

Лия П. Евсеева

Медия Польши на рубеже XXI века

Факультет журналистики Московского университета имени М.В. Ломоносова, Москва 2011, 240 с., ISBN 978-5-211-06290-0

To już kolejna monografia Lii Jewziejewej¹ poświęcona polskim mediom². I podobnie jak liczne pozycje z szeroko rozumianego obszaru nauk społeczno-politycznych, również konstrukcja tej książki i stosowana w niej metodologia nosi cechy właściwe autorom rosyjskim. Cechuje ich mianowicie ujmowanie tematu w kilku przenikających się perspektywach, jak również przemienność w stosowaniu usytuowanych dychotomicznie wobec siebie narzędzi badawczych. I tak: z jednej strony – ujmowane w sposób holistyczny i systemowy – zagadnienia są ukazywane w ich dynamicznej zmienności i w licznych kontekstach, tworząc całościowy, ale też dość ogólny obraz sytuacji. Z drugiej strony jednak stawiane tezy, przywoływane uogólnienia są egzemplifikowane licznymi, faktograficznymi przykładami, a analityczne rozważania są puentowane syntetyczną refleksją. Natomiast w zależności od kierunku przyjętego sposobu myślenia mamy do czynienia z bądź to dedukcją, bądź indukcją. Natomiast rozważania, zarówno nad źródłami literaturowymi, jak i zachodzącymi procesami są wspierane wypowiedziami znawców problematyki mediów wywodzących się ze świata akademickiego.

I taki też jest tok rozumowania i zaprezentowanego wyводу autorki. Lija Jewziejewa zaczyna od nakreślenia zmian zachodzących pod koniec lat 80. XX w. zarówno w byłym ZSRR, jak i w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Pokazuje przebieg załamywania się dyktatu ideowo-politycznego ówczesnych monopartii,

wskazuje na pokojowy proces tego upadku (z zaznaczeniem jego odmienności w przypadku Rumunii). Na tym tle pokazuje proces wyłaniania się systemu pluralizmu politycznego i wolnego rynku, a także różnych form samoorganizacji społeczeństwa. *Nota bene* wszystkie te aspekty są silnie akcentowane w licznych fragmentach opracowania.

Zachodzące przemiany wymagały zaistnienia całkowicie nowego modelu funkcjonowania mediów. Dotychczasowy bowiem, oparty na dyktacie jednej opcji ideowo-politycznej, braku płaszczyzn dla wyrażania przez społeczeństwo odmiennych poglądów niż oficjalnie obowiązujące i funkcjonowaniu cenzury, stracił legitymację dalszego działania, a tym samym rację bytu.

Zdaniem autorki, wyłaniający się nowy polski model funkcjonowania środków masowego przekazu w zaistniałej odmiennej jakościowo sytuacji został oparty na kilku filarach. Były nimi (i są nadal): wolność słowa, pluralizm polityczny, zniesienie cenzury oraz pojawienie się na polskim rynku medialnym znaczących inwestycji zagranicznych. Jewziejewa wskazuje jednak na świadome i planowane instytucjonalne mechanizmy stymulowania i wspierania procesu wyłaniania się tego modelu. Według niej były nimi m.in.: uchwały Okrągłego Stołu w części dotyczącej funkcjonowania mediów, stosowne zapisy w Konstytucji RP dotyczące tego obszaru zagadnień, a także powołanie do życia Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Ale też uważa ona, iż ów nowy model nie

¹ Pierwszą z nich była pozycja: *Sriedstwa massowej informacji Polski 1978–2000 gg.*, Moskwa 2001.

² Zwróćmy uwagę, iż autorka używa sformułowania *media Polski*, a nie *polskie media*.

mógłby zaistnieć bez ogromnego zaangażowania czynnika ludzkiego. I tu autorka wskazuje na kręgi dziennikarskie związane z prasą opozycyjną lat 70. i 80., a także okresu stanu wojennego, których to dziennikarze swoim ówczesnym działaniem przygotowali polską opinię publiczną na konieczność wywalczenia wolnościowego modelu mediów. Zdaniem autorki cała ta wielka spuścizna została następnie w znacznej części przejęta przez zespół „Gazety Wyborczej”, a jej redaktor naczelny – Adam Michnik – jest wręcz czołowym architektem modelu medialnego w obszarze prasowego słowa drukowanego. Zresztą podziw dla dokonania „GW” oraz jej szefa przebija w całym opracowaniu. Należy jednak zauważyć, iż „Rzeczpospolita” (szczególnie ta z pierwszego okresu jej funkcjonowania) oraz „Polityka” też są ukazywane przez Jewsiejewą jako przykład wzorcowych tytułów prasowych nowych czasów. Bo też, jej zdaniem, to właśnie media prasowe w sposób najpełniejszy ukształtowały się według nowego modelu, a ich sukcesy stały się inspiracją dla przeobrażeń w mediach elektronicznych.

Mając tak zarysowaną całościową konstrukcję modelu (systemu) medialnego Polski autorka przystąpiła do ukazania kolejnych faz kształtowania się poszczególnych komponentów owego modelu. Tak więc czytelnik ma możliwość zapoznania się z procesem kształtowania (budowy, wyłaniania się) rynku mediów regionalnych i lokalnych, powstawaniem prasy katolickiej. Zapoznajemy się też z przeobrażeniami, jakie zaszły w telewizji i radiu publicznym³. Autorka szeroko omawia także narodziny i ewolucję elektronicznych mediów komercyjnych, charakteryzując przyjęty przez nie model biznesowy, wskazując także na multimedialność wielkich holdingów medialnych, proporcje kapitału polskiego i za-

granicznego itp. Co oczywiste, dużo jest też o rynku reklamy. Generalnie, problematyka ekonomiki mediów to ważna część tego opracowania⁴.

Uwiarygodnieniem przeprowadzonego wywodu są bogate, starannie dobrane i wiarygodne źródła, w większości wygenerowane w Polsce. Bibliografia zawiera 89 źródeł literaturowych (zwartych, ciągłych i elektronicznych), zarówno polskich, jak i rosyjskich. Natomiast dane faktograficzne (9 tabel w tekście, 18 grafów w aneksach) są w pełni polskiego pochodzenia: www.press.pl, Nilsen Media Research, biznes.gazetaprawna.pl, OBOP, ZKPD, to tylko niektóre z nich.

Ale to nie jedyne zabiegi autorki, które rosyjskiemu czytelnikowi przybliżają specyfikę zarówno Polski współczesnej, jak lat minionych. Oto bowiem w analizie omawianej tu monografii mamy obszernie materiały o nieocenzurowanej prasie lat 70. i 80., jak również o prasie „Solidarności”, zarówno od momentu jej powstania w 1980 r., jak i tej podziemnej okresu stanu wojennego. I również w tym fragmencie książki Jewsiejewa wskazuje na budowanie w tym okresie podwalin pod przyszły medialny model Polski.

Ale autorka idzie jeszcze dalej – wybiera 110 dat z historii Polski (zaczyna pierwszym rozbiorem – zaznaczając, kto go dokonał), a kończy na 9 października 2011 r., przywołując fakt wyborczego zwycięstwa Platformy Obywatelskiej. Warto dodać, iż wśród wspomnianych dat jest również 17 września 1939 r. (z zaznaczeniem kto był agresorem), autorka zauważa powstanie Armii Krajowej, armii Andersa w ZSRR, wstąpienie Polski do NATO i UE. Są także daty 7 kwietnia 2010 (Putin i Tusk w Katyniu), a także 10 kwietnia 2011 r. z krótkim opisem tragicznego wydarzenia pod Smoleńskiem.

³ W tym obszarze zagadnień przywoływane są wypowiedzi prof. Janusza Adamowskiego, Dziekana WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego.

⁴ Z kolei ta problematyka jest wspierana autorytetem prof. Tadeusza Kowalskiego, również z WDiNP UW.

Czytelnik może się też dowiedzieć, ilu mieliśmy królów (władców). Jest również pełna lista wszystkich prezydentów Rzeczypospolitej (także tych na uchodźstwie), ale też wykaz kolejnych pierwszych sekretarzy Komitetu Centralnego PZPR.

Generalnie z całego opracowania przebija podziw dla zbudowanego modelu medialnego, ale przede wszystkim dla jego (starannie udokumentowanych) sukcesów. Nie oznacza to jednak, iż Lija Jewsiejewa nie dostrzega problemów i strat, jakie medialna Polska poniosła na drodze do osiągnięcia tegoż modelu. Ustami znawców rynku, m.in. Grzegorza Gaudena, zwraca uwagę na ciągle obecne zagrożenia dla wolności i niezależności mediów, jakie płyną ze strony władz politycznych, administracji państwowej oraz reklamodawców. Autorka nie

może się też pogodzić z faktem, iż zniknęła z rynku ambitna i znakomita polska prasa kulturalna, boleje nad tym, iż nie ma już „Szpilek”, a kiedyś wspaniałą, jej zdaniem, rynek prasy dziecięcej praktycznie nie istnieje.

Ale Jewsiejewa nie ustrzegła się jednak drobnych potknięć. Radio Maryja w książce to Głos Maryi, a zdaniem autorki główną misją telekanału Bielsat jest nadawanie programu dla mieszkających na Białorusi Polaków. Nie zmienia to jednak sytuacji, iż rosyjski czytelnik otrzymał dzieło rzetelne, pogłębione, starannie opracowane, podparte bogatą faktografią⁵. I tylko szkoda, że to obszerne opracowanie (14,1 arkuszy drukarskich) wydano w skromnym nakładzie 500 egzemplarzy.

Andrzej Świątecki



Grzegorz Kucharczyk *Strachy z Gazety. 20 lat przestróg dla Polski*

Frona, Warszawa 2011, 232 s., ISBN 978-83-62268-37-5

Dwadzieścia lat istnienia „Gazety Wyborczej” – dziennika oraz środowiska intelektualnego i politycznego o znaczącym wpływie na kulturę polityczną powstającej III RP – to, zdaniem autora recenzowanej książki, dwadzieścia lat obaw, przestróg i niepokoїв. Gazeta Adama Michnika, szczególnie na początku lat 90., odgrywała rolę formacyjną dla przeważającej części polskiej inteligencji. W początkowym okresie wolnej Polski dziennik ten zajmował monopolistyczną rolę na rodzimym rynku prasowym. Grzegorz Kucharczyk w książce *Strachy z Gazety. 20 lat przestróg dla Polski* opisuje, obficie cytując źródła, kształtowaną na

łamach „Gazety Wyborczej” wizję Polski oraz wysuwaną tam propozycję „cywilizacyjno-polityczną” w kontekście pewnych obsesji, lęków i fobii dominujących w środowisku tzw. lewicy laickiej. Przedmiotem szczególnej analizy autora stały się lata 1989–1995, czyli okres od początków tworzenia podstaw III RP do dojścia postkomunistów do władzy. W paru przypadkach rozważania autora wykraczają poza rok 1995.

Autor jest historykiem zajmującym się myślą polityczną XIX i XX w. oraz historią Niemiec, profesorem Instytutu Historii PAN. Publikował m.in. w „Pro Fide, Rege et Lege”,

⁵ Zapewne jest też w tym jakaś zasługa uznanych autorytetów na rosyjskim rynku medialnym, a mianowicie recenzentów opracowania – docentów A. Ibragimowa, U. Trubicyny oraz G. Gruckowa. Całość monografii spina osoba redaktora naukowego książki Jasiena Zasurskiego, legendy rosyjskiej żurnalistyki, wieloletniego dziekana Wydziału Dziennikarstwa MGU w Moskwie.