

MEDIA|STUDIA
STUDIES|MEDIOZNAWCZE

The Institute of Journalism | Instytut Dziennikarstwa
of Warsaw University | Uniwersytetu Warszawskiego

MEDIA | STUDIA
STUDIES | MEDIOZNAWCZE

Vol. 2 (37) 2009 Nr 2 (37) 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),
Wiktor 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

EWA NOWAK, RAFAŁ RIEDEL	Radiomaryjna subkultura polityczna – media katolickie jako podmiot systemu politycznego w Polsce	11
WOJCIECH JABŁOŃSKI	Zmierzch polskiej „lewicy”? Analiza wyników badań panelowych IFiS PAN	31
JOLANTA DZIERŻYŃSKA- -MIELCZAREK	Częstochowskie środowisko dziennikarskie w latach 1989–2007	45
MAREK PIASECKI	Prezydenckie debaty telewizyjne w USA w 2008 r. Analiza zawartości	63
KATARZYNA GAJLEWICZ	Współczesna prasa codzienna we Francji i jej problemy	82
MIKOŁAJ TYRCHAN	„Aneks” – pismo emigracji pomarcowej	104
ELŻBIETA KOSSEWSKA	Izraelski „Kurier” – okoliczności powstania	121
MAGDALENA SZPUNAR	Internet w procesie gromadzenia danych o charakterze wtórnym	139

SPRAWOZDANIA I INFORMACJE

MICHALINA RUTKA	Sprawozdanie z I Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Media – Biznes – Kultura. Pomorze 2008”	153
ŁUKASZ PRZYBYSZ	Kryzys finansowy – debata o roli public relations . . .	158
WIESŁAW SONCZYK	Konferencja politologiczno-medioznawcza: polski rok 1989	165

RECENZJE I NOTY RECENZYJNE

JANUSZ OSICA	Świat na szklanym ekranie Barbara Walters <i>Egzamin z życia. Wspomnienia</i>	173
WIESŁAW SONCZYK	Popularna monografia „Zielonego Sztandaru” Saturnin Sobol <i>„Zielony Sztandar” 1931–2008</i>	177

CONTENTS

PAPERS AND DOCUMENTS

EWA NOWAK, RAFAŁ RIEDEL	The political subculture of Radio Maryja – catholic media as political system object in Poland	11
WOJCIECH JABŁOŃSKI	A downfall of Polish left wing? An analysis of IFIS PAN panel research	31
JOLANTA DZIERŻYŃSKA- -MIELCZAREK	Częstochowa journalist circles between 1989–2007 . .	45
MAREK PIASECKI	US presidential TV debates in 2008. Content analysis . .	63
KATARZYNA GAJLEWICZ	Daily press in France and related issues	82
MIKOŁAJ TYRCHAN	“Aneks” – post-March émigré quarterly	104
ELŻBIETA KOSSEWSKA	The Israeli “Kurier” – beginnings	121
MAGDALENA SZPUNAR	Internet in the process of secondary data collecting	139

REPORTS AND INFORMATION

MICHALINA RUTKA	Report from the 1 st National Academic Conference “Media – Business – Culture. Pomerania 2008”	153
ŁUKASZ PRZYBYSZ	Financial crisis – the debate on the role of public relations	158
WIESŁAW SONCZYK	Political sciences and media studies conference, Polish year 1989	165

REVIEWS

JANUSZ OSICA	The world via a screen Barbara Walters <i>Audition. A memoir</i>	173
WIESŁAW SONCZYK	“Zielony Sztandar” a popular monograph Saturnin Sobol „Zielony Sztandar” 1931–2008	177

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

EWA NOWAK, RAFAŁ RIEDEL

The political subculture of Radio Maryja – catholic media as political system object in Poland | Radiomaryjna subkultura polityczna – media katolickie jako podmiot systemu politycznego w Polsce

KEY WORDS

Catholic media, secularization, Radio Maryja, political subculture

SŁOWA KLUCZOWE

media katolickie, sekularyzacja, Radio Maryja, subkultura polityczna

ABSTRACT

This paper seeks to identify the role and function of an important branch of Catholic media in Poland in building a specific subculture in Polish political system. The main argumentation line of the paper is based on an assumption that the two main media actors Radio Maryja and „Nasz Dziennik” constitute communicative, cultural and system foundations of the religious right wing in Poland and therefore represent a political subculture.

The authors of the proposed paper intend to analyze the specifics of the above-mentioned phenomenon in Polish political system in comparison with theoretical perspective of classical works by G.A. Almond and S. Verba dealing with evolution of political culture and its impact towards religion and democracy as well as secularization. The qualitative aspect of the applied methodology pertains to analysis of media material of Radio Maryja and „Nasz Dziennik” for the years 2000–2007. In terms of quantity it embraces selected data from the current CBOS [Public Opinion Research Center] report concerning listeners of Radio Maryja.

STRESZCZENIE

Celem niniejszego artykułu jest wskazanie miejsca mediów katolickich w polskim systemie politycznym oraz roli, jaką w nim pełnią, a także – w konsekwencji – zidentyfikowanie cech subkultury politycznej, której są one głównym kreatorem. Opracowanie opiera się na założeniu, że media katolickie, w tym dwa istotne podmioty – Radio Maryja i „Nasz Dziennik”, tworzą komunikacyjne, kulturowe i systemowe podstawy nurtu religijnej prawicy. Główna teza opracowania sprowadza się zatem do stwierdzenia, że religijna prawica w Polsce stanowi subkulturę polityczną. Autorzy swoje przemyślenia prezentują na tle opisu znaczenia tej subkultury w systemie politycznym oraz konfrontują polską specyfikę omawianej subkultury z jej teoretycznym, klasycznym ujęciem. Praca ma charakter głównie empiryczny, natomiast jej źródła teoretyczne sięgają klasycznych prac nad kulturą polityczną (Almond, Verba) i ich ewolucji w odniesieniu do relacji religii i demokracji oraz sekularyzacji. Metodologia w części jakościowej sprowadza się do analizy zawartości treści przekazów medialnych Radia Maryja i „Naszego Dziennika” (w latach 2000–2007), natomiast w części ilościowej obejmuje wyselekcjonowane dane pochodzące z najnowszego raportu CBOS na temat słuchaczy Radia Maryja.

Wprowadzenie

Powszechnie się uważa, że już Oświecenie ostatecznie zdetronizowało religię jako zjawisko dominujące nad wszelkimi wymiarami ludzkiego życia. Współczesny *homo politicus* nie wydaje się jednak pod tym względem w pełni wyemancypowany. Religia cały czas jest istotna w życiu politycznym, a przykłady wspierające tę tezę można mnożyć, sięgając do amerykańskiej konstytucji bądź poszukując moralnej inspiracji ruchu „Solidarności” w Polsce w latach 80. XX wieku¹, bądź czytając preambuły traktatów europejskich. Warto zauważyć, że 85% współczesnych mieszkańców naszej planety deklaruje przynależność do religii i większość z nich twierdzi, że jest ona dla nich ważniejsza niż polityka².

Korelacja między religią a polityką sama w sobie jest interesującym obszarem penetracji naukowej. Ten związek jest szczególnie widoczny w Polsce jako kraju i w polskim społeczeństwie z uwagi na homogeniczny profil wyznaniowy³ z dominującą religią katolicką, specyficzny model sekularyzacji, jaki jest naszym udziałem, jak również miejsce i wpływ Kościoła oraz religii we współczesnym życiu politycznym. Religijno-polityczny fundamentalizm, który obserwujemy od kilku lat po prawej stronie polskiej sceny politycznej, jest prawdziwym wyzwaniem analitycznym, które należy podjąć. Jednocześnie analizę taką należy przeprowadzić w kontekście dotychczasowego dorobku badaczy w zakresie (sub)kultury politycznej, sekularyzacji, modernizacji oraz pokrewnych tematów. Zarys teoretyczny stanowi w niniejszym tekście jedynie punkt wyjścia do analizy empirycznej. Ustalenia empiryczne opierają się na

¹ Religia zawsze miała istotny wpływ na organizację życia społecznego, w tym politycznego. Zwłaszcza w Polsce zarówno z perspektywy historycznej, jak i współcześnie religia zajmuje specyficzne miejsce w życiu społecznym (w tym publiczno-politycznym).

² Y. Esmer, T. Pettersen, *The Effects of Religion and Religiosity on Voting Behaviour*, [w:] R. Dalton, H.-D. Klingeman, *The Oxford Handbook of Political Behavior*, Oxford 2007, s. 481.

³ Przynajmniej w warstwie deklaratywnej.

dwóch podstawach, po pierwsze na analizie zawartości treści przekazów medialnych części konsorcjum medialnego o. Rydzyka, czyli Radia Maryja i „Naszego Dziennika” (w latach 2000–2007), po drugie na analizie ilościowej wyselekcjonowanych danych pochodzących z raportu CBOS z sierpnia 2008 r.: *Słuchacze Radia Maryja* (Komunikat z badań BS/131/2008).

W konsekwencji opracowanie ma charakter deskryptywno-eksplanacyjny, a jego celem jest identyfikacja roli mediów katolickich w tworzeniu podstaw subkultury politycznej oraz nurtu religijnej prawicy w Polsce, a także skonfrontowanie ich z definicyjnymi ujęciami subkultury politycznej. Podstawowa teza niniejszej pracy sprowadza się zatem do stwierdzenia, że religijna prawica w Polsce – jej *mainstream* oscylujący wokół konsorcjum medialnego o. Rydzyka – stanowi subkulturę polityczną.

Religijna prawica

Religijna prawica jest jednym z tych terminów odnoszących się do zorganizowanych przedsięwzięć politycznych, których definicyjne granice są niemal niemożliwe do precyzyjnego ustalenia. Jednak podstawowym kryterium konstytuującym takie ugrupowania polityczne jest niewątpliwie decydująca rola wiary religijnej. Religijna prawica występuje m.in. w literaturze politologicznej dotyczącej systemu partyjnego Stanów Zjednoczonych, Australii i Izraela⁴. W europejskich i polskich klasyfikacjach partii politycznych termin ten nie jest powszechnie stosowany, jednakże biorąc pod uwagę specyfikę analizowanych zjawisk, autorzy opracowania uznali, że określenie religijna prawica jest najwłaściwsze i najlepiej charakteryzuje postawy skrajnie prawicowych grup elektoratu w Polsce.

We współczesnych typologiach rodzin partii politycznych uwzględnia się funkcjonowanie skrajnej prawicy (np. ultraprawicy czy prawicy narodowej)⁵. Partie te są sytuowane po skrajnie prawej stronie lewicowo-prawicowego kontinuum, mimo że niektóre kwestie problemowe, a zwłaszcza gospodarcze, są bliższe poglądom lewicowym (np. programy socjalne). W sferze tożsamościowej partie te są natomiast mocno zakorzenione w wartościach narodowych, głoszą idee ładu i porządku publicznego oraz niechęć wobec obcych⁶. Radykalizacja takich idei czyni, że są one ugrupowaniami

⁴ A.K. Jacobs, *The new right, fundamentalism and nationalism in postmodern America. A marriage of heat and passion*, „Social Compass” 2006, nr 53, s. 537 i nast.; B. Baez, V.D. Opfer, *Ideology and educational policy: an analysis of the religious right*, „Educational Policy” 2000, nr 14, s. 583 i nast.; M. Maddox, *God under Howard. The Rise of Religious Right in Australian Politics*, Crows Nest 2005, s. IX–XI, 260 i nast.; A. Hertzberg, *The religious right in the State of Israel*, „The Annals of the American Academy of Political and Social Science” 1986, vol. 483, nr 1, s. 84–92.

⁵ W. Sokół, *Klasyfikacja partii*, [w:] *Współczesne partie i systemy partyjne. Zagadnienia teorii i praktyki politycznej*, Lublin 2005, s. 38 i nast.; C. Maj, *Narodowe ugrupowania polityczne w Polsce 1989–2001*, Lublin 2007, s. 21.

⁶ J. Jankiewicz, *Nowa skrajna prawica w wybranych państwach Europy Zachodniej*, Toruń 2007, s. 20–23; por. M. Minkenberg, *Współczesny prawicowy radykalizm w Europie*, [w:] *Prawicowy radykalizm i ksenofobia w Polsce i w Niemczech. Nacjonalne i europejskie perspektywy*, red. M. Minkenberg, D. Sucker, A. Wenniger, Bonn 2006, s. 14 i nast.

skrajnymi, nazywanymi też ultrapravicowymi⁷. Określenia „Nowa Prawica” (*The New Right*) używa się w stosunku do prawicowych ugrupowań zachodnio-europejskich⁸. Partie nowej skrajnej (radykalnej) prawicy to produkt postindustrialnego społeczeństwa i kryzysu tradycyjnych partii⁹. Ze względu na typ zachowań politycznych w odniesieniu do omawianych partii równocześnie z terminami ultraprawica czy też skrajna prawica używa się także określenia partii populistyczne nowego typu (a nawet neofaszystowskie). W nurcie tym mieszczą się m.in. partie: Front Narodowy (Francja), Blok Flamandzki (Belgia), Austriacka Partia Wolności, Akcja Narodowa – Szwajcarscy Demokraci i inne¹⁰. Badania motywacji kierujących zachowaniami politycznymi elektoratu skrajnej prawicy są związane z czynnikami socjodemograficznymi (np. zawód – na zachodzie Europy drobni przedsiębiorcy i „niebieskie kołnierzyki”; poziom wykształcenia, płeć, wiek) oraz tożsamościowymi (np. religijność)¹¹.

Jako przyczyny powstania i rozwoju nowych partii skrajnej prawicy w Europie Wschodniej wskazuje się głębokie społeczne frustracje spowodowane rozczarowaniem wobec postsocjalistycznej rzeczywistości i poszukiwanie jakiejś formy „trzeciej drogi”. Prawicowy ekstremizm jest zatem w tej części Europy desperacką i bezskuteczną próbą znalezienia wyjścia z niezadowalającej sytuacji¹². Ruchy ultrapravicowe rozwijają się w tych państwach, w których religia ma znaczny wpływ na politykę.

W Polsce do partii ultrapravicowych jest obecnie zaliczana przede wszystkim Liga Polskich Rodzin¹³. Inklinacje takie można zauważyć także wśród tych członków Prawa i Sprawiedliwości, którzy lokują się na skrajnie prawicowym skrzydle tej partii. W niektórych klasyfikacjach PiS zalicza się, podobnie jak Akcję Wyborczą Solidarność, do nurtu chrześcijańskiej demokracji. Trzeba jednakże zaznaczyć, że w Pol-

⁷ N. Bobbio za kryterium politycznej skrajności uznaje „antyświeceniowość” czy też antyświeceniowy irracjonalizm widoczny w nurcie o inspiracji religijnej. N. Bobbio, *Prawica i lewica*, Kraków–Warszawa 1996, s. 42.

⁸ Za ich intelektualną bazę uważa się francuski GRECE (*Groupement de recherche et d'étude pour la Civilization Européenne*). Nowa prawica powstała w latach 60. XX w., swoim ideologicznym obliczem różniąc się od klasycznej prawicy m.in. radykalizmem. Dość złożone oblicze ideologiczne nowej prawicy odzwierciedla określenie: post-modern ethno-regionalist and cultural anti-imperialist new Right Wing groups. A. Spektorowski, *The intellectual new right, the European radical right and the ideological challenge to liberal democracy*, „International Studies” 2002, nr 39, s. 166, 182.

⁹ Zagrożenie w obliczu procesów modernizacji i sekularyzacji tworzy neokonserwatywną reakcję na zmiany, która objawia się poprzez wzrastający nacjonalizm, ksenofobię i religijny fundamentalizm.

¹⁰ W USA obserwuje się silnie prawicowy nurt neokonserwatywny w Partii Republikańskiej. Neokonserwatywny pojawił się w tym państwie jako reakcja na nihilistyczną lewicową rewoltę lat 60. i 70. W szczególności chodziło o obronę i zachowanie konwencjonalnej moralności i tradycyjnego wymiaru postaw religijnych. „Neokoni” są obecnie wpływową siłą polityczną w USA dzięki wsparciu uzyskiwanemu ze strony politycznie zaangażowanych obywateli. I. Kristol, *Neokonserwatywne przekonania dawniej i dziś*, [w:] *Neokonserwatywny*, Warszawa 2007, s. 75.

¹¹ J. Jankiewicz, *Nowa skrajna...*, s. 65.

¹² D. Segert, *Prawicowy ekstremizm w Europie Wschodniej*, [w:] *Prawicowy radykalizm...*, s. 66–67.

¹³ W. Sokół, *Klasyfikacja partii...*, s. 56.

sce nigdy nie powstała partia polityczna o wyraźnym chadeckim obliczu w klasycznym rozumieniu tego pojęcia, przede wszystkim ze względu na stosunek do kwestii narodowej¹⁴. Chadecki narodowy uniwersalizm nie pasuje bowiem do polskiego, w dużej mierze nacjonalistycznego oblicza partii prawicowych.

Kultura i subkultura polityczna – zarys dyskursu

Badania nad kulturą polityczną mają swoją ugruntowaną pozycję w naukach politycznych. Rozpoczęte na szeroką skalę przez Almonda i Verbę studia porównawcze nad kulturami różnych systemów politycznych znalazły licznych kontynuatorów prowadzących badania nad wieloma aspektami i wątkami kultury politycznej, którzy odnosili się bądź znajdowali inspirację w konkluzjach amerykańskich naukowców. Klasyczne koncepcje definiują kulturę polityczną bardzo szeroko: „Termin kultura polityczna odnosi się do specyficznych politycznych orientacji – postaw w stosunku do systemu politycznego i jego poszczególnych części, a także oceny własnego miejsca (jednostki lub grupy – *przyp. aut.*) w ramach tego systemu. O kulturze politycznej można mówić w takim rozumieniu jak o kulturze ekonomicznej lub religijnej. Jest to zestaw orientacji w stosunku do specyficznej struktury (zespołu) społecznych obiektów i procesów”¹⁵. Począwszy od lat 80. XX w. zmiana podejścia do koncepcji kultury politycznej polegała na traktowaniu jej jako fenomenu, co do którego należy poszukiwać nie tyle uwarunkowań zewnętrznych, ile raczej jego własnej logiki, która „produkuje” specyficzną strukturę zachowań politycznych (K.M. Baker, 1990; M.R. Somers, 1995)¹⁶.

W środowisku naukowym istnieje konsensus co do tego, iż żaden analizowany system polityczny ani żadne analizowane społeczeństwo nie są jednorodne pod względem kultury politycznej, ale składają się z wielu komponentów¹⁷. Linie podziału w ramach kultury politycznej danej społeczności mogą przebiegać zgodnie z podziałami demograficznymi, ekonomicznymi, geograficznymi, religijnymi, etniczno-rasowymi bądź według jakiegokolwiek innego kryterium o charakterze społeczno-gospodarczym¹⁸.

Kiedy w takim razie możemy mówić o subkulturze politycznej? Subkultura polityczna jest w literaturze określana jako kultura grupy społecznej odróżniająca się

¹⁴ T. Bale, A. Szczerbiak, *Why is there no Christian Democracy in Poland – and why should we care?*, „Party Politics” 2008, vol. 14, nr 4, s. 479–500; por. P. Łyżwa, *Mysł polityczna chrześcijańskiej demokracji w III RP*, Toruń 2003, s. 251–253.

¹⁵ G.A. Almond, S. Verba, *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Princeton 1963, s. 12; por. W. Koch, U. Matthes, *Political-Cultural Aspects of the System Transformation*, [w:] *Political Culture in Germany*, pod red. B. Schlossera, R. Rydlewskiego, New York 1993, s. 137.

¹⁶ E. Wnuk-Lipiński, *Socjologia życia publicznego*, Warszawa 2005, s. 163.

¹⁷ Patrz np. K. Newton, J.W. van Deth, *Foundations of Comparative Politics*, Cambridge 2005, s. 143.

¹⁸ D. Kavanagh, *Political Culture in Great Britain. The Decline of the Civic Culture*, [w:] *The Civic Culture Revisited*, eds G.A. Almond, S. Verba, Boston–Toronto 1980, s. 166–167.

w pewnych istotnych aspektach od orientacji politycznych dominujących w danym systemie, a także jako zespół orientacji politycznych wyróżniający się w systemie (politycznym) od innych¹⁹. Biorąc pod uwagę dotychczasowe ustalenia w zakresie teorii subkultur politycznych oraz wyniki własnych analiz, autorzy proponują definiować subkulturę polityczną jako zespół zachowań politycznych dającej się wyodrębnić w danym społeczeństwie grupy obywateli. Zachowania te tworzą odmienną od dominującej w danym systemie kulturę (podkulturę) polityczną. Subkultura polityczna składa się z następujących elementów orientacji politycznej jednostki, które decydują o odrębności – przynależności do subkultury politycznej:

- stosunek do systemu politycznego jako całości;
- stosunek do instytucji i przywódców politycznych;
- stosunek do procesów, mechanizmów, decyzji i wydarzeń politycznych oraz podmiotów niebędących przywódcami;
- stosunek do własnej pozycji w ramach systemu.

Powyższe relacje mają wymiar kognitywny, emocjonalny, ewaluatywny i behawioralny. Rolę czynnika kształtującego stosunki do elementów systemu politycznego mogą odgrywać koherentne aksjologicznie konglomeraty środków masowego przekazu (np. prasa, radio, telewizja). Oprócz roli socjalizacyjnej pełnią one niekiedy także funkcję mobilizacyjną dla przedsięwzięć, akcji (np. aktów obywatelskiego nieposłuszeństwa), a nawet ruchów politycznych²⁰.

Mariaż religii z polityką

Biorąc pod uwagę szerszy kontekst społeczny, można zidentyfikować co najmniej trzy sposoby przejawiania się istotności religii w polityce:

- 1) kwestie religijne trafiają na polityczną agendę;
- 2) kwestie polityczne pozostają w silnym związku z fundamentami danej religii;
- 3) wyznawcy danej religii identyfikują się z określonymi siłami politycznymi i są wobec nich lojalni, niezależnie od wymiarów swojej religijności²¹.

Podjęta analiza lokuje się w trzecim nurcie, próbując wskazać korelacje między określoną subkulturą polityczną a innymi aspektami systemu politycznego (np. afiliacjami partyjnymi, postawami wobec liderów politycznych czy instytucji życia publicznego).

¹⁹ G.A. Almond, S. Verba, *The Civic Culture: Political...*, s. 26–28; por. W. Jakubowski, *Kultura polityczna*, [w:] *Spółczesność i polityka. Podstawy nauk politycznych*, pod red. K.A. Wojtaszczyka, W. Jakubowskiego, Warszawa 2003, s. 711.

²⁰ Por. Z. Blok, *Czynniki determinujące kulturę polityczną oraz modele kultury politycznej*, [w:] *Teoretyczne i metodologiczne problemy badań nad kulturą polityczną*, pod red. Z. Bloka, Poznań 2005, s. 52.

²¹ A. Heath, B. Taylor, G. Tóka, *Religion, morality and politics*, [w:] *International Social Attitudes. The 10th BSA Report*, Aldershot 1993, s. 49–80.

Wydaje się, że wzrost niepewności ekonomicznej, społecznej i moralnej okresu transformacji jest jedną z ważnych przyczyn całej czas relatywnie silnej kondycji polskiego katolicyzmu ostatnich 20 lat oraz jego względnie stabilnej – istotnej roli w polityce. Ponadto warto zauważyć, że polski katolicyzm stanowi wyzwanie dla tradycyjnie rozumianych tendencji sekularyzacyjnych, przynajmniej w formie, którą znamy z Europy Zachodniej bądź innych kultur w ramach naszego (łacińskiego) kręgu cywilizacyjnego²². W świecie postsowieckim sprawa jest jeszcze bardziej skomplikowana. Co prawda, na wschód od Polski obserwujemy prawie całkowicie zsekularyzowane państwa i społeczeństwa, ale jest to głównie produkt uboczny bardziej „inwazyjnej” formy komunizmu.

Współczesne badania pozwalają stwierdzić, że nie tyle religia jako taka (przynależność do jednej drugiej innej religii), ile poziom zaangażowania religijnego (w ramach danej religii) stanowi ważny element różnicujący zachowania polityczne²³. Jest to ważna konstatacja z punktu widzenia prowadzonych tu rozważań.

Polskie społeczeństwo należy wciąż do najbardziej religijnych w Europie, w o wiele większym stopniu niż na zachodzie kontynentu²⁴. Podobnie wysoki poziom religijności obserwuje się w Stanach Zjednoczonych. Wyjątkowość Polski i Stanów Zjednoczonych ma jednakże zupełnie inne uzasadnienia. O ile religijność Amerykanów, a w szczególności obecne zaangażowanie w praktyki religijne, wynikają głównie z pluralizacji religii i szerokiej oferty podaźowej (takiej strukturze życia duchowego sprzyja także mobilność społeczna i geograficzna społeczeństwa amerykańskiego²⁵), o tyle w Polsce wciąż zasadnicze znaczenie ma historyczna i tradycyjna rola Kościoła katolickiego. Choć Polacy coraz częściej zachowują wybrane elementy, a nie całość katolicko-kościelny kanonu zasad wiary i moralności, to jednak pozostają wierni Kościołowi jako instytucji w dość dużym zakresie (np. niemal powszechne uczestnictwo w obrzędach świątecznych i bardzo liczne w niedzielnych mszach²⁶). Najwięcej, bo 48% Polaków określa siebie jako osoby raczej religijne, a 21% jako osoby bardzo religijne²⁷.

²² Specyfika monopolu katolicyzmu utrwalona w ostatnich kilku generacjach (jak wiemy w okresie międzywojennym, jak również – w jeszcze większym stopniu – przed rozbiorem, Polska była jednym z najbardziej heterogenicznych miejsc na świecie pod względem religijnym) nie pozwala ujmować tendencji sekularyzacyjnych w ramach teorii „ryнку religijnego”, zgodnie z którymi poziom religijności, jak również „wigor” danej religii (jako wyznania oraz w rozumieniu instytucjonalnym) jest uzależniony od presji konkurencyjnej na specyficznym „ryнку religijnym”. Oczywiście im więcej podmiotów na rynku i owa presja silniejsza, z tym bardziej ożywcza stymulacją mamy do czynienia. Tymczasem w Polsce od ponad pół wieku obserwujemy brak jakiegokolwiek religijnej alternatywy dla katolicyzmu, ze wszystkimi tego konsekwencjami dla samego katolicyzmu, jak i, w szerszym aspekcie, dla systemu społecznego, relacji religia – państwo, miejsca religii w życiu politycznym.

²³ Y. Esmer, T. Pettersen, *The Effects...*, s. 492.

²⁴ J. Mariański, *Nowe wymiary różnicowania religijnego w Polsce*, [w:] *Jedna Polska? Dawne i nowe różnicowania społeczne*, pod red. A. Kojdera, Kraków 2007, s. 176.

²⁵ R.D. Putnam, *Making Democracy Work*, New Jersey 1993, s. 204 i nast.

²⁶ *Znaczenie religii w życiu Polaków*, CBOS, Komunikat z badań BS/81/2006, Warszawa 2006, s. 3.

²⁷ Tamże, s. 1–2.

Radiomaryjna subkultura polityczna w Polsce

Zapoczątkowane w latach 90. tworzenie mediów katolickich w Polsce jest związane z inicjatywą, którą na rzecz powołania do życia społecznego radia katolickiego podjął ojciec Tadeusz Rydzyk, członek zakonu redemptorystów²⁸. Od listopada 1991 r. swoje audycje zaczęło nadawać pierwsze polskie radio katolickie – Radio Maryja, którego oficjalny udział w rynku medialnym wynosi obecnie ok. 2%²⁹. Stało się ono filarem rozrastającego się imperium medialnego o. Rydzyka, w skład którego wchodzi obecnie również gazeta „Nasz Dziennik” (funkcjonuje od 1998 r. w nakładzie ok. 150 tys. egzemplarzy³⁰), prywatna satelitarna Telewizja TRWAM (od 2003 r.) oraz Wyższa Szkoła Kultury Społecznej i Medialnej (od 2001 r.). Najpoważniejszą rolę w ramach tej grupy mediów odgrywa jednak Radio Maryja, którego działalność ma także największy oddźwięk wśród opinii publicznej. Stanowi ono istotny podmiot rynku medialnego, z którego opinią musi się liczyć wielu polityków (prawidłowość ta dotyczyła zwłaszcza lat 2005–2007, tj. okresu rządów Prawa i Sprawiedliwości), a sam Tadeusz Rydzyk jest kimś w rodzaju szarej eminencji, osoby niezwykle wpływowej, znajdującej posłuch u licznych rzesz wyborców – słuchaczy Radia Maryja, którego poparcie, jak się powszechnie uważa, przesądziło o wyniku wyborów prezydenckich i parlamentarnych w 2005 r.

Rosnący społeczny wpływ Radia Maryja i o. Rydzyka spowodował jednakże, że zarówno wśród wiernych należących do Kościoła, jak i kierujących nim biskupów doszło do wyraźnej polaryzacji na tle stosunku do przemian społeczno-cywilizacyjnych i roli, jaką pełnią lub powinny w nich pełnić Kościół, kler, wierni i przeznaczone dla nich media. W szczególności źródłem konfliktów i podziału na tzw. Kościół Toruński i Kościół Łagiewnicki³¹, za którymi to opcjami opowiadają się poszczególni biskupi, jest stosunek do takich problemów wewnętrznych, jak lustracja, dekomunizacja, ustawa aborcyjna, a w polityce zagranicznej – integracja z Unią Europejską i posta-

²⁸ Swoistym fenomenem zarówno ekonomiczno-biznesowym (imperium medialne), jak i politycznym jest sukces Tadeusza Rydzyka, którego opinia uzyskuje w niektórych sytuacjach – dla wielu prawicowych wyborców, ale także polityków – status decyzji o politycznym i moralnym „być, albo nie być”, zwłaszcza w sytuacji, gdy rzeczywisty udział poszczególnych części wspomnianego, nieformalnego konsorcjum medialnego w rynku mediów nie został do tej pory określony. Sam Rydzyk, jak wspomina jeden z jego dawnych przyjaciół: „Był prostym człowiekiem i wyjątkowo gorliwym kapłanem. Miałem wrażenie, że od początku gorliwością nadrabiał braki w wykształceniu. Nauka zawsze przychodziła mu z trudem. Podziwiał swoich nauczycieli, ale jakieś kompleksy w nim tkwiły. [...] Operował prostym, klarownym językiem ludowego kapłana”. K. Piskała, T. Potkaj, *W imię ojca. Fenomen Tadeusza Rydzyka*, Warszawa 2007, s. 35, 45.

²⁹ *Raport otwarcia. Rynek radiowo-telewizyjny w Polsce*, KRRiT, Warszawa 2006 (listopad), s. 6; *Radia w górę*, „Rzeczpospolita” z 10.02.2007; <http://new-arch.rp.pl/arttykul/664719.html> [dostęp: 14.08.2008]. Ze względu na fakt, że programy Radia Maryja docierają w Polsce do ok. 80% słuchaczy oraz występująca w ramach oficjalnej opinii publicznej presję na krytykę poczynań tego radia, podany udział 2% Radia Maryja w audytorium słuchaczy może być znacznie zaniżony; wiele osób nie chce lub nie ma odwagi przyznać się do słuchania tego radia.

³⁰ „Nasz Dziennik” jest jedyną ogólnopolską gazetą o nieznanym licznie sprzedawanych egzemplarzy. K. Piskała, T. Potkaj, *W imię ojca...*, s. 118.

wa wobec innych narodów; największą niechęć środowisk radiomaryjnych budzą Żydzi i Niemcy i Ukraińcy.

Media i odbiorcy imperium medialnego o. Rydzyska oraz przedsięwzięcia z nim związane niechętnie poddają się wszelkim badaniom, a także opornie udostępniają statystyki dotyczące swojej działalności. Jednakże próby takich badań są podejmowane. Ze względu na dominującą rolę Radia Maryja w ramach grupy – konsorcjum medialnego, dane dotyczące słuchaczy tego radia należy uznać za aktualne dla odbiorców pozostałych mediów, a także mające status reprezentatywności dla omawianej subkultury.

Tab. 1. Udział Radia Maryja w rynku medialnym (2007–2008 rozgłośnie ogólnopolskie)

Udział w rynku mediów (%)	2007	2008
Radio RMF FM	22,60	23,10
Radio Zet	19,20	18,90
Jedynka	12,30	12,30
Trójka	6,60	5,90
Radio Maryja	2,10	2,20
Dwójka	0,70	0,60
Bis Polskie Radio	0,30	0,40

Źródło: Radio Track SMG/KRC A Millward Brown Company, luty–kwiecień 2007; February–April 2008; www.wirtualnemedia.pl/article/2332421_RMF_liderem_ostro_w_dol_Trojka.htm [dostęp: 07.08.2008].

Słuchacze Radia Maryja

Wyniki raportu CBOS z sierpnia 2008 r.³² wskazują na nieco wyższy udział słuchaczy Radia Maryja, niż przedstawiają to zamieszczone w tablicy 1 dane dotyczące rynku medialnego. Według tego raportu Radio Maryja słucha co najmniej kilka razy w tygodniu (w tym codziennie) 8% badanych (zgodnie z ich deklaracjami), kilka razy w miesiącu – 3%, a rzadziej – 4%³³.

Struktura socjodemograficzna słuchaczy Radia Maryja wskazuje na cywilizacyjną peryferyjność tej grupy. Są to najczęściej emeryci, renciści, a więc osoby starsze, częściej kobiety (na ogół owdowiałe) niż mężczyźni (wśród badanych słuchaczy Radia Maryja 4% stanowili najmłodsi, a 27% najstarsi). Słuchaczy tych jest więcej na wsi (49%) niż w miastach, a im większe miasto, tym ich mniej. Podobnie jak wiek, istot-

³¹ E.K. Czaczkowska, *Radio Maryja dzieli episkopat*, „Rzeczpospolita” z 04.01.2006; <http://new-arch.rp.pl/artukul/590994.html> [dostęp: 14.08.2008].

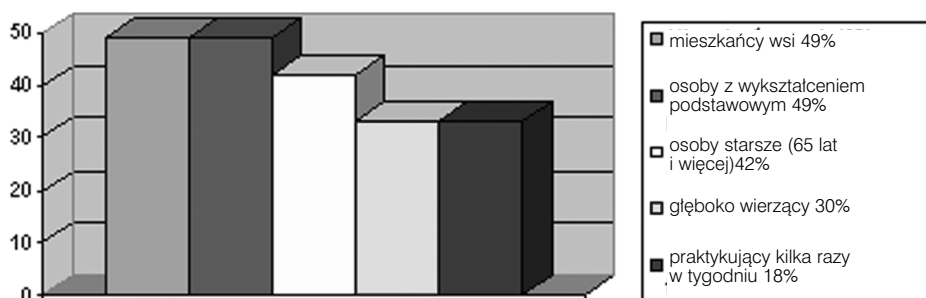
³² M. Grabowska, *Słuchacze Radia Maryja*, CBOS, Komunikat z badań BS/131/2008, Warszawa 2008 (sierpień).

³³ Podobnie, Telewizję Trwam ogląda co najmniej kilka razy w tygodniu 3% Polaków, kilka razy w miesiącu – 2%, rzadziej – 3%. Łącznie szacuje się, że w zasięgu oddziaływania Radia Maryja i Telewizji Trwam pozostaje 14% badanych mających kontakt z tymi mediami co najmniej kilka razy w miesiącu. M. Grabowska, *Słuchacze...*, s. 3.

ne znaczenie ma również wykształcenie. Słuchacze Radia Maryja to w 49% osoby z wykształceniem podstawowym, w 20% – z zasadniczym zawodowym, w 23% – ze średnim i najmniej, bo w 8% z wykształceniem wyższym³⁴. Słuchaczami Radia Maryja oprócz emerytów (22%) i rencistów (20%) są także rolnicy (14%) lub robotnicy niewykwalifikowani. Są to także najczęściej osoby uzyskujące niewielki dochód od 501 zł do 900 zł miesięcznie na członka rodziny (15%) lub od 901 zł do 1200 zł (21%); najmniej słuchaczy Radia Maryja jest wśród obywateli najlepiej sytuowanych osiągających dochód powyżej 1200 zł *per capita* (7%).

Największe znaczenie dla słuchalności tego Radia mają oczywiście wiara i praktyki religijne. Radia Maryja słucha 30% osób głęboko wierzących, 68% wierzących i 2% niewierzących, jak również 54% biorących udział w praktykach religijnych raz w tygodniu i 18% – kilka razy w tygodniu³⁵. Głębokie zaangażowanie religijne (według subiektywnej oceny badanych) oraz częste uczestnictwo w nabożeństwach (zgodnie z ich deklaracjami) są zatem cechami w naturalny sposób charakteryzującymi słuchaczy Radia Maryja.

Wykres 1. Słuchacze Radia Maryja – struktura socjodemograficzna



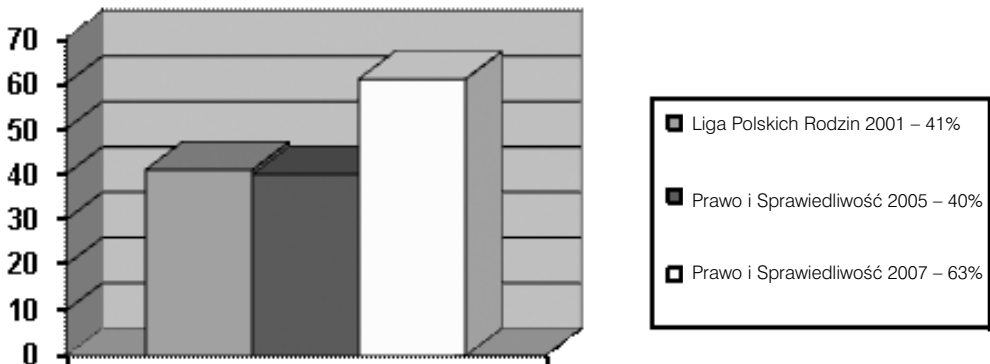
Źródło: M. Grabowska, *Słuchacze Radia...*, s. 5–6.

³⁴ Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi przez Acxiom Polska w 2007 r. 80% ludzi zidentyfikowanych jako odbiorcy imperium medialnego o. Rydzyka (popularne „moherowe berety”) to najczęściej osoby o niskim wykształceniu (podstawowe lub zawodowe), a 36% z nich to robotnicy wykwalifikowani. *Portret moherowych beretów*, „Wprost” z 08.02.2007; www.wprost.pl/ar/101054/Portret-moherowych-beretow [dostęp: 07.08.2008].

³⁵ Z badania Instytutu Socjologii UW, kierowanego przez Mirosławę Grabowską i Tadeusza Szawiela, zrealizowanego przez CBOS w listopadzie 2001 r. na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski $N = 1651$ (oznaczonego dalej jako IS 2001); z badania Instytutu Studiów Politycznych PAN, kierowanego przez Radosława Markowskiego, zrealizowanego (1. fala) przez CBOS w październiku 2005 r. na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski $N = 2402$ (oznaczonego dalej jako PGSW 2005); z badania Instytutu Studiów Politycznych PAN, kierowanego przez Radosława Markowskiego, zrealizowanego przez PBS w listopadzie 2007 r. na reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski $N = 1817$ (oznaczonego dalej jako PGSW 2007). Okazało się, że w analizowanym okresie Radia Maryja częściej słuchały kobiety, osoby starsze, z wykształceniem podstawowym lub zawodowym, mieszkające na wsi i regularnie praktykujące. M. Grabowska, *Słuchacze...*, s. 4.

Słuchacze Radia Maryja stanowią specyficzną grupę pod względem politycznego zaangażowania – należą do najbardziej zdyscyplinowanych grup wyborców. Frekwencja wyborcza w tej grupie jest zazwyczaj od kilkunastu do kilkudziesięciu procent wyższa od średniej dla całego kraju. Obraz podziałów politycznych będących udziałem analizowanej grupy elektoratu wskazuje na zdecydowaną przewagę poglądów prawicowych i konserwatywnych, ale głębsza analiza rozkładu głosów ujawnia znaczące ich rozproszenie, co może świadczyć o politycznej niepewności, frustracji i niedojrzałości tych wyborców. Słuchacze Radia Maryja to bowiem w dużej części osoby o niskiej świadomości politycznej. Jedna trzecia nie potrafi określić swoich poglądów; 42% definiuje je jako prawicowe.

Wykres 2. Preferencje wyborcze słuchaczy Radia Maryja (wybory parlamentarne 2001, 2005, 2007)



Źródło: M. Grabowska, *Słuchacze Radia...*, s. 6–7.

Choć postawy wyborcze elektoratu Radia Maryja nie są jednolite, w ostatnich trzech elekcjach zasadnicza część głosowała na partie uchodzące za zdecydowanie prawicowe lub ultrapravicowe oraz takie, które w danym czasie cieszyły się poparciem o. Rydzyka.

Słuchacze Radia Maryja różnią się od ogółu obywateli pod względem oceny otaczającej ich rzeczywistości – są mniej zadowoleni z jakości swojego życia i rodziny. Najczęściej oceniają, że ich rodzinom żyje się przeciętnie (47%) i w ciągu najbliższego roku nic się nie zmieni (65%). Są też bardziej krytyczni niż pozostali w ocenie ogólnej sytuacji w kraju, która – ich zdaniem – zmierza w złym kierunku (49%). Wyborcy ci także bardziej nieprzychylnie niż pozostali są nastawieni do rządu Donalda Tuska, rzadziej sądzą, że polityka rządu stwarza szansę poprawy sytuacji gospodarczej (29% wskazań wśród słuchaczy Radia Maryja, 49% wśród pozostałych). Podobnie, gorzej niż ogół obywateli (choć tylko o kilka procent) oceniają działalność parlamentu, a lepiej – tylko działalność prezydenta Lecha Kaczyńskiego. Te-

mu politykowi słuchacze Radia Maryja najbardziej ufają (61%). Podobnie wysokim zaufaniem cieszy się Jarosław Kaczyński (55%). Odbiorcy tego radia najczęściej nie ufają pozostającym w konflikcie z prezydentem ministrowi Radosławowi Sikorskiemu (30%) i premierowi Donaldowi Tuskowi (37%).

Specyfika radiomaryjnej subkultury politycznej w przekazach medialnych³⁶

Wybrane do analizy treści artykułów prasowych („Nasz Dziennik”) i audycji radiowych (Radio Maryja) według schematu wypracowanego na podstawie założeń klasycznej koncepcji kultury politycznej A. Almonda i S.C. Verby (1963) umożliwia przedstawienie obrazu funkcjonowania subkultury politycznej jako zespołu postaw (stosunku) specyficznej grupy odbiorców badanych środków masowego przekazu wobec systemu politycznego oraz poszczególnych jego elementów.

Wypowiedziom liderów i odbiorców mediów o. Rydzyka towarzyszy generalna refleksja, z której wynika negatywna ocena wielu aspektów funkcjonującego w Polsce systemu politycznego oraz życia społeczno-politycznego. Konsekwencją takiej oceny jest przekonanie o konieczności „uzdrowienia systemu, który jednakże przybiera postać «żenienia» religii z prawem”³⁷. W szczególności do podstawowych problemów należą następujące³⁸:

- konflikt polsko-żydowski (wpływy lobby żydowskiego w Polsce i na świecie skierowane i wykorzystywane przeciwko interesom Polski – antysemityzm, ksenofobia);
- konflikt polsko-niemiecki (roszczenia niemieckie wobec Polski, odpowiedzialność za II wojnę światową i jej konsekwencje);
- konflikt polsko-ukraiński (zbrodnie nacjonalistów ukraińskich w okresie II wojny światowej);
- komunistyczna spuścizna w III Rzeczypospolitej (lustracja, dekomunizacja, deubekizacja – SB, UB);

³⁶ Dalsze rozważania dotyczące analizowanej radiomaryjnej subkultury politycznej zostały oparte na materiale empirycznym, na który składają się komunikaty prasowe i radiowe katolickiej gazety codziennej „Nasz Dziennik” oraz katolickiej radiostacji Radio Maryja. Przeanalizowano artykuły o tematyce społeczno-politycznej opublikowane od 3 lutego 2007 r. do 3 sierpnia 2008 r. oraz wybrane audycje o takiej samej tematyce nadane przez Radio Maryja od 11 listopada 2000 r. do 19 grudnia 2007 r. Uzyskany materiał został skonfrontowany z publikacjami zamieszczanymi w uznawanej za opiniotwórczą prasie codziennej i w niektórych tygodnikach. Uwzględniono także raporty dotyczące działalności analizowanych mediów przygotowywane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz organizację pozarządową Stowarzyszenie Przeciwko Antysemityzmowi i Ksenofobii.

³⁷ T. Bartoś, *Małżeństwo religii i prawa*, „Gazeta Wyborcza” z 14–15.08.2008, s. 22–23.

³⁸ Por. pytania zawarte w ankiecie dla kandydatów na posłów przed wyborami parlamentarnymi w 2007 r., *Mamy prawo wiedzieć. Pytajmy*, „Nasz Dziennik” z 13–14.10.2007; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=po&dat=20071013&id=po01.txt [dostęp: 07.08.2008].

- obrona życia poczętego i życia ludzkiego do naturalnej śmierci (wpisanie zakazu aborcji i eutanazji do konstytucji³⁹);
- obrona tradycyjnego modelu rodziny;
- pauperyzacja polskiej wsi, emerytów, rencistów, poprawa bytu rodzin;
- laicyzacja kultury i mediów masowych („kultura śmierci”);
- zaostrzenie metod walki z przestępczością.

Rozważaniom na tematy polityczne w analizowanych mediach katolickich towarzyszy generalne stwierdzenie, że świat jest zły, Europa, a w szczególności Europa Zachodnia i Unia Europejska, są źródłem zła i zgorzenia. Wielka siła zła powoduje, zdaniem słuchaczy i komentatorów RM, że nawet Kościół błądzi, a naród i prawdziwi patrioci czują się przez niego opuszczeni⁴⁰.

Do wyborów w 2005 r. na antenie Radia Maryja oraz na łamach „Naszego Dziennika” ukazywały się wypowiedzi, które odzwierciedlały negatywny stosunek do charakteru przemian w Polsce po 1989 r. oraz do sposobów funkcjonowania życia publicznego i systemu publicznego⁴¹. Zdaniem środowisk radiomaryjnych system polityczny jest sterowany przez wroga Polsce siły i skażony przez układ zawarty w 1989 r. przy Okrągłym Stole, którego sygnatariuszami byli Żydzi – ze strony solidarnościowej i komuniści – ze strony ówczesnego rządu⁴². Za jedną z najbardziej negatywnych postaci był uważany Bronisław Geremek – „sterowany przez masonerię i Sanhedryn”.

³⁹ Kontrowersje związane ze stosunkiem do aborcji, homoseksualizmu, publicznej roli wiary należą obecnie do najbardziej skutecznych sposobów zyskiwania wyborczego poparcia przez Partię Republikańską w Stanach Zjednoczonych. E.L. McDaniel, C.G. Ellison, *God's party? Race, religion and partisanship over time*, „Political Research Quarterly” 2008, nr 61, s. 180. Wskazuje się także, że tzw. Rodziny Radia Maryja – organizacje związane z tym radiem – są powtórzeniem fenomenu „moralnej większości” kreowanej w USA przez radykalnego protestanckiego kaznodzieję Falwella. P. Milcarek, *Radio Maryja, czyli masowe sarmackie aggiornamento*, „Rzeczpospolita” z 08.12.2006; <http://new-arch.rp.pl/artykul/653477.html> [dostęp: 14.08.2008].

⁴⁰ Adhortacja apostolska Ojca Świętego Jana Pawła II „Ecclesia in Europa” w refleksji filozoficznej, Audycja Radia Maryja z 4 sierpnia 2003; www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrания/20030804-nowik/20030804-nowik.html [dostęp: 08.08.2008]. Wyrażone przez Komitet ds. Eliminacji Wszelkich Form Dyskryminacji Kobiet ONZ zaniepokojenie z powodu głęboko zakorzenionych w polskim społeczeństwie stereotypów i uprzedzeń dotyczących tradycyjnego podziału ról kobiet i mężczyzn oraz metod planowania rodziny zostało uznane przez „Nasz Dziennik” za atak na Polskę. J. Szafraniec, *Tradycyjny czy partnerski model polskiej rodziny?*, „Nasz Dziennik” z 05.03.2007; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20070305&id=my11.txt [dostęp: 07.08.2008].

⁴¹ [...] oszukiwano nas w imię demokracji, [...] manipulowano w samym sercu historycznego ruchu Solidarności, [...] sprzedawano nas w niewolę zagranicznych banków i podstępnej ideologii liberalizmu. [...] Dziękujemy wam za czasy poniżenia i zniewolenia, eksploatacji ekonomicznej, destrukcji moralnej i kulturowej, za poniżanie imienia polskiego do roli wasala Moskwy lub Izraela, [...] za oddanie Polski w okupację Unii Europejskiej. Dostyc już rządów agentów i zdrajców. Niech wreszcie Polacy zaczęą rządzić własnym krajem [...]. Ks. prof. J. Bajda, *O nowy cud nad Wisłą*, „Nasz Dziennik” z 13.08.2005; por. audycja w Radiu Maryja na ten sam temat z 20 sierpnia 2005 r. (nadana co najmniej trzykrotnie w okresie prezydenckiej i parlamentarnej kampanii wyborczej); www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrания/20050820-pralat/20050820-pralat.html [dostęp: 08.08.2008].

⁴² Rozmowa prowadzącego Program nocny o. Jana Króla ze słuchaczem, Radio Maryja, 1 lutego 2007; www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrания/20070201-sluchacz-krol/20070201-slucha... [dostęp: 08.08.2008].

Po objęciu władzy przez PiS w 2005 r. oraz utworzeniu koalicji z LPR i Samoobroną środowiska zwolenników Radia Maryja i o. Rydzyka były przekonane o możliwości budowy rzeczywiście narodowego państwa polskiego. Jednakże często pojawiające się konflikty w koalicji prowokowały komentatorów i gości Radia Maryja do wypowiedzi podważających sens funkcjonowania systemu demokratycznego w Polsce. Oto jedna z nich: „Niewątpliwie SLD powinno być już dawno zdelegalizowane. W ogóle prezydent powinien przejąć więcej władzy, na podobieństwo Piłsudskiego lub de Gaulle’a. [...] trzeba by pomyśleć, czy prezydent nie powinien zawiesić parlamentu na jakieś trzy lata, żeby wygasic wielkie źródło chaosu i awantur. [...] Gdyby Polsce groziła pełna destabilizacja, np. ze strony wielkich, inspirowanych przez niedoważone głośno demonstracji, to nie można wykluczyć próby wojska o obronę Polski”⁴³.

Niezrealizowanie przez nacjoanalityczno-prawicowy rząd po 2005 r. obietnic oczyszczenia państwa i systemu prawnego z postkomunistycznej spuścizny spowodowało wielkie rozczarowanie środowisk radiomaryjnych i samego o. Rydzyka⁴⁴. Powodem niezadowolenia był w szczególności brak takich zmian w systemie prawnym, które gwarantowałyby sankcje prawne za nieprzestrzeganie zasad katolickiej nauki i moralności (chodzi m.in. o ustawę antyaborcyjną, ustawy o lustracji i dekomunizacji, niezaostrzenie lub niewprowadzenie kar za niektóre przestępstwa). A zatem celem odbiorców mediów o. Rydzyka i jego samego było wprowadzenie elementów państwa wyznaniowego, a niemożliwość lub brak perspektywy realizacji tego planu była bezpośrednim powodem cofnięcia bezwarunkowego poparcia dla rządów tworzonych przez PiS.

Stałą cechą przekazów Radia Maryja i „Naszego Dziennika” jest ostra krytyka sprawujących władzę. Jej podłożem są konflikty pomiędzy o. Rydzykiem a rządem oraz prezydentem na tle moralnym (np. stosunek poszczególnych polityków do aborcji) oraz narodowościowym (stosunek do Żydów, Niemców i Ukraińców)⁴⁵. Mobilizowani przez Radio Maryja słuchacze słyną ze świetnej samoorganizacji i społecznej aktywności. Wielokrotnie na antenie radia zachęcano ich do udziału w akcjach społecznych, protestach i demonstracjach oraz do zbiórek pieniędzy na określone cele. Do problemów najbardziej angażujących społeczną aktywność należą ochrona rodziny i obrona życia poczętego. Formy organizacyjne to przede wszystkim wspólnoty o nazwie Rodziny Radia Maryja, ale także petycje (np. skierowany do ONZ apel o moratorium na wykonywanie aborcji⁴⁶), „Marsze dla życia”, pielgrzymki, uroczystości kościelne gromadzące od kilku do nawet ponad 100 tysięcy wiernych. W okre-

⁴³ Wypowiedź o. Grzegorza Moja w Programie nocnym Radia Maryja 9 października 2006 r., www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrania/20061009-bartnik/20061009-bartnik.html [dostęp: 08.08.2008].

⁴⁴ Wypowiedź T. Rydzyka w audycji o. P. Andrukiewicza na temat wpisania zakazu aborcji do konstytucji, Radio Maryja, 8 sierpnia 2007 r., www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrania/20070308-rydzyk/20070308-rydzyk.html [dostęp: 08.08.2008].

⁴⁵ K. Dolecki, *Taśmy Rydzyka idą do sądu*, „Gazeta Wyborcza” z 16.07.2008, s. 6.

⁴⁶ M. Cholewińska, *Podpisy trafią do ONZ*, „Nasz Dziennik” z 06.08.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=po&dat=20080806&id=po03.txt [dostęp: 07.08.2008].

sie rządów Jarosława Kaczyńskiego szczególną frekwencją cieszyły się uroczystości religijne i rocznicowe organizowane przez o. Rydzyka i RM, a gromadzące nie tylko kilkunastotysięczne tłumy⁴⁷, ale także przedstawiciele najwyższych władz państwowych, którzy powagą państwowego autorytetu potwierdzali i wzmacniali wpływy radiomaryjnych środowisk skrajnej religijnej, ultranacjonalistycznej prawicy.

Począwszy od wyborów prezydenckich w 1995 r. Radio Maryja aktywnie włączało się w kampanie wyborcze, w sposób mniej lub bardziej jasny podpowiadając słuchaczom, jaka decyzja wyborcza będzie właściwa i który kandydat jest prawdziwym Polakiem, a kto Żydem lub masonem (np. J. Kuroń, H. Gronkiewicz-Waltz). Pod koniec lat 90. RM otwarcie sympatyzowało z niektórymi ugrupowaniami politycznymi – Akcją Wyborczą „Solidarność” oraz Zjednoczeniem Chrześcijańsko-Narodowym, udzielając wsparcia i zachęcając słuchaczy do okazywania względów tym partiom. W wyborach w 2001 i 2002 r. poparcia udzieliło Ruchowi Katolicko-Narodowemu. Zmienny natomiast stosunek ma RM do Ligi Polskich Rodzin, która raz cieszy się poparciem, innym razem popada w konflikt z chimerycznie usposobionym i nieprzewidywalnym liderem środowisk radiomaryjnych Tadeuszem Rydzykiem. Analizy przeprowadzone po wyborach w 2005 r. potwierdziły, że poparcie ze strony mediów o. Rydzyka udzielone Jarosławowi i Lechowi Kaczyńskim w wyborach w 2005 r. w znaczącym stopniu zadecydowało o zwycięstwie PiS⁴⁸.

W okresie 2-letnich rządów tej partii nie brakowało jednak konfliktów pomiędzy o. Rydzykiem a Kaczyńskimi. Pod koniec 2007 r., uznając braci za pierwszych i należących do najważniejszych prawdziwie polskich, antykomunistycznych polityków, poddano jednakże rząd PiS ostrej krytyce za wodzowski styl kierowania partią oraz zbytnią uległość wobec Unii Europejskiej⁴⁹. Apogeum krytyki PiS po przegranych

⁴⁷ J. Dytkowski, *Dar spotkania w eterze*, „Nasz Dziennik” z 8–9.12.2007; www.naszdziennik.pl/index.php?dat=20071208 [dostęp: 07.08.2008].

⁴⁸ Badania opinii publicznej przeprowadzone w dniu wyborów parlamentarnych w 2005 r. oraz w 2007 r. wskazały, że wyborcy głosujący na PiS w przeważającej większości rekrutują się spośród osób powyżej 60 roku życia, mieszkających na wsi lub w małym mieście i mających podstawowe lub zawodowe wykształcenie. Te same socjodemograficzne są także najczęściej słuchaczami Radia Maryja. *Exit-poll PBS*, 2005; R. Markowski, *System partyjny*, [w:] *Demokracja w Polsce 2005–2007*, pod red. L. Kolarskiej-Bobińskiej, J. Kucharczyka, J. Zbieranka, Warszawa 2007, s. 162; *Exit-poll PBS DGA*, 2007, „Gazeta Wyborcza” z 23.10.2007, s. 8. Zob. także: E. Winnicka, *Co jest pod moherem*, „Polityka” z 03.12.2005, s. 4; J.A. Majcherek, *Rozwój i opór*, „Rzeczpospolita” z 28.02.2006; <http://new-arch.rp.pl/artykul/601774.html> [dostęp: 07.08.2008]; M. Krzymowski, *PiS zawarło nowy pakt z o. Tadeuszem Rydzykiem*, „Wprost” z 26.08.2007; www.wprost.pl/ar/112662/PiS-zawarło-nowy-pakt-z-o-Tadeuszem-Rydzykiem [dostęp: 07.08.2008]; B. Łoziński, *Ludzie ojca Rydzyka wysoko na listach PiS*, „Dziennik” z 13.09.2007, s. 3; J. Hołub, *Kogo poprze ojciec Rydzyk*, „Gazeta Wyborcza” z 20.08.2007, s. 2; *Bojkot dziennikarzy*, „Wprost” z 03.02.2006; www.wprost.pl/ar/86605/Bojkot-dziennikarzy/ [dostęp: 07.08.2008].

⁴⁹ Do najbardziej aktywnych i agresywnych przedstawicieli skrajnej nacjonalistycznej prawicy należy publikujący na łamach „Naszego Dziennika” prof. J.R. Nowak. Zob. m.in. artykuł: *Tak-tak*,

wyborach w 2007 r. było sugerowanie, że partia ta współpracuje z postkomunistycznym Sojuszem Lewicy Demokratycznej w celu uzyskania poparcia dla prezydenckiego weta i zablokowania reform proponowanych przez rząd Platformy Obywatelskiej⁵⁰.

Interesujących informacji na temat politycznej specyfiki odbiorców mediów o. Rydzyka dostarcza analiza stosunku słuchaczy Radia Maryja do procesów, mechanizmów, decyzji i wydarzeń, a także podmiotów polityki – grupowych i indywidualnych – niebędących przywódcami. Identyfikują oni zazwyczaj kilka wrogich im grup społecznych, religijnych i etnicznych. Są to przede wszystkim Żydzi, lecz również Niemcy i Ukraińcy, jak też postkomuniści, liberałowie, masoni (zwłaszcza ze struktur UE) i homoseksualiści⁵¹. Należą do nich ponadto ludzie bogaci, którzy zdaniem o. Rydzyka, w Polsce rekrutują się głównie spośród Żydów i Niemców (70%)⁵². Wrogowie wewnątrz Kościoła to liberalni biskupi i tzw. katolewica (liberalno-lewicowy nurt katolicyzmu)⁵³. W przekazach medialnych regularnie obecne są treści antysemitki⁵⁴ związane przede wszystkim z sugerowaniem ogromnych wpływów politycznych i ekonomicznych, które m.in. w polskich mediach mają kapitały żydowski i niemiecki⁵⁵,

nie-nie programem dla PiS, „Nasz Dziennik” z 17–18.11.2007; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20071117&id=my31.txt [dostęp: 07.08.2008]; J.M. Jackowski, *Powyborczy rachunek sumienia*, „Nasz Dziennik” z 27–28.10.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20071027&id=my31.txt [dostęp: 07.08.2008].

⁵⁰ J.M. Jackowski, *Kto dmie w żagle SLD?*, „Nasz Dziennik” z 26–27.07.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20080726&id=my14.txt [dostęp: 07.08.2008].

⁵¹ Por. J. Cieśla, *Gazeta prawdziwych Polaków*, „Polityka” z 18.09.2004, s. 24; por. rozmowa o. Jacka Cydzika ze słuchaczem, Program nocny Radia Maryja z 2 października 2004, www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrania/20041002-cydzik/20041002-cydzik.html [dostęp: 08.08.2008]; ks. prof. C. Bartnik, *Jak w czasach Mieszka II*, „Nasz Dziennik” z 1–2.03.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20080301&id=my41.txt [dostęp: 07.08.2008].

⁵² Rozmowa między M. Grabowskim a T. Rydzykiem w audycji Radia Maryja „Rozmowy niedokończone” z 1 września 2005 r.; www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrania/20050901-rydzyk/20050901-rydzyk.html [dostęp: 08.08.2008].

⁵³ Wypowiedź o. P. Andrukiewicza w Programie nocnym, Radio Maryja, 9 września 2007 r., www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrania/20070909-bartnik/20070909-bartnik.html [dostęp: 08.08.2008].

⁵⁴ Jednym z przyjaciół T. Rydzyka i fundatorów Radia Maryja oraz Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej jest Jan (vel Janusz) Kobyłański, były honorowy konsul Polski w Urugwaju, prezes i założyciel Unii Stowarzyszeń i Organizacji Polonijnych Ameryki Łacińskiej (USOPAL), milioner, antysemita oskarżony o denuncjowanie Żydów oraz szpiegowanie na rzecz ZSRR. K. Piskała, T. Potka, *W imię ojca...*, s. 120–131. Por. rozmowę między prof. J. Kaweckim a senatorem C. Ryszką w audycji Radia Maryja „Głos z Krakowa” z 3 stycznia 2007 r.; www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrania/20070103-ryszka/20070103-ryszka.html [dostęp: 08.08.2008]; [DOK], *Sponsor Radia Maryja szpiegiem?*, „Rzeczpospolita” z 23.03.2005; <http://new-arch.rp.pl/artukul/537684.html> [dostęp: 14.08.2008].

⁵⁵ Felieton S. Michalkiewicza, Radio Maryja, 19 grudnia 2007 r.; www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrania/20071219-michalkiewicz/20071219-mich... [dostęp: 08.08.2008]; por. E. Polak-Palkiewicz, *Cała nadzieja liberala*, „Nasz Dziennik” z 22–23.12.2007; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20071222&id=my51.txt [dostęp: 07.08.2008]. Monitoring przeprowadzony przez KRRiT w 2003 r. wskazał na liczne uchybienia nadawcy, który w programach z udziałem słuchaczy nie zajmował jasno określonego stanowiska w stosunku do wypowiedzianych treści antysemitki, brakiem reakcji potwierdzając błędne przekonania i niewłaściwy stosunek do antysemityzmu. *Mo-*

stanowiąc przytłaczającą konkurencję dla prawdziwie polskich mediów o. Rydzyka. Poglądy takie wypowiadają zarówno słuchacze, co często nie spotka się z reakcją sprzeciwu ze strony prowadzących audycję, jak i zapraszani do studia goście świeccy i duchowni – członkowie środowisk intelektualnych i naukowych.

Niezgodności emitowanych treści z prawem i zasadami współżycia społecznego zostały potwierdzone przez raporty instytucji i organizacji powołanych do monitorowania środków masowego przekazu. Audycje nadawane przez Radio Maryja na temat organizowanych przez rolników i partię Samoobrona blokad dróg zostały uznane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji za zachęcające do wystąpień antysystemowych⁵⁶. Wypowiedzi na antenie dotyczące mających wówczas miejsce protestów rolników miały charakter akcji aprobującej i inspirującej do działań sprecznych z prawem, pełniąc funkcje współorganizatorskie. Również raport organizacji pozarządowej o nazwie Otwarta Rzeczpospolita: Stowarzyszenie Przeciwno Antysemityzmowi i Ksenofobii z 2001 r. stwierdza propagowanie przez Radio Maryja stereotypów i uprzedzeń rasowych, etnicznych i religijnych⁵⁷.

Stosunek środowiska RM do integracji z UE ujawnił się podczas negocjacji warunków traktatu lizbońskiego. Komentując porozumienie pomiędzy prezydentem Kaczyńskim a premierem Tuskiem w sprawie podpisania traktatu, o. Rydzyk w jednej z audycji RM stwierdził: „Jeżeli to prawda, co mówią media, to szkoda mówić. To znaczy: oszukali nas”. Popularna wśród słuchaczy Radia Maryja jest także opinia, iż wskutek przyjęcia traktatu lizbońskiego Polska wkrótce stanie się tylko jednym z „województw” w ramach Unii Europejskiej⁵⁸. Radio Maryja i jego słuchacze sprze-

monitoring programu Radia Maryja przeprowadzony na podstawie programu nadanego od 27 lutego do 12 marca 2003 r., Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa 2003 (13 maja).

⁵⁶ Tamże. Podsycanie nienawiści na tle etnicznym przez środki masowego przekazu może niekiedy prowadzić do poważnych przestępstw, a nawet ludobójstwa na masową skalę. Zrzypadek taki odnotowano w Rwandzie, gdzie działalność radia RTLM ma charakter podżegania do popełniania zbrodni. S. Straus, *What is the relationship between hate radio and violence? Rethinking Rwanda's „Radio Machete”*, „Politics and Society” 2007, nr 35, s. 614.

⁵⁷ S. Kowalski, M. Tulli, *Mowa nienawiści. Raport 2001*; <http://or.icm.edu.pl/monitoring3.htm> [dostęp: 08.08.2008].

⁵⁸ M. Ryba, *Traktat Lizboński – superpaństwo i triumf europejskiej neolewicy*, „Nasz Dziennik” z 5–6.04.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20080405&id=my11.txt [dostęp: 07.08.2008]. Uznając UE za jednego z głównych wrogów Polski, T. Rydzyk ubiega się jednocześnie o znaczące kwoty unijnego dofinansowania na rzecz należącej do Rydzyk Media Complex Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej oraz budowy inwestycji opartej na źródłach geotermalnych. Po tym, jak rząd D. Tuska z powodu niespełniania wymaganych kryteriów zablokował dotacje dla tych podmiotów, w „Naszem Dzienniku” ukazało się kilka artykułów oskarżających rząd o bezpodstawną dyskryminację tych przedsięwzięć, a także wypowiedź Rydzyka w Radiu Maryja: „Sprawa ta wpisuje się w postanowienia i działania sił liberalno-lewicowych w Polsce, które wyraził nie tak dawno poseł Platformy Obywatelskiej z Lublina: «wykończyć»”, „Nasz Dziennik” z 02–03.02.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=po&dat=20080202&id=po03.txt [dostęp: 07.08.2008]. Por. C. Gmyz, *Janusz Palikot o Radiu Maryja*, „Rzeczpospolita” z 24.12.2007; new-arch.rp.pl/Search [dostęp: 14.08.2008]; Z. Baranowski, *Kryterium... towarzyskie*, „Nasz Dziennik” z 2–3.02.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=po&dat=20080202&id=po01.txt [dostęp: 07.08.2008]; A. Jezierska,

ciwiają się także ratyfikacji Karty Praw Podstawowych, obawiając się ekspansji środowisk homoseksualnych w Polsce, natomiast przygotowywana dla Unii eurokonstytucja została uznana za akt odbierający podmiotowość państwu europejskim i uruchamiający mechanizm pozwalający na utworzenie sfederalizowanego państwa oparłego na antychrześcijańskich fobiach i demoliberalnej ideologii⁵⁹.

Biorąc pod uwagę stosunek słuchaczy Radia Maryja do własnego położenia w ramach struktury systemu politycznego, należy przede wszystkim zauważyć, że środowiska te określają siebie w sensie politycznym jako obóz patriotyczny, patriotyczno-narodowy – „prawdziwi Polacy”. Jednocześnie głosi się, że zwolennicy i słuchacze oraz samo Radio Maryja czy inne katolickie media o Rydzyka nie utożsamiają się z żadną partią⁶⁰. Podkreśla się, że: „Na jego antenie głos zabierają różni ludzie, także tacy, którzy należą do różnych opcji politycznych” (z wyłączeniem przedstawicieli lewicy – SLD i Platformy Obywatelskiej, a więc ponad połowy polskiej sceny politycznej, którzy nie są zapraszani do analizowanych mediów). Obóz patriotyczny, zdaniem słuchaczy i dziennikarzy Radia Maryja, jest obiektem ataków ze strony mediów kontrolowanych przez Żydów („Gazeta Wyborcza”) i Niemców („Dziennik”)⁶¹, a te „obce media” stanowią zagrożenie dla katolicko-narodowej wiary, moralności i kultury, a także ze strony „niekatolików” i grup inteligencji: „Pod naporem ateistycznego liberalizmu zjawisko to się nasila i występuje nie tylko u poszczególnych jednostek, ale niekiedy w całym ugrupowaniach w postaci nienawiści zbiorowej, społecznej. Jak to wytłumaczyć?”⁶².

Podsumowanie – cechy radiomaryjnej subkultury politycznej

Przedstawione powyżej wydarzenia, problemy i prawidłowości towarzyszące społeczno-politycznym decyzjom i ich podmiotom składają się na obraz funkcjonującej w Polsce odrębnej od dominującej kultury politycznej. Obejmuje ona obywateli oraz działaczy religijnych i świeckich, których łączy specyficzne narodowo-katolickie, fundamentalne, ultrakonserwatywne i silnie nacechowane negatywnymi emocjami wobec prawdziwych i wykreowanych (często wyimaginowanych) wrogów podejście do problemów państwa i polityki. Charakterystyczny sposób mobilizacji (poprzez konsorcjum medialne o Rydzyka) oraz aktywności (m.in. w ramach grup – Rodzin Radia Maryja, pielgrzymki, masowe uroczystości i demonstracje o celu jedynie pier-

Nowy żandarm UE, „Nasz Dziennik” z 02.03.2007; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=po&dat=20070302&id=po03.txt [dostęp: 07.08.2008].

⁵⁹ J.M. Jackowski, *Gra wokół ratyfikacji eurokonstytucji*, „Nasz Dziennik” z 19–20.01.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20080119&id=my14.txt [dostęp: 07.08.2008].

⁶⁰ R. Hajduk, *O zwalczaniu Radia Maryja, czyli kilka pytań politycznie niepoprawnych*, „Nasz Dziennik” z 15–16.09.2007; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20070915&id=my21.txt [dostęp: 07.08.2008].

⁶¹ Felieton S. Michałkiewicza, Radio Maryja, 19 grudnia 2007; www.radiomaryja.pl.eu.org/nagrana/20071219-michalkiewicz/20071219-mich... [dostęp: 08.08.2008].

⁶² C.S. Bartnik, *Skąd taka nienawiść do katolicyzmu?*, „Nasz Dziennik” z 31.05–01.06.2008; www.naszdziennik.pl/index.php?typ=my&dat=20080531&id=my12.txt [dostęp: 07.08.2008].

wotnie religijnym), ale także specyfika uwarunkowań psychologiczno-osobowościowych (poczucie pokrzywdzenia, zagrożenia, wykluczenia, paranoiczny lęk przed identyfikowanym przez zespół konkretnych cech „obcym”), jak również nonkonformizm i odważny czy wręcz prowokatorski brak poszanowania dla zasad politycznej poprawności sprawiają, że analizowani odbiorcy i liderzy mediów o. Rydzyka tworzą odrębny od *mainstreamu* nurt polityczny – religijną narodowo-katolicką subkulturę polityczną. Ze względu na sposób politycznej „socjalizacji” i mobilizacji (Radio Maryja) nazywamy ją subkulturą „radiomaryjną”. W sensie podmiotowym składają się na nią odbiorcy mediów o. Rydzyka, tworzący ją nadawcy medialni (radio, gazeta, telewizja i szkoła wyższa) oraz osoby i organizacje wspierające te podmioty i samego o. Rydzyka. Do tych ostatnich należą ugrupowania i działacze polityczni (m.in. LPR i PiS, choć nie w całości i nie w sposób permanentny) oraz religijno-polityczni (księża i zakonnicy), organizacje powstałe na bazie Radia Maryja, czyli Rodziny Radia Maryja, biznesmeni i przedstawiciele świata nauki wspierający intelektualnie i finansowo przedsięwzięcia o. Rydzyka oraz sam ojciec Tadeusz Rydzyk, którego charzma opiera się nie tyle na jego nadzwyczajnych cechach, ile na idealnym dopasowaniu do cech, potrzeb i mentalności swoich zwolenników. W sensie przedmiotowym analizowana religijna subkultura polityczna bazuje na przedstawionym wyżej specyficznym stosunku do systemu politycznego oraz jego elementów, który w wymiarze kognitywnym jest oparty na zespole skrajnie prawicowych, nacjonalistycznych, ultrakonserwatywnych, fundamentalistyczno-katolickich mitów, symboli, stereotypów, przekonań oraz fragmentów wiedzy i informacji reinterpretowanych zgodnie ze swoście rozumianą społeczną nauką Kościoła. Społeczna nauka Kościoła i jej specyficzna interpretacja tworzą także aksjologiczne i ewaluatywne podstawy analizowanej subkultury, w której zasadniczą rolę odgrywają jednakże charakterystyczne emocje. Wyjątkowość czy raczej rodzaj obłudy obrazu emocjonalnego polega na wyraźnym dzieleniu obiektów na dobre i złe, na wrogów i przyjaciół. Wymiar behawioralny jako konsekwencja emocjonalnego pobudzenia opiera się na mobilizowaniu i włączaniu się do akcji i przedsięwzięć zarówno czysto religijnych (np. pielgrzymki), religijno-politycznych (np. podpisy pod apelem do ONZ w sprawie aborcji), jak i czysto politycznych (np. wskazywanie na obowiązek udziału w wyborach i głosowania na katolików).

Rozwój lub upadek radiomaryjnej subkultury politycznej oraz (w tym pierwszym przypadku) sposób jej funkcjonowania w przyszłości będą zależeć od pozycji radykalnego odłamu narodowej prawicy nie tylko w Polsce, lecz również w Europie i na świecie (w szczególności pewną zbieżność obserwuje się w państwach, w których silną pozycję mają Kościoły i ruchy religijne, m.in. w USA), ale także od innych czynników, głównie o charakterze kulturowym i ekonomicznym. Chodzi zwłaszcza o powiązania między rozwojem kultury politycznej i społeczeństwa obywatelskiego a rozwojem gospodarczym, tzn. czy rosnący dobrobyt społeczeństwa wyeliminuje społeczne lęki i polityczne fobie oraz czy postmodernizacyjna kultura polityczna będzie kulturą

konsumeryzmu i fundamentalizmu, czy też uzyskają w niej przewagę elementy demokratycznej kultury społeczeństwa obywatelskiego. Decydujące znaczenie mogą mieć także czynniki instytucjonalne, tzn. czy i w jakim stopniu intensywnie „populizujące” się partie polityczne będą wykorzystywać polityczno-religijne fobie w swoich strategiach wyborczych oraz czy i w jaki sposób Kościoły, w tym Kościół katolicki w Polsce, poradzą sobie z wyzwaniami nowoczesności.

WOJCIECH JABŁOŃSKI

A downfall of Polish left wing? | Zmierzch polskiej
An analysis of IFiS PAN panel research | „lewicy”? Analiza
wyników badań panelowych IFiS PAN

KEY WORDS

policy, electorate, left wing, image, research, political market

SŁOWA KLUCZOWE

polityka, elektorat, lewica, wizerunek, badania, rynek polityczny

ABSTRACT

The Polish political scene is experiencing a period of right wing party domination. It seems that left wing parties do not have effective ideas for promotion of their image which would attract voters. Left wing party rule in the mid 1990s and in early XXI century have lead to widespread disappointment and since then there has been no effective media campaign which would improve their image. The stagnation is true for both “old” post-communist parties and new, “true leftist” initiatives. These parties seem to be out of touch with the poor, socially deprived or liberal environments and do not have a clear mission. These are the results obtained from a research conducted by the Analysis of Social Inequalities Research Unit at the Institute of Philosophy and Sociology of the Polish Academy of Sciences (IFiS PAN). The conclusion is that these days the term “left wing” has lost its meaning.

STRESZCZENIE

Na polskim rynku politycznym trwa okres dominacji partii prawicowych. Ugrupowania funkcjonujące formalnie po lewej stronie sceny politycznej najwyraźniej nie mają pomysłu na wizerunek, który przyciągnie do nich elektorat. Po okresie rozczarowań, jaki przyniosła przewaga SLD w połowie lat 90. i w pierwszych latach XXI w., nie nastąpiła jakakolwiek medialna ofensywa, która poprawiłaby postrzeżenie ugrupowań określających się mianem lewicowych. Wizerunkowy marazm dotyczy zarówno „starych” partii o rodowodzie postkomunistycznym, jak i nowych inicjatyw mających być „prawdziwą lewicą”. Partie te, oddalone od biednych, pokrzywdzonych społecznie i odważnych światopoglądowo środowisk, stają się organizacjami pozbawionymi klarownej misji. Taka właśnie prawda wyłania się z wyników najnowszych badań przeprowadzonych przez Zakład Porównawczych Analiz Nierówności Społecznych przy Instytucie Filozofii i Socjologii PAN. Główny wniosek z nich płynący: „lewica” to termin, który powinien być pisany już tylko w cudzysłowie.

Wprowadzenie

Stwierdzenie, iż elektorat większość informacji przydatnych w dokonywaniu decyzji wyborczych czerpie z mediów, jest już dziś – w epoce *nomen omen* mediatyzacji sceny politycznej – wręcz trywialne. Bez umiędzielnienia, długofalowo budowanego wizerunku nie ma mowy o wygraniu wyborów czy – tym bardziej – o spowodowaniu, by partia była identyfikowana z określonymi wartościami, które pozwolą jej powtórzyć sukces w przyszłości, czyli utrzymać się na rynku politycznym. Politycy starają się przejmować inicjatywę informacyjną i prezentować korzystny obraz swoich ugrupowań dziennikarzom, ci zaś oddziałują na proces budowania wizerunku w oczach opinii publicznej. Czasem chodzi o możliwość przejęcia władzy, bywa jednak, że stawką jest przeżycie. I bywa tak, że nawet w obliczu ostatecznej klęski (niskie sondaże grożące wyeliminowaniem z wielkiej polityki) pewne ugrupowania nie potrafią, a raczej nie chcą zmienić jakości ich postrzegania przez wyborców.

Dla obserwatorów polskiej sceny politycznej nie stanowi dziś tajemnicy fakt, iż ta jej część, którą nazywamy „lewicą”¹, stanęła w ostatnim czasie wobec poważnego problemu. Można uznać, że to problem egzystencjalny, swoiste „być albo nie być” obozu politycznego, który do tej pory był kojarzony – przez znaczną część elektoratu, jak wykazały wyniki wyborów parlamentarnych w latach 1993 i 2001, w sposób niekoniecznie pejoratywny – jako spadek po systemie PRL, a obecnie, w warunkach coraz bardziej okrzepłej polskiej demokracji, nie potrafi znaleźć sobie stabilnej pozycji programowej. Dzisiejsza „lewica” III RP to nie tylko obóz pozbawiony władzy (trud-

¹ Ze względu na charakter problematyki poruszonej w tekście słowo „lewica” – w odniesieniu do polskich ugrupowań rezerwujących (uzurpujących) sobie prawo do występowania pod tym właśnie szyldem – będzie pisane w cudzysłowie, ewentualnie ze skrótem „tzw.”.

no nie stwierdzić, iż w znacznej mierze na własne życzenie), ale i środowisko podzielone, skłócone, niepotrafiące znaleźć wspólnych celów, choć taka operacja w obecnych warunkach (dominacja partii prawicowych) wydawałaby się nad wyraz logiczna. Tymczasem „lewica” nie funkcjonuje już nawet w roli wiarygodnej – z punktu widzenia własnych wyborców – opozycji, pograżając się w samozadowoleniu związanym z pełnieniem (sporadycznie) roli „języczka u wagi” w sporze prezydenta z rządem².

„Lewica” ukarana przez wyborców

Wydaje się, iż przełomem w tak rozumianej sytuacji dla Sojuszu Lewicy Demokratycznej (chwilowo, wraz z partią wirtualną demokraci.pl – Lewica i Demokraci), Socjaldemokracji Polskiej i pozostałej politycznej „drobnicy” był rok 2005. Potężne dotąd i wpływowe środowisko tzw. lewicy postkomunistycznej – bazujące na resentymentach części elektoratu przywiązanego do „socjalnego” oblicza systemu, który panował w Polsce w latach 1944–1989 – sromotnie przegrało wybory parlamentarne, schodząc z poziomu partii rządzącej do ław wąskiej opozycji. Wprawdzie kryzysu opisywanej frakcji dopatrywano się już wcześniej (niektórzy dziennikarze, prawdopodobnie w celu podkreślenia roli „czwartej władzy”, czyli swojej własnej, wskazywali na tzw. aferę Rywina z grudnia 2002 r. jako moment, w którym rządzące SLD ostatecznie straciło reputację³), ale, odrzucając wątpliwej jakości dywagacje publicystów, tylko najważniejszy wskaźnik opinii publicznej, czyli wyniki wyborów, mogły wskazać – i wskazały – realny poziom poparcia dla partii mającej w nazwie słowo „lewica”⁴.

² Paradoksalnie, tak „wygodna” pozycja „lewicy” jest przez nią błędnie wykorzystywana. Taktyczne (?) decyzje jej liderów za każdym razem powodują spore zamieszanie: w niektórych przypadkach wynika z nich niemal kordialny sojusz z ultrapravicowym Pałacem Prezydenckim (wspólne zablokowanie rządowego projektu ustawy medialnej – lipiec 2008 r.), innym razem – niezrozumiałe poparcie stanowiska rządzącej „liberalno-chłopskiej” koalicji w sprawie ograniczenia dostępu do emerytur pomostowych (odrzućcie weta prezydenta siłami PO, PSL i... SLD – grudzień 2008 r.).

³ Takie zachowanie znacznej części polskiego środowiska dziennikarskiego wynikało z podstawowego uprawnienia tzw. czwartej władzy mediów – zdolności definiowania kryzysów, czyli arbitralnego określenia, jakie sytuacje w obrębie systemu demokratycznego stanowią zagrożenie (przede wszystkim, choć nie zawsze) dla jego funkcjonowania (por. W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2006).

⁴ Oficjalne wyniki wyborów do sejmu z 25.09.2005 przedstawiały się następująco: Prawo i Sprawiedliwość – 26,99%, Platforma Obywatelska – 24,14%, Samoobrona – 11,41%, **Sojusz Lewicy Demokratycznej – 11,31%**, Liga Polskich Rodzin – 7,97%, Polskie Stronnictwo Ludowe – 6,96%. Nie weszły do Sejmu (wśród ugrupowań, które uzyskały mniej niż 5%, a więcej niż 0,3%): **Socjaldemokracja Polska – 3,89%**, **Partia Demokratyczna – 2,45%**, Platforma Janusza Korwina-Mikkego – 1,57%, Ruch Patriotyczny – 1,05%, **Polska Partia Pracy – 0,77%**. W senacie jedyna partia „lewicy”, Sojusz Lewicy Demokratycznej, uzyskała tylko jedno miejsce (tracąc 75 foteli w porównaniu ze stanem osiągniętym w 2001 r.). Dla porównania, wyniki wyborów do Sejmu z 21.10.2007 były następujące: PO – 41,51%, PiS – 32,11%, **Lewica i Demokraci (SLD, SDPL i PD) – 13,15%**, PSL – 8,91%. Nie weszły do sejmu: Samoobrona – 1,53%, LPR – 1,30 %, **PPP – 0,99%**, **Partia Kobiet – 0,28%**, Samoobrona Patriotyczna – 0,02%. W zdominowanym przez PO i PiS senacie zasiadł tylko jeden przedstawiciel dawnej „lewicy” – odrzucający zresztą formalne, klubowe związki z nią – Włodzimierz Cimoszewicz.

Decydującym elementem oceny nie okazały się więc najwyraźniej „medialne” afery wokół ludzi rządzącej dotychczas partii, ale jej styl rządzenia, który miał niewiele wspólnego z wartościami „lewicowymi”, „socjalnymi”, „społecznymi” itp. W ciągu swoich czteroletnich rządów (2001–2005) SLD nie wprowadzał rozwiązań, z którymi wyborcy zwykle kojarzyli jej oficjalny program⁵, lecz narzucał społeczeństwu decyzje⁶, które odbierały prawa właśnie elektoratowi lewicowemu!

Logicznie ujmując, poziom politycznego „zużycia”, a może wręcz skompromitowania „lewicy” postkomunistycznej powinien stanowić naturalną zachętę dla nowych lewicowych partii, które mogłyby z łatwością przejąć znaczną część elektoratu SLD i podobnej programowo „drobnicy” korzeniami swych liderów związanej z czasami sprzed 1989 r. Tymczasem klęska tzw. komuchów okazała się sporą przeszkodą w procesie wchodzenia na polski rynek polityczny nowych graczy głoszących hasła „prospołeczne” i „robotnicze”. „Lewicowcy” – nie tylko zresztą ci „nowi”, niezwiązani z postkomunistami – starają się stworzyć nową jakość⁷, ale wyborcy wyraźnie tego nie doceniają. Zapewne już sama lewicowość kojarzy się elektoratowi nieprzyjemnie. Jak wynika z badań⁸, żadna z partii funkcjonującej po lewej stronie polskiej sceny politycznej nie jest jednoznacznie kojarzona z problematyką zwykle podejmowaną właśnie przez ugrupowania lewicowe!

⁵ Na przykład „krakowska” inicjatywa Janusza Onyszkiewicza i Dariusza Rosatiego (przełom 2008 i 2009 r.) mająca na celu stworzenie „ruchu lewicowego” (w opozycji do formuły partii politycznej, która opatrzyła się wyborcom) – nieformalną inspiracją był tu z pewnością powstały po prawej stronie polskiej sceny politycznej Ruch Polska XXI Rafała Dutkiewicza. Wspólną cechą tych „ruchów” jest wszakże grupowanie w nowe polityczne „opakowania” ludzi, którzy od dawna (i często bez znaczących sukcesów) funkcjonowali w „starych” partiach politycznych lub cieszyli się ich wyraźnym poparciem.

⁶ Najgłośniejszą tego typu decyzją – narosła niemal do rangi legendy – była (listopad 2002 r.) próba cofnięcia publicznych dotacji dla barów mlecznych. „Lewica” podjęła krok, o którym pamięć ciągnie się za SLD latami („SLD popiera związki zawodowe. Namawianie lewicy do odbierania praw socjalnych, praw związkowych, praw pracowniczych, prawa do tego, żeby związki zawodowe były traktowane w dialogu z rządem, my się w tym specjalizować nie będziemy. A wie pani dlaczego również. Również dlatego, że kiedy już 15 lat temu, kilkanaście lat temu w każdym razie, przez sześć godzin minister finansów miał pomysł żeby ograniczyć dotacje do barów mlecznych, to do dzisiaj włącznie, a pani tak co trzy tygodnie, przypomina nam to, żeby odmawiać nam prawa do tego, żebyśmy byli lewicą” – Jerzy Szmajdziński w rozmowie z Moniką Olejnik w audycji „Gość Radia Zet”, Radio Zet, 16.12.2008 (składnia oryginalna). Źródło: [www.radiozet.pl/Programy/ Program Szczegoly.aspx?AudycjaId=1482&PageIndex=5](http://www.radiozet.pl/Programy/Program Szczegoly.aspx?AudycjaId=1482&PageIndex=5)). Jak się potem okazało, „lewica” nie wyciągnęła jednak wniosków ze starych błędów i – wbrew zapowiedziom – wspólnie z koalicją PO-PSL odrzuciła weto prezydenta, czyli, zgodnie z optyką Szmajdzińskiego, wzięła udział w „odbieraniu praw socjalnych”.

⁷ Por. przypis 9.

⁸ Projekt badawczy „Informatyzacja a zmiany w sytuacji pracy” finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego jako blok włączony w badanie panelowe „Przemiany społeczne w Polsce”, prowadzone cyklicznie co pięć lat od 1988 r. przez Zakład Porównawczych Analiz Nie-równości Społecznych przy Instytucie Filozofii i Socjologii PAN. Przytaczane w artykule dane pochodzą z listopada i grudnia 2008 r.

„Lewica” – środowisko niesprzyjające społecznie wykluczonym?

Zasadnicze pytanie, jakie musi sobie postawić każda partia polityczna, brzmi zwykle: „Czy istnieją szanse na realizację mojego programu?”, *ergo* „Na czyje poparcie mogę liczyć?”. Ta druga forma owej kluczowej dla sensu działalności politycznej kwestii wyraża prawdę tyleż oczywistą, co często brutalną – politykę „robi się” z ludźmi. I niekoniecznie chodzi tu o samych działaczy partyjnych⁹, ale o te segmenty elektoratu, które gotowe są na określoną partię zagłosować (i w regulowanej wyborczym kalendarzem przyszłości będą skłonne owo zachowanie powtórzyć). Na jak duże poparcie Polaków może zatem liczyć tzw. lewica?

Odpowiedź brzmi: na niewielkie. A to z powodu braku powiązania firmowych znaczków „lewicowych” partii politycznych działających w III RP ze wsparciem grup społecznych, które tradycyjnie funkcjonowały w orbicie wpływów lewicy. Partie rozdrobionej „lewiej” strony sceny politycznej – zarówno (a może przede wszystkim) od dłuższego czasu działające na rynku, jak i zabiegające od niedawna o poparcie elektoratu – wypadają kiepsko w roli reprezentantów środowisk mogących (jednak tylko w sensie czysto teoretycznym) udzielić im w przyszłości poparcia. Chodzi o grupy, które formalnie otaczane są przez partie „lewicowe” szczególną troską – nisko uposażonych i pokrzywdzonych przez system¹⁰.

W najgorszej sytuacji są te ugrupowania „lewicowe”, których działacze w przeszłości sprawowali władzę. W tej roli, zdaniem respondentów, „lewica” nie zdała egzaminu (por. tablica 1). Identyfikując partie, które (rzekomo) reprezentują interesy biednych, badani wskazywali na SLD i SDPL mniej więcej tak samo często jak... na prawicowy PiS i pseudoliberalną PO! SLD ma reprezentować interesy najuboższych w „niskim stopniu” (32,3% odpowiedzi) lub wręcz nie reprezentować ich wcale (17%). Tylko mniej niż 5% respondentów wyrażało zdanie, iż Sojusz murem stoi za biednymi, a tylko 1/4 badanych uznawała, że „w średnim stopniu” SLD może być kojarzona z elektoratem ubogim. Podobne wyniki uzyskała SDPL – najwyraźniej udzielający odpowiedzi nie zapomnieli, jak chcieliby zapewne działacze tego ugrupowania, że jej „lewicowi” liderzy przez większość rządów SLD (lata 2001–2005) uczestniczyli w sprawowaniu władzy i dopiero demonstrowana przez nich chęć wysadzenia Leszka Millera z siodła premiera spowodowała w Sojuszu rozłam, który przyniósł powstanie SDPL, zwanego, od nazwiska jej najbardziej rozpoznawalnego lidera, „partią borowików”.

⁹ O profilu polskich „lewicowców” – w dalszej części tekstu.

¹⁰ Kilka charakterystycznych cytatów z programu SLD: „Chcemy państwa [...] bez biedy i bezdomności, otwierającego życiowe szanse zwłaszcza dla ludzi młodych, bez względu na ich miejsce zamieszkania, bogactwo rodziców i własny majątek [...]. Polska naszych pragnień – to państwo aktywnie przeciwdziałające społecznemu i ekonomicznemu wykluczeniu [...]. Bieda, zwłaszcza dziecięca, niski poziom edukacji, brak poczucia solidarności – sprzyjają trwałemu wykluczeniu. Potrzeba nam więcej troski o najsłabszych” (fragmenty uchwały nr 3 IV Kongresu SLD – *Jakiej Polski chcemy?*).

Tablica 1. Postrzegany poziom zainteresowania sprawami biednych okazanego przez partie „lewicowe” (listopad–grudzień 2008 – w %)

Która z podanych partii reprezentuje interesy biednych?	SLD	SDPL	KPEiR	PPP	PK
W wysokim stopniu	4,7	3,7	10,3	6,0	3,7
W średnim stopniu	24,7	17,4	19,6	14,6	16,4
W niskim stopniu	32,3	26,7	18,3	17,0	21,1
W ogóle nie	17,0	18,7	15,3	16,3	18,7
Nie wiem/ brak odpowiedzi	21,3	33,5	36,4	46,2	40,0

Źródło: Projekt badawczy „Informatyzacja a zmiany w sytuacji pracy” jako blok włączony w badanie panelowe „Przemiany społeczne w Polsce” prowadzone cyklicznie co pięć lat od 1988 r. przez Zakład Porównawczych Analiz Nierówności Społecznych przy Instytucie Filozofii i Socjologii PAN.

Nie jest w Polsce tajemnicą, iż szczególną grupą wśród osób biednych – i *de facto* wykluczonych ze społeczeństwa – są seniorzy. Stanowią oni grupę mało atrakcyjną dla marketerów operujących w zakresie sprzedaży „klasycznych” dóbr i usług (niskie zwykle emerytury pozwalają starszym obywatelom III RP zaledwie na wegetację), ale ich pozyskanie pozostaje kuszącą perspektywą dla sztabowców kampanii politycznych (ludzie starsi to część elektoratu najbardziej zdyscyplinowana, mogąca – jak słynne „moherowe berety” – stać się podstawą sukcesu kandydatów i partii potrafiących wykorzystać ten potencjał).

Jednak dzisiejsza tzw. lewica nie jest postrzegana w roli obrońcy interesów ludzi starszych (por. tablica 2). Wyniki, jakie SLD i SDPL uzyskują wśród respondentów pytanych o związki tych partii z problemami ludzi starszych, powinny zastanawiać: prawie 50% badanych wyraża opinię, iż wymienione ugrupowania w niewielkim stopniu lub wręcz w ogóle nie reprezentują interesów seniorów! I tu powtarza się prawidłowość zauważona w procesie analizy odpowiedzi na pytanie o reprezentację interesów ludzi biednych (prawdopodobnie wyborcy zdają sobie sprawę, iż w Polsce słowo „senior” w większości przypadków znaczy po prostu „biedny”): SLD i SDPL wypadają podobnie jak czołowa partia rządzącej koalicji PO (w niewielkim stopniu interesuje się problemami ludzi starszych – 32,9%, w ogóle się nimi nie interesuje – 22,6%) i opozycyjny PiS (odpowiednio: 28,8 i 21,5%). Co ciekawe, bardzo „lewicowa” okazuje się na tym tle druga partia obecnej koalicji rządzącej PSL (reprezentuje, zdaniem respondentów, interesy osób starszych w niskim stopniu – 22,8%, w ogóle ich nie reprezentuje – 12,3%). Po sześćdziesięciu latach funkcjonowania obok siebie dwóch partii: PZPR i ZSL (dzisiejsi następcy to postkomunistyczne ugrupowania SLD/SDPL i PSL) doszło do zmiany w kategoriach ich „ważności” z punktu widzenia opinii publicznej: odsuwana w czasach tzw. Polski Ludowej na boczny tor partia „chłopska” zdystansowała w kwestii ideologicznej swoją „robotniczą” siostrę...

Tablica 2. Postrzegany poziom zainteresowania sprawami seniorów okazywanego przez partie „lewicowe” (listopad–grudzień 2008 – w %)

Która z podanych partii reprezentuje interesy starszych?	SLD	SDPL	KPEiR	PPP	PK
W wysokim stopniu	3,4	1,5	20,2	4,3	2,6
W średnim stopniu	20,2	15,0	24,7	12,7	12,9
W niskim stopniu	30,7	27,9	15,3	18,7	19,3
W ogóle nie	19,4	18,3	11,8	15,9	18,7
Nie wiem/ brak odpowiedzi	26,4	37,4	28,0	48,4	46,5

Źródło: Jak w tablicy 1.

Niejasne oblicze „obyczajowe”

Nieco lepiej – choć na pewno niezachwycająco z czysto lewicowego punktu widzenia – przedstawia się wizerunek dwóch największych partii „lewicy” w odniesieniu do stopnia reprezentacji przez nie interesów kobiet (por. tablica 3). Tu zdania respondentów oscylują wokół poziomów „średnich” (SLD – 27,9%, SDPL – 22,1%) i „niskich” (SLD – 25,8%, SDPL – 23,4%). W porównaniu z odpowiedziami na poprzednie pytania można uznać to za postęp, ale na pewno trudno mówić o jednoznacznie kojarzonym obliczu „lewicy” w sprawie poparcia polityki związanej z interesem płci pięknej. Prawdopodobnie część wyborców nie jest w stanie darować „lewicy” tzw. kompromisu (faktycznego zakazu) w sprawie aborcji. Charakterystyczne, iż w tej dziedzinie starą „lewicę” wyprzedza wiodąca partia obecnej prawicowo-chłopskiej koalicji rządowej – PO (reprezentuje interesy kobiet w średnim stopniu – tak odpowiedziało aż 36,3% badanych)! Przyczyna takiego zjawiska tkwi zapewne we wciąż powtarzanym przez media przymiotniku „liberalny” w zestawieniu z Platformą Obywatelską, choć partia Tuska z liberalizmem ma już niewiele wspólnego.

Mimo sukcesów czysto propagandowych, wciąż jednak niepokojąca dla tzw. lewicy jest kwestia niewystarczającego jej kojarzenia z interesem kobiet – tradycyjnie traktowanych przez prawicę jako obywatele o niższym statusie, a więc w pewnym sensie osoby wykluczone, znajdujące naturalne oparcie dla swoich interesów po lewej stronie sceny politycznej (zwłaszcza w kwestii zrównania wieku emerytalnego kobiet i mężczyzn czy ochrony praw pracowniczych kobiet w ciąży i z małymi dziećmi). Tak nie jest – choć istnieje wyjątek, który należy uznać za potwierdzenie niekorzystnej dla „lewicy” reguły. Chodzi o Partię Kobiet, która jako jedyna spośród partii „lewicowych” uzyskała imponujący odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie, czy reprezentuje interesy płci pięknej (w wysokim stopniu – 37%, w średnim stopniu – 22,1%). Wydaje się, iż również w tym przypadku zadziałała magia nazwy (skoro oficjalnie

mówi się o „ugrupowaniu kobiet”, to czyje sprawy, jeśli nie samych kobiet, ma ono reprezentować?). Ale jeśli zestawimy ten pozornie dla „lewicy” krzepiący wynik z mikroskopijnym poparciem, jakie PK uzyskała w ostatnich wyborach parlamentarnych (patrz przypis 4), przekonamy się o realnym, czyli w zasadzie żadnym wpływie współczesnej polskiej „lewicy” na elektorat kobiecy. PK pozostaje wyjątkiem – zwłaszcza w zestawieniu z partiami, które uzyskują podobnie niski wynik sondażowy i wyborczy, a które formalnie sytuują się po lewej stronie sceny politycznej. Miażdżąco dla partii „lewicowych” – starających się od lat bezskutecznie ustanowić opcję alternatywną wobec SLD i SDPL – wypada deklarowana przez wyborców nieznanomość ich programu w kwestii praw kobiet (53,3% respondentów nie potrafi wskazać, czy Polska Partia Pracy reprezentuje interesy kobiet; w przypadku Krajowej Partii Emerytów i Rencistów ten odsetek wynosi 47,7%).

Tablica 3. Postrzegany poziom zainteresowania sprawami kobiet okazywanego przez partie „lewicowe” (listopad–grudzień 2008 – w %)

Która z podanych partii reprezentuje interesy kobiet?	SLD	SDPL	KPEiR	PPP	PK
W wysokim stopniu	9,7	4,9	3,9	3,9	37,0
W średnim stopniu	27,9	22,1	11,0	12,0	22,1
W niskim stopniu	25,8	23,4	18,3	15,1	8,0
W ogóle nie	11,4	12,0	19,1	15,7	5,4
Nie wiem/ brak odpowiedzi	25,2	37,6	47,7	53,3	27,5

Źródło: Jak w tablicy 1.

Inną kwestią niewystarczająco wyrażoną wpływającą na wizerunek polskiej „lewicy” jest stosunek opisywanych partii do Kościoła katolickiego, tradycyjnie mającego w Polsce duże wpływy (por. tablica 4). Tu sytuacja jest wprawdzie inna niż w przypadku ewentualnego reprezentowania przez „lewicę” interesów kobiet (nieco dziwne zjawisko, gdyż te właśnie interesy – chociażby w kwestii aborcji – są przez hierarchów kościelnych traktowane dość surowo), ale nie wydaje się, by partie, o których wizerunku mówią badania, okazywały zainteresowanie lub miały chociaż zamiar podjąć politykę antyklerykalną. Największe szanse na tym polu ma wszakże SLD (40% badanych odpowiada, iż partia ta „w ogóle nie szuka poparcia Kościoła”), znacznie zaś mniejsze – SDPL (niecałych 30% takich odpowiedzi). Temu „potencjałowi antyklerykalizmu” towarzyszy jednak znaczny odsetek odpowiedzi wskazujących na brak rozeznania respondentów, jaką politykę w stosunku do hierarchii kościelnej prowadzą czołowe partie określające się mianem lewicowych („nie wiem” – odpowiada na tę kwestię 25,6% pytanych o SLD, a w odniesieniu do SDPL wskaźnik ten sięga aż

39,8%). Najbardziej mętne w odbiorze społecznym stanowisko co do opisywanej kwestii mają mniejsze partie lewicowe próbujące bezskutecznie wejść do wielkiej polityki (może w tym właśnie tkwi jedna z przyczyn ich wyborczych niepowodzeń?). W przypadku Partii Kobiet – formalnie forsującej przecież w sprawie aborcji stanowisko *pro choice* – deklaracje badanych w formie: „nie wiem, czy partia ta szuka poparcia Kościoła” wynoszą ponad 50%! Podobne zdanie mają wyborcy w odniesieniu do Polskiej Partii Pracy (55,1% respondentów nie potrafi rozpoznać jej relacji w stosunku do Kościoła katolickiego) oraz Krajowej Partii Emerytów i Rencistów (odpowiednio: 47,5%).

Tablica 4. Postrzegany poziom zabiegów o poparcie Kościoła katolickiego czynionych przez partie „lewicowe” (listopad–grudzień 2008 – w %)

Która z podanych partii szuka poparcia Kościoła?	SLD	SDPL	KPEiR	PPP	PK
W wysokim stopniu	2,4	3,0	6,4	2,1	3,7
W średnim stopniu	9,7	7,5	18,7	8,2	11,0
W niskim stopniu	21,9	21,1	17,6	18,7	17,9
W ogóle nie	40,4	28,6	9,9	15,9	16,8
Nie wiem/ brak odpowiedzi	25,6	39,8	47,5	55,1	50,5

Źródło: Jak w tablicy 1.

Zupełnie nielewicowi lewicowcy

Krytyczną sytuację polskiej „lewicy” tłumaczy w pewnym stopniu zdanie, jakie o swoich poglądach mają sami członkowie SLD. Ogłoszone pod koniec 2008 r. wyniki badań przeprowadzonych przez Centrum Badań nad Życiem Politycznym Wolnego Uniwersytetu w Brukseli i Instytut Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego (przy okazji zjazdów regionalnych poprzedzających wybory nowego kierownictwa partii przepytano ponad 1,5 tys. lokalnych działaczy Sojuszu) pokazały, iż sami „lewicowcy” nie wyznają wartości, które tradycyjnie są związane właśnie z lewicą.

Ciekawie wygląda skład Sojuszu pod kątem zawodowym: jedynie nieco ponad 3% działaczy deklaruje przynależność do „klasy robotniczej”! Większość tych, którzy – teoretycznie – mieliby dążyć do wyrównywania nierówności społecznych, to ludzie pełniący stanowiska kierownicze (prawie 40% badanych), pracownicy umysłowi (32,2%), prowadzący samodzielną działalność gospodarczą, a więc biznesmeni (11,5%). Trudno uznać, by taki profil społeczny ludzi, którzy stoją na czele partii określającej się jako „lewicowa”, był w stanie dopomóc w realizacji interesów ludzi ze współczesnego marginesu społecznego – biednych, bezdomnych, emerytów itp.

Zastanawiający wydaje się stosunek działaczy SLD do nauki społecznej Kościoła katolickiego; analizując ich odpowiedzi, w zasadzie trudno stwierdzić, czy Sojusz szuka poparcia biskupiej hierarchii, czy zupełnie odrzuca kreowany przez nią obraz świata. I tak, ludzie polskiej „lewicy” krytycznie odnoszą się do silnego wpływu hierarchii Kościoła katolickiego na życie publiczne (90% uznaje te wpływy za zbyt znaczne, 80% sprzeciwia się wieszaniu krzyży w instytucjach publicznych, 94% nie akceptuje projektu wliczania do średniej ocen stopnia z religii), ale prawie 2/3 (64,24%) badanych działaczy SLD określa się jako „wierzący”, a 30% *de facto* przyznaje rację kościelnym dostojnikom w kwestiach homoseksualizmu („jest sprzeczny z naturą” – mówi 30% badanych) oraz prawa do posiadania potomstwa („dzieci tylko dla małżeństw” – twierdzi aż 1/3 działaczy polskiej „lewicy”!).

Konkluzja: „lewica” na rozdrożu

Analizując przytoczone tu wyniki badań, dochodzimy do wniosków, które oznaczają, rzecz jasna, wielkie zagrożenia, ale i szanse. Zaczniemy od niebezpieczeństw.

1. Przede wszystkim należy stwierdzić, iż **kryzys, z którym mamy do czynienia po „lewiej” stronie polskiej sceny politycznej, jest głębszy niż wynikałoby to z codziennych przekazów medialnych**¹¹. Niegdyś silna postkomunistyczna „lewica” – która była w stanie w krótkiej epoce III RP sprawować władzę aż przez dwie pełne parlamentarne kadencje (1993–1997 i 2001–2005) i z której obozu wyszedł polityk¹² najdłużej w dziejach „wolnej Polski” (1995–2005) sprawujący urząd głowy państwa – dziś nie jest nawet cieniem dawnej politycznej potęgi. Obserwowane obecnie publiczne spory jej nowych liderów i fakt „dołowania” w sondażach stanowią jedynie zewnętrzną oznakę degeneracji, która sięga korzeniami wręcz sensu funkcjonowania każdej partii politycznej. Nasuwa się pytanie, czy może istnieć – a jeśli tak, to jak długo? – partia faktycznie pozbawiona misji, z którą identyfikowałaby ją znacząca część społeczeństwa. Takiej identyfikacji są pozbawione niemal wszystkie partie funkcjonujące po „lewiej” stronie nadwiślańskiej politycznej estrady. Podobnie wygląda problem kadr; współczesna „lewica” rekrutuje działaczy wśród przypadkowych, niezwiązanych tradycyjnie ze swoim środowiskiem grup uznanych za „lewicowe” (robotnicy

¹¹ Pierwszą głośniejszą próbą dobrowolnej konfrontacji przekonanych działaczy najbardziej dostrzegalnej partii „lewicy” – SLD – o wielkości własnej i własnego ugrupowania z rzeczywistością był tzw. raport Chwedoruka, który stał się przedmiotem doniesień medialnych na początku stycznia 2009 r. Mimo celności wielu spostrzeżeń zawartych w raporcie, stanowił on indywidualną opinię wynajętego przez Sojusz eksperta i raczej nie może być uznany (również ze względu na fakt, iż było to w zasadzie jedyne dotychczas szersze ujęcie tematu kryzysu wewnątrz i na zewnątrz Sojuszu) za opartą na „twardych” badaniach analizę „lewiej” strony sceny politycznej.

¹² *Notabene*, postać Aleksandra Kwaśniewskiego, mająca stać się wręcz ikoną powracającego jakoby do lepszej kondycji obozu „postkomuny” (w roli tzw. twarzy Lewicy i Demokratów w wyborach 2007 r.), została słusznie uznana za symbol jej upadku (słynny „wykład” byłego prezydenta w Kijowie na początku września 2007 r. ujawnił „filipińską chorobę”, która negatywnie wpłynęła na jego zdolność panowania nad własną komunikacją werbalną i niewerbalną).

i inni pracownicy najemni, bezrobotni itp.). Koniecznym rozwiązaniem byłaby w takiej sytuacji nowa polityka kadrowa „lewicy”¹³.

2. Polska „lewica” robi wiele, by wspomniany kryzys pogłębić. Po klęsce, jakiej doświadczyła „lewa” strona sceny politycznej w wyborach 2005 i 2007 r., nie pojawił się w tym środowisku żaden pomysł zwrócenia się ku tradycyjnym, z punktu widzenia polityki socjalnej, grupom społecznym. „Bieda” i „wykluczenie” znajdują miejsce zaledwie w papierowych deklaracjach partii politycznych. Nie powstają z „lewicowej” inspiracji projekty ustaw mających złagodzić los emerytów czy rencistów (a z tych grup właśnie latami, na kanwie sentymentu za czasami PRL-u, czerpali poparcie postkomuniści!), nie widać żadnych sygnałów otwarcia wobec ludzi młodych, choć na ofensywie w tym kierunku „lewica” mogłaby teoretycznie sporo ugrać (młodzież jest bardziej gotowa na zmiany obyczajowe, ale start życiowy ma często utrudniony; w sytuacji inercji „lewicy” młody elektorat starała się przejąć rządząca obecnie PO – m.in. przez puste, jak się okazało, obietnice ułatwiania jej powrotu z pracy za granicą). Zamiast pracy na rzecz swego potencjalnego elektoratu, rozdrobniona „lewica” coraz bardziej zajmuje się sporami wewnętrznymi (rozpad LiD-u, konflikt Olejniczak–Napieralski). Destrukcyjny charakter tych konfliktów nie pozwala rozumnie ocenić szansy, jaką lewica w roli „języczka u wagi” mogłaby wykorzystywać w obecnym sejmie (popieranie raz PO, raz prezydenta nie znajduje – mówiąc delikatnie – klarownego uzasadnienia).

3. W takiej sytuacji tradycyjnie „lewicowe” idee pozostają niejako „na wolnym politycznym rynku” gotowe, by przejęły je inne partie (a także ośrodki władzy¹⁴) reprezentujące konkurencyjne wobec „lewicy” środowiska. Tu rozpoczęło się już rozdrapywanie intelektualnej schedy po partiach, które „zdradziły” swój dotychczasowy elektorat i nawet nie próbują go odzyskać. Pomysły niemrawej „lewicy” realizuje zatem... prawica, często w warstwie obyczajowej i historycznej skrajna. „Lewicowe” pomysły forsuje szczególnie zaciekle środowisko PiS i prezydenta, próbując blokować projekty wcześniejszego wprowadzenia europejskiej waluty w Polsce (bo to uderzy w „najuboższych”), wetując pomysł komercjalizacji/prywatyzacji szpitali

¹³ Pojawiły się wprawdzie próby przyciągnięcia nowych ludzi do obozu „lewicowego” (tzw. kluby lewicy – powstające w terenie „niby-struktury” pod patronatem SLD, stanowiące w założeniu fora dyskusyjne poświęcone sprawom „lewicy”), jednak jeszcze nie czas mówić o ich skuteczności, tym bardziej, iż respektując zniechęcenie społeczeństwa tradycyjnymi partiami politycznymi, zakładają one nadzwyczaj luźną (bez przynależności partyjnej i – tym samym – bez realnego wpływu na sprawy polityczne) relację na linii: „lewicowy” wyborca – „lewicowe” ugrupowanie.

¹⁴ Chodzi o politykę obecnego prezydenta RP, która – wobec słabości „lewicy”, a w opozycji do „liberałów” z rządzącej PO – opiera się na kontynuacji programu (a raczej – hasła) kampanii Lecha Kaczyńskiego z roku 2005: wizji tzw. Polski solidarnej (przeciwstawianej rzekomej „Polsce liberalnej”). W rzeczywistości jest to atrakcyjny dla części elektoratu – zwłaszcza dla ludzi biednych, emerytów, rodzin wielodzietnych i wszystkich, którzy liczą na dofinansowanie swego życia z budżetu państwa, czyli z kiesy pozostałych podatników – projekt czysto socjalistyczny, który znakomicie zagospodarowuje „lewą” stronę sceny politycznej, pozostawiając z boku dawne polityczne środowiska postkomunistyczne, głoszące przecięż w przeszłości niezwykle podobne hasła.

(„zdrowie nie może być towarem rynkowym”) czy zwracając prawicowe w formie, a socjalistyczne w treści programy w stronę zagrożonej widmem światowego kryzysu gospodarki (nowy, ekonomiczny program PiS – partii kojarzonej tradycyjnie z lustracją i polityką historyczną)¹⁵. Oczywiście proces ten sprowadza się ostatecznie nie tyle do naruszania tradycyjnej „sfery ideowości” zagospodarowywanej dotychczas przez „lewicę”, ile – w dłuższym okresie – do przejmowania dotychczasowego jej elektoratu. Nie tylko natura, ale również marketing polityczny nie lubi próżni. Jeśli – jak pokazują cytowane wyniki badań – znaczna część respondentów deklaruje, iż ich zdaniem w podobny sposób traktują biednych, emerytów i... księży partie prawicowe i „lewicowe”, może to oznaczać, że zamiast na słabych postkomunistów łatwiej będzie zagłosować na silną prawicę.

Ale z diagnozy głębokiego kryzysu „lewicy” płyną również pozytywne wnioski, wręcz wielkie szanse dla środowiska, które niekoniecznie musi być skazane na polityczną zagładę. W obliczu ciekawego kontekstu politycznego nadchodzących sezonów wyborczych (kampania do Parlamentu Europejskiego w 2009 r., ale przede wszystkim wybory prezydenckie 2010) obecna „lewica” może je znakomicie wykorzystać lub najzwyczajniej przespać. Oto najważniejsze z tych zjawisk:

1. **Realna szansa przyciągnięcia do „lewicy” ludzi młodych.** Czas kryzysu ekonomicznego będzie sprzyjał środowiskom opozycyjnym, w tym obecnej „lewicowej drobnicy”. Jeśli dodać do tego fakt spowodowanych właśnie kryzysem powrotów młodych Polaków z zagranicy (tych samych, których w kampanii wyborczej 2007 r. pustymi obietnicami przyciągała do siebie obecna władza), pojawia się sytuacja, w której „lewica” może rozszerzyć swoją działalność o ludzi *de facto* odrzuconych przez własny kraj (bo nad Wisłą nie oferuje się im godziwych warunków pracy). Możliwość kontaktu z nimi przyniosłby wspomniany proces zakładania przez SLD dyskusyjnych „klubów lewicy”, choć sporo zależałoby również od nowych treści programowych (zerwać z niemożliwym już do obrony mitem „lewicy” jako ugrupowania obrońców biednych, a walczyć o „nowe szanse” dla młodych). Właśnie młody, „ahistoryczny” elektorat (niepamiętający epoki sprzed 1989 r., a nawet późniejszych rządów „nowej lewicy”) może się stać dla postkomunistów prawdziwym zagłębieniem głosów. Aby tę szansę wykorzystać, „lewica” musi się jednak pozbyć ludzi mało wiarygodnych, czyli „starych” działaczy partyjnych – co obecnie wydaje się mało prawdopodobne.

¹⁵ Ważnym testem w procesie przejmowania przez prawicę „lewicowych” projektów okazał się wirtualny „program trzech milionów mieszkań” z kampanii wyborczej PiS w roku 2005 (prawica bez kompleksów własnych, ale i bez protestów ze strony „lewicy” przejęła propozycje dotychczas kojarzone z pomysłami postkomunistów – *vide* podobna „mieszkaniowa” obietnica Aleksandra Kwaśniewskiego w kampanii prezydenckiej 1995 r.). I Kwaśniewskiemu, i następnie prawicy tego typu obietnice przyniosły polityczne profity, zachęcając do późniejszego powtarzania podobnych deklaracji.

2. Okazja do podjęcia bardziej zdecydowanych niż dotychczas kroków w relacjach: Kościół – państwo. Charakterystyczne, iż „lewica” podejmuje radykalne hasła w tej sprawie jedynie wtedy, gdy chwilowo (np. podczas kampanii wyborczych, również tych wewnętrznych¹⁶) potrzebuje poparcia opinii publicznej. Następnie kwestie związane chociażby z usunięciem religii ze szkół czy wypowiedzeniem konkordatu szybko zanikają, jakby ich nigdy nie było. Taka niekonsekwencja jest sporym błędem „lewicy”, gdyż potwierdza tylko brak wiarygodności środowisk związanych z SLD i mniejszymi partiami (które z kolei robią co mogą, by w ogóle nie poruszać tak „kłopotliwych” tematów). Tymczasem żadna partia w Polsce nie próbowała po 1989 r. wdawać się w dyskusję na temat stosunków państwo – Kościół, a szanse na dłuższe zaistnienie w relacjach z elektoratem lewicowym byłyby w tym przypadku duże. Zamiast partii politycznych podejmują więc ów temat media¹⁷ – zagospodarowując „próżnię”, jaka tworzy się w przestrzeni dyskursu publicznego (na podobnej zasadzie jak przejmowanie tematów gospodarczych przez pravicę).

3. Niemożność wypełnienia przez pravicę „lewicowych” obietnic. „Przejmowanie” starych, lewicowych haseł przez PiS i obóz obecnego prezydenta RP jest przykładem chwilowej politycznej ofensywy, która ma małe szanse na sukces w perspektywie długofalowej. Na ich choćby częściową realizację nie ma pomysłów, a proces kompletowania kadr fachowców w dziedzinie gospodarczej dopiero się po prawej stronie rozpoczął¹⁸ – również z miernymi widokami na sukces. Z czysto propagandowego projektu „trzech milionów mieszkań” prawica dotychczas się nie rozliczyła i choćby na tym polu istnieje szansa na lewicową ofensywę „przypominania o faktach”, która mogłaby ukrócić pomysły na „prawicowe” wypełnianie „socjalnej” próżni politycznej. Partie „lewicy” są zatem w stanie rozpocząć udaną ofensywę obrony swoich tradycyjnych haseł.

¹⁶ Ostatnią głośniejszą próbę takiej taktyki podjął Grzegorz Napieralski (czerwiec 2008 r.) – wprowadzanie tematów antyklerykalnych przez „lewicę”, której ludzie przyczynili się walnie do wzmocnienia wpływów Kościoła katolickiego w Polsce (sam Aleksander Kwaśniewski w czasach swojej prezydentury zdecydował w 1998 r. o podpisaniu konkordatu). Z uwagi na specyficzny kontekst „nowej ofensywy lewicy” doszło nawet do swoistej medialnej schizofrenii – dziennikarze ochrztili nowego przywódcę SLD „polskim Zapatero” w momencie, gdy sam Napieralski rakiem wycofał się z wcześniejszych antyklerykalnych obietnic.

¹⁷ Na przykład głośna kwestia kościelno-rządowej komisji majątkowej przyznającej Kościołowi katolickiemu dowolny majątek będący dotychczas w dyspozycji państwa, bez możliwości odwołania ze strony zainteresowanych (m.in. samorządów). Temat ten jest zdominowany przez media, gdyż żadna z polskich partii politycznych nie zdecydowała się na uczestnictwo w dyskusji nad tym zagadnieniem.

¹⁸ Między innymi w połowie stycznia 2009 r. pojawiły się pogłoski o próbach przyściągnięcia do kancelarii prezydenta dotychczasowego ekonomisty lewicy – związanego dawniej z Unią Pracy – Ryszarda Bugaja. Ostatecznie został on oficjalnym ekonomicznym doradcą głowy państwa, podobnie jak zaprzyjaźniony z braćmi Kaczyńskimi Adam Głapiński, mianowany na podobne stanowisko tego samego dnia.

Wydaje się zatem, iż walka o nową polską lewicę (bez cudzysłowu!) nie jest automatycznie skazana na klęskę. Pozostaje praca nad solidną strategią medialną, a następnie konsekwentna realizacja (w świetle kamer!) czysto lewicowych projektów legislacyjnych. Media pomagają w kojarzeniu wizerunku z określonymi wartościami (lub ich brakiem), ale mogą również – w dalszej przyszłości i przy założeniu umiejętnej, długofalowej polityki o charakterze public relations – określone „wizerunkowe” tendencje odwrócić. Decyzja pozostaje w rękach kierownictwa organizacji politycznych, które regularnie (wybory) muszą się poddawać surowemu nieraz osądowi opinii publicznej. Pytanie tylko, czy sami działacze (nie tylko partyjni), uznający się za przywiązanych do ideałów tradycyjnej lewicy, podejmą starania w kierunku odwrócenia niekorzystnych tendencji, o których tu mówiliśmy. Czy będzie im się „chciało chcieć”?...

JOLANTA DZIERŻYŃSKA-MIELCZAREK

Częstochowa | Częstochowskie
journalist circles | środowisko
between | dziennikarskie
1989–2007 | w latach 1989–2007

KEY WORDS

local media, journalists

SŁOWA KLUCZOWE

media lokalne, dziennikarze

ABSTRACT

This article analyses the results of research on journalists (a group of around 200 people) working for local media in the Częstochowa area between 1989 and 2007. It took into account factors such as demographics, qualifications, reasons for choosing this career, career path, responsibilities and level of independence. The group of journalists researched reflects the state of the local media in that area. The early 1990s media boom has resulted in tripling the number of journalists employed. Later, closing down of many local newspapers and growing processes of concentration on urban electronic media has lead to the number of employed journalists decreasing back to the level from before the boom.

STRESZCZENIE

Przedmiotem analizy przeprowadzonej na podstawie badań ankietowych dziennikarzy zatrudnionych w lokalnych mediach częstochowskich w latach 1989–2007 są skład demograficzny i społeczny tej liczącej około 200 osób grupy zawodowej, motyw wyboru zawodu, kwalifikacje, model kariery, pełnione role, stopień niezależności dziennikarskiej. Liczebność częstochowskiego środowiska dziennikarskiego odzwierciedlała stan lokalnych mediów. Ich rozwój w pierwszej połowie lat 90. ubiegłego wieku zaowocował prawie 3-krotnym wzrostem liczby zatrudnionych w nich dziennikarzy. Upadek wielu tytułów lokalnej prasy i procesy koncentracji w miejskich mediach elektronicznych spowodowały, że w końcu analizowanego okresu liczba lokalnych dziennikarzy wróciła do poziomu z początku lat 90.

Wprowadzenie

Celem niniejszego artykułu jest analiza środowiska dziennikarzy pracujących w Częstochowie. Wybór tego miasta wynikał z faktu zamieszkania w nim autorki, która przez 14 lat była dziennikarzem częstochowskich mediów, w tym przez 7 lat redaktorem naczelnym lokalnego dziennika. Warto jednak zauważyć, że Częstochowa jest typowym byłym miastem wojewódzkim, które utraciło ten status w 1999 r. Zachodzące w nim zjawiska mogą mieć zatem szerszy charakter i odnosić się do innych 32 miast polskich, które są obecnie jedynie siedzibami powiatów grodzkich.

Podstawę niniejszego opracowania stanowiły badania ankietowe przeprowadzone przez autorkę, nieliczne opracowania naukowe oraz teksty opublikowane w prasie.

Charakterystyka środowiska

Brak jednej powszechnej korporacji zawodowej i jasno określonych kryteriów przyjmowania do profesji i wykonywania zawodu dziennikarza sprawia, że nie można ustalić liczebności tej grupy zawodowej¹. Można się jednak zgodzić z opinią, że o ile w latach 90. nastąpił znaczny wzrost liczby dziennikarzy, o tyle po roku 2000 ich liczba zdecydowanie spadła. Jednocześnie istotnie wzrosła rzesza osób reprezentujących zawody związane z pracą redakcji: researcherów, informatyków, techników dźwięku i obrazu, pracowników działów reklamy i ogłoszeń.

Równie trudno jest oszacować liczebność środowiska dziennikarzy mediów lokalnych. Jeden z badaczy szacował, że w drugiej połowie lat 90. w prasie lokalnej praco-

¹ Z. Bajka, *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3/4, s. 43.

wało 6–7 tys. osób, z czego dla zaledwie 30% redakcja była podstawowym miejscem wykonywania zawodu². Wynika to z faktu, że większość pism lokalnych nie zatrudniała pracowników na etacie, a wielu dziennikarzy prasy parafialnej, organizacji pozarządowych i stowarzyszeń społecznych, czasopism młodzieżowych i szkolnych pracowało na zasadach wolontariatu. W ramach swoich obowiązków służbowych, a tym samym pensji otrzymywanej z tego tytułu, pracą redakcyjną i dziennikarską zajmowali się twórcy prasy samorządowej, periodyków branżowych czy naukowych. Dla wielu z tych osób praca dziennikarska nie była więc tożsama z wykonywaniem zawodu dziennikarza³.

Prowadząc badania nad częstochowskim środowiskiem dziennikarskim, przyjęto założenie, że uwzględniani będą jedynie profesjonalni dziennikarze, a więc tacy, którzy „zajmują się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowaniem materiałów prasowych, pozostają w stosunku pracy z redakcją albo zajmują się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”⁴. O zaliczeniu w poczet dziennikarzy decydowało więc zawarcie umowy na przygotowanie i redagowanie materiałów prasowych. Biorąc pod uwagę takie pojmowanie badanej profesji, można szacować, że w 1989 roku w częstochowskich mediach pracowało niespełna 50 dziennikarzy.

Najliczniejszymi redakcjami dysponowały lokalna „Gazeta Częstochowska”, ogólnopolska „Niedziela” wydawana przez Kurię Metropolitalną w Częstochowie oraz mutacja „Życia Warszawy”. Gazety śląskie i regionalne elektroniczne media państwowe miały w Częstochowie 1–2 korespondentów. Wraz z rozwojem lokalnych mediów liczba zatrudnionych w nich dziennikarzy i osób na stałe z nimi współpracujących wzrosła 2,5-krotnie i w połowie lat 90. oscylowała w granicach 120 osób.

Ogółem w latach 1989–2007 w częstochowskich mediach pracowało 202 dziennikarzy. Na liczbę tę składały się osoby, których nazwiska pojawiały się w składach redakcji mediów elektronicznych i w stopkach redakcyjnych mediów drukowanych⁵. W przytłaczającej większości wypadków wykonywały one pracę dziennikarską w sposób stały i systematyczny oraz otrzymywały z tego tytułu wynagrodzenie, które było jedynym albo głównym źródłem ich dochodów. Do grupy tej nie zaliczono dziennikarzy pracujących na zasadach wolontariatu (np. w prasie szkolnej, parafialnej) oraz osób zajmujących się w ramach wykonywania swoich obowiązków służbowych pisaniami i redagowaniem artykułów zamieszczanych w pismach lokalnych (np. w prasie samorządowej, naukowej, kościelnej, branżowej czy związkowej).

² M. Gierula, *Polska prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005, s. 167.

³ Według definicji „zawód” to zespół czynności wymagających określonej wiedzy i umiejętności, wykonywanych przez jednostkę stale lub dorywczo, stanowiących dla niej źródło utrzymania oraz określających zajmowaną pozycję w strukturze społecznej. Por. np. J. Szczepański, *Czynniki kształtujące zawód i strukturę zawodową*, [w:] *Socjologia zawodów*, Warszawa 1965, s. 15.

⁴ Art. 7, ust. 2, pkt. 5 ustawy z 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, DzU z 1984 r., nr 5, poz. 24 wraz z późniejszymi zmianami.

⁵ Szczególną właściwością mediów częstochowskich jest podawanie w stopkach redakcyjnych nazwisk wszystkich stałych pracowników. Od reguły tej odstępuje jedynie „Gazeta Wyborcza”. Dane uzyskane ze stopek konfrontowano z informacjami uzyskanymi w redakcjach.

W 202-osobowej grupie częstochowskich dziennikarzy zdecydowaną większość stanowiły osoby zatrudnione po 1989 roku. Tylko co 5 dziennikarz częstochowskich mediów rozpoczął karierę w epoce PRL-u⁶.

Tablica 1. Dziennikarze zatrudnieni w częstochowskich mediach w latach 1989–2007⁷

Rok	Zatrudnieni ogółem	W tym nowo zatrudnieni	Nowo zatrudnieni w %	Odchodzący z pracy	Odchodzący z pracy w %	Dynamika wzrostu w %
1989	45	6	13,3	3	6,7	6,6
1990	52	10	19,2	2	3,8	15,4
1991	90	40	44,4	1	1,6	43,3
1992	111	25	22,5	5	4,5	18,0
1993	120	14	11,6	3	2,5	10,8
1994	121	4	3,3	1	0,8	2,5
1995	126	6	4,8	13	10,3	-5,5
1996	123	10	8,1	14	11,4	-3,3
1997	115	6	5,2	3	2,6	2,6
1998	117	5	4,3	9	7,7	-3,4
1999	113	5	4,4	5	4,4	0
2000	123	15	12,1	12	9,7	2,4
2001	112	1	0,9	6	5,4	-4,5
2002	107	1	0,9	9	8,4	-7,5
2003	105	7	6,7	8	7,6	-0,9
2004	97	0	0	12	12,4	-12,4
2005	91	6	6,6	10	11,0	-4,4
2006	82	1	1,2	15	18,3	-17,1
2007	68	1	1,4	-	-	-

Z danych zamieszczonych w tablicy 1 wyraźnie widać, że największa dynamika wzrostu zatrudnienia w mediach wystąpiła w latach 1990–1993. Miały na to wpływ przede wszystkim powstanie nowego periodyku lokalnego, a mianowicie „Dziennika Częstochowskiego 24 Godziny”, utworzenie redakcji „Gazety Wyborczej” w Częstochowie, wznowienie wydawania „Gazety Częstochowskiej” oraz rozwój lokalnej radiofonii. Od połowy lat 90. dziennikarzy w Częstochowie jednak sukcesywnie ubywało. Najwięcej osób pożegnało się z zawodem w latach 1995–1996 po upadku „Dzien-

⁶ Wymiana pokoleniowa nastąpiła we wszystkich polskich mediach. Por. S. Mocek, *Dziennikarze po komunizmie. Elita mediów w świetle badań społecznych*, Warszawa 2006, s. 100 i nast.

⁷ Wszystkie dane podawane w tablicach pochodzą z obliczeń własnych.

nika Częstochowskiego 24 Godziny”, „Tygodnika Częstochowskiego” i „Tu i Teraz”. W 2000 r. pewną liczbę nowych dziennikarzy zatrudniono jedynie w redakcji „Życia Częstochowy” w związku z wymianą jej składu, która nastąpiła po zmianie wydawcy tego dziennika. Po roku 2000 tendencja spadkowa przybrała charakter stały. Wiązało się to z utratą przez Częstochowę statusu miasta wojewódzkiego i ograniczaniem zatrudnienia w terenowych redakcjach regionalnych mediów elektronicznych. Na zmniejszenie liczby dziennikarzy miały również wpływ zamknięcie lokalnej rozgłośni radia RMF FM i likwidacja częstochowskiego oddziału „Trybuny Śląskiej” po jej wchłonięciu przez „Dziennik Zachodni”. Nowe inicjatywy prasowe w latach 2003 i 2005 przyczyniły się wprawdzie do stworzenia nowych miejsc pracy, ale nie zrównoważyły zwolnień dziennikarzy, które były wynikiem sieciowania lokalnych rozgłośni radiowych, procesów koncentracyjnych w mediach drukowanych i programów oszczędnościowych wprowadzanych w częstochowskich redakcjach „Gazety Wyborczej” i „Dziennika Zachodniego”. Tylko w ostatnich siedmiu badanych latach szeregi dziennikarskie opuściło 60 osób, a pracę w lokalnych mediach podjęło zaledwie 17 nowych dziennikarzy. W efekcie tego liczba dziennikarzy w Częstochowie w latach 2006 i 2007 była niższa niż w 1991 r.

W grupie 202 dziennikarzy pracujących w częstochowskich mediach w latach 1989–2007 kobiety stanowiły 28,7%. Stopień feminizacji zawodu sytuował Częstochowę nieco poniżej średniej krajowej. Z badań środowiska dziennikarzy prasy lokalnej prowadzonych w Zakładzie Dziennikarstwa UŚ w połowie lat 80. i w 1998 r. wynikało bowiem, że udział kobiet w profesji dziennikarskiej wynosił około 30%⁸. Zbigniew Bajka szacował ten wskaźnik dla roku 2000 na 35%, ale – jak podkreślał – jego badania nie były w pełni reprezentatywne⁹.

Średnia wieku częstochowskich dziennikarzy wynosiła prawie 40 lat. Zdecydowanie największą grupę zatrudnionych w redakcjach tworzyły osoby w wieku 30–49 lat (68,5%). Młodzi dziennikarze – do 30 roku życia – stanowili 15% składu redakcji, a osoby po 50. roku życia 16,5%. Rosnąca z biegiem czasu średnia wieku dziennikarzy wynikała z faktu, że następowała stabilizacja zawodowa tego środowiska¹⁰. Zjawisko to mogło też świadczyć o zamykaniu się tej grupy zawodowej; nie było przy tym czymś wyjątkowym, bo podobne procesy zaobserwowała po 1956 r. Stefania Dzięciel-ska, prowadząc badania nad ówczesnym polskim środowiskiem dziennikarskim¹¹.

⁸ M. Gierula, *Polska prasa...*, s. 168.

⁹ Z. Bajka, *Dziennikarze...*, s. 47–48.

¹⁰ Wymiana pokoleniowa, która nastąpiła po 1989 r., spowodowała znaczne odmłodzenie zespołów redakcyjnych i w badaniach prowadzonych na początku lat 90. średnia wieku dziennikarzy była znacznie niższa. W 1994 roku np. w poznańskich redakcjach wynosiła 26–28 lat. Por. J. Załubski, *Prasa w Poznaniu – dziesięć lat później*, [w:] *Środki masowej informacji w Polsce po likwidacji instytucji cenzury (1990–2000)*, pod red. nauk. J. Adamowskiego, Warszawa 2000, s. 209. Jeszcze w 1998 roku, według badań M. Gieruli i M. Jachimowskiego, co trzeci dziennikarz prasy lokalnej nie ukończył 30. roku życia. M. Gierula, *Polska prasa...*, s. 168.

¹¹ Por. S. Dzięciel-ska, *Sytuacja społeczna dziennikarzy polskich*, Wrocław 1962.

Prawie 50% dziennikarzy zatrudnionych w częstochowskich mediach mogło się poszczycić stażem pracy powyżej 10 lat. Osoby pracujące w zawodzie krótko – do 5 lat – stanowiły 29%, uprawiające dziennikarstwo od 5 do 10 lat – 24%. Co trzeci częstochowski dziennikarz (35%) miał staż pracy w granicach 11–20 lat, a 12% powyżej 20 lat.

Ze względu na niestabilną sytuację na rynku lokalnych mediów zdecydowana większość dziennikarzy kilkakrotnie w trakcie swojej zawodowej kariery zmieniała miejsce zatrudnienia. Krążenie między redakcjami było zresztą cechą charakterystyczną dla całego środowiska dziennikarskiego w Polsce i miało charakter zarówno intramedialny, jak i intermedialny, o czym świadczy m.in. rubryka personalna branżowego miesięcznika „Press”.

Wśród częstochowskich dziennikarzy przeważali pracownicy redakcji prasy drukowanej. Doświadczenia w tego typu pracy miało 90% dziennikarzy. Prawie 70% to dziennikarze wyłącznie prasowi, 7% – radiowi, 2% – telewizyjni, a 20% to dziennikarze multimedialni pracujący w różnych mediach.

Bardziej wnikliwa charakterystyka społeczno-demograficzna i zawodowa środowiska częstochowskich dziennikarzy wymagała przeprowadzenia szczegółowych badań ankietowych. Postanowiono objąć nimi całe środowisko. Z grupy 202 osób pracujących w częstochowskich mediach w latach 1989–2007 udało się dotrzeć do 170 dziennikarzy, gdyż 11 osób zmarło, a adresów 21 nie ustalono¹². W początkach 2008 r. wysłano do nich specjalnie przygotowane ankiety. Otrzymano zwrot 54 ankiet, co stanowi 32%. Do ostatecznej analizy zakwalifikowano 48 ankiet (28%). Próbę tę można uznać za reprezentacyjną, zwłaszcza że struktura grupy badawczej nieznacznie tylko różniła się od struktury całej populacji dziennikarzy częstochowskich (por. tablicę 2). Wystąpiła jedynie niewielka nadreprezentacja kobiet oraz dziennikarzy czynnych zawodowo w roku 2007.

Tablica 2. Porównanie struktury grupy badawczej i populacji dziennikarzy częstochowskich (w %)

Wyszczególnienie	Populacja dziennikarzy	Grupa badawcza
Kobiety	28,7	37,5
Wiek do 30 lat	15,0	14,6
Wiek 30–49 lat	68,5	68,7
Wiek 50 i więcej lat	16,5	16,7
Czynni zawodowo w 2007 r.	35,0	50,0
Pracujący w redakcji prasowej (w tym: wyłącznie w redakcji prasowej)	90,0 (68,3)	91,6 (64,5)

¹² Dodatkowymi źródłami danych personalnych były: portale społecznościowe „Nasza Klasa” i „GoldenLine”, witryny internetowe częstochowskich liceów, informator *Kto jest kim w Częstochowie 1998*, pod red. M. Rawinisa, Częstochowa 1998, lokalna prasa, zwłaszcza nekrologi.

Wykształcenie i kompetencje

Poziom wykształcenia częstochowskich dziennikarzy sytuował się powyżej średniej krajowej. 87,5% z nich legitymowało się wykształceniem wyższym, tylko co ósmy (12,5%) miał wykształcenie średnie. Z badań nad środowiskiem dziennikarskim w innych regionach kraju wiadomo, że udział osób z wykształceniem wyższym oscylował w granicach 50%¹³. Można przypuszczać, że różnice te wynikały z odmiennego czasu prowadzenia i różnego zakresu badań¹⁴. W początkach lat 90. za pióro chwyciło wiele osób, dla których praca w mediach była dodatkowym zajęciem, niewymagającym specjalnych kwalifikacji, a zwłaszcza legitymowaniem się dyplomem studiów wyższych. Zjawisko dwu-, a nawet wielozawodowości w środowisku dziennikarskim jest zresztą obecne do dzisiaj. Ponad połowa częstochowskich dziennikarzy przed rozpoczęciem pracy w redakcji wykonywała inny zawód. Tylko 44% respondentów rozpoczynało swoją karierę zawodową właśnie w dziennikarstwie.

Otwartość zawodu dziennikarskiego rozumiana jako brak wymogu posiadania specjalistycznego wykształcenia sprawiła, że studia dziennikarskie ukończył tylko co trzeci pracownik częstochowskich mediów. Porównanie tego wskaźnika z wynikami wcześniejszych badań wskazuje na postępującą profesjonalizację tej grupy zawodowej¹⁵. Trzeba jednak pamiętać, że w ocenie polskich redaktorów naczelnych ukończenie studiów dziennikarskich lub kursu zawodowego wcale nie przesądza o byciu dobrym dziennikarzem. Bardziej liczą się wrodzone predyspozycje, samokształcenie i odbycie praktyki w renomowanym piśmie¹⁶.

Na znaczenie osobistych uzdolnień, predyspozycji psychofizycznych oraz biegłości warsztatowej zwracali uwagę również ankietowani częstochowscy dziennikarze. Za najbardziej pomocne w uprawianiu tego zawodu uznawali:

- operatywność reporterską, umiejętność zdobywania informacji z różnych źródeł – 92% wskazań;
- umiejętność atrakcyjnego pisania, układania tytułów – 69% wskazań;
- znajomość zainteresowań i gustów czytelniczych, pomysłowość w doborze tematów – 58% wskazań.

¹³ Por. np. E. Jurga, *Prasa lokalna Ziemi Leszczyńskiej*, [w:] *Środki masowej...* s. 224; M. Gierula, *Polska prasa...*, s. 196.

¹⁴ Z czasem poziom wykształcenia zespołów redakcyjnych podnosił się. Z badań nad dziennikarzami ziemi rybnicko-wodzisławskiej prowadzonych w 2007 roku wynikało, że wskaźnik dziennikarzy z wyższym wykształceniem sięgał 80%. K. Brzoza, *Dziennikarze prasy lokalnej ziemi rybnicko-wodzisławskiej*, [w:] *Prasa lokalna Dolnego Śląska*, Wrocław 2007, s. 218. Różnice w poziomie wykształcenia dziennikarzy mediów lokalnych to również wynik różnego zakresu prowadzonych badań. Jeżeli do tej grupy zaliczy się osoby współpracujące z prasą parafialną czy urzędników tworzących pisma samorządowe, ten wskaźnik może być znacznie niższy.

¹⁵ W badaniach M. Gieruli z 1998 r. wskaźnik wykształcenia specjalistycznego dziennikarzy lokalnych wynosił 3,4%, a w największych aglomeracjach sięgał zaledwie 15%. M. Gierula, *Polska prasa...*, s. 170.

¹⁶ W. Pisarek, *Kwalifikacje dziennikarzy w opinii redaktorów naczelnych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1995, nr 1/2, s. 157.

Respondenci akcentowali również znaczenie takich cech osobowości i charakteru, jak: spostrzegawczość, skrupulatność, umiejętność nawiązywania kontaktów, uczciwość, odwaga cywilna, inteligencja. Dopiero w następnej kolejności doceniano znaczenie wiedzy, zarówno fachowej, jak i ogólnej (w tym m.in. znajomość gramatyki, ortografii i interpunkcji) oraz:

- znajomość prawa prasowego, autorskiego, zasad etyki dziennikarskiej – 25% wskazań;
- umiejętności techniczne (pisanie na komputerze, fotoedytorstwo, planowanie i redagowanie kolumn lub nagrywanie i montowanie audycji) – 23% wskazań;
- opanowanie języków obcych i poznanie zachodniej prasy – 15 % wskazań;
- znajomość ekonomiki mediów, organizacji pracy redakcji, kolportażu, biura reklamy – 15% wskazań.

Niedocenywanie wagi wiedzy o prasie i funkcjonowaniu mediów jako przedsiębiorstwa można wiązać z ograniczoną autonomią mediów lokalnych, będących często składnikiem mediów regionalnych, a co za tym idzie pozbawionych wpływu na organizację pracy redakcji, system kolportażu i działania biura reklamy. Z drugiej zaś strony funkcjonowanie w systemie mutacji umożliwiało dziennikarzom mediów lokalnych korzystanie z doświadczeń osób tworzących media o charakterze regionalnym lub ogólnopolskim. 65% częstochowskich dziennikarzy deklaroowało odbycie praktyk lub pracę w mediach o charakterze ponadlokalnym.

O ile trudno jest obiektywnie ocenić poziom kompetencji dziennikarzy mediów lokalnych, o tyle można spróbować ocenić stopień ich niekompetencji, biorąc pod uwagę liczbę zamieszczanych sprostowań i prasowych procesów sądowych. Konieczność prostowania informacji nieprawdziwych lub nieścisłych wynikająca z art. 31 ustawy Prawo prasowe jest konsekwencją naruszenia zasady zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystywaniu materiałów prasowych, zwłaszcza sprawdzania zgodności uzyskanych wiadomości z prawdą, jak też nieposzanowania dóbr osobistych bohaterów publikacji lub – najogólniej ujmując – sprzeniewierzenia się zasadom etyki zawodowej i naruszenia zasad współżycia społecznego.

Przypadków braku staranności i rzetelności mediów lokalnych w analizowanym okresie można wyliczyć bardzo wiele. Wynikały one przede wszystkim z braku wiedzy, niedostatków warsztatu lub pośpiechu dziennikarzy przygotowujących informacje. Przegląd swoich błędów zamieściła częstochowska „Gazeta Wyborcza” w okolicznościowym 2000. numerze pisma, przypominając m.in. sprostowanie dotyczące reportażu o rodzinie Owusu *Trzy kolory – człowiek*. Ze sprostowania tego można się było dowiedzieć, że reporterka pomyliła niemal wszystkie fakty z życia bohaterów artykułu: „Pan Owusu ma na imię Paddy, a nie Paty. A więc Paddy Owusu trenował koszykówkę, a nie siatkówkę. Nie ma dziewięciorga rodzeństwa, tylko jedną siostrę. Liczne rodzeństwo miał natomiast ojciec Paddy’ego. Siostra Paddy’ego Agnieszka

nie ma dziecka. Czarnoskóra dziewczynka występująca w tekście to właśnie ona, a nie jej dziecko”¹⁷.

Pomyłki dotyczące faktów, dat, pisowni nazwisk itp. szczególnie intensywnie występowały w mediach bazujących na niedoświadczonych, często zmieniających się zespołach redakcyjnych. Nie pociągały one jednak za sobą tak daleko idących skutków, jak publikacje, które naruszały porządek prawny lub zasady współżycia społecznego. Za taką uznano np. tekst w prymaaprilisowym wydaniu „Dziennika Częstochowskiego 24 Godziny” zatytułowany *Kto kocha kino „Wolność”*, za który autorzy zostali skazani za nawoływanie do przestępstwa. Prasowe enuncjacje na ten temat zaowocowały kolejnym procesem, tym razem o zniesławienie sędziego orzekającego w sprawie. Jeden z dziennikarzy komentujący wyrok zarzucił bowiem przewodniczącej składu sędziowskiego, że „nie ukrywała przed 1989 rokiem swoich związków ze Służbą Bezpieczeństwa, w szczególności zaś z jej szefem”¹⁸. W tej sprawie również zapadł wyrok skazujący.

Innym procesem o zniesławienie, głośnym nie tylko w lokalnych mediach, był spór między wieloletnim szefem „Życia Częstochowy” Januszem Płóweckim i redaktorem naczelnym „Dziennika Częstochowskiego 24 Godziny” Marianem Rawinisem. W odredakcyjnym tekście *Szczekaj piesku...* Rawinis zarzucił Płóweckiemu dyspozycyjność wobec poprzednich władz i koniunkturalizm w nowej rzeczywistości społecznej. Napisał, że Płówecki „sztukę mimikry opanował w stopniu doskonałym” i że „ze znieawidzonej w kręgach bylej opozycji gnidy przedzierzgnął się w gorącego obrońcę *naszego wspólnego domu*”¹⁹. Płówecki skierował sprawę do sądu, uznając, że takie stwierdzenia stanowią próbę pozbawienia go zaufania społecznego niezbędnego do wykonywania zawodu dziennikarza.

Sądowy finał miało w sumie kilkanaście publikacji zamieszczonych na łamach częstochowskiej prasy. Najczęściej zarzucano dziennikarzom naruszenie dóbr osobistych poprzez przypisywanie przedstawianym w gazetach osobom nieprawdziwych cech lub subiektywną ocenę ich postępowania oraz manipulację polegającą na podawaniu nieprawdziwych faktów, ich koloryzowaniu lub dowolnemu selekcjonowaniu.

O poziomie kompetencji częstochowskich dziennikarzy wiele mówi również wartość częstochowskich mediów. Wykazuje ona postępującą uniformizację treści, malejącą liczbę używanych gatunków dziennikarskich i dominację „dziennikarstwa kelnerskiego”²⁰. Można to tłumaczyć obowiązującymi w większości redakcji systema-

¹⁷ *Sprostujmy to jeszcze raz*, „Gazeta Wyborcza” z 10.02.1998 (mutacja częstochowska).

¹⁸ Autorem tych słów był Jarosław Kapsa, dziennikarz „Gazety Częstochowskiej”, działacz opozycji demokratycznej i poseł Sejmu I kadencji wybrany z listy Komitetu Obywatelskiego.

¹⁹ *Szczekaj piesku...*, „Dziennik Częstochowski 24 Godziny” z 8–10.02.1991.

²⁰ Określenie to przypisuje się ks. Kazimierzowi Sowie. Stosuje się je wobec dziennikarzy – zbieraczy informacji, którzy powielają przekazane im komunikaty bez własnej refleksji, oceny i komentarza. Por. Z. Bajka, *Dziennikarze...*, s. 59. Na zjawisko redukcji funkcji dziennikarzy do „dostawcy faktów” oraz utratę przez osoby wykonujące ten zawód cech twórczych i kreatywności zwracał również uwagę T. Kononiuk. Zob. tegoż, *Zawodowstwo w dziennikarstwie – wyzwania XXI wieku*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 3, s. 17–18.

mi honoraryjnymi premiującymi dziennikarzy-wyrobników²¹ oraz zmieniającymi się technikami pozyskiwania informacji. Bezpośrednią rozmowę i poszukiwanie informacji u źródeł zastępowało „dziennikarstwo telefoniczne” oraz przeszukiwanie zasobów internetowych. Coraz więcej informacji, a nawet inspiracji do napisania tekstu, dostarczali rzecznicy prasowi i specjaliści od public relations. Analiza wielu tekstów w lokalnej prasie pozwala przypuszczać, że powstały one na zasadzie „kopiuj – wklej”.

Dość częstą praktyką było również posługiwanie się informacjami zaczerpniętymi z innych mediów, bez powoływania się na źródło. Zjawisko to – chociaż nosi znamiona plagiatu – właściwiej można nazwać naśladownictwem. Polegało ono bowiem na „twórczym” przetworzeniu wcześniej podanej informacji. Przodowały w tym głównie częstochowskie media elektroniczne, chociaż i w mediach drukowanych można było znaleźć epigonów tematów pojawiających się w Internecie, radiu lub telewizji.

O kompetencjach lokalnych dziennikarzy świadczą również empatia, umiejętność odczytywania nastrojów społecznych i odpowiadania na zainteresowania i potrzeby odbiorców. Rzeczywistość prezentowana w mediach lokalnych zdawała się często odbiegać od rzeczywistości społecznej. Dowodzi tego np. dyskusja na częstochowskim forum gazeta.pl po tym, jak lokalny dodatek „Gazety Wyborczej” zredagował Muniek Staszczuk – lider zespołu T. Love. Internauci napisali m.in.: „Wydanie «Muńkowe» czyta się świetnie. I to jest smutna wiadomość dla Was! Bo powiem szczerze, że od 2 lat lokalnego dodatku do Wyborczej nie da się czytać. Gazeta stała się kroniką miejsko-policyjną i informatorem dla pielgrzymów. Widać jak na dłoni, że gazetą kieruje ktoś z poza [!] Częstochowy – po prostu nie czuje się częstochowskiego klimatu. Krótkie tekściki, zajawki, newsy i nic poza tym! [...] Nie chodzi mi o to, żeby gazeta stała się zbiorem «opowieści częstochowskich», ale żeby była ciekawsza i bardziej ludzka, częstochowska. Taki świąteczny numer [...] daje do myślenia i pokazuje, że da się ciekawie pisać o Częstochowie, poruszać tematy, które interesują przeciętnego częstochowianina”. Radzono też dziennikarzom: „Niech pochodzą po Częstochowie, porozmawiają z ludźmi, zbadają jakąś sprawę, poweszą, odkryją aferę, napiszą, co gnębi ludzi z małej, szarej ulicy... A oni pewnie siedzą i dzwonią po rzecznikach prasowych. [...] Gazeta ma z założenia pełnić inną funkcję, a nie powielać serwisy radiowe i komunikaty rzeczników prasowych. Powinna informować, ale też obserwować, komentować, przedstawiać sprawy z różnych stron”²². Choć profesjonalizm tych wypowiedzi świadczył, że nie były one dziełem zwykłych internatów, ale osób dość dobrze znających realia lokalnego dziennikarstwa, to w miarę precyzyjnie prezentowały one niemal wszystkie niedostatki pracowników częstochowskich mediów.

²¹ L. Pokrzycka, *Zagrożenia dla lokalnego dziennikarstwa na przykładzie Lubelszczyzny*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, nr 1/2, s. 160.

²² Jak Muniek Staszczuk zredagował „Gazetę”, wątek na forum Częstochowa, 13.09.2006; www.gazeta.pl/forum/72,2.html?f=55&w=48515640&v=28s=0 [dostęp: 2.06.2009].

Model kariery

Kompetencje zawodowe dziennikarzy lokalnych mediów ulegają bezpośrednio weryfikacji, a efekty ich pracy natychmiastowej – często krytycznej – ocenie. Rodzi to pytanie o motywów wyboru tej profesji, warunki jej wykonywania oraz przebieg kariery zawodowej. Posługując się kryteriami wyboru zawodu zastosowanymi przez Zbigniewa Bajkę²³, można stwierdzić, że częstochowskich dziennikarzy – podobnie jak ich kolegów w kraju – skłoniła do wyboru zawodu przede wszystkim ciekawość świata i ludzi, edukacyjna wartość profesji oraz możliwość obserwowania w praktyce wyników swojej pracy. Warto jednak podkreślić, że lokalni dziennikarze, częściej niż ich koledzy w kraju ankietowani przez Bajkę w 2000 roku, postrzegają dziennikarstwo jako misję służenia ludziom i naprawiania świata. Co trzeci z nich ceni w tym zawodzie możliwość krytyki i walki z nieprawidłowościami, a prawie co czwarty możliwość pomagania innym w konkretnych sprawach oraz edukowania społeczeństwa²⁴. Jak wynika z danych zamieszczonych w tablicy 3 motywów „egoistyczne” (zaznaczone numerami 1, 2, 3, 5, 10) miały średnio 32% wskazań, a „altruistyczne” powody wyboru zawodu dziennikarza (4, 6, 7, 8, 9) – przeciętnie 23% wskazań.

Tablica 3. Motywy wyboru zawodu dziennikarza

	Motywy wyboru zawodu	Wskazania (w %)
1)	możliwość poznania ciekawych ludzi, nowych miejsc i spraw	50,0
2)	to konkretny, żywy zawód, widać jego rezultaty	39,6
3)	to zawód, w którym człowiek cały czas się uczy	37,5
4)	możliwość krytyki, walki z nieprawidłowościami	33,3
5)	orientacja, co się dzieje (w moim mieście, kraju, na świecie)	25,0
6)	możliwość opowiadania innym o ciekawych zjawiskach, ludziach	23,0
7)	możliwość pomagania innym w konkretnych sprawach	23,0
8)	możliwość wpływu na świadomość, nastroje i opinie ludzi	19,0
9)	możliwość wypowiadania własnych opinii, przekazywania swojej wiedzy	19,0
10)	wysoki prestiż zawodu	8,3
11)	brak innej pracy	4,2

Niezależnie od oczekiwań związanych z dziennikarstwem, realia wykonywania tego zawodu były bardzo trudne. Wprawdzie aż 64,6% ankietowanych dziennikarzy lokalnych pracowało na etacie, to co trzeci nie miał ustabilizowanej sytuacji zawodowej i był zatrudniony jako współpracownik na tzw. wierszówce lub świadczył usługi dziennikarskie, prowadząc własną działalność gospodarczą. Brak stabilizacji zawodowej i gwarancji zatrudnienia rzutowały na ocenę perspektyw zawodowych czynnych dziennikarzy. Żaden z nich nie ocenił swojej pracy i zarobków jako pewne. Wpraw-

²³ Z. Bajka, *Dziennikarze...*, s. 52.

²⁴ Wśród dziennikarzy w kraju na możliwość krytyki i walki z nieprawidłowościami wskazało 23%, a na możliwość pomagania innym – 21%. Por. tamże.

dzie większość z nich (62,5%) nie sądziła, że straci pracę i dotychczasowe dochody, ale co trzeci w grupie „optymistów” nie był pracownikiem etatowym. Jeden na czterech czynnych zawodowo dziennikarzy przypuszczał, że wkrótce może stracić pracę. Dla większości byłaby to strata etatu w redakcji. Co ósmy częstochowski dziennikarz myślał o zmianie pracy, nie widząc dla siebie przyszłości w uprawianym zawodzie. Pewność pracy wśród dziennikarzy prasy lokalnej była znacznie mniejsza niż u ich kolegów w kraju²⁵. Wynikało to zapewne z mniejszej i wciąż uboższej oferty mediów lokalnych oraz niewielkiego zatrudnienia w mediach publicznych dających gwarancje stabilnego zatrudnienia.

Tablica 4. Ocena perspektyw zawodowych częstochowskich dziennikarzy (% wskazań)

Perspektywy zawodowe	Ogółem czynni zawodowo	W tym pracujący na etacie	W tym współpracownicy (wierszówka lub działalność gospodarcza)
Mam pewność pracy i zarobków, nie martwię się o przyszłość	0	0	0
Nigdy nic nie wiadomo, ale nie sądzę, żebym stracił pracę	62,5	66,6	33,3
Obawiam się utraty pracy	25,0	66,6	33,3
Nie widzę dla siebie przyszłości, myślę o innej pracy	12,5	66,6	33,3

O braku stabilizacji zawodowej w mediach lokalnych świadczą również powody odchodzenia z zawodu. Tylko co piąty dziennikarz zakończył pracę, gdyż otrzymał ciekawszą propozycję zatrudnienia. Ponad 60% jako powód rozstania z zawodem wskazało likwidację gazety (rozgłośni, stacji), ograniczenie zatrudnienia bądź konflikt z kierownictwem lub właścicielami gazety (rozgłośni, stacji). Co trzeci były dziennikarz zmienił profesję z powodu niskich zarobków.

Tablica 5. Powody odejścia z zawodu dziennikarzy częstochowskich

Powód odejścia z zawodu	Wskazania (w %)
Ograniczenie zatrudnienia bądź likwidacja gazety, rozgłośni, stacji	41,6
Konflikt w zespole, z kierownictwem, właścicielami gazety, rozgłośni, stacji	20,8
Niezadowolenie z warunków finansowych	33,3
Propozycja ciekawszej pracy	20,8
Wypalenie zawodowe, rozczarowanie zawodem	12,5
Inne, w tym emerytura	8,3

²⁵ Por. tamże, s. 54.

Wysokość zarobków uzyskiwanych w mediach lokalnych przyczyniała się nie tylko do odejścia z zawodu. Miała wpływ na poczucie satysfakcji z wykonywanej pracy i ocenę jej atrakcyjności. A także – co zaznaczono wcześniej – na jakość pracy dziennikarskiej. Biorąc pod uwagę fakt, że dwie trzecie dziennikarzy poświęcało pracy zawodowej więcej niż 8 godzin dziennie, a ponad połowa nawet 10 i więcej godzin, nie trudno się domyśleć, że zdecydowana większość z nich (80%) nie mogła sobie pozwolić na dodatkową pracę. Dochody czerpane z dziennikarstwa były jedynym źródłem ich utrzymania. Znamienne jest przy tym, że tylko nieco ponad 6% pracowników lokalnych mediów było zadowolonych ze swojego statusu materialnego. Większość (58,3%) oceniała zarobki w dziennikarstwie jako średnie, a co trzeci (35,4%) jako niskie. Szczególnie krytycznie swój status materialny oceniały kobiety dziennikarki. Ponad połowa z nich (55,5%) uważała swoje dochody za niskie. Wśród mężczyzn za takie uważał je zaledwie co czwarty (23,3%). Biorąc pod uwagę fakt, że kobiety poświęcały pracy w redakcji niewiele mniej czasu niż ich koledzy, można przypuszczać, że były one gorzej wynagradzane.

Tablica 6. Czas poświęcany pracy zawodowej i ocena statusu materialnego według płci (% wskazań)

Wyszczególnienie	Czas poświęcany pracy		Ocena statusu materialnego		
	do 8 godzin	8 i więcej godzin	niski	średni	wysoki
Kobiety	39,0	61,0	55,5	28,9	5,6
Mężczyźni	33,3	66,7	23,3	70,0	6,7
Ogółem	35,4	64,6	35,4	58,3	6,3

Czasochłonność pracy (średni czas poświęcany działalności zawodowej wynosił 9 godzin dziennie) i wymagana w tym zawodzie dyspozycyjność nie pozostawały bez wpływu na życie osobiste dziennikarzy, zwłaszcza kobiet. Warto podkreślić, że co trzecia z nich nie była zamężna i nie miała dzieci. Wśród dziennikarzy nieżonaci stanowili zaledwie 13,3%, a bezdzietni – 23,3%. Biorąc pod uwagę średnią wieku częstochowskich dziennikarzy (dla kobiet wynosiła ona prawie 39 lat, dla mężczyzn 42 lata), nieuregulowaną sytuację rodzinną wielu z nich należy tłumaczyć specyfiką zawodu i związanymi z nim obciążeniami.

Odmienny był też status zawodowy dziennikarek. Tylko co trzecia z nich pełniła w swoich redakcjach funkcje kierownicze. Wśród mężczyzn funkcje takie sprawował prawie co drugi. Różnice w statusie zawodowym przyczyniały się zapewne do tego, że kobiety gorzej oceniały materialne warunki pracy.

Tablica 7. Status życiowy i zawodowy częstochowskich dziennikarzy

Status życiowy i zawodowy	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Zamężne/żonaci (w %)	80	66,7	86,7
Niezamężne/nieżonaci (w %)	20	33,3	13,3
Mający dzieci (w %)	73	66,7	76,7
Bezdzielnicy (w %)	27	33,7	23,3
Średnia wieku	40 lat	39 lat	42 lata
Pełnienie funkcji kierowniczych (w %)	42	33,3	46,6

Przebieg kariery przeciętnego częstochowskiego dziennikarza układał się według pewnego, w miarę prostego schematu. Po skończeniu studiów humanistycznych rozpoczął pracę w innym niż dziennikarstwo zawodzie. Wrodzone predyspozycje, ciekawość świata i ludzi, chęć bycia dobrze poinformowanym, a także pewne poczucie posłannictwa skłaniały go do podjęcia pracy dziennikarza. Zatrudnił się w redakcji prasowej. Miał wtedy około 28 lat. Mając ponad 10-letni staż w zawodzie, przynajmniej raz zmieniał redakcję. Miał duże szanse na objęcie kierowniczej funkcji. Spędzał w pracy średnio 9 godzin dziennie i dziennikarstwo było dla niego jedynym źródłem utrzymania. Uzyskiwane dochody oceniał jako średnie. Był zatrudniony na etacie, ale nie miał stuprocentowej pewności pracy i zarobków. Jeśli odchodził z zawodu, to z powodu zamknięcia tytułu, likwidacji etatów lub konfliktu z wydawcą. Jego dalsze losy zawodowe przebiegały różnie. Podejmował pracę jako rzecznik prasowy, urzędnik, nauczyciel. W jego nowej profesji przydatne okazywały się umiejętności zdobyte w dziennikarstwie, zwłaszcza pisanie i redagowanie tekstów, zbieranie i selekcjonowanie informacji, a także znajomość zagadnień reklamy, promocji i public relations. Na ogół nie myślał o powrocie do zawodu dziennikarza.

Między misją, rzemiosłem i rynkiem

Funkcje, jakie media mają do spełnienia w lokalnej społeczności, w dużej mierze zależą od tego, jak postrzegają je pracujący w nich dziennikarze i w jakim stopniu są oni w stanie je wypełniać. Zdecydowana większość dziennikarzy (90% wskazań) uważała, że media mają informować – obiektywnie i bezstronnie przedstawiać informacje. Przekonanie, że media powinny walczyć o słuszne sprawy, muszą być zaangażowane, mają nie tylko prezentować fakty, ale również je komentować i oceniać, żywił tylko co piąty lokalny dziennikarz (23% wskazań). Zaledwie co dwunasty (8% wskazań) uważał, że media powinny przede wszystkim bawić i być użyteczne.

Odpowiadając na pytanie o powinności mediów lokalnych, ankietowani dziennikarze określili również rolę, w której najczęściej występują. Można ją nazwać za Walerym Pisarkiem²⁶ rolą rzemieślnika – profesjonalisty, którego cechuje bezstronność, odpowiedzialność za słowo i obiektywizm. Niestety, dziennikarza rzemieślnika tylko

²⁶ Wyróżnił on wśród dziennikarzy bojowników, rzemieślników i dyskdykceją. Cyt. za: Z. Bajka, *Dziennikarze...*, s. 58.

krok dzieli od dziennikarza kelnera – zbieracza i dostarczyciela informacji, który unika autorskiego komentarza, analizy i oceny rzeczywistości. W lokalnym dziennikarstwie nie brakuje sprawnych reporterów, ale dotkliwie odczuwa się niedostatek publicystów i komentatorów. Można sądzić, że powodem tego stanu rzeczy są braki wiedzy i niewystarczające przygotowanie warsztatowe samych dziennikarzy.

Zdają się to potwierdzać odpowiedzi na pytanie o autorytety środowiskowe. Zdecydowana większość lokalnych dziennikarzy (73%) przyznała się do posiadania „mistrzów w zawodzie”. Może to wskazywać na niższą samoocenę własnych umiejętności wśród pracowników mediów lokalnych²⁷. Charakterystyczne jest również, że wśród wymienianych nazwisk „mistrzów” przeważali dziennikarze zajmujący się publicystyką, mający ambicje wpływania na poglądy odbiorców – nie tylko obserwatorzy, ale przede wszystkim kreatorzy rzeczywistości. Najwięcej wskazań uzyskali: Monika Olejnik (14%), Tomasz Lis i Jacek Żakowski (po 11%), Stefan Bratkowski (9%), Tomasz Sekielski, Andrzej Morozowski, Bogdan Rymanowski, Piotr Najstüb, Janina Paradowska (po 6%). Częstochowscy dziennikarze docenili też nieżyjących już mistrzów: Ryszarda Kapuścińskiego, Stefana Kisielewskiego, Melchiora Wańkowicza oraz profesjonalistów w swoim fachu: Tadeusza Szuka, Piotra Kaczkowskiego, Kubę Strzyczkowskiego czy Justynę Pochanke.

Znacznie rzadziej za godnych naśladowania uznawano miejscowych dziennikarzy. Pojedyncze wskazania uzyskali trzej prasowi dziennikarze częstochowscy: Marian Rawinis, Janusz Strzelczyk i Marek Mamoń. Można przypuszczać, że doceniono u nich zarówno biegłość warsztatową, jak i swoisty nonkonformizm, sprzeciw wobec istniejącym w mediach ograniczeniom swobody wypowiedzi.

Znajomość praktyki redakcyjnej oraz wyniki wcześniej prowadzonych badań wskazują, że lokalni dziennikarze tkwią w gorszej różnorodności uzależnień. Nie zawsze mogą swobodnie wyrażać swoje opinie i poglądy oraz prezentować wszystkie znane sobie fakty. Do ograniczania swobody własnych wypowiedzi przyznało się 9 na 10 ankietowanych dziennikarzy. Najczęściej jako powód podawali oni czynniki wewnątrzredakcyjne, takie jak linia programowa gazety (rozgłośni, stacji), naciski bezpośrednich przełożonych, szefów redakcji lub właścicieli mediów.

Duża część lokalnych dziennikarzy przyznawała się również do ulegania naciskom zewnętrznym – ze strony polityków, reklamodawców czy informatorów. Trzeba jednak pamiętać, że podział „źródeł” nacisków jest tu bardzo umowny, na co wskazuje wypowiedź jednego z częstochowskich dziennikarzy: „Na początku kariery dziennikarskiej nie mogłem zrozumieć *linii programowej* obowiązującej w mojej gazecie. Dłaczego w relacjach z meczów AZS-u nie wolno mi było krytykować gry niektórych zawodników albo dlaczego naczelny osobiście *uzgadniał* ze mną poprawki do tekstów o *Rakowie*? Szybko dowiedziałem się, że za tą wewnątrzredakcyjną cenzurą kryją się naciski naszych reklamodawców sponsorujących te drużyny. Przewrażliwionych

²⁷ W badaniach dziennikarzy mediów ogólnopolskich tylko niespełna 30% wskazało na osoby godne naśladowania, a ponad 70% uznało, że nie ma mistrzów w zawodzie. Por. tamże, s. 56.

i obrazalskich do bólu – jak mi tłumaczono. Zacząłem więc pisać teksty, z których wynikało, że zespoły grały świetnie, z dużym poświęceniem i że liczy się gra, a nie zwycięstwo, więc niekorzystny wynik meczu jest w tym wszystkim najmniej istotny. Cenzurę zewnętrzną zastąpiła autocenzura. Zrozumiałem, że taki drobny kompromis jest potrzebny, żeby zapewnić gazecie byt, stabilność finansową, gwarancję zatrudnienia, a co za tym idzie, zarobków zespołowi redakcyjnemu oraz satysfakcję tak zwanym przyjaciółom, czyli reklamodawcom, sponsorom czy jakkolwiek ich nazwiemy”²⁸.

Duży odsetek wskazań na autocenzurę jako źródło ograniczeń wolności dziennikarskiej można więc również tłumaczyć rosnącą świadomością rynkowych mechanizmów funkcjonowania mediów i ich ekonomicznego uzależnienia od wpływów reklamowych.

Tablica 8. Ograniczenia wolności dziennikarskiej i swobody wypowiedzi

Wyszczególnienie	Wskazania (w %)
Istnieją, nie zawsze można pisać i mówić, co się myśli	91,7
Nie istnieją, zawsze mówię i piszę to, co myślę	8,3
Powody	
– autocenzura	38,6
– linia programowa	50,0
– naciski wewnątrzredakcyjne	38,6
– naciski zewnętrzne	27,3
– inne (wymieniono: brak wiedzy, niska kultura	
– polityczna odbiorców)	2,3

Rosnąca usługowość mediów, w tym samych dziennikarzy wobec reklamodawców jest też postrzegana jako jedno z podstawowych zagrożeń dla tej profesji i jeden z ważniejszych czynników „psucia” mediów lokalnych. Wynika ona ze słabej kondycji mediów lokalnych i ich dużego uzależnienia od lokalnego rynku reklamowego. Dotyczy to zwłaszcza niezamożnych wydawców lokalnych, ale odnosi się też do wydawców regionalnych i ogólnopolskich. Te dwie ostatnie grupy nie wnikają w niuanse społeczno-kulturowe mikrospołeczności, ale traktują je przede wszystkim jak konsumentów reklamy. Zauważmy ponadto, że głównym reklamodawcą mediów lokalnych są organa samorządowe. W tym wypadku mamy do czynienia z uzależnieniami natury nie tylko ekonomicznej, ale i politycznej.

Jeśli przeanalizuje się budżety mediów lokalnych, to łatwo się zauważy, że dochody generują przede wszystkim reklamy. Wpływy ze sprzedaży egzemplarzowej są coraz mniejsze, a w niektórych tytułach praktycznie nie występują. Widać to było zwłaszcza w przypadkach „Gazety Częstochowskiej”, „7 Dni” i „Zycia Częstochowskiego”, które praktycznie mogłyby funkcjonować bez czytelników. Trudno się zatem dziwić, że wspomniane pisma w zasadzie nie dbają o interesy audytorium, tylko zabiegają o względy reklamodawców.

²⁸ Wypowiedź z ankiety – w posiadaniu autorki.

Lokalni dziennikarze za największe zagrożenie dla uprawianego przez siebie zawodu, a tym samym problem, z jakim borykały się media lokalne, uważali brak profesjonalizmu w swoich szeregach. Ten zadziwiający krytycyzm był zapewne pochodną świadomości, że środowisko gnębił wskazany wyżej koniunkturalizm i nieprzestrzeganie norm etycznych.

Zanik norm etycznych był trzecim wymienianym zagrożeniem dla lokalnego dziennikarstwa i lokalnych mediów. Być może świadomość własnych słabości sprawiła, że pauperyzacja zawodu dziennikarza w mediach lokalnych nie była postrzegana jako duże niebezpieczeństwo dla funkcjonowania tych mediów. Powodowała ona wprawdzie selekcję negatywną kandydatów na dziennikarzy, ale zdaniem pracowników lokalnych mediów o słabości dziennikarstwa bardziej decydowała otwartość zawodu i niestawianie kandydatom do jego wykonywania żadnych formalnych oraz merytorycznych wymagań.

Dziennikarze dostrzegali wprawdzie problem atomizacji czy wręcz rozbicia swojego środowiska, ale najwyraźniej nie wierzyli, by silna organizacja zawodowa mogła im pomóc w uprawianiu profesji, zapewnić ochronę zatrudnienia czy lepsze warunki finansowe. Nie widzieli też najwyraźniej związku między przynależnością do organizacji zawodowej i jakością uprawianego przez siebie dziennikarstwa, a tym bardziej jakością mediów lokalnych. Świadczyć o tym może m.in. fakt, że w 2007 r. tylko jeden na dziesięciu częstochowskich dziennikarzy był członkiem istniejących w Polsce stowarzyszeń dziennikarskich.

Zadziwiające jest też, że najmniej obaw wiązali dziennikarze z koncentracją mediów lokalnych. Chociaż wielu z nich doświadczyło negatywnych skutków likwidacji i łączenia lokalnych tytułów, nie widzieli oni nic złego w ubożeniu oferty mediów lokalnych.

Tablica 9. Zagrożenia dla lokalnego dziennikarstwa i lokalnych mediów (% wskazań)

Rodzaj zagrożenia	Stopień zagrożenia			
	duże	średnie	małe	żadne
Brak profesjonalizmu spowodowany otwartością zawodu, niestawianiem wymagań formalnych i merytorycznych	56,25	20,8	16,7	6,25
Wzrastająca usługowość wobec odbiorców i reklamodawców, utrata funkcji „społecznego kontrolera”	43,75	37,5	12,50	6,25
Zanik norm etycznych wśród dziennikarzy	37,50	45,8	12,50	4,20
Pauperyzacja dziennikarzy	25,00	52,0	16,75	6,25
Rozbicie środowiska, brak silnej organizacji zawodowej i ochrony zatrudnienia	16,70	31,2	45,80	8,30
Koncentracja mediów ograniczająca liczbę miejsc pracy i powodująca ubożenie oferty mediów	12,50	22,9	45,80	18,80

Najlepszą odpowiedzią na pytanie o usytuowanie lokalnego dziennikarstwa między – wyróżnionymi w tytule tego fragmentu artykułu – misją, rzemiosłem i rynkiem wydają się więc słowa Ryszarda Kapuścińskiego: „Prawdziwe dziennikarstwo jest rodzajem powołania. Jest zawodem na pograniczu misjonarstwa. [...] Misja to coś takiego, czego owoce wychodzą poza nas samych. Nie robimy tego tylko po to, by kupić samochód lub zbudować willę. Robimy to dla innych. [...] jest ograniczona ilość ludzi, którzy są obdarzeni taką – mówiąc językiem religii – «łaską», albo darem czynienia czegoś, co wykracza poza ich partykularne życie”²⁹.

²⁹ *Zawód dziennikarz*. Z Ryszardem Kapuścińskim rozmawiają Katarzyna Janowska i Piotr Mucharski, „Kontrapunkt” 2001, nr 5/6.

MAREK PIASECKI

US presidential
TV debates
in 2008.
Content analysis

Prezydenckie
debaty telewizyjne
w USA w 2008 r.
Analiza zawartości

KEY WORDS

debate effects, debate forms, debate subject matters, debate confrontation character, candidate images, answer time limit

SŁOWA KLUCZOWE

efekty debat, formaty debat, tematyka debat, merytoryczność debat, konfrontacyjność debat, postawy uczestników debat, czas wypowiedzi uczestników debat

ABSTRACT

The 1960 presidential debate between Kennedy and Nixon have forever changed the way American debates are conducted. Last year's debate between Obama and McCain was also a crucial political and media event. The debate was focused on few key factors such as the global economic crisis, American involvement in Iraq and Afghanistan and, resulting from it, general discontent with the current presidency. Despite a multitude of issues discussed, the most imperative was the discussion on the growing economic recession. Candidates focused on creation of new work places programmes, spending reduction and tax reforms. Both candidates' personalities as well as the subject matters discussed have resulted in a general high quality level of the debates and relatively low level of confrontation. Another key subject matter was the wars in Iraq and Afghanistan as a result of which the candidates focused less on the future. All in all, the debates were unique due to a diversified debate format, factual answers and the candidates' high personal culture.

STRESZCZENIE

Debata telewizyjna z 1960 r. między Nixonem i Kennedym na zawsze odmieniła oblicze amerykańskich kampanii wyborczych. Ubiegłoroczna rywalizacja Obamy i McCaina również była ważnym wydarzeniem medialnym i politycznym. Przebieg debat był zdeterminowany przez kilka czynników: światowy kryzys gospodarczy, amerykańskie zaangażowanie w Irak i Afganistanie oraz wiążącą się z tym niebywałą społeczną niechęć w stosunku do ustępującego prezydenta USA. Najistotniejszym problemem był kryzys. Mimo różnorodności poruszanych zagadnień to jednak programy tworzenia miejsc pracy, redukcji wydatków budżetowych i reform podatkowych dominowały wśród innych tematów spotkań. Mnogość wyzwań i osobowość obu kandydatów przyczyniły się do wysokiego poziomu merytorycznego prezydenckich debat, przy ich umiarkowanej konfrontacyjności. Kolejnym ważnym tematem debat były wojny w Iraku i Afganistanie, które nie pozwoliły kandydatom skoncentrować się na przyszłości. W efekcie mieliśmy do czynienia ze spotkaniami urozmaiconymi, dzięki doborowi różnych formatów debat, oraz rzeczowymi, dzięki wysokiej kulturze osobistej polityków.

Wprowadzenie

Amerykańskie wybory prezydenckie to jedno z najważniejszych, jeżeli nie najważniejsze międzynarodowe wydarzenie polityczne 2008 r. Cała Ameryka, ale i publiczność międzynarodowa przyglądały się z zaciekawieniem przyszłemu liderowi Stanów Zjednoczonych. Główną przyczyną tego zainteresowania był prawdopodobnie ogrom wyzwań, które stały przed kolejnym gospodarzem Białego Domu. Światowy kryzys gospodarczy, walka ze zmianami klimatu i nakreślenie nowej doktryny bezpieczeństwa sprawiły, że kampania prezydencka często była postrzegana jako merytoryczna dyskusja nad najważniejszymi kwestiami. Te właśnie tezy, prezentowane przez wielu komentatorów polityki, skłoniły mnie do ich empirycznego zweryfikowania. Weryfikacji tej ma służyć zbadanie jednego z najpopularniejszych komunikatów wyborczych w Stanach Zjednoczonych – debaty telewizyjnej. Potraktowałem więc debaty jako pewną kwintesencję całej kampanii, oddającą jej klimat i tematykę. Przedmiotem analizy w niniejszym opracowaniu są trzy debaty prezydenckie, jakie odbyły się między 25 września i 15 października 2008 r. Należy też zaznaczyć, że zgodnie z tematem pracy badaniu będą podlegać jedynie potyczki Johna McCaina i Baracka Obamy, a więc debata kandydatów na wiceprezydentów została przeze mnie pominięta. Celem tej analizy jest wyszczególnienie katalogu tematów poruszanych przez obu kandydatów startujących w wyborach, wskazanie poziomu konfrontacyjności spotkań, a także przeanalizowanie zależności między doбором formatu debaty a jej przebiegiem.

Debata jako typ przekazu politycznego była i jest przedmiotem wielu badań. Z pewnością najwięcej publikacji poświęconych tej tematyce pochodzi ze Stanów Zjednoczonych. To właśnie tutaj ten typ komunikatu politycznego pojawił się, rozwinął i awansował – zdaniem niektórych – do statusu decydującego o wyniku wyborów. Czołowymi badaczami debat w USA są między innymi L. Kaid, R. Perloff, W. Benoit, J. Trent i R. Friedenberga, S. Kraus, D. Nimmo czy M. McKinney i D. Carlin. Z Eu-

ropejczyków należałoby wymienić Ch. Holtz-Bacha, E. Godina, T. Chafera oraz J. Gerstlé. W Polsce badania nad przytaczanym zagadnieniem nie mają długiej tradycji, co oczywiście wiąże się też z faktem, że i debaty telewizyjne pojawiły się w naszym kraju niedawno. Można jednak przypuszczać, że popularność debat podczas kampanii 2005 i 2007 r. przyczyni się do znacznego zainteresowania tym typem przekazu politycznego. Obecnie szersze analizy możemy spotkać w pracach badaczy zajmujących się amerykańskim systemem politycznym, a także marketingiem politycznym, m.in. M. Mazura, T. Płudowskiego i W. Cwaliny. Badacz zajmujący się omawianą tematyką może mieć jednak problemy z dostępem do literatury, gdyż niewiele bibliotek w naszym kraju ma w swoich zbiorach zagraniczne publikacje na temat debat. Pewną formą rekompensaty jest tu jednak Internet, w którym można znaleźć wiele pomocnych materiałów.

Próbując osiągnąć cel niniejszej analizy, należy odpowiedzieć na kilka zasadniczych pytań: jakie tematy były poruszane w debatach oraz w jakich proporcjach, jaki był charakter poszczególnych wypowiedzi, jakie wypowiedzi dominowały (czy odnoszące się do przyszłości, czy przeszłości) oraz czy można wykazać zależność pomiędzy poruszaną tematyką a czasem wypowiedzi. Trzeba się również zastanowić nad tym, na jakie tematy wypowiadali się poszczególni uczestnicy debat i jaki charakter miały ich wystąpienia. Nie można pominąć faktu, że nie wszystkie debaty przyjęły ten sam format, co oznacza, że odpowiadając na wyszczególnione powyżej pytania, należy uwzględnić i tę kwestię.

Odpowiedzi na powyższe pytania mają umożliwić zweryfikowanie postawionych też badawczych. Po pierwsze zakładam, że dominującym tematem debat była gospodarka. Wynika to z faktu, że wszystkie potyczki miały miejsce tuż po wybuchu światowego kryzysu gospodarczego, który na długi czas stał się osią debaty publicznej w wielu krajach, przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych. Po drugie zakładam, że najwięcej wypowiedzi odnosiło się do przyszłości, co też ma związek z kryzysem ekonomicznym. Obaj kandydaci musieli w debacie wykazać swoją zdolność do wprowadzenia kraju z kryzysu, stworzenia nowych miejsc pracy, redukcji wydatków federalnych, przeprowadzenia reform podatkowych, emerytalnych, zdrowotnych i szkolnictwa. Wszystko to wymagało przedstawienia planu działania. Po trzecie zakładam, że debaty miały charakter merytorycznych dyskusji, co wynika z dwóch przesłanek. Otóż Stany Zjednoczone często są stawiane jako przykład kraju o wysokich standardach moralnych w polityce i mediach, w którym purytańskie społeczeństwo nie akceptuje zachowań skandalizujących. Należy zaznaczyć, że przytoczone wyżej stwierdzenie nie jest przedstawieniem mojego zdania, ale opinii, która dominuje wśród Polaków i polskich mediów. Ponadto, choć w kampanii padały wielokrotnie obraźliwe zarzuty w stosunku do obydwu kandydatów, nigdy nie wychodziły one bezpośrednio od któregośkolwiek z kandydatów. Zarówno Obama, jak i McCain bardzo często krytykowali swojego kontrkandydata, jednak ataki te nie miały charakteru *ad personam*, ale były krytyką działalności politycznej lub programu.

Podczas analizy zawartości debat posiłkowałem się metodą Williama Benoita, amerykańskiego badacza debat telewizyjnych, zaprezentowanej w pracy *Communication in Political Campaigns*¹ poświęconej zagadnieniu ujednoczenia się dyskursu politycznego. Nie zaadaptowałem jednak całej metody, ale niektóre elementy przydatne do weryfikacji postawionych hipotez. Zgodnie z metodą Benoita wszystkie wypowiedzi podzieliłem na sekwencje. Sekwencją jest wypowiedź na pewien temat, o określonym charakterze i odnosząca się do danego czasu, której autorem jest konkretna osoba. Tak więc wypowiedź uważałem za sekwencję np. na temat opieki zdrowotnej tak długo, jak długo jej autorem była ta sama osoba, miała ona ten sam charakter (charakter wypowiedzi podzielony został na cztery kategorie: pochwały, ataki, obrony oraz neutralne) oraz odnosiła się do tej samej jednostki czasowej (np. miesiąc, rok, 4 lata) w przyszłości, przeszłości lub teraźniejszości (tutaj oczywiście żadne jednostki nie były już wyszczególniane). Wszystkie wyszczególnione w debatach sekwencje przeanalizowałem zgodnie ze składającym się z 18 pytań kluczem kategoryzacyjnym. Na koniec, w celu podsumowania wszystkich debat, zakodowane sekwencje połączyłem w jeden zbiór umożliwiający szczegółową analizę trzech debat.

Debata telewizyjna jako typ komunikatu (przekazu) politycznego

Za genezę amerykańskich prezydenckich debat telewizyjnych uważany jest cykl siedmiu debat na temat niewolnictwa, jakie odbyły się w 1858 r. pomiędzy niezwykle wpływowym wówczas sędzią Stephenem Douglasem i mniej popularnym Abrahamem Lincolnem. Politycy walczyli o miejsce w Senacie z okręgu Illinois. Do dzisiaj tamte dawane potyczki są stawiane za wzór debaty politycznej. Nowe stulecie, wraz z wynalezieniem telewizji, otworzyło nowy rozdział w historii debat wyborczych. Za pierwszą prezydencką debatę telewizyjną uznaje się spotkanie Johna F. Kennedy'ego i Richarda Nixona z 1960 r. Wielu Amerykanów uważa, że to właśnie dobry występ młodszego senatora na tle zmęczonego i wychudzonego republikanina zapewnił mu sukces wyborczy. Choć ta debata prezydencka przyciągnęła największe rzesze odbiorców w historii amerykańskiej telewizji, z powodu niekorzystnych przepisów aż do 1976 roku nie odbyła się żadna następna. Od tego jednak czasu ten typ przekazu politycznego stał się nieodłącznym elementem każdej kampanii prezydenckiej w USA. Nie zadaje się tu pytań o to, czy debata będzie transmitowana, ale kiedy, gdzie i na jakich warunkach.

Przed przedstawieniem zagadnień związanych *stricte* z samymi debatami warto wspomnieć jeszcze o ujęciach teoretycznych wykorzystywanych podczas badań nad nimi. Jedną z częściej przytaczanych jest teoria agenda-setting. Zgodnie z nią można przyjąć, że tematy najobszerniej dyskutowane i najczęściej poruszane podczas debat powinny być traktowane przez wyborców jako najważniejsze. Zwolennicy teorii podkreślają również znaczenie formatu przyjętego podczas danej debaty. L. Kaid zasto-

¹ L.W. Benoit, *Communication in Political Campaigns*, New York 2007.

sowała teorię agenda-setting podczas badań nad różnymi formatami debat, które odbyły się w ramach kampanii prezydenckiej w 1996 r. Wykazała, że w zależności od przyjętego formatu debaty w pewnych przypadkach zagadnienia w niej poruszane bardziej korespondowały z problematyką uważaną za społecznie najważniejszą, w innych zaś mniej. Teoria użytkowania i korzyści znajduje z kolei swoje odbicie w pracach takich badaczy, jak R. Sears, S. Chaffee, E. Katz czy M. Gurevitch. Wskazują oni często na trzy podstawowe motywy, jakimi kierują się wyborcy oglądający debaty telewizyjne: poznanie stanowiska kandydata w danej sprawie, porównanie osobowości kandydatów i zdobycie informacji pozwalających podjąć decyzję wyborczą. Na koniec można przytoczyć tzw. teorie demokratyczne, w myśl których debaty mają korzystny wpływ na funkcjonowanie systemu politycznego jako całości, np. oddziałują na wykształcenie się lepiej poinformowanego elektoratu podejmującego decyzje wyborcze oparte na bardziej racjonalnych przesłankach. Ostatni przykład wydaje się jednak zbyt optymistyczny. Nie można zaprzeczyć, że debaty wywołują efekty natury poznawczej, pod znakiem zapytania pozostaje natomiast skala, natężenie i trwałość tych procesów.

Mimo że analiza efektów nie jest tematem niniejszego opracowania, nie sposób jednak pominąć tę część badań nad debatami telewizyjnymi. Możemy w dzięki temu poznać przyczyny niezwyklej popularności omawianego typu komunikatu politycznego za granicą oraz rosnącego zainteresowania debatami w Polsce. To przecież dla konkretnego efektu są konstruowane określone strategie i dobierane odpowiednie formaty debat. Trzeba podkreślić, że badając efekty potyczek telewizyjnych, nie wolno zapominać o tym, że nie funkcjonują one w próżni. Oprócz przebiegu konkretnej debaty, na odczucia wyborców wpływa charakter całej kampanii wyborczej, która stanowi kontekst dla spotkania. Istotne są również cechy odbiorców debat.

Najczęściej przytaczanym efektem debaty jest pogłębienie wiedzy wyborców na temat stanowiska kandydata w danej sprawie. Niweluje ona również tendencję do selektywnego przyswajania komunikatów pochodzących z kampanii. Porównawczy charakter debat sprawia, że u wyborców zwiększa się poziom znajomości komunikatów pochodzących od kandydatów przez nich niepopieranym². Debaty dostarczają także informacji na temat osobowości i cech charakteru osób w nich uczestniczących. Niemal wszyscy badacze przyznają, że ten typ przekazu politycznego pozwala na zestawienie przeciwnych sobie pomysłów programowych oraz wizerunków. Wielu z nich, jak chociażby D. Nimmo, twierdzi, że to jednak wizerunek jest tu przekazem dominującym. Amerykański badacz stwierdza wprost: „To, co kandydaci mówią, jest mniej istotne niż to, jak wyglądają. Liczy się styl, nie zawartość”³. Za dowód przytaczana jest debata Kennedy’ego i Nixona. Była ona transmitowana

² M.S. McKinney, D.B. Carlin, *Political Campaign Debates*, [w:] *Handbook of Political Communication Research*, ed. L.L. Kaid, Mahwah 2004, s. 212.

³ D. Nimmo, *Political Persuaders. The Techniques of Modern Elections Campaigns*, New Brunswick–London 2001, s. 184.

zarówno w telewizji, jak i w radiu, dlatego też przeprowadzono sondaże wśród telewidzów i radiosłuchaczy. Ciekawy jest fakt, że telewidzowie lepiej ocenili występ Kennedy'ego niż słuchacze. Efekt ten przypisuje się właśnie wizerunkowi, jaki Kennedy zaprezentował w telewizji. Wielu badaczy twierdzi, że to właśnie doskonała prezentacja demokracji na tle zmęczonego, niezdecydowanego i zepchniętego do defensywy Nixona przeważała o sukcesie w tej potyczce i całych wyborach. M. Mazur przytacza jeszcze jeden istotny efekt – wyrównywanie szans. Poprzez uczestnictwo w debacie pretendenci do stanowiska stają się równymi przeciwnikami, nawet jeżeli jednym z nich jest urzędujący prezydent. Jak pisze S. Michalczyk, „wystąpienia w debatach [...] nobilitują w oczach opinii publicznej kandydata mniej znanego, gorzej notowanego czy postrzeganego”⁴.

Wspominając o teorii agenda-setting, wskazałem na badania efektów analizowanych przekazów w związku z przyjęciem konkretnego formatu debaty. Format oznacza zestaw reguł, według których jest prowadzona debata, np. liczba dziennikarzy biorących w niej udział i ich rola. Można wyszczególnić kilka podstawowych formatów, z których każdy ma pewne charakterystyczne (pozytywne i negatywne) cechy.

Konferencja prasowa – najstarszy i najpopularniejszy do końca lat 80. ubiegłego wieku format. Dziennikarze zadają tu serię pytań każdemu z uczestników. Formatowi temu zarzuca się jednak poruszanie zbyt wielu kwestii, które na dodatek nie są uważane przez wyborców za najważniejsze. W. Benoit wskazuje również na to, że nie zawsze dziennikarzom chodzi o to, aby odpowiedź na pytanie mogła lepiej naświetlić widzowi określone zagadnienie. Zamiast tego zdarzają się pytania, których jedynym celem jest zawstydzenie lub próba obnażenia słabości przepytывanego⁵. Wszystko to sprawiło, że z czasem zaczął narastać sprzeciw wyborców wobec tego formatu, który traktowano jako odsuwanie obywateli od procesu wyborczego. Niezaprzeczalnymi zaletami konferencji prasowej są natomiast doskonałe przygotowanie merytoryczne dziennikarzy oraz możliwość przeprowadzenia bardziej konfrontacyjnego stylu pojedynku, poprzez przyznanie uczestnikom czasu na ustosunkowanie się do wypowiedzi oponenta. Począwszy od lat 90. amerykańska Komisja ds. Debat Prezydenckich zaczęła preferować inne formaty. Można było dostrzec ten trend i w 2008 r., gdyż podczas żadnej z czterech potyczek nie zastosowano tej formuły.

Pojedynczy moderator – debata kierowana przez jednego dziennikarza (przez ostatnie lata, a także w pierwszej debacie 2008 r. w Stanach Zjednoczonych bywał to szanowany dziennikarz telewizyjny Jim Lehrer). Dzięki takiej formule unika się chaosu wywołanego przez wielu dziennikarzy i umożliwia rozsądniejszą dyskusję na temat określonych kwestii. Konfrontacyjnemu stylowi takiej potyczki sprzyja fakt, że zwykle obaj kandydaci odpowiadają na te same pytania, zwłaszcza gdy moderator prosi kandydatów o porównanie swoich stanowisk. Format ten wymaga jednak od

⁴ M. Mazur, *Telewizyjne debaty prezydenckie na przykładzie USA i Polski*, [w:] *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym*, pod red. S. Michalczyka, Sosnowiec 2006, s. 160–161.

⁵ W.L. Benoit, *Communication...*, s. 74.

prowadzącego dużej zręczności – musi on dopilnować, aby politycy odpowiadali na zadawane pytania i samodzielnie nie zmieniali tematu.

Town hall meeting (talk show) – w takim formacie zorganizowano drugą z debat w 2008 r. Charakterystyczne jest dla niej to, że pytania są zadawane przez widownię w studiu, a także przez Internet. Doborem widowni zajmuje się zazwyczaj ośrodek badań opinii społecznej, który stara się dobrać grupę niezdecydowanych wyborców. Główną zaletą tego formatu jest fakt, że angażuje on w proces polityczny zwykłych obywateli, dzięki czemu obniża często występujące wśród polskich wyborców poczucie politycznej bezradności czy też poziom politycznego cynizmu. Oczywiście zaletą jest też poruszanie kwestii, które wyborcy uważają za naprawę istotne. Przyjmuje się, że format ten ogranicza konfrontacyjność debaty oraz sprowadza dyskusję głównie do tematyki wizerunków. Kandydatom nie są zadawane te same pytania, znacznie rzadziej są oni proszeni o porównanie swoich stanowisk względem danej kwestii, a nie chcąc zniechęcać do siebie widowni, nieczęsto posługują się też atakiem jako strategią wyborczą. Głównym zarzutem stawianym tej formie debaty jest niski poziom merytoryczny pytań zadawanych przez widownię.

Omówione formaty często nie występują w czystej postaci. Można też dostrzec jeszcze jeden format, bardzo słabo rozpowszechniony w Stanach Zjednoczonych, za to niezwykle popularny w Europie. Polega on na tym, że kandydaci siedzący przy wspólnym stole wraz z jednym lub dwoma dziennikarzami mają możliwość samodzielnego wyboru czasu, jaki chcą przeznaczyć na omówienie danego zagadnienia, co oznacza, że politycy mogą poświęcić więcej czasu kwestiom, które uważają za swoje mocne strony. Format ten jest charakterystyczny dla kampanii francuskich i hiszpańskich.

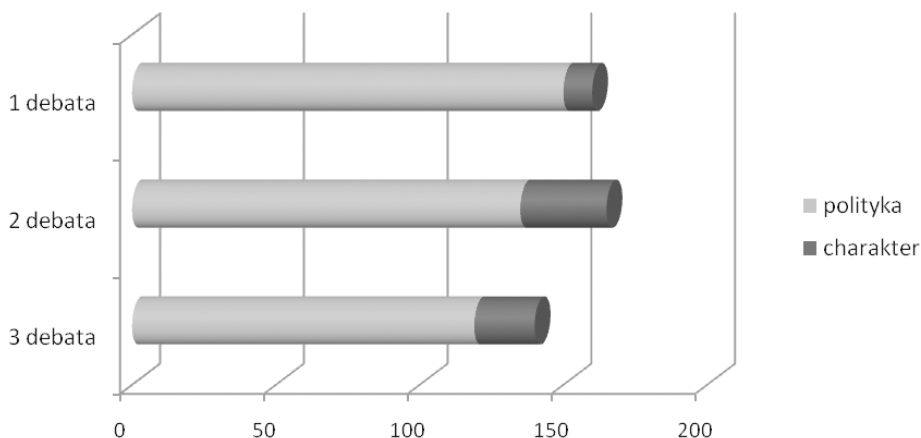
Wybór formatu debaty jest jednym z wielu zagadnień poruszanych w trakcie negocjacji prowadzonych przez komitety obu kandydatów. W ich toku są uzgadniane elementy techniczne, jak oświetlenie, kąty ustawienia kamer, rodzaje ujęć, wysokość podium i inne. Oczywiście jest, że wyższy polityk będzie preferował stojącą formę debaty, a kandydat otwarty, łatwo nawiązujący kontakt z ludźmi, będzie się skłaniał ku formatowi town hall meeting. Mnogość kwestii, którymi trzeba się zająć, sprawia, że kandydaci często współpracują ze sztabem specjalistów, których jedynym zadaniem jest spowodowanie sukcesu w debacie. Jest więc to nowa grupa doradców, często w dużej mierze niezależna od tej, z którą kandydat współpracuje w toku całej kampanii. Do historii przeszła już specjalna 50-osobowa grupa ekspertów, która pomagała Ronaldowi Reaganowi podczas jego konfrontacji z Jimmy Carterem podczas debat w 1980 roku. Grupa taka oprócz odnotowywania wszystkich potknięć rywala opracowuje zestaw zagadnień, które będą poruszane, prawdopodobne stanowisko i argumentację oponenta w konkretnych sprawach, a także oswoja swojego kandydata ze specyficznymi warunkami debaty. W tym celu zazwyczaj aranżowana jest pozorowana debata, która – poprzez precyzyjny dobór mebli, oświetlenia, ustawienia kamer – ma w maksymalny sposób przypominać prawdziwy pojedynek. S. Kraus porównuje takie ćwiczenia praktyczne, pozwalające na przetestowanie rozmaitych aspek-

tów debaty, do testowania produktu. Rozmowy są też prowadzone w grupie fokusowej, której reakcje i spostrzeżenia zostają poddane analizie⁶.

Ilościowa i jakościowa analiza debat

Dane przedstawione w tej części artykułu są wynikiem analizy trzech debat prezydenckich Obamy i McCaina trwających łącznie cztery godziny i trzydzieści osiem minut. W badaniu wyszczególniono 466 sekwencji. Zgodnie z metodą Benoita zostały one wstępnie podzielone na dwie kategorie: politykę i charakter. Mimo że stwierdzenia dotyczące charakteru mogą być dla wyborcy również pomocne, to jednak za bardziej merytoryczne należałoby uznać te, które odnoszą się do polityki. Ogromna przewaga sekwencji politycznych (wykres 1⁷) może więc przemawiać za słusnością tezy o merytoryczności debaty. Chociaż wyniki trzech debat są do siebie zbliżone, można dostrzec pewne różnice, zwłaszcza między pierwszą debatą (w formacie z pojedynczym moderatorem) i drugą (w formacie town hall meeting). Potwierdzają to stwierdzenia dotyczące cech poszczególnych formatów. W pierwszej debacie sekwencji na temat charakteru było jedynie dziesięć, a większość z nich dotyczyła zdolności dowódczych generała Davida Petraeusa, głównego dowódcy amerykańskich wojsk w Iraku i Afganistanie. Tak więc niemal wszystkie sekwencje były związane z polityką. W drugiej debacie pojawiło się już więcej stwierdzeń poświęconych charakterowi, głównie własnemu przygotowaniu merytorycznemu (wykres 2).

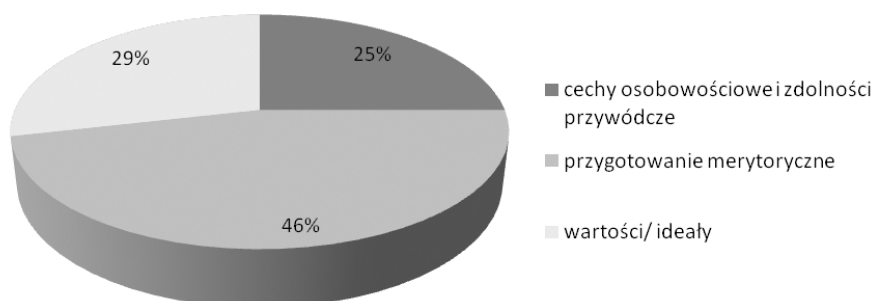
Wykres 1. Tematyka wypowiedzi



⁶ S. Kraus, *Televised Debates. Marketing Presidential Candidates*, [w:] *Handbook of Political Marketing*, ed. B.J. Newman, Thousand Oaks–London–New Delhi 1999, s. 397.

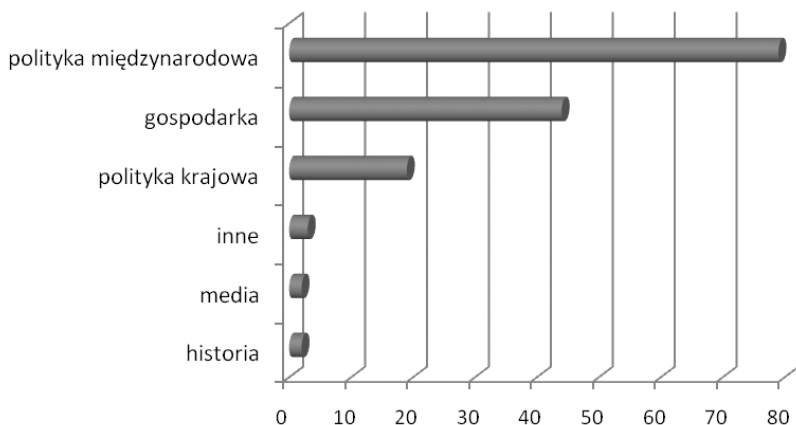
⁷ Wszystkie wykresy i tablice zostały opracowane przez autora artykułu.

Wykres 2. Kategorie charakteru w drugiej debacie



Tematy poruszane w debatach

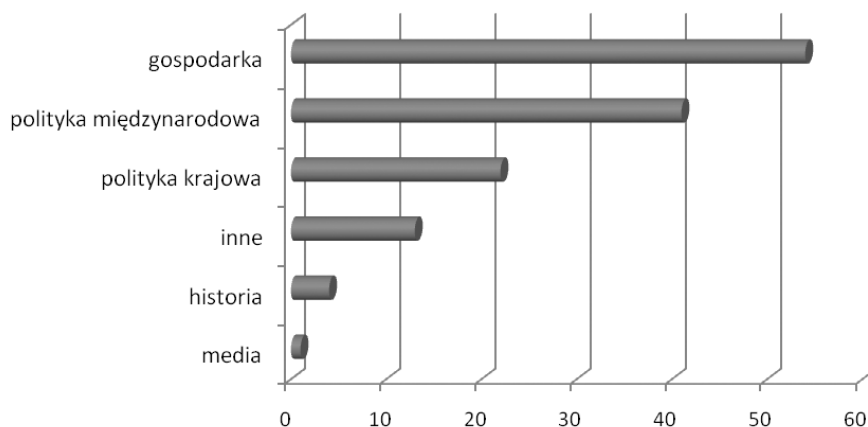
Analizując poruszane w debatach tematy, po części będzie można również odpowiedzieć na pytanie o ich merytoryczność. Debaty zostały podzielone tematycznie: pierwsza miała dotyczyć ekonomii i polityki zagranicznej, druga obejmowała wszystkie tematy, a trzecia była poświęcona polityce wewnętrznej. Jak obserwujemy na wykresie 3, motywem przewodnim pierwszej debaty nie była gospodarka (44 sekwencje/30%), ale polityka międzynarodowa (79 sekwencji/53%). Trend ten można również zaobserwować przy wyszczególnieniu tematów wypowiedzi poszczególnych kandydatów. Polityce międzynarodowej kandydat demokratów poświęcił 55% wypowiedzi, a republikanin 53%. Zagadnieniom gospodarczym – odpowiednio – jedynie 28 i 29%. Oznacza to więc negatywną weryfikację tezy, przynajmniej w stosunku do pierwszej debaty. Pewną formą usprawiedliwienia uzyskanego wyniku może być fakt, że prawie wszystkie zagadnienia gospodarcze były związane ze światowym kryzysem ekonomicznym. Kwestie podatków, tworzenia nowych miejsc pracy, szukania oszczędności, cięć budżetowych czy kredytów były związane z istniejącą sytuacją gospodarczą. Chcąc zadbać o atrakcyjność debaty, dziennikarz, ale i kandydaci musieli się postarać o urozmaicenie tematyki. Możemy też spojrzeć na sytuację z trochę innej strony i porównać kryzys gospodarczy – jako sprecyzowaną kategorię w ramach ogólnego tematu „gospodarka” – z jakimkolwiek innym tematem w ramach szerokiej kategorii „polityka międzynarodowa”. Gdy dokonamy takiego porównania, całkowicie zmienia się wynik naszych badań. W tabelicy 1 wyszczególniono tematy, którym przyporządkowano największą liczbę sekwencji. Wyraźnym liderem takiej klasyfikacji jest kwestia kryzysu gospodarczego (41 sekwencji), daleko za nią znajdują się najpopularniejsze tematy międzynarodowe: stosunki z innym państwem (25 sekwencji – w przytłaczającej większości chodziło tu o dwa państwa: Iran i Rosję), wojna w Iraku (21), wojna w Afganistanie (16) oraz bezpieczeństwo międzynarodowe (10 sekwencji).

Wykres 3. Tematy poruszane w pierwszej debacie**Tablica 1. Liczba sekwencji najpopularniejszych zagadnień pierwszej debaty**

Tematy	Sekwencje
Kryzys gospodarczy	41
Stosunki z innym krajem	25
Wojna w Iraku	21
Wojna w Afganistanie	16
Bezpieczeństwo międzynarodowe	10

Druga debata odbyła się w formacie town hall meeting. Zgodnie z literaturą przedmiotu ten typ debaty najbardziej oddaje tematykę interesującą obywateli. To sami obywatele zadają pytania kandydatom. Pewnym wypaczeniem takiego założenia jest jednak selekcjonowanie przez dziennikarza najciekawszych, jego zdaniem, pytań. Oznacza to, że tematyka pytań nie musi być reprezentatywna dla ogółu pytań sformułowanych przez publiczność w studiu oraz internautów. Warto również przypomnieć, że była to jedyna debata, która nie miała z góry ustalonego motywu tematycznego, jak to miało miejsce w pozostałych przypadkach. Analiza drugiej debaty dowodzi, iż najbardziej interesującą Amerykanów kwestią była gospodarka (wykres 4), której dotyczyły 54 sekwencje (40%). Na kolejnych miejscach uplasowały się: polityka międzynarodowa – 41 sekwencje (30%) oraz polityka krajowa – 22 sekwencje (16%).

Wykres 4. Tematy poruszane w drugiej debacie



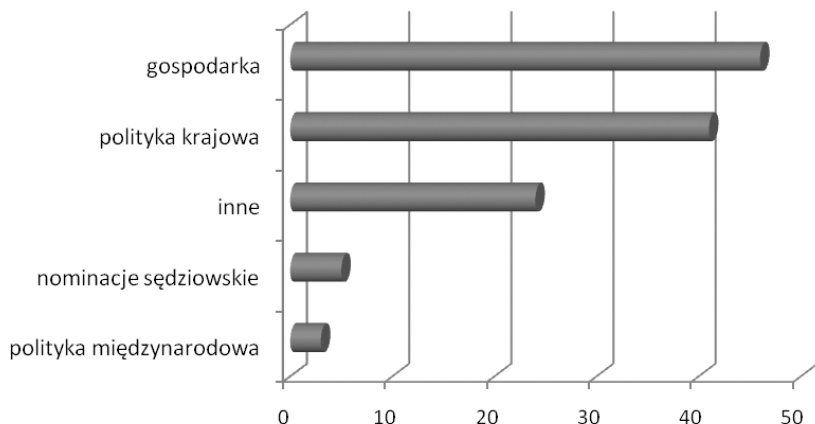
Tablica 2. Liczba sekwencji najpopularniejszych zagadnień drugiej debaty

Tematy	Sekwencje
Kryzys gospodarczy	38
Stosunki z innym krajem	20
Świadczenia zdrowotne i emerytalne	19
Energetyka	10

Także i w drugiej debacie bezsprzecznie pierwszą lokatę wśród poszczególnych kwestii (tablica 2) zajął kryzys gospodarczy (38 sekwencji), choć tym razem wśród najpopularniejszych tematów znalazło się inne zagadnienie gospodarcze – energetyka (10 sekwencji). Należy w tym miejscu wyjaśnić, że tematyka energetyczna jest jedną z najtrudniejszych do sklasyfikowania. Dzieje się tak, ponieważ mamy tu do czynienia z zetknięciem się kilku dziedzin: polityki krajowej (aspekt bezpieczeństwa), polityki międzynarodowej (aspekt uzależnienia energetycznego od dostaw z państw Bliskiego Wschodu) i oczywiście gospodarki (w dwóch aspektach – oszczędności energii związanej z kryzysem gospodarczym, a także ochrony środowiska i przeciwdziałaniu zmianom klimatu). Klasyfikacja sekwencji jest więc w dużej mierze uzależniona od kontekstu wypowiedzi. Podobnie jak w poprzedniej debacie, wysoką pozycję zajęły sekwencje dotyczące stosunków z innym krajem (20 sekwencji). Tym razem oprócz Rosji i Iranu sporo czasu poświęcono też relacjom z Pakistanem, co po części wiąże się z wojną w Afganistanie. Zagadnieniem, które nie pojawiło się w pierwszej debacie, była kwestia świadczeń zdrowotnych i emerytalnych (19 sekwencji). Także w tym miejscu badacz staje przed dylematem. W Stanach Zjednoczonych w przeciwieństwie do państw europejskich świadczenia zdrowotne i emerytalne są częścią prywatnej działalności, co uzasadniałoby, żeby również i ten punkt zakwalifikować do

kategorii „gospodarka”. Analiza powyższych kwestii oznacza, że w istocie to gospodarka była głównym tematem drugiej debaty, co potwierdzałyby tezę przedstawioną we wstępie.

Wykres 5. Tematy poruszane w trzeciej debacie



Tablica 3. Liczba sekwencji najpopularniejszych zagadnień trzeciej debaty

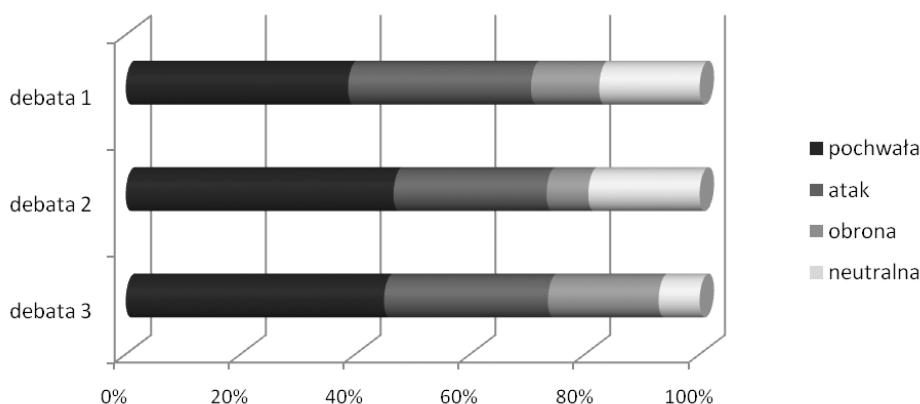
Tematy	Sekwencje
Kryzys gospodarczy	31
Edukacja	18
Świadczenia zdrowotne i emerytalne	16

Chociaż trzecia debata miała być poświęcona polityce wewnętrznej, to jednak tematem numer jeden była gospodarka (46 sekwencji/39%). Tym razem niewiele mniejszym zainteresowaniem cieszyła się polityka krajowa (41 sekwencji/34%). Na uwagę zasługuje również fakt, że w debacie tej poruszono wiele kwestii nieujętych w kluczu kategoryzacyjnym – przede wszystkim przebiegowi samej kampanii wyborczej obu kandydatów, a także aborcji i jednemu z wyborców – hydraulikowi Joe. Tablica 3 zawiera dane, które potwierdzają wagę zagadnień związanych z kryzysem gospodarczym oraz świadczeniami zdrowotnymi i emerytalnymi, dodając nowy punkt – edukację. Wiele nowych, nieporuszanych wcześniej tematów wiązało się prawdopodobnie też z faktem, że była to już ostatnia szansa na dotarcie ze swoim programem do tak wielkiej liczby wyborców. Na ekspozycji nowych kwestii zależało nie tylko Obamie i McCainowi, ale i dziennikarzowi prowadzącemu, który starał się, by trzecia debata nie była prostym powieleniem drugiej, a tym bardziej pierwszej, zawierającej się w tym samym formacie debaty.

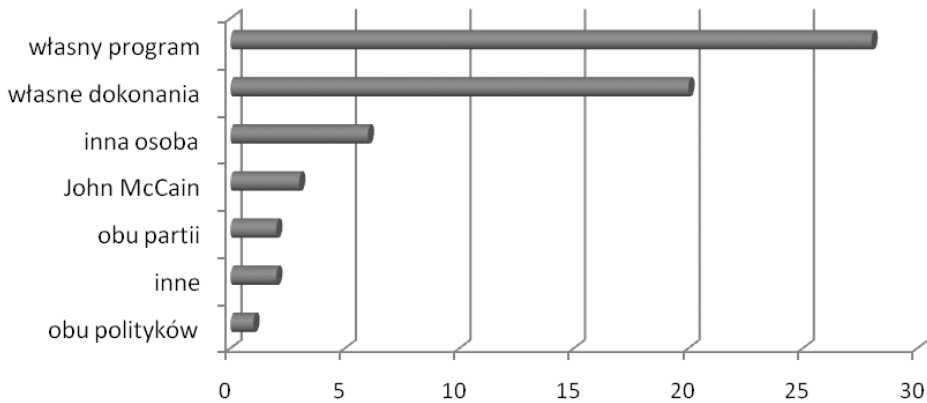
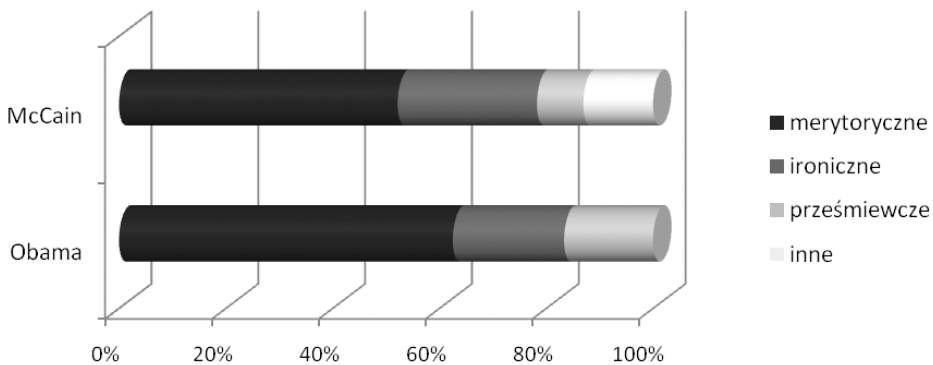
Postawy towarzyszące wypowiedziom – merytoryczność debat

Weryfikacji kolejnej tezy, mówiącej o merytorycznym charakterze debat, posłuży analiza postaw towarzyszących wypowiedziom obu kandydatów. Wszystkie stwierdzenia zostały podzielone na pochwały, ataki, obrony i neutralne. Oczywiście formami, które powinny dominować, są pochwały i ataki. Obrona jest rzadziej wykorzystywana, gdyż ma charakter raczej defensywny. Zgodnie z popularnym powiedzeniem: najlepszą formą obrony jest atak. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że atak nie jest tu postawą, do której należy odnosić się wartościująco. Atak sam w sobie nie jest ani gorszą, ani mniej etyczną formą prowadzenia dyskusji. Sensem debaty jest ścieranie się argumentów, a do tego atak jest niezbędny. Ważne jednak, aby miał charakter merytoryczny. Im więcej ironicznych, obraźliwych czy prześmiewczych ataków, tym poziom merytoryczny dyskusji jest niższy. Na początku warto przedstawić charakter wypowiedzi całościowo (wykres 6).

Wykres 6. Postawy towarzyszące wypowiedziom



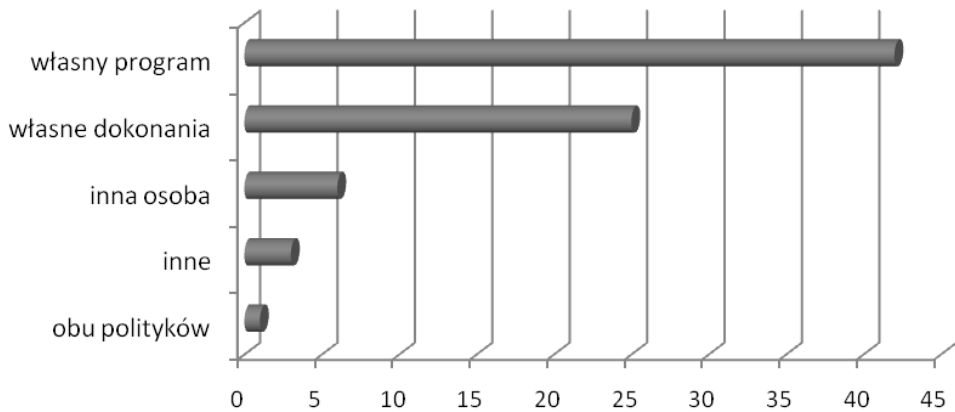
W przypadku wszystkich debat postawą dominującą była pochwała. Atak uplasował się na drugiej pozycji. Jedynie w pierwszej debacie obie wielkości były do siebie bardzo zbliżone. Fakt ten mógł wynikać m.in. z przyjętego formatu debaty. We wcześniejszej części opracowania zostały przytoczone stwierdzenia dotyczące konfrontacyjności poszczególnych formatów. Niniejsze wyniki badań mogą być częściowym potwierdzeniem ich słuszności, gdyż najwyższy odsetek ataków i najniższy pochwał można zauważyć w pierwszej debacie (format z pojedynczym moderatorem) – odpowiednio 32 i 39%. Odwrotna sytuacja miała miejsce w drugiej debacie (format town hall meeting) – 27% ataków i 47% pochwał. Przytaczane wyniki wskazują na stopień konfrontacyjności debat, lecz nie na poziom ich merytoryczności. W tym celu zostały przeanalizowane wyniki dotyczące przedmiotu pochwał i charakteru ataków (wykresy 7 i 8).

Wykres 7. Przedmiot pochwał w pierwszej debacie**Wykres 8. Rodzaje ataków w pierwszej debacie**

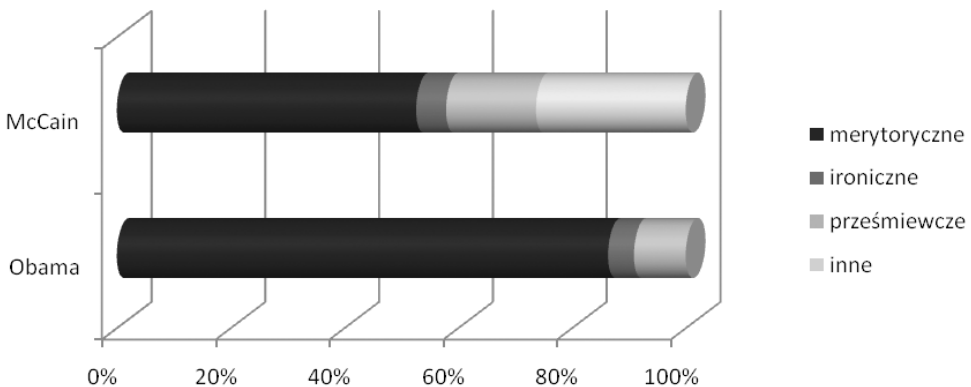
W wyniku badań można więc stwierdzić, że głównymi przedmiotami pochwał w pierwszej debacie były program kandydatów (28 sekwencji/45%) oraz ich dokonania (20 sekwencji/32%). Właśnie te dwie pozycje są w przypadku pochwał wskaźnikiem merytoryczności. Na wykresie widnieje również imię i nazwisko Johna McCaina, co oznacza, że był on przedmiotem pochwał ze strony Obamy (3 sekwencje). Przechodząc do analizy ataków, można potwierdzić, że w przypadku obu polityków (a zwłaszcza Obamy) mieliśmy do czynienia w większości z zarzutami merytorycznymi, a więc pogłębiającymi wiedzę o działaniach i programach kandydatów. Takie ataki należy uznać za pozytywne zjawisko w sposobie komunikowania się polityków. Na uwagę zasługuje także fakt, że nie stwierdzono ani jednego ataku o charakterze obraźliwym (choć taka pozycja była w kluczu kategoryzacyjnym), co dowodzi wysokiego poziomu kultury politycznej i osobistej obu kandydatów.

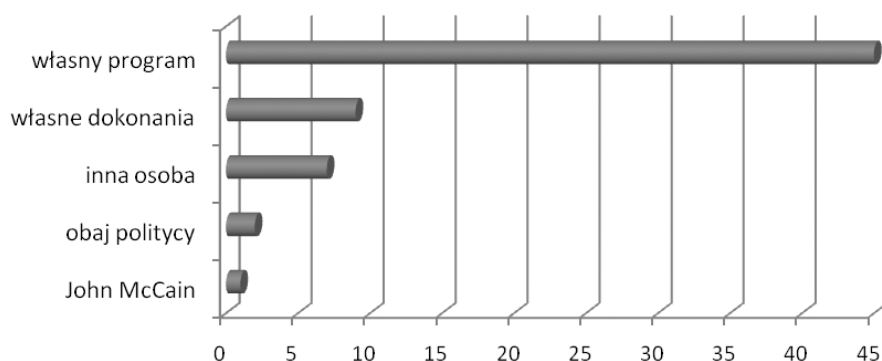
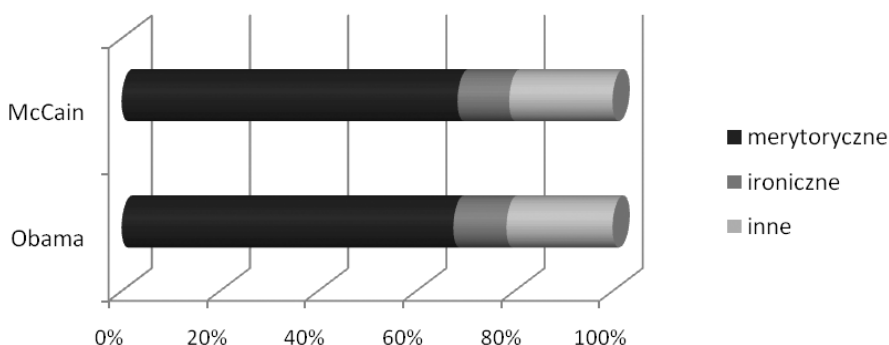
Powyższe obserwacje jeszcze jaskrawiej można dostrzec, analizując zawartość drugiej debaty (wykresy 9 i 10). W przypadku pochwał aż 42 sekwencje (55%) odnosiły się do programu, a 25 sekwencji (32%) do dokonań. Po raz kolejny odwołam się do cech formatu, w jakim odbywała się ta debata, i zaznaczę, że właśnie takie rezultaty są uważane za cechy charakterystyczne debat town hall meeting. Biorąc pod uwagę charakter ataków, można zauważyć wyraźną różnicę w ich merytoryczności. Obaj kandydaci posługiwali się przede wszystkim atakami merytorycznymi, ale Obama wiodł w tej kategorii prym – 19 sekwencji/86% (przy 10 sekwencjach/53% McCaina). Można więc stwierdzić, że to kandydat demokratów w głównej mierze przyczynił się do wysokiego poziomu merytorycznego dyskusji.

Wykres 9. Przedmiot pochwał w drugiej debacie



Wykres 10. Rodzaje ataków w drugiej debacie



Wykres 11. Przedmiot pochwał w trzeciej debacie**Wykres 12. Rodzaje ataków w trzeciej debacie**

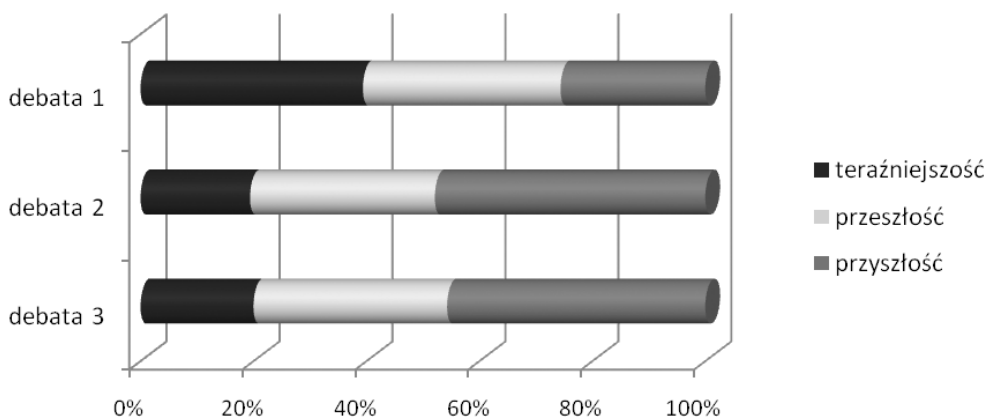
Ostatnia debata jednoznacznie pieczętuje wnioski wyciągnięte z analizy dwóch poprzednich. Przygniatająca większość pochwał została przyporządkowana programowi – 45 sekwencji/70%. W przypadku ataków wyniki obu polityków były niemal identyczne. Jedyna różnica polegała na tym, że McCain poświęcił jedną sekwencję więcej na atak merytoryczny (26 sekwencji/68%). Nie pojawił się żaden atak o charakterze prześmiewczym, za to przybyło ataków niedających się jednoznacznie sklasyfikować. Ataki te były związane z fragmentem debaty poświęconym charakterowi prowadzonej przez obu kandydatów kampanii wyborczej. Obaj przypominali konkurentowi nieczyste chwytów stosowane przez niego, jego sztab wyborczy lub jego sympatyków, np. zarzuty związane z terrorystyczną działalnością Williama Ayersa czy nadużyciami organizacji ACORN. Na koniec warto poruszyć jeszcze jedną sprawę. Przy olbrzymiej niepopularności prezydenta Busha oczywiste mogły się wydawać

próby zrzuć odpowiedzialności za jego rządy na kandydata republikanów. Choć Obama niejednokrotnie wypominał konkurentowi popieranie inicjatyw ustawodawczych Busha, to jednak zdecydowana większość jego ataków była bezpośrednio związana z działalnością lub programem samego McCaina. Fakt ten jest kolejnym dowodem na merytoryczny charakter amerykańskich debat.

Czas, do którego odnoszą się wypowiedzi

Przezwyciężenie kryzysu gospodarczego czy opracowanie nowej strategii walki z terroryzmem to tylko niektóre z wyzwań stojących przed nowym prezydentem USA. W związku z tym, że nadchodzący okres w rozwoju Stanów Zjednoczonych i świata wymaga opracowania szerokiego planu działania na przyszłość, można się było spodziewać, że większość wypowiedzi będzie się odnosić do przyszłości.

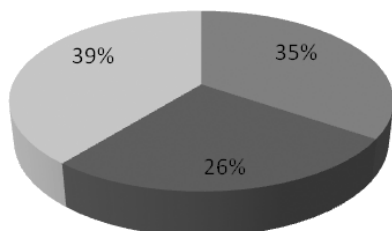
Wykres 13. Czas wypowiedzi



Wykres 13 potwierdza przypuszczenia co do dominacji w wypowiedziach czasu przeszłego. Jedynym wyjątkiem była debata pierwsza. Przyczyną takiej sytuacji mogła być jej tematyka. Zgodnie z analizą zagadnień poruszanych w debatach większość z nich była związana z polityką międzynarodową. Prowadzący tę debatę Jim Lehrer wprost pytał kandydatów o lekcję, jaką wyciągnęli z Iraku i Afganistanu. Tak sformułowane tematy wymuszały odwoływanie się do przeszłości. Do tego doszły tematy związane z konfliktem w Gruzji, stosunkami z Rosją czy polityką gospodarczą obecnej administracji prezydenckiej.

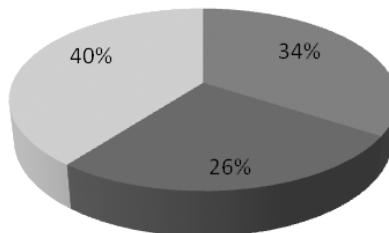
**Wykres 14. Czas wypowiedzi
B. Obamy**

■ przeszłość ■ teraźniejszość ■ przyszłość



**Wykres 15. Czas wypowiedzi
J. McCaina**

■ przeszłość ■ teraźniejszość ■ przyszłość



Wykresy 14 i 15 przedstawiają czas poświęcony przez obu polityków na sprawy dotyczące przeszłości, okresu obecnego i przyszłości. Można zauważyć, że wszystkie kategorie są do siebie zbliżone. Stwierdzenia odnoszące się do przyszłości jedynie nieznacznie przeważały nad pozostałymi. Warto także dostrzec, iż wyniki dotyczące kandydatów demokratów i republikanów są bardzo do siebie podobne, co świadczy o tym, że uczestnicy debaty, nawiązując do wypowiedzi konkurentów lub dziennikarzy, starali się odnosić do tej samej rzeczywistości. Wyborcom ułatwiało to ich zrozumienie, a także porównanie oferty politycznej.

Wnioski

W trakcie trzech debat prezydenckich poruszono cały wachlarz rozmaitych problemów. Wśród dominujących tematów gospodarczych najważniejsze były sprawy związane z kryzysem ekonomicznym; w kategorii stosunków międzynarodowych – kwestie kontaktów z innymi państwami i bezpieczeństwa międzynarodowego; w tematyce polityki wewnętrznej – głównie zagadnienia dotyczące świadczeń zdrowotnych i spraw społecznych. W dwóch debatach wiodącym tematem była gospodarka, a w przypadku pozostałej potyczki zagadnieniem dominującym był kryzys gospodarczy. W związku z powyższym można powiedzieć o pozytywnej weryfikacji tezy mówiącej o dominacji gospodarki jako głównego tematu debat. W szczególności format town hall meeting sprzyjał dyskusjom na ten temat. Ten sam format miał też wpływ na niższy stopień konfrontacyjności spotkań. Druga teza, dotycząca merytoryczności debat, także została pozytywnie zweryfikowana. Wśród wypowiedzi przeważały pochwały na temat swojej działalności i programu, a 65% ataków miało charakter merytoryczny. Nie pojawił się ani jeden atak obraźliwy, co dowodzi wysokiej kultury politycznej i osobistej obu kandydatów. Jedyne ostatnia teza, dotycząca czasu wypowiedzi, nie do końca odpowiadała rzeczywistości. Chociaż stwierdzeń odnoszących się do przyszłości było więcej niż tych, które traktowały o przeszłości lub teraźniejszości, to jednak przewaga ta była minimalna i nie powinna prowadzić do wysuwania daleko idących wniosków.

W toku analizy potwierdziło się wiele opinii dotyczących cech poszczególnych formatów. Można też dostrzec pewne zależności między czasami, do których odnosiły się wypowiedzi, a poruszaną tematyką. Przykładem tu może być polityka międzynarodowa jako temat, który skłaniał uczestników debaty do odniesienia się do przeszłości. Trzeba jednak pamiętać, że debaty w 2008 r. odbywały się w specyficznych warunkach ekonomicznych, bezpieczeństwa międzynarodowego, a także historycznej wręcz niechęci do odchodzącego prezydenta. Wszystko to sprawia, że prawidłowości zaobserwowane na przykładzie debat Baracka Obamy i Johna McCaina nie muszą się potwierdzić podczas kolejnej kampanii wyborczej i debaty prezydenckiej.

KATARZYNA GAJLEWICZ

Daily press
in France
and related issues | Współczesna prasa
codzienna we Francji
i jej problemy

KEY WORDS

daily press, France, press system, circulation, readership, Internet

SŁOWA KLUCZOWE

prasa codzienna, Francja, system prasowy, nakłady, czytelnictwo, Internet

ABSTRACT

The article discusses the press system in France with a focus on dailies. It also points out the current problems it faces, such as low readership, as a result of various factors. The analysis is based on statistical and research data. Additionally, there is attention devoted to a phenomenon from 2007 when for the first time in a long time there was an increase in readership. The author also analyses the general media situation and attempts to draw broader conclusions. Aside from information on the specificity of the French daily press market, there is a comparison of its similarities to press markets in other countries in the European Union.

STRESZCZENIE

Autorka opisuje system prasowy Francji, koncentrując się na ogólnokrajowych dziennikach. Szczególną wagę zwraca na problemy związane z czytelnictwem i na czynniki wpływające na jego poziom. Opiera się przy tym na francuskich danych statystycznych i wynikach badań. Nieco więcej miejsca poświęca fenomenowi roku 2007, w którym zostały powstrzymane, a nawet odwrócone długofalowe trendy spadkowe czytelnictwa prasy we Francji. Stara się również analizować sytuację i prawidłowości, aby móc wyciągnąć wnioski o szerszym charakterze. Dzięki temu uzyskuje informacje zarówno o specyfice francuskiego rynku prasy codziennej, jak i jego podobieństwach do rynku tejże prasy w innych krajach Unii Europejskiej.

Wprowadzenie

Rynek prasy drukowanej we Francji, podobnie jak i w innych krajach, od lat przeżywa kryzys. Upowszechnienie się mediów elektronicznych spowodowało, iż światowe nakłady prasy drukowanej spadają, a dzienniki i czasopisma wydają się tracić swoje znaczenie. Nie można jednak umniejszać roli prasy drukowanej w kształtowaniu opinii publicznej, ponieważ pod tym względem media te niewątpliwie spełniają swoją funkcję.

Rynek mediów drukowanych we Francji jest bardzo bogaty. Różnorodność tytułów, zarówno magazynów, jak i dzienników, jest porównywalna do prasy Wielkiej Brytanii czy Niemiec. Francja niewątpliwie należy do liderów europejskich, którzy wyznaczają trendy w tym segmencie. W przeciwieństwie do rynku telewizyjnego¹ francuska prasa drukowana może stanowić wzór dla innych państw.

Ogromna liczba tytułów oraz mocno wyrażony opiniotwórczy charakter prasy drukowanej we Francji nie oznaczają, iż rynek ten rozwija się bez problemów. Nie ominął go kryzys, który przyczynił się do jego niestabilności. Znikanie i pojawianie się nowych tytułów jest widoczne zwłaszcza w segmencie ogólnokrajowej prasy codziennej, która stanowi główny przedmiot tego artykułu.

Rok 2007 był dla prasy francuskiej okresem szczególnym. Sytuacja społeczno-polityczna w tamtym czasie spowodowała wzrost nakładów prasy codziennej mającej ogólnokrajowy zasięg. Dzięki temu wiele tytułów wzmocniło swoją kondycję ekono-

¹ Francuski rynek telewizyjny pod względem wdrażania nowych trendów zmienia się znacznie wolniej niż rynki innych państw Europy Zachodniej, takich jak Niemcy czy Wielka Brytania. Widać to na przykładzie procesu cyfryzacji, który we Francji zakończył się dopiero w 2010 r., podczas gdy w Wielkiej Brytanii czy Niemczech jest już bardziej zaawansowany.

miczną. Niestety, dobra *passa* nie trwała długo; początek 2008 r. pokazał bowiem, iż kryzys na rynku dzienników nadal daje o sobie znać. W dalszej części artykułu analizie zostaną poddane elementy, które przyczyniły się do czasowej poprawy sytuacji na rynku prasy codziennej. Wydaje się, że tendencja spadkowa dotycząca nakładów prasy we Francji jest jednak zjawiskiem trwałym. Na tym tle rok 2007 był wyjątkiem, gdyż nie odwrócił kierunku zmian.

Pomimo dużej rotacji na rynku prasy, kilka znaczących tytułów ukazuje się we Francji od wielu lat. Są to gazety codzienne liczące się zarówno pod względem wartości opiniotwórczej, jak i wysokości nakładów. Cechą charakterystyczną tego rynku jest brak gazet przeznaczonych dla masowego czytelnika. Tym Francja różni się zasadniczo od swoich bliskich sąsiadów: Wielkiej Brytanii oraz Niemiec. Istnieją tytuły, które częściowo spełniają taką funkcję, jak na przykład „France-Soir” czy też bardziej poważny „Le Parisien”. Jest to zjawisko interesujące, ponieważ prasa francuska aż do wybuchu drugiej wojny światowej była zdominowana przez tytuły popularne. Współcześnie ich nakłady są znacznie mniejsze od nakładów tego typu prasy w innych krajach europejskich. Jest to zapewne związane z prawodawstwem francuskim, które dość szczegółowo reguluje kwestie ochrony dóbr osobistych. Także i inne akty prawne powodują, iż publikowanie treści typowych dla prasy sensacyjnej może się wiązać z licznymi sankcjami. Francuzi jako naród skłonni są twierdzić, że to ich mentalność nie pozwala im na zbyt daleko idące śledzenie sfery intymnej osób publicznych. W ostatnim czasie można było jednak zaobserwować spore zainteresowanie sprawami prywatnymi tych ludzi i jest to zdecydowana zmiana w charakterze francuskiego odbiorcy prasy codziennej².

Nie tylko pod względem wysokości nakładów popularne gazety francuskie różnią się od tego rodzaju prasy w innych krajach. Różnica dotyczy też podejmowanych tematów, ponieważ francuskie tytuły rzadziej opisują życie sławnych ludzi, więcej miejsca przeznaczają za to na sport i rozrywkę. Wydaje się, że fakt małego zainteresowania prasą popularną we Francji jest nie tylko cechą charakterystyczną tego systemu, ale także powodem do dumy, często podkreślanym w publikacjach dotyczących mediów w tym kraju³.

Problemy na rynku gazet codziennych istniały zawsze, jednak ich natężenie zwiększało się wraz z upływem lat. Już na początku lat 80. ubiegłego wieku mówiono o kryzysie na rynku, którego głównym sygnałem były kłopoty finansowe czołowych tytułów. W tamtym czasie jedynymi gazetami o zasięgu ogólnokrajowym, które pod koniec roku osiągały zyski, były „Le Figaro” oraz „Les Echos”. Wtedy też (i wcześniej) zbankrutowało wiele tytułów, zwłaszcza z grupy pism popularnych, jak np. „Le Paris

² Kampania wyborcza Nicolasa Sarkozy’ego oraz pierwszy rok jego prezydentury pokazały, iż media interesują się życiem prywatnym sławnych osób. Trzeba jednak zaznaczyć, że prezydent Republiki Francuskiej wykorzystywał swoje życie prywatne do kreowania własnego wizerunku. Takie przyzwolenie zostało natychmiast przechwycone przez media francuskie, nawet najbardziej prestiżowe.

³ Zob.: F. Balle, *Médias et société*, Paris 2005; M. Thibault, *Comprendre les médias*, Paris 2005.

Jour” (1972) czy „L’Aurore” (1980). Choć od tamtego czasu wprowadzono wiele innowacji na rynku, to jednak kryzys jest odczuwany także i dziś. Każdy rok przynosił zmiany na rynku prasy codziennej. Mimo iż nie zawsze pociągały one za sobą spadki nakładów, to jednak nie poprawiały sytuacji na tyle, aby można było mówić o zażegnaniu kryzysu.

Przyczyny kryzysu na rynku dzienników drukowanych

Badacze francuskiej prasy codziennej wymieniają kilka przyczyn zaistniałej sytuacji. Pierwszą z nich, charakterystyczną nie tylko dla rynku we Francji, jest konkurencja z mediami audiowizualnymi⁴. Telewizja i radio proponują swoim klientom prostszy sposób odbioru, który wymaga mniejszej koncentracji. Gazety codzienne, w szczególności o zasięgu ogólnokrajowym, broniąc się przed konkurencją ze strony mediów audiowizualnych, systematycznie zwiększały przystępność i atrakcyjność publikowanych na ich łamach przekazów – stosowały kolor, zamieszczały zdjęcia, a także oprócz wersji papierowej tworzyły edycje elektroniczne. Pod presją konkurencji powstawały magazyny – bardzo popularne we Francji – przeznaczające na ilustracje zdecydowanie więcej miejsca niż gazety. Dzisiaj do najatrakcyjniejszych gatunkowo należą pisma o tematyce społeczno-politycznej (np. „Le Point”) oraz magazyny ilustrowane (np. „Paris-Match”). Jednak największym zagrożeniem dla prasy są zdecydowanie mniejsze dochody z reklam. Reklamodawcy preferują media audiowizualne ze względu na możliwość dotarcia w większym stopniu do grup docelowych. Co prawda, gazety drukowane starają się zwiększać swoją atrakcyjność dla reklamodawców poprzez rozszerzanie grupy odbiorców o osoby niebędące ich adresatami⁵, to jednak udział reklamy w rynku dzienników ogólnokrajowych systematycznie maleje. W 1999 r. wynosił on 7,4%, podczas gdy 5 lat później już tylko 5%, co było największym spadkiem na całym rynku prasowym⁶.

Drugą przyczyną kryzysu na rynku dzienników paryskich⁷ jest wysoka cena gazet. Jeden egzemplarz kosztuje tu dużo więcej niż w innych krajach Europy czy w USA⁸. Ceny gazet rosły dość szybko, zwłaszcza w latach 1970–1980, kiedy za numer trzeba było zapłacić ośmiokrotnie więcej niż w poprzednich latach⁹. Dawniej cena jednego

⁴ Por. K. Williams, *Media w Europie*, Warszawa 2008, s. 47.

⁵ Wydawcy prasy codziennej, głównie amerykańscy, ale także francuscy starają się zwiększyć liczebność grup docelowych różnych reklamodawców poprzez dostarczanie reklamy innymi jeszcze kanałami niż dany tytuł (na przykład przez użycie reklamy pocztowej). W ten sposób obejmują swym zasięgiem także osoby, które nie są czytelnikami tego tytułu. Patrz: B. Golka, *System medialny Stanów Zjednoczonych*, Warszawa 2004.

⁶ F. Balle, *Médias...*, s. 74.

⁷ We Francji dziennikami paryskimi są nazywane dzienniki o zasięgu ogólnokrajowym, ponieważ ich redakcje są zlokalizowane właśnie w tym mieście.

⁸ Średnia cena za egzemplarz we Francji wynosi 1 euro, podczas gdy we Włoszech 0,90 euro, w Niemczech 0,52 euro, w Wielkiej Brytanii i Japonii 0,44 euro, w Stanach Zjednoczonych 0,36 euro. Zob. F. Balle, *Médias...*, s. 74.

⁹ Tamże, s. 73.

egzemplarza była porównywalna z opłatą za znaczek pocztowy, ale systematyczne podwyżki od 1960 r. zdecydowanie zmieniły te proporcje. Problem ten znacząco odczuły liczne redakcje, ponieważ wraz ze wzrostem cen spadała sprzedaż dzienników; niektóre z nich musiały nawet ogłosić bankructwo. Wielu badaczy twierdziło jednak, że do roku 2004 sytuacja ustabilizowała się w takim stopniu, iż wzrost cen oznaczał dla pisma lepszą jakość. Zaobserwowano bowiem, iż dzienniki, które w ostatnich latach podniosły swoje ceny, jak na przykład „Le Monde” w 1997 r., odnotowały niewielki, ale rosnący wzrost sprzedaży. Generalnie można wskazać dwa czynniki wpływające na wzrost cen prasy codziennej. Pierwszym z nich jest wysoki koszt papieru stanowiący problem nie tylko dla Francji, ale także dla innych krajów. Sytuacja związana z papierem jest bowiem uzależniona od trendów na rynku światowym, co jest odczuwalne w większości państw. Tylko od grudnia 2000 do stycznia 2001 r. ceny papieru wzrosły aż o 21,4%¹⁰. Drugim czynnikiem wpływającym na cenę gazet ogólnokrajowych są koszty związane z ich dystrybucją. Na przykład w cenie dziennika „Le Monde”, która w 2004 r. wynosiła 1,20 euro, aż 40 centów stanowiły koszty dystrybucji¹¹. Kolportaż prasy codziennej przeżywa od kilku lat kryzys. Obecnie przygotowane są plany zreformowania systemu dystrybucji prasy, począwszy od zwiększenia liczby punktów jej sprzedaży, aż po minimalizację kosztów transportu. Właśnie spadająca liczba punktów sprzedaży jest często wymieniana jako jedna z przyczyn kryzysu prasy we Francji: w 1952 r. było ich 40 000, a w 2006 r. już tylko 28 000¹². Problemy te wiążą się w dużej mierze z koniecznością restrukturyzacji przedsiębiorstwa Les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne (NMPP), które praktycznie zmonopolizowało rynek dystrybucji dzienników francuskich.

Kolejną przyczyną kłopotów prasy codziennej, których pierwsze symptomy dało się zauważyć już w połowie lat 90. ubiegłego wieku, było pojawienie się na masową skalę Internetu. W tym czasie większość dzienników założyła swoje witryny internetowe, gdzie początkowo zamieszczano nieodpłatnie cały bieżący numer. Później właściciele gazet zweryfikowali swoje podejście do Internetu. Okazało się bowiem, że reklamodawcy nie byli równie chętni do umieszczania reklam w internetowych wydaniach gazet tak jak w papierowych, w związku z czym postanowiono wprowadzić serwis częściowo płatny. Każdy francuski dziennik o zasięgu ogólnokrajowym ma swoją stronę internetową, jednak każda z nich jedynie w sposób wybiórczy bezpłatnie prezentuje treści z wydania drukowanego. Internet okazał się medium o ogromnej sile oddziaływania, które w znacznym stopniu odebrało odbiorców gazetom, w szczególności codziennym. Portale internetowe łączące w sobie różne możliwości przekazu informacji stały się konkurencyjne dla gazet i wcale nie przyczyniły się do popularyzacji tytułów drukowanych. Dziś wiele redakcji francuskich periodyków stara się tak

¹⁰ Tamże, s. 74.

¹¹ Tamże.

¹² www.esj-lille.fr/spip.php?article268 [dostęp: 21.10.2008]. Do wszystkich źródeł internetowych wymienianych dalej autorka miała [dostęp 21.10. 2008].

oddzielić funkcję portalu internetowego od gazety drukowanej, aby poszerzyć krąg odbiorców i reklamodawców.

Badacze przywołują także i inną przyczynę, która mogła spowodować spadek zainteresowania gazetami. Być może poprawa warunków socjoekonomicznych umożliwiła odbiorcom szukanie nowych rozrywek, zwłaszcza poza domem¹³. Kevin Williams stwierdza: „Zeświecczenie europejskich społeczeństw osłabiło ideologiczne, religijne i polityczne powody, dla których niegdyś kupowano i czytano gazety. W początkach XX wieku gazety były narzędziem w rękach różnych instytucji, były finansowane i wspierane przez partie polityczne, kościoły, wspólnoty wiejskie, związki zawodowe i przemysłowców. Erozja przynależności grupowej i rozpowszechnienie postaw indywidualistycznych podważyły społeczne podwaliny czytelnictwa gazet”¹⁴.

Ostatnią, istotną przyczyną kryzysu jest pojawienie się prasy gratisowej. Pomysł powstał w Szwecji i szybko zdobył sobie zwolenników w całej Europie. Darmowe gazety najczęściej są rozdawane w środkach transportu w dużych miastach. We Francji są dystrybuowane głównie w metrze oraz w kolejce RER. Z założenia umożliwiają odbiorcy zapoznanie się z najważniejszymi wydarzeniami dnia podczas podróży do pracy (średnio 20 minut). Ich zawartość najbardziej przypomina tabloid: krótkie artykuły, dużo zdjęć oraz koloru, w treści zaś dominują rozrywka i informacje praktyczne. Dzienniki gratisowe są często oskarżane o to, że nie respektują profesjonalnych zasad¹⁵. Takie zarzuty pojawiają się w związku ze zbyt lapidarnymi tekstami oraz brakiem dbałości o rzetelność dziennikarską, która jest przedmiotem dumy prestiżowych dzienników francuskich. Na taką krytykę zwolennicy prasy darmowej odpowiadają, że tak naprawdę w owej konkurencji nie chodzi o jakość pisma, ale o dochody z reklamy. W odróżnieniu od płatnych gazet, prasa gratisowa utrzymuje się tylko i wyłącznie z reklam. Od momentu pojawienia się dwóch pierwszych dzienników gratisowych we Francji w 2002 r. – „Metro” i „20 minutes” – dochody z reklam w gazetach płatnych zaczęły systematycznie maleć.

„Metro” jest wydawane przez grupę medialną Metro International o rodowodzie szwedzkim, a „20 minutes” przez wywodzący się z Norwegii koncern medialny Schibsted. Każde z tych pism ma tylko lokalne edycje wydawane i dystrybuowane w dużych miastach. W 2007 r. łączny nakład „Metra” wynosił 740 382 egz., a „20 minutes” – 715 981 egz. (por. tablicę 1)¹⁶. Warto wspomnieć, że istnieją także inne tytuły, ale ich udział w rynku ma marginalne znaczenie.

¹³ K. Williams, *Media...*, s. 47.

¹⁴ Tamże, s. 47–48.

¹⁵ M. Thibault, *Comprendre...*, s. 19.

¹⁶ Przytaczane w rozdziale dane dotyczące nakładów francuskiej prasy drukowanej są zaczerpnięte z raportu OJD z 2007 r. opublikowanego na stronie internetowej tej instytucji. OJD – L'office de justification de la diffusion – to organizacja utworzona w 1922 r. Jest ona jedną z najstarszych instytucji kontroli nakładów we Francji. W roku 2007 kontrolowała 1393 tytuły francuskie.

¹⁷ www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=4205; www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=4173.

Tablica 1. Nakłady bezpłatnych gazet w poszczególnych miastach w 2007 r.

Tytuł	Liczba egzemplarzy
„20 minutes” (Paris)	427 162
„Metro Paris”	415 597
„20 minutes” (Lyon)	69 541
„20 minutes” (Lille)	62 558
„Metro Rhone-Alpes”	62 556
„20 minutes” (Marseille)	56 315
„Metro Marseille-Region”	55 596
„Metro Lille”	45 275
„Metro Toulouse”	36 214
„Metro Ouest Nantes-Rennes”	32 747
„20 minutes” (Toulouse)	30 099
„20 minutes” (Nantes)	29 035
„Metro Cote d’Azur”	28 065
„20 minutes” (Bordeaux)	27 251
„Metro Bordeaux”	26 192
„20 minutes” (Strasbourg)	25 586
„Metro Strasbourg”	15 572

Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/adhe_list.php?mode=chif&cat=1864.

Trzeba dodać, iż zwiększa się rola dzienników gratisowych w kształtowaniu opinii publicznej. Po pierwsze, od 2004 r. nieznacznie wzrastają nakłady tej prasy i to niezależnie od wydarzeń społeczno-politycznych¹⁷. Po drugie, co ma większy wpływ na kształtowanie opinii publicznej, wzrasta czytelnictwo dzienników gratisowych; w 2007 r. (specyficznym dla prasy francuskiej) wzrosło o 6% w stosunku do roku poprzedniego, podczas gdy płatnych dzienników ogólnokrajowych o mniej niż 0,5%¹⁸.

Kryzys francuskiej prasy codziennej wynika również z wielu innych przyczyn, m.in. z powodu starzenia się wiernych czytelników. Podobne problemy występują także, w mniejszym lub większym stopniu, na rynkach dzienników w innych krajach.

Najważniejsze tytuły ogólnokrajowe

W roku 2007 wydawano we Francji 16 tytułów o zasięgu ogólnokrajowym¹⁹ oraz około 69 gazet ukazujących się w różnych regionach i departamentach²⁰.

Tytuły o zasięgu ogólnokrajowym są to w większości gazety opiniotwórcze o charakterze informacyjnym. Warto przypomnieć za Bartłomiejem Golką²¹, iż pomimo ogólnie silniejszej pozycji ekonomicznej prasy regionalnej, to jednak niektóre dzienniki paryskie mają zasięg ogólnokrajowy i znane są szeroko w świecie. Pisma te swo-

¹⁸ www.audipresse.fr/node.php?id=905&elementid=1527.

¹⁹ www.ojd.com/engine/adhchif/adhe_list.php?mode=chif&cat=1771&subcat=353.

²⁰ www.ojd.com/engine/adhchif/adhe_list.php?mode=chif&cat=1771&subcat=354.

²¹ B. Golka, *System medialny Francji*, Warszawa 2001, s. 139.

ją pozycję zawdzięczają artykułom na wysokim poziomie merytorycznym, które cechuje obiektywizm. Niektórzy specjaliści twierdzą, że wysoka cena dzienników we Francji związana jest właśnie z opłacaniem wybitnych dziennikarzy, co wydaje się jednak opinią przesadzoną. Dochody pracowników mają marginalny wpływ na cenę, jej wzrost zależy bowiem głównie od innych czynników.

„**La Croix**” jest jednym z dwóch dzienników (obok „**Le Figaro**”), którym udało się przejść zwycięsko przez wielkie kryzysy finansowe. „**La Croix**” należy do grupy najstarszych gazet paryskich – pierwszy numer ukazał się w 1883 r. Ten katolicki dziennik, który swoim zasięgiem obejmuje całą Francję, w 95% rozchodzi się w prenumeracie²². Prenumerata jest dla wydawców prasy istotna, ponieważ zapewnia stabilizację finansową. Gazeta – założona przez kongregację Wniebowzięcia NMP – jest czytana głównie przez ludzi starszych, katolików²³. Co ciekawe, stabilna pozycja dziennika o charakterze katolickim może dziwić, ponieważ katolicyzm w laickiej Francji od lat przeżywa kryzys. Tymczasem nakład pisma od 2000 do 2004 r. wzrósł o 10%, a w 2007 r. wynosił 105 216 egz. Ten postęp był wynikiem drobnej zmiany, ponieważ „**La Croix**” od stycznia 1999 r. ukazuje się jako dziennik poranny, dzięki czemu pismo zdobyło nowych czytelników. Innym pomysłem wydawcy dziennika – grupy Bayard Presse – było wprowadzenie formatu tabloidalnego. Trzeba jednak podkreślić, że zmiany te nie były podyktowane kłopotami finansowymi pisma. Bayard Press po przeanalizowaniu profilu demograficzno-socjologicznego czytelnika „**La Croix**” chciał w ten sposób zdobyć nowych odbiorców, zwłaszcza poniżej 60 roku życia.

„**Le Figaro**” jest najstarszym istniejącym dziennikiem paryskim, został bowiem utworzony w 1854 r. Tytuł, tak jak część gazet w okresie drugiej wojny światowej, nie ukazywał się od 1942 do 1944 r., aby uniknąć oskarżenia o kolaborację. Po wojnie pismem kierował do śmierci Pierre Brisson, później zaś tytuł został zakupiony przez Jeana Prouvosta (który wcześniej posiadał tylko część udziałów). W 1975 r. został sprzedany Robertowi Hersantowi, który pomógł wydobyć dziennik z kłopotów. W okresie rządów Hersanta powstał „**Le Figaro Magazine**” (1978 r.), który jest czołowym tygodnikiem społeczno-politycznym kierowanym do elity intelektualnej. Także w tym czasie właściciel „**Le Figaro**” wykupił podupadający dziennik „**L'Aurore**”, co pozwoliło na przejęcie części jego czytelników. Nie bez znaczenia był fakt, że pismo to, podobnie jak „**Le Figaro**”, prezentowało prawicową opcję polityczną. W rzeczywistości chodziło o wyeliminowanie konkurenta, za którego dziennik „**L'Aurore**” był przez niektórych uważany. Śmierć Roberta Hersanta w 1996 r. otworzyła nowy etap w historii „**Le Figaro**”. Kupnem gazety już od jakiegoś czasu interesował się przedsiębiorca i były senator Serge Dassault, jednak wdowa po Hersancie nie wyraziła na to zgody. Nie tylko ona była przeciwna takiemu rozwiązaniu. Także redakcja obawiała się zmian, zapewne związanych z komercjalizacją tytułu. W 2002 r. po

²² M. Thibault, *Comprendre...*, s. 28.

²³ Nie można podać danych dotyczących wyznania czytelników, ponieważ tego typu badania są we Francji zakazane na mocy prawa obowiązującego od 1978 r.

śmierci żony Hersanta i w obliczu kryzysu dziennika postanowiono odsprzedać 30% kapitału grupy Socpress – bezpośredniego właściciela „Le Figaro” – która była częścią koncernu Hersant. Właścicielem części udziałów, a w 2004 roku także pakietu kontrolnego Socpressu, został Serge Dassault. Obawy związane ze zmianami nie były bezzasadne, gdyż już w 2005 r. pismo przeszło na format tabloidalny. Trzeba pamiętać, że w tym czasie takim zabiegom zostały poddane też inne prestiżowe dzienniki, nie tylko we Francji²⁴. W samej treści pismo nie wprowadziło znaczących zmian. Mniejszy radykalizm w i tak umiarkowanych opiniach politycznych oraz więcej zdjęć kosztem skrócenia tekstu – to były właściwie jedyne zmiany, jakie nowy właściciel wcielił w życie. Nowa formuła dziennika umocniła się dzięki dodatkowo wprowadzonemu w 2005 r. „Le Figaro et Vous”. Dodatek ten, mający całkowicie rozrywkowy charakter, przyczynił się do lepszego wizerunku dziennika. Aby pismo wyróżniało się na tle innych dzienników, tytuł „Le Figaro” zaczęto drukować na niebieskim tle. Nie spowodowało to jednak spodziewanego wzrostu nakładu, bo w 2005 r. wynosił on średnio 342 445 egz., a w następnym spadł do 338 269 egz. Rok 2007 okazał się dla pisma już dużo lepszy, gdyż nakład wzrósł o około 6000 egzemplarzy.

Kolejnym ważnym tytułem mającym wpływ na kształtowanie się opinii publicznej jest „**Le Monde**”. Dziennik ten jest nie tylko popularny we Francji, lecz także czytany na całym świecie. Został założony w 1944 r. przez grupę publicystów z Hubertem Beuve-Méry na czele. Gazeta od lat jest uznawana za głos francuskich intelektualistów, którzy polubili centrolewicowy charakter dziennika. Pomimo popularności „Le Monde” przechodził kryzys, czego efektem była kontrowersyjna książka wydana w 2003 r. pod tytułem *La Face cachée du Monde*²⁵ ukazująca nierzetelność i brak obiektywizmu gazety. W latach 2002–2006 nakład pisma spadł z 416 774 do 355 017 egz. Jedynie w 2007 r. wzrósł o 3000 egz., ale już na początku roku 2008 znów wyraźnie zmalał. W latach dziewięćdziesiątych trwała nieustająca walka o pismo. W 1995 r. kierownictwo, wbrew wcześniejszym zasadom, wprowadziło zmiany kapitałowe. Do 2005 r. 45,9% udziałów zostało wykupionych przez grupy zewnętrzne (dotychczas udziały posiadały osoby związane z wydawnictwem). Kolejne kryzysy powodowały coraz większy napływ kapitału obcego, co zagrażało niezależności dziennika, a było to do tej pory jego cechą charakterystyczną. W 2005 r. 17% udziałów „Le Monde” wykupiła grupa Lagardère, a 15% – hiszpańska grupa Prisma (wydawca dziennika „El País”). Aby zachować kontrolę nad dziennikiem, Stowarzyszenie Redaktorów „Le Monde” zastrzegło sobie prawo do blokowania decyzji²⁶. Dzięki temu prawdopodobnie uniknięto zmian, które mogłyby doprowadzić do konfliktu właścicieli z redakcją. Warto

²⁴ W roku 2004 format zmienił brytyjski „The Times”, a pod koniec roku 2005 także centrolewicowy „Le Monde”.

²⁵ P. Péan, Ph. Cohen, *La Face cachée du Monde* [Ukryta twarz „Le Monde”], Paris 2003.

²⁶ Jest to forma zbliżona do instytucji prawnej tzw. złotych akcji kontrolnych będących w posiadaniu członków założycieli spółki. Stanowi ona skuteczną ochronę przed wrogimi przejęciami przez konkurencję lub przed wymuszeniem zmiany linii programowej przez większościowych akcjonariuszy.

dodać, że „Le Monde” zmienił format, jednak zmiana była mniej radykalna niż w przypadku „Le Figaro”. W 2007 r. wieloletniego szefa pisma Jean-Marie Colombanego nie wybrano na trzecią kadencję. Jego następcą został Pierre Jeantet. Odejście Colombanego wiązało się z nasilającymi się naciskami ze strony właścicieli dotyczącymi linii pisma, co może być zapowiedzią nowego rozdziału w historii dziennika. Charakteryzując „Le Monde”, nie sposób nie wspomnieć o jego najbardziej znanym dodatku „Le Monde Diplomatique”. Wydawany co miesiąc periodyk jest poświęcony problematyce międzynarodowej. Istotny, choć mało znany jest fakt, że już od 1978 r. pismo to ma osobną redakcję i z dziennikiem „Le Monde” łączą go tylko nazwa, część udziałów oraz podobne poglądy (miesięcznik jest jednak bardziej radykalny w swoich opiniach). „Le Monde Diplomatique” ukazuje się w 30 krajach, jest tłumaczony na wiele języków i – co ciekawe – ma swoją wersję w języku esperanto.

Następnym dziennikiem stołecznym o zasięgu ogólnokrajowym jest „**Libération**” – gazeta mająca duży wpływ na opinię publiczną we Francji. Założyli ją wspólnie 18 kwietnia 1973 r. lewicowi dziennikarze: Serge July, Philippe Gavi, Bernard Lallement i Jean-Claude Vernier. Do tego grona dołączył znany francuski filozof Jean-Paul Sartre, który czynnie zaangażował się w redagowanie pisma. Początkowo gazeta miała się ukazywać bez wsparcia reklam, jednak od maja 1981 r. pismo przyjęło nową formułę. Sytuacja finansowa „Libération” nie była stabilna. W 1996 r. postanowiono odsprzedać 66% udziałów grupie Pathé, a ta w 2000 r. podzieliła się nimi z brytyjską grupą 3i. W 2005 r. deficytowy dziennik wsparł francuski bankier Edouard de Rothschild, który przejął 38,87% udziałów gazety, czym ustabilizował jej pozycję ekonomiczną. Idąc za przykładem „Le Monde”, grupa pracowników, którzy są posiadaczami części udziałów, pozostawiła sobie prawo do blokowania decyzji. Nowy udziałowiec naciskał jednak na zmianę formuły pisma, ponieważ nakład „Libération” spadał (w roku 2002 wynosił 166 275 egz., a w 2006 już tylko 135 411 egz.). Doprowadziło to do odejścia w 2006 r. założyciela gazety July’ego, który nie zgadzał się na propozycję bankiera. Otworzył się nowy etap w historii gazety, który może się okazać kluczowy dla jej dalszego istnienia. Wyniki badań z 2007 r. dotyczące zarówno nakładów, jak i czytelnictwa „Libération” wskazują, iż pozycja pisma jest stabilna²⁷.

„**Aujourd’hui en France**” został założony w 1994 r. Jest drugim dziennikiem paryskim, który w okresie kryzysu na rynku prasowym zwiększył swój nakład. W porównaniu z „La Croix”, dla którego niewielki wzrost nakładu był powodem do zadowolenia, „Aujourd’hui en France” osiągnął sukces. W latach 2000–2004 nakład pisma wzrósł o ponad 18% i przez następne lata pozycja tytułu się ustabilizowała. W 2002 r. jego nakład wynosił 149 337 egz., podczas gdy w 2006 wzrósł do 191 637 egz. Wydaje się, że gazeta osiągnęła sukces dzięki wprowadzeniu nowej formuły, której do tej pory nie było na rynku francuskim. „Aujourd’hui en France” jest dziennikiem, który łączy w sobie cechy prasy opiniotwórczej oraz dziennika bulwarowego skierowanego

²⁷ www.ojd.com/dyn/_files/books/151-Book-2007-Press-Payante-GP.pdf

do odbiorcy masowego. Gazeta ta jest wydaniem ogólnokrajowym dziennika regionalnego „**Le Parisien**”, kontynuatora francuskiej bulwarówki „Le Parisien Libéré”. Wielu francuskich medioznawców uważa, że wprawdzie „Le Parisien” i „Aujourd’hui en France” są gazetami bulwarowymi, to jednak prezentują treści na zdecydowanie wyższym poziomie niż niemiecki „Bild” czy też brytyjski „The Sun”. Charakter dziennika był kształtowany latami przez właściciela – rodzinę Amaury. Émilien Amaury, a później także jego syn Philippe szukali różnych środków, aby nadać pismu obecny kształt. Artykuły w gazecie są krótkie, zdania pojedynczo złożone, a fotografie zajmują jedną trzecią strony. W obu dziennikach polityka jest obecna, ale nie stanowi tematu dominującego. Największą popularnością cieszą się artykuły z gatunku dziennikarstwa śledczego. Rodzina Amaury jako grupa medialna specjalizuje się w wydawaniu periodyków sportowych, co widać też w „Le Parisien” oraz „Aujourd’hui en France”, gdzie tej problematyce poświęca się stosunkowo dużo miejsca.

Konkurencją dla „Aujourd’hui en France” jest „**France-Soir**” – dziennik założony w 1944 r. Gazeta ma zdecydowanie lżejszy charakter niż inne dzienniki ogólnokrajowe. W latach 1990–2000 nakład pisma spadł o ponad 74%; w 2007 r. wynosił już tylko 23 807 egz. Tak duże zmniejszenie nakładu świadczy o tym, że we Francji nie sprawdza się formuła codziennej prasy bulwarowej. Kondycja finansowa „France-Soir” jest bardzo zła. Pismo balansuje dzisiaj na granicy bankructwa. Częściowo czytelników tego typu tytułom odbiera prasa gratisowa, która także ma lekki, rozrywkowo-sensacyjny charakter. Dziennik nieustannie szuka nowych inwestorów, również z zagranicy. Od roku 2004 właściciel dziennika zmieniał się średnio co 12 miesięcy, co tylko potęgowało kryzys. Od kwietnia 2006 roku pismo należy do firmy VME Patrimoine, która poza ciągłymi zmianami kadrowymi w redakcji nie robi nic, by uchronić tytuł przed upadkiem.

Omawiając francuską prasę ogólnokrajową, trzeba jeszcze wspomnieć o dwóch tytułach należących do grupy dzienników specjalistycznych: ekonomicznym „Les Echos” oraz sportowym „L’Equipe”.

Pierwszy z nich – „**Les Echos**” – został założony w 1908 r. przez potentatów prasowych, rodzinę Servan-Schreiber. Początkowo ukazywał się jako miesięcznik, jednak w okresie międzywojennym stał się gazetą codzienną. W swojej historii miał trzech właścicieli: rodzinę Servan-Schreiber, rodzinę Beytout oraz brytyjską grupę Pearson. Pod koniec 2007 r. koncern DI Group (odłam medialny holdingu specjalizującego się do tej pory w produktach luksusowych, między innymi posiadający markę Louis Vuitton) odkupił udziały dziennika od grupy Pearson. „Les Echos” jest tytułem dosyć stabilnym pod względem wysokości nakładów, chociaż od 2002 r. liczba egzemplarzy nieznacznie spadła (o około 10 000 egz.). W 2007 r. średni nakład wynosił 138 726 egz., co w stosunku do „La Tribune” – największego konkurenta na rynku francuskim (88 118 egz. w roku 2007) – stawia pismo na pierwszym miejscu w tej kategorii wydawnictw. Warto zaznaczyć, że dzienniki ekonomiczne są czytane przez specyficznego odbiorcę. W tego typu prasie czytelnik szuka zazwyczaj informacji po-

danych w formie statystyk i analiz. Te wiadomości bez trudu można znaleźć w Internecie, dlatego też pisma ekonomiczne w ostatnim dziesięcioleciu znalazły się w trudnej sytuacji finansowej²⁸.

Drugim tytułem należącym do kategorii prasy specjalistycznej jest założony w 1946 r. sportowy dziennik „**L'Equipe**”. Obok „Le Parisien” stanowi flagowy tytuł grupy Amaury. Pozycja dziennika w dużej mierze wynika z ogromnej popularności widowisk sportowych we Francji²⁹. Prasa sportowa cieszy się zatem stosunkowo dużym zainteresowaniem. W dzienniku dominują piłka nożna i kolarstwo, ale także obecne są inne dyscypliny sportu, takie jak tenis ziemny, rugby oraz golf. Gazeta ma duży jak na warunki francuskie nakład, w 2007 r. wyniósł on bowiem 336 929 egz. Reklamodawcy nie uciekają od dzienników sportowych tak bardzo jak od innych gazet codziennych. Wydaje się więc, że jest to grupa najmniej poszkodowana w obliczu kryzysu wydawniczego dzienników we Francji.

Dzienniki regionalne

Według danych z 2007 r. zgromadzonych przez OJD na francuskim rynku istniało 69 tytułów o zasięgu regionalnym oraz departamentalnym (te ostatnie zwane są przez francuskich i zagranicznych medioznawców prasą lokalną). Sytuacja codziennej prasy regionalnej jest zdecydowanie lepsza niż dzienników o zasięgu ogólnokrajowym. Na rynku francuskim dzienniki regionalne stanowią 80% wszystkich sprzedawanych dzienników³⁰. Ma na to wpływ kilka czynników. Prasa lokalna i regionalna jest częściej czytana ze względu na preferencje odbiorców. Wydaje się, że czytelnik szuka w tego typu gazetach informacji z najbliższego otoczenia, które go bezpośrednio dotyczą. Wiadomości ogólnokrajowe czy też międzynarodowe są dostarczane najczęściej przez Internet i telewizję. Tymczasem telewizja o zasięgu lokalnym i regionalnym jest słabo rozwinięta we Francji, chociaż coraz więcej wysiłku wkłada się w jej rozwój.

Ze wszystkich czynników mających wpływ na sytuację prasy regionalnej jeden jest najważniejszy – cena. Średnia cena dziennika ogólnokrajowego wynosi ponad 1 euro, podczas gdy regionalny dziennik kosztuje średnio 0,80 euro. Różnica jest znacząca nie tylko dla czytelników, lecz także dla wydawców. Oczywiście wynika ona z o wiele niższych kosztów, jakie ponosi wydawca pisma: prasa ta, po pierwsze, jest dystrybuowana na dużo mniejszym obszarze, a po drugie, jakość druku i gatunek papieru są często gorsze niż w przypadku dzienników ogólnokrajowych.

Inną ważną przyczyną jest niewielka konkurencja na rynku. Jak podkreśla Thibault³¹, redakcje gazet lokalnych i regionalnych często działają w warunkach monopolu. Zapewne wynika to z niewielkiego rynku reklam, z których prasa ta głównie się

²⁸ M. Thibault, *Comprendre...*, s. 26.

²⁹ B. Golka, *System medialny Francji...*, s. 142.

³⁰ K. Williams, *Media...*, s. 44.

³¹ M. Thibault, *Comprendre...*, s. 31.

utrzymuje. W dużej mierze sytuację kształtuje ograniczone czytelnictwo. Zdarza się, że dwa dzienniki, zwłaszcza o zasięgu lokalnym, nie mają szansy utrzymania się na lokalnym rynku. A zatem popyt na pisma oraz rynek reklam są głównymi determinantami istnienia tego typu prasy.

Omawiając prasę regionalną, trzeba wspomnieć o dzienniku zajmującym pierwsze miejsce pod względem wysokości nakładu. Jest to „**Ouest-France**”, który w 2007 r. osiągnął średni nakład 795 765 egz., prześcigając wszystkie dzienniki, także ogólnokrajowe. Tytuł ten, podobnie jak inne dzienniki regionalne, ma 14 swoich edycji lokalnych. Każda z nich zawiera takie same informacje krajowe, międzynarodowe i regionalne, natomiast różni się informacjami zawartymi na lokalnych stronach. Redakcja takiego pisma wymaga zatrudnienia dużej liczby dziennikarzy; w „Ouest-France” pracuje ich aż 550, z czego połowę stanowią korespondenci lokalni.

Tablica 2. Tytuły prasy regionalnej, które w 2007 r. osiągnęły średni nakład ponad 200 000 egz.

Tytuł	Miejsce wydania	Rok założenia pisma	Średni nakład w 2007 r.
„Ouest-France”	Rennes	1944	795 765
„Le Parisien”	Paryż	1944	337 322
„Sud Ouest”	Bordeaux	1944	317 929
„La Voix du Nord”	Lille	1944	291 781
„Le Dauphiné Libéré”	Grenoble	1945	248 556
„Les Progrés”	Lyon	1859	228 410
„La Nouvelle République du Centre-Ouest”	Tours	1944	215 344
„Le Télégramme”	Brest	1944	208 664

Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/adhe_list.php?mode=chif&cat=1771&subcat=354.

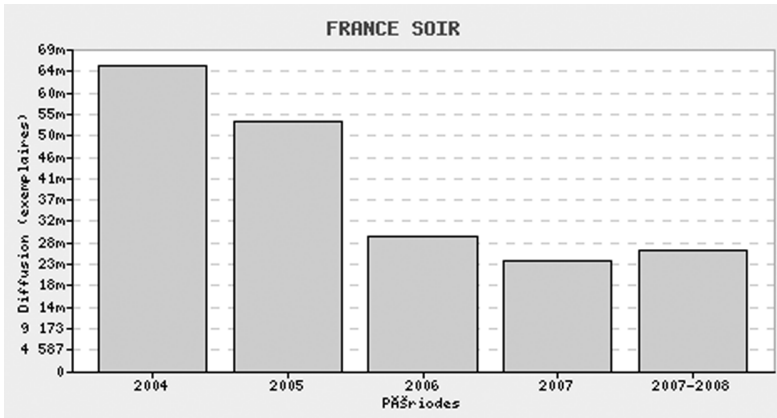
Na koniec warto wspomnieć, iż stopień koncentracji własności w przypadku prasy regionalnej we Francji jest bardzo wysoki. Właściwie trudno mówić o jakimkolwiek regionalnym czy lokalnym tytule, który byłby w pełni niezależną instytucją. Poszczególne redakcje są wykupywane przez duże koncerny prasowe. Od 1945 r. liczba tytułów spada, a w grupie dzienników regionalnych i lokalnych zbankrutowało około 90 pism. Wydaje się, że pozycja prasy regionalnej jest lepsza niż prasy ogólnokrajowej, trzeba jednak pamiętać, że i ten rynek notuje systematyczne spadki nakładów. Być może koncentracja prasy regionalnej kosztem utraty jej niezależności jest jedynym sposobem na przetrwanie.

Dzienniki ogólnokrajowe w 2007 roku

Rok 2007 był dla prasy francuskiej szczególnie trudny. Rynek gazet codziennych wydawał się zaprzeczać wszechobecnemu kryzysowi na światowych rynkach dzienników. Na-

kłady pism w większości przypadków nieznacznie się zwiększyły bądź też ustabilizowały. Były jednak tytuły, które zanotowały spadki nakładu, a jako przykład można podać francuską bulwarówkę „France-Soir”. Nakład tego dziennika od 2004 r. regularnie spadał (wykres 1). Takie zmniejszanie się liczby wydawanych egzemplarzy może w konsekwencji doprowadzić do zniknięcia tytułu z rynku.

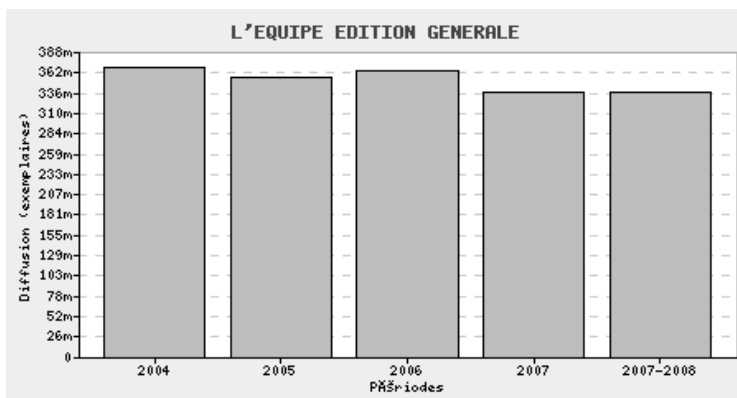
Wykres 1. Nakład dziennika „France-Soir”



Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=371.

Także ogólnokrajowy lider dzienników sportowych – „L’Equipe” – odnotował w 2007 r. spadek nakładu w stosunku do roku poprzedniego o 1500 egz., co nie oznaczało jeszcze kryzysu, ale mogło spowodować zachwianie pozycji ekonomicznej pisma (por. wykres 2).

Wykres 2. Nakład dziennika „L’Equipe”

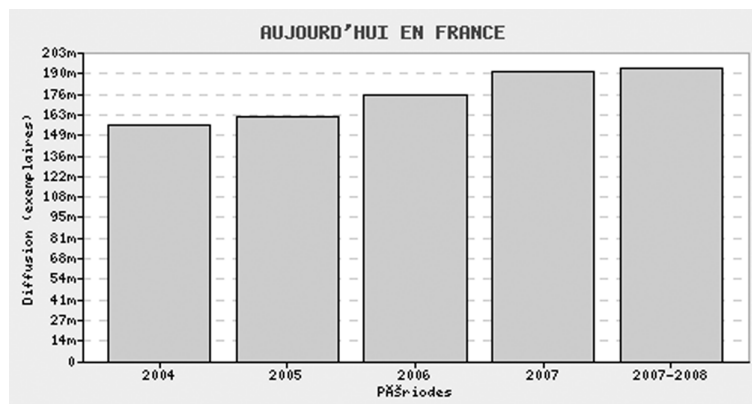


Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=313.

Poza takimi nielicznymi przypadkami w 2007 r. dzienniki francuskie, zarówno regionalne, jak i ogólnokrajowe, zwiększyły swoje nakłady. Wcześniej taki postępek był zauważalny w tytułach regionalnych, rzadko w narodowych. Zwyżki nakładów można było obserwować tylko w poszczególnych dziennikach ogólnokrajowych, nie zaś w całym segmencie rynku. Często były one wynikiem nowej polityki prowadzonej przez redakcję czy zmiany właściciela bądź też uatrakcyjnienia szaty graficznej. Tym razem rosnące nakłady wynikały ze zmian mających podłoże społeczne albo też polityczne, ponieważ dotyczyły całego rynku dzienników we Francji.

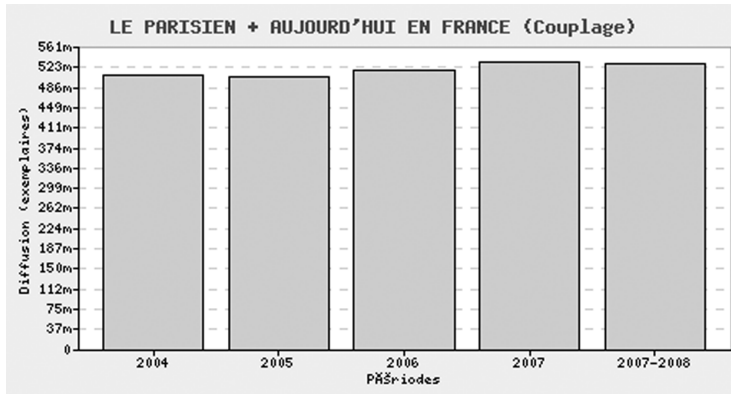
Warto porównać dane ilustrujące nakłady w poszczególnych latach najważniejszych tytułów ogólnokrajowych.

Wykres 3. Nakład dziennika „Aujourd’hui en France”



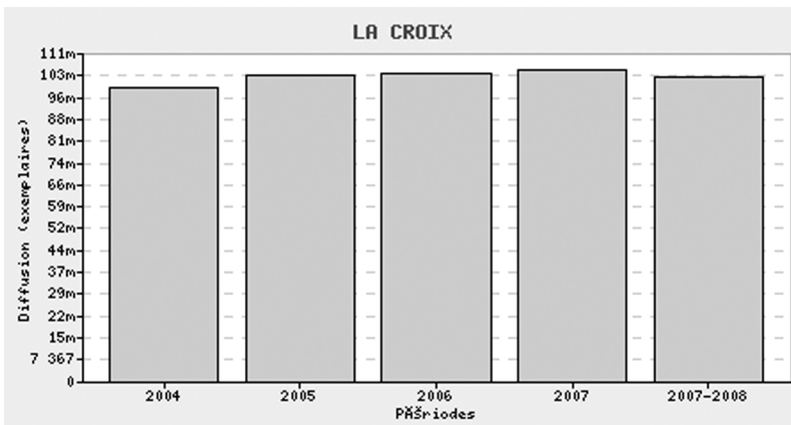
Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=87.

Dziennik „Aujourd’hui en France” (wykres 3) w ostatnich latach znacznie zwiększył swój nakład. W 2006 r. wynosił on 175 456 egz., a rok później już 191 637 egz. Podobnie kształtował się nakład „Le Parisien”, który w połączeniu ze swoim ogólnokrajowym wydaniem zwiększył nakład o ponad 20 000 egz. (wykres 4).

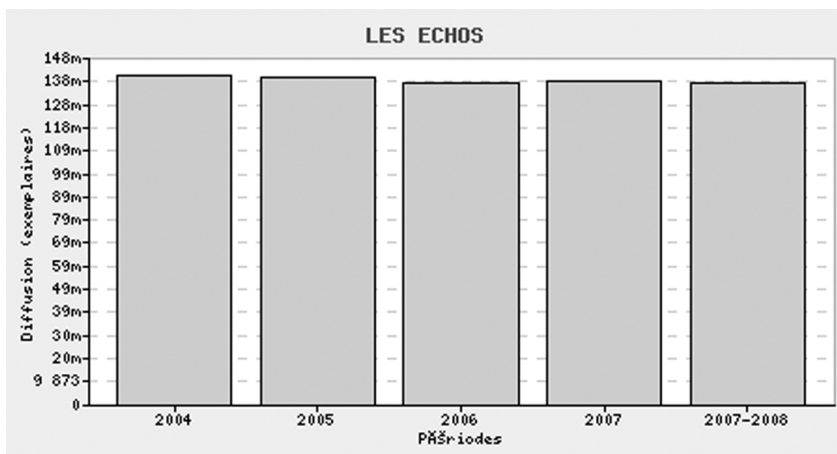
Wykres 4. Nakład dziennika „Aujourd’hui en France” i „Le Parisien”

Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=719.

Tytuł „La Croix” od dawna cechowała stabilna pozycja rynkowa, co jest widoczne na wykresie 5. Wynikało to z faktu, iż gazeta była dystrybuowana przede wszystkim w prenumeracie. Jednak nawet i ten dziennik zanotował nieznaczny wzrost nakładu w 2007 r. o około 2000 egz.

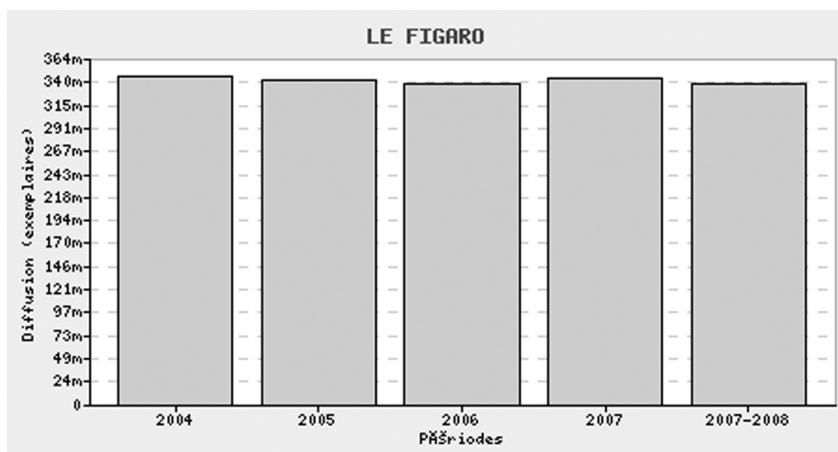
Wykres 5. Nakład dziennika „La Croix”

Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=227.

Wykres 6. Nakład dziennika „Les Echos”

Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=281.

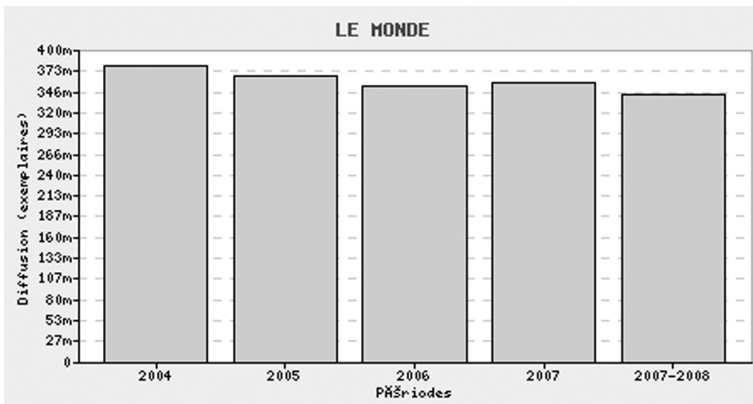
Dziennik „Les Echos”, jeden z najważniejszych periodyków ekonomicznych na rynku francuskim, podobnie jak poprzedni tytuł od kilku lat był stabilny pod względem liczby wydawanych egzemplarzy. Zapewne wynikało to z prestiżu, jakim cieszyło się to pismo, oraz z faktu, że miało ono stałych, przywiązanych do tytułu czytelników. Także i ten dziennik odnotował nieznaczny wzrost nakładu w 2007 r. o 1500 egz.

Wykres 7. Nakład dziennika „Le Figaro”

Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=353.

W roku 2007 umocnił swoją pozycję również jeden z najbardziej znanych paryskich dzienników – „Le Figaro”. Od 2004 r. nakład pisma był stabilny, czego przyczyną mogło być przejście w tym właśnie roku pakietu kontrolnego dziennika przez Serge’a Dassault, właściciela Socpressu. Zmiana formuły związana z powolną tabloidyzacją pisma powodowała, że zdobywało ono rzesze nowych czytelników. Jednak w roku 2007 na wzrost nakładu o 4000 egz. w stosunku do roku poprzedniego mogły mieć wpływ także czynniki pozaredakcyjne.

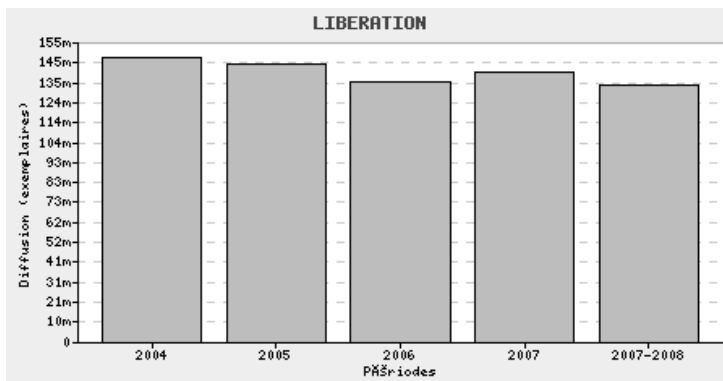
Wykres 8. Nakład dziennika „Le Monde”



Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=625.

Dziennik „Le Monde”, podobnie jak i jego największy konkurent „Le Figaro”, zanotował nieznaczny wzrost nakładu. W 2006 r. wynosił on 355 017, podczas gdy rok później 358 655 egz.

Wykres 9. Nakład dziennika „Libération”



Źródło: www.ojd.com/engine/adhchif/chif_fiche.php?adhid=526.

Wyniki, jakie uzyskał w ostatnich latach dziennik „Libération”, można uznać za paradoksalne, jeżeli weźmie się pod uwagę to, jak bardzo napięte były stosunki wewnątrz samej redakcji. Zmiany właścicieli oraz odejście długoletniego szefa pisma powodowały wielokrotne przestoje w ukazywaniu się dziennika na rynku. Wydawałoby się, iż takie sytuacje powinny odbić się na pozycji ekonomicznej pisma, a tymczasem od roku 2004 nakłady kształtowały się na prawie jednakowym poziomie, a w 2007 r. pismo zwiększyło swój nakład w porównaniu z rokiem poprzednim o 4500 egz.

Analizując nakłady dzienników francuskich, można zauważyć, że rok 2007 był pod tym względem specyficzny. Warto zwrócić uwagę również na to, iż w tym czasie wzrosły nie tylko nakłady dzienników, ale także ich czytelnictwo. Może się wydawać, że wzrost czytelnictwa codziennych gazet ogólnokrajowych o 0,2% nie ma wielkiego znaczenia, jednak w zestawieniu z wynikami z lat poprzednich oznacza określone zmiany na rynku. Do roku 2006 prasa codzienna notowała regularne spadki czytelnictwa (bilans w stosunku do każdego roku poprzedniego był ujemny). Dopiero dodatni wynik z 2007 r. pozwolił ponownie docenić rolę tej części rynku medialnego, jak i całego segmentu prasy drukowanej.

Wiele czynników miało wpływ na ten stan rzeczy. Istotne wydaje się to, iż od lat 80. był to dla dzienników ogólnokrajowych pierwszy przypadek przełamania kryzysu. Wiele wydarzeń ostatnich trzydziestu lat nie zdołało wydobyć tego segmentu rynku z recesji. Jako przykład można podać rok 2005, kiedy całą Francję ogarnęła fala zamieszek wywołanych przez ludność pochodzenia imigranckiego. Emocje narastające wokół tych zajęć nie były na tyle silne, aby zmienić koniunkturę na rynku dzienników ogólnokrajowych. Dopiero w 2007 r. nadzieje związane z nowym prezydentem poruszyły społeczeństwo francuskie, a co za tym idzie i prasę francuską. Wyniki z pierwszej części roku 2008 świadczyły o stabilizacji czytelnictwa prasy drukowanej we Francji. Niestety, dane z tego samego roku pokazały jednocześnie, iż sprzedaż prasy drukowanej w stosunku do 2007 r. nieznacznie spadła. Wydaje się więc, iż był to tylko krótkotrwały okres ożywienia sytuacji, a nie symptom nowych, lepszych czasów dla mediów francuskich.

Pierwszym czynnikiem wpływającym na korzystne zmiany w kondycji prasy codziennej były kampania prezydencka oraz wybory. Przebieg tych wydarzeń miał inny charakter niż poprzednio. Francja w momencie kampanii była pogrążona w kryzysie zarówno politycznym i ekonomicznym, jak i społecznym. Francuzi włączyli z tymi wyborami nadzieję na poprawę sytuacji w kraju. W tym czasie szczególnie wzrosło zapotrzebowanie na informację dotyczącą przebiegu kampanii. Specyficznego charakteru nabrały więc debaty polityczne, które we wcześniejszych kampaniach wyborczych nie odgrywały aż tak dużej roli jak w 2007 r. Pikanterii dodawał fakt, iż walka toczyła się między kobietą a mężczyzną. Nie tylko aspekty polityczne były więc istotne w tym wydarzeniu.

Nicolas Sarkozy był pierwszym kandydatem na prezydenta Republiki Francuskiej, który w swojej kampanii umiejętnie wykorzystywał media, mając świadomość siły ich

oddziaływania. Środki masowego przekazu odgrywały bardzo istotną rolę w jego kampanii. Za ich pośrednictwem pokazywał życie prywatne swoje oraz swoich bliźkich. Było to pewnego rodzaju *novum* na francuskiej scenie politycznej. Dotychczas we Francji życie osobiste polityków było raczej utrzymywane w tajemnicy. Tymczasem Sarkozy pokazywał się w mediach w sytuacjach prywatnych, dzięki czemu zyskał sporą przewagę wyborczą. Polityka francuska była dotychczas sferą zainteresowań zarezerwowaną dla warstwy inteligencji, podczas gdy Sarkozy swoim zachowaniem podważył tę prawidłowość. To spowodowało zdecydowanie większe zainteresowanie kampanią wyborczą czytelników należących do innych warstw społecznych.

Na wzrost nakładów gazet miały wpływ nie tylko kampania prezydencka, lecz również powyborcze wydarzenia związane z nową prezydenturą. Zwróciła na to uwagę Francis Morel – przewodnicząca związku skupiającego wydawców ogólnokrajowej prasy codziennej we Francji oraz dyrektor generalny grupy „Le Figaro”³². Nastąpiła tabloidyżacja treści przekazów medialnych, w szczególności odnoszących się do sfery prywatnej osób publicznych. Po wypadku samochodowym w Paryżu, w którym życie straciła księżna Diana, media wprowadziły szereg modyfikacji zarówno o charakterze prawnym, jak i etycznym dotyczącym tej dziedziny. Francuskie prawo dość szczegółowo reguluje kwestie ochrony dóbr osobistych. Było to do tej pory pewnego rodzaju hamulcem dla postępu tabloidyżacji w mediach francuskich. W 2007 r. zmiany sposobu działania prasy nastąpiły głównie nie z inicjatywy instytucji medialnych, ale z wszechobecnego przyzwolenia osób publicznych upatrujących w tym narzędzie autotoreklamy.

Drugi czynnik, który znacząco wpłynął na poprawę sytuacji prasy codziennej we Francji, miał zarówno polityczny, jak i społeczny charakter. Ludność pogrążona w kryzysie była zaniepokojona zmianami związanymi z projektem całościowego otwarcia francuskiego rynku pracy dla nowych państw Unii Europejskiej. Do tej pory rynek był dostępny tylko dla przedstawicieli niektórych zawodów. Wzrost bezrobocia, który zwiększał się w Republice Francuskiej wraz z napływem imigrantów (pochodzących nie tylko z UE, ale i z Afryki), rodził uzasadnione obawy o stabilność finansową rodzin. Francja, będąc jednym z głównych celów emigracji w Europie, przeżywała kryzys w związku z napływową siłą roboczą tańszą od krajowej. W 2007 r. przez media przetoczyła się burzliwa debata na ten temat, która spotkała się z ogromnym zainteresowaniem społecznym. Warto także dodać, że być może poprawa sytuacji w segmencie dzienników wynikała także z faktu przybycia nowych imigrantów z UE, którzy znali język francuski.

Kolejnym powodem, który mógł mieć wpływ na czytelnictwo w segmencie dzienników ogólnokrajowych, był nowy sposób jego badania. W badaniu wzięto pod uwagę nie tylko czytelnictwo papierowej wersji dzienników, ale także ich wydań internetowych. Internet jest medium, którego odbiór wzrasta z roku na rok. Zapewne gdy-

³² D. Le Goff, M. Signouret, *L'audience de la presse*, „Strategie” nr 1513, 18.09.2008.

byśmy wnioskowali tylko na podstawie samego czytelnictwa prasy drukowanej, nie można byłoby mówić o poprawie sytuacji. Modyfikacja sposobu badania bardzo często wpływa na zmiany wyników, dlatego mówiąc o sukcesach tego rynku, trzeba brać pod uwagę zarówno nakład, jak i czytelnictwo.

Wydaje się więc wielce prawdopodobne, iż postęp na rynku ogólnonarodowej prasy codziennej – zanotowany w 2007 r. – nie jest zjawiskiem stałym. Kiedy sytuacja społeczno-polityczna we Francji się ustabilizuje, wówczas pozycja dzienników zapewne nadal będzie słabnąć. Wielkie kryzysy społeczne będą dalej interesować media, ale ekspansja obrazu spowoduje, iż zapotrzebowanie na słowo drukowane zmaleje. Naturalną kolejną rzeczą będzie zmarginalizowanie roli dzienników – i to nie tylko ogólnokrajowych – w systemach medialnych.

Dzienniki regionalne w 2007 roku

Rok 2007 był nietypowy również dla drukowanych dzienników regionalnych we Francji. Liczne czynniki społeczno-polityczne spowodowały, że istniejące dotychczas prawidłowości rządzące tym rynkiem w okresie tym nie występowały. Jako przykład można podać pogorszenie się pozycji dzienników regionalnych w stosunku do ogólnokrajowych. Ta tendencja zazwyczaj była odwrotna, tak więc po wyjątkowym roku 2007 już w połowie następnego zaczęła powoli wracać do typowego dla siebie stanu. Rok 2007 był natomiast szczególnie, jeżeli chodzi o upodobania czytelnicze. Wielu odbiorców prasy codziennej ze względu na kampanię wyborczą oraz inne wydarzenia związane z polityką na szczeblu centralnym preferowało tytuły ogólnokrajowe. Wynikiem takich zmian zainteresowań czytelników były zmniejszone nakłady gazet regionalnych. W 2007 roku spadły one średnio o około 1500 egzemplarzy³³.

Gdyby na rynku prasy francuskiej nie panował kryzys, wówczas być może pozycja dzienników regionalnych w 2007 roku nie uległaby zmianie. Problemem rynku prasy codziennej we Francji w badanym okresie była wysoka cena za egzemplarz. Z tego powodu Francuzi wybierali tylko jeden tytuł, a ze względu na specyficzną sytuację polityczną zazwyczaj był to któryś z tytułów prasy ogólnokrajowej. Gdyby dzienniki francuskie były tańsze, to w takich wyjątkowych sytuacjach, jak trwanie kampanii wyborczej, odbiorcy kupowaliby zapewne więcej tytułów.

Podsumowanie

Współczesna prasa francuska pod wieloma względami nie różni się od prasy w innych krajach. Spadki nakładów prasy drukowanej są obserwowane na całym świecie. Spada nawet sprzedaż magazynów ilustrowanych, które należą do najbardziej stabilnego segmentu rynkowego.

³³ Obserwacje własne na podstawie raportu dotyczącego nakładów dzienników regionalnych, www.ojd.fr.

³⁴ K. Schoenbach, E. Lauf, J. McLoed, D. Scheufele, *Distinction and Integration: Social-Demographic Determinations of Newspaper Reading in the USA and Germany, 1974–1996*, „European Journal of Communication” 1999, nr 14, s. 225–239; K. Williams, *Media...*, s. 43.

Od lat 60. ubiegłego wieku mówi się o tym, że dzienniki drukowane przestaną być w ogóle wydawane³⁴. Jednak jak widać, ten typ prasy stara się opierać kryzysom i wbrew przepowiedniom nadal jest obecny na rynku. W wielu krajach, takich jak Niemcy czy Francja, zwłaszcza pozycja dzienników regionalnych wydaje się stabilna. Funkcja opiniotwórcza mediów drukowanych, w szczególności właśnie gazet, pozwala tym periodykom utrzymać się na rynku. Widać to było we Francji podczas wyborów prezydenckich w 2007 r.

Trudno jednak nie zauważyć, że nakłady dzienników, zarówno na świecie, jak i we Francji, spadają. Europejczyków, którzy kupują i czytają gazety, jest dziś znacznie mniej niż trzydzieści lat temu³⁵. Niepokojące jest to, że odbiorców mediów drukowanych, a przede wszystkim dzienników, jest coraz mniej. Wiele francuskich gazet codziennych próbuje dostosować swoją ofertę do młodego pokolenia, ale raczej z miernym rezultatem. Niektóre tytuły, głównie te konserwatywne w swoich poglądach, mają ogromne problemy z pozyskaniem młodego czytelnika, jak na przykład „La Croix”.

Kwestie natury ekonomicznej także nie poprawiają sytuacji. Bardzo wysoka cena papieru, jak również konkurencja na rynku reklam tylko pogłębiają kłopoty walczących o przeżycie dzienników francuskich.

Następne lata pokażą, w jakim kierunku podąża rynek prasy codziennej we Francji. Zapewne ewenement, jakim był rok 2007, w niewielkim stopniu może pomóc w odzyskaniu przez dzienniki ogólnokrajowe dawnej pozycji. Trendy obecne na rynku mediów na świecie są widoczne także we Francji. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że wynikający z tradycji ogromny prestiż dzienników paryskich będzie maleć. Dla ocalenia pozycji prasy codziennej we Francji podejmowanych jest wiele działań. Zarówno wydawcy, jak i samo państwo mają swój udział w ratowaniu tego segmentu rynku. Te działania niewiele jednak pomogą, jeżeli nie będzie czytelników chętnych każdego dnia do kupowania gazet.

³⁵ K. Williams K., *Media...*, s. 46.

MIKOŁAJ TYRCHAN

“Aneks” –
post-March
émigré quarterly

„Aneks” –
pismo emigracji
pomarcowej

KEY WORDS

émigré community, press history, post-revisionism, anti-totalitarianism, democratic opposition, “Solidarity” movement, Polish independent thought

SŁOWA KLUCZOWE

emigracja, historia prasy, postrewizjonizm, antytotalitaryzm, opozycja demokratyczna, ruch „Solidarność”, polska myśl niepodległościowa

ABSTRACT

The “Aneks” quarterly was one of the most important Polish émigré magazines post 1945. It was published in the 1970s and 1980s by a group of post-March émigré journalists headed by Aleksander Smolar.

The article aims to delineate a synthetic description of the magazine’s genesis and its ideological development which resulted in its post-revisionist stance through open support of Western anti-totalitarian ideas and Polish democratic opposition, affirmation of the “Solidarity” movement and the beginnings of “independent society” in Poland after 1981. A characteristic trait of “Aneks” diversified journalism was a skilful combination of political issues with discussion on history, anthropology, philosophy or religious issues. After 1989, “Aneks” leading journalists became key national journalists shaping political discourse in post-Communist independent Poland.

STRESZCZENIE

Jednym z ważniejszych pism polskiej emigracji niepodległościowej po 1945 r. był kwartalnik polityczny „Aneks” wydawany w latach 70. i 80. XX wieku przez grupę publicystów skupionych wokół Aleksandra Smolara złożoną głównie z emigrantów pomarcowych. Niniejszy artykuł jest próbą syntetycznego opisu genezy pisma i jego rozwoju ideowego, który prowadził od stanowiska postrewizjonistycznego, poprzez otwarte poparcie dla zachodnio-europejskich koncepcji antytotalitarnych i środowisk krajowej opozycji demokratycznej, do afirmacji ruchu solidarnościowego oraz instytucji „społeczeństwa niezależnego” powstających w Polsce po 1981 r. Cechą charakterystyczną różnorodnej publicystyki „Aneksu” było umiejętne łączenie refleksji dotyczącej kwestii politycznych z rozważaniami związanymi z historią idei, antropologią, filozofią czy problematyką religijną. Najważniejsi autorzy pisma stali się po 1989 r. kluczowymi publicystami wpływającymi wydatnie na kształt dyskursu publicznego w III Rzeczypospolitej.

Polska powojenna emigracja polityczna przez lata funkcjonowała na forum publicznym m.in. dzięki licznym dziennikom i czasopismom o charakterze społeczno-kulturalnym czy intelektualnym¹. Najważniejszymi periodykami tzw. emigracji żołnierskiej (powstałej bezpośrednio po 1945 r.) były niewątpliwie paryska „Kultura” Jerzego Giedroycia oraz londyńskie „Wiadomości” redagowane przez Mieczysława Grydzewskiego.

Wydarzenia marcowe 1968 r. spowodowały nową falę emigracji z Polski obejmującą przede wszystkim przedstawicieli środowisk naukowych i artystycznych². Stworzyli oni z czasem własne periodyki i wydawnictwa, z których największy rozgłos zyskał kwartalnik „Aneks” skupiony wokół braci Aleksandra i Eugeniusza Smolarów³. Pierwszy z nich uczestniczył aktywnie w marcowych buntach studenckich, w 1971 r. wyemigrował do Wiednia, a następnie do Szwecji⁴. Od 1973 r. osiadł na stałe we Francji, pracując naukowo w charakterze politologa.

¹ R. Habielski, *Życie społeczne i kulturalne emigracji*, Warszawa 1999, s. 127–178.

² Na temat wydarzeń marcowych 1968 r. zob. m.in. M. Tarniewski [J. Karpiński], *Krótkie spięcie. Marzec 1968*, Paryż 1977; A. Siwek, *Uniwersytet Warszawski w marcu '68*, Warszawa 1989; J. Eisler, *Marzec 1968. Geneza. Przebieg. Konsekwencje*, Warszawa 1991; A. Friszke, *Opozycja polityczna w PRL 1945–1980*, Londyn 1994, s. 239–251; *Marzec 1968. Trzydzieści lat później. Referaty*, t. 1, pod red. M. Kuli, P. Osęki, M. Zaremby, Warszawa 1998; J. Eisler, *Polski rok 1968*, Warszawa 2006; A. Friszke, *Ruch protestu w marcu 1968 (w świetle raportów MSW dla kierownictwa PZPR)*, „Więź” 1994, nr 3, s. 78–91.

³ Historia pisma i jego środowiska nie doczekała się do tej pory syntetycznego i obszernego omówienia. Zob. jednak A. Paczkowski, „Aneks” 1973–89, „Res Publica” 1990, nr 9, s. 28–37; P. Smoleński, Z „Aneksem” bezpieczniej, „Gazeta Wyborcza” z 17.12.1993; A. Paczkowski, O „Aneksie” po latach, „Zeszyty Literackie” 2003, nr 84, s. 136–142; N. Smolar, „Zapisowi” pomagał „Aneks”, *Gazeta Wyborcza* z 24.02.2007.

⁴ Aleksander Smolar studiował socjologię i ekonomię na Uniwersytecie Warszawskim, gdzie związany był aktywnie ze środowiskiem rewizjonistycznym. Zob. A. Friszke, *Nad genezą Marca 1968*.

Wiosną 1973 r. Aleksander Smolar wraz z bratem Eugeniuszem, jego żoną Niną, Krzysztofem Doroszem i Janem Grossem założyli kwartalnik polityczny „Aneks”. Pierwsze numery, sygnowane anonimowo przez „zespół”, formalnie były wydawane przez Polskie Koło Naukowe przy Uniwersytecie w Uppsali. Faktycznie kwartalnik był redagowany w Paryżu przez Aleksandra Smolara i jego żonę Irenę Grosfeld, których wspomagało małżeństwo Eugeniusza i Niny Smolarów mieszkające w Londynie i prowadzące od 1974 r. Wydawnictwo „Aneks”.

Środowisko skupione wokół nowego periodyku było otwarte na tradycję socjalizmu demokratycznego, idee rewizjonistyczne i wartości liberalne. Ludzie „Aneksu” dążyli do stworzenia niezależnego forum publicystycznego służącego inteligencji w kraju i na emigracji do rozwijania dyskusji dotyczącej szerokiej tematyki poruszanej w ówczesnej sowietologii, w naukach społecznych i zachodniej humanistyce. Pismo liczyło na żywy odbiór zwłaszcza najnowszej emigracji pomarcowej oraz krajowych opozycyjnych środowisk postrewizjonistycznych, dokonujących od początku lat 70. XX w. krytycznego obrachunku z myślą marksistowską i zbliżających się do nurtu tzw. katolicyzmu otwartego⁵. Intelktualna opozycja lewicowa podkreślała wówczas wagę problematyki antytotalitarnej, demokracji politycznej, sprawiedliwości społecznej, samorządności, wartości egalitarnych, tolerancji, suwerenności i podmiotowości społeczeństwa, a w sferze ekonomicznej kładła nacisk na kwestię sprawiedliwego podziału dochodu narodowego i uspołecznienie własności. Jej charakterystyczną cechą był też zdecydowany sprzeciw wobec jakichkolwiek przejawów nacjonalizmu.

W pierwszym numerze pisma podkreślono, iż chce ono udostępniać czytelnikowi krajowemu i emigracyjnemu teksty politologiczne, socjologiczne, ekonomiczne i filozoficzne publikowane pierwotnie w periodykach zachodnich oraz w miarę możliwości artykuły oryginalne. Twórcy „Aneksu” chcieli niejako skonfrontować tradycyjne stanowisko polocentryczne z zachodnim podejściem do systemu sowieckiego jako skomplikowanej całości. Deklarowali m.in., iż łączy ich „wiara, że nie może być nowoczesnej świadomości politycznej, nie może być racjonalnej postawy wobec najważniejszych spraw kraju i emigracji bez poznania poglądów, ocen, analiz i programów z różnych tradycji i odmiennych ideologii się wywodzących”. Podkreślili ponadto duchową łączność z działalnością polskiej emigracji politycznej – ze szczególnym uwzględnieniem dorobku polskich socjalistów i paryskiej „Kultury”.

Więź intelektualna i towarzyska „Aneksu” z „Kulturą” Jerzego Giedroycia wydate się oczywista, biorąc pod uwagę wieloletnie kontakty utrzymywane przez Instytut

Konflikt w PZPR na Uniwersytecie Warszawskim 1965–1967, [w:] tenże, *Przystosowanie i opór. Studia z dziejów PRL*, Warszawa 2007, s. 140–175; M. Bała, *Aleksander Smolar*, [w:] *Słownik dysydentów. Czołowe postacie ruchów opozycyjnych w krajach komunistycznych w latach 1956–1989*, t. 1, Warszawa 2007, s. 692–694.

⁵ Zob. m.in. A. Friszke, *Opozycja polityczna...*, s. 283–237; A. Michnik, J. Tischner, J. Żakowski, *Między Panem a Plebanem*, Kraków 1995, s. 192–237; J. Skórzyński, *Opozycja i socjalizm. Horyzonty programowe myśli niezależnej lat siedemdziesiątych*, [w:] tenże, *Od „Solidarności” do wolności*, Warszawa 2005, s. 129–187.

Literacki z grupami krajowej opozycji lewicowej, prowadzące do kreowania licznych projektów politycznych adresowanych do różnych środowisk antysystemowych w Polsce⁶. Sam Giedroyc wspominał w autobiografii, iż początkowy dystans emigrantów pomarcowych do „Kultury” zamienił się w bliższą współpracę, w szczególności od połowy lat siedemdziesiątych⁷. W ocenie Gustawa Herlinga-Grudzińskiego to właśnie Jerzy Giedroyc miał być głównym doradcą Aleksandra Smolara przy projektowaniu i zakładaniu „Aneksu”⁸.

W pierwszych latach funkcjonowania pisma na jego łamach problematyka ściśle polska była prezentowana nieco marginalnie, dominowały w nim bowiem teksty znanych politologów i filozofów zachodnich – sowietologów, konserwatywnych liberałów, przedstawicieli myśli antytotitarnej i ekskomunistów (takich jak Samuel Huntington, Alain Besançon, Melvin Lasky, Hannah Arendt, Raymond Aron czy Arthur Koestler). Byli to intelektualiści związani częściowo z wpływowym środowiskiem dawnego Kongresu Wolności Kultury, specyficznego międzynarodowego stowarzyszenia naukowców i artystów o nastawieniu antytotitarnej⁹. Ważną grupę autorów stanowili pisarze i dysydenci wschodnioeuropejscy – Aleksander Solżenicyn, Andriej Sacharow, Roj Miedwiediew, Wasilij Grossman, Andriej Amalrik, Borys Lewickij, Milovan Đilas, Mihajlo Michajlov oraz Peter Kende. „Aneks” zamieszczał ponadto teksty Polaków mieszkających od lat za granicą – Adama Terna, Adama Ulama, Zbigniewa Brzezińskiego oraz czołowych przedstawicieli emigracji pomarcowej – Leszka Kołakowskiego, Zygmunta Baumaną i Marii Hirszowicz. Najważniejszym z nich okazał się niewątpliwie Kołakowski, uznany z czasem za duchowego patrona i głównego autora „Aneksu”¹⁰.

⁶ Na temat myśli politycznej „Kultury” zob. m.in. *Jerzy Giedroyc. Redaktor, polityk, człowiek*, zebrał, do dr. przygot. i wstępem opatrzył K. Pomian, Lublin 2001; R. Habielski, *Dokąd nam iść wypada? Jerzy Giedroyc. Od „Buntu Młodych” do „Kultury”*, Warszawa 2006; J. Korek, *Paradoksy paryskiej „Kultury”. Styl i tradycje myślenia politycznego*, Katowice 2008; A.S. Kowalczyk, *Giedroyc i „Kultura”*, Wrocław 1999; „*Kultura*” paryska. *Twórcy, dzieło, recepcja*, pod red. I. Hofman, Lublin 2007; A. Mencwel, *Studium sukcesu. Program „Kultury” 1946–1956*, [w:] tenże, *Przedwiośnie czy potop. Studium postaw polskich w XX w.*, Warszawa 1997; J. Mieroszewski, *Final klasycznej Europy*, oprac. R. Habielski, Lublin 1997; K. Pomian, *W kręgu Giedroycia*, Warszawa 2000; B. Toruńczyk, *Rozmowy w Maisons-Laffitte, 1981*, Warszawa 2006.

⁷ J. Giedroyc, *Autobiografia na cztery ręce*, oprac. K. Pomian, Warszawa 1996, s. 219.

⁸ *Od gulagu do Neopolu. Rozmowa z Gustawem Herlingiem-Grudzińskim*, „Więź” 1994, nr 9, s. 19.

⁹ Zob. m.in. C. Madajczyk, *Klerk czy intelektualista zaangażowany? Świat polityki wobec twórców kultury i naukowców europejskich w pierwszej połowie XX wieku. Panorama*, Poznań 1999, s. 465–478; P. Gremion, *Konspiracja wolności. Kongres Wolności Kultury w Paryżu (1950–1975)*, Warszawa 2004; F. Bondy, *Intelektualna Europa*, „Przegląd Polityczny” 1998, nr 33/34 oraz C. Miłosz, *Liberalna konspiracja*, „Przegląd Polityczny” 1998, nr 36.

¹⁰ Po opuszczeniu Polski w 1968 r. Kołakowski wykładał w Montrealu, Berkeley, Yale i Chicago, a w 1970 r. przyjechał na stałe do All Souls College w Oxfordzie, gdzie skupił się m.in. na zakończeniu monumentalnej pracy poświęconej historii marksizmu, wydanej po kilku latach przez Instytut Literacki Giedroycia. Na początku lat 70. publikował na łamach „Kultury” teksty diagnozujące sytuację w Polsce, m.in. pod kątem możliwości rozwijania działań opozycyjnych. Zob. też W. Karpiński, *Leszek Kołakowski: szkic do portretu*, „Zeszyty Literackie” 1983, nr 3, s. 5–24; Z. Romek, *Droga Leszka Kołakowskiego ku antykomunistycznej opozycji. Od ortodoksyjnej ideologii ku wolności myślenia*, „Dzieje Najnowsze” 1999, nr 4, s. 139–159.

Redakcja pisma od początku jego funkcjonowania projektowała specjalne numery monograficzne, które stały się z czasem intelektualną wizytówką „Aneksu”. Już w numerze 2. kwartalnika zamieszczono blok artykułów o marksizmie jako nurcie myślenia utopijnego (*Lewica i utopia*)¹¹. Numer 3. poświęcono wydarzeniom 1968 r. w Czechosłowacji (*Nadzieja i gorycz*), a w numerze 4. opublikowano obszerną dyskusję dotyczącą możliwości wyjścia z socjalizmu, w której zaprezentowano krytyczne stanowisko socjologiczne (m.in. Zygmunta Baumana) oraz „optymistyczne” podejście historycystyczne Leszka Kołakowskiego i Raymonda Arona¹². Kołakowski dokonywał w owym czasie istotnego przewartościowania sposobu rozumienia idei socjalistycznych na płaszczyźnie demokracji politycznej czy suwerenności narodowej, pozostając jednak przy mocno etatystycznym podejściu do kwestii ustroju społeczno-gospodarczego¹³. W numerze 6. „Aneksu” zamieszczono zbiór esejów George’a Orwella, a numer 7/8 pisma przyniósł blok głośnych wypowiedzi programowych dysydentów rosyjskich (*Archipelag wolnej myśli*), w tym m.in. *List do przywódców Związku Radzieckiego* Aleksandra Sołżenicyna.

Pierwsze ważniejsze komentarze dotyczące sytuacji krajowej pojawiły się w „Aneksie” w 1976 r., w związku z próbami dokonania zmian Konstytucji PRL, uzależniających społeczeństwo polskie w jeszcze większym stopniu od Związku Radzieckiego¹⁴. Według Aleksandra Smolara nadanie przymusowej „współpracy” polsko-radzieckiej rangi naczelnej zasady ustrojowej mogło doprowadzić do pogłębienia procesu sowietywizacji mentalnej w kraju¹⁵. Smolar zwracał przy tym uwagę na starania rządu komunistycznego, który dążył za wszelką cenę już od 1945 r. do stwarzania pozorów instytucjonalnej niezależności Polski od Moskwy. Na skutek tych działań autorytarny reżim miał kreować *nadrealistyczną rzeczywistość*, w której *Polska jest krajem suwerennym, niepodległym, demokratycznym*. Według niego istniejący porządek normatywny, odwołujący się formalnie do zasad demokracji politycznej, mógł paradoksalnie stwarzać podstawy do podejmowania prób legalnej działalności opozycyjnej, *de facto* najbardziej niewygodnej dla władz.

Kryzys konstytucyjny oraz rozruchy robotnicze latem 1976 r. doprowadziły do istotnego przesilenia społeczno-politycznego w Polsce¹⁶. Dla Smolara kolejne poważ-

¹¹ Zob. m.in. L. Kołakowski, *Sens ideowy pojęcia lewicy*, „Aneks” 1973, nr 2.

¹² Tenże, *O duchu rewolucyjnym oraz Obrona rewolucji (odpowiedź Zygmuntowi Baumanowi)*, „Aneks” 1974, nr 4.

¹³ Taka postawa zbliżała go wyraźnie do środowiska krajowej inteligencji opozycji lewicowej, skupionej w pierwszej połowie lat 70. wokół grupy byłych „komandosów” i Jacka Kuronia oraz dawnych działaczy Polskiej Partii Socjalistycznej (np. E. Lipińskiego czy L. Cohna) i Jana Józefa Lipskiego. Kołakowski był uznawany w tych kręgach za głównego wyrażiciela światopoglądu „postrewizjonistycznego”, mającego prowadzić do ostatecznego przejścia od pozycji marksistowskich w stronę nowoczesnego pojmowania lewicowości (w duchu socjaldemokratycznym).

¹⁴ Zob. m.in. A. Friszke, *Protesty przeciwko poprawkom do konstytucji w 1976*, „Więź” 1994, nr 10, s. 212–228; tenże, *Opozycja polityczna...*, s. 324–332; J. Karpiński, *Wykres gorączki. Polska pod rządami komunistycznymi*, Lublin 2001, s. 359–368.

¹⁵ A. Smolar, *Przeciwko legalizacji bezprawia*, „Aneks” 1976, nr 11.

¹⁶ Zob. m.in. K. Dubiński, *Rewolta Radomska. Czerwiec 76*, Warszawa 1991; *Radomski Czerwiec 1976. Doniesienie o przestępstwie*, pod red. W. Mizerskiego, Lublin 1991; *Radomski Czerwiec. Dwa-*

ne starcie między partią a środowiskiem robotniczym wynikające z roszczeń o charakterze ekonomicznym wskazywało na strukturalny charakter kryzysów ustrojowych w PRL¹⁷. W systemie komunistycznym każdy konflikt o podłożu gospodarczym musiał bowiem nabierać automatycznie charakteru politycznego. Nowa sytuacja stworzyła pewne ograniczenia w dotychczasowej zupełnie samowolnej działalności władzy, narzucone przez klasę robotniczą uświadamiającą sobie w coraz większym stopniu swoje prawa pracownicze i obywatelskie. Rząd nie był jednak gotowy na zrekomensowanie braku podstawowych dóbr ekonomicznych poprzez zaspokojenie chociażby częściowych aspiracji politycznych społeczeństwa, co mogło prowadzić do nowych wybuchów. Smolar analizował również możliwość faktycznego wsparcia żądań robotniczych przez opozycyjną inteligencję, o co apelowano aktywnie już od kilku lat na łamach paryskiej „Kultury”, m.in. piórem Juliusza Mieroszewskiego i Leszka Kołakowskiego¹⁸. Włodzimierz Brus skrytykował w „Aneksie” „niezdolność władz dostrzeżenia wzrostu napięcia społecznego i niezdolność do podjęcia innych reakcji jak brutalnej rozprawy”¹⁹. Stanisław Gomułka wskazywał natomiast na symptomy zbliżającego się ogólnego kryzysu ekonomicznego w Polsce²⁰.

W numerze 12. „Aneksu” zamieszczono ponadto głośny list otwarty Edwarda Lipińskiego do Edwarda Gierka, w którym żądał od niego podjęcia zdecydowanych reform o charakterze politycznym i ekonomicznym²¹. List ten odegrał w krajowych środowiskach nonkonformistycznych ważną rolę „mobilizującą” – Lipiński otwarcie uznał w swoim tekście za przyczyny narastającego kryzysu polityczno-społecznego w Polsce kompletny brak suwerenności państwowej i anachroniczny model ustrojowy. Postulował wobec tego polepszenie stosunków z ZSRR poprzez wyeliminowanie z nich „elementów służalczości”, umożliwienie funkcjonowania legalnej opozycji politycznej, ograniczenie cenzury, szeroko zakrojoną przebudowę niewydolnego systemu gospodarczego oraz ograniczenie przywilejów elit partyjnych.

Redakcja „Aneksu”, począwszy od 1976 r., poświęcała sporo uwagi analizie procesu powstawania i rozwoju krajowej opozycji demokratycznej, modyfikującej w znacznym zakresie dotychczasowy sposób funkcjonowania systemu politycznego w Polsce²². Interesowano się m.in. możliwością zawiązania nowej antytotitarnej „ko-

dzieścia lat później, Warszawa 1996; *Czerwiec 1976. Spory i refleksje po 25 latach*, pod red. P. Sasanki, R. Spałka, Warszawa 2003; P. Sasanka, *Czerwiec 1976. Geneza, przebieg, konsekwencje*, Warszawa 2006.

¹⁷ A. Smolar, *Komentarz do wydarzeń czerwcowych*, „Aneks” 1976, nr 12.

¹⁸ L. Kołakowski, *Tezy o nadziei i beznadziejności*, „Kultura” 1971, nr 6, s. 3–21; tenże, *Sprawa polska*, „Kultura” 1973, nr 4, s. 3–13.

¹⁹ W. Brus, *W związku z wydarzeniami czerwcowymi*, „Aneks” 1976, nr 12.

²⁰ S. Gomułka, *Ekonomiczne motywy czerwcowego buntu*, „Aneks” 1976, nr 12.

²¹ E. Lipiński, *List Otwarty do tow. E. Gierka*, „Aneks” 1976, nr 12.

²² Na temat opozycji politycznej z okresu 1976–1980 zob. m.in.: *Mysł programowa opozycji demokratycznej w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej 1976–1980*, oprac. E. Orłof, A. Pasternak, R. Pawlikowski, Rzeszów 1993; Z. Hemmerling, M. Nadolski, *Opozycja demokratyczna w Polsce 1976–1980. Wybór dokumentów*, Warszawa 1994; A. Friszke, *Opozycja polityczna...*, s. 338–582; *Co nam zostało z tych lat... Opozycja polityczna 1976–1980 z dzisiejszej perspektywy*, pod red. J. Eislera,

alicji” opozycyjnej inteligencji lewicowej oraz postępowego nurtu katolików, skupionych głównie wokół grupy warszawskiej „Więzi” i „Tygodnika Powszechnego”. O potencjalnej współpracy tych dwóch różnorodnych środowisk ideowych, opartej na poszanowaniu tradycji niepodległościowej oraz idei walki o prawa człowieka i obywatela, pisał w owym czasie Adam Michnik w głośnym esejie opublikowanym przez Instytut Literacki Giedroycia *Kościół, lewica, dialog*²³.

W numerach 12. i 13/14. „Aneksu” poświęcono tym kwestiom specjalny blok artykułów *Głosy z kraju o chrześcijaństwie, socjalizmie, kościele i polityce*, przygotowany m.in. przez Teresę Bogucką i ks. Bronisława Dembowskiego²⁴. W ocenie Leszka Kołakowskiego Kościół katolicki w Polsce pozostawał „jedynym poważnym organizmem nie-upaństwowionym, niezasymilowanym przez ów system rządzenia, który ma naturalną i żarłoczną dążność do upaństwowienia wszystkiego – nie tylko środków wytwarzania, ale także ludzi, myśli, słów i wszystkich form komunikacji społecznej”²⁵. Inny autor krajowy podkreślał w „Aneksie” olbrzymie znaczenie Kościoła w przełamywaniu totalitarnego monopolu partii na zarządzanie życiem społecznym oraz podtrzymywaniu tradycji historycznych narodu polskiego²⁶.

W ramach powyższej dyskusji „Aneks” ogłosił również ważny artykuł programowy Antoniego Macierewicza, omawiany później szeroko w krajowych środowiskach opozycyjnych²⁷. Postulował on porzucenie projektów dysydenckich obliczonych na współdziałanie z liberalnymi frakcjami partyjnymi czy opierających się głównie na funkcjonowaniu struktur Kościoła katolickiego. W jego ocenie działalność opozycyjna nie mogła wykluczać działań niejawnych czy otwarcie nielegalnych. Podkreślił przy tym, iż to „instytucje działające legalnie powinny być służebne wobec opozycji, nie zaś odwrotnie”.

Istotne konsekwencje dla życia politycznego w Polsce przyniosło powstanie we wrześniu 1976 r. Komitetu Obrony Robotników, który miał diametralnie zmienić dotychczasowy model funkcjonowania opozycji antysystemowej i rozpocząć praktycznie

Warszawa 2003; A. Krajewski, *Między współpracą a oporem. Twórcy kultury wobec systemu politycznego PRL (1975–1980)*, Warszawa 2004; M. Śliwa, *Idee polityczne opozycji antykomunistycznej w Polsce (1976–1989)*, „Rocznik Naukowo-Dydaktyczny” 2000, nr 9; Ł. Kamiński, *Władza wobec opozycji 1976–1989*, „Pamięć i Sprawiedliwość” 2003, nr 2, s. 9–32; *Opozycja demokratyczna w działaniach władz PRL – dyskusja*, „Pamięć i Sprawiedliwość” 2003, nr 2, s. 33–68; M. Tyrchan, *Początki opozycji demokratycznej w Polsce na łamach „Kultury”*, „Zeszyty Historyczne” 2007, nr 160, s. 104–130.

²³ A. Michnik, *Kościół, lewica, dialog*, Paryż 1977. Zob. też tegoż, *Kłopot i blazen*, „Aneks” 1988, nr 51/52.

²⁴ *Głosy z kraju o chrześcijaństwie, socjalizmie, kościele i polityce*, „Aneks” 1976, nr 12, s. 60–195; 1977, nr 13/14, s. 124–166.

²⁵ L. Kołakowski, *Słowo wstępne do dyskusji o chrześcijaństwie, socjalizmie, kościele i polityce*, „Aneks” 1976, nr 12. Zob. też tegoż, *O tak zwanym kryzysie chrześcijaństwa*, „Aneks” 1976, nr 12, s. 74–91.

²⁶ J. Walecki, *O niebezpieczeństwie politycznej neutralizacji dewocyjnych katolików w Polsce*, „Aneks” 1976, nr 12.

²⁷ M. Korybut [A. Macierewicz], *Refleksje o opozycji*, „Aneks” 1976, nr 12, s. 65–82. Zob. też M. Mikołajczyk, *Jak się pisało o historii... Problemy polityczne powojennej Polski w publikacjach drugiego obiegu lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych*, Kraków 1998, s. 228.

nowy etap jej istnienia²⁸. Większość środowisk emigracyjnych (w tym „Aneks” i paryska „Kultura”) przyjęło nową inicjatywę opozycyjną ze sporym entuzjazmem, dostrzegając w niej szansę na nawiązanie – postulowanego od długiego czasu przez licznych publicystów – realnego sojuszu środowisk inteligentkich i robotniczych, który mógł się okazać przełomowym procesem umożliwiającym skuteczną walkę o respektowanie praw obywatelskich. Szybka reakcja inteligencji na represje wymierzone przeciw robotnikom w 1976 r. miała oznaczać przełamanie bezsilności i dotychczasowego wyobcowania tej grupy społecznej, tak widocznych zwłaszcza w 1968 i 1970 roku.

Środowisko Aleksandra Smolara stało się szybko – obok zespołu „Kultury” – głównym przedstawicielem KOR-u wobec opinii publicznej państw demokratycznych. Smolar został rzecznikiem KOR (później Komitetu Samoobrony Społecznej „KOR”) za granicą. W trakcie licznych spotkań z zachodnimi intelektualistami i politykami prezentował wielokrotnie racje opozycji demokratycznej w Polsce, w następnych latach pomagał też wydatnie nowym emigrantom politycznym we Francji, wspierając równocześnie rozwój ruchu niezależnego w kraju, m.in. poprzez organizowanie przemytu emigracyjnych wydawnictw oraz sprzętu poligraficznego dla „drugiego obiegu”. Jednym z ważniejszych pism niezależnych korzystających z pomocy ludzi „Aneksu” był literacki „Zapis”²⁹.

Jeszcze w 1976 r. redakcja „Aneksu” brała udział w głośnym seminarium zorganizowanym w Paryżu przez Petera Kende i Krzysztofa Pomiana z okazji 20. rocznicy rewolucji węgierskiej i polskiego Października, które miało się okazać wydarzeniem istotnie przyspieszającym proces przekształcania postaw intelektualistów francuskich w kierunku liberalnego antykomunizmu oraz dynamizującym wsparcie dla opozycji w Polsce i innych krajach bloku wschodniego³⁰. W spotkaniu uczestniczyli m.in. Raymond Aron, Alain Besançon, Jean-Marie Domenach, François Furet, Pierre Hasner, Paul Thibaud oraz liczni emigranci wschodnioeuropejscy – François Fejtő, Bronisław Baczko, Włodzimierz Brus, Leszek Kołakowski, Aleksander Smolar, Pavel Ti-grid, Andriej Amalrik, Natalia Gorbaniewska (był to zatem częściowo krąg osób

²⁸ Na temat genezy KOR i jego kilkuletniej różnorodnej działalności opozycyjnej zob. S. Kawalec, *Demokratyczna opozycja w Polsce. Wydarzenia czerwcowe i rok działalności Komitetu Obrony Robotników*, Warszawa 1979; W. Wolski [A. Friszke], *KOR. Ludzie, działania, idee*, Warszawa 1983; A. Friszke, *Opozycja polityczna...*, s. 338–451; *Dokumenty Komitetu Obrony Robotników i Komitetu Samoobrony Społecznej „KOR”*, oprac. A. Jastrzębski, Warszawa–Londyn 1994; R. Zuzowski, *Komitet Samoobrony Społecznej KOR. Studium dysydemizmu i opozycji politycznej w Polsce*, Wrocław 1996; J.J. Lipski, *KOR. Komitet Obrony Robotników. Komitet Samoobrony Społecznej*, Warszawa 2006; J.J. Lipski, *Czym był KOR?*, „Więź” 1989, nr 7/8, s. 138–152; A. Friszke, *Przeciw systemowi, w obronie robotników. Powstanie Komitetu Obrony Robotników*, „Więź” 2006, nr 9, s. 94–104; G. Wali-góra, *KOR – geneza*, „Biuletyn Instytutu Pamięci Narodowej” 2007, nr 5/6, s. 14–23.

²⁹ L. Szaruga, „Zapis” – zarys monograficzny, bibliografia zawartości, Szczecin 1996. Zob. też S. Barańczak, *Dlaczego „Zapis”?*, „Aneks” 1977, nr 15.

³⁰ P. Gremion, *Konspiracja wolności...*, s. 331–334. Zob. też M. Ostrowska, *Kolokwium „1956”*, „Kultura” 1976, nr 11, s. 3–10; *1956 – w dwadzieścia lat później. Z myślą o przyszłości*, Londyn 1978; A. Friszke, *Nauki Października w myśli politycznej środowisk opozycyjnych 1956–1980*, „Więź” 1992, nr 2, s. 107–109.

współpracujących bezpośrednio z „Aneksem”). Sensację wzbudziło pojawienie się na konferencji krajowego przedstawiciela KOR-u – Adama Michnika.

Londyński redaktor „Aneksu” Eugeniusz Smolar zainicjował w 1976 r. specjalny *Apel na rzecz polskich robotników*, podpisany przez wybitnych intelektualistów polskich i zachodnich – Leszka Kołakowskiego, Czesława Miłosza, Daniela Bella czy Golo Manna. Eugeniusz i jego brat Aleksander Smolarowie byli stałymi odbiorcami telefonicznych informacji od działaczy KOR-u dotyczących spraw opozycji, represji stosowanych przez władze itd. Wiadomości te były następnie przekazywane do rozgłośni radiowych (m.in. Rozgłośni Polskiej Radia Wolna Europa, Głosu Ameryki i BBC) oraz licznych czasopism zagranicznych³¹.

Aleksander Smolar uczestniczył w 1977 r. w europejskim Biennale w Wenecji poświęconym ruchom niezależnym i dysydenckim, w tym opozycji środkowoeuropejskiej³². Został również zaproszony – po przekształceniu KOR-u w Komitet Samoobrony Społecznej „KOR” – do grupy autorytetów emigracyjnych (tworzonej przez Adama Ciołkosza, Jerzego Giedroyc, Leszka Kołakowskiego i Edwarda Raczyńskiego), która podjęła na początku 1978 r. nieudaną próbę utworzenia Komitetu Solidarności z Ruchem Demokratycznym. Miał to być twór niezależny od pozostałych instytucji emigracyjnych, zajmujący się organizowaniem szeroko rozumianej pomocy dla nowych inicjatyw opozycyjnych rozwijających się w kraju³³. W 1979 r. działacze KSS „KOR” upoważnili Aleksandra Smolara do reprezentowania ich (wraz z Kołakowskim) w kontaktach zagranicznych z Międzynarodówką Socjalistyczną³⁴.

Po 1976 r. redakcja „Aneksu” kontynuowała praktykę udostępniania swoich łamów działaczom i publicystom krajowym analizującym możliwości rozwoju antysystemowej aktywności obywatelskiej. W numerze 13/14. kwartalnika zaprezentowano dwie ważne wypowiedzi programowe czołowych postaci KOR-u. W eseju *Nowy ewolucjonizm* Adam Michnik zakwestionował zasadność dotychczasowych koncepcji opozycyjnych – rewizjonizmu i „neopozytywizmu” katolików świeckich – uznając za jedyną skuteczną strategię polityczną dla dysydentów drogę ewolucji „oddolnej”, poszerzającej stopniowo zakres faktycznych swobód obywatelskich³⁵. Projekt ten odwoływał się przy tym nie – jak dotychczas – do elit władzy, ale do szerokiej opinii publicznej (w tym m.in. środowisk robotniczych) oraz Kościoła katolickiego. Z kolei Jacek Kuroń podsumował w tekście *Myśli o programie działania* pierwsze doświadczenia związane z funkcjonowaniem KOR-u oraz zdefiniował cele opozycji demokratycznej³⁶. Opowiadał się za suwerennym państwem, demokracją parlamentarną ze

³¹ Zob. m.in. J. Hajdasz, *Szczekaczka, czyli Rozgłośnia Polska Radia Wolna Europa*, Poznań 2006, s. 64, 151; J.J. Lipski, *KOR...*, s. 62, 222, 534.

³² A. Krajewski, *Między współpracą a oporem...*, s. 437. Smolar reprezentował polską opozycję wraz z Kołakowskim, Herlingiem-Grudzińskim, Brussem i Sławomirem Mroźkiem.

³³ A. Friszke, *Życie polityczne emigracji*, Warszawa 1999, s. 407–408.

³⁴ J.J. Lipski, *KOR...*, s. 468.

³⁵ A. Michnik, *Nowy ewolucjonizm*, „Aneks” 1977, nr 13/14, s. 33–48.

³⁶ J. Kuroń, *Myśli o programie działania*, „Aneks” 1977, nr 13/14.

społeczną własnością środków produkcji oraz ustrojem ekonomicznym opartym na zasadach samorządności. Główną taktyką działania dysydenckiego winno być w jego ocenie aktywne wspieranie obywatelskich ruchów społecznych, zwłaszcza wśród wielkoprzemysłowej klasy robotniczej. Z tymi stanowiskami polemizował w „Aneksie” Karol Modzelewski niewykluczający podjęcia przez władzę pragmatycznego dialogu z coraz bardziej zrewoltowanym społeczeństwem³⁷. Zakładał on przy tym możliwość zainicjowania pożądaných odgórnych reform ustrojowych właśnie przez kierownictwo partyjne.

Problematykę opozycyjną podejmowali w „Aneksie” również publicyści emigracyjni. Antoni Pospieszalski wzywał krajowych dysydentów do sięgania po środki politycznego nacisku ostrzejsze od dotychczasowych prób perswazji, co wymagało wydatnego poszerzania istniejącej bazy społecznej³⁸. Jan Gross podkreślał natomiast wagę sojuszu zawartego przez opozycyjną inteligencję ze środowiskami robotniczymi, popieranego symbolicznie i faktycznie przez Kościół katolicki³⁹. Solidarność tych grup społecznych była szczególnie istotna w aspekcie licznych represji stosowanych przez władze wobec środowiska KOR-u i jego współpracowników⁴⁰.

Z kolei Stanisław Krasnowolski wskazywał na dopuszczalne granice działalności opozycyjnej, wyznaczone jego zdaniem przez interesy mocarstwowe Związku Radzieckiego niemogącego zaakceptować faktycznej suwerenności narodu polskiego⁴¹. Postulował wobec tego dążenie do osiągnięcia celów jedynie „częstkowych” umożliwiających stopniowe liberalizowanie ustroju komunistycznego. Opowiadał się za socjalistycznym systemem zarządzania gospodarką narodową, zakładając, iż społeczeństwo polskie nie byłoby w stanie zaakceptować prób restytucji instytucji typowych dla ekonomii kapitalistycznej. Był również zwolennikiem decentralizacyjnych reform gospodarczych oraz swobodnego rozwoju sektora prywatnego w rolnictwie, rzemiośle i usługach.

Odrębną dyskusję w „Aneksie” (nr 15) dotyczącą sytuacji gospodarczej w Polsce wywołała książka Włodzimierza Brusa *Uspołecznienie a ustrój polityczny. Na tle doświadczeń socjalizmu wschodnioeuropejskiego*, opublikowana przez Wydawnictwo „Aneks” w 1975 r. Przeciwno wyrażonej przez Brusa ogólnej aprobacie dla polityki nacjonalizacyjnej (forsowanej przez komunistów w całym bloku wschodnim od 1945 r.) zaprotestowała Maria Hirsowicz, podkreślając wagę alternatywnych rozwiązań dotyczących sprawiedliwej polityki gospodarczej wyrażających się m.in. w reformistycznych koncepcjach socjaldemokracji zachodniej. Leszek Kołakowski sformułował natomiast pogląd, iż droga do racjonalnego systemu socjalistycznego jest możliwa jedynie w warunkach faktycznej demokracji politycznej, niezależnie od stopnia uspołecznienia środków produkcji.

³⁷ K. Modzelewski, *List otwarty do E. Gierka*, „Aneks” 1977, nr 13/14.

³⁸ A. Pospieszalski, *Mysli o opozycji*, „Aneks” 1977, nr 13/14.

³⁹ J. Gross, *Opozycja polityczna we współczesnej Polsce*, „Aneks” 1977, nr 15.

⁴⁰ A. Smolar, *Nowy etap kryzysu*, „Aneks” 1977, nr 15.

⁴¹ M. Turbacz [S. Krasnowolski], *Możliwości działania opozycji w Polsce*, „Aneks” 1977, nr 16/17.

Do 1980 r. na łamach „Aneksu” zaprezentowano ponadto inne interesujące bloki tematyczne dotyczące tradycji polskiego Października 1956 r. (nr 13/14 z tekstami Adama Ważyka, Zbigniewa Kubiaka i Wiktora Woroszyńskiego), eurokomunizmu (nr 16/17), kwestii uzależnienia ekonomicznego Polski od ZSRR (nr 1), perspektyw gospodarki krajowej (nr 20), języka totalitarnego (nr 21), ideologii rosyjskich słowianofilów (nr 22) oraz kryzysu myśli socjalistycznej (nr 23). W piśmie publikowali nowi autorzy emigracyjni – Włodzimierz Brus, Józef Lewandowski, Jan Drewnowski, Irena Grudzińska-Gross, Stanisław Gomułka i Jan Kott.

W drugiej połowie lat 70. środowisko Aleksandra Smolara i „Aneksu” okazało się – obok paryskiego Instytutu Literackiego, instytucji rządu londyńskiego, partii politycznych czy innych periodyków polityczno-społecznych – bardzo ważnym składnikiem polskiej niepodległościowej sceny emigracyjnej. Utrzymywało kontakty m.in. z wpływowymi gazetami francuskimi „Le Monde” i „Liberation” oraz pismami emigrantów z bloku wschodniego – Petera Kende, Pavla Tigrida, Władimira Maksimowa. Owocem tej współpracy było ogłoszenie wspólnej *Deklaracji w sprawie ukraińskiej*, uzależniającej walkę o wyzwolenie narodowe w całej Europie Środkowo-Wschodniej od ścisłej współpracy z ruchami opozycyjnymi na terenie samego ZSRR⁴². Teksty „Aneksu” dotyczące problematyki polskiej z jednej strony wpływały niewątpliwie na kierunki debaty publicystycznej prowadzonej w piśmiennictwie drugoobiegowym (m.in. w „Krytyce” i „Res Publice”) oraz emigracyjnym, a z drugiej – prezentowały stanowisko opozycji demokratycznej na szerszym forum międzynarodowym⁴³.

Przełom roku 1980 i powstanie „Solidarności” oznaczały istotną zmianę dotychczasowej roli pełnionej przez emigrację polityczną wobec Polski⁴⁴. Szybki roz-

⁴² „Aneks” 1977, nr 15. Dokument podpisali m.in. Smolar, Giedroyc, Herling-Grudziński, Tigris, Maksimow, Amalrik, Gorbaniewska i Władimir Bukowski.

⁴³ Zob. m.in. W. Mart [J. Kofman], *Pochwała „Aneksu”*, „Krytyka” 1980, nr 7; J. Andrzejewski [A. Paczkowski], *O poprzednim wcieleniu „Res Publici”, czyli – klerk i polityka w socjalizmie*, „Res Publica” 1988, nr 8, s. 9–17.

⁴⁴ Tematyka kryzysu politycznego lat 1980–1981 w Polsce oraz powstania i funkcjonowania legalnej „Solidarności” doczekały się licznych opracowań. Zob. J. Staniszkis, *Poland's Self-limiting Revolution*, New Jersey 1984; A. Touraine, J. Strzelecki, F. Dubet, M. Wiewiorka, „Solidarność”. *Analiza ruchu społecznego 1980–1981*, Warszawa 1989; J. Holzer, „Solidarność” 1980–1981. *Geneza i historia*, Warszawa 1990; T.G. Ash, *Polska rewolucja. „Solidarność” 1980–1981*, Warszawa 1990; S. Kowalski, *Krytyka solidarnościowego rozumu. Studium z socjologii myślenia potocznego*, Warszawa 1990; J. Weydental, B. Porter, K. Devlin, *Polski dramat 1980–1982*, Warszawa 1991; I. Krzeziński, „Solidarność”. *Projekt polskiej demokracji*, Warszawa 1997; „Solidarność” XX lat historii, pod red. M. Łątkowskiej, Warszawa 2000; L. Mażewski, *W objęciach utopii. Polityczno-ideowa analiza dziejów „Solidarności” 1980–2000*, Toruń 2001; A. Paczkowski, *Droga do „mniejszego zła”. Strategia i taktyka obozu władzy, lipiec 1980–styczeń 1982*, Kraków 2002; A. Friszke, „Solidarność” 1980–1981, [w:] J. Jankowska, *Portrety niedokończone. Rozmowy z twórcami „Solidarności” 1980–1981*, Warszawa 2003; K. Łabędź, *Koncepcje polityczne w prasie NSZZ „Solidarność” w latach 1980–1981*, Toruń 2004; L. Mażewski, *Niszczący dualizm. Polityka NSZZ „Solidarność” w latach 1980–1982*, Toruń 2004; A. Dudek, *Dzieje dziesięcioletniej „Solidarności” (1980–1981)*, [w:] *Droga do niepodległości. „Solidarność” 1980–2005*, Warszawa 2005; J. Sielezin, *Plaszczyzna konfrontacji politycznej między „Solidarnością” a władzą w latach 1980–1981*, Wrocław 2005.

wój samorządowego ruchu związkowego oraz innych niezależnych inicjatyw obywatelskich w PRL przesuwał zdecydowanie główny ciężar walki z autorytarnym reżimem w stronę kraju, zmniejszając znaczenie emigracyjnych ośrodków. Sami emigranci podkreślali swoją „służebną” rolę wobec społeczeństwa polskiego, któremu nie zamierzano w zasadzie narzucać konkretnych projektów walki politycznej, ograniczając się do organizowania wszechstronnej pomocy i reprezentowania na Zachodzie. Nadal jednak starano się uważnie analizować trendy polityki światowej i oceniać szanse polskich starań niepodległościowych na arenie międzynarodowej.

Dla środowiska „Aneksu” działalność „Solidarności” stanowiła ukoronowanie procesu desowietyzacji Polski, trwającego „z różnym natężeniem, z momentami przyspieszeń i załamań, od 1956 roku”⁴⁵. Zwycięstwo sierpniowych strajków miało przy tym unaocznić strukturalną sprzeczność między systemem politycznym narzuconym Polakom a ich rzeczywistymi aspiracjami niepodległościowymi i prodemokratycznymi. W ocenie Aleksandra Smolara rewolucja robotnicza otwierała możliwość dokonania głębokich zmian ustrojowych w sferze politycznej i ekonomicznej. Do nowych reguł gry musiały się dostosować obóz rządzący i wszystkie instytucje oficjalnego życia politycznego. Smolar prognozował dla kraju długi okres „ograniczonego” kryzysu, tolerowanego w zasadzie przez kierownictwo radzieckie. Wskazywał przy tym na geopolityczne uwarunkowania uniemożliwiające całkowitą likwidację w Polsce władzy komunistycznej, ze względu na potencjalne zagrożenie interwencją „sojuszniczą”.

W tekście autora krajowego Jerzego Jedlickiego podkreślono, iż ostry kryzys społeczny okazał się w zasadzie jedynym sposobem inicjowania pożądanych zmian w systemie komunistycznym⁴⁶. Wskazano na ważną umiejętność samoograniczania swoich żądań przez aktywistów związkowych, świadomych precedensu tworzonoego w całym bloku wschodnim przez działania niezależnego ruchu związkowego. Jedlicki wyraził też nadzieję na powstanie w grupie rządzącej racjonalnej frakcji liberalnej, która umiałaby przeciwdziałać kolejnym wstrząsom politycznym przez odpowiednio wcześnie pertraktacje ze stroną społeczną.

Stanisław Gomułka postulował na łamach „Aneksu” konieczność dokonania gruntownej reformy ekonomicznej w kraju, połączonej z udzieleniem Polsce nowych kredytów zachodnich⁴⁷. Z kolei Leszek Kołakowski dokonał zestawienia „Solidarności” z dawnymi ruchami rewolucyjnymi, od których miała ją odróżniać gotowość do jasnego wyznaczenia granic swojego działania politycznego⁴⁸. Pomimo to uznawał ją za pierwszą rzeczywistą robotniczą rewolucję w dziejach, która „skierowana była przeciwko socjalistycznemu państwu i odbyła się pod znakiem krzyża”. Jego zdaniem kompromis zawarty przez partię ze społeczeństwem mógł się utrzymać w przyszłości

⁴⁵ A. Smolar, *Paradoksy liberalizacji i rewolucja*, „Aneks” 1981, nr 24/25.

⁴⁶ J. Jedlicki, *Forma i treść umowy społecznej*, „Aneks” 1981, nr 24/25.

⁴⁷ S. Gomułka, *Zachód zwleka z decyzją*, „Aneks” 1981, nr 24/25.

⁴⁸ L. Kołakowski, *Próba zrozumienia*, „Aneks” 1981, nr 26, s. 3–14.

jedynie wskutek dalszych nacisków oddolnych na reżim, który nie był skory do samodzielnego uszczuplania zakresu sprawowanej przez siebie władzy.

Gwałtowne wprowadzenie stanu wojennego w grudniu 1981 r. przekreśliło wiarę w możliwość zdemokratyzowania życia politycznego w Polsce przy aktywnym współdziałaniu obozu rządzącego⁴⁹. W 27. numerze „Aneksu” z 1982 r. redakcja pisma zamieściła dwie ważne wypowiedzi czołowych polskich dysydentów obrazujące reakcję krajowej opozycji na gwałtowne przerwanie funkcjonowania legalnej „Solidarności”. Jacek Kuroń – w tekście publikowanym również w prasie podziemnej i paryskiej „Kulturze” – zachęcał działaczy solidarnościowych do stworzenia powszechnego i dobrze zorganizowanego ruchu oporu skupionego wokół centralnego ośrodka kierowniczego⁵⁰. Główną metodą działania opozycji winny być liczne demonstracje ze strajkiem generalnym włącznie. Zdaniem Kuronia w przypadku braku ustępstw ze strony rządzących opozycyjne kierownictwo powinno przygotować społeczeństwo „do zlikwidowania okupacji w zbiorowym, zorganizowanym wystąpieniu”, które miało polegać na „równoczesnym uderzeniu na wszystkie ośrodki władzy i informacji w całym kraju”. Adam Michnik wiązał wprowadzenie stanu wojennego z nierozstrzygalnym w zasadzie konfliktem pomiędzy coraz szerszymi aspiracjami politycznymi społeczeństwa a interesami elit rządzących podporządkowanych dyktatowi moskiewskiemu⁵¹. Uznał on postępowanie ekipy gen. Jaruzelskiego za „kontrewolucję antyrobotniczą” broniącą szerokiego zakresu władzy partyjnej nomenklatury.

Leszek Kołakowski zaprotestował w „Aneksie” przeciwko wypowiedziom niektórych polityków zachodnioeuropejskim starających się usprawiedliwić postępowanie władz polskich⁵². Stanisław Gomułka zastanawiał się, czy siłowe rozwiązanie konfliktu społecznego w Polsce nie znajdzie zastosowania również w innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej jako model – w ocenie Kremla – godny naśladowania⁵³. W ten sposób odpowiedzią elit partyjnych na żądanie dokonania demokratyzacji życia politycznego w bloku wschodnim byłaby częściowa *restalinizacja*. Aleksander Smolar wskazywał natomiast w „Aneksie” na rozjemczą rolę Kościoła katolickiego w kraju, dążącego do uniknięcia ostrej konfrontacji połączonej z użyciem otwartego

⁴⁹ Na temat wydarzeń stanu wojennego oraz działalności solidarnościowego podziemia zob. K. Łabędź, *Opozycja polityczna w Polsce w okresie stanu wojennego*, Wrocław 1989; J. Holzer, K. Leski, *„Solidarność” w podziemiu*, Łódź 1990; J. Karpiński, *Dziwna wojna*, Paryż 1991; K. Łabędź, *Społy wokół zagadnień programowych w publikacjach opozycji politycznej w Polsce w latach 1981–1989*, Kraków 1997; *Stan wojenny w Polsce. Stan badań*, pod red. A. Dudka, K. Madeja, Warszawa 2001; *Stan wojenny w Polsce 1981–1983*, pod red. A. Dudka, Warszawa 2003; G. Majchrzak, *Obóz władzy w stanie wojennym*, H. Głębocki, *Dzieje „Solidarności” w podziemiu (1981–1989)*, J. Szarek, *Zachód wobec stanu wojennego*, R. Terlecki, *Wojenna codzienność*, [w:] *Droga do niepodległości...*, s. 107–273, 337–373; A. Paczkowski, *Wojna polsko-jaruzelska. Stan wojenny w Polsce 13 XII 1981 – 22 VII 1983*, Warszawa 2006; *„Solidarność” podziemna 1981–1989*, pod red. A. Friszke, Warszawa 2006.

⁵⁰ J. Kuroń, *Tezy o wyjściu z sytuacji bez wyjścia*, „Aneks” 1982, nr 27.

⁵¹ A. Michnik, *Polska wojna*, „Aneks” 1982, nr 27.

⁵² L. Kołakowski, *Ja będę łagodniejszym katem*, „Aneks” 1982, nr 27, s. 56–59.

⁵³ S. Gomułka, *Patologie i reakcje obronne systemu radzieckiego*, „Aneks” 1982, nr 27.

terroru wobec społeczeństwa⁵⁴. Przestrzegał jednocześnie przed próbami stworzenia przez władze nowej „Solidarności”, skupionej wyłącznie na działalności związkowej i podporządkowanej legalnym instytucjom politycznym.

Po wprowadzeniu stanu wojennego środowisko „Aneksu” pomagało aktywnie członkom nowej emigracji solidarnościowej na Zachodzie oraz strukturom podziemnym w kraju. Aleksander Smolar doradzał m.in. Sewerynowi Blumsztajnowi i Mirosławowi Chojeckiemu przy zakładaniu zagranicznego przedstawicielstwa „Solidarności” w Paryżu – powstałego jeszcze w grudniu 1981 r. Komitetu Koordynacyjnego⁵⁵. Eugeniusz Smolar rozwijał własne kontakty z różnymi niezależnymi ośrodkami kulturalnymi i wydawniczymi oraz z Radiem „Solidarność” funkcjonującym nielegalnie w niektórych miastach Polski. Wiosną 1984 r. został on – wraz z Leszkiem Kołakowskim – pełnomocnikiem zespołu niezależnych inicjatyw solidarnościowych w zakresie oświaty, kultury i nauki na Zachodzie (Oświata – Kultura – Nauka – tzw. OKN). Wiktor Kulerski zaproponował nawet powołanie specjalnego Funduszu z udziałem Aleksandra Smolara, który miałby zbierać i wysyłać do kraju środki finansowe przeznaczone wyłącznie na rozwój działalności solidarnościowych instytucji oświatowych i naukowych⁵⁶.

„Aneks” nawiązał współpracę z czołowymi periodykami emigracji solidarnościowej na Zachodzie – paryskimi „Zeszytami Literackimi” Barbary Toruńczyk, berlińskimi „Kontaktem” i „Archipelagiem” czy londyńskim „Pulsem”. Nadal utrzymywano ożywione kontakty z „Kulturą” Jerzego Giedroycia, publikując na łamach kwartalnika różne teksty poświęcone wieloletniej działalności Instytutu Literackiego⁵⁷. Aleksander Smolar uczestniczył w grudniu 1982 r. w specjalnej konferencji zorganizowanej przez środowisko „Kultury” z udziałem Gustawa Herlinga-Grudzińskiego, Mirosława Chojeckiego, Wojciecha Karpińskiego, Czesława Miłosza, Leszka Kołakowskiego, Krzysztofa Pomiana, Wojciecha Skalmowskiego i Konstantego Jeleńskiego oraz intelektualistów zachodnich – Raymonda Arona, François Fureta i Paula Thibauda. Spotkanie zostało poświęcone analizie fenomenu ruchu solidarnościowego oraz możliwości kontynuowania jego działalności w warunkach stanu wojennego⁵⁸. Sam Smolar zaprezentował w jego trakcie tezę o nowej strategii „Solidarności”, która winna wykorzystać dotychczasowe zaangażowanie opozycyjnej inteligencji i antysystemowe nastawienie wielu środowisk robotniczych. W 1983 r. Smolar polemizował natomiast na łamach „Kontaktu” z wizją emigracji prezentowaną przez Jerzego

⁵⁴ A. Smolar, *Między ugodą a powstaniem*, „Aneks” 1982, nr 28.

⁵⁵ „Solidarność” podziemna..., s. 62–63, 121.

⁵⁶ Tamże, s. 138, 474, 582–583, 613.

⁵⁷ Zob. m.in. K. Jeleński, „Kultura”: *Polska na wygnaniu*, „Aneks” 1981, nr 24/25, s. 236–254; *Rozmowa z Jerzym Giedroyciem sprzed dwunastu lat*, „Aneks” 1986, nr 44, s. 23–54; T. Łubieński, *Lekcja „Kultury”*, „Aneks” 1986, nr 44, s. 55–57; K. Jeleński, *O „Kulturze” raz jeszcze*, „Aneks” 1987, nr 46–47, s. 156–170.

⁵⁸ Zob. K.A.J. [K. Jeleński], *Polska: Sierpień 1980 – Grudzień 1982*, „Kultura” 1983, nr 1/2, s. 42–49.

Giedroycia, roszczonego sobie prawo do intelektualnego inspirowania rozwoju polskiej myśli niepodległościowej w kraju⁵⁹.

Nie ulega wątpliwości, że „Aneks” był jednym z najważniejszych pism emigracyjnych docierających do Polski w latach 80. i wpływał bezpośrednio na kształt krajowej debaty opozycyjnej. Od 1981 r. teksty z kwartalnika (lub całe jego numery) były przedrukowywane przez wydawnictwa niezależne, m.in. NOW-ą, „Kraąg”, „Bibliotekę Tygodnika Wojennego”, „Słowo” i „Most”.

Na wysoką jakość publicystyki „Aneksu” miały wpływ różnorodność podejmowanej tematyki oraz zestaw autorów. W periodyku Aleksandra Smolara zamieszczali swoje teksty najważniejsi polscy publicyści emigracyjni – byli to (oprócz Leszka Kołakowskiego i autorów współpracujących z pismem jeszcze przed 1980 r.) m.in. Stanisław Barańczak, Bronisław Baczko, Ewa Bieńkowska, Waldemar Kuczyński, Andrzej Walicki, Krzysztof Pomian, Jakub i Wojciech Karpińscy, Gustaw Herling-Grudziński oraz Konstanty Jeleński. Silnym atutem „Aneksu” była też bardzo aktualna publicystyka dotycząca bezpośrednio spraw krajowych, o których pisali Adam Michnik (ogłaszając m.in. eseje tworzone w czasie pobytu w więzieniu), Jacek Kuroń, Stefan Kisielewski, Jan Józef Lipski, Marcin Król, Ernest Skalski, Jerzy Holzer, Jerzy Surdykowski, Roman Zimand, Dawid Warszawski, Ireneusz Krzemiński, Jadwiga Staniszkis czy Andrzej Paczkowski. Ważny był też dział pisma dotyczący newralgicznych tematów z najnowszej historii Polski, zwłaszcza w zakresie dziejów II Rzeczypospolitej, pierwszych lat Polski Ludowej i stosunków polsko-radzieckich⁶⁰.

Problematyka międzynarodowa „Aneksu” z lat 80. dotyczyła głównie kwestii socjologicznych, ideologii systemów totalitarnych i rozwoju ruchów politycznych, ze szczególnym uwzględnieniem obszaru Europy Środkowo-Wschodniej. Interesowano się również zagadnieniami kultury i religii. Cechą charakterystyczną wielu tekstów było przyjmowanie postawy proeuropejskiej, z jednoczesnym silnym akcentowaniem niechęci wobec wszelkich przejawów etnocentryzmu czy nacjonalizmu. Do najważniejszych autorów zagranicznych „Aneksu” z tego okresu należeli (oprócz intelektualistów czy politologów zachodnich piszących do kwartalnika już w latach 70.) Timothy Garton Ash, Daniel Bell, Paul Thibaud, Isaiah Berlin, Norberto Bobbio, François Bondy, François Furet, Jürgen Habermas, Martin Malia, Pierre Manent, Friedrich von Hayek oraz André Glucksmann.

Redakcja „Aneksu” kontynuowała do 1989 r. praktykę wydawania numerów monograficznych pisma poświęconych m.in.: nomenklaturze partyjnej (nr 26), relacjom pomiędzy religią a kulturą i polityką (nr 29/30, 37 i 50), doświadczeniom socjalizmu węgierskiego (nr 31), współczesnej myśli politycznej (nr 32 i 44), tradycjom liberalizmu (nr 45), konfrontacji na linii Zachód – Wschód (nr 36, 37 i 39), twórczości

⁵⁹ J. Giedroyc, G. Herling-Grudziński, *Emigracja jest sposobem walki politycznej*, „Kontakt” 1983, nr 3/4, s. 64–67. Zob. też A. Michnik, *Kilka uwag o polityce Zachodu i roli emigracji*, „Aneks” 1985, nr 39, s. 39–47.

⁶⁰ Zob. m.in. M. Mikołajczyk, *Jak się pisalo...*, s. 21.

G. Orwella (nr 36), trudnym relacjom polsko-żydowskim (nr 41/42), problematyce niemieckich rozliczeń z historią II wojny światowej (nr 46/47) oraz dziedzictwu europejskiemu (nr 43 i 49). W numerach 35, 36 i 37 „Aneksu” zamieszczono ponadto liczne wypowiedzi dotyczące kondycji inteligencji polskiej w ramach szerszej debaty pt. *Inteligencja – Solidarność – władza*⁶¹.

W drugiej połowie lat 80. autorzy „Aneksu” diagnozowali zmieniającą się sytuację polityczną w Polsce, analizując wpływ tendencji liberalizacyjnych w ZSRR na status poszczególnych krajów bloku wschodniego. Według Adama Michnika centralnym dylematem polskiej opozycji owego czasu stawał się wybór pożądanego działania politycznego – pomiędzy ideami „integralnie niepodległościowymi” a projektami zakładającymi możliwość nawiązania ewentualnego kompromisu z rządzącymi⁶². Sam Michnik opowiadał się już wtedy za opcją niewykluczającą podjęcia w przyszłości jakiegoś rodzaju dialogu między partią a stroną społeczną. Odrzucał też klasyczne podziały na ideowe stanowiska prawicy i lewicy, podkreślając, iż „w epoce totalitarnych dyktatur dominuje inny typ podziału: na zwolenników wizji społeczeństwa otwartego i społeczeństwa zamkniętego. Cechą tego pierwszego jest ład oparty na samorządzie i porozumieniach zbiorowych; cechą tego drugiego jest ład regulowany przez represję i dyscyplinę”. Inni publicyści kwartalnika wskazywali m.in. na konieczność ciągłego poszerzania sfery niezależnych inicjatyw obywatelskich, które mogły wydatnie przyspieszyć dokonanie przez władze faktycznych reform ustrojowych⁶³.

Przełom roku 1989 oznaczał kres dotychczasowej roli odgrywanej przez emigracyjne ośrodki intelektualne wobec kraju. Aleksander Smolar wrócił w 1990 r. do Polski, by zostać doradcą rządu Tadeusza Mazowieckiego i Hanny Suchockiej, kierować Fundacją im. Stefana Batorego oraz kontynuować samodzielnie aktywność publicystyczną.

Ostatni numer kwartalnika „Aneks” ukazał się w 1989 r. W specjalnym tekście pożegnalnym dla czytelników podkreślono, iż kres misji pełnionej przez emigrację polityczną nie oznaczał końca aktywności grupy intelektualnej skupionej wokół „Aneksu”, której funkcje mogły podjąć „na szeroką skalę nowe pisma w kraju”⁶⁴. Dodano przy tym, iż „«Aneks» towarzyszył umacnianiu się życia niezależnego w Polsce, pomagając na różne sposoby w budowaniu wysp wolności. Środowisko skupione wokół pisma w miarę swoich skromnych środków organizowało pomoc materialną i techniczną, popularyzowało wiedzę o naszym kraju, przekazywało do Polski informacje o tym, co dzieje się w Polsce i na świecie, budowało więzi polskiej opozycji z demokratycznymi siłami w krajach naszego osiedlenia: środowiskami intelektualnymi, partiami politycznymi, związkami zawodowymi, stowarzyszeniami broniącymi praw ludzkich i obywatelskich. Przedsięwzięcia te, tak jak i «Aneks», należą już do przeszłości”.

⁶¹ Zob. m.in. A. Walicki, *Myśli o sytuacji politycznej i moralno-psychologicznej w Polsce*, „Aneks” 1984, nr 35; L. Kotakowski, *Winni („Solidarność”) i niewinni (PZPR)*, „Aneks” 1985, nr 37; A. Michnik, *My, ludzie „Solidarności”*, „Aneks” 1985, nr 37.

⁶² A. Michnik, *List z Kurkowej*, „Aneks” 1985, nr 38.

⁶³ J. Kuroń, *Krajobraz po bitwie*, „Aneks” 1987, nr 48.

⁶⁴ *Do czytelników kwartalnika „Aneks”*, „Res Publica” 1990, nr 9, s. 37.

Oceniając całokształt dorobku ludzi tworzących środowisko „Aneksu”, należy stwierdzić, iż było to praktycznie najważniejsze – obok „Kultury” – pismo polskiej emigracji niepodległościowej lat 70. i 80. ubiegłego wieku, które silnie wpływało na rozwój krajowej opozycji demokratycznej, ruchu solidarnościowego oraz innych niezależnych inicjatyw obywatelskich. Publicystyka „Aneksu” umożliwiała czytelnikowi polskiemu w kraju i na emigracji lekturę ważnych tekstów czołowych autorów zachodnich, przybliżając w istotny sposób polskie życie intelektualne do standardów myśli europejskiej.

Przy rozpatrywaniu licznych zasług ludzi „Aneksu” w kwestii podtrzymywania oporu antytotitarnego i niezależnego życia kulturalnego w Polsce, nie można zapominać o wieloletniej działalności londyńskiego Wydawnictwa „Aneks”, oferującego bogate uzupełnienie i rozwinięcie problematyki poruszanej na łamach kwartalnika⁶⁵. Oficyna ta wydała wiele utworów krajowych poetów i pisarzy, rozpraw krytycznoliterackich i historycznych, analiz socjologicznych oraz zbiorów dokumentów obrazujących działalność opozycji. Jednymi z najważniejszych autorów wydawnictwa byli Leszek Kołakowski, Adam Michnik i Jacek Kuroń.

⁶⁵ Z. Florczak, *Wydawnictwo „Aneks”*, „Nowe Książki” 1994, nr 4.

ELŻBIETA KOSSEWSKA

The Israeli
“Kurier” –
beginnings

Izraelski „Kurier” –
okoliczności
powstania

KEY WORDS

Israeli press, Polish press in Israel, new *olim*, emigration, absorption, Jews from Poland in Israel

SŁOWA KLUCZOWE

prasa izraelska, prasa w języku polskim w Izraelu, nowi *olim*, emigracja, absorpcja, Żydzi z Polski w Izraelu

ABSTRACT

Establishing foreign language press in Israel was carried out, on the one hand, in order to influence and educate the electorate, on the other, to shape public opinion of those who did not read in Hebrew.

The article discusses the beginnings of the daily “Kurier” which, similarly to many other foreign newspapers in Israel, was part of the Mapai party press system. The goal of “Kurier” was to shape public opinion of Polish Jews emigrating to Israel after 1956.

This paper is a imperative source of information on the functioning of that press system for researchers planning to examine the subject of Polish press in Israel.

STRESZCZENIE

Powolywanie prasy w językach obcych przez partie polityczne w Izraelu było dla nich z jednej strony szansą na zagospodarowanie elektoratu, jego „wychowanie”, a z drugiej – sposobem na kształtowanie opinii części społeczeństwa będącej poza zasięgiem prasy hebrajskojęzycznej. Celem artykułu jest pokazanie procesu tworzenia „Kuriera”, dziennika, który – podobnie jak i wiele innych czasopism obcojęzycznych w Izraelu – był częścią systemu prasy partyjnej Mapai. „Kurier” miał kształtować opinię przybyszów z Polski, którzy przyjechali do Izraela po 1956 r. Badaczom chcącym uczynić z prasy wydawanej w Izraelu w języku polskim, w tym przypadku „Kuriera”, źródło badań, artykuł dostarcza istotnych informacji dotyczących jego funkcjonowania.

Prasa w języku polskim zaczęła pojawiać się w Izraelu wraz z osiedlaniem się tam Żydów przyjeżdżających z Polski. Pod koniec lat czterdziestych, a więc w początkach istnienia państwa, odnotowano niewiele prób wydań takich periodyków, chociaż aż 33,8% Żydów zamieszkujących w tamtych czasach Izrael pochodziło z Polski¹. W zbiorach Biblioteki Narodowej i Uniwersyteckiej w Jerozolimie można odnaleźć jedynie dwa: „Przegląd Wydarzeń w Izraelu” i „Gazetę Tymczasową”.

Na stan ilościowy prasy polskojęzycznej wpływało wówczas kilka czynników. Przede wszystkim należy zauważyć, że ci, którzy przyjechali do Palestyny tuż po wojnie, już w drodze, w obozach przejściowych, pośród nauk o syjonizmie i państwie żydowskim pobierali także lekcje hebrajskiego, przygotowując się w ten sposób do życia w nowym państwie². Poza tym znaczna ich część znała jidysz³. Ocaleni z Holokau-

¹ Krytykę izraelskich materiałów statystycznych przeprowadził A. Stankowski, *Nowe spojrzenie na statystyki dotyczące emigracji Żydów z Polski po 1944 roku*, [w:] G. Berendt, A. Grabski, A. Stankowski, *Studia z historii Żydów w Polsce po 1945 r.*, Warszawa 2000, s. 104.

² W 1945 r. Żydzi z Polski stanowili 20,7% ludności żydowskiej Palestyny, ale trzy lata później, w momencie powstania państwa Izrael, było ich już 33,8%, co znaczy, że w tym okresie odsetek ów powiększył się aż o 13,8%. Utworzenie państwa żydowskiego otworzyło możliwość przyjazdu do Izraela niekontrolowanej liczby Żydów, zwłaszcza przebywających od czasu zakończenia wojny w obozach dla uchodźców, co spowodowało, że w latach 1948–1951 liczebność społeczeństwa żydowskiego wzrosła o 108 414 Żydów z Polski; w następnych latach dane te kształtowały następująco: 1952–1960 – wzrost o 39 618, 1961–1971 – o 14 708 osób; „Statistical Abstract of Israel” 2008; zob. też S. Weiss, *W drodze*, [w:] *Dom i ojczyzna. Dylematy wielokulturowości*, red. nauk. D. Lalak, Warszawa 2008, s. 28.

³ Irit Kejnan w doktoracie na temat obozów dla uchodźców ocalonych z Holocaustu w Niemczech podaje, że w amerykańskiej strefie okupacyjnej w 1946 r. aż 71% z nich pochodziło z Polski, 40% twierdziło, że ich językiem codziennym jest jidysz, a 31% wskazało na język polski; zob. I. Kejnan, *Hamiflagasz Bein Haszlichim Harerac – Israelim Lebein Szaerit Hapleita Bemachonot Haakurim Begermania (kerach 1)* [Spotkanie między wysłannikami z Erec Israel i Szaerit Hapleita w obo-

stu, ze względu na przeżycia wojenne, zazwyczaj nie czuli przywiązania do języka polskiego; wręcz przeciwnie – część z nich chciała się z nim jak najszybciej rozstać. Sprzyjały temu argumenty społeczno-polityczne związane z procesem adaptacji do warunków panujących w nowym środowisku. Warto zwrócić uwagę choćby na jeden z nich: we wzorcowym wizerunku sabry⁴ nie mieścił się obraz bezsilnego Żyda. Ocalałym z Holokaustu zarzucano bierność, brak odwagi, nie wierzone, by stać ich było na podjęcie wysiłku tworzenia państwa. Odrzucenie diaspory, poddanie się hebraizacji, łącznie ze zmianą nazwisk, a także zastąpienie przypisywanej im wcześniej bierności aktywnością publiczną były jednym ze sposobów ucieczki od stygmatyzacji i próbą odzyskania poczucia własnej wartości, m.in. przez uczestnictwo w procesie powstawania państwa i wojnie o niepodległość⁵. Pozostawanie w kręgu języka polskiego było sprzeczne z ideologią syjonistyczną i opóźniało powrót do języka hebrajskiego. Znamienny, a zarazem szczery list redakcji do czytelników zamieszczono w pierwszym numerze „Gazety Tymczasowej”: „Nasi czytelnicy nie powinni się wstydzić, że nie znają jeszcze hebrajskiego. Nie są przez to gorszymi żołnierzami lub obywatelami. Żyją i umierają dla Ojczyzny, tak samo jak ich bardziej szczęśliwi bracia – Sabry. Dajcie nam czas uczyć się i zapomnieć o przeszłości. [...] Ułatwić pierwsze trudności – oto zadania naszej gazety, która po raz pierwszy zapewne w historii dziennikarstwa, mam nadzieję, że **nie będzie musiała długo wychodzić** [podkr. E.K.]. [...] »Gazeta Tymczasowa« – tymczasowa dlatego, że wiemy, że nasi czytelnicy szybko opanują język ojczysty. Z radością wówczas odłożymy pióra, a naszych czytelników prześlemy tym licznym gazetom, które przemawiają tylko po hebrajsku”⁶.

zach uchodźców w Niemczech (1945–1948)], t. A, Tel Aviv 1994, s. 128–131. Wyniki badań są publikowane także w książce: I. Kejnan, *Ha-szlichut ha-Erec Israelit el machonot ha-akurim be-Germania – Ceadim Riszonim „Sze'erit Haplita 1944–1948” (August 1945 – Maj 1946)*. [Poselstwo Erec Israel w obozach uchodźców w Niemczech – pierwsze kroki (sierpień 1945 – maj 1946)]. „Nieliczny Ocaleni 1944–1948”, Yeruszala'im 1991 (polskie tytuły w nawiasach kwadratowych, a także przytaczane cytaty z publikacji obcojęzycznych w tłumaczeniu autorki).

⁴ Dosł.: kaktus, w środku słodki, na zewnątrz kolczasty; pojęciem tym określa się Izraelczyka urodzonego już w Izraelu.

⁵ Cwi Gil, dziś zajmujący się polityką, tak wspomina swoje przybycie do kraju: „W porcie czekałi na nas działacze różnych partii [...], dojechałem do domu, znów miałem swoje mieszkanie [...], zmieniliśmy swoje nazwisko z Glazer na Gil [...], ćwiczyliśmy, aby zmienić nasze »R«, aby wychodziło z gardła tak jak »Sabry« [...] to był rewolucyjny proces [...]. Nie mieliśmy czasu na ewolucję”; *Anachnu po. Nicole ha-Szoah be-Medinat Israel* [Jesteśmy tu. Uratowani z Holokaustu w państwie Izrael], red. B. Guterman, H. Yablonka, A. Szalew, Yeruszala'im 2008, s. 158. Zob. także wspomnienia Meiera Aldera: „Numer na mojej dłoni 174137, tak jak na bydle. W Erec Israel, poszedłem do Kasy Chorych i prosiłem, by zdjęli mi go podczas operacji plastycznej. Lekarze przekonywali mnie, bym go zatrzymał i był dumny z tego numeru, ponieważ zwyciężyłem, przyjeżdżając z takiego piekła, dojeżdżając do swojej ojczyzny. Jednak zdecydowałem, aby go zdjąć – mieli dość dużo pracy, bo numer był bardzo długi – 174137. Zapytali się, czy chcę zatrzymać ten kawałek skóry na pamiątkę, powiedziałem: Nie, już mam dosyć z tych Niemiec”; tamże, s. 157. *Sze'erit-ha-pletah, 1944–1948. Ha-szikum ve-ha-ma'avak? ha-politi* [Sze'erit Hapleita 1944–1948. Odnowa i zmagania polityczne], red. I. Gutman, A. Dreksler, Yeruszala'im 1985 (materiały pokonferencyjne).

⁶ „Gazeta Tymczasowa” 1948, nr 1, s. 2.

Język hebrajski można było łatwiej opanować, uczęszczając na kurs (*ulpan*), służąc w armii, pracując zawodowo, mieszkając w kibucu⁷, uczestnicząc w ruchach młodzieżowych organizowanych przeważnie w ramach partii, szkoły lub uniwersytetu czy też słuchając publicznej bądź wojskowej stacji radiowej. Powszechnie obecne było popularne hasło: „Mów po hebrajsku, a będziesz zdrow”.

W 1950 r. z Polski do Izraela przybyło 26 485 nowych olim⁸, w kolejnym roku – 2657, a w okresie 1952–1955 – 1179 osób⁹. Wśród nich wielu nie miało zawodu, sporo było rzemieślników, kupców, urzędników, a najmniej inteligencji. Ówczesni przybysze, w zależności od przeżyć i doświadczeń diaspory, stopnia asymilacji z polską kulturą, syjonistycznego wychowania i przyjętych w związku z tym założeń nowego stylu życia w państwie żydowskim, a przede wszystkim znajomości języka hebrajskiego, różnie przystosowywali się do nowych warunków. Jedni łączyli się z hebrajską częścią izraelskiego społeczeństwa, a inni powiększali grono osób posługujących się na co dzień językiem polskim. Niektórzy z nich związali się z prasą dla tzw. polskomówiących, przy okazji wzmacniając ten słabo zagospodarowany rynek kolejnymi tytułami. Na podstawie zbiorów Biblioteki Narodowej w Jerozolimie można uznać, że w latach 1950–1956 powstało dwanaście nowych tytułów w języku polskim¹⁰. Były wśród nich popularne „Nowiny Izraelskie” („Nowiny Dnia” i „Nowiny Poranne”) związane z Partią Postępową.

Emigracja Żydów z Polski do Izraela w latach 1955–1960 (42 569 osób) zasiłała nie tylko środowisko polskomówiących, rynek czytelnicy, ale i grono dziennikarzy piszących po polsku¹¹. Ci ostatni bez znajomości hebrajskiego tracili możliwość wykonywania swojego zawodu. Zasywilowanym Żydom kultura kraju pochodzenia, *nota bene* też ich własna kultura, w wieloetnicznym środowisku Izraela wydawała się jeszcze jednym „bagażem” przywiezionym z diaspory, według syjonistów niepotrzebnym, a dla nich samych jedynym mającym tożsamość¹². Powołanie dla nich prasy w języku polskim, pomimo kontestacji przez partie izraelskie języka diaspory, okazało się ko-

⁷ Kolektywne gospodarstwo rolne w Izraelu.

⁸ Tym hebrajskim pojęciem (dosł. wznoszący się) określano żydowskich imigrantów przybywających do Izraela.

⁹ A. Stankowski, *Nowe spojrzenie...*, s. 117–121.

¹⁰ Liczba ta obejmuje tytuły, które ze względu na ograniczenia dla prasy obcojęzycznej nie mogły się ukazywać sześć razy w tygodniu. Zwykle obchodzono przepis, powołując dwa tytuły i wydając je na przemian. Miały one tę samą redakcję, podobną winiętę, np. „Nowiny Dnia” ukazywały się w niedzielę, wtorek i czwartek, a „Nowiny Poranne” w pozostałe dni. Były też „Nowiny Izraelskie”. Ukazywały się również: „Nowa Gazeta”, „Nasza Myśl”, „Przekrój” (wymienne z „Kroniką”, potem z „Kroniką Tygodniową”), „Słowo Izraelskie”, „Głos Izraela”, „Chwila”, „Opinia. Tygodnik Społeczno-Polityczny”, „Świat Sportu” (niestety, tytułu nie udało się mi odszukać w zbiorach Biblioteki Narodowej w Jerozolimie).

¹¹ A. Stankowski, *Nowe spojrzenie...*, s. 131.

¹² W „Konturach” ukazał się artykuł R.L. Sawin poświęcony jednej z emigrantek, Anicie Wolfstein, poetce należącej do polskojęzycznego środowiska literackiego, która – jak wynika z artykułu – zaczęła tworzyć w języku polskim dopiero po przybyciu do Izraela. Sawin tłumaczy ją, a także innych olim, następująco: „Ten język znali i on był ich kotwicą psychiczną, dawali w nim wyraz wstrząsowi, jaki ich ogarnął po znalezieniu się w nowym kraju, jego przerażającym klimacie, nieznanym dotąd strukturach ludzkich, społecznych i kulturalnych, obarczeni koniecznością szybkiego opano-

niecznym i ważnym instrumentem asymilacji. Dlatego też w 1956 r. ukazywało się osiem tytułów w języku polskim, w następnym roku – siedem, w kolejnym – jedenaście. Rok później udana asymilacja językowa ograniczyła potrzebę wydawania prasy polskojęzycznej, połączenie tytułów należących do Partii Postępowej i Mapai, zmniejszyło ich liczbę – w 1959 r. było dziewięć tytułów¹³. Na podstawie analizy struktury zawodowej osób wyjeżdżających z Polski do Izraela w latach 1955–1956, przeprowadzonej przez Alberta Stankowskiego, można określić ich czytelników. W grupie tej przeważali pracownicy spółdzielni (40%) oraz pracownicy umysłowi i inteligencja (30%), nieco mniej było osób związanych z inicjatywą prywatną i rzemieślników (15%), robotników fabrycznych (10%), a najmniej pracowników handlu uspołecznionego (5%). Zwraca również uwagę duża liczba osób mających wyższe wykształcenie¹⁴. Po okresie ograniczeń emigracji i repatriacji ludności żydowskiej do Izraela przybywały osoby, którym nie udało się wcześniej opuścić Polski, ale również pracownicy aparatu partyjnego i państwowego, zdemobilizowani oficerowie Wojska Polskiego, byli funkcjonariusze organów bezpieczeństwa i milicji, inteligencja oraz pracownicy aparatu gospodarczego¹⁵. Z propozycją publikowania dla nich prasy w języku polskim wystąpiły przede wszystkim partie polityczne, ale były również inicjatywy niezależne. W okresie 1956–1960, nie licząc rzadkich polskojęzycznych mutacji pism hebrajskich, dodatków do piątkowych wydań prasy w języku polskim, biuletynów partyjnych przypominających bardziej ulotki informacyjne niż regularną prasę, ukazywało się szesnaście nowych tytułów; część z nich była drukowana na powielaczu, wychodziła krótko i przypominała efemerydy¹⁶.

Celem artykułu jest pokazanie procesu tworzenia przez partię Mapai¹⁷ izraelskiego „Kuriera”¹⁸. Był on, podobnie jak i wiele innych periodyków obcojęzycznych, czę-

wania języka hebrajskiego – i tak oczywistą tęsknotą za światem pozostawionym za sobą”; R.L. Sawin, *Anita Wolfstein*, „Kontury” 2003, nr 14, s. 107, 108.

¹³ T. Kowalski, *Prasa polskojęzyczna w Izraelu*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2004, nr 3/4, s. 131.

¹⁴ A. Stankowski, *Nowe spojrzenie...*, s. 125–126.

¹⁵ G. Berendt, A. Grabski, A. Stankowski, *Studia z historii...*, s. 122.

¹⁶ Zaliczono do nich również tytuły wydawane naprzemiennie: „Kurier Powszechny”, „Kurier Niezależny” (później „Nowiny i Kurier”), „Po prostu”, „Echo Tygodnia”, „Echo Izraela”, „Fakty”, „Siedem Dni. Aktualności Tygodnia”, „Przegląd Miesiąca”, „Rimon”, „Przekrój Izraelski”, „Od nowa”, „Walka”, „Głos Informacyjny”, „Digest po polsku”.

¹⁷ Partia Pracy Ziemi Izraela (hebr. *Mifletet Poalei Eretz Yisrael*) – lewicowa partia powstała w latach trzydziestych XX w. w wyniku połączenia działającej w Polsce socjalistyczno-syjonistycznej partii Poalej Syjon i izraelskiej lewicowej partii syjonistycznej Ahdut Ha-Avoda (Jedność Pracy) pod przywództwem Dawida Ben Guriona.

¹⁸ Mapai od pierwszych wyborów w 1949 r. była partią dominującą. Jej przewaga w związku zawodowym Histadrut, w Światowej Organizacji Syjonistycznej i Agencji Żydowskiej tworzyła pączęcną wpływów, w którą najczęściej byli uwikłani nowi olim, poszukując miejsca do życia, pracy, a bardziej ambitni – awansu. Priorytetem dla tej partii była budowa państwa ponad podziałami społecznymi. Programowy socjalizm zawężyła głównie do wspierania organizacji spółdzielczych, kibuców i moszaw (osady będące spółdzielniami rolniczymi, zbliżone do kibuców, z tym że ich mieszkańcy posiadają własność prywatną), równocześnie proponując otwarty przepływ obcego kapitału i wspierając społeczne inicjatywy gospodarcze. Patria prezentowała umiarkowane podejście do religii.

ścią systemu prasy partyjnej i – jak one – jednym z instrumentów asymilacji nowych olim. Prasie polskojęzycznej wydawanej w Izraelu poświęcono niewiele miejsca w polskiej i izraelskiej literaturze przedmiotu. Próbę jej kompleksowego opracowania przez Tomasza Kowalskiego można uznać za bardzo pobieżną i niekompletną, przede wszystkim pozbawioną odniesień do źródeł¹⁹. Fragmentaryczne opracowania dotyczące prasy wydawanej w języku polskim w Izraelu, w których wykorzystano najczęściej wywiady i wspomnienia, ze względu na subiektywny charakter źródeł traktują przedmiot badań w kategoriach osobistego doświadczenia, pozbawionego szerszego kontekstu polityczno-społecznego. Dużo większym zainteresowaniem badaczy cieszy się natomiast twórczość autorów polskojęzycznych w Izraelu²⁰.

Przywołane w niniejszym artykule materiały archiwalne ukazują kulisy powołania „Kuriera” i nie tylko pozwalają na poznanie nieopisanego dotąd zdarzenia historycznego, lecz również przynoszą badaczom istotne informacje do krytyki źródła, jakim w tym przypadku jest „Kurier”²¹.

Podstawą niniejszych rozważań* były przede wszystkim dokumenty zebrane w Archiwum Partii Pracy w Beit Berl w Izraelu, literatura przedmiotu oraz teksty wydrukowane w „Kurierze”. Pragnę zaznaczyć, że w artykule opisuję przede wszystkim proces tworzenia tytułu, natomiast analiza zawartości treści, przy uwzględnieniu różnorodnych aspektów społeczno-politycznych, medioznawczych, związanych głównie z izraelskim systemem prasowym, ale również przenoszeniem tradycji polskiego dziennikarstwa na rynek mediów izraelskich, wyrasta poza przewidziane tutaj ramy i będzie tematem osobnego opracowania.

W 1959 r. Mapai przygotowywała się do kolejnych wyborów i chciała powiększyć swój elektorat. Postanowiono zatem zdobyć poparcie Żydów przybyłych z Polski, zwłaszcza tych, którzy przyjechali po 1956 r. Na posiedzeniu partii, mówiąc o nich,

¹⁹ T. Kowalski, *Prasa polskojęzyczna...*, s. 131.

²⁰ Z uwagi na temat niniejszego artykułu wskażę przede wszystkim: R. Löw, *Polskojęzyczne życie literackie w Izraelu. Wstępne rozpoznanie*, „Kontury” 2001, nr 12, s. 145–156; por. tegoż, *Rozpoznanie. O izraelskiej prasie w języku polskim*, [w:] tegoż, *Rozpoznania. Szkice literackie*, Kraków 1998; S.J. Żurek, *O polskojęzycznym, współczesnym (1989–2001) życiu literackim w Izraelu z perspektywy polskiej*, [w:] *Życie literackie drugiej emigracji niepodległościowej*, t. 2, pod red. B. Czarneckiej, J. Kryszaka, Toruń 2004.

²¹ Wspomnienia wielu osób zostały opublikowane w „Konturach”; wymienię tylko niektóre z nich: N. Gross, *Protekcja*, „Kontury” 1993, nr 4, s. 48–56; K. Bernard, *Epizody nieepizodyczne*, tamże, s. 75–82; E. Prokop-Janiec, *Kalman Segal*, tamże, s. 121–123; A. Klugman, *Ze wspomnień redaktora. W czterdziestą rocznicę ukazania się pierwszego numeru „Izraelskich Nowin i Kuriera”*, „Izraelskie Nowiny i Kurier” 1998, nr 6, s. 90, 91; wspomnienia A. Klugmana ukazały się również jako osobne opracowanie, w którym zamieszczono wcześniej cytowany artykuł, tegoż, *Spojrzenie wstecz*, Łódź 2000; R. Löw, *Końcówki. Rzecz o polskich księgarzach i księgarzniach w Tel-Awivie*, [w:] tegoż, *Pod znakiem starych foliantów. Cztery szkice o sprawach żydowskich i książkowych*, Kraków 1993; *Wygodzki: zeszyt pamięci*, pod red. K. Bernard, Tel Aviv 1992. Wybrane wspomnienia dziennikarzy prasy polskojęzycznej zostały opublikowane też w książce M. Lewińskiej, *Przechowane słowa*, Tel Awiv 2008.

* Praca została sfinansowana ze środków na naukę w latach 2008/2010 jako projekt badawczy.

stwierdzono: „Nasza partia nie ma jeszcze ważnego stanowiska, chociaż bardzo opiekujemy się i pracujemy wśród nowych olim”²². Poważne działania wymagały dotarcia do środowiska docelowego za pośrednictwem właściwych środków przekazu dostosowanych do potrzeb i oczekiwań osób nowo przybyłych, nieznających kraju.

Osobą odpowiedzialną w Mapai za wydział prasy obcojęzycznej i tym samym bezpośrednio zaangażowaną w utworzenie „Kuriera” był Mosze Kitron – zdeklarowany bengurionista, który obrażał się, gdy Dawidowi Ben Gurionowi zarzucano, że jest za mało demokratyczny. Na jego też polecenie zajmował się problemem wschodnich Żydów. Kitron przybył do Erec Israel z Ameryki Południowej, ale urodził się w Pińsku²³, co wielokrotnie podkreślał, forsując sprawy ważne dla Żydów z Polski. Przed utworzeniem „Kuriera” na jednym z posiedzeń sekretariatu partii relacjonował: „Spotykałem się pilnie z redaktorami wszystkich redakcji, aby dostać informacje, co się dzieje w sprawach prasy obcojęzycznej [...], spotykałem się osobno z każdym z tych dziennikarzy, którzy należą do naszej partii, którzy mogą coś dodać i podnieść poziom tych gazet, spotykałem się z nimi również w sprawach związanych z izraelskimi sprawami lokalnymi, w sprawach związanych z organizacją partii i działalnością publiczną różnych fal aliji z różnych państw, żeby nasz kontakt z Żydami, którzy przyjeżdżają z diaspory, był ciepły i bardzo intensywny. **Specjalnie zajmowałem się naturalnie aliją z Polski** [podkr. E.K.]”²⁴. Zaangażowanie Kitrona w problemy olim z Polski wpisywało się ogólnie w prowadzony przez partię system wchłaniania przybyszów. Każda z partii typowała do pracy z nowymi olim tych członków, którzy zapewniali dobry z nimi kontakt. Poza tym istniało również zjawisko tzw. protekcji obiektywnej – wspierania przez liderów partyjnych interesów nowo przybyłych Żydów z tych krajów, z których oni sami pochodzili – do czego Kitron przyznawał się otwarcie²⁵. Mogła mieć ona wpływ również na tworzenie dla nich tytułów prasowych, przynajmniej w pierwszym okresie adaptacji.

„Kurier” miał zastąpić ukazujący się od maja 1957 r., dwa razy w miesiącu, biuletyn informacyjny „Fakty”. Ten ostatni nie spełniał, zdaniem liderów Mapai, w sposób

²² Archiwum Partii Pracy w Beit Berl (dalej: APP), sygn. 9/49/57.

²³ Cyt. za Noemi Kitron, córką Mosze Kitrona: „Ben Gurion napisał w swoim pamiętniku 15 października 1952 roku: »Kitron się nadaje do załatwiania spraw «Wschodnich» Żydów, bo ich liderzy nie są zdolni do takiej pracy«”; N. Kitron, *A personal saga. The life of Moshe Kitron*, Jerusalem 2005, s. 242. Mosze Kitron zabiegał, by autentyczni liderzy „wschodnich” Żydów byli reprezentowani w sekretariacie partii. Dzięki niemu weszli do sekretariatu m.in. Szlomo Hilel z Iraku i Izrael Jeszaahu z Jemenu; tamże, s. 281. W 1949 r. w Izraelu 45% Żydów stanowili sefardyjczycy, „wschodni” Żydzi, a w roku następnym ich udział w społeczeństwie osiągnął 50%. Mapai jako partia rządząca czuła się odpowiedzialna za ich asymilację; tamże, s. 239.

²⁴ APP, sygn. 9/49/58.

²⁵ Na łamach „Kuriera” pisał: „Nowi olim bardzo ostro krytykują fakty protekcji w Izraelu. Istotnie, w kraju istnieje protekcja. Istnieje protekcja obiektywna, która wydaje się być nieuchronna w kraju wielkiej aliji. [...] Z obiektywnej protekcji korzystają właśnie olim z Polski. Nie tylko, że państwo kierując się względami polityczno-narodowymi troszczyło się o mieszkania i pracę dla nich, w stopniu znacznie większym aniżeli w stosunku do innych olim (co wywołało ogromne rozgoryczenie wśród Żydów wschodnich)”; M. Kitron, *Wyjaśnienia zamiast monologów*, „Kurier” 1958, nr 23 (212), s. 3.

zadowalający funkcji propagandowych: z niewielką liczbą stron, bez rozbudowanych artykułów, z jedynie krótkimi informacjami przedstawianymi w niezbyt wyszukanej formie – wyglądał skromnie. Poza tym do partii sływały zażalenia na zamieszczanie w piśmie przedruków z innych gazet bez zgody autorów i redakcji²⁶. Decyzja o utworzeniu „Kuriera” z pewnością zapadła dość niespodziewanie, gdyż jeszcze w listopadzie 1957 r. redaktor „Faktów” zwrócił się do Mosze Liwni ze skargą na dyrektora drukarni partyjnej Szabtaia Himelfarba odmawiającego wydania dziesiątego numeru tego periodyku²⁷. „Fakty” z aprobatą partii ukazywały się jeszcze przez prawie dwa miesiące i w swoim ostatnim – piętnastym – numerze zapowiadały na ostatniej stronie rozpoczęcie wydawania „Kuriera”²⁸.

Mapai tworzyła nowe tytuły w odpowiedzi na ofertę prasy obcojęzycznej innych partii, na scenie politycznej trwała bowiem nieustanna rywalizacja w zakresie liczby tytułów, możliwości wydań i sposobów dotarcia do nowych olim²⁹. Według Giory Josefstalla – sekretarza Mapai – powstanie „Kuriera” było także odpowiedzią na publikację dzienników należących do tych partii, zarówno z prawej, jak i lewej strony sceny politycznej, które nie były w koalicji z Mapai³⁰. Lider państwa, Dawid Ben Gurion, na zebraniach wyborczych nawoływał: „Bez Cherutu i bez Maki”³¹. Ów za-

²⁶ APP, sygn. 9/49/57.

²⁷ Tamże.

²⁸ APP, sygn. 2/929/1958/8.

²⁹ Potrzeby czytelników i dziennikarzy obcojęzycznych, w tym polskojęzycznych, spotkały się z partykularnymi interesami partii izraelskich, które łączyły wydawanie prasy z budową elektoratu i zaplecza politycznego. Systematyczne zasilanie ich szeregów nowymi olim było konieczne do utrzymania pozycji na scenie politycznej, w przypadku Mapai – dominującej. Ponad 200-procentowy wskaźnik wzrostu liczby członków tej partii w latach 1949–1950 pozwala stwierdzić, że była ona partią osób nowo przybyłych, choć jej establishment tworzyli raczej waticim (wcześniejsi, zasiedzieli emigranci). Tych nowych należało zgodnie z interesem państwa zorganizować, a zasymilowanych z kulturą kraju pochodzenia wychować w duchu syjonistycznym, pomimo obiektywnych trudności życia przekonać do idei żydowskiego państwa, następnie zaś włączyć do jego budowy. Skala przyrostu społeczności żydowskiej, wieloetnicznej, w latach pięćdziesiątych XX w. była nieporównywalna do poziomu z poprzednich lat, stąd i trudności z ich adaptacją do izraelskiego społeczeństwa były większe. Mapai we wrześniu 1946 r. liczyła 29 947 członków, po czterech latach – 67 132, a w styczniu 1951 r. – 93 927. Oznacza to, że pomiędzy 1946 a 1951 r. liczba członków partii powiększyła się prawie o 300%, a w okresie 1949–1950 wzrosła aż o 213%. Wstępowanie nowych olim do partii było w pewnym stopniu odpowiedzią na jej ofertę socjalno-bytową, skierowaną właśnie do nowych emigrantów, która była pochodną pozycji partii na scenie politycznej i możliwości, jakimi w związku z tym dysponowała. A. Bareli, *Mapai Beresit ha-Acmaut (1953–1948)* [Mapai na początku niepodległości (1945–1953)], Jerszala'im 2007, s. 70, 71; cyt. za: M. Lissak, *The demographic-social revolution in Israel in the 1950 s. The absorption of the Great Aliyah*, „The Journal of Israeli History” 2003, nr 2 (22), s. 6.

³⁰ APP, sygn. 9/49/57.

³¹ Izraelska partia komunistyczna Maki (*Miflaga Komunistit Israel*) syjonizm uznawała za narzędzie imperializmu, stąd działała na dalekim marginesie życia państwowego. Z kolei izraelska partia prawicowa Cherut, z Menachemem Beginem na czele, propagowała nacjonalizm, włącznie z ekstremalnym rozwiązaniem konfliktu arabsko-żydowskiego – usunięciem Arabów z ziem palestyńskich i utworzeniem Izraela po obu stronach Jordanu. Propozycje partii w zakresie gospodarki i spraw so-

bieg polityczny zastosowano w bezpośredniej walce z prasą tych właśnie partii. W liście wysłanym z Ministerstwa Spraw Zagranicznych przez Eilkanę Margalit do wydziału propagandy w Sochnucie³², a następnie stamtąd przesłanego do Szin Bet³³ pisano: „Wychodzi dziennik komunistyczny »Walka«. Powiedziano, że między nowymi olim jest on bardzo popularny. Już powiedziałem Ci kiedyś na naszych spotkaniach [, że] partia komunistyczna prowadzi propagandę między nowymi olim z Polski. Zda się, że sprawa w tej chwili jest bardzo ważna i bardzo pilna, dlatego też na naszym najbliższym spotkaniu będziemy mieli okazję mówić w tej sprawie”³⁴. Korespondencja między MSZ, Sochnutem i Mapai ukazuje z jednej strony konstrukcję państwa – „Państwa Partii”, z drugiej zaś reakcję Szin Bet na publikację „Walki”, która była częścią działań operacyjnych prowadzonych wobec komunistów w Izraelu; tłumaczy także potrzebę powołania własnego polskojęzycznego tytułu w celu poznania i wykorzystania opinii polskich Żydów.

Prasę w języku polskim wydawały nie tylko partie opozycyjne, ale także koalicyjne, które nową inicjatywę prasową Mapai – „Kurier” – postrzegały jako zapowiedź walki wyborczej skierowanej przeciwko nim. Na przykład Partia Postępowa, stały koalicjant Mapai w okresie 1949–1959³⁵, mająca poważny udział w ukazujących się od listopada 1952 r. „Nowinach”, oprotestowała wydanie nowego dziennika Mapai w języku polskim, zapowiadając nawet utworzenie nowych tytułów prasowych francusko- i rumuńskojęzycznych, co groziło zmniejszeniem oddziaływania polityki Mapai wśród środowisk posługujących się tymi językami³⁶. Giora Josefstall próbował łagodzić napięcie, odpowiadając na wcześniejszy list protestacyjny Iechaka Arziego, zajmującego analogiczne do niego stanowisko w Partii Postępowej, następująco: „Nie chcemy walki ze strony naszej gazety, będzie to raczej wyścig między dwoma dziennikami. Postaramy się, by był to wyścig tylko pomiędzy dziennikarzami: »kto lepszy«, a gdyby stało się tak, że będzie to spór między nami, możemy o tym mówić, bo jesteśmy podobni”³⁷. Kopie tego pisma przesłano do Mosze Szaretta i Mosze Kitrona. Propozycja ta, zapowiadająca konkurencję medialną bez walki politycznej, sprowadzała się do wydawania prasy w tym samym języku, ale bez wzajemnego kontrolowania i oceniania. W „Kurierz” obowiązywała linia politycznej wyrozumiałości dla koalicjanta³⁸. Josefstall dodał jednak: „musicie zrozumieć, jesteśmy blisko wyborów

cyjnych sprowadzały się natomiast do populistycznych haseł: brania w obronę słabych i biednych; A. Chojnowski, J. Tomaszewski, *Izrael*, Warszawa 2001, s. 121–123.

³² Agencja żydowska zajmująca się organizowaniem i ułatwianiem emigracji do Izraela.

³³ *Szerut Ha-Bitachon Ha-Klali* – izraelska służba bezpieczeństwa wewnętrznego.

³⁴ APP, sygn. 9/49/57.

³⁵ Partia Postępowa (*Hamiflaga Haprogresiwit*) – zajmująca centralną część sceny politycznej, z priorytetami: liberalnej gospodarki, umiarkowanym wobec związków zawodowych programem adresowanym do przedsiębiorców i inteligencji – wydawała się dobrym partnerem Mapai, choć niewystarczającym, by utworzyć większość w Knesecie.

³⁶ APP, sygn. 9/49/57.

³⁷ Tamże.

³⁸ Tamże.

i będziemy prowadzić prace związane z różnymi sprawami nowych emigrantów, a wtedy mogą pojawić się różnice. Nowi olim z Polski, którzy weszli do naszej partii chcą [mieć], i mają rację – swoją gazetę”³⁹.

Mapai brała pod uwagę konkurencyjne tytuły polskojęzyczne, ale również obszary rynku wydawniczego powstałe wraz z nowo przybyłymi Żydami z Polski. Mosze Kitron po wstępnym rozpoznaniu na temat „Nowin” stwierdzał: „Rozmawiałem z inteligencją nowych emigrantów z Polski – oni się wstydzą, że taki dziennik wychodzi w tak ubogim polskim języku. Ten dziennik nie zwycięży, nie zagospodaruje nowych uchodźców z Polski”⁴⁰. Rzeczywiście, „Nowiny” powstały w odpowiedzi na potrzeby czytelników, którzy przyjechali z Polski na początku lat pięćdziesiątych. Była to grupa różniąca się od przybyłych w drugiej połowie tej dekady zarówno wykształceniem, jak i doświadczeniem zawodowym. Cechy osobowe tej ostatniej zdecydowały o powstaniu na rynku czytelnicznym nowej przestrzeni, mimo że pod względem ilościowym rynek ten swobodnie mogły zagospodarować „Nowiny”. Ponadto spory w środowisku redakcyjnym „Nowin” oraz niekonsekwencja poglądów (według rozeznania liderów Mapai pisali do nich zarówno Ogólni Syjoniści⁴¹, jak i członkowie Partii Postępowej) były dodatkowymi przeszkodami w skutecznej konkurencji z „Kurierem”. Opinia o „Nowinach” – powstała z pewnością na użytek własnych intencji, tzn. powołania nowego tytułu – wydaje się jednak zbyt krytyczna⁴².

Mosze Kitron walczył o powstanie „Kuriera”, tak przekonując Joseftalla: „Słyszałem naszego towarzysza Hafta⁴³, Partia Postępowa jest bardzo wściekła, że wydajemy polską gazetę. Pewnie, trzeba zmniejszyć walkę między tymi dziennikami, bo to jest partia, z którą mamy bardzo dobre stosunki, ale nie wolno nam zmienić naszej decyzji – musimy wydać tę gazetę [...]. Alternatywą są lepsze warunki z Partią Postępową, albo niebezpieczeństwo utraty wyborców. Nie wolno nam zmienić naszej taktyki, przecież rozmawialiśmy w tej sprawie i wzięliśmy już wszystko. Postanowiliśmy, że jest to bardzo ważna sprawa dla partii. Już mamy redakcję, plany, nowych olim, dokładną datę, kiedy wyjdzie pierwszy egzemplarz [...], mamy przygotowaną drukarnię i jeżeli teraz zrezygnujemy, to będzie bunt poważnej, wpływowej elity i inteligencji nowych emigrantów z Polski”⁴⁴. Wypowiedź Kitrona, osoby bardzo zaangażowanej w powołanie „Kuriera”, wydaje się nieco historyczna; być może oburzeni byłiby przyszli redaktorzy i dziennikarze tej gazety, ale olim sięgnęliby po nieco zmodyfikowane „Nowiny”.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ Tamże.

⁴¹ Partia Ogólni Syjoniści (*Histadrut Ha-Cijonim Ha-Klalijim*) powstała w 1931 r. Rozpoczęła swą działalność polityczną w niepodległym Izraelu w 1949 r., startując w pierwszych wyborach do Knesetu.

⁴² APP, sygn. 9/49/57.

⁴³ Prawnik, właściciel biura prawniczego Haft & Haft, był członkiem Mapai, służył partii poradami prawnymi.

⁴⁴ APP, sygn. 9/49/57.

O charakterze prasy i pewnych instrumentach kontroli partii Mapai wiele mówią fakty mające miejsce przed wydaniem „Kuriera”. Na lokal redakcji wyznaczono jeden z pokoi dziennika „Dawar” – organu prasowego Histadrutu, a sam związek zawodowy wymieniano wśród bezpośrednich wydawców „Kuriera”. Histadrut – kontrolujący rynek pracy i zatrudnienie, decydujący o obsadzie kadrowej większości przedsiębiorstw i kooperatyw (klasycznym przykładem była izraelska Kasa Chorych) – był zdominowany przez Mapai, dzięki czemu w dużym stopniu pomagał utrwać tej partii pozycję lidera na scenie politycznej⁴⁵. Ostatecznie nie przyjęto tych rozwiązań, ale wzajemna zależność pomiędzy Mapai a Histadrutem miała swoje przełożenie również na budżet czasopism partyjnych, w tym tytułów obcojęzycznych. Tydzień przed ukazaniem się pierwszego numeru „Kuriera” orędownik jego powstania, Mosze Kitron, pisał do Galeckiego, Żyda z Polski, odpowiedzialnego w Kasie Chorych za wydział propagandy: „Prosimy, byście zamieścili reklamy w naszej obcojęzycznej prasie: rumuńskiej – »Viata Noastra«, francuskiej – »Information«, polskiej – »Kurier« [...], wszystko wysłać na ulicę Harakiewet 52”⁴⁶, tzn. na adres partyjnej drukarni, gdzie drukowano wszystkie obcojęzyczne periodyki Mapai. Nie jest to jedyny dokument świadczący o zleceniu przedsiębiorstwom publikacji reklam w prasie mapajowskiej. Benjamin Akzin w swoim artykule opublikowanym w „The Journal of Politics” obecność Mapai w życiu obywateli nazywa totalną dominacją, a jako przykład podaje organizowanie przez tę partię systemu wydawania prasy obcojęzycznej w Izraelu⁴⁷.

Mapai miała problem ze skompletowaniem redakcji „Kuriera”. Z jednej strony chciano, by o sprawach partii i – szerzej – politycznych pisały osoby znające język hebrajski i dobrze zorientowane w sprawach publicznych, z drugiej przyznawano, że takich dziennikarzy brakuje nawet w prasie hebrajskiej. Uzasadniona, zdaniem partii, była również obecność w zespole nowych olim: „Dziennikarze muszą znać mentalność środowiska, do którego adresują teksty, bez tej znajomości, bez rozeznania w ich problemach, wydawanie dla nich prasy w ogóle nam się nie uda”⁴⁸. Jehoszua Lewi, jeden z przedstawicieli zarządu „Pirsumim”, wydawnictwa partyjnego, wysłał do przyszłych dziennikarzy umowy o pracę w „Kurierze” z datą 20 stycznia 1958 r. Poza redaktorem naczelnym, Szalomem Jedidią (wcześniej Gotlieb), pozostali rekrutowali się wyłącznie z nowych olim⁴⁹. Paporisz, wskazany w dokumencie jako redaktor nocny, został zastąpiony przez Aleksandra Klugmana (z „Głosu Pracy” i „Trybuny Mazowieckiej”), który następnie po zamianie z Józefem Klarmanem (z wrocławskiej „Gazety Robotniczej”) objął sekretariat redakcji, a ten ostatni redakcję nocną⁵⁰. Marianowi Rogow-

⁴⁵ Tamże.

⁴⁶ APP, sygn. 2/929/1958/8.

⁴⁷ B. Akzin, *The role of parties in Israeli democracy*, „The Journal of Politics” 1955, nr 4 (17), s. 520, 521.

⁴⁸ APP, sygn. 9/49/57.

⁴⁹ Tamże.

⁵⁰ Aleksander Klugman wspomina swój pierwszy dzień w redakcji: „Nadszedł wreszcie wymarzony dzień i zgłosiłem się do pracy w drukarni Mapaju [...]. Siedziałem w tzw. boksie, czyli oszklonym

skiemu („Sztandar Młodych”) przypadło stanowisko zastępcy redaktora naczelnego, czego nie potwierdza jednak Aleksander Klugman, twierdząc, że takiego stanowiska w ogóle w redakcji nie było, a sam Rogowski pracował w „Kurierze” krótko. Można przypuszczać, że informacje były zawarte w dokumencie na użytek wymogów formalnych bądź tworzenia iluzji zaangażowania do redakcji więcej osób niż to miało miejsce w rzeczywistości. Znana poetka Anda Amir-Pinkerfeld była redaktorem odpowiedzialnym i wspólnie z Józefem Kielskim miała się także zajmować listami od czytelników. Zespół redakcyjny tworzyli ponadto: Władysław Borowski (z Robotniczej Agencji Prasowej,) Henryk Joffe (z „Gazety Robotniczej”), Fabian Szlang (nauczyciel hebrajskiego z Krakowa), Izaak Turkow (aktor Teatru Żydowskiego w Warszawie) i Jehoszua Majsels (warszawski adwokat). Liczne grono nietatowych współpracowników „Kuriera” tworzyli między innymi nowi imigranci: Krystyna Studencka, Menachem Sztycer, Aleksander Czernski (inżynier z wykształcenia), Henryk First. Później w jednym z artykułów „Echa Tygodnia”, pewnie mając na uwadze liczne przedruki z organu prasowego Histadrutu – „Dawar” i wcześniejsze doświadczenie dziennikarzy z Polski, pisano krytycznie o redakcji „Kuriera”: „Symbioza treści »Dawaru« i stylu dziennikarzy wychowanych na drętwej mowie”⁵¹. Opinia o „Kurierze” była częścią polemiki i wzajemnej krytyki różnych środowisk Żydów z Polski, a także konkurencji między tytułami w języku polskim – „Echo Tygodnia”, jak wynika z raportu przygotowanego przez Kitrona dla członków partii, było podporządkowane Ogólnym Syjonistom.

Wszystkie tytuły obcojęzyczne Mapai były drukowane w partyjnej drukarni zarządzanej przez Szabtaia Himelfarba. Z listu wysłanego 2 kwietnia 1958 r. do Mosze Szareta, zajmującego się w partii polityką informacyjną (*Hasbara*), wynika, że „Towarzystwo »Pirsumim« było odpowiedzialne za wszystkie wydania obcojęzyczne, prowadziło administrację ich wydań, włącznie z księgowością, dla każdego z tytułów osobną, zarządzało także kolportażem. Uprawnienia »Pirsumim« nie kończyły się na

kącie, gdzie dostałem biurko i miałem robić korektę otrzymanych »pasków« i następnie kolumn. [...] Oprócz dwóch metrapaży, czyli zecerów »łamiących« gazetę oraz redaktora nocnego, który wydawał im polecenia, stało tam co najmniej jeszcze dziesięć osób – dyrektorów i działaczy mapajowskich, związanych z powstającą gazetą, którzy koniecznie chcieli być świadkami narodzin »Kuriera«. Mijały godziny i praca nie posuwała się ani o krok naprzód. Redaktorem nocnym był bardzo miły pan, profesor polonistyki na jednym z polskich uniwersytetów, ponoć wybitny mickiewiczolog, ale o pracy dziennikarskiej nie mający zielonego pojęcia. Gdy metrapaże pytali go, co mają robić, rozglądał się bezradnie wokół siebie. [...] Gdy zbliżała się godzina druga po północy i wyglądało na to, że nie ma żadnej nadziei na zobaczenie odbitki korektorskiej złamanej kolumny, powiedziałem kierownikowi drukarni Szabtajowi Himelfarbowi (późniejszemu szefowi całego obcojęzycznego koncernu prasowego), że w ten sposób żadnej gazety nie będzie. Zapytał mnie, czy wiem, co należy zrobić. Tak – odpowiedziałem – wiem. [...] »Jeśli Ci powierzymy funkcję redaktora nocnego, gazeta na jutro wyjdzie?« – zapytał mnie Lewi. Przytaknąłem. Lewi zapytał profesora, czy nie zechciałby się ze mną zamienić – on będzie robił korektę, a ja będę redaktorem nocnym. Tamten przystał z entuzjazmem. Po chwili zamieniliśmy się miejscami i tak zacząłem swoją dziennikarską karierę w »Kurierze«, w swoim starym zawodzie”; A. Klugman, *Ze wspomnień redaktora...*, s. 90–91; zob. też tegoż, *Spojrzenie...*, s. 9–15.

⁵¹ „Echo Tygodnia” 1958, nr 43, s. 5.

sprawach administracyjnych, miało ono prawo interweniować również w treść tych pism, oczywiście zgodnie z oczekiwaniami partii”⁵².

„Kurier” adresowano do nowych olim aliji gomulłkowskiej. Środowisko czytelników prasy polskojęzycznej szacowano na 60–80 tysięcy osób, niemniej jednak pierwszy nakład ustalono ostrożnie na 5 tysięcy egzemplarzy, chociaż z informacji prasowych można ostatecznie się dowiedzieć, że przekroczył 20 tysięcy⁵³. W dniu ukazania się pierwszego numeru, 31 stycznia 1958 r., w domu partii przy ulicy Beilinson 9 odbyła się uroczysta inauguracja pisma. Spotkali się tam liderzy partii Mapai, działacze Histadrutu, dziennikarze „Kuriera”, „Dawar” i „Jerusalem Post” oraz inni ważni goście. Zaproszono m.in.: byłego premiera i zarazem byłego ministra spraw zagranicznych Mosze Szaretta, sekretarza Mapai Giorę Josefstalla, ministra pracy i późniejszego prezydenta Tel Awiwu Mordechaia Namira, członka Mapai i dyrektora wydziału politycznego w Histadrucie Reuwena Barkata, skarbnika Histadrutu Jehoszuę Lewiego, Kalmana Lewiego z Sochnutu, prezesa Sochnutu i późniejszego prezydenta Izraela Zalmana Szazara, dyrektora drukarni Mapai Szabtaia Himelfarba, Lindnera z „Pirsumim”, dziennikarzy z „Kuriera” – Szaloma Jedidię, Mariana Rogowskiego, Władysława Borowskiego i Fabiana Schlanga, dziennikarzy z „Dawar” – Ichhaka Hajeruszalmiego i Chaima Szurera, a listę zamykała pisarka Anda Amir-Pinkerfeld.

Przepisy izraelskie ograniczały częstotliwość ukazywania się prasy obcojęzycznej. Łamano je, wydając co drugi numer „Kuriera” pod tytułem „Kurier Powszechny”, a w międzyczasie pod nazwą „Kurier Niezależny”. Wszystkie miały identyczną winietę, grafikę, były redagowane przez ten sam zespół redakcyjny. W sumie „Kurier” – pod różnymi nazwami – ukazywał się sześć razy w tygodniu, a od numeru 96. w piątki z dodatkiem „Kurier Ilustrowany”.

Zgodnie z zamiarami liderów Mapai pismo miało wychować aliję z Polski w duchu założeń ideowych partii⁵⁴. W pierwszym numerze w rubryce „Do Czytelników” pisano: „»Kurier«, który po raz pierwszy oddajemy do rąk Czytelników, uważa za swoje zasadnicze zadanie dostarczenie obiektywnej i wiernej informacji temu odłamowi społeczeństwa w państwie Izrael, który wyrastał i wychował się w zasięgu języka i kultury polskiej, i nie zdołał dotychczas zdobyć dostatecznej znajomości języka hebrajskiego, aby móc czytać prasę hebrajską [...]. »Kurier« nie cofnie się przed podaniem krytyce negatywnych zjawisk naszego życia, w celu poprawy sytuacji, ale trzymać się będzie z dala od wszelkiej demagogii. »Kurier« stanie się więc dla naszych

⁵² Towarzystwo „Pirsumim” zostało zarejestrowane w listopadzie 1957 r. Formalnie miało być niezależne od Mapai, ale faktycznie do zarządu mianowano wyłącznie członków tej partii. Nieporozumienia wokół przygotowania prasy obcojęzycznej między „Pirsumim” a drukarnią partyjną komentowano w Mapai następująco: „Niech wydawnictwo i drukarnia wezmą w rachubę, że należą do tego samego ruchu i ukazywanie się tych dzienników jest bardzo ważne, i nie mogą ich popularności zaszkodzić kłótnie i brak koordynacji”; APP, sygn. 9/48/57 i 2/929/1958/8.

⁵³ APP, sygn. 9/49/57.

⁵⁴ Tamże.

Czytelników wiernym przyjacielem i doradcą [...]. »Kurier« jest pismem niezależnym, którego celem zasadniczym jest służenie nowej aliji z Polski i okazanie jej pomocy w procesie przystosowania do nowego życia”⁵⁵. Można by rzec, że w sposób typowy dla pism partyjnych próbowano ukrywać intencje czysto polityczne za fasadą bliskości i zapowiedziami obiektywizmu. Chciano skupić wokół „Kuriera” polskie środowiska kulturalno-społeczne. Niemniej jednak trudne życie codzienne w Izraelu, organizowanie się Żydów z Polski w nowym izraelskim społeczeństwie wieloetnicznym, a przede wszystkim lektura opozycyjnych pism wydawanych w języku polskim weryfikowała próby skutecznej indoktrynacji nowych olim. Treści „Kuriera” ustalano zgodnie z syjonistycznymi założeniami partii: „»Kurier« czynić będzie wysiłki, aby zbliżyć nowych olim do życia kulturalnego kraju. W tej dziedzinie nie zamierzamy oddawać się żadnym iluzjom. »Kurier« jest pismem ukazującym się w języku polskim, ale akcent położymy na wydarzeniach zachodzących naszym krajem”⁵⁶. Analiza publikowanych w tym piśmie tekstów świadczy o tym, że redakcja poszukiwała kompromisu między wartościami syjonistycznymi a nawykami czytelnickimi przywiezionymi z Polski. Już w trzecim numerze pytano czytelników o ulubione tematy artykułów, potrzebne rubryki lub działy. Starano się spełniać oczekiwania odbiorców, respektując jednak podstawowe założenie: „Kurier” pozostanie pismem izraelskim w języku polskim⁵⁷.

Konkurencja w środowisku wielopartyjnej prasy obcojęzycznej wymuszała na jej wydawcach i właścicielach uwzględnienie również atrakcyjności periodyków. Więcej – była ona częścią walki o odbiorców. Partie usiłowały utrzymać równowagę między oczekiwaniami czytelnika, potrzebą tworzenia forum, nawet dla głosów krytycznych, a ich słowem obleczone w gładką formę i drukowanym w gazecie. Sukces gazety, zdaniem partii, miał polegać na użyciu wszystkich możliwych środków, by właścicielem tytułu była partia, ale jego treści – czytelnik. Dokładnie tak jak pisał jeden z nich: „Chodzi mi o to, aby czytelnik był przeświadczony, że w słusznej sprawie znajdzie w gazecie obrońcę, niesłuszna zaś zostanie mu rzeczowo wyjaśniona”⁵⁸.

Dziennik wydawany przez Mapai nie mógł pomijać problemów codziennego życia w Izraelu, bo inne partie gotowe były wypunktować wszelkie niedomówienia, błędy i wypaczenia partii rządzącej. Skrajna, jak komunistyczna Maki, zakładała, że jej „Walka” będzie „lustrem nowych uchodźców z Polski”⁵⁹. Liderzy Mapai byli tego świadomi: „Musimy jednak pisać o trudnościach związanych z przystosowaniem się tych nowych imigrantów, musimy o nich pisać, bo nie możemy kłamać – ludzie żyją i czują. Ten dziennik musi być bardzo mądry i obiektywny”⁶⁰, chciałoby się dodać – chociaż partyjny. Dziennikarstwo interwencyjne, przy tak wielu trudnościach egzystencjalno-bytowych w Izraelu, odsuwało partykularne cele partyjne na dalszy plan,

⁵⁵ „Kurier” 1958, nr 1, s. 2.

⁵⁶ Tamże.

⁵⁷ Tamże, nr 3, s. 4.

⁵⁸ 5 pytań o „Kurierz”, „Kurier” 1958, nr 43, s. 4.

⁵⁹ APP, sygn. 9/49/57.

⁶⁰ APP, sygn. 9/49/58.

opinie czytelników wyrażone w listach do redakcji były swego rodzaju alibi dziennikarzy „Kuriera” wobec nich samych⁶¹.

Prasa obcojęzyczna pełniła znacznie więcej funkcji niż tylko dostarczanie informacji: skupiała wokół siebie polskie środowiska kulturalno-społeczne, bywała organizatorem spotkań dyskusyjnych z nowymi obywatelami Izraela przyjeżdżającymi z Polski. Potrzebę takich spotkań odczuwali przede wszystkim olim. Należy jednak pamiętać, że członkowie partii, posługując się formułą kontaktu redakcji z czytelnikami, tzw. żywą gazetą, zyskiwali dodatkową możliwość indoktrynacji.

Po 1957 r. z Polski do Izraela przybyła znaczna grupa inteligencji, osób dobrze wykształconych, aktywnych politycznie, niepotrafiących żyć na marginesie życia publicznego, pragnących jak najszybciej je poznać i włączyć się w nie. Z tego powodu w odpowiedzi na ankietę zamieszczoną w trzecim numerze „Kuriera” proszono o publikacje dotyczące polityki izraelskiej, postulowano zamieszczanie wielu artykułów na temat partii politycznych (w partyjnej gazecie Mapai trudno było o nich pisać inaczej niż krytycznie). Jeden z czytelników zaproponował nawet założenie Klubów Dyskusyjnych Inteligencji – „Klub i »Kurier« musiałyby stanowić pewnego rodzaju wspólną trybunę działania ludzi postępowych, myślących nie kategoriami egoistycznymi, lecz społecznymi”⁶². Wydaje się, że przynajmniej część Żydów z Polski chciała czuć, że Izrael jest nie tylko państwem dla nich, ale przede wszystkim ich państwem.

Przechodząc do problemów organizacyjnych związanych z wydawaniem „Kuriera”, warto przyrzeć się systemowi jego dystrybucji. Zlecano ją głównie filiom partyjnym. W Ber Szewie sekretarza filii, Reuvena Adora, upominano kilkakrotnie o większe zaangażowanie w organizowaniu kolportażu „Kuriera”; podobnie było z filiami partii w Hajfie, Petach Tikwa i Jerozolimie⁶³. Prasa obcojęzyczna oczywiście nie przez wszystkich była odbierana jako korzystna dla partii i państwa: „Mamy konflikty partyjne w filiach – nie rozumieją wagi tych mediów obcojęzycznych. Musimy wszystkim sekretarzom w naszym kraju powiedzieć, jaką one mają wagę, i jeśli nie uzyskamy poprawy, musimy zatrudnić prywatnych pracowników, którzy będą sprzedawać te dzienniki i roznosić po domach. Filie partyjne, niestety, w tej sprawie niewiele nam pomagają”⁶⁴.

Należy zauważyć, że partie syjonistyczne miały dylemat ideowy związany z wydawaniem prasy obcojęzycznej, co trafnie określił na jednym z posiedzeń biura partii minister edukacji i kultury Zalman Aran: „w biurze partii nigdy nie postanowiliśmy, że wydajemy prasę obcojęzyczną, nie ma takiego postanowienia, ale były próby wydań, bo było to bardzo ważne”⁶⁵.

Dystrybucja „Kuriera”, poza pierwszymi numerami gazety, była włączona do systemu sprzedaży całej prasy obcojęzycznej należącej do Mapai. Filie partii przedsta-

⁶¹ APP, sygn. 2/929/1958/8.

⁶² Z listu Jana Kota, *Organizujemy Klub Inteligencji*, „Kurier” 1958, nr 60, s. 4.

⁶³ APP, sygn. 9/36/57.

⁶⁴ APP, sygn. 9/49/58.

⁶⁵ APP, sygn. 2/25/1950/13, t. A.

wiały statystykę osób mówiących w językach obcych i na tej podstawie dzielono tytuły⁶⁶. Monitorowano sprzedaż w kioskach, a kioskarzy próbowano zachęcać większymi marżami⁶⁷. Do kolportażu partyjnej prasy zobowiązano również osoby zajmujące się procesem adaptacji nowych olim do warunków społecznych panujących w nowym środowisku. Dwa dni przed ukazaniem się „Kuriera” – 29 stycznia 1958 r. – do wszystkich klubów Mapai wysłano listy z apelem o propagowanie pisma, spodziewano się bowiem, że Partia Postępowa i Ogólni Syjoniści przeszkodzą w jego dystrybucji. Z firmy „Atlas” zajmującej się dystrybucją „Kuriera” wysłano list: „Jeden z naszych ludzi ma dom towarowy w Bat Jam. Sprzedaje w nim książki i gazety. Nazywa się Jakub Aszkenazi, powiedział nam, że dwoje ludzi, jeden z »Nowin«, a drugi z firmy »Gad«, odwiedzili go przed obiadem i mieli do niego pretensję, że sprzedaje »Kurier«. Zrzucili gazety z ławki na ziemię, podarli plakat reklamowy »Kuriera« i zagrozili mu, że jeśli w dalszym ciągu będzie sprzedawał polską gazetę, nie wyślą mu innych, a naprzeciw jego kiosku otworzą swój interes”⁶⁸.

Publikacja „Kuriera” nie było obliczona wyłącznie na koegzystencję w środowisku prasowym z prasą koalicyjanta. Liczono, że „Nowiny” nie wytrzymają konkurencji i przestaną się ukazywać⁶⁹. Rywalizacja między Partią Postępową a Mapai w zakresie sprzedaży prasy polskojęzycznej wykraczała poza ramy bieżących kontaktów politycznych, a nieraz i dobrych obyczajów. Pisano o tym zarówno na łamach prasy hebrajskiej, jak i polskojęzycznej. Jeden z artykułów publikowanych na łamach „Echa Tygodnia” odsłania jej kulisy. Pierwszą odpowiedzią „Nowin” na pojawienie się „Kuriera” było zwiększenie objętości, co ironicznie skomentowano: „czytelnik otrzymał wprawdzie podwójną ilość papieru, czego nie można lekceważyć w gospodarstwie domowym. Natomiast ilość znaków drukarskich zwiększyła się zaledwie o 50%. Cóż, gazeta to nie chleb. Nikt nie kontroluje jego wagi, nikt nie bada, ile wody dolewa się podczas wypieku”⁷⁰. Z kolei „Kurier”, zdaniem tych samych autorów, odniósł spektakularny sukces, ale tylko w przypadku pierwszego numeru, który kupowano z ciekawości. Jego sprzedaż wyniosła 20 tysięcy egzemplarzy, podczas gdy najlepiej sprzedające się w tym czasie tytuły obcojęzyczne, np. popularny „Letzte Nejes”, osiągały nakład średnio 10 tysięcy egzemplarzy. Czytelnicy pierwszego numeru „Kuriera”: „kiwali głowami na znak uznania, chwalili poważne i wyczerpujące elaboraty, i... wracali do »Nowin«”⁷¹. Wydział prasy partyjnej Mapai poinformował, że „Nowiny” cieszyły się popularnością wśród wcześniejszych imigrantów z Polski, po „Kurier” sięgnęli natomiast w większości uczestnicy aliji tuż po roku 1956⁷². Wydaje się, że o preferencjach czytelnicych decydowały przede wszystkim przyzwyczajenia, choć nie bez

⁶⁶ APP, sygn. 9/49/57.

⁶⁷ APP, sygn. 2/929/1958/8.

⁶⁸ APP, sygn. 9/49/57.

⁶⁹ Tamże.

⁷⁰ „Echo Tygodnia” 1958, nr 43, s. 5.

⁷¹ Tamże.

⁷² APP, sygn. 9/49/58.

znaczenia były również wymagania i oczekiwania czytelników związane z ich wykształceniem czy wykonywanym zawodem. Poza tym była i taka grupa odbiorców, którzy nie przywiązywali wagi do tytułu, ceniąc sobie przede wszystkim komunikatywność – język, a w interesie każdej partii leżało przekazanie im swoich treści. Gdy „Kuriera” zabrakło w Nazarecie, gdzie żyło 156 rodzin z Polski, a więc według opinii działaczy Mapai jego potencjalnych czytelników, wszyscy czytali „Nowiny”⁷³. Na ocenę „Kuriera” miała również w pewnym stopniu wpływ opinia o jego środowisku dziennikarskim. Została ona bardzo ostro wyrażona w „Echu Tygodnia”, którą należy jednak rozumieć, przede wszystkim słowa odnoszące się do umiejętności i warsztatu, jako krytykę wcześniejszego zaangażowania politycznego tychże dziennikarzy w Polsce: „»kwalifikowani« dziennikarze z ostatniej aliji, którzy do przewrotu Gomułki jeśli pisali – to chyba tylko programy ideologiczne partii – potrafili wprawdzie szybko zmienić przekonania, lecz gorzej było z umiejętnością pisania. Gdy otrzymali wypowiedzenie, zmobilizowali cały świat na alarm: usuwa się ich za niezależne przekonania, za to, że nie chcieli sprzedać duszy mapajowskiemu diabłu”⁷⁴.

Wydaje się, że opinia, zawierająca w sobie wiele odniesień personalnych, nie tłumaczy rzeczywistych przyczyn zmniejszającego się nakładu „Kuriera”. Decydujące znaczenie miała niewielka przestrzeń rynku czytelniczego, kurcząca się wraz z kolejnym sukcesem asymilacyjnym, zasilającym szeregi czytelników prasy hebrajskojęzycznej. Kłopoty z utrzymaniem czytelników miał nie tylko „Kurier”, któremu przypisuje się tak wiele krytycznych opinii, ale również jego konkurent, redagowany przez zupełnie inny zespół. W wyniku rywalizacji pozycja obu tytułów słabła, wyczerpując środki finansowe (w przypadku „Nowin”) i cierpliwość (w odniesieniu do „Kuriera”) ich politycznych patronów, którzy we wrześniu 1958 r. przystąpili do negocjacji zakończonych połączeniem obu gazet i utworzeniem nowego tytułu „Nowiny i Kurier”. W ostatnim numerze „Kuriera”, 14 listopada 1958 r., pojawił się komunikat do czytelników: „Po wszechstronnym i dokładnym rozważeniu wszystkich wchodzących w rachubę okoliczności, wydawnictwo i redakcja »Kuriera« postanowiły połączyć się z drugim ukazującym się w Izraelu dziennikiem w języku polskim – »Nowinami« i ukazywać się odtąd jako jedna, zjednoczona gazeta pod nazwą »Nowiny i Kurier«”⁷⁵. Analiza polityki prasowej Mapai wyraźnie wskazuje, że decyzja ta została podjęta po skalkulowaniu kosztów politycznych i skonfrontowaniu ich z celami partii. Mapai w tym czasie wydawała co najmniej kilka deficytowych tytułów, które nie cieszyły się również popularnością wśród czytelników, utrzymując je tylko w tym celu, by nie wzmacniać konkurentów politycznych wydających prasę w tym samym obszarze językowym. Odchodząc od zasady Kitrona: „gazetę można zamknąć, ale nigdy przed wyborami”, Mapai zawarła z Partią Postępową koalicję, zanim nastąpiły wybory⁷⁶.

⁷³ Tamże.

⁷⁴ „Echo Tygodnia” 1958, nr 43, s. 5.

⁷⁵ *Do naszych czytelników*, „Kurier” 1958, nr 76, s. 1.

⁷⁶ Wybory odbyły się w listopadzie 1959 r.

„Kurier” był częścią segmentu prasy obcojęzycznej wydawanej przez Mapai, która posługiwała się nią w celu ideowego wychowania, a zarazem kształtowania opinii olim będących poza zasięgiem prasy hebrajskiej, często krytycznej wobec tej partii⁷⁷. Prasa obcojęzyczna – prezentująca niezbyt wysoki poziom, nie najlepiej zorganizowana, z dość szybko odchodzącym czytelnikiem (wszak niemal wszystkim zależało na szybkiej adaptacji społecznej, nauczaniu się hebrajskiego i wtopieniu w izraelskie społeczeństwo) – borykała się z kłopotami finansowymi. Mapai dysponowała całym zapleczem, poczynawszy od drukarni, a skończywszy na administracji, by wziąć tę prasę w „opiekę” bądź – jak w przypadku „Kuriera” – tworzyć własne tytuły w odpowiedzi na propozycje konkurentów politycznych. Politykę Mapai wobec prasy, zwłaszcza obcojęzycznej, można podsumować słowami jednego z jej późniejszych członków Gershona Agrona, redaktora „The Jerusalem Post”: „Będzie dziennik – będzie partia”.

Ze względu na publikowane treści „Kurier” można zaliczyć do prasy izraelskiej, biorąc natomiast pod uwagę nadzór właścicielski i system zarządzania opinią – trzeba go określić jako element prasy partyjnej, choć niepozbawiony odniesień do potrzeb i oczekiwań czytelników. Pismo to było próbą kompromisu między nowym – państwem żydowskim, a tym, co nowych olim z Polski wiązało z przeszłością – językiem diaspory. Okoliczności jego utworzenia były związane zarówno z polityką izraelską, problemami etnicznymi, jak i tożsamością polskich Żydów. Wydawanie prasy obcojęzycznej przez partię – choćby „Kuriera” – było jednak etapem przejściowym, miało sens wtedy, kiedy do Izraela masowo przybywali Żydzi z diaspory. W miarę postępów w procesie ich asymilacji z miejscowym społeczeństwem coraz częściej zadawano pytanie: jak z tym skończyć⁷⁸?

⁷⁷ APP, sygn. 2/26/1953/13.

⁷⁸ APP, sygn. 2/7/1968/119.

MAGDALENA SZPUNAR

Internet
in the process
of secondary
data collecting

Internet w procesie
gromadzenia danych
o charakterze
wtórnym

KEY WORDS

secondary data, data collecting process, advantages and disadvantages of secondary data, secondary data quality analysis

SŁOWA KLUCZOWE

dane wtórne, proces gromadzenia danych, zalety i wady danych wtórnych, analiza jakości danych wtórnych

ABSTRACT

Secondary data is a specific type of data as it is information from already existing sources which does not require researchers to conduct the process of initial data gathering and research. The Internet is a typical example of such a source. The article discusses the advantages and disadvantages of such data with a focus on secondary data that can be found on the Web. Additionally, the author also presents ways of assessment of such data reliability and credibility.

STRESZCZENIE

Dane wtórne stanowią specyficzny typ danych, pozwalają bowiem pozyskiwać je ze źródeł już istniejących, nie wymagając od badacza przeprowadzania badań. Coraz częściej źródłem tego typu danych staje się Internet. Artykuł rozważa zalety i wady danych wtórnych, ze szczególnym wskazaniem na dane zastane, które możemy znaleźć w Internecie. Autorka są również przedstawia również sposoby ułatwiające ocenę wiarygodności i rzetelności danych zastanych, które znajdują się w globalnej Sieci.

Wprowadzenie

Analitik, próbując udzielić odpowiedzi na pytanie określone w problematyce badawczej, może podążyć dwiema drogami. Może zrealizować własne badania, uzyskując tzw. dane pierwotne, może również skorzystać z danych zebranych przez inne osoby, korzystając w ten sposób z tzw. danych wtórnych czy, inaczej mówiąc, zastanych. Jak podaje Earl Babbie, analiza wtórna to taka forma badań, gdzie dane zebrane i przetworzone przez jednego badacza są ponownie analizowane przez innego¹. Jak podkreśla Krystyna Mazurek-Łopacińska, wybór do późniejszej analizy danych zgromadzonych, przechowywanych i przetwarzanych przez inne osoby, czyli danych z tzw. drugiej ręki, wymaga jednak umiejętności ich selekcji i redukcji². Gilbert Churchill twierdzi, że dopiero wtedy, kiedy dane wtórne (zastane) zostaną wyczerpane, gdy badacz nie odnosi z nich większych korzyści, powinien on rozpocząć proces tworzenia danych pierwotnych. Autor ten uważa, że badania sondażowe winny być podejmowane wyłącznie wówczas, gdy zostaną wykorzystane wszelkie inne możliwości; podobnie jak chirurg, który decyduje się na wykonanie zabiegu jedynie w ostateczności³. Choć trudno stawiać tutaj kategorię sądów, każdy bowiem problem badawczy wymaga innej metody czy techniki analizy, to jednak zawsze warto dokładnie przemyśleć, czy nie istnieją dane, które mogą pomóc w udzieleniu odpowiedzi na nasze pytanie badawcze.

¹ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa 2004, s. 303.

² K. Mazurek-Łopacińska, *Gromadzenie danych wtórnych*, [w:] *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*, pod red. K. Mazurek-Łopacińskiej, Warszawa 2005, s. 58.

³ G.A. Churchill, *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, Warszawa 2002, s. 250–252.

Dlaczego warto korzystać z wtórnej analizy danych?

Generalnie wyróżnia się trzy powody – natury ogólnej, metodologicznej i ekonomicznej – dla których warto korzystać z wtórnej analizy danych. Z ogólnego punktu widzenia dzięki danym zebranych w różnym czasie możemy lepiej rozumieć kontekst historyczny, opisywać i wyjaśniać zmiany. Tego typu dane pozwalają także dokonywać porównań na przykład pomiędzy narodami czy społeczeństwami. Jeżeli dysponujemy danymi rzetelnymi i dokładnymi, wówczas mamy możliwość ich replikacji, a także prowadzenia badań longitudinalnych. Wtórna analiza danych może również poprawić jakość pomiaru poprzez poszerzenie zakresu zmiennych użytych w naszym badaniu. Ostatni niezwykle istotny aspekt to koszt uzyskania takich danych. W wielu przypadkach jest on niemal zerowy lub kilkanaście, a nawet kilkadziesiąt razy mniejszy niż koszt przeprowadzenia pierwotnego badania sondażowego⁴. Ważnym kanałem w procesie gromadzenia danych wtórnych coraz częściej staje się Internet.

Dla marketingowców medium to stanowi doskonałe źródło informacji o strukturze rynku i trendach w makrootoczeniu, a także o zachowaniach mikrootoczenia, klientów czy konkurencji⁵. Naukowcom, badaczom, studentom, uczniom i innym zainteresowanym Internet ułatwia w wielu przypadkach bezpłatny dostęp do raportów badawczych. Niemal wszystkie instytuty badawcze mają w Internecie swoje witryny, m.in. CBOS (www.cbos.com.pl), TNS OBOP (www.tns-global.pl), PENTOR (www.pentor.pl), SMG/KRC (www.millwardbrown.com/sites/poland). Wiodące agencje badawcze umożliwiają subskrybentom bieżący dostęp do wielu aktualnych raportów, informując zainteresowanych o opublikowanych właśnie wynikach analiz. Wyszukiwarki na stronach instytucji i agencji badawczych pozwalają szybko i efektywnie odszukiwać interesujące nas dane statystyczne według słów kluczowych. Takie informacje znajdziemy na przykład na stronach Głównego Urzędu Statystycznego (www.stat.gov.pl), Ministerstwa Finansów (www.mf.gov.pl) czy Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (www.nauka.gov.pl). Wydawane przez GUS roczniki i inne publikacje należą do jednych z najlepszych i najpełniejszych zasobów danych statystycznych dotyczących wielu aspektów życia gospodarczego i społecznego. Za ich pomocą możemy analizować różnice między poszczególnymi regionami kraju czy Europy. Statystyki te w większości przypadków są dostosowane do standardów obowiązujących w UE, stąd możliwe jest dokonywanie analiz porównawczych. Językoznawcy dzięki internetowym forom dyskusyjnym, listom mailingowym i innym narzędziom komunikacyjnym dostępnym w tym medium mogą badać język internautów. Wiele czatów umożliwia zapis prowadzonych rozmów, dzięki czemu można je później analizować. Socjologowie mający dostęp do serwisów społecznościowych, mogą opisywać zmiany w zakresie tworzenia się i funkcjonowania społeczności, psychologowie – eksplorować blogi jako formy ekspresji i autokreacji, a kulturoznawcy – zgłębiać

⁴ Ch. Frankfort-Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań 2001, s. 322–324.

zmiany w obrębie kultury internetowej. Internet to prawdziwa kopalnia danych, a w dodatku w wielu przypadkach uzyskiwanych bezpłatnie i szybko.

Jak pozyskiwać dane z Internetu?

Najprostszym sposobem na uzyskiwanie danych z Sieci jest korzystanie z wyszukiwarek czy różnego rodzaju baz danych (np. www.polskiebazydanych.pl; www.consumerdata.pl; www.kig.pl). Dane można również czerpać z ulubionych stron polecanych przez innych za pomocą zakładek (bookmarków), jak to ma miejsce w przypadku delicious.com czy stumbleupon.com. Jest to doskonały sposób na szybkie uzyskanie dostępu do danych, w wielu bowiem przypadkach dotarcie do interesujących nas informacji w Internecie to proces żmudny, czasem zakończony niską trafnością uzyskanych wyników, a nawet kompletnym niepowodzeniem. Wyniki „pokazywane” przez wyszukiwarkę na najwyższych miejscach nierzadko nijak się mają do naszych preferencji i oczekiwań. Obecnie główną zasadą klasyfikacji zawartości tekstowej strony WWW jest ranking występowania wyrazów bądź łańcuchów znaków. Odbywa się to poprzez indeksowanie w pierwszej kolejności nagłówków strony i podnagłówków – aż po tekstową zawartość strony. Oprócz tego wiodąca wyszukiwarka stosuje tzw. *PageRank*, czyli metodę zliczania odsyłaczy (linków) do danej strony. Wartość punktów odsyłacza prowadzącego do danej strony jest tym większa, im wyższe miejsce w rankingu zajmuje strona z odsyłaczem. Jednakże powyższe metody mają swoje słabe punkty. Wystarczy, że projektant umieści linki na kilkunastu różnych stronach (różnych firm), wzajemnie prowadzące do siebie, aby *PageRank* wzrósł. Poza tym stosuje się zmianę zawartości strony w zależności od oglądającego (inaczej strona wygląda dla użytkownika, inaczej dla wyszukiwarki)⁶.

Menedżerowie, ale także zwykli konsumenci doskonale wiedzą, jak istotnym źródłem danych o przedsiębiorstwach jest Internet. Zgodnie z zasadą: jeśli nie istniejesz w Internecie – nie istniejesz w ogóle, wiele firm zdaje sobie sprawę, że ich witryna WWW w wielu przypadkach decyduje o ich sukcesie bądź klęsce. Brak jakichkolwiek informacji o danym przedsiębiorstwie w Internecie może być dla nas również istotnym sygnałem. Sprawdzając wiarygodność danej firmy, warto sięgnąć do for dyskusyjnych, gdzie nierzadko można znaleźć informacje na temat nieuczynnych praktyk prowadzonych w danej firmie czy o nieuczciwym pracodawcy, który na przykład nie wypłaca wynagrodzenia. W wielu przypadkach takie informacje okazują się bezcenne. Fora i listy dyskusyjne są ważnym źródłem danych o charakterze marketingowym. Konsumenci chwalą kupowane przez siebie produkty, ale również jasno i dobitnie wyrażają dezaprobatę, gdy produkt nie spełnił ich oczekiwań. Bagatelizowanie takich informacji byłoby lekkomyślne. Jak słusznie zauważa Magdalena Sobocińska, internetowe blogi pozwalają poznać postawy, hierarchie wartości, gusta, język i sposoby spędzania wolnego czasu przez ludzi młodych⁷. Oczywiście nie tylko młodych, choć

⁵ M. Sobocińska, *Nowe technologie gromadzenia informacji*, [w:] *Badania marketingowe...*, s. 92.

⁶ M. Szpunar, *Internet – medium informacji versus dezinformacji*, „E-Mentor” 2007, nr 2, s. 46.

z pewnością przez tę kategorię wiekową to medium jest zdominowane. Coraz częściej wiele internetowych nisz „zasiedlają” również seniorzy, którzy do niedawna stanowili kategorię niemal całkowicie wykluczoną z globalnej Sieci.

Doskonałym źródłem danych w Internecie są również archiwa prasowe, niestety w wielu przypadkach płatne. Takie archiwa prowadzą np. „Gazeta Wyborcza” (szukaj.wyborcza.pl/archiwum), „Rzeczpospolita” (www.rzeczpospolita.pl/szukaj/archiwum.pl) czy „Polityka” (www.polityka.pl/archive).

Jak korzystać z treści dostępnych w Internecie?

W przypadku korzystania z treści dostępnych w Internecie rodzą się wątpliwości, jak z nich korzystać. Czy prowadząc obserwację na czacie, wywiady w serwisie społecznościowym lub też analizę treści na forum dyskusyjnym lub blogu, należy zwrócić się do internautów o wyrażenie zgody na korzystanie z ich wypowiedzi? Czy też w związku z tym, iż informacje te są publicznie udostępniane, przy zachowaniu zasady anonimowości, nie ma konieczności zwracania się do kogokolwiek o wyrażenie zgody? Tradycyjne reguły etyczne wskazują, że badacze, którzy obserwują ludzi w miejscach publicznych, zazwyczaj nie muszą uzyskiwać od nich zgody, a badania przeprowadzane w sytuacjach, w których oczekuje się jakiegoś stopnia prywatności, takiej zgody wymagają⁸. Roger Wimmer i Joseph Dominick uważają, że jeśli prowadzimy tzw. analizę bierną, tj. wykorzystujemy treści zamieszczone na stronach internetowych, blogach czy forach dyskusyjnych, czyli witrynach dostępnych publicznie, oglądanych przez szeroką publiczność, to taki materiał można dowolnie analizować i cytować bez zgody właściciela danej witryny⁹. Wydaje się, że w tym względzie należy stosować takie same standardy etyczne jak w przypadku prowadzenia badań drogą *offline*, choć na jakiś *uzus* przyjdzie nam pewnie jeszcze poczekać. Zakładanie złej woli badaczy, których celem jest nieszanowanie praw i dóbr osoby badanej, jest błędem, choć i takie sytuacje mogą się zdarzać.

Choć trudno w cyberprzestrzeni jednoznacznie określić, co stanowi przestrzeń prywatną, a co publiczną, gdyż granice te są płynne, pomocą w rozstrzygnięciu dylematów etycznych w wypadku korzystania z treści publikowanych w Sieci mogą być poniższe pytania sformułowane przez Wimmera i Dominicka, a dotyczące forum dyskusyjnego¹⁰:

- 1) czy jest to forum dostępne dla wszystkich,
- 2) czy aby umieścić post, wymagana jest rejestracja lub hasło,
- 3) czy na stronie zawarto zastrzeżenie, że nie wolno publikować treści w niej zawartych,
- 4) czy uczestnicy spodziewają się prywatności w odniesieniu do swoich postów?

⁷ M. Sobocińska, *Nowe technologie...*, s. 94.

⁸ R.D. Wimmer, J.R. Dominick, *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008, s. 599.

⁹ Tamże, s. 115.

¹⁰ Tamże.

Jeśli analizujemy forum zamknięte, gdzie wymagana jest rejestracja uczestników, gdy dostępu do niego bronią hasła, a administratorzy danej strony wyraźnie zastrzegają, iż wykorzystywanie treści zawartych na forum jest zabronione albo wymaga specjalnej zgody, to niedotrzymywanie tych warunków jest nieetyczne. Możemy domniemywać, że uczestnicy danego forum nie życzą sobie, by ich treści w jakikolwiek sposób wykorzystywano. Jednocześnie, jak słusznie zauważają Wimmer i Dominick, brak wyraźnego zastrzeżenia dotyczącego ochrony prywatności wcale nie musi oznaczać, iż stronę należy uważać za publiczną, dopuszczającą cytowanie i analizowanie¹¹. Zawsze warto uzyskać zgodę administratora czy moderatora na korzystanie z treści tam zawartych, a jeśli to możliwe – wszystkich członków forum (oczywiście, jeśli forum nie jest bardzo liczne). Sytuacja jest o wiele mniej skomplikowana w przypadku wykorzystywania treści zawartych na blogu, gdyż jego właścicielem najczęściej jest jedna osoba.

Ograniczenia danych wtórnych

Pozyskiwanie danych wtórnych z Internetu ma swoje zalety, ale oczywiście nie jest pobawione wad. Pojawiają się tutaj problemy związane z wiarygodnością zdobytych w ten sposób informacji. David Nicholas twierdzi, iż za wiarygodne informacje w Sieci możemy uznać takie, które zostały potwierdzone w kilku źródłach, czyli jeśli kilka serwisów publikuje tę samą informację, możemy postawić hipotezę, że jest ona prawdziwa. Ten mechanizm weryfikacji nie zawsze się jednak sprawdza, gdyż np. blogerzy czy dziennikarze obywatelscy w wielu przypadkach dublują informacje, stając się sami dla siebie ich źródłem, niejako „dusząc się we własnym sosie”¹². Zbigniew Łęski i Zbigniew Wieczorek społeczność blogerów określają mianem blogosfery. Podkreślają przy tym, że może istnieć sytuacja, gdzie blogujący funkcjonują w hermetycznym świecie blogów własnych oraz swoich znajomych i oceniają świat wyłącznie na podstawie wiadomości dostarczanych przez inne blogi, nie czując potrzeby ich weryfikacji¹³.

Innym sposobem weryfikacji informacji pochodzących z Sieci jest zwrócenie uwagi na to, kto je publikuje. Jeżeli są to podmioty cieszące się autorytetem w rzeczywistości materialnej (np. www.gazeta.pl; www.rzeczpospolita.pl), zaufaniem społecznym (np. www.wosp.org.pl) lub będące znanymi osobistościami na przykład w dziedzinie nauki, wówczas pozyskiwane z ich stron dane nie powinny budzić wątpliwości. Podobnie jest z informacjami publikowanymi na internetowych stronach rządu (np. www.mf.gov.pl), parlamentu (np. www.sejm.gov.pl), instytucji edukacyjnych czy wyższych uczelni (np. www.agh.edu.pl; www.uj.edu.pl)¹⁴.

¹¹ Tamże, s. 116.

¹² M. Szpunar, *Dziennikarstwo obywatelskie w dobie Internetu*, [w:] *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, pod red. K. Grysy, Kielce 2008, s. 148.

¹³ Z. Łęski, Z. Wieczorek, *Blogosfera czy „blogosfera” – słów kilka o naturalnej sztuczności blogów*, [w:] *Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna Sieci*, pod red. M. Sokołowskiego, Elbląg 2007, s. 288.

¹⁴ Por. D. Nicholas, *Ocena potrzeb informacyjnych w dobie Internetu*, Warszawa 2001, s. 58.

Wiarygodność zgromadzonych przez nas danych mogą określać takie czynniki, jak dostępność, dokładność, aktualność, odpowiedniość (trafność), porównywalność, a także zastosowana metoda w pomiarze wtórnym¹⁵. Dane opublikowane w Sieci po pewnym czasie mogą być niedostępne. Stąd tak istotne jest podawanie daty dostępu do danej strony internetowej. Część raportów, baz danych czy całych witryn internetowych przestaje w ogóle istnieć, część po pewnym czasie bezpłatnego dostępu wprowadza wyłącznie opcję płatną. Internet cechuje wysoki stopień aktualności publikowanych informacji. Inaczej jest w przypadku tradycyjnych mediów drukowanych, gdzie dostęp do danych informacji jest późniejszy m.in. z powodu czasu trwania samego procesu druku, kolportażu itp. Internet jest medium, które „żyje” szybkim tempem. Nierzadko informacje na danej stronie są kilka, a nawet kilkanaście razy aktualizowane w ciągu dnia. Trafność pozyskanych z Internetu danych wtórnych wiąże się z odpowiedzią na pytanie, czy dotyczą one tego, co chcieliśmy analizować, i czy rzeczywiście pozwalają na rozwiązanie problemu badawczego. Dane niepełne, anonimowe, bez daty publikacji, uzyskane pierwotnie za pomocą niewiadomej metody, na nieznaną nam próbę badawczą itp. należy traktować z dużą dozą nieufności. Jeśli nie dysponujemy informacjami pozwalającymi ustalić, jak przeprowadzono badanie, jaka metoda została wybrana do badania, trudno wnioskować o zaletach i ograniczeniach uzyskanych w ten sposób danych. Ponadto warto pamiętać, że dane wtórne w wielu przypadkach mogą się stać przyczynkiem do zainicjowania badań pierwotnych. Stąd tak istotna jest ich jakość i wiarygodność, gdyż mogą zniekształcać i kierować przysze badania na niepożądany tor.

Internet jako źródło danych o użytkownikach

Pisząc o Internecie jako medium pozwalającym zbierać dane o charakterze wtórnym, nie sposób pominąć jego użytkowników. W Sieci można znaleźć można wiele informacji dotyczących internautów, ich zwyczajów, prawidłowości pomiędzy korzystaniem z Internetu przez kobiety i mężczyzn, osoby młodsze i starsze. Możliwy jest niemal bieżący audyt widowni (*site cetric*) na poszczególnych stronach WWW. W Polsce taki pomiar stale prowadzi firma Gemius (audyt.gemius.pl). Dzięki temu można poznać dane o liczbie użytkowników danej strony (*real users*), liczbie jej odsłon, średnim czasie spędzonym na niej przez danego internautę czy wreszcie dowiedzieć się, jak zachowania te się zmieniają.

¹⁵ S. Kaczmarczyk, *Badania marketingowe, metody i techniki*, Warszawa 2002, s. 164–170.

Rysunek 1. Top 10 witryn według zasięgu, dane za sierpień 2008 roku

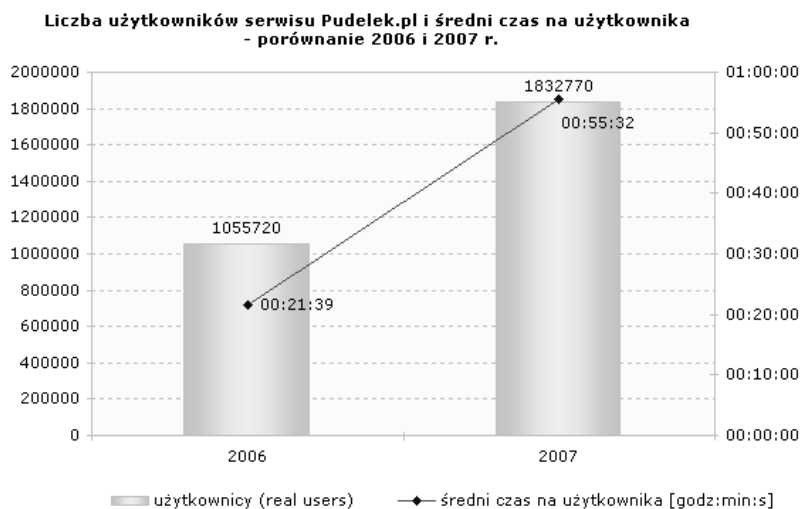
lp	witryna	użytkownicy (real users)	trend	odstony	trend
1	Google	13 052 315	▲ 0.7%	2 789 258 408	▲ 0.3%
2	Onet.pl	9 693 896	▼ 0.1%	3 264 124 424	▼ 1%
3	Wirtualna Polska	8 269 051	▼ 0.2%	2 007 623 162	▲ 1.9%
4	Allegro.pl	8 126 152	▲ 0.7%	4 092 991 927	▲ 9.4%
5	nasza-klasa.pl	7 985 445	▲ 0.7%	9 331 267 611	▲ 13.1%
6	INTERIA.PL	7 417 439	▼ 0.7%	1 095 073 971	▼ 1.7%
7	o2.pl	7 176 556	▲ 0.1%	1 003 213 590	▲ 1.1%
8	Gazeta.pl	6 980 606	▼ 0.7%	717 217 730	▲ 4.7%
9	youtube.com	6 977 248	▲ 4.3%	818 077 438	▲ 0.7%
10	wikipedia.org	5 245 329	▼ 2.9%	159 592 166	▼ 25.1%

Źródło: Badanie Megapanel PBI/Gemius, sierpień 2008, grupa: internauci w wieku 7+

Źródło: Badanie Megapanel PBI/Gemius, sierpień 2008, grupa: internauci w wieku 7+.

Warto podkreślić, że Gemius udostępnia te dane w większości przypadków nieodpłatnie. Kopalnią wiedzy o zachowaniach internautów są również publikowane przez Gemiusa raporty dotyczące korzystania z poszczególnych stron WWW, najczęściej zgrupowanych tematycznie, np. witryn o charakterze religijnym, stron o charakterze edukacyjnym czy popularności wśród internautów serwisów plotkarskich.

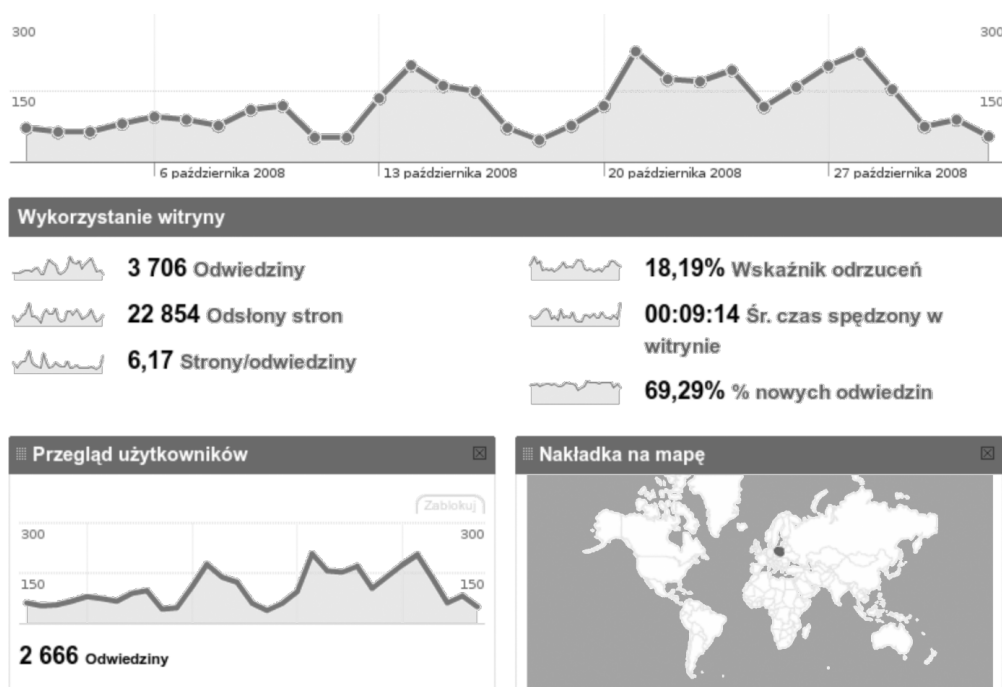
Rysunek 2. Średni czas korzystania przez użytkownika z serwisu plotkarskiego Pudelek.pl w 2006 i 2007 roku



Źródło: Megapanel PBI/Gemius, czerwiec 2006 i czerwiec 2007.

Jeżeli jesteśmy zainteresowani nie tylko anonimowymi, lecz również konkretnymi użytkownikami na przykład naszej domowej strony internetowej, warto sięgnąć do *Google Analytics*. To niewątpliwie przydatne narzędzie pozwala na ustalenie, w jaki sposób użytkownicy trafili na naszą stronę (bezpośrednio, poprzez wyszukiwarki czy poprzez inne strony), jakich przy tym poszukiwali słów, ile czasu spędzili na naszej witrynie, jaki odsetek odwiedzających stanowili użytkownicy lojalni, tj. tacy, którzy powracali na naszą witrynę, a wreszcie – skąd pochodzą, a tym samym, jakie pole pozostaje nam do zagospodarowania.

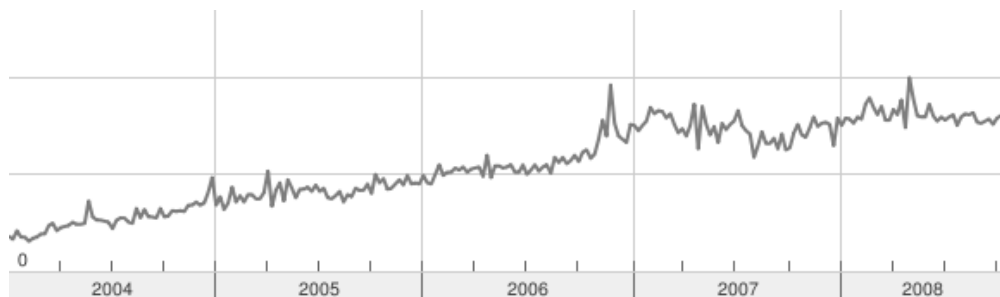
Rysunek 3. Przykładowy raport z *Google Analytics*



Źródło: www.google.com/analytics/reporting.

Statystyki danej strony internetowej (jej wyszukiwanie poprzez wpisanie adresu internetowego do wyszukiwarki) udostępnia kolejne narzędzie Google – *Google Trends* (www.google.com/trends).

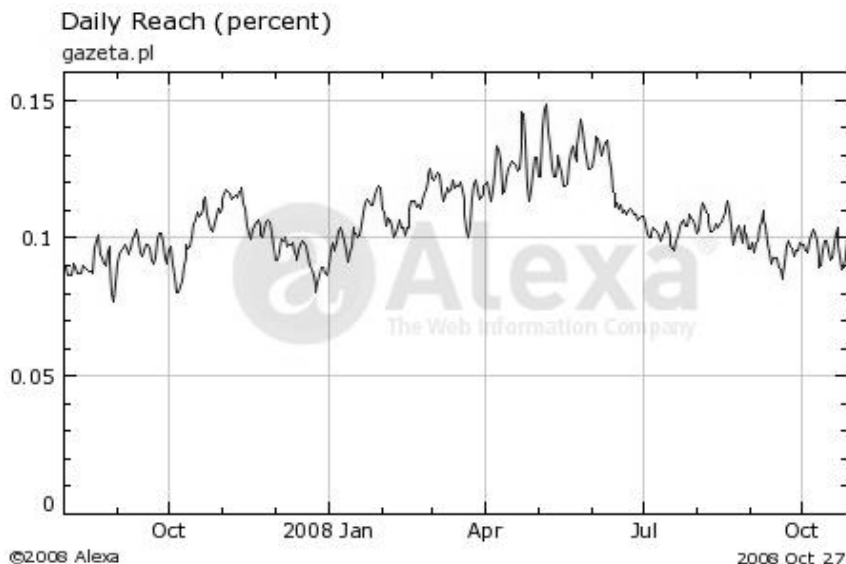
Rysunek 4. Wyszukiwania strony gazeta.pl w okresie styczeń 2004–październik 2008



Źródło: www.google.com/trends.

Pomiarem ruchu na danej witrynie zajmuje się również Alexa (www.alexa.com). Na rysunku 5. zaprezentowano ruch na portalu gazeta.pl w okresie od października 2007 do października 2008. Dzięki Alexie możemy się dowiedzieć, jak wyglądał ruch na danej stronie w przeszłości, jak prezentuje się on obecnie, a jakich tendencji możemy oczekiwać w przyszłości.

Rysunek 5. Ruch internautów na portalu gazeta.pl w okresie październik 2007 – październik 2008



Źródło: www.alexa.com.

Ze stron anglojęzycznych dotyczących badań zbiorowości internautów na szczególną uwagę zasługuje *Pew Internet & American Life Project*, gdzie poszczególne raporty badawcze zgrupowano m.in. w kategoriach: aktywność online, demografia, ewolucja Internetu, korzystanie z mediów i technologii, zdrowie, rodzina, przyjaciele & społeczność, główne wydarzenia, edukacja, praca.

Podsumowanie

Dane zastane – jak niemal każdy inny rodzaj danych – poza niewątpliwymi zaletami mają również swoje ograniczenia. Jednym z nich jest kwestia trafności. Korzystając z tego typu danych, nie mamy gwarancji, że będą one odpowiednie dla naszych celów badawczych¹⁶. Być może osoba, która przed nami je zbierała, miała takie same wątpliwości jak my, jednakże badając tę samą problematykę, można zadawać inne pytania lub inaczej je formułować. Inaczej mówiąc, dane wtórne bardzo często jedynie częściowo pomogą nam w potwierdzeniu lub odrzuceniu naszych hipotez badawczych. Problemy mogą sprawiać również dostęp do tych danych, ich selekcjonowanie i przetwarzanie. Kolejny kłopot wynika z tego, że badacz nie dysponuje wystarczającą wiedzą na temat tego, w jaki sposób dane pierwotne zostały zebrane¹⁷. Informacje o tym, jaką metodą prowadzono badania, na jakiej próbie statystycznej i jaką stosowano technikę badawczą, wiele mówią o ograniczeniach uzyskanych danych. Im osoba pracująca na podstawie danych wtórnych więcej wie na temat sposobu ich pierwotnego zebrania, tym sytuacja jest dla niej korzystniejsza. Brak tego typu informacji utrudnia rzetelną ocenę danych, a w konsekwencji proces ich analizy i opracowywania. Z pewnością warto korzystać z prawdziwej kopalni informacji, jaką jest Internet, jednakże trzeba mieć świadomość ograniczeń uzyskanych tą drogą danych, jak i danych zastanych w ogóle.

¹⁶ E. Babbie, *Badania społeczne...*, s. 304.

¹⁷ Ch. Frankfort-Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze...*, s. 325.

REPORTS AND INFORMATION | SPRAWOZDANIA I INFORMACJE

MICHALINA RUTKA

Sprawozdanie z I Ogólnopolskiej Konferencji
Naukowej

„Media – Biznes – Kultura. Pomorze 2008”

Sopot, 16–17 października 2008

Report from the 1st National Academic Conference
“Media – Business – Culture.
Pomerania 2008”

Sopot, October 16–17, 2008

16–17 października 2008 r. odbyła się ogólnopolska sesja naukowa poświęcona mediom oraz ich powiązaniom ze światem biznesu i kultury. Jej organizatorem był kierunek Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna Instytutu Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego. Dla istniejącego zaledwie dwa lata kierunku był to debiut w roli organizatora i gospodarza.

Powołane przez kierownika kierunku prof. Wiktora Peplińskiego komitety – naukowy w składzie: prof. Jolanta Maćkiewicz, dr hab. Józef Majewski, prof. Wiktor Pepliński oraz organizacyjny pod kierunkiem dra Jana Krefta – czuwały zarówno nad stroną merytoryczną, jak i techniczną przedsięwzięcia.

Całość została zorganizowana w Sopocie, w nowoczesnym gmachu konferencyjno-dydaktycznym należącym do Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, który na tę okazję udostępnił aulę i dwie sale wykładowe, wszystkie wyposażone w sprzęt multimedialny. Patronat honorowy objął Urząd Miasta Sopotu, a mecenasem konferencji była firma Energa-Operator SA, z siedzibą w Gdańsku, dzięki której można było stworzyć komfortową oprawę, jaka towarzyszyła konferencji.

Motywy przewodnim sesji była interdyscyplinarność dziennikarstwa, które jako dziedzina praktyczna obejmująca swym zasięgiem wszystkie sfery życia człowieka doczekało się także refleksji teoretycznej. Zamiarem organizatorów było stworzenie platformy umożliwiającej nawiązanie dyskusji przez wszystkich, którzy identyfikują się z ogólnym pojęciem „ludzie mediów”, a więc zarówno teoretyków – medioznawców, jak i praktyków – dziennikarzy i biznesmenów. Dlatego też sesja naukowa została opatrzona hasłem „Media – Biznes – Kultura”. Akcent regionalny, „Pomorze”, miał przypominać także o konieczności mówienia o mediach lokalnych oraz zwrócić uwagę gości na specyfikę pomorskiego rynku medialnego.

Zdaniem czuwającego nad całością przedsięwzięcia prof. Wiktora Peplińskiego taka szeroka perspektywa umożliwiła rzetelną i pogłębioną refleksję nad dynamicznie zmieniającym się światem mediów. O jej potrzebie najlepiej świadczy fakt, iż sesja spotkała się z bardzo dużym zainteresowaniem wszystkich środowisk: akademickiego, dziennikarskiego (w tym dziennikarzy lokalnych) i biznesowego, spośród których to pierwsze stanowiło najliczniejszą grupę uczestników i prelegentów. Warto podkreślić, że wzięli w niej udział wybitni polscy medioznawcy, m.in. prof. Janusz Adamowski, prof. Marek Jabłonowski, prof. Jacek Sobczak, dr hab. Bogusław Nierenberg, dr Zbigniew Bajka.

Uczestnicy konferencji mogli wysłuchać prawie 40 referatów wygłoszonych podczas dwóch sesji plenarnych oraz czterech paneli tematycznych.

16 października odbyły się dwie sesje, a następnie dwa równocześnie trwające panele tematyczne. Pierwszą sesję plenarną otworzył organizator i pomysłodawca konferencji prof. Wiktor Pepliński, który po uroczystym przywitaniu wszystkich przybyłych gości, wygłosił wykład poświęcony współczesnym problemom pomorskiego i trójmiejskiego rynku medialnego. Następnie prof. Jacek Sobczak z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu poruszył zagadnienia związane z polskim prawem prasowym. Kwestię etyki dziennikarskiej podjął w swoim wystąpieniu prof. Jerzy Jastrzębski z Uniwersytetu Wrocławskiego.

Drugą sesję plenarną rozpoczął wykład prof. zw. dr hab. Elżbiety Laskowskiej z Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy zatytułowany *Typy replikowania we współczesnym dyskursie medialnym*. Dwa kolejne referaty dotyczyły relacji między światem mediów a biznesem i reklamą. Pierwszy – poświęcony wzajemnym zależnościom między reklamą i mediami – wygłosił dr hab. Michał Gajlewicz z Uniwersytetu Warszawskiego, a drugi – na temat roli, jaką pełnią biznes i technika w cywilizacji medialnej – dr Zbigniew Bajka z Uniwersytetu Jagiellońskiego. Bardzo duże zainteresowanie wzbudziło także wystąpienie przedstawiciela Urzędu Miasta Sopotu, wiceprezydenta Wojciecha Fułka, który barwnie opowiedział historię miasta już wcześniej będącego gospodarzem wielu medialnych wydarzeń.

W godzinach popołudniowych odbyły się panele tematyczne. Pierwszy z nich zatytułowany „Język współczesnych mediów i reklamy medialnej” poprowadzili wspólnie prof. Jolanta Maćkiewicz z Uniwersytetu Gdańskiego oraz prof. Wiktor Pepliński.

ski. Referat prof. Maćkiewicz *Narodziny polskiego języka tabloidów. Casus: „Wieczór Wybrzeża”* wzbudził żywe zainteresowanie słuchaczy, wśród których znaleźli się również dziennikarze – byli pracownicy gazety. Następni prelegenci poruszyli różnorodne tematy związane m.in. z językiem reklamy i wypowiedzi dziennikarskich, z rolą sondaży w mediach, kwestią tożsamości medialnej, komercjalizacją i misją mediów publicznych, a także znaczeniem tzw. nowych mediów.

Równocześnie odbywał się panel zatytułowany „Etyczne i prawne uwarunkowania współczesnego rynku mediów”, który poprowadził dr hab. Józef Majewski. Także ten panel pozwalał uczestnikom na zaprezentowanie bardzo szerokiego spektrum tematycznego od pojawiających się wciąż problemów prawnych, jak kwestie wolności słowa, sumienia i wyznania w prawie europejskim oraz prawne uwarunkowania zjawiska *product placement*, aż po konsekwencje etyczne tabloidyzacji mediów oraz kreowanie tzw. faktów medialnych. Duże zainteresowanie wzbudził referat ks. dra Andrzeja Draguły z Uniwersytetu Szczecińskiego poświęcony relacjom między religią a reklamą.

Drugiego dnia odbyły się dwa panele tematyczne poświęcone relacjom między biznesem a mediami oraz historii mediów. Pierwszy zatytułowany „Media a biznes”, który wzbudził największe, co zrozumiałe, zainteresowanie wśród przedstawicieli świata biznesu, poprowadził dr Janusz Kreft (UG), a jego referat *Strategia marketingowa „Gazety Wyborczej” 2000–2008* wywołał ożywioną dyskusję. Prezentowane w trakcie panelu wystąpienia poruszały zagadnienia relacji między mediami a działaniami o charakterze public relations, a także problemy związane ze zmianami, jakie w funkcjonowaniu medialnego biznesu przyniosła cyfrowa rewolucja.

Równocześnie odbywał się panel „Współczesne i historyczne uwarunkowania polskiego rynku medialnego w skali kraju i regionu” prowadzony przez prof. Wiktora Peplińskiego. Podczas trwania tej części konferencji uczestnicy także mieli okazję wysłuchać różnorodnych prezentacji: od historycznych rozważań dotyczących „Gazety Grudziądzkiej” czy „Robotnika Wybrzeża”, poprzez kwestie związane z propagandą, do refleksji nad prasą drugiego obiegu. W części historycznej nie zabrakło także akcentu regionalnego poświęconego funkcjonowaniu wydawnictw w dawnych Prusach Zachodnich; temat ten przedstawił dr hab. Andrzej Romanow. Prelegenci poruszali również zagadnienia metodologiczne związane z wykorzystywaniem nowych mediów w badaniach prasoznawczych, jak i problemy współczesne dotyczące dominacji kultury obrazkowej i coraz większego rozpowszechniania mediów elektronicznych.

Konferencja zakończyła się sesją podsumowującą, podczas której prof. Wiktor Pepliński w imieniu organizatorów podziękował gościom za ich cenny wkład w przebieg dyskusji, podkreślając wysoki poziom merytoryczny wygłoszonych referatów.

Zamiarem organizatorów jest, aby konferencja „Media – Biznes – Kultura” weszła na stałe do harmonogramu prac kierunku Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej oraz by wysokim poziomem merytorycznym i organizacyjnym zyskiwała z roku na rok coraz większą renomę w środowisku akademickim, a także w świecie biznesu i mediów.

Referaty wygłoszone w czasie konferencji

Sesje plenarne

1. Prof. zw. dr hab. Wiktor Pepliński (Uniwersytet Gdański), *Dylematy współczesnego rynku medialnego w Trójmieście i na Pomorzu*.
2. Prof. zw. dr hab. Jacek Sobczak (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Poznań), *Prawo prasowe na rozstajach dróg*.
3. Prof. zw. dr hab. Jerzy Jastrzębski (Uniwersytet Wrocławski), *Etyka na sprzedaż, czyli kodeksy dziennikarskie na medialnym rynku*.
4. Prof. zw. dr hab. Elżbieta Laskowska (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz), *O niemodelowych sposobach replikowania w dyskursie medialnym*.
5. Dr hab. Michał Gajlewicz (Uniwersytet Warszawski), *Reklama a media. Zależności wzajemne*.
6. Dr Zbigniew Bajka (Uniwersytet Jagielloński), *Rola techniki i biznesu w dziejach cywilizacji medialnej*.
7. Mgr Wojciech Fułek (wiceprezydent Sopotu), *Sopot na starej fotografii*.

Panel: „Język współczesnych mediów i reklamy medialnej”

8. Prof. zw. dr hab. Jolanta Maćkiewicz (Uniwersytet Gdański), *Narodziny polskiego języka tabloidów. Casus: „Wieczór Wybrzeża”*.
9. Dr Maria Ryłko-Kurpiewska (Uniwersytet Gdański), *Między zagadką a reklamą*.
10. Mgr Michalina Rutka (Uniwersytet Gdański), *Samopomoc w sieci. Formy wzajemnego wsparcia użytkowników internetowego forum dyskusyjnego*.
11. Prof. dr hab. Mirosław Szreder (Uniwersytet Gdański), *Rola i prezentacja sondaży w mediach*.
12. Dr hab. Bogusław Nierenberg (Uniwersytet Jagielloński), *Między misją a komercją, czyli zarządzanie publicznym przedsiębiorstwem*.
13. Dr Tomasz Wanat (Akademia Ekonomiczna, Poznań), *Informacje niezrozumiałe w reklamie a ocena reklamowanego produktu*.
14. Mgr Sylwia Galanciak (Uniwersytet Warszawski), *Wydarzenie medialne jako źródło społecznej tożsamości*.
15. Dr Grzegorz Krzykowski (Uniwersytet Gdański), *Uwagi o precyzji w wypowiedzi dziennikarskiej*.

Panel: „Etyczne i prawne uwarunkowania współczesnego rynku mediów”

16. Dr Witold Sobczak (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Poznań), *Wolność słowa a wolność sumienia i wyznania w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Praw Człowieka*.
17. Ks. dr Andrzej Draguła (Uniwersytet Szczeciński), *Religia w reklamie. Czy istnieje bluźnierstwo ikoniczne?*
18. Prof. UG dr hab. Józef Majewski (Uniwersytet Gdański), *Informacja czy infotainment? Etyczno-dziennikarskie aspekty tabloidyacji mediów informacyjnych*.

19. Prof. UG dr hab. Zbigniew Treppa (Uniwersytet Gdański), *Czy fotografia może być narzędziem kłamstwa? Mity i fakty medialne.*
20. Dr Agnieszka Hess (Uniwersytet Jagielloński), *Korupcja jako fakt medialny. Czy demaskatorska funkcja mediów wzmacnia demokrację w Polsce?*
21. Dr Karina Stasiuk (Uniwersytet Wrocławski), *Etyka media relations.*
22. Dr Maria Łoszevska-Ołowska (Uniwersytet Warszawski), *Status prawny product placement.*

Panel: „Media a biznes”

23. Dr Joanna Gomoliszek (Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń), *Tradycja czy nowoczesność: którą drogę wybiorą studenckie periodyki?*
24. Dr Małgorzata Łosiewicz (Uniwersytet Gdański), *Relacje między mediami i public relations na podstawie badań przedsiębiorstw województwa pomorskiego.*
25. Mgr Anna Anetta Janowska (Szkoła Główna Handlowa, Warszawa), *Muzyka a biznes. Nowe modele biznesowe w sektorze fonograficznym po rewolucji cyfrowej.*
26. Dr Jan Kreft (Uniwersytet Gdański), *Strategia marketingowa „Gazety Wyborczej” 2000–2008.*
26. Mec. Krzysztof Gotkowicz, *Standard szczególnej staranności i rzetelności dziennikarskiej w rozumieniu przepisów ustawy Prawo prasowe.*

Panel: „Współczesne i historyczne uwarunkowania polskiego rynku medialnego w skali kraju i regionu”

27. Prof. UG dr hab. Bogdan Chrzanowski (Uniwersytet Gdański), *„Robotnik Wybrzeża” (1979–1980).*
28. Prof. UG dr hab. Andrzej Romanow (Uniwersytet Gdański), *Ekonomiczne podstawy funkcjonowania przedsięwzięć prasowo-wydawniczych w Prusach Zachodnich na przełomie XIX i XX wieku.*
29. Dr Tomasz Krzemiński (Polska Akademia Nauk), *„Gazeta Grudziądzka” – obrońcy ludu czy narzędzie ambitnego wydawcy?*
30. Dr Ryszard Filar (Uniwersytet Jagielloński), *Polskie gazety i czasopisma w otoczeniu starych i nowych mediów elektronicznych.*
31. Mgr Katarzyna Gajlewicz (Uniwersytet Warszawski), *Inwazja kultury obrazkowej w prasie polskiej.*
32. Dr Janusz Sikora (Uniwersytet Gdański), *Centralna Agencja Polska w Lozannie. Działalność informacyjna Polaków w Szwajcarii w czasie I wojny światowej.*
33. Dr Jacek Wojsław (Uniwersytet Gdański), *Plakat o tematyce morskiej instrumentem indoktrynacji społeczeństwa polskiego w latach PRL (1944–1989).*
34. Dr Robert Stopikowski (Uniwersytet Gdański), *Możliwości wykorzystania archiwów internetowych prasy polskiej w badaniach prasoznawczych.*
35. Mgr Konrad Knoch (Gdańskie Szkoły Autonomiczne), *Znaczenie prasy drugiego obiegu w rozwoju ugrupowań politycznych.*

ŁUKASZ PRZYBYSZ

Kryzys finansowy – debata o roli public relations

Sprawozdanie z pierwszej konferencji z cyklu
„Debaty PR”
Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu
Warszawskiego

Warszawa, 20 lutego 2009

Financial crisis – the debate on the role of public relations

Report from the first conference
Institute of Journalism, Warsaw University

Warsaw, February 20, 2009

Pierwsze spotkanie z cyklu „Debaty PR” odbyło się na Uniwersytecie Warszawskim 20 lutego 2009 r. Konferencja *Kryzys finansowy – debata o roli public relations*, na którą złożyły się dwa panele, została zorganizowana przez Międzyzakładową Pracownię Marketingu Medialnego i Public Relations Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Jej kierownik – prof. dr hab. Jerzy Olędzki – w przemówieniu inauguracyjnym przybliżył genezę cyklu „Debaty PR”. Pomysł zrodził się na kierowanym przez profesora seminarium doktorskim i zakładał organizację uniwersyteckich spotkań akademików i praktyków public relations w celu prowadzenia dyskusji nad kondycją PR w Polsce i na świecie. Stąd też patronat nad „Debatami PR” objęły takie zrzesze-

nia ogólnopolskie, jak: Fundacja Internet PR, NewsLine.pl, Związek Firm Public Relations, Polskie Stowarzyszenie Public Relations oraz Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej.

Pierwszą z debat poświęcono kryzysowi światowemu, a w szczególności roli i odpowiedzialności public relations w jego narastaniu i łagodzeniu. Wprowadzenie prof. Olędzkiego przybliżyło tematykę konferencji, a przygotowana prezentacja multimedialna oraz szereg postawionych na wstępie pytań dały podstawę do dyskusji nad rolą banków, komunikacji, public relations, analityków finansowych oraz mediów w przebiegu kryzysu. Co więcej, skłoniły do głębszej refleksji nad sposobami wyjścia z niego i znaczeniem w tym procesie komunikacji, a w szczególności PR. Padło pytanie, czy można było uniknąć takiego rozmiaru kryzysu, gdyby specjaliści public relations wcześniej zauważyli jego symptomy? Prof. Olędzki zachęcił również uczestników konferencji do zastanowienia się nad miejscem PR w strukturze przedsiębiorstwa i udziałem w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi. Zwrócił także uwagę na kwestię współczesnej komunikacji finansowej i podał w wątpliwość jej obecne funkcje i sposób prowadzenia. Poruszył też problem roli mediów w dzisiejszej sytuacji. Swoje wprowadzenie podsumował kluczowym dla debaty pytaniem: czy ten kryzys świadczy także o kryzysie public relations i dziennikarstwa?

Pierwszy panel dyskusyjny – zatytułowany *Źródła kryzysu finansowego* – poprowadził dr Michał Macierzyński (Instytut Dziennikarstwa UW). Do udziału zaproszono Marcina Roszkowskiego (Narodowy Bank Polski), Roberta Morenia (Bank Pekao SA) oraz Annę Krajewską (NBS Public Relations).

We wstępie dr Macierzyński przybliżył genezę kryzysu światowego i zachęcił panelistów do dyskusji na temat jego źródeł.

Krajewska zwróciła uwagę na kwestie społeczeństwa konsumpcyjnego oraz zaciąganych masowo kredytów. Posłużyła się określeniem „chciwość” w stosunku zarówno do społeczeństwa, jak i bankowców chcących coraz więcej zarabiać na kredytach i innych instrumentach finansowych, doprowadzając światową gospodarkę do kryzysu. „Myślę, że z tego kryzysu nie podniesiemy się prędko” – stwierdziła. „Cały świat musi zrobić zwrot do rzeczywistości i będziemy musieli odchorować chciwość i rozbuchane życie na kredyt” – dodała. Wyraziła jednak nadzieję, że w Polsce sytuacja nie jest tak dramatyczna jak na zachodzie Europy i w USA, ponieważ „myśmy mniej żyli na kredyt”.

Moreń podkreślił kluczową rolę banków w doprowadzeniu do kryzysu, ale zaznaczył, że chodzi tu przede wszystkim o banki północnoamerykańskie. Wskazał trzy grupy przyczyn kryzysu. Po pierwsze – instytucjonalne, czyli banki z instytucji użyteczności publicznej stały się miejscami gry rynkowej. Po drugie – moralne, czyli obrót przez banki długiem prowadził do powstania swoistej piramidy finansowej i dezinformacji. Po trzecie – dotyczące bezpośrednio ekonomistów, czyli celowe działania mające wzbudzić złudne wrażenie stabilności. Moreń zaznaczył również, że banki oferowały opcje walutowe klientom indywidualnym, nie informując ich o szczegółach i ewentualnych konsekwencjach.

Roszkowski poproszony o zdefiniowanie obecnej sytuacji finansowej, złożył wszystko na karb chciwości i „sprzedawania przez media i PR zbyt optymistycznego obrazu rzeczywistości”. Jego zdaniem informacje zarówno ze strony instytucji finansowych, jak i mediów czy wreszcie rządu były zaciemnione i pogłębiały chaos. „Myślę, że to chciwość, brak realnej wiedzy i wykorzystywanie sytuacji do doraźnych interesów” – podsumował.

Krajewska krytycznie odniosła się zarówno do specjalistów od komunikowania w instytucjach finansowych, jak i całej branży public relations. Stwierdziła, że na polu finansów PR polegał na zachwalaniu własnej instytucji, a przez to zatraceniu jego podstawowej funkcji – rzetelnego komunikowania. „Relacja nie polega na tym, że wfluścimy komuś do głowy wypracowane w zaciszu gabinetu przesłania” – podkreśliła. Zwróciła również uwagę, że miejsce specjalisty od public relations jest w zarządzie firmy, a nie w dziale marketingu, a komunikowanie jest częścią filozofii zarządzania. Dodała, że nie może być tak, by zarząd podejmował decyzje, a PR-owcom kazał jedynie sprzedawać je społeczeństwu.

W pierwszym panelu zabrał także głos znany z ekonomicznych programów dziennikarz telewizyjny i radiowy Tadeusz Mosh (TVP Info, ToK FM). Wyjaśnił, że w Polsce nie można mówić o kryzysie gospodarczym, a jedynie o spowolnieniu gospodarki czy też o recesji. Kryzys dotknął dotąd rynki akcji i walut. Podkreślił, że jest to normalny cykl koniunkturalny, który zakończy się, „gdy rynki papierów wartościowych spadną do poziomu realnego pieniądza”. Dociekając źródeł kryzysu, Mosh potwierdził słowa Roszkowskiego o chciwości instytucji finansowych i ludzi, ale szczególnie zaakcentował brak edukacji społeczeństwa. Z jednej strony do obecnej sytuacji doprowadziły spekulacje instytucji finansowych, ale z drugiej nie mniej ważne były zachowania konsumenckie. Według Mosza 90% nabywców akcji, walut itp. wchodzi na rynek w najmniej odpowiednim czasie, co powoduje nagłe odbicie rynku w kierunku przeciwnym.

Głos do dyskusji dołożył zajmujący się finansami międzynarodowymi prof. Sławomir Bukowski (Politechnika Radomska), zrzucając część odpowiedzialności za kryzys na media, a w szczególności za dominujące w nich negatywne informacje o sytuacji finansowej na świecie i w Polsce. Winą po części obarczył też polityków, którzy wypowiadają się w mediach, nie dysponując wiedzą finansową, czym pogłębiają chaos informacyjny. Na koniec prof. Bukowski podkreślił, że przez niedokształcenie w dziedzinie ekonomii sami konsumenci prowadzą do kryzysu, podejmując ryzykowne decyzje. Nie wskazał jednak personalnie grup odpowiedzialnych za, jak to określił, recesję. Zauważył, że jako cykl koniunkturalny musiała nadejść, a zbyt silny interwencjonizm państwowy ją tylko przyspieszył.

Dyskusję zakończył Moreń stwierdzeniem, że w czasie wzrostu instytucje wpływające na rzeczywistość ekonomiczną nie wykazały odpowiedzialności za swoje decyzje i wypowiedzi. Media dla lepiej sprzedających się negatywnych informacji szukały błędów i rozwijały gospodarcze dziennikarstwo śledcze, prowokując samospełniającą się przepowiednię. W przyszłości, zdaniem Morenia, najważniejsze będzie zaufanie

i współpraca instytucji finansowych z klientami: „Kiedyś liczyła się chciwość, a teraz idziemy w kierunku bezpieczeństwa”.

Głosami z sali podsumowano dyskusję, stawiając na edukację społeczeństwa, by po pierwsze – wyjść z recesji, a po drugie – uniknąć załamania w przyszłości poprzez podejmowanie decyzji świadomych i bezpiecznych. Moreń podał w wątpliwość zajmowanie się instytucji finansowych edukacją gospodarczą. Jest to zadanie – według prelegenta – placówek naukowych i mediów specjalistycznych. Mosz przypomniał natomiast, że odpowiedzialni za dezinformację są analitycy finansowi i media. Krajewska zwróciła uwagę, że zarówno PR-owcy, jak i – w szczególności – rząd powinni mieć zaplanowaną na wiele lat finansową politykę informacyjną prowadzącą do polepszania procesu komunikowania z otoczeniem. To samo zadanie dotyczy działań komunikacji w bankach. Szafują one pojęciem CSR, a odpowiedzialny biznes w finansach jest filozofią zarządzania, a nie produktem na sprzedaż.

Drugi panel dyskusyjny – zatytułowany *Czy public relations mogło i może pomóc w łagodzeniu kryzysu finansowego?* – poprowadził dr Wojciech Jabłoński (Instytut Dziennikarstwa UW). Do udziału zaproszono specjalistów praktyków public relations: Pawła Trochimiuka (Związek Firm Public Relations oraz Partners of Promotion), Sebastiana Łuczaka (Polskie Stowarzyszenie Public Relations) i Marka Wróbla (Fundacja Internet PR oraz Neuron Agencja PR), a także redaktora Tadeusza Mosza.

Dr Jabłoński rozpoczął dyskusję od wyrażenia wątpliwości, czy rzeczywiście przyczynami kryzysu były chciwość i brak edukacji. Swych gości zapytał, jak odbudować zaufanie oraz kogo i jak edukować w czasach, gdy już wszystkie wartości upadły? Podkreślił rolę mediów i PR-owców w kształtowaniu kryzysu. „Jeśli media mówią, że jest kryzys, to jest kryzys” – podsumował. Nie uda się – według niego – w obecnej sytuacji wytłumaczyć ludziom, zwłaszcza tym, którzy zaciągnęli kredyty i będą musieli je spłacać przez całe życie, że kryzys czy recesja są zjawiskami normalnymi i koniunkturalnymi. W konsekwencji, należałoby zadać pytanie o odpowiedzialnych za kryzys.

Łuczak przypomniał, że o obecnym kryzysie mówił po raz pierwszy już w 2007 roku austriacki analityk finansowy Peter Schiff, przewidując, że zacznie się on w Stanach Zjednoczonych w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy. Zaznaczył przy tym, że media nie chciały ani słuchać, ani cytować osób wieszczących kryzys, m.in. specjalistów public relations. Zgodził się z przedmówcą, że chciwość nie była jedną z przyczyn załamania finansowego. Wyraził ponadto opinię o... pozytywnych aspektach kryzysu. „Od czasu do czasu gospodarce taka sytuacja jest potrzebna” – podkreślił.

Mosz wspominał o spotkaniu z pracownikami Pekao SA pod koniec 2007 roku, na którym ostrzegał przed nadchodzącym załamaniem rynku finansowego, głosząc później ten pogląd również publicznie. Wywołało to dyskusję nad postawą dziennikarzy ekonomicznych. Łuczak podkreślił, że inni redaktorzy nie wypowiadali się podobnie jak Mosz, ponieważ „trzeba mieć odwagę, żeby iść pod prąd”, a ówczesnie panował trend wzrostowy. Trochimiuk przytoczył przykład mylenia przez dziennikarzy

podstawowych instrumentów i prawideł finansowych. Dodał, iż dwuletnie szkolenia medialne prowadzone przez specjalistów public relations przyczyniły się do poprawy sytuacji. Wróbel zapytał natomiast, dlaczego nikt nie słuchał osób przewidujących kryzys, co mogłoby pomóc w zwiększeniu ostrożności w podejmowaniu decyzji ekonomicznych. Według niego w interesie banków leżało udzielanie kredytów, stąd komentatorzy i specjaliści od komunikowania namawiali do takich decyzji. Media również na tym korzystały, bo napędzało to ich biznes.

Opinie obu panelistów ożywiły dyskusję o zachowaniach zarówno analityków, jak i szefów instytucji finansowych, którzy – według Mosza – mimo wiedzy o niebezpieczeństwie, trwali przy swoich decyzjach, nie chcąc stracić klientów, lecz nadal zarabiać. Zresztą „tak robili wszyscy”, a nawet sam Warren Buffett kilka miesięcy przed kryzysem zachęcał do kupna akcji. Przypomniał o tym Sebastian Łuczak, twierdząc: „Nie jestem pewien, czy dziś na siłę trzeba zamykać ten kryzys”. Dodał, że ci, którzy umiają zarządzać, lepiej wyjdą z sytuacji kryzysowej, w której znaleźli się w wyniku cyklu koniunkturalnego. Podał również w wątpliwość opinię Jabłońskiego o istnieniu interesu społecznego, co ten kontrargumentował istnieniem raczej interesów jednostkowych. Łuczak jednak wyraził pogląd, że: „Jeśli wszystkim zależało, żeby było więcej kredytów i konsumpcji, to był to interes społeczny”. Dodał również, że główną przyczyną obecnego kryzysu jest spadek zaufania.

Do tego ostatniego problemu odniósł się Trochimiuk, mówiąc, że PR jest podstawowym instrumentem odbudowywania zaufania. „Nikt lepiej nie złagodzi skutków kryzysu, jak ci, którzy do niego doprowadzili” – dodał. Podkreślił, że PR – traktowany jako komunikacja czysto marketingowa – doprowadził do rozbuchanej konsumpcji, a w konsekwencji i kryzysu. Firmy w swoich planach komunikacyjnych łagodzenia kryzysu powinny brać pod uwagę działania prospołeczne, ponieważ dotyczą one ich klientów. Właśnie szeroka edukacja przyczynia się do odbudowania zaufania, a tym samym osłabiania skutków recesji. Wróbel, odnosząc się do tej tezy, zaznaczył, iż w czasie wzrostu koniunktury PR-owcy wzmacniali pozytywne wizerunki instytucji finansowych, „bo w takiej roli postawił ich chlebodawca. Instytucje zarobiły, a teraz PR-owcy mają za zadanie sprawić, by ludzie byli zadowoleni”. PR-owcy nie są arbitrami między pracodawcami a odbiorcami, lecz adwokatami macierzystych instytucji. Jak jednak sceptycznie nastawione społeczeństwo przekonać do choćby neutralnego odbioru obecnej sytuacji i traktowania banku jako instytucji zaufania publicznego? Trochimiuk powtórzył, że PR może pomóc w łagodzeniu sytuacji, dodał jednak, że za obecny kształt kryzysu odpowiedzialne są media.

Przeciw szukaniu winnych zaprotestował Mosz, powtarzając, że kryzys to naturalna faza koniunktury i „musi się wykrwawić”. Według niego zarówno PR-owcy, jak i dziennikarze nie mają wystarczającej wiedzy o finansach, by przekazywać rzetelne informacje. Nie komunikowali więc społeczeństwu, jak racjonalnie zachować się w obliczu zagrożenia. Receptą na to jest edukacja. Wróbel dodał, że public relations sprzedawał odbiorcom niebezpieczne produkty, jednak zastanawiał się, gdzie w tym czasie

były media z ich funkcją kontrolną. Odnosząc się do tego, red. Mosz stwierdził, że w ekonomii zawsze ktoś zyskuje, ktoś traci.

Dyskusja panelowa nie przyniosła jednoznacznego rozwiązania. Jej uczestnicy różnie postrzegali kryzys i mieli odmienne opinie o jego przyczynach i skutkach.

Z sali padły pytania dotyczące kwestii wykorzystywania sytuacji kryzysowej przez branżę public relations. Na zarzut odpowiedział Trochimiuk, zaznaczając kategorycznie, że firmy PR na kryzysie nie korzystają i nie miały w nim interesu. Z kolei według Wróbla kryzys – mimo cięć budżetowych – nie dotknie tak mocno branży PR, jak reklamy, marketingu czy badań. Łuczak był jeszcze innego zdania i stwierdził, że „public relations odczuje oszczędności”. Ci jednak, którzy redukują budżety na PR, do czasu kolejnego kryzysu nauczą się, że wygrywa strategia, a nie taktyka. Mosz przyszłość widzi czarno i uważa, że prezesi się nie nauczą i kolejny kryzys będzie nie mniejszy od obecnego.

Znany specjalista public relations Piotr Czarnowski (First Public Relations) podsumował rozważania panelistów, mówiąc, że wszyscy jesteśmy winni tego, co się wydarzyło i wydarzy. Dzieje się tak, ponieważ Polska nie ma programu zarządzania kryzysem. Ponadto jesteśmy niedoinformowani, bo nikt nie mówił o zbliżającej się recesji: ani media, ani analitycy, ekonomiści czy członkowie rządu. Dziennikarzy i specjalistów public relations instytucji finansowych łączy wspólne zadanie – edukowanie w dziedzinie ekonomii: „Im więcej instytucje finansowe włożą w edukację, tym bardziej świadomego mają klienta i więcej w przyszłości mogą zarobić” – dodał. Paneliści zgodzili się, że PR odgrywa ważną rolę w kształceniu, jednak dotychczasowe kampanie edukacyjne dotyczyły inicjatyw społecznych czy bezpieczeństwa, a nie finansów.

Podsumowania całej debaty dokonał prof. Olędzki. Dziękując gościom, nawiązał do pytań, które stanowiły oś dyskusji: „Ja nie kojarzę PR-u tylko z biznesem, public relations to kształtowanie postaw, a nie zarabianie pieniędzy”. Profesor wyraził nadzieję na kolejne debaty o specyfice współczesnego PR. Zakończył wyraźnym stwierdzeniem, że uniwersytet jest miejscem, w którym można i należy się zastanawiać nad kształtem i kondycją tej branży.

Treść wystąpień i przebieg obu debat panelowych ukażą się wkrótce w publikacji książkowej. Pierwsza sesja z cyklu „Debaty PR” ukazała, jak niejednolite jest postrzeganie kryzysu przez różne środowiska w nim uczestniczące. Dyskusja ujawniła szerokie spektrum opinii na temat przyczyn recesji i odpowiedzialności za sytuację kryzysową. Drugi panel, choć burzliwszy od pierwszego, przyniósł bardziej zbliżone odpowiedzi na pytanie dotyczące sposobów wychodzenia z kryzysu i zapobiegania tak dotkliwym jego skutkom w przyszłości. Paneliści zwrócili uwagę na potrzebę społecznej edukacji, w czym nieodzowne jest komunikowanie, a więc public relations. Ponadto doszli do wniosku, że kluczową w tym rolę odegrają instytucje finansowe i media. A zatem, wspólne działanie mediów, public relations i finansów może przynieść pozytywne skutki dla gospodarki i społeczeństwa.

Wykaz paneli

Panel pierwszy: *Źródła kryzysu finansowego*

- przewodniczący: dr Michał Macierzyński (Uniwersytet Warszawski),
- uczestnicy: Marcin Roszkowski (Narodowy Bank Polski), Robert Moreń (Bank Pekao SA), Anna Krajewska (NBS Public Relations).

Panel drugi: *Czy public relations mogło i może pomóc w łagodzeniu kryzysu finansowego?*

- przewodniczący: dr Wojciech Jabłoński (Uniwersytet Warszawski),
- uczestnicy: Tadeusz Mosz (TVP Info, ToK FM), Paweł Trochimiuk (Związek Firm Public Relations, Partners of Promotion), Sebastian Łuczak (Polskie Stowarzyszenie Public Relations), Marek Wróbel (Fundacja Internet PR, Neuron Agencja Public Relations).

WIESŁAW SONCZYK

Konferencja politologiczno- -medioznawcza: polski rok 1989

Warszawa, 26 lutego 2009

Political sciences and media
studies conference:
Polish year 1989

Warsaw, February 26, 2009

26 lutego 2009 roku w Bibliotece Głównej SGGW odbyła się konferencja naukowa nt. „Polski rok 1989: sukcesy, zaniechania, porażki” zorganizowana przez Wydział Nauk Humanistycznych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz Fundację Konrada Adenauera. W trakcie kilkugodzinnych obrad przedstawiono osiem referatów naukowych przygotowanych przez pracowników obu uczelni, a także przez autorów z innych placówek naukowo-badawczych. W poszczególnych wystąpieniach zaprezentowano kilka ważnych problemów związanych z procesem przemian ustrojowo-prawnych i społecznych dokonujących się w roku 1989 i w latach następnych. Było to rozwinięcie ogólnej tezy, sformułowanej w tekście zaproszenia, iż „wydarzenia roku 1989, uznawanego nie bez racji za koniec »krótkiego wieku XX«, nie przestają interesować polityków, dziennikarzy oraz naukowców z różnych dziedzin: ekonomistów, historyków, politologów i socjologów. To wówczas zaczął się kształtować nowy układ sił, po dzień dzisiejszy rzutujący na życie polityczne, gospodarcze i społeczne większości państw postkomunistycznych. Polska stanowi tu szczególnie przykład kraju, który swoim przykładem i determinacją zapoczątkował przemiany w regionie. Osta-

tecnie wysiłek ten został przypięcętowany upadkiem systemu komunistycznego w naszym kraju i rozpadem bloku sowieckiego”.

Uczestników konferencji i zaproszonych gości powitali m.in. prorektor SGGW – prof. dr hab. Krystyna Gutkowska, dziekan WDiNP – prof. dr hab. Janusz Adamowski oraz współprowadzący obrady: prof. SGGW dr hab. Stanisław Stępka i dyrektor Instytutu Dziennikarstwa WDiNP – prof. dr hab. Marek Jabłonowski. W swoich wystąpieniach wszyscy wyrazili nadzieję, że konferencja stanie się początkiem owocnej współpracy instytucjonalnej i naukowej obu uczelni i wydziałów. Prof. Jabłonowski zapowiedział też realizację długofalowego projektu naukowo-badawczego, którego pierwszym etapem jest właśnie konferencja w SGGW, następnym – konferencja na UW (czerwiec 2009), a finalnym efektem – publikacja kilkudziesięciu referatów i przedstawienie jej w trakcie obrad I Ogólnopolskiego Kongresu Politologii (wrzesień 2009).

Warto odnotować, że w trakcie oficjalnej części konferencji odbyła się uroczystość wręczenia corocznej Nagrody Naukowej WDiNP im. prof. Franciszka Ryszki. Uchwałą Rady Wydziału otrzymali ją: prof. dr hab. Andrzej Chodubski z Uniwersytetu Gdańskiego oraz prof. dr hab. Janusz Symonides z WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego.

Merytoryczną część konferencji rozpoczęła dr Anna Materska-Sosnowska (INP WDiNP), przypominając – z konieczności w skrócie i bez wchodzenia w szczegóły – główne okoliczności i warunki polityczno-społeczne, w jakich doszło do rozmów Okrągłego Stołu. Wskazała na szczególnie trudną, wręcz katastrofalną sytuację gospodarczą, która zmuszała obie strony – rządową i opozycyjno-solidarnościową – do szukania kompromisowych rozwiązań i sposobów jej polepszenia, a przynajmniej – zahamowania procesu ekonomicznej degrengolady. Ważnym czynnikiem było też kurczenie się swoistego „parasola” ochronnego, który wcześniej KPZR sprawowała nad PZPR, co zresztą doprowadziło do silnych tarć i rozgrywek frakcyjnych wewnątrz PZPR. Podkreśliła jednak, że obie strony zasiadały do rozmów z dużą dozą nieufności i odmiennymi oczekiwaniami: opozycji zależało przede wszystkim na relegacji NSZZ „Solidarność”, dostępie do środków masowego przekazu, zmianie ordynacji wyborczej do parlamentu i ustanowieniu władzy samorządowej, podczas gdy władza za wszelką cenę dążyła do przerwania na opozycję znaczącej części odpowiedzialności za stan gospodarki, a w konsekwencji – opanowanie coraz bardziej radykalnych nastrojów społecznych.

Uzupełnieniem powyższych rozważań był referat dr. Tomasza Słomki (INP WDiNP) w całości poświęcony głównym zmianom ustrojowo-prawnym, które były sukcesywnie wprowadzane w okresie od zakończenia obrad Okrągłego Stołu do uchwalenia tzw. Konstytucji małej 1992. Były to m.in. uchylenie przepisów Konstytucji PRL z 1952 r., określenie zasad wyboru prezydenta z woli narodu, a nie przez Zgromadzenie Narodowe, oraz ustalenie podstawowych zasad ustroju demokracji parlamentarnej. W opinii referenta rychło się okazało, że uczestnicy Okrągłego Stołu nie

przewidzieli ani zakresu, ani tempa tych zmian, nie dopuszczając zresztą ani możliwości odejścia od ustroju socjalistycznego, ani wprowadzenia zasad gospodarki rynkowej. Dr Słomka bardzo pozytywnie ocenił ten proces zmian, nazywając go trudnym i dojrzałym kompromisem osiągniętym w toku żmudnych rozmów i negocjacji pomiędzy różnymi podmiotami ówczesnej sceny politycznej. Wspomniał też o znaczącej roli mediów, które – rzeczowo i obiektywnie przedstawiając kolejne zmiany ustrojowe – przygotowywały społeczeństwo do ich akceptacji, wskazując rzeczywiste intencje ustawodawcy, ich potrzebę i celowość wprowadzenia oraz pros społeczne skutki.

Kolejny referat dotyczył „dekompozycji” PZPR, rozumianej jako proces stopniowego rozkładu struktur partii i coraz ostrzejszej, oddolnej krytyki jej kierownictwa. Wygłosił go mgr Włodzimierz Janowski, pracownik Archiwum Akt Nowych, przedstawiając – na podstawie materiałów archiwalnych – kolejne etapy autolikwidacji różnych ogniw PZPR, która jeszcze na przełomie 1988 i 1989 r. liczyła – według oficjalnych danych – 2,1 mln członków. Samolikwidacja, a wcześniej – utrata przez partię uprzywilejowanej pozycji ustrojowo-prawnej były ważnymi czynnikami ułatwiającymi i przyspieszającymi przebieg procesu transformacji politycznej i społecznej.

O roli Kościoła w przygotowaniu rozmów Okrągłego Stołu, udziale przedstawicieli Kościoła w samych rozmowach oraz zaangażowaniu w procesie budowy podstaw nowego ustroju III RP mówił ks. dr Marek Solarczyk (Wyższe Seminarium Duchowne Diecezji Warszawsko-Praskiej). W interesującym referacie (napisanym wspólnie z dr. hab. Wojciechem Jakubowskim) przedstawił najpierw prawne uwarunkowania działalności Kościoła w okresie PRL, a następnie różne formy jego obecności i aktywności w życiu publicznym. Wysoko ocenił postawę przedstawicieli Kościoła biorących bezpośredni udział w rozmowach Okrągłego Stołu, wprawdzie mało spektakularny i niejako zakulisowy, ale bardzo efektywny, gdy chodzi o rozwiązywanie sytuacji konfliktowych między reprezentantami władzy i opozycji oraz ostateczne, kompromisowe ustalenia. W dalszej części referatu podkreślił pozytywne, głównie prawno-międzynarodowe następstwa określenia nowej struktury administracji kościelnej (decyzję w tej sprawie podjął papież Jan Paweł II w marcu 1992 r.). Warto też dodać, że Kościół już w maju 1989 r. uzyskał od władz państwowych bardzo szerokie uprawnienia do prowadzenia działalności duszpasterskiej i prawne podstawy dla swego rozwoju instytucjonalnego (ustawa o stosunku państwa do Kościoła katolickiego z 17 maja 1989 r.), m.in. rozbudowy już istniejących i tworzenia nowych środków masowego przekazu oraz wszelkich instytucji medialnych.

Ciekawy i bardzo ważny dla „klimatu” rozmów Okrągłego Stołu temat podjął dr Daniel Przystek (INP WDiNP), analizując postawę przedstawicieli szeroko rozumianego świata kultury i nauki. Wskazał na charakterystyczną dychotomię w tym względzie: artyści, dziennikarze, naukowcy itp. w większości wycofali się bowiem z oficjalnego życia publicznego, czego spektakularnym przejawem był bojkot środków masowego przekazu, ale jednocześnie aktywnie zaangażowali się w działalność opozycyjną, stanowiąc element intelektualnego zaplecza Komitetu Obywatelskiego przy Le-

chu Wałęsie. Jest rzeczą charakterystyczną, że przy Okrągłym Stole nie zorganizowano osobnego podstolika do spraw kultury, a tematy z tego zakresu – traktowane raczej jako drugorzędne – omawiano m.in. na posiedzeniach podzespołu do spraw środków masowego przekazu. Referent podkreślił też wielką rolę i zasługi emigracyjnego nurtu kultury polskiej, a także kultury i literatury podziemnej (książki, prasa). Zwrócił uwagę na ogromne zaangażowanie ludzi kultury w kampanii wyborczej (m.in. Wajda, Hołdys, Fedorowicz), wskazując na całkowite i bezkrytyczne poparcie twórców dla programu opozycji.

Prof. SGGW dr hab. Franciszek Kampka przedstawił wyniki analizy stanu nastrojów społecznych przed, w trakcie i po zakończeniu obrad Okrągłego Stołu. Prezentując rezultaty rozmaitych badań empirycznych (ankietowych) prowadzonych w tym czasie przez różne instytuty badawcze, podkreślił m.in. wpływ dramatycznej sytuacji gospodarczej na tworzenie zarówno atmosfery pesymizmu, jak i poczucia bezradności. Towarzyszyły temu groźne dla kondycji społeczeństwa przejawy rozpadu więzi międzyludzkich, wzrastająca liczba samobójstw, brak poczucia bezpieczeństwa socjalnego, apatia społeczna itd. Dlatego ani obrady, ani decyzje podjęte przy Okrągłym Stole nie zostały początkowo odebrane przez społeczeństwo jednoznacznie pozytywnie. Referent określił tę sytuację jako „stan społecznej dezorientacji”. Wydarzeniami, które zdecydowanie poprawiły społeczne nastroje i wpłynęły na rozwój optymizmu, stały się dopiero wybory 4 czerwca 1989 r., a w jeszcze większym stopniu – ukonstytuowanie się rządu Tadeusza Mazowieckiego. To właśnie dzięki rozbudzeniu nadziei i ogromnemu zaufaniu, którym społeczeństwo obdarzyło premiera i jego ekipę, możliwe było przeprowadzenie radykalnej reformy gospodarczej autorstwa wicepremiera Leszka Balcerowicza. Referent podkreślił, że bardzo ważną rolę w procesie budowania atmosfery nadziei i zaufania do rządu Mazowieckiego odegrały media, zwłaszcza telewizja.

Z kolei prof. SGGW dr hab. Wiesław Walkiewicz przedstawił analizę sytuacji międzynarodowej i postawę Polski m.in. w relacjach z państwami sąsiedzkimi. Podkreślił, że od czasu objęcia steru rządów przez Tadeusza Mazowieckiego panował w Polsce consensus w odniesieniu do polityki wobec Zachodu, natomiast nie było zgody w stosunku do relacji z Rosją. Wprawdzie początkowo nie sprzeciwiano się obecności Północnej Grupy Wojsk Armii Radzieckiej na terytorium naszego kraju, ale w miarę jak rosło poparcie dla idei wejścia Polski do struktur zachodnioeuropejskich (NATO i UE), rósł też nacisk na jak najszybsze wycofanie się z Układu Warszawskiego i RWPG. Do głosu doszli też zwolennicy oficjalnego wyjaśnienia wielu trudnych problemów w stosunkach polsko-rosyjskich, zwłaszcza tragedii katyńskiej. Osobną sprawą były relacje Polski z byłymi republikami radzieckimi, które zdobyły niepodległość (m.in. Ukraina i kraje bałtyckie). Referent wskazał też na rozmaite obawy społeczne, stereotypy i uprzedzenia towarzyszące procesowi pojednania z Niemcami. Opinia publiczna w tej sprawie była zróżnicowana, a społeczeństwo – głęboko podzielone.

Ostatni referat zaprezentowała prof. UW dr hab. Anna Magierska, omawiając

opinie i oceny Okrągłego Stołu, jego przebiegu i rezultatów, formułowane w trakcie rozmaitych dyskusji naukowych (historycznych i politologicznych), a także w dyskusjach medialnych, m.in. w związku z kolejnymi rocznicami Okrągłego Stołu. Większość z nich była i ciągle jest nacechowana emocjonalnie, a nade wszystko – koniunkturalna i wykorzystywana do bieżących rozgrywek politycznych. Referentka cytowała przykłady ocen, nawet tych najbardziej skrajnych, których autorzy uważają rozmowy Okrągłego Stołu za akt zdrady i sprzeniewierzenia się ideałom „Solidarności”. Trudno powiedzieć, czy w tej sprawie kiedykolwiek zostanie osiągnięty racjonalny consensus, zarówno gdy chodzi o siły polityczne, jak i opinie mediów.

Tak się złożyło, że wśród obecnych na sali słuchaczy znajdowali się dwaj uczestnicy obrad Okrągłego Stołu: prof. Stanisław Gebethner i prof. Aleksander Łuczak. Obaj zabrali głos w dyskusji. W swoich wypowiedziach podkreślali, że rozmowy Okrągłego Stołu były – w swoim czasie – fenomenem politycznym i społecznym. Po raz pierwszy bowiem zdarzyło się, że władza – z własnej woli – zdecydowała się zasiąść do bezpośrednich rozmów z opozycją; co więcej, zadeklarowała gotowość wspólnego rządzenia. Obaj dyskutanci stwierdzili, że strony miały świadomość katastrofalnej sytuacji gospodarczej i trudności z uzyskaniem społecznej aprobaty dla koniecznych, choć bolesnych dla społeczeństwa reform gospodarczych. Przyznali, że przedmiotem rozmów nie była ani zmiana ustroju politycznego, ani odstępianie od zasad gospodarki socjalistycznej, lecz tylko zmiany w obrębie istniejącego systemu. Ani władza, ani opozycja nie miały zresztą konkretnego programu przekształceń w sferze politycznej, gospodarczej i społecznej. Co więcej, plenarne posiedzenia Okrągłego Stołu, a w dużej mierze również posiedzenia podzespołów branżowych miały bardziej symboliczny niż merytoryczny charakter. Kierunkowe decyzje były podejmowane w znacznie węższym, kilkunastoosobowym gronie, a te najważniejsze – za wiedzą i zgodą gen. Wojciecha Jaruzelskiego. Już kilka tygodni później, zwłaszcza po wyborach 4 czerwca 1989 r. – których rezultaty władza zaakceptowała – rozpoczęły się zmiany, jakich wcześniej nikt nie przewidział ani nawet nie zakładał.

Referaty wygłoszone w czasie konferencji

1. Dr Anna Materska-Sosnowska (Uniwersytet Warszawski), *Okrągły Stół: ustalenia*.
2. Dr Tomasz Słomka (Uniwersytet Warszawski), *Od Okrągłego Stołu do Małej Konstytucji*.
3. Mgr Włodzimierz Janowski (Archiwum Akt Nowych), *Dekompozycja PZPR*.
4. Dr hab. Wojciech Jakubowski (Uniwersytet Warszawski), ks. dr Marek Solarczyk (Wyższe Seminarium Duchowne Diecezji Warszawsko-Praskiej), *Kościół w obliczu przemian*.
5. Dr Daniel Przastek (Uniwersytet Warszawski), *Świat kultury i nauki wobec wydarzeń 1989 r.*
6. Prof. SGGW dr hab. Franciszek Kampka (Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego), *Społeczne nastroje i zachowania*.

7. Prof. SGGW dr hab. Wiesław Walkiewicz (Szkola Główna Gospodarstwa Wiejskiego), *Między Moskwą a Berlinem. Polska polityka zagraniczna.*
8. Prof. UW dr hab. Anna Magierska (Uniwersytet Warszawski), *Okrągły Stół w dyskusjach historyków polityków III i IV RP.*

**REVIEWS | RECENZJE
I NOTY
RECENZYJNE**

JANUSZ OSICA

Świat na szklanym ekranie The world via a screen

Barbara Walters

Egzamin z życia. Wspomnienia

Barbara Walters

Audition. A memoir

„Magnum”, Warszawa 2009, 614 s.

Barbara Walters na miano pierwszej damy amerykańskiej telewizji zasługuje z wielu powodów. Związana od początku lat 50. z najważniejszymi stacjami telewizyjnymi Stanów Zjednoczonych, takimi jak ABC i NBC, zasłynęła jako pierwsza kobieta współprowadząca duży, poważny program informacyjny.

Ale jej gwiazdorską pozycję ugruntowały przede wszystkim wywiady z politykami, artystami, gwiazdami filmu, ludźmi niezwykle goszczącymi na pierwszych stronach gazet z najróżniejszych powodów – nie zawsze uzyskujących moralną aprobatę, ale zawsze budzących medialne zainteresowanie.

Jej wspomnienia, które znalazły się na liście „Washington Post” wśród 100 najlepszych książek 2008 roku, składają się z dwu równoległych, niemal równoprawnie potraktowanych nurtów; można je nazwać spowiedzią z życia osobistego i zawodowego. W warstwie prywatnej, osobistej to relacja szczerą i dogłębną, niemal na miarę terapeutycznego monologu w gabinecie psychoanalityka. To frapujący wątek lektury, który można by nazwać osobistą historią amerykańskiej kobiety sukcesu – historią uwiarygodnioną ceną, jaką za ten sukces płaciła i o czym z godną uznania szczerością przypominała przy każdej okazji.

Dominującym jednak wątkiem jest jej osobista historia amerykańskiego dziennikarstwa telewizyjnego, postrzeganego z pozycji niekwestionowanej – dziś już osiemdziesięcioletniej – gwiazdy szklanego ekranu, jaką zdobyła i utrzymała dzięki swej cenionej, podziwianej, oglądanej i nagradzanej prestiżowymi laurami twórczości.

Opowieść o swej zawodowej karierze autorka barwnie i atrakcyjnie okrasza refleksjami natury warsztatowej, anegdotami, a także zapisem wrażeń z pozaekranowych spotkań z ludźmi, którzy do dziś budzą zainteresowanie świata.

Dygresyjne uwagi czynione na marginesie jej wspomnień związanych z warszta-tem dziennikarstwa telewizyjnego, wypreparowane z tej narracji, mogłyby się złożyć na znakomity, dowcipny, błyskotliwy i niezmiernie użyteczny – bo z sukcesem w praktyce przez autorkę przetestowany – podręcznik z tej dziedziny medialnego rzemiosła.

Gdy rozpoczynała swą zawodową karierę, amerykańska telewizja była, statystycznie rzecz biorąc, gigantycznym biznesem – w 1953 roku odbiorniki telewizyjne były już bowiem w połowie amerykańskich gospodarstw domowych. Wciąż jednak prestiż prasy i radia zdawał się na rynku medialnym niezachwiany. Zapewne jednak już wówczas obserwatorom tego rynku musiała dać wiele do myślenia debata przedwyborcza Nixona i Kennedy’ego w 1960 roku. Słuchacze debaty transmitowanej przez radio uważali, że zwyciężył Nixon, ale w telewizji – gdy słowa przestały mieć decydujące znaczenie – przystojny i młodzieńczy Kennedy nie dał żadnych szans spoconemu i dość dalekiemu od ideału amanta hollywoodzkiego rywalowi. A w dramatycznych okolicznościach tę nieodwracalnie tradycyjną hierarchię medialnego ładu odmieniła tragiczna śmierć prezydenta Kennedy’ego w Dallas 22 listopada 1963 roku. „Tego straszego dnia – pisze Walters – telewizja osiągnęła pełnoletniość. [...] Podczas tego tak zwanego »czarnego weekendu« telewizja z »boob tube«, jak ją czasem nazywano, stała się miejscem spotkania całego wstrząśniętego narodu”. Po wizycie zaś Nixona w Chinach – Walters tam rzecz jasna była – „New York Times” stwierdził, że telewizja przejęła kontrolę nad przekazem wiadomości.

Czas ten to także ważna cezura w życiu zawodowym autorki, która w telewizji NBC zadebiutowała wówczas w roli reporterki relacjonującej ceremonię pogrzebową.

Ale jej dziennikarską sławę ugruntowały wywiady. O ich bohaterach – a wielu stało się jej osobistymi przyjaciółmi – pisze bardzo wiele i są to uwagi niebanalne, inteligentne, często nasycone też, być może niezamierzoną, ironią. Oto choćby taki sympatyczny portrecik jednego – zauważmy to z uznaniem – z licznych „mężczyzn jej życia”, Alana Greenspana, prawdziwego guru świata amerykańskich finansów, słynnego później szefa FED-u – Systemu Rezerwy Federalnej USA. I oto ta wyrocznia ekonomii, po dojrzałym, profesjonalnym namyśle, odradziła Walters kupno sprzedawanego za 250 tys. dolarów mieszkania w Nowym Jorku przy Piątej Alei. „Dziś to mieszkanie warte jest co najmniej 30 milionów dolarów” – puentuje autorka, a nam o wiele łatwiej zrozumieć źródła współczesnego amerykańskiego kataklizmu na rynku nieruchomości. Przy takich doradcach...

Wśród jej rozmówców byli tacy ludzie, jak Dalajlama, Indira Gandhi, Margaret Thatcher, Richard Nixon, Henry Kissinger, Anwar Sadat, Golda Meir, Mosze Dajan, Fidel Castro, ale też... Monica Lewinsky, a nawet słynni mordercy, jak np. zabójca Johna Lennona („w moim zawodzie zbrodnia zawsze popłaca” – przytomnie zauważa autorka), więc nic dziwnego, że jej programy były rekordy oglądalności, a towarzyszące im reklamy – rekordy finansowe.

Walters prowadziła też swój prywatny ranking rozmówców nieudanych, w którym pierwsze miejsce na liście tych najgorszych (warsztatowo) zajął aktor Warren Beatty.

Z kolei lekcja, jakiej udzieliła w czasie wywiadu Dajanowi, może być wciąż inspirowaną wskazówką dla dziennikarzy rozmawiających z „trudnymi” gośćmi. Gdy w pewnym momencie Dajan udzielił niezbyt eleganckiej i lakonicznej odpowiedzi: „To głupie pytanie”, odparła: „W porządku. Jeśli to według pana głupie pytanie, to może zada pan mądre pytanie, a potem udzieli odpowiedzi, a ja będę tylko siedzieć i wszyscy będą zadowoleni”.

Grzechem niewybaczalnym byłoby pominięcie w tym miejscu poloników, tak jednak nielicznych, że nasza ambicja narodowa niezbyt się chyba nimi nasyci. Dygresyjnej wzmianki doczekał się Zbigniew Brzeziński; jednym wspólnym zdaniem obdzieliła też autorka Wojciecha Jaruzelskiego i Lecha Wałęsę, z którymi również przeprowadziła głośne niegdyś, zwłaszcza w Polsce, wywiady. A na krótkiej liście osób, z którymi nie udało się jej porozmawiać przed kamerami – i czego żałuje – znalazł się papież Jan Paweł II. No i jeszcze odnotowała, iż jej finansowy kontrakt ze stacją ABC jakaś polska gazeta skwitowała jadowitym i zawistnym tytułem *Kobieta za 5 milionów dolarów*. A ponieważ były to dolary „przedkryzysowe”, więc chyba to, co było naganne w siermiężnym świecie ówczesnych polskich wartości, w warunkach amerykańskich miało cechy znakomitego komplementu.

Swe zawodowe doświadczenia dotyczące rozmów telewizyjnych Barbara Walters zebrała w cieszącej się ogromną popularnością na całym niemal świecie książce *Jak rozmawiać praktycznie z każdym, praktycznie o wszystkim*. Już sam tytuł wyraziście tłumaczy tajemnice edytorskiego sukcesu tego poradnika. Zapewne publikacja ta jest znana i polskim czytelnikom, choć wydaje się, że nasi telewizyjni dziennikarze stosują w praktyce wersję bardziej dostosowaną do naszych – zwłaszcza politycznych – realiów: „jak rozmawiać z każdym o niczym”.

Tę książkę nazwał ktoś prawdziwą szalupą ratunkową dla nieporadnych lub debiutujących żurnalistów. To celne porównanie warto dopełnić uwagą, iż jest to szalupa wyposażona jeszcze w dodatkowe liczne koła ratunkowe. Bo gdy wszystkie dobre rady zawiodą, zrozpaczony czytelnik zawsze może skorzystać z finałowego rozdziału „ostatniej szansy”, opatrzonego wymownym tytułem *Kiedy wszystko inne zawiedzie – dwadzieścia niezawodnych sposobów rozpoczęcia rozmowy*.

Swe wspomnienia Walters doprowadziła do 2008 roku, a kończąc przypominała, że wciąż jeszcze – w ograniczonej co prawda skali – współpracuje z telewizją, ma swoje programy specjalne, z których największą frajdę sprawia jej ten zatytułowany „Jak

dożyć 150 lat”. Nowym dla niej polem do popisu jest radio. Dlaczego właśnie radio? To – zdaniem autorki – oczywiste, bo „do radia nie muszę nakładać charakteryzacji, ani się czesać i chyba będę tam występować, dopóki nie dostanę sklerozy”.

Oceniając półwiecze swej telewizyjnej kariery, zauważa, iż żyła i pracowała w „złotym wieku” wiadomości telewizyjnych. Epokę tę jednak opisuje z pewną zrozumiałością w tej sytuacji nostalgią, w kategoriach czasu przeszłego dokonanego. Bo, jak sądzi, dziś w „czasach błyskawicznych informacji internetowych, telefonów komórkowych, którymi można kręcić filmy, i zatrząsienia blogów, gdzie każdy aktor jest reporterem, nikt chyba nie będzie miał szansy na taką karierę dziennikarską, jaka stała się moim udziałem”.

W imponującym gąszczu jej diagnoz – trafnych, przenikliwych, błyskotliwych i dowcipnych – ta jednak wydaje się raczej dyskusyjna. Współczesny świat mediów, zwłaszcza jej ukochana telewizja, nie może się bowiem obejść bez gwiazd, które tak jak ona pracą, determinacją i talentem zdobyły szczyty, a nie są tylko medialnymi kreacjami ze szklanej waty. I chyba ta dobra wciąż pogoda dla gwiazd nie wynika tylko z przeświadczenia, jak to wyraził cynicznie jeden ze znanych dziennikarzy, że stado baranów zawsze potrzebuje swego przewodnika, lecz jednak z bardziej merytorycznych, a także komercyjnie uzasadnionych powodów.

Dlatego też wspomnienia Barbary Walters, przygotowane błyskawicznie i we wzorowej edytorsko szacie przez wydawnictwo „Magnum”, powinny się znaleźć zamiast marszałkowskiej buławy w plecaku każdego dziennikarza i to nie tylko telewizyjnego, bo sztuka prowadzenia rozmów, w której autorka osiągnęła niekwestionowane mistrzostwo świata, jest wciąż jednym z filarów dziennikarskiej profesji i najszybszą drogą do gwiazd.

WIESŁAW SONCZYK

Popularna monografia „Zielonego Sztandaru”

“Zielony Sztandar” a popular monograph

Saturnin Sobol

„*Zielony Sztandar*” 1931–2008

Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza,
Warszawa 2008, 198 s.

Wśród wydanych po roku 1990 książek poświęconych polskim mediom można wskazać osobliwy typ opracowań monograficznych o znaczących w PRL dziennikach i czasopismach. Zazwyczaj chodzi o pisma, które przestały istnieć. Książki te są swoistym hołdem dla redakcji, które – działając w bardzo trudnych warunkach społeczno-politycznych i wydawniczych – potrafiły zaskarbić sobie szacunek czytelników nie tylko oryginalną formułą, ale i rzetelnym spełnianiem funkcji społecznych. Wystarczy wymienić m.in. pracę zbiorową przygotowaną pod redakcją Wojciecha Borsuka *Był taki dziennik „Sztandar Młodych”* (Warszawa 2006) czy również pracę zbiorową pod redakcją Wojciecha Borsuka i przy współpracy Henryka Borzęckiego *„Gromada – Rolnik Polski”. Była taka gazeta* (Warszawa 2002). Są to wspomnienia i wypowiedzi osób zawodowo związanych z tymi tytułami, zawierające też fakty i wydarzenia historyczne pokazujące losy poszczególnych redakcji, a w konsekwencji – realia ówczesnego, istniejącego do roku 1990 systemu medialnego, zdominowanego i kontrolowanego przez władzę partyjno-państwowe, prewencyjną cenzurę instytucjonalną itd. Inaczej mówiąc, to przysłowiowa kopalnia wiedzy o tamtych czasach.

W tym nurcie mieści się też książka Saturnina Sobola stanowiąca udaną próbę monografii „Zielonego Sztandaru” – jednego z najbardziej znanych i zasłużonych pism ruchu ludowego. Wiele omawianych problemów autor opisuje z autopsji, dzieło się przemyśleniami i opiniami na temat wydarzeń, których był naocznym świadkiem. W redakcji pracował bowiem w latach 1960–1995, a więc zarówno w czasach największej popularności tego periodyku, jak i wtedy, gdy groziła mu likwidacja; dwukrotnie (w latach 1983–1986 i 1990–1994) pełnił funkcję zastępcy redaktora naczelnego. Podaje więc informacje z pierwszej ręki, choć pewnie nie ustrzegł się subiektywizmu w ocenie przynajmniej niektórych z omawianych kwestii.

Książka Sobola ma – jeśli tak można powiedzieć – mieszany układ: chronologiczno-problemowy. W kilku początkowych rozdziałach autor przedstawił – z konieczności krótko i ograniczając się do podania tylko najważniejszych faktów i wydarzeń – wieloletnią burzliwą historię tego tytułu. Podkreślił, że „Zielony Sztandar” to „sędziwy staruszek” wśród pism związanych z ruchem ludowym, dodając, iż „jest również zjawiskiem unikalnym w historii prasy dla ludu wiejskiego czy późniejszych gazet i czasopism wydawanych przez różne partie chłopskie”. Jego specyfika polega na tym, że jest jedynym pismem przedwojennym kontynuującym działalność po II wojnie światowej; wprawdzie z przedwojennych pism ludowych po wojnie istniał jeszcze tygodnik „Piast” (organ PSL Piast), ale został zlikwidowany już w roku 1948.

Omawiając przedwojenne dzieje „Zielonego Sztandaru”, autor przypomniał warunki polityczne i społeczne panujące w Polsce na początku lat 30. ubiegłego wieku, a także ówczesną sytuację w ruchu ludowym. Towarzystwo one powstaniu pisma, które wtedy było organem Stronnictwa Ludowego (pierwszy numer ukazał się 19 kwietnia 1931 roku). Od początku redakcja borykała się z wieloma trudnościami, zwłaszcza finansowymi i kadrowymi, co przekładało się również na niezbyt atrakcyjną formułę wydawniczą. „Tygodnik – pisze Sobol – od początku pomyślany był jako oficjalny organ partii, adresowany głównie do jej członków. Miał gruntować świeżo osiągniętą jedność szeregów, wyrażać w sposób miarodajny stanowisko kierownictwa SL i zjednywać zwolenników do jego polityki. Stąd w piśmie znalazło się dużo artykułów i przemówień czołowych działaczy, sprawozdań z imprez partyjnych, tekstów uchwał i oświadczeń. Taki model pisma i jego profil tematyczny z góry ograniczał możliwości docierania pisma do innych środowisk”.

„Zielony Sztandar” był dostępny wyłącznie w prenumeracie, bo właściciel nie chciał rozpowszechniać go w formie sprzedaży kioskowej. Nic więc dziwnego, że redakcja nieustannie znajdowała się w trudnej sytuacji finansowej. Dochodziły do tego liczne przypadki konfiskaty pisma, procesy sądowe i kary pieniężne będące następstwem konfliktów z sanacyjną władzą. Dla przykładu: „w okresie od 19 kwietnia 1931 r. do 27 sierpnia 1939 r. cenzura ingerowała w 288 numerach [...] dotyczyło to więcej niż połowy wydań [...] organ ludowców dzierżył pod tym względem palmę pierwszeństwa”.

Powojenną historię pisma autor podzielił na cztery etapy – wyróżniane ze względu na zaistniałe ważne wydarzenia polityczne – przypadające kolejno na lata:

1944–1956, 1957–1981, 1982–1989, od roku 1990 do dziś. Wznowiony 17 września 1944 r. „Zielony Sztandar” był – jak podkreśla Sobol – elementem gry politycznej i „miał niewiele wspólnego z przedwojennym oryginałem”. Od 1949 r. stał się organem jedynej partii chłopskiej – Polskiego Stronnictwa Ludowego. W opinii autora lektura pisma z lat 50. byłaby dla współczesnego czytelnika rodzajem intelektualnej tortury, ponieważ „tygodnik oprócz obsługi informacyjnej własnej partii stał się narzędziem komunistycznej ideologii i propagandy [...] podobnie jak cała prasa podlegał cenzurze prewencyjnej, reglamentacji w zakresie przydziału papieru i wysokości nakładu, a nawet cen [...] cenzorzy mogliby nie zadawać sobie trudu przeglądania kolumn pisma, bo pomieszczone na nich teksty odznaczały się więcej niż poprawnością polityczną. Jeśli nawet [...] zdarzały się cenzorskie ingerencje, to dotyczyły one sławetnych zapisów cenzuralnych – na przykład zakazu podawania statystyk o wypadkach komunikacyjnych, szacunku plonów czy publikowania zdjęć mostów. Zgodnie ze stosowaną praktyką, po ingerencjach cenzorskich nie pozostawał ślad”. Jednak w tamtym czasie – według danych Naczelnego Komitetu ZSL z maja 1953 r. – pismo miało prawie 147 tysięcy prenumeratorów, co było „rezultatem rygorystycznego egzekwowania przez aparat ZSL statutowego obowiązku prenumerowania pisma przez członków, a nie czytelniczego wyboru”. Obecnie trudno sobie wyobrazić tak daleko idące ubezwłasnowolnienie pisma przez jego politycznego dysponenta i wydawcę!

Od połowy lat 60. redakcja zaczęła powoli odzyskiwać prestiż i wytrwale budować nowy wizerunek pisma – nie tyle reprezentującego interesy partii i jej kierownictwa, ile przede wszystkim mającego odpowiadać na potrzeby mieszkańców wsi i przedstawiać bieżące problemy wynikające ze specyfiki życia na wsi. Chodziło zwłaszcza o szeroko rozumiane sprawy społeczne i warunki życia: „Uporczywie i konsekwentnie podejmowano sprawy warunków życia na wsi, tak w aspekcie materialnym, jak również zdrowia, kultury, wypoczynku, plag społecznych (pijaństwo, używki itp.). Przez wiele lat stałym tematem artykułów, reportaży terenowych, listów czytelnicych był na przykład problem ludzi starych. Ukazywano ten problem z różnych punktów widzenia. Przede wszystkim humanistycznego – jako ciężkiej doli ludzi trzeciego wieku, pozbawionych świadczeń społecznych, często ledwie tolerowanych w rodzinach [...] Nie mogąc wprost domagać się zniesienia obowiązkowych dostaw, wprowadzenia bezpłatnej opieki lekarskiej czy później rent i emerytur dla rolników, redakcja [...] czyniła to pośrednio. Publikowano reportaże o ciężkiej doli starszych gospodarzy i zarazem ucieczce młodych następców, o ludziach samotnych i często schorowanych, pozbawionych opieki, o konfliktach starzy–młodzi itp. [...] Nader często oddawano głos samym zainteresowanym, publikując obficie listy czytelników, inicjując dyskusje na łamach, publikując wyniki redakcyjnych sondaży i ankiet”. W opinii Sobola takie działania dziennikarsko-redakcyjne nie tylko „torowały drogę do rozwiązywania nabrzmiałych problemów społecznych wsi”, ale również przyczyniały się do zwiększania stopnia identyfikacji mieszkańców wsi z formułą wydawniczą

pisma. Trzeba jednak dodać, że realizowanie takiej formuły w warunkach cenzury przewencyjnej nie było łatwe.

Redakcja „Zielonego Sztandaru” uczyniła wiele dobrego w dziedzinie popularyzacji prawa wśród czytelników wiejskich, przede wszystkim prawa rolnego. W tysiącach listów przesyłanych do gazety zdesperowani czytelnicy prosili o pomoc, traktując redakcję jak przysłowiową „ostatnią deskę ratunku”. Część podnoszonych spraw omawiano na łamach poszczególnych numerów, na ich podstawie powstało wiele tekstów interwencyjnych (artykułów publicystycznych, reportaży, felietonów). „Praca działu prawnego – zdaniem Sobola – w dużej mierze przesądzała o utylitarnym charakterze gazety, budowała jej więź z czytelnikami, w rezultacie miała duży wpływ na poczytność”.

W latach 80. sytuacja „Zielonego Sztandaru” zaczęła się pogarszać. Systematycznie spadała liczba prenumeratorów. W roku 1986 zlikwidowano wydanie środowe, później pismo stało się tygodnikiem, tracąc przy okazji swoje najcenniejsze walory – wysoki stopień aktualności oraz informacyjny i utylitarny charakter. Pogorszyły się relacje między zespołem redakcyjnym i kierownictwem ZSL, co spowodowało odejście wielu doświadczonych dziennikarzy. Zaczął się proces powolnego upadku, a w najlepszym razie – dryfowania pisma.

W latach 90. prasa ludowa właściwie przestała istnieć, zlikwidowano bowiem redakcje „Dziennika Ludowego”, „Tygodnika Kulturalnego” i „Wsi Współczesnej”, a uruchomiona w roku 1990 „Codzienna Gazeta Polska” okazała się bardzo kosztowną efermerydą. O losach „Zielonego Sztandaru” w tych latach Sobol pisze z nieukrywaną goryczą, nadając kolejnym rozdziałom książki symptomatyczne tytuły (*Zapaść, Czy sukcesem jest trwanie?*). Podkreśla między innymi, że „właściciel i wydawca, poczynając od 1989 r., nie ma ani koncepcji pisma, ani zdecydowanej woli wyciągnięcia go z finansowych trudności. W momencie przełomu kierownictwo ZSL zostało zaskoczone biegiem zdarzeń, nie było ani organizacyjnie, ani materialnie przygotowane do głębokich zmian. [...] Nawet jeśli zespół redakcyjny mógłby dość szybko odnaleźć się w nowej sytuacji – w dużej mierze taki proces rzeczywiście nastąpił – to pozbawiony mądrego wydawcy i środków materialnych niewiele mógł zrobić. Pozostała jedynie obrona pozycji i walka o przetrwanie. I to właściwie stanowi główny sukces redakcji”. I dalej z przykrością podsumowuje: „Pismo przetrwało, ale przez te lata zostało oskubane niemal ze wszystkich piór, decydujących o jego urodzie i sile w latach poprzednich. Utraciło większość czytelników, zyski, niemal całkowicie zrezygnowało z działalności utylitarniej (poradnictwo prawne, medyczne, rolnicze) na rzecz swoich czytelników, zupełnie zaprzestało tak rozbudowanych wcześniej działań organizatorskich. [...] Zespół dziennikarski skurczył się do kilku osób. [...] Los najstarszego polskiego periodyku politycznego pozostaje nadal niepewny. [...] Osobiście bardzo bym nie chciał, ażeby ta monografia miała się okazać pomnikiem nagrobnym tego zasłużonego periodyku”.

W drugiej części książki (choć formalnie takiego podziału autor nie wprowadził) znalazły się ciekawe rozważania i przemyślenia o charakterze dziennikarskim, a tak-

że warsztatowym. Wiedza ta i dziś przydałaby się niejednej redakcji. W jednym z rozdziałów można przeczytać m.in. ciekawe wynurzenia na temat formuły pisma jako partyjnego „organu”. Charakteryzując „Zielony Sztandar” z lat 50., Sobol stwierdził, że było to pismo „wprost nie do czytania”, bo „rozwlekłe referaty i przemówienia dostojników państwowych i przywódców SL i ZSL, portrety wodzów, sprawozdania, dyskusje i uchwały z różnych partyjnych i państwowych imprez, wreszcie nasycone propagandą i drętą mową artykuły działaczy partyjnych wypełniały numery pisma”. Warto to odnieść do sposobu redagowania niektórych dzisiejszych pism, w których wprawdzie nie ma już propagandy w tak nachalnej postaci, ale występują bardziej wyrafinowane i zawołowane formy służalczości wobec określonych partii czy opcji politycznych. Obecnie bardzo niewiele pism przynajmniej się do bycia „organem”, co nie oznacza, że faktycznie takiej roli nie spełnia.

Wprost urocze i na pewno pouczające są prywatne refleksje autora z jego licznych wyjazdów w teren. Świadczą też, że jeszcze w latach 80. zupełnie inaczej niż dzisiaj wyglądała m.in. organizacja pracy redakcji. Sobol stwierdza, że do pracy w zawodzie dziennikarskim „nie nadawały się miejskie panienki, zlatujące się gromadnie na konferencje prasowe w stolicy i zadające szpanu w radiowych i telewizyjnych studiach”. Opisuje z nostalgią, jak ważna była wtedy atmosfera w zespole redakcyjnym – i dla dziennikarzy, i dla właściciela pisma. Podkreśla zjawisko, dziś już niewyobrażalne, że „wielu dziennikarzy pracowało w redakcji do śmierci lub do osiągnięcia wieku emerytalnego. Dla niejednego była to pierwsza i ostatnia praca zawodowa”. Wskazuje na pozytywne konsekwencje silnej więzi dziennikarzy z redakcją, stwierdzając m.in., że „o tej stabilności zespołu, przywiązaniu do redakcji decydowały różne czynniki [...] poczucie robienia czegoś pożytecznego, dbałość wydawcy o ludzi. [...] Dziennikarz mógł liczyć na realną pomoc wydawcy [...] wydawca dbał o warunki pracy, o sprawy socjalne, zapewniał na miejscu opiekę zdrowotną. Przez ponad 30 lat mojej pracy w redakcji nie zdarzyło się, aby w PRL na czas nie wypłacono pensji czy honorariów. [...] Dziennikarz, w miarę poprawnie wykonujący swoje obowiązki, nie musiał obawiać się, że niespodziewanie straci pracę czy zostanie zdegradowany [...] ta dbałość o ludzi niewątpliwie cementowała zespół, dawała poczucie bezpieczeństwa”. Tymczasem obecnie większość wydawców i nadawców dąży do jak największej intelektualnej eksploatacji dziennikarzy, rzadko kiedy zapewniając im godziwą opiekę i gwarantując pewność zatrudnienia. Dziennikarstwo jest obecnie jednym z tych zawodów, w których fluktuacja kadrowa jest największa, co nie pozostaje bez wpływu na identyfikację zawodową pracowników poszczególnych zespołów.

W jednym z rozdziałów Sobol opisuje też silne więzi redakcji „Zielonego Sztandaru” z czytelnikami i nieustanną troskę o jak najlepsze zaspokojenie ich potrzeb i sprostanie oczekiwaniom. Podkreśla, że „ważną cechą, którą odbiorcy wiejscy bardzo sobie cenili, było duże uterenowienie artykułów, reportaży i innych publikowanych materiałów. Po prostu redaktorzy dużo przebywali w terenie – w powiatach, gminach, we wsiach. Tam zbierali materiały do publikacji, znali sytuację i nastroje

zwykłych ludzi. Nawet pisząc artykuły o treści ogólnej czy felietony, ilustrowali je często przykładami terenowymi”. Niezwykle istotną formą więzi redakcji z czytelnikami były listy. Obowiązywała zasada, że listu nie pozostawiano bez odpowiedzi, bez jakiejś formy jego „zagospodarowania”. „Na dobrą sprawę – z satysfakcją informuje Sobol – czytelnik mógł się zwrócić w każdej sprawie, a redakcja w miarę możliwości starała się mu pomóc”. Autor przyznaje, że taka utylitarna postawa wymagała od zespołu redakcyjnego dodatkowego zaangażowania, czasu i energii, ale „budowała zaufanie do redakcji, przyczyniała się do wzrostu nakładu, a więc w dłuższej perspektywie opłacała się”.

Nie ulega wątpliwości, że dzisiejsze dziennikarstwo jest zupełnie inne. Wiele materiałów powstaje przecież przy biurku, na podstawie źródeł internetowych, nie ma mowy o jakimkolwiek ich „uterenowieniu”, wiele jest publikacji ogólnych, powierzchownych i mało zindywidualizowanych. Media masowe pełnią obecnie – poza nielicznymi wyjątkami – głównie funkcje informacyjną i rozrywkową, pozostałe (m.in. opiniotwórczą, edukacyjną, kulturotwórczą) traktując jako drugorzędne lub w ogóle nieistotne. Przestała się też liczyć tradycyjnie rozumiana więź redakcji z czytelnikami, którzy stali się tylko klientami kupującymi produkt w postaci kolejnego numeru pisma. W jakiejś mierze jest to nieuchronny rezultat cywilizacyjno-kulturowej transformacji, z czym trzeba się pogodzić, ale jest też pewne, że tempo i zakres tych negatywnych zmian w filozofii uprawiania dziennikarstwa to „zasługa” samych dziennikarzy, ściślej – urynkowania działalności medialnej.

Lektura książki Sobola skłania do zadumy nad kondycją współczesnego dziennikarstwa. Bo to książka bardzo ciekawa, pouczająca, choć miejscami smutna. Warto ją polecić studentom dziennikarstwa i wszystkim, którzy sposobią się do tego zawodu.

NASI AUTORZY

- JOLANTA DZIERŻYŃSKA-
-MIELCZAREK – asystent w Instytucie Zarządzania Uniwersytetu
Humanistyczno-Przyrodniczego im. Jana Kocha-
nowskiego w Kielcach
- KATARZYNA GAJLEWICZ – doktorantka w Instytucie Dziennikarstwa UW,
Zakład Systemów Medialnych
- WOJCIECH JABŁOŃSKI – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW,
Zakład Teorii Komunikacji Społecznej
- ELŻBIETA KOSSEWSKA – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW,
Zakład Systemów Medialnych
- EWA NOWAK – dr, adiunkt na Wydziale Politologii UMCS
w Lublinie
- JANUSZ OSICA – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW,
Zakład Historii Mediów
- MAREK PIASECKI – absolwent Instytutu Politologii Uniwersytetu
Wrocławskiego
- ŁUKASZ PRZYBYSZ – doktorant w Instytucie Dziennikarstwa UW,
Zakład Teorii Komunikacji Społecznej
- RAFAŁ RIEDEL – dr, adiunkt w Instytucie Politologii Uniwersytetu
Opolskiego, Katedra Stosunków Międzynarodo-
wych
- MICHALINA RUTKA – doktorantka w Instytucie Filozofii, Socjologii
i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego
- WIESŁAW SONCZYK – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa
UW, Zakład Systemów Medialnych
- MAGDALENA SZPUNAR – dr, adiunkt na Wydziale Humanistycznym Aka-
demii Górniczo-Hutniczej w Krakowie
- MIKOŁAJ TYRCHAN – dr, prawnik, asystent sędziego w Wojewódzkim
Sądzie Administracyjnym w Poznaniu

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 m.in. w ramach specjalizacji:

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

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
- news agency journalism
- media marketing and PR
- online journalism
- photo 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 dokorską 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 30 września 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