazu, podczas gdy prasa i książka, choć też zdobyły sieciową publiczność, to jednak znacznie chętniej czytane są w formie drukowanej niż elektronicznej. Co istotne, wciąż jeszcze więcej internautów sięga po tradycyjne książki niż najczęściej czytane w Sieci wiadomości i informacje oraz witryny WWW” (s. 168).

Recenzowana książka ma charakter typowego raportu statystycznego, wzbogaconego bardzo powściągliwym komentarzem odautorskim (co jest widoczne zwłaszcza w tekście Straus). Taka konwencja publikacji z pewnością nie ułatwia lektury. W pierwszej chwili może nawet drażnić czytelnika wręcz „zasypanego” liczbami, procentami i tabelami. Z drugiej jednak strony trzeba przyznać, że właśnie taki charakter raportu zachęca do twórczego przetwarzania zgromadzonych informacji statystycznych, komentowania ich, polemizowania z nimi itd. Dla przykładu: analizując wskaźniki nierównomiernej popularności i wykorzystywania Internetu w różnych kategoriach socjodemograficznych (płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, aktywność zawodowa), Wierny formułuje wniosek, że „te dane stawiają pod dużym znakiem zapytania dalsze perspektywy rozwoju Internetu w naszym kraju. Skoro przynajmniej 40% mieszkańców Polski nie zamierza korzystać z nowego medium, to oznacza, że teoretycznie wysoki potencjał wzrostu w naszym kraju taki już pozostanie” (s. 135). Chciałoby się zapytać: skąd ta pewność?

Nie ulega wątpliwości, że recenzowana praca jest ważnym dokumentem ilustrującym nie tylko niektóre zmiany dokonujące się w ciągu kilku ostatnich lat w rzeczywistości społecznej, ściślej – w sferze kulturalnej aktywności społeczeństwa, ale także ich zakres, tempo i konsekwencje. Nie wiem, w jakim nakładzie wydano omawianą książkę, ale warto ją polecić politykom, działaczom społecznym, dziennikarzom, a przede wszystkim – naukowcom i studentom różnych dyscyplin humanistycznych. Dzięki niej nie tylko bowiem łatwiej zrozumieć, ale i łatwiej nabrać dystansu wobec wielu kwestii, zjawisk i procesów społecznych, których jesteśmy świadkami.

SABINA DOBRZYŃSKA

Monografia radia studenckiego

Student radio monograph

Urszula Doliwa

Radio studenckie w Polsce

Urszula Doliwa

Student radio in Poland

Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-
-Mazurskiego, Olsztyn 2008, 185 s.

Nieczęsto się zdarza, by na rynku pojawiała się publikacja, o której można powiedzieć, że była bardzo potrzebna. Monografia dr Urszuli Doliwy, adiunkta w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, poświęcona radiofonii studenckiej, z całą pewnością jest taką pracą, ponieważ przyczynia się do wypełnienia jednej z luk, jakie istniały w obrębie badań nad mediami i dziennikarstwem w Polsce.

Publikacja składa się z czterech rozdziałów poprzedzonych wprowadzeniem, w którym autorka wyjaśnia cel publikacji: opisanie zjawiska radiofonii studenckiej w Polsce oraz „ocalenie od zapomnienia, przynajmniej w niewielkim zakresie, efektów ciężkiej pracy kolejnych pokoleń studentów” (s. 9). Prezentuje także stan badań nad radiofonią studencką, charakteryzuje wykorzystane źródła, opisuje metodologię

badania przeprowadzonych na potrzeby pracy (analiza zawartości, sondaż diagnostyczny) i definiuje podstawowe pojęcia.

W rozdziale pierwszym autorka umiejscawia radio studenckie w polskim systemie medialnym oraz wpisuje je w krajobraz kultury studenckiej. Skupia się więc na pojęciu „kultury studenckiej” i jego genezie, a także na podstawowych formach studenckiej aktywności kulturalnej w PRL i roli, jaką w jej kształtowaniu odgrywały organizacje: Zrzeszenie Studentów Polskich (ZSP) i Socjalistyczny Związek Studentów Polskich (SZSP). Bardzo ciekawie opisuje też wpływ transformacji ustrojowej na proces kształtowania się nowych postaw studentów. Charakteryzuje zmianę, jaka dokonana się w hierarchii wartości preferowanych przez młodych ludzi i wpływ tej zmiany na uczestnictwo w kulturze (zdystansowanie się od kultury), a przez to także na studencką działalność dziennikarską i samo radio studenckie.

W dalszej części autorka analizuje formalnoprawny status radiofonii studenckiej po 1989 roku, zwracając uwagę na problem niewystarczającego opisanie w literaturze przedmiotu funkcji radia studenckiego. Wskazuje istotne zapotrzebowanie społeczne na istnienie stacji studenckich wyrażające się w rosnącej ich liczbie oraz chęci i gotowości młodych ludzi do pracy w nich. Dokonując porównania form nadawania wykorzystywanych przez stacje studenckie w Polsce, Niemczech, Wielkiej Brytanii i USA, autorka dochodzi do wniosku, że sytuacja radiofonii studenckiej w Polsce jest dość skomplikowana. Pomoc władz uczelni jest bowiem bardzo ograniczona, miejsce radiofonii studenckiej nie dość jasno określone przez system prawny, a „współcześni dziennikarze studenci nie mogą też liczyć, jak na przykład ich koledzy z Wielkiej Brytanii zrzeszeni w Student Radio Association, na wsparcie w postaci ogólnokrajowych czy regionalnych szkoleń oraz wskazówek merytorycznych dotyczących organizacji działalności rozgłośni studenckiej” (s. 49).

W rozdziale drugim Doliwa zajmuje się historią studenckiego radia i dziennikarstwa. Powstawanie pierwszych radiowęzłów studenckich po wojnie miało związek z tworzeniem się nowych akademickich osiedli mieszkaniowych w latach pięćdziesiątych minionego wieku. Prawdziwy rozkwit nastąpił jednak kilkanaście lat później, a w jego efekcie na początku lat siedemdziesiątych w 132 radiowęzłach pracowało już około 3500 młodych dziennikarzy, a audycji mogło słuchać 48% ówczesnych studentów studiów stacjonarnych. Koniec lat osiemdziesiątych to okres zmniejszania się liczby radiowęzłów studenckich.

Zaistniała sytuacja była spowodowana rozpoczęciem procesu łączenia się mniejszych jednostek. Centralizacja, przebiegająca pod kierunkiem SZSP, miała umożliwić zapewnienie nowoczesnego zaplecza technicznego i podniesienie poziomu merytorycznego programu poprzez wydłużenie czasu trwania audycji własnych oraz – oczywiście – ułatwienie kontroli treści przekazu. Jak zauważa autorka, centralizacja we wszystkich ośrodkach okazała się niemożliwa z dwóch powodów: bardzo wysokich kosztów sfinansowania procesu oraz niedostępności urządzeń potrzebnych do produkcji i emisji programu (były to towary deficytowe). Po wprowadzeniu stanu wojen-

nego na kilka miesięcy zawieszono działalność radiowęzłów studenckich. Od lat osiemdziesiątych XX wieku stopniowo zaczęła spadać ich liczba. Nie wytrzymały konkurencji ze strony popularniejszego i coraz powszechniej dostępnego sprzętu hi-fi, spadała liczba słuchaczy, wyraźne stawało się też zacofanie technologiczne radiowęzłów studenckich.

Doliwa opisuje regulacje prawne, jakim podlegały radiowęzły studenckie począwszy od chwili, gdy były jedynie nieformalnymi inicjatywami grup osób fascynujących się radiem, aż do czasu, gdy ściśle określono zasady, na jakich podlegają rektorom poszczególnych szkół wyższych. Przedstawia także ewolucję programu radiowęzłów studenckich. Na początku w większości program był amatorski i opierał się na retransmitowaniu programu Polskiego Radia uzupełnianego jedynie komentarzami oraz lokalnymi informacjami. Z czasem jednak, wraz z ulepszeniem i unowocześnianiem sprzętu, zaczęły się pojawiać redakcje opracowujące reportaże, słuchowiska czy audycje publicystyczne. Wciąż jednak najwięcej czasu antenowego zajmowały audycje o charakterze muzyczno-rozrywkowym – średnio od 4,5 do 5 godzin na około 7–8 godzin audycji tygodniowo. W tym okresie zaczęła wyodrębniać się grupa radiowęzłów, które przodowały pod względem rozbudowanego programu. Były to zazwyczaj te, które powstały jako jedne z pierwszych na początku lat pięćdziesiątych, m.in. Kiekie Radio (Uniwersytet Warszawski), Radiosupeł (Akademia Medyczna w Białymstoku) czy Radio Akademickie (Lublin).

W owym czasie radiowęzły studenckie miały pełnić określone funkcje propagandowe, odpowiednio kształtując opinie studentów. W istocie cieszyły się jednak stosunkowo dużą niezależnością. Jak pisze autorka: „liczne ośrodki w całej Polsce trudno było poddać ścisłej kontroli cenzury. Studenci dziennikarze często pozwalali sobie na większą swobodę wypowiedzi na antenie radiowej, niż to było w owych czasach przyjęte” (s. 59). Mimo to zdarzały się kłopoty z cenzurą, a w okresie stanu wojennego większość radiowęzłów zamknięto.

Rozdział drugi zawiera szczegółową charakterystykę głównych ośrodków radiofonii studenckiej w okresie PRL. Autorka opisała czternaście głównych ośrodków: w Warszawie, Krakowie, Szczecinie, Trójmieście, Łodzi, Białymstoku, Olsztynie, Częstochowie, Rzeszowie, Lublinie, Opolu, Wrocławiu, Poznaniu oraz na Śląsku. Wspomina także o kilku mniejszych, m.in. w Jeleniej Górze, Toruniu czy Koszalinie. Wśród głównych funkcji, jakie spełniały radiowęzły studenckie w PRL, Doliwa wymienia: wychowawczą i samowychowawczą, popularyzatorską, rozrywkową, informacyjną, dokumentacyjno-historyczną i poznawczą, podkreślając jednocześnie, że „radio studenckie w PRL było istotnym elementem żywej i prężnie rozwijającej się kultury studenckiej” (s. 67). Wnikliwa analiza pozwala autorce wyciągnąć wnioski, że „mimo uciążliwości związanych z istnieniem w PRL cenzury i ideowej indoktrynacji młodych dziennikarzy, był to złoty okres dla radiofonii studenckiej w Polsce” (s. 85).

Ogromną rolę w rozwoju radiofonii studenckiej w PRL odgrywały zaangażowanie i praca młodych dziennikarzy uwiedzionych magią radia. Praca w studenckich ra-

diach, którymi mogły się poszczycić wszystkie ośrodki akademickie, a także wiele miast, w których znajdowały się filie szkół wyższych, nie tylko dawała możliwość zdobycia prestiżu i poznawania przyszłego zawodu w praktyce, lecz także poprzez rozbudowany system szkoleń i staży ułatwiała rozpoczęcie kariery dziennikarskiej, a dzięki licznym konkursom stwarzała młodym dziennikarzom realne szanse na zatrudnienie w profesjonalnych studiach radiowych. Z drugiej jednak strony, od czasu gdy radiowęzły studenckie uzyskały status agendy organizacyjnej ZSP, były wykorzystywane jako forma kontroli.

Rozdział trzeci został poświęcony koncesjonowanym stacjom studenckim stanowiącym rdzeń studenckiej radiofonii. Jak pisze autorka: „rozgłośnię koncesjonowane cechuje szeroki zasięg nadawania, bardziej rozbudowana oferta programowa skierowana do szerszego, niż tylko studencki, kręgu odbiorców. Dysponują one zespołem etatowych pracowników, a koszty prowadzonej działalności są dość wysokie. Większość koncesjonowanych stacji studenckich ma możliwość czerpania przychodów z reklam” (s. 11). Zasady ich funkcjonowania określają zapisy koncesyjne, m.in.: mają one etatowych pracowników (przynajmniej redaktora naczelnego), nadają program przez całą dobę. Autorka zauważa różnice w profilu dziewięciu koncesjonowanych stacji studenckich istniejących w 2006 roku, wśród których pojawiły się stacje o profilu akademickim, studenckim, miejskim czy muzyczno-informacyjnym.

W dalszej części tego rozdziału Doliwa przedstawia szczegółową analizę budżetów nadawców koncesjonowanych: koszty uruchomienia stacji i ich utrzymania oraz źródła finansowania. Autorka porównuje ramówki poszczególnych stacji pod względem spełniania wymogów koncesyjnych i ustawowych dotyczących wyspecjalizowanego charakteru programów. Zauważa, że z monitoringu prowadzonego przez Departament Programowy KRRiT w 2003 roku wynikało, iż żadna z koncesjonowanych stacji studenckich nie realizowała wyspecjalizowanego programu w wymiarze przewidzianym przez koncesję.

Na podstawie badań przeprowadzonych wśród redaktorów naczelnych stacji koncesjonowanych Doliwa stworzyła hierarchiczny układ funkcji radia studenckiego. Najważniejsza okazała się funkcja kształcenia kadr dziennikarskich (45%), a za nią funkcje rozrywkowa (40%) i integracyjna (39%). Funkcją informacyjną (35%) wyprzedziła jeszcze funkcja promocji uczelni, na której dana stacja radiowa istnieje (37%). W związku z tym omówiła również działalność pozaprogramową tych stacji (patronaty, organizacja koncertów i imprez kulturalnych), a także ich obecność w Internecie.

Z analizy wyników badań słuchalności i profilu słuchacza, przeprowadzonych z punktu widzenia atrakcyjności radia studenckiego jako medium reklamowego, wynika, że obecnie radiostacje studenckie czerpią niewielkie wpływy z reklam (głównie ze względu na niską słuchalność). Jednak w perspektywie mogą być bardzo atrakcyjne ze względu na popularność radia jako „medium towarzyszącego” oraz typ słuchacza. Doliwa przedstawia koncepcję stworzenia przez tych nadawców wspólnej oferty

reklamowej, czym byliby z pewnością zainteresowani reklamodawcy ogólnopolscy. Trudność polega jednak na tym, że radiostacje studenckie mają różny charakter, a tym samym typ odbiorcy, a także nie wszystkim przysługuje prawo do emisji reklam.

Rozdział czwarty stanowi analizę niekoncesjonowanych stacji studenckich, ich struktury organizacyjnej, oferty programowej i funkcji społecznych. Jak pisze autorka: „grupa niekoncesjonowanych stacji studenckich jest bardziej jednolita i spójna pod względem formuły programowej, organizacyjnej i zasad finansowania niż grupa nadawców koncesjonowanych. Są to stacje nadające często w sposób amatorski i bazujące na pracy studentów-wolontariuszy” (s. 134). Do tego grona autorka zalicza sześć istniejących w 2006 roku, ale mających za sobą wiele lat nadawania, radiowęzłów studenckich oraz dziesięć stacji przekazujących program za pośrednictwem Internetu, co w obliczu stopniowego zmniejszania się liczby tradycyjnych radiowęzłów studenckich stało się nową formą nadawania.

Doliwa skrupulatnie przedstawia koszty uruchomienia i prowadzenia tego typu stacji oraz źródła ich finansowania. Charakteryzuje pracowników, nadawany program i jego układ, działalność pozaprogramową, a także obecność w Internecie dającą tego typu stacjom szansę poszerzenia grona potencjalnych odbiorców. Z badania przeprowadzonego wśród redaktorów naczelnych i pracowników niekoncesjonowanych studenckich rozgłośni radiowych w celu ustalenia hierarchii ważności ich funkcji wynika, że najważniejsze z nich są: rozrywkowa (61%), integracyjna (56%), kształcenie kadr dziennikarskich (55%) i informacyjna (49%). Interesujący jest fakt, że funkcję promocyjną w stosunku do gatunków muzycznych rzadko prezentowanych na antenach innych stacji (49%) uznano za istotniejszą od promocji uczelni, do której dana rozgłośnia należy (42%). Zdaniem autorki: „niskie koszty utrzymania i daleko idąca niezależność takich jednostek sprawia, że radiowęzły i stacje internetowe nie poczuwają się do roli agendy promocyjnej uczelni. Starają się raczej reprezentować interesy studentów i mówić na antenie ich głosem” (s. 150).

Wnikliwy opis i analiza zarówno koncesjonowanych, jak i niekoncesjonowanych stacji studenckich pozwalają Doliwie na dokonanie porównania, co też czyni w zakończeniu swojej pracy. Wskazując na liczne różnice występujące między omawianymi typami nadawców (przede wszystkim kilkunastokrotnie mniejszy budżet stacji niekoncesjonowanych, odrębne polityki kadrowe, inny kształt i charakter programu oraz ramowego układu, wspomniane już odmienne podejście do funkcji społecznych realizowanych przez rozgłośnie), Doliwa zaznacza także, że rynek stacji studenckich – których wciąż przybywa – podlega ciągłym przeobrażeniom. Nie do końca jest jednak jasne, jaki kształt przybierze ostatecznie radiofonia studencka. W dużej mierze będzie to zależać od uregulowania kwestii finansowania i polityki państwa wobec nadawców koncesjonowanych.

Nie sposób nie zgodzić się z autorką, gdy podsumowując swoje rozważania dotyczące istoty radiofonii studenckiej i sensu jej istnienia, stwierdza, że w czasach, gdy na rynku radiowym dominują nadawcy komercyjni, którzy oferują bardzo podobny

program, a słuchacza traktują jako potencjalny target dla reklamodawców, stacje studenckie stanowią przeciwagę i alternatywę, oferując oryginalny i ambitny program. „Prezentują również bardzo różnorodną muzykę. Tej różnorodności w polskim eterze bardzo brakuje” (s. 156).

Urszuli Doliwie należy się uznanie za to, że tę różnorodność i bogactwo udało się jej uchwycić i opisać. Zdołała zebrać i przeanalizować cząstkowe i niepełne materiały zawarte w wielu publikacjach rozsianych po całym kraju, a fragmentaryczne dane uzupełnić i w istotny sposób wzbogacić własnymi badaniami, tworząc tym samym niezwykle cenną monografię. Wydaniem książki zajęło się Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, a stanowi ona przeredagowaną rozprawę doktorską, którą Doliwa w 2007 roku z wyróżnieniem obroniła na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego.

NASI AUTORZY

- DOMINIKA BETKA – doktorantka na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie
- JAROSŁAW ĆWIEK-KARPOWICZ – doktorant na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, współpracuje z Instytutem Europy Wschodniej przy Uniwersytecie w Bremie
- SABINA DOBRZYŃSKA – doktorantka w Instytucie Dziennikarstwa UW, Zakład Systemów Medialnych
- JAN MAREK KOCHAŃSKI – niezależny publicysta wędkarski, autor ponad 200 tekstów prasowych dotyczących wiedzy wędkarskiej
- PAWEŁ KRZYSIEK – student V roku Instytutu Politologii i Europeistyki Uniwersytetu Szczecińskiego oraz Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW w ramach programu MOST
- AGNIESZKA ŁADA – doktorantka na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, kierownik Programu Europejskiego/analitik Instytutu Spraw Publicznych w Warszawie
- BEATA OCIEPKA – dr hab., profesor w Uniwersytecie Wrocławskim, kierownik Zakładu Komunikowania Międzynarodowego
- MAREN RÖGER – doktorantka w Kolegium Doktoranckim „Transnational Media Events”, Instytut Historii Uniwersytetu w Gießen
- LECH RYŻEWSKI – mgr historii, przygotowuje pracę doktorską na temat konfliktu wietnamskiego
- WIESŁAW SONCZYK – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW, Zakład Systemów Medialnych

OD REDAKCJI

Redakcja kwartalnika „Studia Medioznawcze” zamieszcza artykuły i rozprawy z zakresu medioznawstwa lub takie, które są silnie związane z mediami i społecznymi konsekwencjami ich działalności. Mogą to być materiały źródłowe, wyniki badań empirycznych, rozważania o charakterze teoretycznym itp. Od autorów wymaga się precyzyjnego określenia tematu, krytycznego odniesienia się do literatury przedmiotu oraz przedstawienia syntetycznych wniosków. Teksty powinny cechować się zwięzłością, poprawnością językowo-stylistyczną, spójnością i wewnętrzną logiką. Ich objętość nie powinna przekraczać 1 a. a.

Redakcja zamieszcza również recenzje publikacji poświęconych mediom. Od autorów wymaga się, by nie tylko przedstawili książkę (jej treść, konstrukcję, metodologiczne podejście autora, główne tezy), ale także jednoznacznie wyrazili swoją opinię. Wskazane jest także odniesienie się autora recenzji do literatury przedmiotu, z zakresu którego pochodzi recenzowana praca, by w ten sposób dokonać oceny wkładu autora recenzowanej pracy w rozwój medioznawstwa. Objętość recenzji – do 0,5 a. a.

W „Studiach Medioznawczych” drukowane są również sprawozdania z konferencji, zjazdów, sympozjów itp., jeśli tylko ich tematyka dotyczy problemów funkcjonowania współczesnych mediów. W sprawozdaniu należy podać temat konferencji, jej organizatorów i patronów, miejsce i czas trwania oraz listę referentów i ewentualnie innych osób uczestniczących (np. ważniejszych gości). Sprawozdanie powinno zawierać omówienie treści jeśli nie wszystkich, to przynajmniej ważniejszych referatów, a także główne wątki i wnioski z dyskusji. Prosimy również o załączenie wykazu wygłoszonych referatów z nazwiskami ich autorów. Objętość – do 0,5 a. a.

Artykuły powinny być dostarczone do redakcji w 1 egzemplarzu wraz z dyskietką/CD. Do tekstu należy dołączyć krótkie (ok. 0,5 strony) streszczenie w języku angielskim i polskim oraz słowa kluczowe (key words). Dodatkowo autor powinien podać informacje o miejscu zamieszkania, adres poczty elektronicznej, nr PESEL i NIP, adres Urzędu Skarbowego (można podać także numer konta bankowego) oraz nazwę instytucji (uczelni, instytutu), w której jest zatrudniony.

Uwaga: Publikacji nie zamówionych Redakcja nie zwraca oraz zastrzega sobie jednocześnie prawo dokonywania w nich skrótów.

Instytut Dziennikarstwa UW – największa w Polsce placówka kształcąca blisko 1700 słuchaczy na pięciu typach studiów w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej:

- Magisterskie Dienne Studium Dziennikarstwa
- Magisterskie Wieczorowe Studium Dziennikarstwa
- Magisterskie Uzupełniające Studium Dziennikarstwa
- Podyplomowe Studia Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
- Pomagisterskie Zaoczne Studium Dziennikarstwa

W Instytucie Dziennikarstwa prowadzone są badania różnych aspektów działalności mediów i systemów masowego komunikowania. Główne kierunki badań obejmują prawo prasowe i autorskie Polski oraz innych państw, ewolucję i przemiany polskiego systemu informacji masowej, zagadnienia reklamy i *public relations* – nowych na polskim gruncie form komunikowania, zagraniczne systemy masowej informacji, teorię komunikowania w Polsce i za granicą, historię polskich środków masowego przekazu, ekonomikę mediów oraz język masowego komunikowania i środków przekazu.

Instytut Dziennikarstwa umożliwia studentom pogłębianie praktycznych umiejętności w ramach specjalizacji:

- prasowej
- radiowej
- telewizyjnej
- agencyjnej
- marketingu medialnego i PR
- dziennikarstwa online.

Nasz adres:
00-046 Warszawa
ul. Nowy Świat 69
tel./fax (48-22) 826-93-66
e-mail: biuro@id.uw.edu.pl

The Institute of Journalism of Warsaw University is the largest centre which offers professional education to over 1700 students. Its six different courses of studies in journalism and mass communication include:

- Full-time (5 years) graduate studies in journalism
- Evening graduate studies in journalism
- Extra-mural graduate studies in journalism
- Complementary graduate studies in journalism
- Full-time postgraduate studies in journalism
- Extra-mural postgraduate studies in journalism.

Research activities cover various aspects of the media and the systems of mass communication. The main areas of research concern: the press and copyright law in Poland and other countries, the evolution of the Polish system of mass information, advertising and public relations, foreign systems of mass information, the theory of communication in Poland and elsewhere, the history of Polish mass media, the evolution of media, the language of mass communication and the media.

The Institute allows for the development of practical skills within the following areas:

- press
- radio
- television
- press agencies
- medial marketing and PR
- online journalism.

Our address is:
00-046 Warszawa
Nowy Świat 69
Tel./fax: (48-22) 826-93-66
e-mail: biuro@id.uw.edu.pl



Uniwersytet Warszawski INSTYTUT DZIENNIKARSTWA

Przewodniczący Rady Redakcyjnej i Redaktor naczelny kwartalnika „Studia Medioznawcze” mają zaszczyt zaprosić do wzięcia udziału w

III edycji konkursu na pracę doktorską dotyczącą zagadnień szeroko pojętego medioznawstwa i komunikacji społecznej

Ideą konkursu jest promowanie młodych badaczy zajmujących się problematyką medioznawstwa oraz upowszechnianie wartościowych pod względem merytorycznym prac podejmujących tematy wynikające z naukowej refleksji nad różnymi jego aspektami.

Szanowni Państwo,

koncepcja zorganizowania konkursu zrodziła się w najbliższym nam środowisku pracowników Instytutu Dziennikarstwa UW. Uznaliśmy, że patronat nad nim obejmie redakcja „Studiów Medioznawczych” – kwartalnika skierowanego do wszystkich środowisk polskich medioznawców. Chodziło o stworzenie instytucji, której celem byłoby wyłonienie z grona młodych pracowników nauki tych, których osiągnięcia są godne upowszechnienia i w znacznym stopniu przyczyniają się do kreowania podstaw – w tym dziedziny badań i metod badawczych – samodzielnego kierunku, jakim staje się medioznawstwo.

Uroczyste wręczenie przyznanego wyróżnienia będzie mieć miejsce podczas dorocznej konferencji Instytutu Dziennikarstwa UW. Nagrodzona praca zostanie opublikowana.

Warunkiem przystąpienia do konkursu, którego druga edycja będzie obejmować niepublikowane prace doktorskie obronione w roku 2008, jest zgłoszenie uczestnictwa do 31 marca 2009 r. i nadesłanie tekstu pracy (w postaci wydruku oraz w formie elektronicznej, na nośniku CD-ROM) wraz z 3 recenzjami samodzielnych pracowników nauki, na adres sekretarza konkursu:

mgr Dorota Lewandowska
Instytut Dziennikarstwa WDiNP UW
ul. Nowy Świat 69
00-046 Warszawa

Zgłoszone prace zostaną poddane ocenie recenzentów powołanych przez organizatorów konkursu, a następnie Komisji złożonej z członków Rady Naukowej „Studiów Medioznawczych”. Komisja ta podejmie ostateczną decyzję w sprawie wyłonienia laureata, który o przyznaniu nagrody zostanie poinformowany do 30 listopada 2009 r.

Pozostałych, dodatkowych informacji udziela sekretarz konkursu za pośrednictwem poczty elektronicznej (d.lewandowska@uw.edu.pl) lub telefonicznie (022) 5522908.

Przewodniczący



Prof. dr hab. Janusz Adamowski

Redaktor naczelny



Prof. dr hab. Marek Jabłonowski