

iD studia
medioznawcze

MEDIA STUDIES



Instytut Dziennikarstwa
Uniwersytetu Warszawskiego

studia medioznawcze

MEDIA STUDIES

numer 2 (53) 2013



Warszawa 2013

RADA REDAKCYJNA

Janusz W. Adamowski (przewodniczący), Jane Leftwich Curry (Stany Zjednoczone), Azizbek Dzusepbekow (Kirgistan), Rafał Habielski, Jelena Wartanowa (Rosja), Slavomír Magál (Słowacja), Małgorzata Marcjanik, Jerzy Ołędzki, Wiesław Sonczyk, Robert Traba (Niemcy), Andrius Vaišnys (Litwa), Walentyn N. Wandyszew (Ukraina), Wiesław Władyka

REDAKTOR NACZELNY

Marek Jabłonowski

ZASTĘPCA REDAKTORA NACZELNEGO

Mirosława Zygmunt

REDAKTORZY TEMATYCZNI

Tomasz Gackowski (nauki o poznaniu i komunikacji społecznej), Alicja Jaskiernia (polityka medialna Unii Europejskiej), Dominika Rafalska (nauki o mediach), Łukasz Szurmiński (nauki o polityce), Michał Zaremba (prawo)

REDAKTOR JĘZYKOWY

Dorota Lewandowska-Jaros

REDAKTOR STATYSTYCZNY

Marcin Łączyński

PROJEKT GRAFICZNY

Stanisław Małecki

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Zespół

ADRES REDAKCJI

„Studia Medioznawcze”

Instytut Dziennikarstwa UW

00-927 Warszawa, ul. Nowy Świat 69, pok. 214

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

Autorami zdjęć zamieszczonych w numerze są studenci specjalności Fotografia Prasowa, Reklamowa i Wydawnicza Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego: Alina Bordiug (okładka), Marcin Górecki, Magdalena Jaczewska, Katarzyna Kielbasińska, Jadwiga Kondratiuk, Gabriela Satrowskaja, Joanna Wojnarska i Agata Zielińska. Prace zostały przygotowane pod kierunkiem mgr Renaty Woronieckiej. Zdjęcie Karola Jakubowicza pochodzi ze zbiorów prywatnych.



© Copyright by Instytut Dziennikarstwa UW, 2013

ISSN 1641-0920

Wydawca, na zlecenie Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW,

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa

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

Sprzedaż i prenumerata:

e-mail: oficyna@aspra.pl

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

Nakład 400 egz.

Spis treści

Od redaktora	9
MACIEJ MROZOWSKI Karol Jakubowicz 1941–2013	11
TOŻSAMOŚĆ NAUK O MEDIACH	
WALERY PISAREK Terminologia nauk o mediach	15
MAŁGORZATA LISOWSKA-MAGDZIARZ Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania	27
PRAWO PRASOWE	
JACEK SOBCZAK Prawo do krytyki a kontratyp zniesławienia	45
RADIO	
RYSZARD ŻABIŃSKI Obszary konkurencji na rynku radiowym	73
NOWE MEDIA	
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK, PAWEŁ KUCZMA Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych. Część 1. Blogi, fora, analiza sentymentów ..	89
WOKÓŁ CESARZA KAPUŚCIŃSKIEGO	
BEATA NOWACKA W laboratorium reportażu	109
ADRIAN STACHOWSKI <i>Cesarz</i> na skraju gatunków	119
Z KART HISTORII	
JAN TOMKOWSKI Cena niezależności. O eseistyce Juliana Kaliszewskiego	133
MEDIA ZA GRANICĄ	
MONIKA WORSOWICZ Zgorszenie czy rozczarowanie? – polskie komentarze do sprawy brytyjskiej afery podsłuchowej	143

EUROPEJSKA POLITYKA MEDIALNA

ALICJA JASKIERNIA, MICHAŁ GŁOWACKI Cyfrowo i różnorodnie. Aktywność Rady Europy i Unii Europejskiej w obszarze mediów i komunikowania w 2012 r. 157

SPRAWOZDANIA Z KONFERENCJI

WIESŁAW SONCZYK Spojrzeć chłodnym okiem na konferencje medioznawcze – refleksje po seminarium poświęconym mediom publicznym w „epoce cyfrowej” 167

RECENZJE

AGNIESZKA OBAID
Krzysztof Miller
13 wojen i jedna. Prawdziwa historia reportera wojennego 175

KRZYSZTOF WASILEWSKI
Wiesława Szymczuk
Prasa mniejszości polskiej na Ukrainie 177

RAFAŁ WARDZYŃSKI
Jan Sadkiewicz
Ci, którzy przekonać nie umieją. Idea porozumienia polsko-niemieckiego w publicystyce Władysława Studnickiego i wileńskiego „Słowa” (do 1939) 181

MARTA RYNIEJSKA-KIEŁDANOWICZ
Public relations w jednostce samorządu terytorialnego
red. nauk. Anna Adamus-Matuszyńska, Agata Austen 184

PIOTR SIUDA
Nicolas G. Carr
Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg 188

Contents

From the Editor	9
MACIEJ MROZOWSKI Karol Jakubowicz 1941–2013	11
IDENTITY OF MEDIA STUDIES	
WALERY PISAREK Media Studies Terminology	15
MAŁGORZATA LISOWSKA-MAGDZIARZ Methodology of Media Studies – Trends, Concepts and New Challenges	27
PRESS LAW	
JACEK SOBCZAK The Right to Criticism and Justification of Libel	45
RADIO	
RYSZARD ŻABIŃSKI Areas of Competition on the Radio Market	73
NEW MEDIA	
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK, PAWEŁ KUCZMA Refining Network Information on the Example of Parliamentary Elections. Part 1. Blogs, Forums, Sentiment Analysis ...	89
AROUND <i>THE EMPEROR</i> BY KAPUŚCIŃSKI	
BEATA NOWACKA In the Laboratory of the Reportage	109
ADRIAN STACHOWSKI <i>The Emperor</i> on the Verge of Genres	119
FROM THE HISTORY	
JAN TOMKOWSKI The Price of Independence. On the Essay Writing of Julian Kaliszewski	133
MEDIA ABROAD	
MONIKA WORSOWICZ Scandal or Disappointment? – Polish Comments on the Case of the British Phone Hacking Scandal	143

EUROPEAN MEDIA POLITICS

- ALICJA JASKIERNIA, MICHAŁ GŁOWACKI Digital and Varied. Activities
of the Council of Europe and the European Union in the Field of Media and
Communication in 2012 157

CONFERENCE REPORT

- WIESŁAW SONCZYK Time to Look Over Media Conferences with a Cold Eye –
Thoughts after the Seminar on Public Media in the “Digital Era” 167

REVIEWS

- AGNIESZKA OBAID
Krzysztof Miller
13 and One Wars. The True History of a War Correspondent 175

- KRZYSZTOF WASILEWSKI
Wiesława Szymczuk
Press of the Polish Minority in Ukraine 177

- RAFAŁ WARDZYŃSKI
Jan Sadkiewicz
*Those Who Cannot Convince. The Idea of a Polish-German Agreement in the Journalistic
Writing of Władysław Studnicki and the Vilnian “Słowo” (until 1939)* 181

- MARTA RYNIEJSKA-KIEŁDANOWICZ
Public Relations in Local Government
ed. by Anna Adamus-Matuszyńska, Agata Austen 184

- PIOTR SIUDA
Nicolas G. Carr
The Shallows. What the Internet Is Doing to Our Brains 188

Od redaktora

Jak co roku, już od ponad dziesięciu lat, w przeddzień dorocznej konferencji Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego – w 2013 r. obradującej na temat „Prawo prasowe wobec wyzwań współczesności” – do rąk Czytelników oddajemy kolejny numer „Studiów Medioznawczych”.

Z poczuciem żalu i dużej straty zarówno dla mediów, jak i naukowego środowiska medioznawczego, żegnamy zmarłego w kwietniu dr. Karola Jakubowicza, którego dokonania przypomina w krótkim wspomnieniu prof. Maciej Mrozowski.

W numerze zamieszczamy teksty dwóch wystąpień z ubiegłorocznej konferencji dotyczącej tożsamości nauk o mediach. Pierwszy z nich – prof. Walerego Pisarka, nestora polskiego medioznawstwa – poświęcony jest terminologii nauk o mediach, drugi natomiast – autorstwa dr hab. Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz – metodologii badań nad mediami, jej nurtami, kierunkami, koncepcjami i nowymi wyzwaniami u progu drugiej dekady XXI w. W następnych numerach opublikujemy kolejne wystąpienia, których tezy mogą stać się zaczynem szerszej dyskusji w środowisku medioznawców nad metodologią i kierunkami badań.

W tematykę prawnoprasową tegorocznej konferencji wpisuje się artykuł prof. Jacka Sobczaka *Prawo do krytyki a kontratyp zniestawienia*. Jak pisze autor, „prawo do krytyki [...] jest jednym z najważniejszych praw przysługujących dziennikarzom. Ustawodawca wymaga jednak, aby formułowana krytyka była rzetelna i zgodna z zasadami współżycia społecznego”. Żywimy nadzieję, że lektura tekstu przyczyni się do pogłębienia dyskusji na konferencji.

O nieprzemijającym zainteresowaniu zarówno czytelników, jak i medioznawców twórczością Ryszarda Kapuścińskiego świadczą dwa teksty poświęcone jego *Cesarzowi*. Autorką jednego z nich jest Beata Nowacka, mogąca pochwalić się już sporym dorobkiem naukowym dotyczącym twórczości reportera, drugiego zaś Adrian Stachowski – ubiegłoroczny absolwent Instytutu Dziennikarstwa UW, podejmujący polemikę z uznaną już badaczką.

Obok innych tematów poruszanych zwykle w „Studiach Medioznawczych”, dotyczących mediów w Polsce (w tym numerze – konkurencja na rynku radiowym) i za granicą (tu *casus* „News of the World”), nowych mediów (rafinacja danych sieciowych) czy historii mediów (eseistyka Juliana Kaliszewskiego), pragniemy zwrócić uwagę Czytelnika na wprowadzaną od bieżącego numeru, z inicjatywy dr hab. Alicji Jaskierni, stałą – publikowaną co pół roku – rubrykę poświęconą europejskiej polityce medialnej. Będziemy

w niej zamieszczać omówienia istotnych dokumentów, decyzji oraz stanowisk Rady Europy i Unii Europejskiej wyznaczających standardy i kierunki rozwoju europejskiej polityki medialnej, a także debat toczących się w UE i RE na temat mediów i komunikowania, które nie zakończyły się (na razie) konkretnymi rozstrzygnięciami, ale w których mogą zabierać głos obywatele państw członkowskich. Mając na uwadze pogłębiające się skomplikowanie przedmiotu polityki medialnej oraz ewolucję tradycyjnej *policy* w stronę charakteryzujących się decentralizacją zarządzania i policentrycznym układem podmiotów procesów *governance*, zwracać będziemy uwagę także na współpracę RE i UE z organizacjami pozarządowymi oraz branżowymi. Mamy nadzieję, że nasza inicjatywa spotka się z przychylnym przyjęciem wszystkich zainteresowanych europejską przestrzenią medialną.

Życzymy czytelnikom interesującej lektury, a uczestnikom konferencji – owocnych obrad.

prof. dr hab. Marek Jabłonowski

Karol Jakubowicz

1941–2013



Ironia losu. Teraz, kiedy *nauki o mediach* wybiły się w Polsce na niepodległość, jeden z tych nielicznych, którzy od dawna kładli podwaliny pod ich przyszły rozwój, odszedł od nas na zawsze. Karol Jakubowicz bez wątpienia należy do elitarnego grona „ojców założycieli” polskiego medioznawstwa, którzy od połowy lat 70. ubiegłego wieku przenosili na nasz grunt teorie i koncepcje rozwijanych na Zachodzie *mass media research*. Była to działalność pionierska i zarazem nieco partyzancka, bo realizowana w opozycji do dominującego wówczas „socjalistycznego prasoznawstwa”.

Z wykształcenia anglista, w podejściu do mediów od początku przejawiał umysłowość „człowieka Zachodu” – otwartego, racjonalnego i krytycznego wobec otaczającej rzeczywistości.

Zainteresowania naukowe Karola Jakubowicza ukształtowały się w toku kilkunastoletniej współpracy (1975–1991), w charakterze członka kolegium redakcyjnego i autora, z kwartalnikiem naukowym „Przekazy i Opinie”, wydawanym przy „Polskim Radiu i Telewizji”, jedynym wówczas nadawcą programów radiowych i telewizyjnych w Polsce. Koncentrowały się one na dwóch obszarach tematycznych: zmianach w systemach medialnych krajów Zachodu i Trzeciego Świata, w tym zwłaszcza demokratyzacji mediów pod wpływem pojawienia się „mediów środowiskowych” i rewolucji wideo, oraz sporach wokół tzw. nowego światowego ładu informacyjnego i komunikacyjnego. Owocem tych zainteresowań była obroniona w roku 1989 rozprawa doktorska zatytułowana *Radio i telewizja w procesie ewolucji społeczeństw krajów zachodnich*. Myślą przewodnią Jego ówczesnych refleksji było narastające przekonanie, że dynamika zmian na Zachodzie (pojawienie się nowych mediów) oraz zastój i erozja na Wschodzie (bo z polityką „głasności” i „pierestrojki” nie wiązał zbyt wielu nadziei) przybliżają nas do „wielkiego przełomu”, choć to, co nastąpiło w roku 1989, przerosło Jego oczekiwania. Nic dziwnego, bo po 1980 roku Karol Jakubowicz uczestniczył w kilku komisjach, które pracowały nad projektami reform „reżimowej” radiofonii i telewizji i przekonał się o daremności tych starań.

Jak na dżentelmena z urodzenia oraz badacza z wyboru przystało, Karol Jakubowicz nie był związany z żadną partią czy ugrupowaniem politycznym. Był zawsze niezależny, a do świata polityki i biznesu odnosił się z nieufnością. Także po roku 1990, kiedy obserwował przekształcanie Komitetu ds. Radia i Telewizji w Polskie Radio S.A. i Telewizję Polską S.A., oraz kiedy w latach 1994–1997 kierował pracami Rady Nadzorczej TVP S.A. Przygotowana przez Niego wtedy koncepcja polityki programowej TVP S.A. jako nadawcy publicznego uzyskała status oficjalnego do-

kumentu TVP S.A i na tym zakończyła swoją karierę. Bo praktyka programowa TVP S.A. z każdym rokiem coraz bardziej odstawała od Jego wyobrażeń o powinnościach nadawcy publicznego. Krytykując przy różnych okazjach narastającą komercjalizację naszych mediów publicznych oraz ich zawłaszczanie przez kolejne koalicje rządzące, Karol Jakubowicz nigdy nie utracił wiary, że kiedyś powstaną w Polsce media publiczne „z prawdziwego zdarzenia”. Przekonanie to jest istotnym elementem dziedzictwa, które nam zostawił i które musimy twórczo rozwijać.

Oprócz współpracy z TVP S.A., Karol Jakubowicz działał też na wielu innych polach, w kraju i za granicą. W kraju regularnie współpracował z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji, dla której przygotował szereg analiz i ekspertyz, w latach 2004–2006 był dyrektorem Departamentu Strategii i Analiz w Biurze KRRiT, a ostatnio uczestniczył w tworzeniu *Strategii regulacyjnej KRRiT na lata 2011–2013*. Przez kilka lat pracował w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Za granicą współpracował z instytucjami i organizacjami międzynarodowymi, tj. Radą Europy, UNESCO, Unią Europejską, OBWE, a także EBU (stowarzyszeniem europejskich nadawców publicznych), opracowując dla tych organizacji liczne raporty i ekspertyzy, m.in. dotyczące ustawodawstwa radiowo-telewizyjnego w różnych krajach, sytuacji mediów w Kosowie czy tworzenia standardów w zakresie nowych usług komunikacyjnych (*Informacja dla wszystkich*). Właśnie nowe media i usługi komunikacyjne interesowały go ostatnio najbardziej, a miał dobrą sposobność zainteresowania te rozwijać twórczo i z szerszym pożytkiem, kierując pracami dwóch gremiów eksperckich Rady Europy analizujących tę problematykę. Wyrazy żalu płynące ze strony tej organizacji są z pewnością szczere, bo niełatwo będzie znaleźć następcę o takiej wiedzy i potencjale intelektualnym.

Funkcje się pełni, badaczem się jest, a dorobek zostaje. Zachowamy w pamięci Jego działalność w instytucjach publicznych, ale pozostanie On dla nas przede wszystkim autorem licznych prac naukowych, które na trwałe weszły do kanonu lektur polskiego medioznawstwa. Dorobek naukowy Karola Jakubowicza obejmuje kilkadziesiąt artykułów opublikowanych w krajowych i zagranicznych periodykach naukowych i wydawnictwach książkowych, a jego zwieńczeniem jest pięć książek: *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek* (2007), *Polityka medialna a media elektroniczne* (2008), *Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką* (2010), *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza* (2011), ostatnia *Media a demokracja XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli* (2013) pojawiła się na półkach księgarskich tuż przed śmiercią Autora. Każda z tych książek z osobna i wszystkie razem dają czytelnikowi ogrom rzetelnej, dobrze usystematyzowanej i przystępnie wyłożonej wiedzy o procesach zachodzących w sferze działania mediów masowych w okresie globalnego „wielkiego przełomu”, czyli szukania przez te media swojego miejsca w globalnej komunikacji sieciowej.

Choć Karol pozostał tylko doktorem, zostawił po sobie dorobek godny profesora. Tak zresztą był traktowany od wielu lat, zarówno w kraju, jak też za granicą. Był jedynym polskim medioznawcą znanym i czytany właściwie we wszystkich liczących się środowiskach badaczy mediów na wszystkich kontynentach. Udział w wielu konferencjach międzynarodowych w różnych miejscach globu oraz liczne kontakty zaskarbiły mu wiele szacunku i sympatii ze strony najwybitniejszych badaczy mediów na świecie. Był jednym z nich. A mimo to pozostał człowiekiem skromnym, unikającym rozgłosu, niegoniącym za szczytami. Łącząc doświadczenie praktyczne z wielką wiedzą, patrzył na świat z dystansu, nikomu nie narzucał własnych poglądów, wyrażał je właściwie tylko za pomocą wyrozumiałej ironii. To wystarczało, żeby Go dobrze rozumieć i dobrze czuć się w Jego obecności.

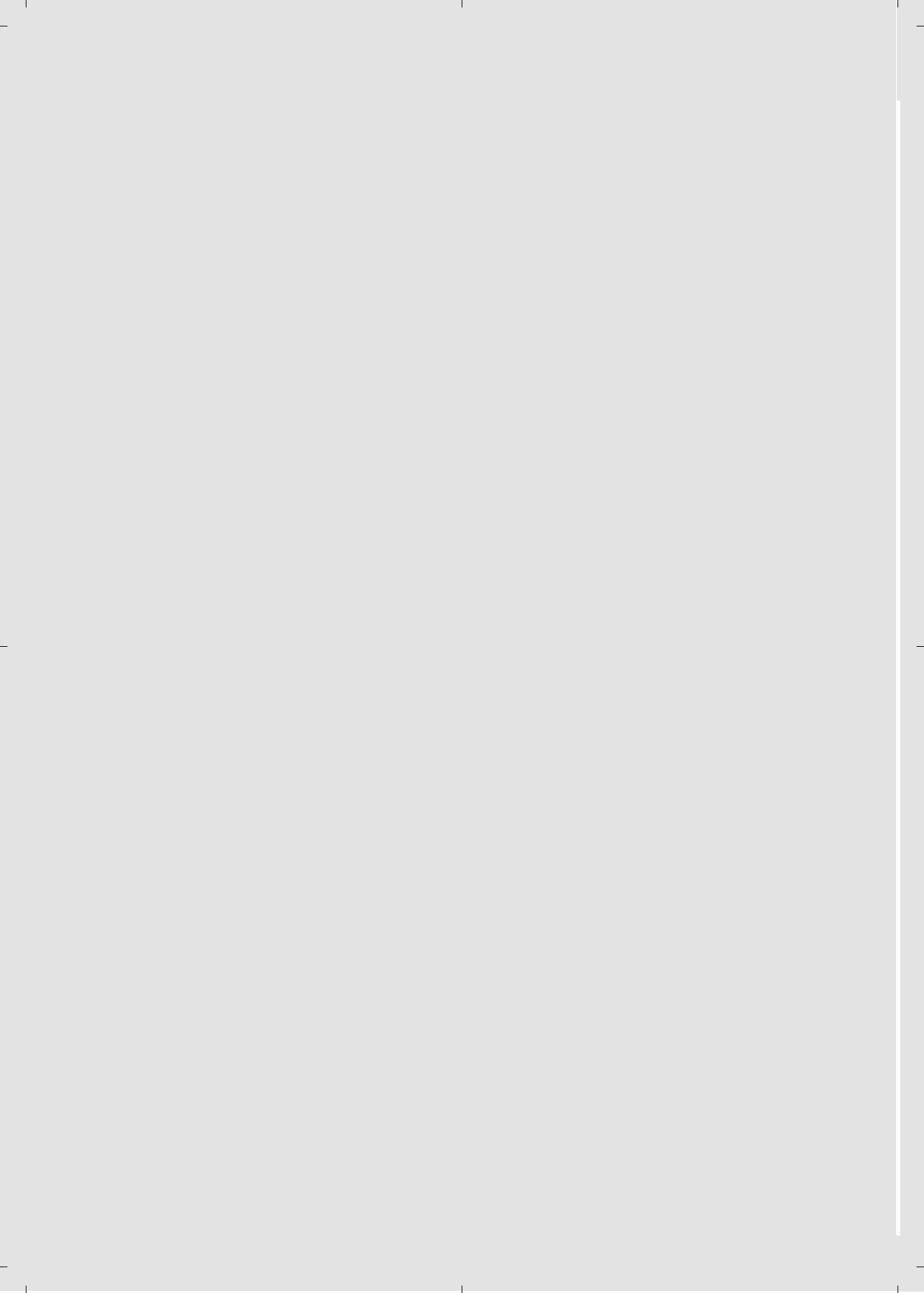
Szkoda, że już nie będzie ku temu okazji.

Maciej Mrozowski

Tożsamość nauk o mediach



Identity of media studies



Terminologia nauk o mediach

Walery Pisarek

Przynajmniej część ze słuchaczy może się zastanawiać, dlaczego akurat ja zabieram głos właśnie na ten temat. Wprawdzie nie wykluczam, że najmłodsze pokolenie kojarzy mnie ze *Słownikiem terminologii medialnej*¹, ale już nie jestem taki zarozumiały, by sądzić, że wiele osób łączy moją osobę ze starszą o 30 lat *Encyklopedią wiedzy o prasie*², a przewodniczyłem jej Komitetowi Redakcyjnemu. Tym bardziej chyba tylko najstarsi pracownicy Ośrodka Badań Prasoznawczych pamiętają, że w latach 1975–1982 uczestniczyłem z ramienia CECOM-u³ w opracowywaniu pod redakcją Jeana Vieta w ramach UNESCO dwóch wydań *Thesaurusa Mass Communication* dla globalnej sieci COMNET.

Pierwsza wersja tego tezausa ukazała się w roku 1975. Jego redaktor w przedmowie do drugiego wydania w 1982 r. pisał: „Tezaurus masowego komunikowania opublikowany przez UNESCO w 1975 roku i stosowany w ciągu ostatnich sześciu lat przez różne ośrodki tworzące międzynarodową sieć wymiany informacji z zakresu komunikowania (COMNET) wymaga aktualizacji. Każdy język prze-

znaczony do bieżącej analizy dokumentów musi brać pod uwagę dokonujące się w nim zmiany, zwłaszcza w obszarze, na którego słownictwo stale oddziałują przemiany technologiczne i którego przedmiot podlega ciągłej ewolucji zarówno pod względem intensywnym, jak i ekstensywnym. Należało tedy dokonać gruntownej rewizji tezausa, by umożliwić dalsze posługiwanie się nim”⁴.

Tak więc zdaniem Jeana Vieta ze względu na swoistość „nauk o mediach” tezaurus tej dyscypliny już po pięciu latach od jego opracowania pilnie wymagał aktualizacji. Sprawił to zarówno szybki rozwój teorii i metodologii nauk o mediach, jak i rozwój technologiczny, a także postępujące upowszechnienie samych mediów. Jeżeli opinia Vieta o szybkiej dezaktualizacji tezaurusów była prawdziwa w roku 1982, to tym bardziej prawdziwa jest ona czterdzieści lat później.

Nauce, rozumianej zarówno jako działalność naukowa, jak i wiedza naukowa, przypisuje się dwa niezwykłe atrybuty: intersubiektywnej sprawdzalności oraz intersubiektywnej komunikowalności. Twierdzenie, którego

¹ W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.

² *Encyklopedia wiedzy o prasie*, pod red. J. Maślanki, Wrocław 1976.

³ CECOM (The Central European Mass Communication Research Documentation Centre) – Środkowoeuropejski Ośrodek Dokumentacji Badań nad Komunikowaniem Masowym, założony w 1974 r. w Krakowie jako regionalne ogniwo COMNET-u; do 1995 r. kierował nim prof. Walery Pisarek [przyj. red.].

⁴ J. Viet, *Thesaurus Mass Communication*, Paris 1982, s. I, <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000535/053577mb.pdf> [dostęp: 20.04.2013].

prawdziwości nie sposób zweryfikować lub sklasyfikować, nie zasługuje na miano twierdzenia naukowego. I analogicznie: twierdzeniom i wszelkim sądom, których nie da się jednoznacznie eksplikować i przekazać innym osobom tak, by je zrozumieli jednoznacznie i dokładnie, mamy prawo odmówić miana twierdzeń i sądów naukowych.

Gwarantem intersubiektywnej sprawdzalności każdej dyscypliny naukowej jest jej metodologia. Gwarantem intersubiektywnej komunikowalności każdej dyscypliny naukowej jest właściwy jej język. Matematyka i logika mają swoje języki formalne i dzięki nim w komunikacji naukowej w znacznym stopniu obywają się bez języka potocznego. W pozostałych naukach humanistycznych, społecznych, przyrodniczych funkcję języka formalnego pełni terminologia. O naukowości dyscypliny „nauki o mediach” ma świadczyć ich (tzn. tych nauk) metodologia i ich terminologia.

Tymczasem właśnie i jedna, i druga ma status trochę rozmyty wskutek niejasnej tożsamości samej naszej nowo uszlachconej dyscypliny, której rozporządzenie ministra nauki i szkolnictwa wyższego z sierpnia 2011 r. nadało urzędowe imię *nauk o mediach*. Ta niejasna tożsamość dyscypliny, podobnie jak różnorodność jej nazw nie tylko zresztą w Polsce, wynika z dawno rozpoznanych i opisanych przyczyn. Pisałem o nich blisko 40 lat temu: „przyczyną pierwszą, historyczną, jest to, że większość pracowników naukowych prowadzących badania nad masowym komunikowaniem wykształciła się na tradycyjnych uniwersyteckich wydziałach filologii, socjologii, filozofii, psy-

chologii, historii, ekonomii, prawa itp.⁵ Jest rzeczą zrozumiałą, że ktoś, kto zdobywał stopnie naukowe jako filolog, socjolog czy psycholog, będzie miał skłonności do utożsamiania się ze swą macierzystą dyscypliną. Podobnie socjologowie i psychologowie byli ongiś filozofami. Przyczyną drugą, teoretyczno-metodologiczną, jest to, że znaczna część uczonych uprawiających badania nad komunikowaniem nie traktuje tej wiedzy jako samodzielnej dyscypliny naukowej w tym sensie, w jakim jest nią językoznawstwo, socjologia czy psychologia. Nie tylko w Polsce wielu badaczy skłonnych jest traktować te badania raczej jako technologię⁶, a więc na tych prawach, na jakich funkcjonują socjotechniczne badania nad młodziem, pokojem, zarządzaniem itp. Przyczyną trzecią, instytucjonalną, jest różnorodność typów placówek naukowych uprawiających badania nad komunikowaniem masowym. Znajdują się wśród nich komórki uniwersytetów i akademii nauk (wydziały dziennikarstwa, socjologii, psychologii, filologii, historii itp.), placówki badawcze różnych instytucji (np. radia, telewizji, poszczególnych wydawnictw prasowych) oraz placówki pracujące dla potrzeb rządów, partii i rozmaitych organizacji. Przyczyną czwartą i najważniejszą, ideologiczną, jest to, że badania nad komunikowaniem masowym wiążą się ściśle z życiem politycznym i społecznym⁷.

W gruncie rzeczy to samo konstatawał Wilbur Schramm, żeby przypomnieć jego znaną metaforę nauki o komunikowaniu jako oazy: „Przez wiele lat uczeni, podróżując według map swoich dyscyplin, zatrzymywali się, by się

⁵ Prawdziwości tego zdania dowodzą materiały konferencji poświęconej kształceniu nauczycieli dziennikarstwa, a organizowanej z okazji VI Zgromadzenia Ogólnego AIERI w Pampelunie w sierpniu 1968 r.

⁶ „Cel uprawianego przez nas poznania, i to w zakresie narzuconym niejako przez praktykę polityczno-redakcyjną, wydaje się wyznaczać granice przedmiotu złożonego. Mamy tutaj bowiem do czynienia z technologią, tzn. poznaniem, którego celem jest służyć realizowaniu celów praktycznych wyznaczonych przez obiektywne potrzeby.” I. Tetelowska, *Szkice prasoznawcze*, Kraków 1972, s. 68. Por. też stanowisko F.H. Knowera: „Komunikologia ma charakter interdyscyplinarny. Żaden ze sposobów studiowania komunikologii pojedynczo wzięty nie może udzielić pełnej odpowiedzi. [...] W tym znaczeniu komunikologia jest raczej dziedziną badań niż dyscypliną naukową”. *The Communicative Arts and Science of Speech*, ed. by K. Brooks, Columbus 1967, s. 104.

⁷ W. Pisarek, *Wiedza o komunikowaniu – nazwy i zakres*, „Przekazy i Opinie” 1975, nr 1, s. 11.

przyjrzeć problemom komunikowania, podobnie jak podróżnicy zatrzymujący się dla odświeżenia w jordańskiej oazie, i ruszali dalej. Nawet Czterej Ojcowie Założyciele, choć przebywali dłużej i zbudowali więcej niż inni im współcześni, [...] zachowali związki i sposoby postępowania właściwe swym akademickim stylom życia. Hovland i jego uczniowie pozostali psychologami; Lazarsfeld i jego uczniowie – socjologami; Lasswell i jego uczniowie – politologami”⁸.

Ojcowie założyciele, urodzeni na początku XX w. (a nawet, jak Kurt Lewin, w XIX w.) nie mogli jeszcze studiować nauki o komunikowaniu masowym – jakkolwiek by się ona miała nazywać – bo takiego kierunku studiów nie było jeszcze w latach ich młodości ani w Niemczech, ani w Austrii, ani w USA. A więc pozostali wierni swojemu macierzystemu wykształceniu. Opinia Schramma sformułowana czterdzieści lat temu, a odnosząca się do stanu rzeczy o jakieś trzy lub cztery dekady jeszcze wcześniejszego, już dawno się zdezaktualizowała w odniesieniu do USA i Europy Zachodniej: dawna oaza stała się dynamicznie rozwijającą się metropolią.

Co innego w Europie Środkowej, w tym w Polsce. Nie o to chodzi, że polskie prasowo- czy medioznawstwo rozwijało się w izolacji od nauki „zachodniej”, bo przynajmniej moim zdaniem kontakty polskich badaczy komunikowania masowego z nauką „zachodnią” w latach 60. i 70. nie były luźniejsze niż obecnie⁹, ale o to, że polscy badacze odbierali zachodnie koncepcje teoretyczne, pomysły metodologiczne, a także wyniki badań przez filtry swoich dyscyplin macierzystych. I trudno się temu dziwić, skoro swoich doktorantów i promowanych przez siebie habilitantów musieli ustawiać zgo-

dnie z wymaganiami macierzystych dyscyplin. Znamieną powściągliwość w deklarowaniu własnej afiliacji dyscyplinarnej (czy też pochodzenia dyscyplinarnego) można było obserwować u uczestników panelowej debaty nad tożsamością nauki o mediach i komunikacji społecznej na II kongresie PTKS w Lublinie: paneliści, optując na rzecz wspólnoty medioznawczej, nie zapominali o swoich korzeniach socjologicznych, kulturoznawczych, politologicznych czy językoznawczych. I taka sytuacja będzie się powtarzać w Polsce jeszcze przez jakieś 10 lat: pierwszymi samodzielnymi pracownikami naukowymi, którzy po studiach dziennikarstwa i komunikacji społecznej otrzymają doktoraty i habilitacje z nauk o mediach, będą tegoroczni nasi magistranci. A stanie się to pewnie dopiero w latach 20. XXI w.

Odmienności pochodzenia dyscyplinarnego polskich medioznawców odgrywają najważniejszą rolę w zróżnicowaniu polskiej terminologii medioznawczej. Najważniejszą, ale nie są jedynym czynnikiem ją różnicującym. Istotne znaczenie ma też przedmiot zainteresowania badawczego, a w szczególności to, które medium (gazeta papierowa, radio, telewizja, internet ...), jaki aspekt (cel) jego funkcji społecznych (kreowanie obrazu świata, public relations, marketing, reklama...) znajduje się w centrum uwagi badacza, a także to, który język był głównym nośnikiem literatury, i jaką ideologię ta literatura wyrażała. Te wielorakie przyczyny i źródła zamieszania terminologicznego w polskim medioznawstwie (zresztą nie tylko polskim) spowodowały, że po pierwsze, to samo bywa nazywane różnymi terminami (np. *przekaz*, *komunikat*, *wypowiedź*), po drugie, geneza i funkcjonowanie niektórych nazw wynikają ze swoistego ustrukturyzowania

⁸ W. Schramm, *The Unique Perspective of Communication: A Retrospective View*, „Journal of Communication” Vol. 33 (1983), nr 3, s. 9, <http://test.whdoesittake.com/wp-content/uploads/2011/08/unique-Perspective.pdf> [dostęp: 20.04.2013].

⁹ Warto tu przypomnieć Mieczysława Kafla, organizatora studiów dziennikarskich na Uniwersytecie Warszawskim i jednego z pięciu ojców założycieli stowarzyszenia AIERI/IAMCR.

rzeczywistości (np. podział perswazji politycznej na propagandę i agitację, a także pojęcia reklamy nie tylko komercyjnej, ale także politycznej i społecznej), po trzecie, swoisty system terminologii odpowiada swoistym ujęciom teoretycznym procesów komunikatywnych (przypomnijmy tu choćby komunikację publiczną w ujęciu krytycznym czy komunikację społeczną w ujęciu kognitywnym). Trzeba tu podkreślić, że obecny stan rzeczy w Polsce nie jest czymś wyjątkowym: analogiczne procesy w innych krajach przebiegały wcześniej, jak to ilustrowała Schrammowska metafora oazy jordańskiej, albo zachodzą równolegle z naszymi, albo dopiero wystąpią w przyszłości.

Nowa urzędowa nazwa naszej dyscypliny pod względem formalnofunkcyjnym nie jest najszcześniejsza. Odznacza się bowiem absolutną bezpłodnością słowotwórczą w przeciwieństwie do prasoznawstwa i medioznawstwa z ich przymiotnikami *prasoznawczy*, *medioznawczy*; przysłówkami *prasoznawczo*, *medioznawczo* i nazwami agensa *prasoznawca*, *medioznawca*. Można się więc spodziewać, że poza ściśle oficjalnymi kontekstami częściej niż nazwy *nauki o mediach* używać się będzie dominującej dziś nazwy *medioznawstwo*. Sprzyjać temu będzie etymologiczna synonimiczność obu nazw: *nauki o mediach* to przecież nic innego niż *medioznawstwo*. Przed trzema laty do szerszego obiegu w Polsce tłumacz książki Régisa Debraya wprowadził inny synonim nauk o mediach: to *mediologia*.

Z rozmów z kolegami medioznawcami wyniosłem przekonanie, że nazwę nadaną przez MNiSW przyjęli bez entuzjazmu. Oczekiwaliśmy bowiem bądź nazwy ‘nauka o mediach i komunikacji społecznej’ bądź ‘nauka o komunikacji społecznej’. Niby nauki o mediach to – jak już wspominałem – strukturalnie to samo,

co medioznawstwo, ale przyzwyczailiśmy się przypisywać medioznawstwu zainteresowanie nie tylko samymi mediami, ale przede wszystkim tym, co te media robią z ludźmi, do których ze swoimi treściami (dziś rasowy medialog powiedziałby pewnie: ze swoim kontentem) docierają. Istotę problemu trafnie ujmuje właśnie Régis Debray na początku swojej *Mediologii*: „Istoty żywe są przedmiotem badań biologii, linie i płaszczyzny – geometrii, zjawiska atmosferyczne – meteorologii. Na pierwszy rzut oka dana dyscyplina jest definiowana za pośrednictwem jej *przedmiotu*. Przyjmując to założenie, chcielibyśmy więc powiedzieć: »Mediologia zajmuje się badaniem mediów«. I byłby to poważny błąd. Jak przypominał bowiem niegdyś historyk techniki André-Georges Haudricourt: »W rzeczywistości tym, co charakteryzuje daną naukę, jest *punkt widzenia*, nie zaś przedmiot«¹⁰.

Jakiż to *punkt widzenia* przypisuje Debray mediologii? „Nie wykluczając tego, co nazywamy »komunikacją«, [mediologia] interesuje się [...] w szczególności *człowiekiem, który przekazuje*. Jego właśnie mniej znamy niż innych, więc nasze poczynania na poziomie pojęć muszą być bardziej oryginalne i ulokowane gdzie indziej niż przyjęte dotychczas punkty widzenia”¹¹.

Takie podejście do zakresu zainteresowania badawczego mediologii przypomina niegdyśiejsze definicje prasoznawstwa jako nauki zajmującej się szeroko rozumianymi społecznymi aspektami funkcjonowania periodycznych mediów masowych.

Terminy i terminologia

Za termin uważa się jednostkę leksykalną (a nie wyraz czy słowo, bo bywają terminy dwu-, trzy, a nawet czterowyrazowe) oznaczającą jedno-

¹⁰ R. Debray, *Wprowadzenie do mediologii*, Warszawa 2010, s. 3.

¹¹ Tamże, s. 4. Oryginalność koncepcji Debraya polega na rozdzieleniu pojęć (synchronicznej) *komunikacji* i (diachronicznego) *przekazywania*. Nie ukrywam, że nie podzielam przekonania Debraya co do sensowności tego rozdzielenia między innymi ze względu na trudność rozgraniczenia synchronii od diachronii.

znacznie w sposób ścisły określone pojęcia lub obiekty, a istniejącą (jako termin) tylko w roli elementu w danym systemie terminologicznym. Na system terminologiczny każdej dyscypliny, podobnie jak na terminologię ogólnonaukową, składają się ogólne terminy właściwe, terminy szczegółowe i nazwy własne. Ponadto klasyfikuje się terminy ze względu na ich **zakres** lub **zasięg**, dzieląc je na terminy systemowe, tekstowe i indywidualne; ze względu na **rodzaj oznaczanego przedmiotu** (może to być na przykład proces, właściwość, obiekt, czynność, relację itd.); ze względu na **pochodzenie** (wyróżnia się terminy rodzime i zapożyczone, w tym internacjonalizmy, ze względu na **strukturę formalną** (wyróżnia się derywaty morfologiczne, składniowe i semantyczne; tę ostatnią kategorię tworzy słownictwo potoczne występujące w nowym znaczeniu w charakterze terminu).

Nie ulega wątpliwości, że terminologia w ramach jednej dyscypliny powinna się charakteryzować podwójną jednoznacznością: po pierwsze, każde ważne pojęcie powinno mieć tylko jedno określenie terminologiczne, a po drugie, każde określenie terminologiczne powinno oznaczać tylko jedno pojęcie. Bogactwo synonimiki, słusznie traktowane jako cenna wartość każdego języka i każdego idiolektu, jest niepożądaną cechą terminologii. Ponieważ często się zdarza (nie tylko w medioznawstwie), że autor staje wobec dylematu, który z dwóch, a niekiedy i kilku konkurujących ze sobą terminów wybrać, na gruncie różnych dyscyplin podejmowano kwestię kryteriów oceny terminu, które mogłyby służyć jako pomoc w wyborze jednego z istniejących terminów, jak i w kreowaniu terminów nowych.

W Polsce, jak się to chyba powszechnie przyznaje, szczególnie ważną rolę w dziedzinie teorii terminologii naukowej i technicznej odegrał jeden z polskich pionierów cybernetyki, Marian Mazur. Pół wieku temu ukazała się jego *Terminologia techniczna*¹² z 14 zasadami two-

żenia terminów technicznych, które to zasady od samego początku rozciągnięto na całą terminologię naukową. Myślę, że warto je przypomnieć choćby z tego względu, że kontynuując oświeceniową tradycję Śniadeckich (zasada rodzimości), uwzględniają wymagania globalizmu (zasada międzynarodowości). A więc tworząc terminologię jakiegokolwiek dziedziny nauki i techniki, należy uwzględniać zasady:

- powszechności – przy tworzeniu terminologii nie należy zmieniać tych nazw, które się już rozpowszechniły,
- rodzimości – nazwy techniczne powinny być oparte na źródłosłowach rodzimych,
- międzynarodowości – nazwy techniczne powinny być zgodne co do źródłosłów z nazwami mającymi rozpowszechnienie międzynarodowe,
- jednorodności – nazwa powinna być utworzona albo w całości ze źródłosłów rodzimych, albo w całości ze źródłosłów obcych,
- logiczności – terminy techniczne powinny nasuwać swoim brzmieniem możliwie największą liczbę istotnych skojarzeń z odnoszącymi się do tych nazw definicjami,
- systematyczności – nazwom kilku pojęć równorzędnych powinna odpowiadać nazwa pojęcia bezpośrednio nadrzędnego,
- zwięzłości – nazwa techniczna powinna zawierać tylko po jednej informacji na każdą okoliczność,
- jednoznaczności – nazwa powinna oznaczać tylko jedno pojęcie,
- jednomianowości – tylko jedna nazwa powinna oznaczać dane pojęcie,
- reproduktywności – nazwa powinna być oparta na źródłosłowie umożliwiającym tworzenie nazw pochodnych,
- jednolitości – nazwa powinna zawierać źródłosłów wspólny grupie nazw pojęć pokrewnych,
- operatywności – nazwa techniczna powinna być krótka i łatwa do wymawiania oraz nie

¹² M. Mazur, *Terminologia techniczna*, Warszawa 1961.

- nastręczać trudności w zestawieniu z innymi wyrazami,
- poprawności – nazwa techniczna powinna być zgodna z wymaganiami poprawności językowej,
- emocjonalności – nazwy techniczne nie powinny wzbudzać sprzeciwów uczuciowych, czyli inaczej mówiąc, nazwy powinny się podobać.

Dziesięć lat później te zasady Mazura stały się przedmiotem dyskusji na konferencji „Problemy terminologiczne języka polskiego w technice”, która się odbyła w Bydgoszczy w grudniu 1971 r. Życzliwie do tych zasad odnieśli się też językoznawcy, a wśród nich Irena Bajerowa, która w „Poradniku Językowym” ogłosiła swoje dziewięć zasad tworzenia i oceny nowych terminów technicznych i naukowych; są to:

- „zasada poprawności (termin powinien być zgodny z tendencjami rozwojowymi języka, z normami gramatycznymi i ortograficznymi);
- zasada powszechności (te same terminy w tym samym znaczeniu powinny być stosowane we wszystkich dziedzinach wiedzy technicznej);
- zasada zrozumiałości etymologicznej (struktura terminu powinna być zrozumiała);
- zasada logiczności (termin powinien odpowiadać swemu zadaniu, czyli uwydatniać istotne składniki i właściwości nazywanego pojęcia);
- zasada jednoznaczności (termin powinien odnosić się tylko do jednego pojęcia);
- zasada zwięzłości (termin powinien być jak najbardziej zwięzły);
- zasada systematyczności (terminom dla pojęć równorzędnych powinien odpowiadać termin dla pojęcia bezpośrednio nadrzędnego);
- zasada pokrewności (termin powinien być pokrewny słotwórczo terminom odnoszącym się do pokrewnych pojęć)¹³.

Niektóre z tych zasad pojawiają się w opracowanych przez UNESCO *Wytycznych polityki terminologicznej*: „Poniższe podstawowe zasady semiotyczne mają w zasadzie zastosowanie do »wszystkich« języków. Zasady te koncentrują się na systematycznej naturze terminologii, u której podstaw leżą sieci pojęciowe, w tym wymiar kognitywny, aspekty reprezentacji wiedzy itp.:

- przejrzystość (a nieprzejrzystość);
- spójność;
- ścisłość;
- zwięzłość (ekonomia językowa);
- możliwość tworzenia form pochodnych;
- poprawność językowa;
- pierwszeństwo dla języka ojczystego (z wyłączeniem tych specjalizacji i języków, w których istnieją inne tradycje, na przykład dotyczące zastosowania łaciny lub greki w niektórych dyscyplinach)¹⁴.

Terminologia każdej dyscypliny naukowej stanowi istotną część jej fundamentów teoretyczno-metodologicznych, a także przedmiot zainteresowania naukoznawstwa. W duchu normali-

¹³ I. Bajerowa, *Językoznawca wobec tzw. zasad słotwórstwa technicznego*, „Poradnik Językowy” 1973, nr 3, s. 121–138.

¹⁴ *Wytyczne polityki terminologicznej. Kształtowanie i realizowanie polityki terminologicznej społeczności językowych*, Paryż 2005, www.infoterm.info/pdf/activities/guidelines/Wytycznepolitykiterminologicznej_pl.pdf [dostęp: 20.04.2013]. Na uwagę zasługuje ostatni punkt cytowanych zasad podkreślający „pierwszeństwo dla języka ojczystego” wyraźnie sprzeczny z obecną praktyką naszego Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. A to pierwszeństwo dla języka ojczystego nie jest bynajmniej efektywnym ozdobnikiem, ale główną ideą całych *Wytycznych polityki terminologicznej*. Por.: „**Ludzie posługujący się językiem ojczystym, który nie jest (lub jest niedostatecznie) rozwinięty w zakresie terminologii i stosowania języków specjalnych (SPL) oraz ludzie, którym zabrania się używania języka ojczystego w szkolnictwie i kształceniu, w dostępie do informacji lub w miejscu pracy, znajdują się w sytuacji osób poszkodowanych.** Zwłaszcza mniejsze społeczności językowe (obejmujące różnego rodzaju mniejszości językowe) muszą wkładać więcej trudu niż otaczające je większe społeczności języ-

zacji terminologii w poszczególnych krajach doskonałą terminologię wyspecjalizowane instytucje i stowarzyszenia. Do roku 1990 działał w Polskiej Akademii Nauk ponaddiscyplinarny Komitet Terminologii przy Prezydium PAN. Można się tylko domyślać przyczyn jego likwidacji. Pisał na ten temat w formie listu do redakcji biuletynu MNiSW „Sprawy Nauki” Zygmunt Stoberski: „Przykro mi, że mimo wielu doświadczeń i badań, w spisie nauk nie ma wciąż słowa »terminologia«. Świadczy to o opóźnieniu polskiej nauki w informowaniu o tym, co nowo powstająca terminologia naukowa i techniczna w świecie wnosi do rozwoju nauk teoretycznych i praktycznych (np. do udoskonalania technologii produkcyjnych – tak ważnych dla ulepszania rodzimej produkcji, a więc i eksportu). [...] Nigdy nie zapomnę błędu Prezydium PAN sprzed kilku lat, kiedy włączyło ono, stworzony przez wielkiego naszego językoznawcę prof. W. Doroszewskiego, Komitet Terminologii przy Prezydium PAN, do jednego z komitetów ogólnonaukowych”¹⁵.

Obecnie ważną rolę w doskonaleniu terminologii naukowej i technicznej w Polsce odgrywa Polski Komitet Normalizacyjny. Jego znaczenie jest wszakże ograniczone przez to, że znaczna część opracowanych przez niego „polskich norm” ma status norm tylko zalecanych, a w praktyce nieprzeznaczanych. Jaskrawym przykładem rozbieżności treści polskiej normy i rzeczywistości społecznej jest znana każdemu z nas praktyka wydawnicza w zakresie zaleca-

nej i stosowanej treści i formy not bibliograficznych. Liberalizm terminologiczny dominujący w Polsce wyraźnie się różni od rygorystyki panującego we Francji, gdzie ustalanie oficjalnej terminologii z różnych dziedzin życia jest zadaniem Délégation générale à la langue française et aux langues de France, a więc instytucji odpowiadającej Radzie Języka Polskiego. Jedną z funkcji tej działalności jest ograniczanie anglicyzacji publicznej francuszczyzny.

Podjmując się przygotowania referatu o terminologii nauk o mediach, nie wiedziałem, że ostatnio: „Planowanie terminologii stało się żywotną sprawą w różnych krajach świata na różnych poziomach: czy to na poziomie krajowym, regionalnym, czy też na poziomie języka danej społeczności, na poziomie społeczności lokalnej, instytucji lub organizacji. Prowadzi się też aktywną działalność w zakresie planowania terminologii w różnych dziedzinach zawodowych, takich jak chemia, biologia, fizyka, medycyna i inne. Ponadto, terminologia jest elementem wszystkich rodzajów działalności w dziedzinie normalizacji i harmonizacji, czy to dla potrzeb przemysłu, czy poza nim. Również akty prawodawcze obfitują w definicje terminologiczne, w myśl starego, sprawdzonego powiedzenia: »nie można odnosić zasad do czegoś, co nie jest zrozumiałe«, co znaczy »...nie jest zdefiniowane«”¹⁶.

Przywołane Wytoczne UNESCO stanowią promocje dla wydanych ostatnio ISO norm międzynarodowych w tej dziedzinie¹⁷. Zgodnie

kowe, aby uniknąć marginalizacji ich rozwoju naukowo-technicznego i gospodarczo-przemysłowego – czynnika, który może ostatecznie doprowadzić do upadku społecznego i gospodarczego. **W większości przypadków ograniczenie użycia języka do sfery języka ludowego lub rodowego oznacza, że język taki jest nieadekwatny do potrzeb komunikacji profesjonalnej. Analogicznie – język, który nie nadaje ze swoją terminologią w danej dziedzinie, naraża się z czasem na ryzyko utraty zdolności komunikowania się w tej dziedzinie.**”, tamże, s. V–VI [wyróżnienia pochodzą z Wytocznych – przyp. red.].

¹⁵ Z. Stoberski, *List Zygmunta Stoberskiego*, „Sprawy Nauki”. Biuletyn Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego, 29 kwietnia 2005, www.sprawynauki.waw.pl/?section=article&art_id=1752 [dostęp: 20.04.2013].

¹⁶ *Wytoczne polityki terminologicznej...*, s. I.

¹⁷ Chodzi w szczególności o normy: ISO 704:2000 Terminology work – Principles and methods; ISO 860:1996 Terminology work – Harmonization of concepts and terms (under review); ISO 1087-1:2000 Terminology – Vocabulary – Part 1: General Concepts oraz ISO 1087-2:2000 Terminology work – Vocabulary – Part 2: Computer applications.

z duchem tych *Wytycznych* Polski Komitet Normalizacyjny wprowadził przed paroma miesiącami jako Polską Normę Międzynarodową normę PN-ISO 704:2012 *Działalność terminologiczna – Zasady i metody*, w której „określono podstawowe zasady i metody opracowywania i zestawiania terminologii zarówno w ramach działalności normalizacyjnej, jak i poza nią, oraz opisano powiązania między obiektami, pojęciami i ich reprezentacjami terminologicznymi. Ustalono także ogólne zasady tworzenia terminów i nazw oraz formułowania definicji. Pełne zrozumienie tych zasad wymaga pewnej podstawowej wiedzy z zakresu działalności terminologicznej. Przedstawione zasady są natury ogólnej; niniejsza norma może znaleźć zastosowanie w działalności terminologicznej w nauce, technice, przemyśle, administracji i innych dziedzinach. Niniejsza norma nie określa procedur odnoszących się do układu międzynarodowych norm terminologicznych, których dotyczy ISO 10241. Podano 6 terminów i definicji”¹⁸.

Jak z tego wynika, trudno sobie wymarzyć lepszy moment do podjęcia działalności terminologicznej w zakresie nauk o mediach. Oto z jednej strony mamy świeżo powołaną do życia rozporządzeniem ministra nauki i szkolnictwa wyższego „nową” dyscyplinę, z drugiej zaś ogłoszone właśnie krajowe i międzynarodowe wskazówki i zalecenia, jak tę działalność prowadzić i jakimi zasadami w niej się kierować. Wytyczne polityki terminologicznej opracowane dla UNESCO przez Infoterm różniącą działalność deskryptywną i preskryptywną. Biorąc pod uwagę fakt, że nasze *nauki o mediach* tylko formalnie są dyscypliną nową i w gruncie rzeczy – przynajmniej jeśli chodzi o działalność badawczą, a nie dydaktyczną – powołanie do życia formalnie nowej dyscypliny nie zmieniło przedmiotu zainteresowań medioznawców, można uznać za oczywiste, że prace nad terminologią nauk o mediach należy rozpocząć od działalności deskryptywnej, tzn.

od opisu, jakich terminów w literaturze i szeroko rozumianych badaniach nad mediami się używa. Nie znaczy to jednak, by prezentacja zbioru używanych obecnie lub w przeszłości terminów medioznawczych miała być całkiem wolna od elementów preskryptywnych.

Powołanie do istnienia *nauk o mediach* jako osobnej dyscypliny nie odebrało badaniom nad mediami i wiedzy o mediach charakteru interdyscyplinarnego. Są bowiem media przedmiotem zainteresowania różnych dyscyplin, a jednocześnie, aby poznać różne aspekty ich społecznego funkcjonowania, trzeba skorzystać z metod lub technik badawczych wykształconych i stosowanych na gruncie innych dyscyplin. Nauki o mediach muszą z należnym krytycyzmem anektować uzyskaną na gruncie innych dyscyplin wiedzę o mediach i o ich funkcjonowaniu w komunikacji społecznej, a także włączyć do swego arsenału zwykle mniej lub bardziej zmodyfikowane ich narzędzia badawcze.

Kiedy medioznawca przegląda zbiór terminów używanych w literaturze medioznawczej z zamiarem jego uporządkowania narzucają mu się ze szczególną wyrazistością trzy kryteria: 1) pochodzenia, 2) przedmiotu i 3) zasięgu.

Przez **pochodzenie** terminologii medioznawczej rozumiem nie tyle kwestię zapożyczeń z obcych języków, choć i ten aspekt w opisie zasobu terminologicznego każdej dyscypliny należałoby uwzględniać, ile kwestię zapożyczeń z terminologii innych dyscyplin, podobnie jak się zwykle traktuje medioznawcze zapożyczenia metod i technik badawczych z metodologii innych dyscyplin. Wymienia się zwykle w tym kontekście socjologię, etykę, nauki o zarządzaniu, technologię komunikacji, żeby przykładowo wymienić najważniejsze i najbardziej oczywiste.

Przez **przedmiot terminologii medioznawczej** rozumiem elementy i pojęcia związane z procesem komunikacji społecznej. Jego najprostszy model dostaliśmy od Lasswella,

¹⁸ Informacja o zakresie normy: <https://sklep.pkn.pl/?a=show&m=product&pid=570336> [dostęp: 20.04.2013].

a jak się to podkreśla, ma on przedstawiać w zamierzeniu jego twórcy nie model procesu komunikowania masowego, ale model jego badań i opisu. To model Lasswella narzuca wydzielenie terminów dotyczących szeroko rozumianego WHO, czyli **nadawcy**, instytucjonalnego (jak: *wydawnictwo, redakcja, agencja prasowa*) lub fizycznego (jak: *redaktor naczelny, dziennikarz, reporter*), WHAT, czyli **prekazu** z całą rozmaitością jego treści i formy (jak: *reportaż, stand-up, dziennik radiowy*), TO WHOM – **odbiorcy** (jak: *adresat, czytelnik, internauta, audytorium, publiczność*), IN WHAT CHANNEL, czyli **medium** (jak: *telewizja publiczna, tabloid, portal internetowy, graffiti*) oraz WITH WHAT EFFECT, czyli **skutek** (jak: *mediatyzacja, skutek utajony, aspiracje, zaufanie, spirala milczenia*). Ciasne ramy modelu Lasswella nie obejmują takich obszarów terminologii medioznawczej, jak teoria, pragmatyka i teleologia komunikacji (w tym *misja, edukacja, propaganda, reklama i marketing*), metodologia badań medioznawczych, warsztat dziennikarski i organizacja pracy redakcji, poligrafia i szata graficzna, telematyka, organizacja rozpowszechniania treści, środki podawcze związane z językiem, obrazem i dźwiękiem.

Kryterium **zasięgu** pozwala wyróżnić wśród terminów używanych w polskiej literaturze medioznawczej sporą i szybko rosnącą grupę internacjonalizmów, terminów obcojęzycznych, głównie angielskich, znanych i używanych w tym samym znaczeniu w innych krajach¹⁹ (należą tu m.in. terminy *billboard, feature, metafora, public relations*).

Drugą grupę tworzą terminy, które w polskiej literaturze medioznawczej występują wy-

miennie w postaci polskiej bądź oryginalnej obcojęzycznej (np. *bandwagon effect; briefing, copywriter, reality show, scrolling*); w ramach tej kategorii daje się zauważyć zjawisko wtórnej depolonizacji terminologii (np. w latach 70. ubiegłego wieku pisano chyba wyłącznie o hipotezie porządku dziennego; dziś bezwzględnie dominuje *agenda setting*).

Najliczniejsza grupa trzecia to standardowa krajowa terminologia używana bez troski o wierny przekład na inne języki. Dobrym przykładem tej krajowej swoistej warstwy polskiej terminologii medioznawczej jest *prasoznawstwo*, jeszcze ćwierć wieku temu reprezentacyjne określenie dzisiejszych *nauk o mediach*²⁰. Na tę warstwę naszej terminologii składają się rodzime lub dobrze przyswojone zapożyczone nazwy należące do zawodowego słownictwa dziennikarzy, drukarzy, kolporterów, techników radiowych i telewizyjnych, a także większość (przejętych z różnych dyscyplin) terminów odnoszących się do publicznej komunikacji medialnej.

I jest jeszcze czwarta warstwa polskiej terminologii medioznawczej, warstwa indywidualizmów obejmująca nowe terminy (neologizmy lub neosemantyzmy) wprowadzane do krajowego obiegu przez poszczególnych badaczy i autorów. Wielkość większości pracowników nauki można – moim zdaniem – mierzyć liczbą i jakością nowych terminów wprowadzonych do międzynarodowego lub krajowego obiegu.

Jak wynika z przywoływanych dokumentów UNESCO i Polskiego Komitetu Normalizacyjnego, postulowana polityka terminologiczna rozróżnia działalność deskryptywną i preskryptywną. Trzeba zacząć od tej pierwszej,

¹⁹ Chciałoby się powiedzieć, że niektóre terminy są używane w tej samej postaci na całym świecie, ale takiej opinii lepiej nie ryzykować, skoro nawet na angielski *computer* nazywany w Polsce *komputerem* już w Niemczech mówi się *Rechner*, w Czechach i na Słowacji *počítač*, na Węgrzech *számítógép*, we Francji *ordinateur*, a w Hiszpanii – *ordenador*.

²⁰ Przez ponad 50 lat broniły się „Zeszyty Prasoznawcze” przed obcojęzyczną wersją swojej nazwy. W 2012 r. w związku z wejściem do międzynarodowej bazy danych CEEOL stało się to koniecznością. Jako angielską wersję tytułu kwartalnika Ośrodka Badań Prasoznawczych UJ przyjęto „Media Research Issues”. Proszę wpisać tę nazwę w cudzysłowie do wyszukiwarki internetowej, aby sprawdzić, jak to działa,

tn. od opisu obecnego stanu. A opisać go sensownie nie sposób, jeżeli się nie sporządzi aktualnego i w miarę możliwości pełnego słownika nauk o mediach.

Na wstępie przypomniałem opinię Jeana Vieta, że wskutek swoistości nauki o komunikowaniu masowym tezaury z tej dziedziny dezaktualizują się tak szybko, że po pięciu latach wymagają wielu uzupełnień. Godzi się w tym kontekście przypomnieć, że od wydania przez Universitas *Słownika terminologii medialnej* minęło już sześć lat, *Leksykonu PWN Media*²¹ – dwanaście, od ukazania się *Popularnej encyklopedii mass mediów*²² przeszło trzydzieści lat, a od ogłoszenia *Encyklopedii wiedzy o prasie* lat trzydzieści sześć. Przed starzeniem się nie uchroniło tych dzieł to, że wszystkie były dziełami zbiorowymi. Czas na podjęcie prac nad nowym możliwie aktualnym rejestrem terminów używanych w naukach o mediach; mniejsza o to, czy ten rejestr nazwiemy tezaurem, słownikiem, leksykonem czy encyklopedią.

Prace te należałoby rozpocząć od zbudowania hasłownika, którego wstępnym szkieletem mógłby zostać choćby hasłownik wspomnianego *Słownika terminologii medialnej*. Jako główne źródło aktualizujących go haseł mogłaby posłużyć systematyczna kwerenda medioznawczych czasopism i publikacji książkowych (ze szczególnym uwzględnieniem podręczników), powiedzmy od roku 2000. Przyjmując zaś założenie multidyscyplinarności medioznawstwa, czyli nauk o mediach, należałoby przejrzeć hasłowniki, słowniki, leksykony i encyklopedie dyscyplin wykazujących zainteresowanie badawcze różnymi elementami i aspektami komunikacji międzyludzkiej. Mam tu na myśli takie publikacje drukowane, jak słowniki terminów literackich, encyklopedie językoznawcze, filmologiczne i bibliologiczne, słowniki politologiczne, socjologiczne,

psychologiczne, prawne, leksykony z dziedziny reklamy, marketingu, public relations, zarządzania, pedagogiki, ekonomii, informatyki, poligrafii i telekomunikacji itp. Oprócz publikacji drukowanych jako ważne źródło haseł posłużyć powinny zasoby internetu, choć moim zdaniem przyszły słownik terminologii nauk o mediach może pominąć potoczne, środowiskowe, żargonowe słownictwo (jak np. *komp* – ‘komputer’). Z rozpoczęciem prac nad tekstami haseł – jeżeli tylko zostanie ustalony ich schemat – nie trzeba czekać na zamknięcie hasłownika, który powinien pozostać otwarty do końca prac redakcyjnych.

Jako narzędzie świadomej polityki terminologicznej słownik terminologii nauk o mediach powinien uwzględniać wymagania i zalecenia normy polskiej określanej przez Polski Komitet Normalizacyjny oraz uzyskać możliwie szeroką aprobatę środowiskową, skoro ma pełnić funkcje preskryptywne. Zapewne taką pożądaną aprobatę zapewniłaby mu reprezentatywna rada redakcyjna.

Przygotowanie pełnowartościowego słownika terminologicznego z ambicjami preskryptywnymi jest przedsięwzięciem pracochłonnym, a tym samym wymagającym pewnych nakładów finansowych, nawet gdyby się miało ono ograniczyć do publikacji dzieła w wersji cyfrowej. Można mieć nadzieję, że te nakłady znalazłyby pokrycie w granicę Narodowego Centrum Nauki, o który powinna wystąpić – jako przyszły kierownik projektu – osoba zatrudniona w instytucie dziennikarstwa któregoś z uniwersytetów. Jestem pewien, że odpowiednio przygotowany wniosek w tej sprawie spotka się ze zrozumieniem i życzliwością recenzentów.

Terminologia to fundament każdej dyscypliny. Naukom o mediach jako nauce o komunikacji za pomocą mediów czas teraz sprzyja. Trzeba go wykorzystać.

²¹ *Media. Leksykon PWN*, red. E. Banaszek-Zygmunt, Warszawa 2000.

²² *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999.

Terminologia nauk o mediach

Media Studies Terminology

Walery Pisarek

SŁOWA KLUCZOWE

nauki o mediach, terminologia, termin naukowy, słownik terminologiczny, tezaurus, medioznawstwo

ABSTRACT

W lipcu 2011 r. Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego uznało odrębną tożsamość badań komunikacji międzyludzkiej za pośrednictwem mediów jako osobnej dyscypliny i nadało im nazwę *nauk o mediach*. Przyjmuje się, że kryterium naukowości badań jest intersubiektywna weryfikowalność i komunikowalność ich twierdzeń. Narzędziem weryfikowalności jest metodologia naukowa, narzędziem komunikowalności – terminologia. Stąd troska o terminologię jest jednym z najważniejszych elementów konstituowania się nauk o mediach jako „nowej” dyscypliny. Polska terminologia nauk o mediach powinna kontynuować tradycje terminologii prasoznawczej i medioznawczej z ich multidyscyplinarnością w stałym krytycznym kontakcie z terminologią stosowaną w obiegu międzynarodowym. Obecnie podjęciu systematycznych prac nad terminologią nauk o mediach sprzyja po pierwsze formalne uznanie tej dyscypliny, po drugie zaś ogłoszenie przez UNESCO *Wytucznych polityki terminologicznej*, które w Polsce realizuje Polski Komitet Normalizacyjny. Artykuł kończy się postulatem, by któryś z polskich uniwersyteckich instytutów dziennikarstwa wystąpił do Narodowego Centrum Nauki z wnioskiem o grant na opracowanie deskryptywnego słownika terminologicznego jako tezaurusa nauk o mediach, opartego m.in. na literaturze medioznawczej ostatniej dekady.

KEY WORDS

media studies, terminology, scientific term, dictionary of terms, thesaurus

ABSTRACT

In July 2011 the Ministry of Science and Higher Education accepted the distinct identity of interpersonal communication research by means of media as a separate discipline and gave it the term *media studies*. It is assumed that the criterion for scientific research is the intersubjective verification and communication of its statements. The verification tool is scientific methodology, the communication tool – terminology. Therefore, care for terminology is one of the most important elements constituting media studies as a new discipline. Polish terminology should continue the tradition of press and media terminology with its multidisciplinary character in ongoing critical contact with terminology used in international circulation. Currently, conducting systematic work on media studies terminology is supported by the formal acknowledgment of the discipline, and announcing the UNESCO *Guidelines for Terminology Policies*, which in Poland is executed by the Polish Committee for Stan-

dardization (PKN). The article ends with a initiative for one of the Polish university institutes of journalism to appear before the National Science Center with a motion for a grant to prepare a descriptive dictionary of terminology as a media studies thesaurus, based among others on the relevant literature of the last decade.

Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

Chociaż medioznawstwo (czy też, szerzej ujmując, nauka o komunikowaniu masowym) liczy już sobie blisko półtora wieku, jednak po dziś dzień badania nad mediami odbywają się w nieobecności wielkiej teorii. Nauka o komunikacji masowej jest także aż do dzisiaj dyscypliną nieswoistą metodologicznie. Współczesne orientacje w badaniach nad mediami czerpią swobodnie z dorobku metodologicznego całego spektrum nauk społecznych i humanistycznych, od estetyki i historii sztuki, poprzez językoznawstwo, psychologię, psychologię społeczną, socjologię, antropologię i politologię, aż po ekonomię i nauki o zarządzaniu. Brak wielkiej teorii i metodologicznej odrębności może być traktowany jako niedostatek, współcześnie stanowi jednak raczej siłę dyscypliny: umożliwia badaczowi swobodne wędrówki ponad granicami różnych nauk o człowieku i społeczeństwie, otwiera na nowe pytania i nietypowe sposoby ich rozwiązywania, pozwala na tworzenie multidyscyplinarnych projektów badawczych i współpracę między przedstawicielami różnych nauk. Jednoznaczne odgraniczenie teorii komunikowania i mediów od innych nauk o człowieku lub też wypracowanie dla niej wyraźnej metodologicznej odrębności być może ułatwiałoby medioznawcom funkcjonowanie w strukturach dzisiejszych instytucji akademickich, jednocześnie jednak wiodłoby do zubożenia dyscypliny i ograniczenia jej potencjału poznawczego.

Medioznawstwo i zobowiązania społeczne badacza

Dodajmy, iż współczesna społeczna percepcja medioznawstwa i wizerunek badacza komunikacji społecznej są takie, że oprócz swoistej wiedzy deklaratywnej (propozycjonalnej, *wiem że*) dotyczącej treści przekazów medialnych, ich zawartości językowej i wizualnej, ich oddziaływania i społecznych konsekwencji, współzależności mediów z kontekstem kulturalnym, technologicznym i ekonomicznym – oczekuje się odeń także, że dostarczy wiedzy propozycjonalnej (*wiem jak*) – technik, narzędzi i instrukcji pozwalających na odpowiedź na pytanie, jak konstruować przekazy, by oddziaływały zgodnie z intencjami nadawcy – czy to politycznymi, społecznymi czy marketingowymi. Ustalenia medioznawców mają wspomagać kształtowanie funkcji informacyjnych, edukacyjnych, estetycznych czy perswazyjnych sprawowanych przez środki komunikowania masowego. Znajduje to odzwierciedlenie zarówno w sferze badań instytucjonalnych, zorientowanych na potrzeby rozmaitych instytucji i podmiotów nadawczych, jak w domenie czysto akademickiej. W sposób zgodny jeszcze z postulatami paradygmatu oświeceniowego cele poznawcze wiąże się tu z celami etycznymi: nakłada się na naukę o komunikowaniu społecznym zadanie przekształcania rzeczywistości społecznej, przenosi się na badaczy część odpowiedzialności za rezultaty – krótkotrwałe,

ale przede wszystkim długofalowe – indywidualnego i zbiorowego oddziaływania mediów masowych. *Differentia specifica* nauki o mediach i komunikowaniu społecznym wyraża się zatem nie w metodologicznej odrębności, lecz w sposobie stawiania problemów i formułowania pytań badawczych, na które – przy pomocy technik i metod badawczych wspólnych dla wielu innych nauk humanistycznych – medioznawca stara się znaleźć odpowiedź. Wiele z tych pytań dla pokrewnych nauk o człowieku pełni jedynie rolę zagadnień uzupełniających lub instrumentalnych w stosunku do własnych, inaczej ujmowanych zagadnień poznawczych; dla nauki o komunikacji społecznej mają one natomiast charakter swoisty, lub są dla niej najważniejsze, i stanowią samo sedno przedsięwzięcia badawczego.

Pola i zakresy badań nad mediami

Ustalony w ciągu wieku XX zakres badań nad mediami obejmował co najmniej sześć¹ lub dziewięć² pól badawczych, w obrębie których stawiane były pytania istotne dla nauki o komunikacji społecznej i mediach masowych. Scalenie rozmaitych podejść, wypracowanych w ostatnich dziesięcioleciach, pozwala na wyróżnienie większej liczby. Podstawowe potencjalne pola zainteresowania dzisiejszego badacza mediów i komunikacji społecznej to:

- komunikator/autor/nadawca treści medialnych
- odbiorca/audytorium/publiczność
- przekaz/treść/ zawartość mediów masowych
- konwersacja/relacje/ wzajemna wymiana komunikacyjna między nadawcami i odbiorcami oraz w obrębie grup nadawczych i odbiorczych
- rozumienie, uwaga, zapamiętywanie treści medialnych
- użytkownia mediów i powiązane z nimi motywacje i korzyści

- oddziaływania mediów: w sferze zdolności i możliwości poznawczych ludzi i w sferze afektów, w wymiarze indywidualnym i zbiorowym
- wpływ mediów na zachowania ludzkie, w wymiarze indywidualnym i zbiorowym
- grupy, organizacje i instytucje nadawcze
- technologie komunikacyjne i media jako technologiczne środki komunikowania
- ekonomika mediów
- miejsce i role mediów masowych w kulturze i społeczeństwie.

W badaniach nad tymi problemami możliwe do wykorzystania są rozmaite paradygmaty metodologiczne³ – semiotyczny, fenomenologiczny, socjopsychologiczny, socjokulturalny, krytyczny, retoryczny, cybernetyczny, a także (niewymieniane w przytaczanej pracy) ekonomiczny i wielokulturowy. Jeszcze dwie–trzy dekady temu lista zainteresowań nauki o komunikacji społecznej była krótsza, a w każdym razie niektóre z jej elementów miały mniejsze znaczenie. Pojawienie się tak zwanych nowych mediów, a zwłaszcza „nowych nowych mediów”³ opartych na modelu partycypacyjnym i społecznościowym, niewątpliwie sprawiło, że musiała zostać na nowo przemyślana. Konieczne było uwzględnienie w większym stopniu, jako całość odrębnego pola badań, sfery partycypacji i aktywności odbiorców, ich komunikacji między sobą oraz z instytucjami nadawczymi. Autor i nadawca treści to już nie to samo, skoro badając nadawców, trzeba brać pod uwagę zarówno grupy i instytucje nadawcze, jak i indywidualnego użytkownika mediów, który zyskał możliwości tworzenia, dystrybuowania i modyfikowania treści. Treść/zawartość/przekaz pochodzi dziś nie tylko od instytucji nadawczej – badania nad zawartością komunikacji masowej w coraz większej mierze muszą brać pod uwagę treści

¹ B. Gunter, *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions, and Impact*, London 2000.

² S.W. Littlejohn, K.A. Foss, *Theories of Human Communication*, 2nd ed., Belmont 1983.

³ Tamże, s. 33–57.

generowane przez odbiorców, którzy dziś są już nie tyle odbiorcami, ile aktywnymi współuzytownikami przestrzeni komunikacyjnej i dostępnych w niej narzędzi komunikowania. Po kilku dekadach mniejszego zainteresowania, z powrotem niezwykle istotne okazują się więc badania nad technologicznymi aspektami mediów i komunikowania – w pewnej mierze medioznawstwo wraca tu do deterministycznej perspektywy McLuhana i Innisa, w świecie nowych nowych mediów znacznie lepiej jednak zniuansowanej i wielowymiarowej.

Spory i kontrowersje

Rozwojowi mediów masowych od drugiej połowy wieku XIX, czyli od momentu przekroczenia przez pierwsze medium drukowane – prasę – progu umasowienia, towarzyszyły zawsze spory i kontrowersje. Odzwierciedlały się one także w teorii i propozycjach metodologii badań nad mediami. Podstawowe kontrowersje dotyczyły potencjału mediów, ich możliwego wpływu na zbiorowości odbiorcze oraz wypełnianych przez media funkcji społecznych; oddziaływania na jednostki w sferze wiedzy, emocji, postaw społecznych; wpływu na kulturę. Ważne pytania dotyczyły też zakresu i siły wzajemnych determinizmów między mediami i technologiami komunikacyjnymi a społeczeństwem i życiem jednostek. Nie bez znaczenia był (i jest) spór o samą badalność mediów masowych – ich zawartości, struktury i wpływu, w sytuacji ogromnej ilości zmiennych i czynników modyfikujących, otwartej i polisemicznej natury komunikacji oraz błyskawicznie zmieniającej się technologii. Przemianom postaw i przekonań badaczy dotyczących tych zagadnień towarzyszyła ewolucja technik i metod badawczych, a także stosunku do ich wartości poznawczej. Nie bez znaczenia była też ewolucja samych przekonań badaczy na temat potencjału i możliwości oddziaływania mediów: między

optymizmem, pozwalającym widzieć w nich potężną siłę pozytywnie przekształcającą społeczeństwo i pomagającą rozwiązywać jego fundamentalne problemy, a lekceważeniem, przyznającym mediom jedynie rolę tła dla życia codziennego ludzi, aż po postawę pesymistyczną, dostrzegającą w komunikacji masowej źródło społecznych problemów i siłę zmieniającą na gorsze potencjał poznawczy, postawy i kulturalne przyzwyczajenia audytoriów.

Badania nad mediami a paradygmaty w naukach społecznych

Historycy metody wskazują, że rozwój nauk o mediach i komunikacji społecznej pozostawał w związku z rozwojem rozmaitych paradygmatów w całych naukach społecznych i humanistycznych. Trzy tradycje intelektualne najgłębiej wpływające na myślenie o mediach i konceptualizację problemów badawczych medioznawstwa to niewątpliwie pozytywizm (wywiedziony z myśli Comte’a, Tarde’a, Durkheim’a), hermeneutyka i nauka o interpretacji (Weber, Dilthey) oraz teoria krytyczna (szkoła frankfurcka i jej kontynuatorzy). Jak wskazuje klasyczne opracowanie metodologii nauk o komunikowaniu⁴, odzwierciedlają one – do dziś występujące w skrzyżowaniu i wzajemnych zależnościach – dwie podstawowe koncepcje epistemologiczne i ontologiczne dotyczące pozycji badacza i natury przedmiotu badań⁵. W badaniach nad komunikowaniem masowym i mediami wyróżnić zatem możemy stanowisko empiryczne, oparte na założeniu i istnieniu w mediach odgraniczonej, empirycznie badalnej i intersubiektywnie opisywalnej rzeczywistości, możliwej do analizy przy pomocy ściśle określonych metod i procedur badawczych; oraz stanowisko konstruktywistyczne, skupione na procesach i sposobach, w jakie nadawcy i odbiorcy konstruują świat, kreując znaczenie,

⁴ Tamże, s. 20 i n.

⁵ J.A. Anderson, *Communication Theory. Epistemological Foundations*, New York 1996.

co możliwe jest do opisu przy pomocy rozmaitych konceptualizacji. Badacz może zatem zajmować stanowisko nomotetyczne. Poszukuje w takiej sytuacji empirycznie obserwowalnych zjawisk, próbuje stawiać i weryfikować hipotezy, prowadzące do praw ogólnych. Może też pozostać przy idiograficznej koncepcji nauki o komunikowaniu. Zamiast poszukiwać praw ogólnych, dąży wówczas do zrozumienia zjawisk komunikacyjnych w obrębie rozmaitych grup ludzkich, w różnych sytuacjach, zróżnicowanych kontekstach kulturalnych, politycznych, ekonomicznych.

Kombinacja wymiaru epistemologicznego i założeń ontologicznych daje – zdaniem teoretyków metody⁶ – cztery główne, możliwe podejścia w badaniach nad komunikowaniem i mediami: behawiorystyczne, transmisyjne, interakcyjne oraz transakcyjne. To pierwsze, behawiorystyczne, ujmuje zagadnienie badania mediów i komunikacji społecznej przede wszystkim jako problem praktycznej zależności między mediami a jednostkowymi i zbiorowymi działaniami ludzi. Podejście transmisyjne skupione jest na procesach konstruowania treści i jej przekazywania między nadawcami i odbiorcami. Podejście interakcyjne koncentruje uwagę na procesach konstruowania treści, jej interpretowania i reinterpretowania, na interakcjach i wzajemnych oddziaływaniach między różnymi komunikującymi się podmiotami. Transakcyjne wreszcie za najistotniejszą uznaje problematykę rozmaitych użytkowań, motywacji i korzyści związanych z mediami masowymi, kładąc największy nacisk na procesy wymiany komunikacyjnej w mediach i wokół nich.

Jakościowy i ilościowy wymiar badań

Żadne z tych podejść nie wyklucza zarówno ujmowania zjawisk medialnych i komunikacyj-

nych w sposób ilościowy, jak i zainteresowania ich wymiarem jakościowym. W badaniach nad mediami używamy zatem zarówno metod i technik ilościowych, jak i jakościowych. Podejścia ilościowe, wypływające z założeń pozytywistycznych i społeczno-empirycystycznych, nakierowane na poszukiwanie ogólnych praw i zależności statystycznych, wiążą się przede wszystkim z dorobkiem teorii komunikowania masowego na kontynencie amerykańskim. Techniki ilościowe, związane z założeniami ontologicznymi i epistemologicznymi szkoły interpretacyjnej i teorii krytycznej, to tradycja medioznawstwa europejskiego⁷. W drugiej połowie wieku XX zaznaczy się jednak pewien znamieny podział: podejścia ilościowe są domeną przede wszystkim szeroko zakrojonych badań instytucjonalnych, w szczególności związanych z celami komunikacyjnymi i perswazyjnymi wielkich podmiotów ekonomicznych i politycznych. To zrozumiałe o tyle, że ilościowym badaniom, projektowanym z perspektywą nomotetyczną, przypisuje się też istotny wymiar prognostyczny: pozwalają one na przewidywanie zachowań audytorów, pomagają więc w projektowaniu komunikacji skutecznej z punktu widzenia praktycznych celów nadawcy – koncernu medialnego, agencji reklamowej, sztabu wyborczego, organizacji społecznej. Jakościowym technikom badań nad zawartością, rozumieniem i oddziaływaniem mediów długo przypisywano tu zaledwie charakter uzupełniający. Rozwijane one były natomiast i doskonalone w obrębie akademii, często z myślą o krytycznym wymiarze badań nad mediami. Pochodną tego stanu jest dzisiaj dopiero zainteresowanie ośrodków kształtowania opinii i instytucji marketingowych badaniami jakościowymi. Na przełomie XX i XXI w. w obszarze zainteresowania badaniami instytucjonalnych znalazła się na przykład

⁶ B. Gunter, *Media Research...*, s. 3 i n.

⁷ A.A. Berger, *Media and Communication Research Methods. An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, New York 2011.

antropologia i etnografia konsumpcji, wykorzystywane są metody semiologiczne, zdobyte analizy retorycznej i analizy dyskursu itp.

Cztery ery medioznawstwa a założenia epistemologiczne mediów

Znana jest i wielokrotnie cytowana konceptualizacja historii badań nad mediami stworzona przez Denisa McQuaila⁸. Píše on, przypomnijmy, o czterech etapach badań nad mediami. Wskazuje, że między początkiem refleksji medioznawczej w końcu XIX w., stanowiącej część rodzących się dopiero pozytywistycznych nauk społecznych, a dwudziestolecie międzywojennym rozciąga się faza wiary w potęgę mediów, swoistej mitologizacji ich siły oddziaływania, głębokości i szerokości wpływów. Następnie – do połowy stulecia – wchodzimy w etap stopniowej demitologizacji tej siły, co kończy się inną skrajnością: teorią efektów minimalnych, bagatelizującą wpływ mediów lub zaledwie przyznającą im miejsce wśród wielu innych czynników oddziałujących na indywidualne i zbiorowe zachowania ludzi. Ponowne odkrycie siły mediów w latach 60. XX w. wyraża się w dostrzeżeniu i próbach analizy ich efektów długofalowych i pośrednich. Etap czwarty to faza badań nad polisemicznym charakterem przekazów medialnych oraz nad ich negocjowanymi interpretacjami i oddziaływaniami. Współcześni filozofowie komunikowania⁹ piszą wręcz o czterech erach w teorii badań nad mediami i komunikacją społeczną: erze społeczeństwa masowego i masowej kultury (*Mass Society and Mass Culture*), erze ograniczonych oddziaływań (*Limited Effects*), erze teorii krytycznych i kulturalnych (*Critical and Cultural Theories*) oraz erze aktywnej publiczności wytwarzającej znaczenia

(*Active Audiences and Meaning Making*). Czy obecnie, w związku z komunikacją sieciową i wielomodalnością przekazów medialnych, wchodzimy w nowy paradygmat badawczy, pozostaje na razie kwestią otwartą. Warto jednak przyjrzeć się temu, jak niezależnie od wielości i różnorodności, często wzajemnie sprzecznych czy rozbieżnych, koncepcji dotyczących natury, zawartości i oddziaływania mediów, badania nad komunikowaniem i nad mediami masowymi zawsze powiązane były z duchem epoki, która im towarzyszyła – z założeniami filozoficznymi projektu nowoczesnego, następnie z rozczerowaniem jego efektywności oraz z ponowoczesną propozycją rozumienia kultury i miejsca człowieka w społeczeństwie. Miały też ścisły związek z rozwojem technologii komunikowania i z wchodzeniem w życie nowoczesnych społeczeństw kolejnych nowych mediów. I nie chodzi tu tylko o zwiększanie i różnicowanie zasięgu oraz o konceptualizowane jeszcze przez McLuhana rozszerzanie potencjału zmysłów ludzkich. Rozstrzygnięcie dylematu co, jak i w jakim kierunku badać w znacznie większej mierze zdeterminowane było *episteme*, wytwarzaną przez media dominujące w doświadczeniu komunikacji społecznej epoki. Jak bowiem przekonująco i atrakcyjnie (choć jednostronnie) pokazują Levinson¹⁰ i Postman¹¹, oddziaływanie mediów na zbiorowości odbiorcze wytwarza określoną zbiorową epistemologię. Życie w świecie zdominowanym przez któryś ze środków komunikowania – druk, telewizję, sieć komputerową – prowadzi do odmiennej konstrukcji odbiorcy. Ludzie wychowani w otoczeniu takich, a nie innych mediów komunikacyjnych w określony sposób opisują, porządkują i hierarchizują rzeczywistość, nabywają specyficznych kompetencji

⁸ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.

⁹ S.J. Baran, D.K. Davis, *Mass Communications Theory: Foundations, Ferment, and Future*, 6th ed., Belmont 2011, s. 22–42.

¹⁰ P. Levinson, *Miękkie ostrze, czyli Historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 1999.

¹¹ N. Postman, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawa 2002.

odbiorczych i stylu komunikacyjnego, różnic się będą pojmowaniem prawdy i fikcji, oceną ważności rozmaitych zagadnień, a także – co niezmiernie istotne – upodobaniami estetycznymi i preferencjami kulturalnymi. W tym sensie metodologia i techniki badań nad treścią mediów, ale i analizy odbioru, wpływu i użytkowania określone są przez naturę przekazu oraz przez kreowane przezeń postawy poznawcze i sposoby odbioru. Epistemologia wytwarzana przez media drukowane różni się bowiem od tej, którą buduje u swoich użytkowników telewizja czy media interaktywne.

Projekt nowoczesny:

epistemologia druku i społeczeństwo masowe

Prasa – pierwsze medium masowe – przekracza próg umasowienia w wieku XIX, z różną prędkością w rozmaitych krajach europejskich i w Ameryce Północnej, zależnie od poziomu rozwoju gospodarczego i zaawansowania dostępnych technologii. Umasowienie prasy ma ścisły związek z umasowieniem produkcji i konsumpcji, pozostaje w ścisłych wzajemnych zależnościach z powstawaniem kultury masowej i społeczeństwa masowego. Wstępny okres społecznej refleksji „gabinetowej”, nieopartej jeszcze na badaniach empirycznych, rozpoczyna się w zasadniczym kontekście założeń projektu nowoczesnego. Pierwszym refleksjom nad komunikowaniem masowym towarzyszy więc przekonanie o olbrzymim potencjale tej nowej formy kultury, optymizm co do jej demokratyzującej i społecznie integrującej roli, ale też zaniepokojenie jej możliwymi destrukcyjnymi wpływami indywidualnymi i społecznymi. Początki myślenia o roli społecznej komunikacji masowej znajdziemy w ustaleniach interakcjonizmu symbolicznego George’a Herberta Meada, psychologii społecznej Charlesa Hortona Cooleya, w koncepcjach Deweya, w dokonaniach szkoły chicagowskiej. To oczywiście myśliciele skupieni przede wszystkim na społeczeństwie amerykańskim, możemy

jednak spojrzeć na ich koncepcje jak na koncepcje funkcjonowania prasy w demokratycznym kapitalistycznym społeczeństwie w ogóle – procesy społeczne związane z mediami wyprzedzały bowiem w Ameryce Północnej to, co miało się dopiero zdarzyć w Europie. Prasa jawi się tutaj jako narzędzie, przy pomocy którego jednostki mogą wyrażać własne opinie i potrzeby, poznawać potrzeby i poglądy innych, nabywać zdolności do rozumienia procesów społecznych i otwartej postawy w stosunku do Innego. To wiek XIX wykreuje koncepcję prasy jako „czwartej władzy”, pojawi się teoretyczne uzasadnienie kontrolnej funkcji sprawowanej przez prasę nad organami władzy politycznej. Prasa zostanie także zdefiniowana jako „głos ludu” – odzwierciedlenie opinii publicznej i narzędzie politycznej partycypacji dla rodzącego się społeczeństwa masowego, agora dla rozmaitych grup i interesów – część tego, co Habermas nazwie potem sferą publiczną. Idealistyczne i optymistyczne spojrzenie ojców amerykańskiej socjologii zestawień jednak należy z jednoczesnymi pesymistycznymi poglądami LeBona i Tarde’a na temat natury tłumu i możliwości manipulowania jego emocjami i zachowaniami przy pomocy przedstawień i zabiegów retorycznych, a zatem także przy pomocy mediów masowych.

Badaniom empirycznym, które rozwiną się już w wieku XX, towarzyszyć będzie, zgodnie z aksjologicznymi i poznawczymi założeniami nowoczesności, optymizm co do możliwości poznania, opisanie i analizy treści komunikacji masowej oraz jej społecznych funkcji i wpływów. Zakłada się tu, że prawda o społeczeństwie – a w tym szczególnym wypadku o funkcjach i oddziaływaniu prasy oraz o społecznym wpływie i potencjale innych form masowej komunikacji – jest poznawalna przy pomocy metod empirycznych, możliwa do opisanie w całości, w pełni wewnętrznych struktur i zależności. Przede wszystkim zaś, że wiedza ta jest potrzebna i społecznie użyteczna. Projekt nowo-

czesny charakteryzuje się bowiem nie tylko optymistyczną wiarą w poznawalność prawdy o człowieku przy pomocy metod naukowych, lecz także założeniem o tożsamości postępu poznawczego i etycznego. Łączy się z tym wiara w to, iż osiągnięcia nauk społecznych mogą być użyte do zaradzenia rozmaitym społecznym plagom i do rozwiązania problemów biedy, przestępczości, nierówności dostępu do edukacji itp., dotyczących społeczeństwa kapitalistyczne.

To prasa drukowana jest tym medium masowym, które jako pierwsze poddane zostaje naukowemu oglądowi i analizie. To oczywiście – jest to w tym okresie medium najważniejsze i wraz z innymi mediami drukowanymi (książką) ustanawia model epistemologiczny oglądu świata i porządkowania wiedzy i opinii – a co za tym idzie, również założenia epistemologiczne ówczesnego nie tyle jeszcze medionawcy, co badacza społecznego, oddającego się refleksji nad komunikacją masową. Refleksja ta, a także empiryczne projekty badawcze podejmowane do II wojny światowej odzwierciedlają założenia epistemologiczne epoki druku. Zakłada się zatem, że odbiór treści mediów ma charakter, adekwatnie do struktury tej treści, linearny, uważny, analityczny, skupiony na poszukiwaniu istotnego sensu. Zadaniem badacza jest poszukiwanie w treściach mediów utrwalonych w nich znaczeń, w zachowaniach zaś odbiorców – czytelnych, możliwych do uogólnienia związków przyczynowo-skutkowych, co pozwoli przewidywać, kontrolować, oceniać (z punktu widzenia wysokich kryteriów etycznych) procesy społeczne w rodzącym się demokratycznym społeczeństwie kapitalistycznym. Co istotne, założenia epistemologiczne epoki druku towarzyszą też wczesnym badaniom nad mediami niedrukowanymi – kinem, radiem, fotografią. W kontraście do idealistycznych wyobrażeń Meada czy Deweya

media masowe zostaną w tych badaniach empirycznych zdyskredytowane, bo w niewielkim stopniu odpowiadają wysokim etycznym i poznawczym oczekiwaniom wytworzonym w związku z kulturą druku. Zamiast poważnie informować i objaśniać świat, dostarczają sensacji i rozrywki, uczą poszukiwać raczej zabawy niż pouczenia moralnego i wiedzy o świecie. Towarzysząca nowoczesnym badaczom w końcu XIX i w pierwszych dziesięcioleciach XX w. wiara w potęgę i wszechmoc prasy i innych mediów w komunikacji społecznej łączy się zatem z krytycznym do nich stosunkiem, wręcz zaniepokojeniem zarówno ich możliwościami w sferze oddziaływania na tłum i na jednostkę, jak wpływem kulturowym, demontującym kulturalne hierarchie i oceny, dostarczającym nieprzygotowanym widzom i słuchaczom namiastki kultury, zamiast wartości trwałych i ważnych. Czyż nie znamienne jest, że pierwsza polska analiza treści prasy popularnej nosiła tytuł: *O zarazie moralnej*¹². Wyrosłe na tym zaniepokojeniu, niezwykle krytyczne w stosunku do mediów masowych poglądy Teodora Adorno i innych (z wyjątkiem Waltera Benjamina) filozofów ze szkoły frankfurckiej na długo ustanowią model myślenia o mediach jako o niebezpieczeństwie dla gustów estetycznych, sposobów korzystania z kultury, moralności, a także dla poczucia odpowiedzialności i podmiotowości obywatelskiej ludzi.

Taki stosunek do mediów i do zobowiązań społecznych badacza owocuje specyficznymi konstrukcjami teoretycznymi. Powstają modele oddziaływania mediów oparte na założeniu o warunkowaniu i o transmisji treści. Metafora pocisku czy podskórnego zastrzyku opisuje sytuację, w której treści medialne bezwarunkowo, potężnie i bezpośrednio wywołują rozmaite reakcje użytkownika. Wpracowany wówczas zestaw technik badawczych nie ma swego charakteru: łączą się tu narzędzia języko-

¹² J.W. Dawid, *O zarazie moralnej. Studium psychologiczno-społeczne*, Warszawa 1886.

znawcze, psychologiczne i socjologia. Jedy-
nym bodaj narzędziem analitycznym, dostoso-
wanym ściśle do badań nad komunikacją ma-
sową, jest zaproponowana przez Berelsona
pod koniec tego okresu ilościowa analiza za-
wartości prasy. Zarówno ta metoda (czy, jak
wolał inni – zaledwie technika), jak techniki
badawcze nauk społecznych, zaadaptowane
w tym czasie do potrzeb nauki o komunika-
waniu i mediach, łączą w sobie realizację postu-
latów, stawianych nauce przez projekt nowo-
czesny oraz założenia strukturalnego oglądu
rzeczywistości. Mają być obiektywne, intersu-
biektywnie sprawdzalne, mają prowadzić do
mierzalnych wniosków możliwych do uogól-
nienia statystycznego i mają być istotne
z punktu widzenia potrzeb społecznych i/lub
potrzeb instytucji politycznych czy marketin-
gowych użytkujących do swoich celów media
masowe. Zakłada się zatem, że treść mediów
jest możliwa do odgraniczenia i jednoznacznej
interpretacji, także aksjologicznej; że to
nadawca jest „właścicielem” znaczenia i że
wprojektowuje w treści określone idee (czy,
jak woli to ujmować wpływowo wówczas
szkoła frankfurcka, ideologie); że między tre-
ściami mediów a ludzkimi zachowaniami mo-
gą istnieć proste zależności przyczynowo-
skutkowe, możliwe do odnalezienia i zbadania.
Odbiorcę postrzega się jako bardziej lub
mniej biernego, zakłada się jednak bez więk-
szych wątpliwości, iż stanowi on jedynie
przedmiot wpływów i oddziaływań mediów.
W pewnym sensie odmawia mu się zarówno
podmiotowości, jak zdolności do świadomego
osądu i rozróżnienia. To między innymi dla-
tego badania nad mediami masowymi w duchu
teorii społeczeństwa masowego uważamy dziś
jedynie za etap historyczny w refleksji medio-
znawczej.

Tymczasem jednak prasa przestaje być
jedynym medium masowym: w końcu XIX w.
i w dwudziestoleciu międzywojennym lawino-
wo przyrasta użytkowanie takich środków ko-

munikowania masowego, jak film, fotografia,
środki mechanicznej reprodukcji dźwięku, ra-
dio, pod koniec okresu – telewizja. W zrozu-
miały sposób musi to prowadzić do relatywi-
zacji też o bezpośrednim, prostym wpływie
i potężnej jego mocy. Próby empirycznego
udowodnienia teorii o wszechmocy mediów
skończą się połowie stulecia zaprzeczeniem
ich mocy i koncepcją równie radykalną, jak te,
które przypisywały mediom potężne, bezwa-
runkowe oddziaływanie – teorią o minimal-
nym, cząstkowym jedynie ich wpływie na nie-
które ludzkie zachowania, poglądy i postawy,
nie bezpośrednim, lecz na różne sposoby me-
diowanym (stąd kolejne modele oddziaływa-
nia mediów – dwustopniowego przepływu
Katz i Lazarsfelda, socjologiczny model Rile-
yów, topologiczny model Lewina czy model
selekcji Westleya i McLeana). Jak poprzednia,
także i ta pozycja teoretyczna zostanie zdek-
onstruowana w miarę rozwoju środków komu-
nikacji masowej i zajmowania przez nie coraz
większej, zasadniczej roli w życiu zachodnich
społeczeństw; w szczególności zaś, za sprawą
rozpowszechnienia telewizji i przebudowy
społecznej epistemologii, jaka się za jej spra-
wą dokonała.

W stronę ponowoczesności:

niepewność i ponowne odkrycie siły mediów

Poczynając od połowy wieku XX, telewizja
staje się w świecie zachodnim (a z pewnym
opóźnieniem także po naszej stronie żelaznej
kurytyny) medium najważniejszym, najbar-
dziej wpływowym i najmocniej angażującym
społeczne zainteresowanie i emocje. Domina-
cja telewizji przekłada się na zmniejszenie
znaczenia epistemologicznych założeń związa-
nych z kulturą druku. Zmienia się bowiem do-
minujący sposób odbioru i użytkowania me-
diów, co pociąga za sobą także odmienne
podejście do tego, co i w jaki sposób powinien
badać medioznawca. Natura przekazu telewizyj-
nego jest bowiem nieliniarna i wielomodalna¹³

– kojarzy tekst, obraz, dźwięki naturalne, muzykę, rozwija się w czasie, oddziałuje poprzez rytm i zróżnicowane natężenia bodźców. Program telewizyjny wytwarza specyficznego odbiorcę: widza, zainteresowanego przede wszystkim obrazem, zaangażowanego w procesy syntetyzowania obrazu i dźwięku, niecierpliwego, myślącego nielinearnie i skrótami, przede wszystkim zaś – poszukującego rozrywki i przyjemności, wyrażającej się w stałej stymulacji emocjonalnej. Ten sposób odbioru przekłada się szybko na stosunek do innych mediów, zwłaszcza prasy drukowanej, która też musi się liczyć z niecierpliwością, brakiem koncentracji i hedonistycznymi nastawieniami publiczności. W badaniach nad mediami konieczne staje się zatem uwzględnienie kategorii audiowizualności oraz ponowne przemyślenie problemu uwagi odbiorcy i jego zdolności do procesów poznawczych. Skupione na zawartości tekstowej techniki analityczne, jak analiza zawartości czy analiza retoryki, znakomicie nadające się do badań nad tekstem w mediach drukowanych, próbuje się więc stosować także do analiz telewizji, efekty jednak tylko częściowo są zadowalające. Nieco więcej nadziei można wiązać z semiologią, jednak o w pełni autonomicznych badaniach nad semiotyką mediów¹⁴ będzie można mówić dopiero w latach 80. XX w.

A jest to dopiero początek problemu – jesteśmy dopiero w epoce tak zwanej paleotelewizji¹⁵. W latach 60., 70., nawet 80., pomimo powszechnego już używania pilota oraz upowszechnienia się nieuważnego, nieciągłego sposobu odbioru opartego na *zappingu*, media masowe funkcjonują w modelu pedagogicznym: przemawiają do odbiorcy z pozycji władzy i społecznego lub politycznego znaczenia czy też misji kulturotwórczej. Funkcje mediów

definiowane są w kategoriach informowania, edukowania, w ostateczności zabawiania audytoriów, jednak bez możliwości odpowiedzi z ich strony, innej niż wyłączenie odbiornika czy zamknięcie gazety. Teksty i programy paleomediów mają jeszcze względnie autorski charakter. Czytelne i łatwe do zauważenia są różnice między gatunkami dziennikarskimi. *Quality journalism*, rozrywka i reklama od siebie oddzielone i nietrudne do rozróżnienia, operują bowiem odmiennymi rozwiązaniami formalnymi i konwencjami nadawczo-odbiorczymi. Zakłada się, że odbiorca, pomimo możliwości *zappowania*, konsumuje jednak publikacje i programy w całości, świadomie poszukując interesujących go treści i wydobywając je z przewidywalnej, logicznie ustrukturalizowanej i posegmentowanej struktury oferty medialnej. Można w ten sposób założyć, że nawet jeśli zmienna, wielowymiarowa natura rzeczywistości medialnej trudna jest do uchwycenia i całościowego opisu, to analiza treści pod względem wbudowanych w nią całości ideologicznych i celów perswazyjnych jest wykonalna i celowa, i że możliwe jest diagnozowanie oddziaływań mediów na jednostki i zbiorowości.

Jakimi jednak metodami badać tę rzeczywistość, jakich używać do tego celu technik? Powojenne rozczarowanie założeniami projektu nowoczesnego niesie za sobą nowe obawy co do możliwego wpływu mediów i ich społecznego sensu. Nieustabilizowana i hedonistyczna natura telewizji, medium najważniejszego, a jednocześnie najtrudniejszego do badania, także każe sobie zadać poważne pytania o zasięg i siłę wpływu mediów. Jednocześnie jednak kryzys projektu nowoczesnego prowadzi do podważenia rozmaitych pewników, jakie wiązały się z metodologicznym paradygmatem strukturalnym. W całych badaj naukach

¹³ G. Kress, *Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*, New York 2010.

¹⁴ *Semiotics of the Media. State of the Art, Projects, and Perspectives*, ed. by W. Nöth, Berlin–New York 1997.

¹⁵ W. Godzic, *Telewizja – najważniejsze medium XX wieku*, [w:] *Media audiowizualne*, pod red. W. Godzica, A. Drzał-Sierockiej, Warszawa 2010, s. 67 i n.

społecznych, a zatem także i w refleksji nad mediami i komunikowaniem masowym, maleje pewność co do możliwości poznania absolutnej i jednoznacznej prawdy o człowieku, o procesach społecznych, naturze komunikowania, skutkach indywidualnych i zbiorowych oddziaływaniach mediów. Spojrzenie na jednoznaczność i poznawczą skuteczność rozmaitych procedur badawczych staje się coraz bardziej sceptyczne. W medioznawstwie odrzuca się na tym etapie – już definitywnie – teorię pocisku i założenia o wszechmocy mediów masowych, do historii odesłane zostają jednak także teorie wpływów minimalnych. W badaniach nad treściami mediów, ich komunikowaniem i oddziaływaniem badacze poszukują teraz nie tyle bezpośrednich dowodów natychmiastowego wpływu konkretnych przekazów medialnych na biernego odbiorcę, ile pośrednich, długofalowych rezultatów długotrwałego obcowania ze środkami komunikacji masowej.

To pod wieloma względami najbardziej płodny badawczo okres w historii badań nad mediami masowymi. Poczynione wówczas ustalenia niewątpliwie muszą być do dziś brane pod uwagę w każdym niemal badaniu nad treścią mediów, audytoriami, odbiorem i wpływem. W sferze badań nad zawartością pojawiają się wówczas cenne metody jakościowe: zapoczątkowane zostają semiologiczne badania nad mediami, ustanowione zostają podstawy filozoficzne i metodologiczne Krytycznej Analizy Dyskursu – ważnego korpusu technik analizy treści werbalnych w mediach. Badania nad odbiorem prowadzą do sformułowania podstaw teorii użytkowania i korzyści. Gdy chodzi o wpływ, analizuje się socjalizujące i/lub modelujące funkcje mediów masowych; zapoczątkowany zostaje niesłychanie istotny nurt badań nad konsekwencjami pokazywania przemocy

w mediach. Społeczne i polityczne oddziaływanie mediów ujmuje się w postaci teorii kulturywacji, teorii porządku dziennego i spirali milczenia. Związana z tymi teoriami druga fala¹⁶ badań nad audytoriami i odbiorem, związana z teorią użytkowania i korzyści oraz pokrewnymi paradygmatami badawczymi, zainteresowana jest przede wszystkim opisem długodystansowych oddziaływań treści komunikowania masowego na ludzi. Pytanie, co właściwie „media robią z ludźmi”, jest zasadniczym zagadnieniem tego okresu. Minie jednak niewiele lat, gdy najważniejsze stanie się pytanie, co „ludzie robią z mediami”.

Wiąże się ono z ważną przemianą w stylu i kierunkach refleksji nad mediami, którą to przemianę spowodowały prace British Cultural Studies¹⁷. Badacze skupieni od lat 60. wokół Centre for Contemporary Cultural Studies na uniwersytecie w Birmingham zaczynają się przypatrywać związkom między mediami a kulturą popularną, subkulturami młodzieżowymi, modą, konsumpcją; wychodząc od założeń neomarksistowskich, czerpiąc z koncepcji hegemonii Gramsciego i używając terminologii wypracowanej przez szkołę frankfurcką, kulturaliści nalegają, by zamiast lekceważyć kulturę popularną, traktować ją jako pełnoprawny przedmiot analizy. Postulują, by analizować wytwory tej kultury w ich „naturalnym” społecznym otoczeniu, z uwzględnieniem wiedzy o systemach produkcji i cyrkulacji dóbr kulturalnych. W zrozumiwały sposób media masowe stały się zatem głównym obszarem ich refleksji. Radykalnie krytyczni wobec kapitalistycznej *mass culture*, badacze związani z BCCS akcentowali jej ideologiczny wymiar, poszukując rozmaitych współzależności między reprezentacjami klasy społecznej, płci i rodzaju, rasy, przynależności etnicznej i narodowości w tek-

¹⁶ S.E. Bird, *The Audience in Everyday Life. Living in a Media World*, New York–London 2003.

¹⁷ G. Turner, *British Cultural Studies. An Introduction*, London–New York 2005. http://webdelprofesor.ula.ve/humanidades/anderzon/materias/materiales/Turner2003_British_Cultural_Studies_3rdEd_An_Introduction.pdf [dostęp: 19.04.2013].

stach kulturalnych, zwłaszcza w mediach masowych, oraz zależności między tymi reprezentacjami a sferą społecznych postaw, przekonań i wyobrażeń. Jednocześnie jednak ich stosunek do audytoriów medialnych był bardziej otwarty i rozumiejący, niż jakiegokolwiek szkoły badawczej przed nimi. Przyznawali widzom i słuchaczom podmiotowość, samodzielność poznawczą i zdolność do niezależnego sądzenia. Interesowały ich nie procesy transmisji treści, lecz ich indywidualnego i społecznego odkodowywania i użytkowania. Zapoczątkowali więc trzecią falę w badaniach nad audytoriami – analizując nie tyle wpływ rozmaitych treści medialnych na ludzi, ile procesy konstruowania, interpretacji i reinterpretacji treści kultury medialnej przez rozmaite grupy odbiorców, w rozmaitych kontekstach ekonomicznych i społecznych.

***Ponowoczesność i neotelewizja;
negocjowany wpływ mediów, negocjowane
interpretacje***

Związane z ponowoczesnością i paradygmatem poststrukturalnym: kryzys pewności i zaufania do wiedzy naukowej, brak wiary w ciągłość i spójność ludzkich narracji o życiu indywidualnym i społecznym, zainteresowanie marginaliami, transgresją, załamanie się poczucia czytelnej hierarchii kulturalnej, relatywizm poznawczy i aksjologiczny odbijają się także w stosunku badaczy do analizowanej materii – zawartości mediów, ich wpływów i oddziaływań, natury i sensu komunikacji społecznej. Także w medioznawstwie pojawia się zainteresowanie partykularyzmami i marginaliami. Zamiast poszukiwać wielkich, globalnych zależności, analizuje się treści i użytkowania lokalne, specyficzne dla danej kultury. Sam proces konstruowania, przesyłania, odbioru i rekonstruowania treści okazuje się znacznie bardziej interesujący od analizy nieruchomego stanu rzeczy, ograniczonego w czasie i przestrzeni.

To okres, gdy media elektroniczne przechodzą zasadniczą ewolucję, która z kolei pociąga za sobą przemianę stosunku publiczności do mediów drukowanych. W życie ponowoczesnych społeczeństw wchodzi sieć komputerowa, rozwój technologii medialnych generuje ogromną i zróżnicowaną ofertę, telewizja zmienia się w neotelewizję. Media zmuszone są zerwać z marzeniami o pedagogicznym modelu pozytywnego oddziaływania na widza i czytelnika oraz pogodzić się z tym, że przy pomocy nowych, dostępnych i prostych w użytkowaniu narzędzi technologicznych autonomicznie kształtuje on własny repertuar medialny i że czyni to nieuważnie i hedonistycznie. Struktura przekazów medialnych nie jawi się już jako posegmentowana, względnie spójna całość¹⁸, lecz jako strumień, z którego odbiorca wyławia te treści, które z różnych względów (lub przypadkiem) przyciągną na moment jego uwagę. Ta neotelewizyjna epistemologia zmienia też założenia medioznawczych projektów badawczych. Treść mediów jawi się tu jako niestała, amorficzna, hybrydyczna gatunkowo, słabo odgraniczona. Założenia o wpływie konkretnych przekazów medialnych i konkretnych mediów na określone grupy odbiorców muszą więc zostać zweryfikowane. Wpływ środków komunikowania masowego ujmuje się raczej w sposób kumulatywny, zakładając, że na widza oddziałuje nie tyle konkretna treść, ile stale powracające konstrukty ideologiczne, w rozmaitych konfiguracjach obecne w strumieniu przekazu. Ważny jest przy tym nie tyle sens i znaczenie treści medialnych projektowane przez nadawcę, ile to, jak te treści są odbierane i użytkowane – swobodnie, kreatywnie, w sposób powiązany z realnym życiem, doświadczeniami społecznymi i potrzebami odbiorców; istotne okazują się procesy opisywane przez Halla w kategoriach kodowania i odkodowywania, twórczego i otwartego użytkowania i reinterpretowania

¹⁸ R. Williams, *Television: Technology and Cultural Form*, London 1974.

konwencji nadawczo-odbiorczych przez samodzielnelnego użytkownika mediów.

Pytanie, co media robią z ludźmi, zadali po raz pierwszy brytyjscy kulturaliści jeszcze w poprzednim okresie. Niektóre założenia szkoły birminghamskiej zostają z czasem skorygowane, jednak uznaje się, że to właśnie od kulturalistów pochodzą terminologia i ikonografia, pozwalające na zintegrowanie wielu różnych dyscyplin i wielu różnych tradycji badawczych. Kontynuatorzy szkoły birminghamskiej, również na kontynencie amerykańskim i w Australii, ograniczyli krytykę społeczną, wpisana w jej założenia badawcze, skoncentrowali się natomiast na różnorodnych, także tych wyzwających i twórczych, aspektach korzystania przez ludzi z kultury popularnej. Media widziane z perspektywy nowych studiów kulturalnych dostarczają różnorodnych przyjemności oraz budulca dla tożsamości jednostkowej i zbiorowej ludzi. Publiczność jest twórcza, a sens przekazów medialnych powstaje w wyniku aktywności odbiorczej. Jej atrakcyjność i wywrotowość wyraża się w różnorodności, wielogłosowości, zaprzeczaniu hierarchii i porządkowi, zainteresowaniu tym, co jednostkowe, marginesowe, alternatywne. Jednym z centralnych pojęć staje się tu pojęcie przyjemności odbioru: pozytywnych gratyfikacji dla ludzi związanych nie tylko z używaniem mediów, lecz również z własną aktywnością poznawczą, społeczną, estetyczną łączącą się z ich tekstami. To ważne, bo w tym właśnie okresie refleksja nad mediami wchodzi w trwałą, owocną interakcję z ponowoczesną teorią konsumpcji. Jednocześnie przemysłane na nowo i zmodyfikowane zostają założenia teorii kultury, teorii użytkownika i korzyści oraz przekonania co do modelującego i socjalizującego wpływu mediów.

Szczególnie cenny, przełomowy wręcz w całym rozumieniu celów i metodologii medioznawstwa staje się na tym etapie jawnie po-

stawiony (i wielokrotnie realizowany w praktyce – w badaniach) postulat interdyscyplinarności, przekraczania granic dziedzin akademickich, łączenia teorii komunikowania i socjologii, antropologii, psychologii, estetyki, teorii literatury itp. Medioznawstwo uznaje wreszcie własną metodologiczną nieswoistość i dostrzega w multidyscyplinarności i metodologicznej otwartości własną siłę, nie słabość. Wchłania znaczną część dorobku współczesnych ruchów intelektualnych, takich jak psychoanaliza, hermeneutyka, poststrukturalizm, dekonstrukcjonizm, feminizm, teoria konsumpcji. Umożliwia to spojrzenie na procesy komunikowania z mediami i przy ich udziale w sposób dynamiczny, badanie i próby zrozumienia podstawowych relacji między kulturą popularną i miejscem jej funkcjonowania: przestrzenią stosunków społecznych.

Co po postmodernizmie?

W stronę nowych mediów

Przełom wieków XX i XXI przyniósł upowszechnienie internetu oraz zespół związanych z tym niezmiernie istotnych zjawisk komunikacyjnych i kulturalnych, który nie bez powodu określa się dziś wręcz jako trzecią rewolucję komunikacyjną. Za sprawą związanych z tak zwanymi nowymi mediami doświadczeń rzeczywistości wirtualnej, odcieleśnienia, cyborgizacji, ponowoczesne rozumienie rzeczywistości medialnej waha się dziś między dwiema interpretacjami. Z jednej strony, radykalne stwierdzenia o anihilacji/symulakryzacji rzeczywistości i jej implozji z mediami – jak twierdzi Baudrillard¹⁹, żyjemy w erze bez konsekwencji i w teorii bez konsekwencji, w świecie, gdzie rzeczywistości już po prostu nie ma. Z drugiej – przekonanie, że oto weszliśmy w nowy paradygmat epistemologiczny i nową formę kultury, zwaną cyberkulturą albo szerzej – kulturą technologiczną. Zmienia się

¹⁹ J. Baudrillard, *Le crime parfait*, Paris 1995.

w związku z tym cały sposób przekazywania i przyswajania wiedzy, komunikowania się z innymi, korzystania z mediów masowych. Ewoluuują zatem także cele, metody i możliwości badania komunikacji społecznej. Cyberkultura unieważnia lub ignoruje kategorie przestrzeni/terytorium, a komunikowanie symboliczne, odbywające się w nieteritorialnej przestrzeni sieci komputerowej uważa za najważniejszą ludzką aktywność kulturalną. Komunikowanie to, jako zapośredniczone technologicznie, wymaga odpowiedniego instrumentarium: istotą kultury technologicznej jest to, że treści, jakość, złożoność komunikacji i doświadczenia kulturalnego zależne są od jakości i złożoności narzędzi technologicznych. *Episteme* kultury technologicznej uznaje więc za najważniejsze nie erudycję tekstową i czy wizualną, lecz zdolność do poszukiwania informacji, do generowania nowych połączeń między różnymi fragmentami zastanej wiedzy oraz do skutecznej komunikacji przy pomocy dostępnych narzędzi technologicznych. Poznawanie, opis, strukturowanie świata odbywa się tu poprzez łączenie, artykulację, wymianę, interakcję; jest niehierarchiczne, inkluzyjne i wszechstronne. Pojawia się naturalnie pytanie, w jaki sposób badać treści i oddziaływania komunikacji opartej na takich założeniach. Treść współczesnych mediów bardzo trudno poddaje się zobiektywizowanym pomiarom. Trudno je opisywać przy pomocy dotychczasowych narzędzi badawczych, o ile nie podda się zastosowania tych narzędzi radykalnej a twórczej rewizji.

Nowe pojęcia, nowe perspektywy

Co do istoty i zakresu badań w dzisiejszej metodologii medioznawczej wiele się nie zmieniło: głównymi polami badawczymi nadal pozostają treści/zawartość mediów masowych, skład i charakterystyka audytoriów, użytkowania

i korzyści, poznawcze aspekty korzystania z mediów masowych, ich wpływ na indywidualne i zbiorowe emocje oraz na zachowania ludzi, związki z otoczeniem ekonomicznym i politycznym oraz z kontekstem technologicznym. W badaniach tych pojawiły się jednak w ostatnich dziesięcioleciach pewne nowe koncepcje, konstrukty poznawcze, organizujące cele i projektowanie badań, dobór i granice prób, wybór narzędzi oraz całe założenia epistemologiczne i aksjologiczne projektów badawczych. Pojęcia te to: wirtualność, wizualność/wielomodalność, multi- i transmedialność, interaktywność, partycypacja, konwergencja technologiczna i treściowa, multi- i transkulturowość oraz mediatyzacja.

Epistemologia „typograficzna” i „telewizyjna” nie wyparowały, lecz nakładają się teraz wzajemnie z epistemologią cyberkultury i internetu. Gdy zatem chodzi o badania nad zawartością przekazów medialnych, współczesny badacz komunikacji społecznej musi wziąć pod uwagę specyfikę formy, treści i społecznych użytkowań multimediów, i to nie tylko w wypadku, gdy analizowana jest przestrzeń internetu. Warto przy tym zwrócić uwagę, że sieć komputerowa umożliwia dostęp do rozmaitych materiałów medialnych i sama w sobie otwiera rozległe możliwości techniczne badań nad wszystkimi mediami²⁰. Nowe media, coraz bardziej dominujące w kulturowym pejzażu współczesności, oddziałują na strukturę treści i zawartość wszystkich środków masowej komunikacji oraz determinują sposoby ich odbioru i użytkowania, aczkolwiek trzeba powiedzieć, że zakres, kierunki i konsekwencje tych wpływów czekają jeszcze na szczegółowe, całościowe zbadanie i opis. Badacz treści i form przekazów medialnych podejmuje dziś zadanie opisu, analizy i interpretacji materiału wielomodalnego, skonstruowanego ze współlistniejących i szybko się zmieniających obrazów,

²⁰ *International Handbook of Internet Research*, ed. by J. Hunsinger, L. Klastrup, M. Allen, Dordrecht–New York 2010.

tekstu pisanego i mówionego, muzyki, dźwięków naturalnych; materiału o wieloaspektowej, względnej, często nieustalonej relacji do rzeczywistości i statusie ontologicznym, co określamy dziś mianem wirtualności. Badając odbiór i poznawcze czy psychologiczne oddziaływania tego materiału, musi brać pod uwagę przemianę całego trybu komunikowania się mediów z odbiorcą, opartego obecnie na modelu polisensorycznym. A to nie koniec – trzeba także pamiętać o zmieniającej się pod wpływem technologii informatycznych relacji nadawczo-odbiorczej. Coraz ważniejszy jest bowiem partycypacyjny model użytkowania treści medialnych, w którym widz/słuchacz/czytelnik jest jednocześnie współtwórcą treści i czynnie angażuje się w jej kształtowanie, modyfikowanie, komentowanie, dekonstruowanie. Badając audytoria/publiczność/użytkowników, współczesny badacz mediów zmuszony jest do uwzględnienia autonomii odbiorców – tak w dziedzinie doboru treści, jak jej interpretacji, a także ich często niezwykle wysokiej kompetencji intertekstualnej i technologicznej.

Zmiana ta rzutować musi także na użytkownika i korzyści, wpływy i oddziaływania mediów tradycyjnych. Badania nad audytoriami, nie zaniedbując wymiaru ilościowego, poszukują więc dzisiaj bardziej szczegółowej wiedzy jakościowej, dotyczącej nie tylko sposobów odczytywania i interpretowania przekazów medialnych przez samych użytkowników, lecz także samodzielnego konstruowania przez nich treści tych przekazów i treści z nimi związanych. Użyteczne okazują się tutaj między innymi narzędzia i techniki badawcze psychologii, semiologii, językoznawstwa kognitywnego. Rozważa się i w sposób pogłębiony, jakościowy analizuje miejsce mediów w życiu codziennym ludzi – powstała w związku z tym odrębna dziedzina wiedzy, zwana antropologią i/lub

etnografią mediów. Niezmiernie ważna staje się sprawa miejsca samych technologii komunikacyjnych w kulturze i codziennych praktykach komunikacyjnych ludzi – bada się więc procedury i protokoły użytkowania technologii komunikacyjnych oraz poszukuje związków między kompetencją technologiczną użytkowników a treściami przez nich odczytywanymi i generowanymi.

W związku z technologicznymi zmianami tych protokołów i procedur, badania nad mediami muszą brać pod uwagę procesy technologicznej konwergencji współczesnego przekazu medialnego²¹. Granice między różnymi mediami nie są już wyraźnie zakreślone, interkonnektywność mediów powoduje migrowanie przekazów ponad granicami mediów i kreuje ich transmedialny, hybrydyczny, konwergentny charakter. Pociąga to za sobą między innymi zupełnie nowy stosunek do gatunków medialnych – trzeba pamiętać o hybrydyzacji i stopniowej utracie odrębności gatunkowej różnych gatunków medialnych. Istotnym przedsięwzięciem badawczym staje się poszukiwanie nowych definicji gatunku w mediach – a może porzucenie koncepcji gatunku i zastąpienie go innym narzędziem heurystycznym, lepiej dostosowanym do badań współczesnych przekazów medialnych. Analizy mediów muszą sprostać polisemii przekazów wielomodalnych, konwergentnych, naładowanych nawiązaniami intertekstualnymi. Muszą przy tym uwzględniać, że współczesne komunikowanie ma wymiar międzykulturowy, odbywa się w zmiennym i zróżnicowanym kontekście kulturowym i uczestniczą w nim jednostki i grupy o bardzo różnych założeniach, potrzebach i tradycjach.

Co badać, jak i w jakim celu? Czy nowe media to nowa jakość czy kontynuacja? Czy badając przekazy medialne, należy dostosowywać istniejące, wcześniej wypracowane metody, techniki i narzędzia, czy poszukiwać

²¹ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.

zupełnie nowego podejścia metodologicznego, integrującego rozmaite aspekty komunikacji starej i nowej? Czy analizując komunikację medialną, należy poszukiwać wspólnoty i podobieństw w skali międzynarodowej czy globalnej, czy też skupić się na odrębnościach i lokalnej specyfice? Czy ujmować role i funkcje mediów w kategoriach wpływu czy negocjacji? Czy mówić o treści, czy o negocjowanych tekstach odbiorczych? Czy najistotniejsza w dzisiejszym mediach jest ich funkcja rozrywkowa i reklamowa, czy należy jednak poszukiwać ich znaczeń edukacyjnych, informacyjnych, kształtujących opinie? Czy media to przyczyna atomizacji społecznej, czy czynnik integrujący? Treści, formy i funkcje mediów masowych analizowane są dziś przy założeniu o rozległym, głębokim, ale pośrednim wpływie mediów na procesy socjalizacyjne i enkulturacyjne, na życie polityczne i kulturę. Możliwe są wszystkie cztery zasadnicze podejścia, wypracowane w wieku XX – behawioralne, transmisyjne, interakcyjne i transakcyjne. Do wykorzystania są rozmaite

paradygmaty metodologiczne badań społecznych i humanistycznych. Poza tym niewiele jest w badaniach nad mediami zgody i wspólnoty założeń i narzędzi. Po stu z okładem latach badań nad mediami i komunikacją społeczną jesteśmy mniej niż na początku pewni, że dziedzinę komunikacji społecznej da się badać w sposób umożliwiający budowanie wielkiej teorii. Coraz mniej, jak się zdaje, szans na nomotetyczność, coraz bardziej atrakcyjny i intelektualnie prowokujący staje się idiograficzny wymiar medioznawstwa. Terminem spajającym wszystkie badania nad miejscem, rolą, funkcjami, ewolucją treści i użytkowań mediów jest dzisiaj koncept mediatyzacji – zapośredniczenia medialnego ocen, postaw, wyborów ludzkich w sferze polityki, wartości społecznych, życia osobistego i praktyk konsumpcyjnych. Tego jednego – że media są integralną częścią życia w kapitalistycznym, liberalnym, konsumpcyjnym społeczeństwie ponowoczesnym i że są fundamentem całego współczesnego doświadczenia kulturalnego²² możemy być niemal pewni.

²² R. Silverstone, *Why Study the Media*, London 1999.

Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania

Methodology of Media Studies – Trends, Concepts and New Challenges

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

SŁOWA KLUCZOWE

epistemologia, paradygmat, model, nowe media

STRESZCZENIE

Zakres badań nad mediami i komunikowaniem masowym obejmuje liczne obszary badawcze; w ich obrębie możliwe do wykorzystania są rozmaite paradygmaty metodologiczne: semiotyczny, fenomenologiczny, socjopsychologiczny, socjokulturalny, krytyczny, retoryczny, cybernetyczny, ekonomiczny, wielokulturowy, partycypacyjny. Badania nad mediami prowadzone są przy użyciu podejść behawiorystycznych, transmisyjnych, interakcyjnych oraz transakcyjnych. Historycy metody wskazują, że rozwój nauk o mediach i komunikacji społecznej pozostawał w związku z rozwojem rozmaitych paradygmatów w całych naukach społecznych i humanistycznych. Rozstrzygnięcie dylematu: co, jak i w jakim kierunku badać, określane było także przez *episteme*, wytwarzaną przez media dominujące w doświadczeniu komunikacji społecznej danej epoki. Artykuł poświęcony jest analizie zależności między epistemologią mediów a przyjmowanymi w różnych okresach rozwoju medioznawstwa pewnikami, stawianymi problemami i proponowanymi rozwiązaniami metodologicznymi.

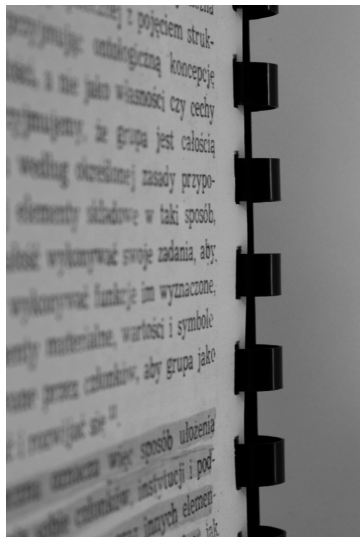
KEY WORDS

epistemology, paradigm, model, new media

ABSTRACT

The scope of research on media and mass communication consists of numerous research fields, among which different methodological paradigms can be used: phenomenological, psycho-sociological, socio-cultural, critical, rhetorical, cybernetic, economical, multicultural, participating. Research on media is done using behavioral, transmission, interaction and transactional approaches. Historians also point out that the development of media studies and social communication was connected with the progress of diverse paradigms in all of social sciences and humanities. Resolving the dilemma of what, how and in which direction to research was determined by *episteme*, created by the media dominating in the experience of social communication in the given era. The article is dedicated to the analysis of relations between media epistemology and the certainties accepted at different periods of development in media studies, stated problems and proposed methodological solutions.

Prawo prasowe



Press law



Prawo do krytyki a kontratyp znieśławienia

Jacek Sobczak

Dla bytu znieśławienia niezbędne jest, aby działanie znieśławiające miało charakter bezprawny. W treści art. 213 kodeksu karnego (dalej: k.k.) sformułowano warunki wyłączenia bezprawności zarzutów wypełniających formalnie znamiona znieśławienia. Jakkolwiek w doktrynie w pewnym uproszczeniu stwierdza się, że art. 213 k.k. zawiera zasady wyłączenia odpowiedzialności karnej w związku z realizacją dozwolonej krytyki, to jednak treść wspomnianego przepisu nie ma jednolitego charakteru normatywnego. W art. 213 § 1 k.k. stwierdzono, że w przypadku prawdziwości znieśławiającego zarzutu uczynionego niepublicznie „nie ma przestępstwa znieśławienia”, a postawienie przez sprawcę prawdziwego zarzutu znieśławiającego nie jest przestępstwem. W tej sytuacji, jeśli podnoszący zarzut udowodni, że jest on prawdziwy, a zarzut został podniesiony niepublicznie, to w konsekwencji należy stwierdzić brak przestępstwa. W tym zakresie w doktrynie zauważalny jest spór co do tego, jaki charakter prawny ma wyłączenie odpowiedzialności karnej w zakresie objętym treścią tego przepisu. Zdaniem Janusza Wojciechowskiego można zawsze postawić komuś zarzut, byle jego treść była prawdziwa, a sam zarzut nie był stawiany publicz-

nie¹. Według Andrzeja Zolla w treści art. 213 § 2 k.k. poza kontratypem określonym w art. 232 k.k. istnieje także kontratyp pozaustawowy dotyczący w szczególności tych przypadków, w odniesieniu do których nie da się zastosować kryterium prawdy i fałszu. Ramy wspomnianego kontrotypu – jak zauważa Zoll – nie mogą jednak prowadzić do przekreślenia przewidzianej w art. 212 § 1 i 2 k.k. ochrony czci przed pomówieniem. Według tego autora typ podstawowy przestępstwa znieśławienia z art. 212 § 1 k.k. określa dwa rodzaje czynów zabronionych, w odniesieniu do których kryterium różnicującym jest znamię niepubliczności lub publiczności postawienia zarzutów. Znamieniem pierwszego z tych rodzajów jest uczynienie zarzutu znieśławiającego niepublicznie, przy czym sam zarzut jest nieprawdziwy. Drugi rodzaj obejmuje publiczne sformułowanie zarzutu znieśławiającego, przy czym sam zarzut może być prawdziwy bądź nieprawdziwy. W tym drugim przypadku, mimo prawdziwości zarzutu uczynionego publicznie, czyn może być bezprawny, o ile nie zajądą przesłanki wskazane w treści art. 212 § 2 k.k., natomiast nie jest możliwe nigdy uznanie za przestępstwo czynu polegającego na niepublicznym postawieniu prawdziwego zarzutu².

¹ J. Wojciechowski, *Przestępstwa przeciwko czci i nietykalności cielesnej. Rozdział XXVII Kodeksu karnego. Komentarz*, Warszawa 2000, s. 33.

² A. Zoll, *Z problematyki odpowiedzialności karnej za pomówienie*, „Palestra” 1974, z. 5, s. 49; tenże, [w:] *Kodeks karny. Część szczególna. Komentarz do art. 117–277 Kodeksu karnego*, pod red. A. Zolla, t. 2, Kraków 1999,

Jak słusznie zwraca uwagę Piotr Hofmański, niezależnie od tego, czy uzna się, że z uwagi na dozwoloną krytykę zachowanie sprawcy nie miało charakteru bezprawnego, czy też podzieli się pogląd, że bezprawność zachowania formalnie wyczerpującego znamiona zniesławienia wyłączona została ze względu na kontratyp pozaustawowy, niezbędne jest możliwe precyzyjne ustalenie, jakie są ramy dopuszczalności krytyki³.

Kodeks karny z 1932 r. zawierał także kontratyp dozwolonej krytyki. W treści jego art. 255 § 2 stwierdzono, że nie ma przestępstwa [zniesławienia], jeżeli zarzut był prawdziwy. Dodano przy tym, że jeżeli zarzut uczyniony był publicznie, to dowód prawny przeprowadzić wolno tylko wówczas, gdy sprawca działał w obronie uzasadnionego interesu publicznego lub prywatnego, własnego lub cudzego, a nadto dowód nie dotyczy okoliczności życia prywatnego lub rodzinnego.

Wykładnia treści art. 255 § 2 k.k. ulegała zmianie. Praktyka sądowa wypracowana w okresie międzywojennym wynikająca z treści art. 255 § 2 k.k. opierała się na założeniu, że nieprawdziwość zniesławiającego zarzutu nie wchodzi do zespołu znamion zniesławienia, a dla uwolnienia sprawcy od odpowiedzialności karnej wymagała dowiedzenia obiektywnej prawdziwości zarzutu. Stanowisko takie formułował m.in. Juliusz Makarewicz⁴. Dla porządku należy wskazać, że formułowano także pogląd, że nieprawdziwość zarzutu należy do ustawowych znamion przestępstwa zniesławienia⁵. Przeważało jednak pierwsze ze wspomnianych stanowisk, za którym stał autorytet Makarewicza. W efekcie konsekwentnie przy

tym odmawiano uznania dobrej wiary za okoliczność wyłączającą odpowiedzialność karną sprawcy pomówienia. Podnoszono jednak, że „jakkolwiek dobra wiara oskarżonego nie zwalnia go od odpowiedzialności za zniesławienie, to należy ją mieć na względzie przy wymiarze kary, a w szczególności przy rozważaniu warunków zawieszenia wykonania kary”⁶. Po II wojnie światowej w doktrynie podkreślano, że skoro ogólną zasadą jest to, że nie ma przestępstwa zniesławienia, jeżeli postawiony zarzut był prawdziwy, to nieprawdziwość zarzutu zniesławiającego przesądza o wyczerpaniu znamion zniesławienia⁷. Tak więc w myśl rozwiązań przyjętych w kodeksie karnym z 1932 r. każdy **prawdziwy** zarzut, zarówno postawiony niepublicznie, jak i publicznie, wyłączał bezprawność czynu – odmiennie niż to ma miejsce w obowiązującym obecnie stanie prawnym, gdzie stwierdza się, że „nie ma przestępstwa określonego w art. 212 § 1, jeżeli zarzut uczyniony niepublicznie jest prawdziwy”. W myśl zdania drugiego art. 255 § 2 k.k. z 1932 r. warunkiem legalności krytyki było to, aby nieprawdziwe zarzuty uczynione publicznie podniesione zostały przez sprawcę, który działał w obronie uzasadnionego interesu publicznego lub prywatnego, własnego lub cudzego. Tak więc warunkiem zwolnienia od odpowiedzialności za postawienie nieprawdziwego a zniesławiającego zarzutu musiało być ustalenie, że działanie sprawcy podyktowane było wolą wystąpienia w obronie uzasadnionego interesu publicznego lub prywatnego, a zatem przekonaniem, że wystąpienie takim interesom służy. W doktrynie i judykaturze bardzo mocno podkreślano, że dobra wiara co do

s. 643; J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny. Część szczególna*, T. 2: *Komentarz do art. 117–277 K.K.*, red. A. Zoll, wyd. 2, Kraków 2006, s. 796–797.

³ P. Hofmański, J. Satko, *Przestępstwa przeciwko czci i nietykalności cielesnej. Przegląd problematyki. Orzecznictwo (SN 1918–2000). Piśmiennictwo*, Kraków 2002, s. 33.

⁴ J. Makarewicz, *Kodeks karny z komentarzem*, Lwów 1938, s. 578.

⁵ O. Chybiński, W. Świda, W. Gutekunst, *Prawo karne. Część szczególna*, Warszawa 1975, s. 197, tamże cytowane poglądy.

⁶ Wyrok SN z dnia 22 kwietnia 1938 r., sygn. akt I K 2144/37, OSN(K) 1938, nr 11, poz. 273.

⁷ M. Siewierski, *Kodeks karny i prawo o wykroczeniach. Komentarz*, Warszawa 1965, s. 330.

prawdziwości postawionych zarzutów i przekonanie o przysłużeniu się w ten sposób interesowi publicznemu wyłącza możliwość popełnienia przestępstwa przewidzianego w art. 255 § 1 k.k. także wówczas, gdy podane fakty okazały się przedmiotowo niezgodne z prawdą. Dodawano przy tym w judykaturze, że dobra wiara nie wyłącza możliwości popełnienia przez ten czyn innego przestępstwa ściganego z urzędu. Przy tej okazji Sąd Najwyższy podkreślał, że wyrażone przez niego stanowisko sprzeczne jest z judykaturą przedwojenną, ale „odpowiada w zupełności podstawom ustrojowym Polski Ludowej, która przywiązuje zasadnicze znaczenie do krytyki”⁸. Rozwijając tę myśl, w późniejszych orzeczeniach SN stwierdził, że sprawca podejmujący krytykę wyłączającą odpowiedzialność z art. 255 k.k. musi mieć podmiotowe przekonanie o prawdziwości czynionych zarzutów i działać w obronie uzasadnionego interesu społecznego. Przedmiotowo natomiast działanie sprawcy musi mieć zdolność przysłużenia się interesowi społecznemu⁹. Wyjątkowo dyskusyjne wydawać się jednak musiało stanowisko wyrażone przez Sąd Najwyższy, że publicznie podniesiony zarzut choćby obiektywnie nieprawdziwy, jeżeli jednak zostaje wypowiedziany w subiektywnym przekonaniu o jego prawdziwości i o tym, że podniesienie go leży w uzasadnionym interesie publicznym lub prywatnym, nie przekracza granic dozwolonej krytyki społecznej i uchyla winę umyślną z art. 255 k.k.¹⁰ W uchwale siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z dnia 17 grudnia 1965 r. wpisanej do księgi Zasad Prawnych¹¹ stwierdzono, że podejmujący krytykę „musi działać w uzasadnionej do-

brej wierze, to znaczy musi mieć przekonanie, że stawiane przez niego zarzuty są prawdziwe oraz że ich postawienie przyczyni się do polepszenia sytuacji w poddanych krytyce stosunkach życia społecznego”. Dodawano do tego, że „do przyjęcia uzasadnionej dobrej wiary potrzebne jest nadto, by krytykujący, w poczuciu odpowiedzialności, wykazał staranność w zbieraniu materiałów i badaniu wartości i źródeł informacyjnych oraz unikał pochopnych wniosków”. Sąd Najwyższy podkreślił, że tak pojęta krytyka, choćby zawierała surową ocenę działalności innej osoby, instytucji lub zrzeszenia, nie stanowi zniesławienia. Nie można natomiast uznać – według tej uchwały – za niekarałną krytykę, gdy sprawca przy sposobności krytyki, ale nie w integralnej rzeczowej z nią łączności dopuszcza się zamachu na dobre imię drugiego¹². Warto zauważyć przy tym, że już w wyroku z 29 grudnia 1955 r. Sąd Najwyższy stwierdził, że prawo do krytyki nie może przerodzić się w szykanę, do czego doprowadzić musi pomawianie pokrzywdzonego o czyny niepełnione przy każdym spotkaniu bez rzeczywistej potrzeby i bez zamiaru chronienia interesu publicznego. Podkreślono przy tym, że „pewnego rodzaju, uwarunkowany dobrą wiarą sprawcy immunitet osób wykonujących prawo krytyki, powinien być stosowany ściśle do krytyki podjętej w interesie społecznym, a więc w prasie, na zebraniach, w zażaleniach do władz itp., a nie do sprzeczek o charakterze osobistym”¹³. W judykaturze i doktrynie wskazywano, że dobra wiara zachodzi w tych wszystkich przypadkach, w których sprawca podejmuje krytykę w subiektywnym przekonaniu o prawdziwości czynionych zarzutów, chociaż-

⁸ Wyrok SN z dnia 8 kwietnia 1952 r., sygn. akt IV K 16/51, OSN(K) 1952, nr 5 poz. 65; M. Siewierski, *Kodeks karny...*, s. 332–333.

⁹ Wyrok SN z dnia 17 marca 1960 r., sygn. akt V K 13/60, OSPiKA 1960, nr 10, poz. 275.

¹⁰ M. Siewierski, *Kodeks karny...*, s. 333.

¹¹ VI KO 14/59, OSN(K) 1966, z. 2, poz. 14.

¹² Por. także glosy: J. Skupińskiego, OSPiKA 1966, z. 5, s. 231–233; M. Cieślaka, „Nowe Państwo” 1967, nr 4, s. 583–588.

¹³ OSNCK 1956, z. 2, poz. 19.

by miało się nawet okazać, że zarzuty te nie znajdują całkowitego oparcia w obiektywnych faktach. Każde bowiem inne ustosunkowanie się do krytyki stanowiłoby z natury rzeczy jej hamowanie. Wskazywano także, że krytyka nie traci swego charakteru nawet w przypadku przejawiania, jak również wtedy, gdy nacechowana jest dużą dozą ironii, kpiny czy żartu. Zauważano jednak, że przy rozpatrywaniu granic dopuszczalnej ostrości żartu winna być uwzględniona swoistość środowiska i panujących w tym względzie obyczajów¹⁴.

Na tle treści art. 255 § 2 zdanie drugie stwierdzono, że działanie w obronie uzasadnionego interesu publicznego lub prywatnego wymaga nie tylko ustalenia, że działanie sprawy przedmiotowo było zdolne służyć obronie tych interesów, lecz ponadto, że i podmiotowo było podyktowane wolą sprawcy wystąpienia nie w innym celu, lecz w celu obrony interesu publicznego lub prywatnego. Jeżeli motywem działania sprawcy były względy inne, np. chęć zemsty, zysku, gonitwa za niezdrową sensacją itp., to wówczas sprawca nie może się powoływać na działanie uzasadnionego interesu, choćby nawet zewnętrznie pozory tej obrony zachodziły¹⁵. Odnosząc się do płaszczyzny życia prywatnego lub rodzinnego, stwierdzano, że należy rozumieć przez nie tę sferę życiową, którą poszczególne jednostki urządzi sobie swobodnie na podstawie przepisów dotyczących porządku prawnego. W sferze tej nie mieszczą się jednak czyny karalne ścigane z urzędu¹⁶. Sąd Najwyższy zauważył przy tym, jeszcze w okresie międzywojennym, że czynności, które w zasadzie należą do sfery życia prywatnego, tracą ten charakter, gdy określona osoba przedsięwzięcie je publicznie lub „wywle-

ka je sama albo uprawnione osoby na widok publiczny”, np. ojciec ogłasza w gazecie, że nie odpowiada za długi syna. Przekraczają też ramy życia prywatnego czynności i zaniechania, które w ten sposób obrażają prawo, że ujawniają się poza tą sferą, np. bijatyka w mieszkaniu prywatnym sprowadzająca interwencję policji, namiętna gra w karty w lokalu kawiarnianym¹⁷. Jest rzeczą charakterystyczną, że w judykatach z lat 50. i 60. po II wojnie światowej Sąd Najwyższy wielokrotnie stwierdzał, że sfera życia prywatnego i rodzinnego nie może być całkowicie obojętna dla interesu publicznego, gdyż ujemne zjawiska z tej płaszczyzny wywierają zły wpływ na kształtowanie życia publicznego, a zatem w interesie publicznym leży poddanie ich publicznej krytyce. Zauważano, że życie rodzinne podlega kontroli społecznej i jakkolwiek jest to sfera osobista, nie może jednak pozostawać poza kontrolą społeczną¹⁸.

Na podstawie art. 255 § 2 w judykaturze, a następnie w doktrynie stwierdzono, że nie stanowi karalnego znieśławienia oświadczenie składane w zakresie uzasadnienia lub obronie praw, czyli: skargi sądowe, odpowiedzi na zarzuty procesowe, zażalenia, jeśli wynikają one z ustaleń lub z obowiązków ustawowych i zostały złożone przed właściwym organem. Nie mają także charakteru bezprawnego oświadczenia składane w zakresie wykonywania obowiązku nałożonego przez prawo, np. raporty policji, oświadczenia prokuratorów i sędziów, sprawozdania urzędników finansowych, opinie zawarte w aktach osobowych, a także zeznania składane przed uprawnionymi organami. Nie stanowią także karalnego znieśławienia opinie przedłożonych, referencje oraz orzeczenia wydane przez członków sądu organizacji zawodowej¹⁹.

¹⁴ M. Siewierski, *Kodeks karny...*, s. 33.

¹⁵ Wyrok SN z dnia 28 marca 1934 r., sygn. akt III K 178/34, OSN(K) 1934, nr 10, poz. 211.

¹⁶ Wyrok SN z dnia 17 kwietnia 1934 r., sygn. akt II K 248/44, OSN(K) 1934, nr 11, poz. 239.

¹⁷ Wyrok SN z dnia 12 grudnia 1934 r., sygn. akt III K 1380/34.

¹⁸ Wyrok SN z dnia 16 listopada 1961 r., sygn. akt V K 521/61, OSNPG 1962, z. 1/6, poz. 10.

¹⁹ M. Siewierski, *Kodeks karny...*, s. 336; wyroki SN: z dnia 16 stycznia 1934 r., sygn. akt III K 1232/33, OSN(K) 1934, nr 6, poz. 108; z dnia 15 marca 1934 r., sygn. akt II K 151/34, OSN(K) 1934, nr 9, poz. 194; z dnia

Kontratyp przestępstwa zniesławienia zawierał także art. 179 § 1 i § 2 k.k. z 1969 r., którego treść różniła się w sposób znaczący od tekstu obecnie obowiązującego art. 213. W art. 179 § 1 k.k. z 1969 r. stwierdzono, że nie ma przestępstwa zniesławienia, jeżeli zarzut uczyniony niepublicznie nie jest prawdziwy albo sprawca działa w przeświadczeniu opartym na uzasadnionych podstawach, że zarzut jest prawdziwy. W stosunku do rozwiązania przyjętego w kodeksie karnym z 1932 r. poszerzono więc wyłączenie bezprawności pomówienia w odniesieniu do zarzutów uczynionych niepublicznie o sytuację, kiedy sprawca sformułował zarzut nieprawdziwy, lecz działał w przeświadczeniu opartym na uzasadnionych podstawach, że czyniony zarzut jest prawdziwy. Na tle treści art. 179 k.k. z 1969 r. zarysowały się trzy koncepcje. Według pierwszej, której zwolennikiem był Marian Cieślak, całość art. 179 k.k. z 1969 r. stanowiła negatywne znamiona czynu zabronionego zawarte, tylko ze względów technicznych, w odrębnym przepisie²⁰. Według drugiej koncepcji – która uzyskała stanowisko dominujące – treść art. 179 k.k. z 1969 r. statuuje kontratyp. Pogląd taki prezentował m.in. Władysław Wolter²¹. Stanowisko to rozwinął następnie Witold Kulesza, wskazując, że prawdziwość zarzutu oraz obrona społecznie uzasadnionego interesu, przy publicznym postawieniu tego zarzutu, stanowią znamiona kontratypu, to jednak dobrą wiarę co do tych elementów należy traktować jako błąd co do kontratypu²². Trzecią koncepcję, która odżyła na gruncie obowiązującego

obecnie kodeksu karnego, zgłosił Andrzej Zoll wywodzący, że art. 178 § 1 k.k. z 1969 r. w związku z art. 179 § 1 k.k. z 1969 r. tworzy dwa różne typy zniesławienia. Pierwszy odnosi się do zniesławienia niepublicznego i wtedy nieprawdziwość zarzutu jest znamieniem zniesławienia, drugi do zniesławienia publicznego i wtedy prawdziwość zarzutu oraz działanie w społecznie uzasadnionym interesie są elementami kontratypu²³.

Doktryna i judykatura, dokonując wykładni pojęcia uzasadnionych podstaw, wskazywały, że konieczne są nie tylko dobre intencje, lecz także przedmiotowe przesłanki, na których opierało się przeświadczenie sprawcy, że zarzut jest prawdziwy bądź że sprawca ma uzasadnione podstawy do przekonania, że zarzut jest prawdziwy. Przeświadczenie oparte na uzasadnionych podstawach zachodzi – jak stwierdzano w doktrynie i w judykaturze – w tych wszystkich przypadkach, w których sprawca podejmuje krytykę w przekonaniu (wynikającym z obiektywnych faktów) o prawdziwości czynionych zarzutów, chociażby okazało się, że są one nieprawdziwe. Sprawca powinien być także przeświadczony o potrzebie podnoszenia takich zarzutów w interesie publicznym. Warto jednak zauważyć, że zarówno doktryna, jak i judykatura zdawały się w owym czasie nie dostrzegać faktu, że przy niepublicznie uczynionym zarzucie trudno jest wykazać potrzebę jego podniesienia w interesie publicznym.

W § 2 art. 179 k.k. z 1969 r. stypizowano, praktycznie rzecz biorąc, dwie sytuacje.

28 marca 1934, sygn. akt III K 178/34, OSN(K) 1934, nr 10, poz. 211; z dnia 18 kwietnia 1934, sygn. akt III K 306/34, OSN(K) 1934, nr 11, poz. 242; z 20 września 1934, sygn. akt II K 882/34, OSN(K) 1935, nr 3, poz. 111; z dnia 13 maja 1935, sygn. akt II K 434/35, OSN(K) 1935, nr 12, poz. 524; z dnia 5 września 1935, sygn. akt II K 738/35, OSN(K) 1936, nr 3 poz. 96; z dnia 21 września 1936, sygn. akt III K 281/36, OSN(K) 1937, nr 4, poz. 90; z dnia 16 listopada 1936, sygn. akt III K 1387/36, OSN(K) 1937, nr 5, poz. 139; z dnia 27 listopada 1936, sygn. akt II K 1304/36, OSN(K) 1937, nr 5, poz. 143; z dnia 13 października 1937, sygn. akt III K 1050/37, OSN(K) 1938, nr 3, poz. 71.

²⁰ M. Cieślak, *Polskie prawo karne. Zarys systemowego ujęcia*, Warszawa 1995, s. 218, 235, 273–274.

²¹ W. Wolter, [w:] I. Andrejew, W. Świda, W. Wolter, *kodeks karny z komentarzem*, Warszawa 1973, s. 525.

²² W. Kulesza, *Zniesławienie i zniewaga. Ochrona czci i godności osobistej człowieka w polskim prawie karnym. Zagadnienia podstawowe*, Warszawa 1984, s. 76.

²³ A. Zoll, *Z problematyki odpowiedzialności karnej za pomówienie*, „Palestra” 1974, nr 5, s. 49 i n.

Pierwsza, kiedy zarzut uczyniony publicznie okazał się prawdziwy, a sprawca działał w obronie społecznie uzasadnionego interesu lub w przeświadczeniu opartym na uzasadnionych podstawach, że takiego interesu bronił. Druga, kiedy sprawca postawił zarzut nieprawdziwy, ale działał w przeświadczeniu opartym na uzasadnionych podstawach, że zarzut jest prawdziwy i że broni społecznie uzasadnionego interesu. Kluczową sprawą okazywało się więc na tle ówczesnego kontratypu z art. 179 k.k. z 1969 r. to, czy sprawca działał w obronie społecznie uzasadnionego interesu oraz czy miał przeświadczenie oparte na uzasadnionych podstawach, że broni takiego interesu. Tak więc kodeks karny z 1969 r. stwarzał gwarancję nieodpowiedzialności sprawcy fałszywego pomówienia, jeżeli było ono dokonane w dobrej wierze. W doktrynie zwracano przy tym uwagę, że stylizacja art. 179 k.k. z 1969 r. jest przykładem przepisu zawilego i niejasnego językowo, zakłócającego przez to funkcję zasady *nullum crimen sine lege*²⁴. W judykaturze stwierdzano na tym tle, że społecznie uzasadniony interes nie może być rozumiany w sposób abstrakcyjny – jest bowiem pojęciem konkretnym i musi wynikać z określonej sytuacji wymagającej obrony tego interesu, nawet z naruszeniem dobrego imienia osoby, grupy osób lub instytucji. Nie każde działanie jest – jak wskazał Sąd Najwyższy – działaniem w obronie społecznie uzasadnionego interesu, lecz tylko takie, które faktycznie temu służy²⁵. Na tle wspomnianego orzeczenia Kulesza podjął próbę wykładni sformułowania: „działanie w obronie społecznie uzasadnionego interesu”, opierając się na trzech elementach. Pierwszym jest niebezpieczeństwo grożące dobru społecznemu lub jednostki. W tym ujęciu na osobie, która decyduje się podnieść publicznie znieśla-

wiający zarzut, ciężcy będzie – w celu uwolnienia się od odpowiedzialności – obowiązek wykazania, że będące przedmiotem zarzutu postępowanie lub właściwości człowieka, grupy osób lub instytucji zagrażają konkretnemu dobru społecznemu lub dobru jednostki, oraz spreycyzowanie, na czym szkoda mogłaby polegać. Drugim elementem według Kuleszy jest cel działania krytyka, którym powinna być obrona dobra społecznego przed grożącą szkodą, czyli powinien przyświecać mu zamiar zapobieżenia szkodzie, a więc nie może powoływać się na działanie w obronie społecznie uzasadnionego interesu ten, kto zniesławia drugiego, kierując się jedynie chęcią zdyskredytowania przeciwnika w opinii publicznej, zrealizowania zemsty, pozbawienia pokrzywdzonego zajmowanego stanowiska czy, kierowany zawiścią, zmierza do spowodowania utraty zaufania, jakim konkurent cieszy się w określonym środowisku. Trzeci element, któremu winien odpowiadać znieślawiający zarzut, aby mógł być uznany za podniesiony w obronie społecznie uzasadnionego interesu, dotyczy jego treści. Istotne jest – jak stwierdza Kulesza – to, aby ujawnienie godzących w cześć człowieka informacji mogło zapobiec naruszeniu dobra społecznego lub jednostki. Dopiero łączne spełnienie wspomnianych trzech warunków uchyla – zdaniem Kuleszy – ujemną społeczną treść przestępstwa zniesławienia. Powołanie się na obronę społecznie uzasadnionego interesu, choćby rzeczywiście zagrożonego, nie daje podstawy do niczym nieograniczonego, publicznego poniżania osoby, od której zagrożenie to pochodzi. Tak więc dopuszczalne jest jedynie naruszenie czci w taki sposób i w takiej formie, jaka jest niezbędna dla obrony zagrożonego dobra²⁶.

Na tle treści art. 179 § 2 k.k. z 1969 r. wskazywano w literaturze, że dla uchylenia bez-

²⁴ L. Gardocki, *Typowe zakłócenia funkcji zasady nullum crimen sine lege*, „Studia Iuridica” 1982, nr 10, s. 50–51.

²⁵ Wyrok SN z dnia 25 września 1973 r., sygn. akt V KRN 358/73, OSNKW 1974, z. 2, poz. 27.

²⁶ W. Kulesza, *Zniesławienie i zniewaga...*, s. 70–73.

prawności wystarczy spełnienie jednej z dwóch przesłanek: po pierwsze, działanie w obronie społecznie uzasadnionego interesu, po drugie działanie w przeświadczeniu opartym na uzasadnionych podstawach, że broni się społecznie uzasadnionego interesu. Jak podkreślano w literaturze, przy spełnieniu pierwszej z tych przesłanek naruszenie dobrego imienia usprawiedliwione jest rzeczywiście w kategoriach społecznych potrzebą. W drugim przypadku takiej potrzeby nie ma, istnieje natomiast błędne przekonanie osoby stawiającej zniesławiający zarzut, że broni interesu społecznego lub interesu jednostki. Stawianie publicznie prawdziwego zarzutu zniesławiającego w obronie społecznie uzasadnionego interesu stanowi – jak podkreślał Kulesza na gruncie kodeksu karnego z 1969 r. – okoliczność wyłączającą bezprawność. Natomiast subiektywne przeświadczenie sprawcy, że takiego interesu broni, nakazuje rozważenie tej sytuacji w okolicznościach wyłączających winę. Prowadzi to do wniosku, że konieczne jest rozważenie konstrukcji błędu w zakresie jego przedmiotu oraz tego, pod jakimi warunkami błąd ten wyłączy winę, a co za tym idzie – odpowiedzialność karną. Na gruncie treści art. 179 § 2 k.k. z 1969 r. wskazywano, że błędne wyobrażenie osoby podnoszącej publicznie zniesławiający zarzut co do tego, że broni społecznie uzasadnionego interesu, nie stanowi wystarczającej podstawy do uchylenia karalności zniesławienia. Przeświadczenie sprawcy, zarówno w sytuacji opisanej w treści art. 179 § 2 pkt 1, jak i pkt 2 k.k. z 1969 r. musiało być oparte na uzasadnionych podstawach. Na kwestie te warto zwrócić uwagę, zważywszy na to, że statuujący obecnie kontratyp zniesławienia mówi wprawdzie w art. 213 § 2 k.k. o „obronie społecznie uzasadnionego interesu”, ale nie przejął rozwiązania dotyczącego „przekonania opartego na uzasadnionych podstawach o obronie społecznie

uzasadnionego interesu”. W judykaturze i doktrynie zwracano uwagę, że wspomniane przeświadczenie musi wynikać ze stwierdzenia, że podnoszący zniesławiający zarzut podjął działania dla sprawdzenia, czy broni społecznie uzasadnionego interesu oraz czy postawione zarzuty zagrażają konkretnemu dobru społecznemu lub dobru jednostki. Innymi słowy, czy uczynił wszystko, aby upewnić się, czy krytyka, z którą występuje, służy społecznie uzasadnionemu interesowi. Na tym etapie wskazywano, że należy badać, jakie względy stanęły na przeszkodzie w dopełnieniu takiego obowiązku. Jak zauważył Kulesza, nie można przyjąć za usprawiedliwienie błędnego przeświadczenia sprawcy, że broni ważnych społecznie dóbr, jeżeli mogąc sprawdzić słuszność swojego przekonania, nie uczynił tego, co niezbędne, aby znaleźć dla niego wystarczające podstawy. Subiektywne przyczyny, które spowodowały, że zgromadzone przez sprawcę przesłanki na uzasadnienie przeświadczenia o obronie społecznie uzasadnionego interesu, nie są wystarczające. W doktrynie akcentowano, że rzeczą sądu będzie ocenienie, czy można było od sprawcy stawiającego publicznie zniesławiający zarzut wymagać panowania nad emocjami, domagać się wiedzy, doświadczenia i równowagi, których w konkretnych sytuacjach zabrakło²⁷.

Na tle treści art. 179 § 1 pkt 1 i 2 k.k. z 1969 r. stwierdzano, że uniewinnienie sprawcy pomówienia ze względu na jego dobrą wiarę winno zawsze następować po uprzednim stwierdzeniu nieprawdziwości stawianych mu zarzutów, gdyż w przeciwnym razie takie orzeczenie, nie chroniąc czci fałszywie pomówionego, staje się podstawą do rozpowszechniania zniesławiających zarzutów, dając jednocześnie gwarancję nieodpowiedzialności wszystkim tym, którzy dalsze pomówienia opierać będą na treści takiego wyroku²⁸. Zwracano także uwagę, że

²⁷ Tamże, s. 74–76.

²⁸ M. Surkont, *Zniesławienie i znieważenie w polskim prawie karnym*, Gdańsk 1982, s. 124.

orzeczenie uniewinniające sprawcę z uwagi na dobrą wiarę powinno być szczególnie dokładnie i precyzyjnie uzasadnione²⁹. Podnoszono także, że wydanie orzeczenia w sprawie karnej, w której nie skazuje się za znieśławienie, ale stwierdza się, że postawione zarzuty są nieprawdziwe, może być jednak formą przeciwdziałania ujemnym skutkom pomówienia³⁰. Pogląd ten wydaje się być wyrazem pewnej naiwności, gdyż w praktyce nikt nie ma czasu i chęci, aby zapoznawać się z treścią uzasadnień, a uniewinniony od zarzutu znieśławienia tylko z uwagi na to, że działał w przeświadczeniu opartym na uzasadnionych podstawach, szermować będzie treścią uniewinniającego wyroku, a nie jego uzasadnieniem. Na tym tle praktykę sądu uniewinniającego oskarżonego o znieśławienie ze względu na jego dobrą wiarę, bez wypowiedzania się, czy postawione zarzuty były prawdziwe, czy też nie, uznawano w doktrynie za co najmniej niepokojącą³¹.

W judykaturze stwierdzono, że okoliczność, że zawarte w wypowiedzi znieśławienie nie stanowi przestępstwa ze względu na zaistnienie warunków przewidzianych w art. 179 § 1 lub § 2 k.k. z 1969 r., nie wyłącza odpowiedzialności sprawcy za zniewagę ze względu na formę podniesienia lub rozgłoszenia zarzutów (art. 179 § 3 k.k. z 1969 r.). Jednocześnie Sąd Najwyższy zauważył, że w takich przypadkach warunkiem ścigania za zniewagę jest przekroczenie przez sprawcę formy podniesienia lub rozgłoszenia zarzutu, natomiast sąd ma obowiązek, przez stosowne przeprowadzenie dowodów, wyjaśnić w tym zakresie okoliczności sprawy i ocenić je ze szczególną wnikliwością, pamiętając jednocześnie, że działanie znieważające osobę musi być umyślne, a więc intencją (zamiarem sprawcy) jest dotknięcie godności

osobistej tej osoby (art. 7 § 1 k.k. z 1969 r.). Sąd Najwyższy wskazał także, że rzeczą sądu jest zbadanie i rozważenie kwestii związanych ze stopniem niebezpieczeństwa społecznego czynu oraz ocenienie ich pod kątem, czy stopień ten jest wystarczający do uznania czynu za przestępstwo (art. 26 § 1 k.k. z 1969 r.), bądź czy uzasadnia niecelowość orzekania kary (art. 27), wreszcie czy nie zachodzą okoliczności uzasadniające odstąpienie od wymierzenia kary (art. 181 § 2), a wszystko to w związku z zadaniami wynikającymi m.in. z przepisów art. 3 § 1, art. 4 § 1 i art. 357 k.p.k. z 1969 r.³²

Kontratyp z art. 179 k.k. bardzo mocno utrwalił się w świadomości społecznej i o jego istnieniu – jak wynika z rozlicznych artykułów publicystycznych – do dziś przekonani są niektórzy dziennikarze, a więc grupa zawodowa, która dość często narażona jest na zarzuty i popełnianie przestępstwa znieśławienia. Zmiana treści kontratypu dozwolonej krytyki umyka wyraźnie świadomości społecznej. Z mocy art. 213 § 2 k.k. wyłączona została dotychczasowa niekaralność znieśławienia polegającego na niepublicznym sformułowaniu nieprawdziwych zarzutów, ale opartych na uzasadnionych podstawach, że zarzut jest prawdziwy. W razie ustalenia, że sprawca działał w uzasadnionym przeświadczeniu o prawdziwości stawianego zarzutu, a zarzut okazał się nieprawdziwy, przy czym sprawca był przeświadczony, że jego przekonanie o prawdziwości zarzutu nadal objęte jest treścią kontratypu, wówczas konieczne jest rozważenie, czy działał w błędzie co do okoliczności wyłączającej bezprawność czynu, czyli w błędzie co do kontratypu. Innymi słowy, konieczne jest rozważenie treści art. 29 k.k. w zakresie błędu co do okoliczności stanowiącej kontratyp. Pamiętać należy, że błąd co do kontratypu mo-

²⁹ M. Lipczyńska, *Oskarżenie prywatne*, Warszawa 1977, s. 142.

³⁰ I. Andrejew, *Polskie prawo karne w zarysie*, Warszawa 1978, s. 381.

³¹ M. Szerer, *Uwagi o sądowni przestępstw przeciwko czci*, „Państwo i Prawo” 1973, nr 7, s. 76; *Uwagi do projektu kodeksu karnego*, „Prokuratura i Prawo” 1982, nr 4/5, s. 105; M. Surkont, *Znieśławienie i znieważenie...*, s. 123.

³² Wyrok SN z dnia 7 marca 1972 r., sygn. akt V KRN 32/72, OSNKW 1972, z. 9, poz. 140.

że występować w postaci błędu co do okoliczności faktycznej stanowiącej znamię kontratypu oraz błędu co do znaczenia prawnego zespołu okoliczności faktycznych, w ramach których realizowany jest czyn. W tym ostatnim przypadku sprawca może uważać, że występowanie określonych okoliczności prowadzi do legalności podejmowanego czynu i tę sytuację określa się jako błąd co do samego istnienia kontratypu w porządku prawnym³³. Oczywiście, uchylenie odpowiedzialności jest uzależnione od tego, czy błąd sprawcy jest usprawiedliwiony. Usprawiedliwiony błąd wyłącza odpowiedzialność, natomiast błąd nieusprawiedliwiony nie uchyli wprawdzie odpowiedzialności karnej, ale zezwoli na nadzwyczajne złagodzenie kary przez sąd z uwagi na umniejszenie winy sprawcy w aspekcie zarzucalności (wynikającej zawsze z działania w błędzie). Pozostaje jednak do rozstrzygnięcia problem, czy sprawca, działając w warunkach usprawiedliwionego błędu co do kontratypu, realizuje znamiona czynu zabronionego i popełnia czyn bezprawny, choć niezawiniony³⁴, czy też jedynie nie można mu przypisać popełnienia czynu zabronionego, gdyż jego zamiarem nie jest popełnienie takiego czynu, ale uchylenie niebezpieczeństwa³⁵. Opowiedzieć się wypada za pierwszym z tych stanowisk, przypominając, że błąd co do okoliczności stanowiącej znamię kontratypu nie prowadzi do wyłączenia zamiaru. Błąd taki – jak wskazuje Andrzej Zoll – może jedynie usprawiedliwić zrealizowanie znamion czynu zabronionego. Jest więc to rodzaj błędu, który nie powoduje zdekompilowania znamion czynu zabronionego, a stanowi jedynie przesłankę związaną

z przypisaniem sprawcy winy. Błąd co do okoliczności stanowiących znamię kontratypu jest odrębnym rodzajem błędu niebędącym ani błędem co do okoliczności stanowiącej znamię czynu zabronionego, ani błędem co do oceny prawnej czynu³⁶.

W art. 213 k.k. nie określono konsekwencji błędu co do znamienia prawdziwości zarzutu, ani błędu co do kontratypu dozwolonej krytyki. W tej sytuacji należy stosować ogólne przepisy dotyczące błędów. W literaturze podnosi się, że w tym stanie rzeczy nawet nieusprawiedliwiony błąd co do prawdziwości zarzutu uczynionego niepublicznie spowoduje zgodnie z art. 28 § 1 k.k. niemożność pociągnięcia sprawcy do odpowiedzialności za przestępstwo znieśławienia, gdyż ustawa nie zna nieumyślnego typu tego przestępstwa. Uznając, że nie było to intencją ustawodawcy, doktryna proponuje przyjęcie, że art. 213 § 1 k.k. także zawiera kontratyp prawa do krytyki i w sytuacji nieusprawiedliwionego błędu w myśl art. 29 k.k. sprawca nie będzie zwolniony od odpowiedzialności, korzystając co najwyżej z nadzwyczajnego złagodzenia kary. Zgłaszająca tę propozycję Anna Jaskuła widzi jednak jej słabość w tym, że nie jest ona oparta na kolizji dóbr, która winna się znaleźć u podstaw kontratypu³⁷.

W obecnym stanie prawnym sprawca nie może powoływać się na „działanie w przeświadczeniu opartym na uzasadnionych podstawach, że broni społecznie uzasadnionego interesu”. W warunkach kontratypu działa jedynie ten sprawca, który publicznie podnosi lub rozgłasza prawdziwy zarzut, służący obronie społecznie uzasadnionego interesu. Oczywiście i w tym

³³ W. Wróbel, A. Zoll, *Polskie prawo karne. Część ogólna*, Kraków 2010, s. 390–391.

³⁴ Za taką koncepcją opowiada się A. Zoll – por. *Kodeks karny. Część ogólna. Komentarz*, T. 1: *Komentarz do art. 1–116 k.k.*, red. A. Zoll, wyd. 2, Kraków 2004, s. 541–544.

³⁵ Za drugim z tych stanowisk opowiada się G. Rejman, [w:] *Kodeks karny. Część ogólna. Komentarz*, red. G. Rejman, Warszawa 1999, s. 805–806.

³⁶ A. Zoll, *Regulacja błędów w projekcie kodeksu karnego*, [w:] *Problemy nauk penalnych. Prace ofiarowane pani profesor Oktawii Górniok*, Katowice 1996, s. 249; tenże, *Okoliczności wyłączające bezprawność czynu*, Warszawa 1982, s. 153.

³⁷ A. Jaskuła, *Uregulowanie błędów co do znamion typu czynu zabronionego w prawie karnym Polski i wybranych krajów europejskich*, „Czasopismo Prawa Karnego i Nauk Penalnych” 1999, nr 2, s. 141.

przypadku rozważyć należy, czy sprawca nie działał w warunkach błędu co do kontratypu z art. 29 k.k.

Treść art. 213 § 2 k.k. uległa znamienym przekształceniom. W pierwotnym tekście ustawodawca stwierdził jedynie, że „nie popełnia przestępstwa określonego w art. 212 § 1 lub § 2 kto publicznie podnosi lub rozgłasza prawdziwy zarzut służący obronie społecznie uzasadnionego interesu; jeżeli zarzut dotyczy życia prywatnego lub rodzinnego dowód prawdy może być przeprowadzony tylko wtedy, gdy zarzut ma zapobiec niebezpieczeństwu dla życia lub zdrowia człowieka albo demoralizacji małoletniego”. Trybunał Konstytucyjny wyrokiem z 12 maja 2008 r.³⁸ uznał, że treść art. 213 § 2 k.k. w części obejmującej zwrot „służący obronie społecznie uzasadnionego interesu”, gdy zarzut dotyczy postępowania osób pełniących funkcje publiczne, jest niezgodny z art. 14 oraz art. 54 ust. 1 w związku z art. 31 Konstytucji. W efekcie treść art. 213 k.k. została zmieniona przez art. 1 pkt 27 ustawy z dnia 5 listopada 2009 r. o zmianie ustawy kodeks karny, ustawy kodeks postępowania karnego, ustawy kodeks karny wykonawczy, ustawy kodeks karny skarbowy oraz niektórych innych ustaw³⁹. Na mocy wspomnianej ustawy w treści art. 212 k.k. po słowach „kto publicznie podnosi lub rozgłasza prawdziwy zarzut” dodano dwukropek, a następnie wprowadzono dwa punkty. Drugi zawiera część treści dotychczasowego punktu drugiego, tj. stwierdzenie, że chodzi o zarzut służący obronie społecznie uzasadnionego interesu, natomiast punkt pierwszy pozwala na podnoszenie prawdziwych zarzutów dotyczących postępowania osób pełniących funkcję publiczną. Obie te sytuacje zamknięte zostały dotychczasową klamrą sprowadzającą

się do stwierdzenia, że „jeżeli zarzut dotyczy życia prywatnego lub rodzinnego dowód prawdy może być przeprowadzony tylko wtedy, gdy zarzut ma zapobiec niebezpieczeństwu dla życia lub zdrowia człowieka albo demoralizacji małoletniego”. W wyniku dokonanej nowelizacji możliwe jest publiczne podnoszenie lub rozgłaszanie prawdziwych zarzutów dotyczących postępowania osoby pełniącej funkcję publiczną. Ważną rzeczą jest to, że zarzuty te mogą, lecz nie muszą, służyć obronie społecznie uzasadnionego interesu. Możliwe jest więc podnoszenie lub rozgłaszanie prawdziwych zarzutów dotyczących postępowania osób pełniących funkcję publiczną bez oglądania się na to, czy treść tych zarzutów służy obronie społecznie uzasadnionego interesu. Jednak zarówno w odniesieniu do osób pełniących funkcje publiczne, a jak i we wszystkich tych przypadkach, kiedy zarzut takich osób nie dotyczył, lecz służył obronie społecznie uzasadnionego interesu, dowód prawdy, jeśli zarzut dotyczył życia prywatnego lub rodzinnego, może być przeprowadzony tylko wtedy, gdy zarzut ma zapobiec niebezpieczeństwu dla życia lub zdrowia człowieka albo demoralizacji małoletniego. Warto w tym miejscu podkreślić – wbrew opinii niektórych dziennikarzy – że nie popełnia przestępstwa określonego w art. 212 § 1 k.k. kto publicznie podnosi lub rozgłasza prawdziwy zarzut, a nie – jak twierdzi się niekiedy w publicystyce – każdy zarzut, a więc także nieprawdziwy.

Na gruncie obecnie obowiązującego kodeksu karnego większość autorów zdaje się podzielać stanowisko, że w art. 213 k.k. określono podstawy kontratypu. Stanowisko takie prezentują m.in. Janusz Wojciechowski i Barbara Kunicka-Michalska⁴⁰. Nieco ostrożniejsze

³⁸ Sygn. akt SK 43/05, Dz.U. 2008, nr 90, poz. 560.

³⁹ Dz.U. 2009, nr 206, poz. 1589.

⁴⁰ J. Wojciechowski, [w:] A. Wąsek, R. Zawłocki, *Kodeks karny. Część szczególna*. T. 1: *Komentarz do artykułów 117–221*, wyd. 4, Warszawa 2010, s. 1327–1328; B. Kunicka-Michalska, [w:] B. Kunicka-Michalska, J. Wojciechowska, *Przestępstwa przeciwko wolności, wolności sumienia i wyznania, wolności seksualnej i obyczajności oraz czci i netykalności cielesnej. Rozdziały XXIII, XXIV, XXV, XXVIII Kodeksu karnego. Komentarz*, Warszawa 2001, s. 276–281.

stanowisko zajmuje Andrzej Marek⁴¹ stwierdzający jedynie, że „art. 213 § 1 i 2 k.k. formułuje warunki wyłączenia bezprawności zarzutów formalnie wypełniające znamiona zniesławienia”. Odmienne stanowisko formułuje Andrzej Zoll, który rozwijając swą wcześniejszą koncepcję, opracowaną na gruncie art. 179 k.k. z 1969 r., podnosi, że art. 213 k.k. w związku z art. 212 k.k. konstytuuje dwa typy zniesławienia. Pierwszym z nich jest pomówienie niepubliczne. W tym przypadku nieprawdziwość zarzutu stanowi znamię zniesławienia. Drugi typ to zniesławienie podniesione lub rozgłoszone publicznie, gdzie nieprawdziwość zarzutu nie jest znamieniem czynu zabronionego, a treść art. 213 § 2 k.k. określa kontratyp⁴².

W doktrynie i judykaturze częstokroć zapomina się, że w świetle art. 41 prawa prasowego (dalej: pr. pras.) dozwolone jest publikowanie „rzetelnych, zgodnych z zasadami współżycia społecznego ujemnych ocen naukowych lub artystycznych albo innej działalności twórczej zawodowej lub publicznej”, gdyż służy to realizacji zadań określonych w art. 1 pr. pras. i w tej sytuacji pozostaje pod ochroną prawa. Zadania, o których mowa w treści art. 1 pr. pras., to prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli krytyki społecznej. W tej sytuacji nie ma wątpliwości, że niezależnie od treści art. 213 k.k. dozwolone jest i nie stanowi przestępstwa rzetelne i zgodne z zasadami współżycia społecznego przedstawianie krytycznej oceny jakiegos dzieła bądź pracy. Przedstawienie ujemnej opinii w sposób złośliwy, tendencyjny, w niedopuszczalnej formie wykracza poza granice ochrony określonej w art. 41 pr. pras., stanowiąc przestępstwo. Wprawdzie treść art. 41 pr. pras. dotyczy w pierwszym rzędzie tych przekazów, które stanowią materiał prasowy, to jednak stylizacja tego przepisu pozwala odnieść go także do

go rodzaju wypowiedzi, które nie będą publikowane w prasie w rozumieniu art. 7 pr. pras. i nie stanowią materiału prasowego. Tak więc odnosi się on w swej treści do wszelkich publikacji zawierających ujemne oceny dzieł naukowych lub artystycznych oraz działalności twórczej zawodowej lub publicznej, a więc do publikacji np. w książkach. Warto w tym momencie zauważyć, że wprawdzie w treści art. 41 pr. pras. mowa o „publikowaniu ujemnych ocen”, to jednak treść wspomnianego przepisu należy rozumieć szeroko i odnieść do wszelkiego rozpowszechnienia treści zawierających krytykę, a więc do utworów opublikowanych w rozumieniu art. 6 ust. 1 prawa autorskiego, czy też rozpowszechnienia za pomocą emisji radiowej bądź telewizyjnej. Krytyka w rozumieniu art. 41 pr. pras. to pejoratywna wypowiedź ocenna oparta na faktach, służąca realizacji kontroli społecznej spraw doniosłych publicznie. Pod ochroną prawa pozostaje jedynie krytyka rzetelna, a więc uczciwa, sumienna, solidna, godna zaufania oraz nienaruszająca zasad współżycia społecznego. Przez zgodność krytyki z zasadami współżycia społecznego należy rozumieć jej zgodność z dobrymi obyczajami, a więc fakt nieprzekraczania przez nią norm etycznych i moralnych. Najbardziej trafna, przenikliwa i niepodważalna merytorycznie ujemna ocena nie może godzić w powszechnie respektowany kanon wartości etycznych i obyczajowych. Przedmiotem krytyki mogą być dzieła naukowe, utwory artystyczne zarówno literackie, jak i wszelkie inne w rozumieniu art. 1 ust. 1 i 2 prawa autorskiego, może być także tym przedmiotem działalność twórcza zawodowa lub publiczna. Nie każda działalność zawodowa podlega jednak krytyce, a jedynie tylko taka, która godzi w interes publiczny. Wbrew powszechnemu przekonaniu nie jest dozwolona krytyka, która skupia się na elementach trzeciorzędnych i stanowi

⁴¹ A. Marek, *Kodeks karny*, wyd. 5, Warszawa 2010, s. 483.

⁴² A. Zoll, *Z problematyki odpowiedzialności karnej za pomówienie*, „Palestra” 1974, z. 5, s. 49.

jedynie formę dokuczenia jednostce będącej jej obiektem⁴³.

Jakkolwiek ustawodawca łączy w prawie prasowym pojęcie krytyki z wyłącznie ujemnymi ocenami, to jednak swoboda wypowiedzi i prawo do krytyki chronione są natomiast należycie przez sam fakt wyłączenia bezprawności działania w wypadku podniesienia lub zgłoszenia zarzutu prawdziwego, służącego obronie społecznie uzasadnionego interesu. Z punktu widzenia moralno-etycznych reguł współżycia społecznego i potrzeby ochrony powszechnie akceptowanych wartości całkowicie niezrozumiałe byłoby zarówno twierdzenie, że swoboda wypowiedzi i prawo do krytyki realizowane są również w wypadku podnoszenia czy rozgłaszania nieprawdziwego zarzutu zniesławiającego, jak i domaganie się prawnej ochrony takiego postępowania. Te same zasady, reguły i potrzeby legły u podstaw rozwiązań prawnych przyjętych przez przepisy prawa prasowego. Wymagania prawdziwości informacji oraz warsztatowej rzetelności stanowią więc rozstrzygające kryteria ustalania granicy wolności wypowiedzi i prawa do krytyki. W doktrynie przyjmuje się, że „granicą wolności słowa i wolności prasy jest kłamstwo; tam gdzie się ono zaczyna, kończy się wolność prasy”⁴⁴. Ze szczególną stanowczością pogląd ten należy odnieść do granic dopuszczalnej, spersonalizowanej krytyki. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że: „informacje o innych osobach muszą być weryfikowane w pełnym zakresie. Muszą być one sprawdzone co do tego, czy są zgodne z prawdą lub oparte o pewne i wiarygodne źródło informacji”⁴⁵. Nieprawdziwe, niesprawdzone wypowiedzi w sprawach publicznych, oparte na plotkach i pomówieniach, kłamliwe opinie krytyczne stanowią przekroczenie granic wolności wypowiedzi.

Naruszanie godności i dobrego imienia przez podnoszenie i rozgłaszanie nieprawdziwych zarzutów ma w naszym kręgu cywilizacyjno-kulturowym jednoznacznie negatywną ocenę z powodu fundamentalnych racji moralnych i etycznych. W tym zatem zakresie ingerencja prawa – respektującego te racje – w niczym nie narusza wolności wypowiedzi, która nie jest przecież równoznaczna z prawem do całkowitej dowolności ani zgodą na działanie wolnego rynku werbalnego zła, lecz pozytywną wartością dojrzałej i odpowiedzialnej wolności. Nieprawda nie realizuje idei wolności wypowiedzi i nie służy żadnej innej wartości, a więc i obronie społecznie uzasadnionego interesu, bo czynienie zła nie przysparza dobra. Nie oczekuje jej również odbiorca informacji, skoro nie urzędującego jego prawa do informacji rzetelnej, lecz lekceważy go, dezinformuje i traktuje przedmiotowo. Nieprawda sprzeniewierza się idei wolności wypowiedzi, deprecjonując samą jej istotę. Inne rozumienie swobody wyrażania poglądów, w tym prawa do krytyki, wyrażałoby aprobatę dla stałego obniżania kulturowych standardów oraz redukcji poziomu przyzwoitości, wrażliwości i odpowiedzialności⁴⁶.

Granicami legalności krytyki w rozumieniu art. 41 pr. pras. jest rzetelne i zgodne z zasadami współżycia społecznego przedstawienie krytycznej oceny pracy. Przedstawienie ujemnej opinii w sposób złośliwy, tendencyjny, w niedopuszczalnej formie wykracza poza granice ochrony określonej przez art. 41 pr. pras., stanowiąc przestępstwo. Dziennikarz, który zyskał prawo negatywnej oceny każdej działalności twórczej, zawodowej czy publicznej, nie został zwolniony od obowiązku zachowania odpowiedniej formy krytyki. Naruszenie tej formy rodzi odpowiedzialność zarówno karną, jak i cywilną, nawet jeśli z merytorycznego punktu widzenia

⁴³ *Prawo prasowe. Komentarz*, red. B. Kosmus, B. Kuczyński, Warszawa 2011, s. 541–542.

⁴⁴ J. Sobczak, *Ustawa Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 1999, s. 92.

⁴⁵ Tenże, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 170.

⁴⁶ Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 22 czerwca 2004 r., V KK 70/04, OSNKW 2004, z. 9, poz. 86.

dziennikarz miał rację. Dopuszczalna jest również krytyka niesłuszna i nietrafna, szczególnie wówczas, gdy owa nietrafność lub niesłuszność ma charakter negatywny⁴⁷.

Dyspozycja art. 41 pr. pras. odnosi się też do wszelkich utworów satyrycznych, zarówno w formie pisemnej, rysunkowej, filmowej, stworzonych prozą lub wierszem, a także do karykatur. Wykładnia językowa dowodzi, że w ten sposób ustawodawca różnicuje pojęcie krytyki zawarte w treści art. 6 ust. 4 pr. pras., odmiennie traktując krytykę działalności naukowej i artystycznej (w tym także, jak się wydaje – literackiej), twórczej, zawodowej lub publicznej – od pozostałych rodzajów krytyki. Warto zauważyć, że w treści art. 41 pr. pras. nie użyto pojęcia „krytyka”, lecz posłużono się terminem „ocena”. W języku potocznym ocena to wyrażony w formie ustanej bądź pisemnej sąd o wartości czegoś, osąd, krytyka⁴⁸. Użycie synonimicznego określenia „ocena” zamiast „krytyka” wskazuje na to, że ustawodawca wyraźnie chciał zaakcentować dystynkcje między wszelką krytyką a tymi jej rodzajami, które dotyczą dzieł naukowych, artystycznych oraz działalności twórczej, zawodowej lub publicznej. Trudno jednak dociec, co pozostało poza obrębem ocen, a więc krytyki, o jakiej mowa w treści art. 41, gdyż zakres wspomnianych „ocen” oznaczano bardzo szeroko. W art. 41 pr. pras. odchodzi się od określonych w art. 213 k.k. z 1997 r. znamion niekaralnego kontratypu, a mianowicie: publiczności i prawdziwości zarzutu albo uzasadnionej dobrej wiary w prawdziwość zarzutu oraz wystąpienia w obronie społecznie uzasadnionego interesu. Jakkolwiek publiczne zniesławienie, zarówno

pod rządami k.k. z 1932 r., jak i później – w myśl kodeksów karnych z 1969 r. i 1997 r., wiązało się bardzo często z treścią utworów satyrycznych, publikowanych w prasie, ogłaszanych w książkach lub prezentowanych na scenach, a także w programach radiowych i telewizyjnych, to zarówno doktryna, jak i literatura łączyła je dość ściśle z prasą i granicami jej wolności. Nie widziano także specjalnych różnic między utworem satyrycznym mającym charakter zniesławienia a zniesławiającą w swojej treści krytyką naukową, artystyczną bądź – wywodzącą się z przekonań politycznych⁴⁹.

W doktrynie sformułowano teoretyczne koncepcje krytyki, stwierdzając rzeczy tak oczywiste, jak to, że jest ona twórcza, ożywcza, niezbędna w rozwoju społecznym, w stosunkach międzyludzkich – ale też że może pełnić również rolę hamującą, zachowawczą, niesprawiedliwą, niszczycielską. Przyznawano, że krytyka – szczególnie ta, o której mowa w prawie prasowym – ma określone granice, a są nimi prawo i zasady współżycia. Nieprzekraczalną granicą jest zakaz znieważania, w tym – zniesławiania. Niektórzy widzieli ją także w treści ustawy z 31 lipca 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk⁵⁰ – w szczególności w zakresie kryteriów cenzurowania⁵¹. Co ciekawe, to w pierwszym rzędzie judykatura zauważała, że satyra i karykatura jest czymś odmiennym od wszelkich innych wypowiedzi. Ustawodawca dostrzegł to, jak już wspomniano, dopiero w treści art. 41 pr. pras., łącząc je z prawem do krytyki, w rozumieniu art. 6 pr. pras., pojmany jako prawo do ujemnych ocen. Prawo to wywodził z prawa do informowania. Przepis

⁴⁷ Wyrok NSA z 11 stycznia 1987 r., II SA 21-25/87, „Gazeta Prawnicza” 1988, nr 5.

⁴⁸ *Słownik języka polskiego*, red. nauk. M. Szymczak, wyd. 5, Warszawa 1988, t. 2: A–K, s. 439; podobnie *Uniwersalny słownik języka polskiego*, pod red. S. Dubisza, Warszawa 2003, t. 2: H–N, s. 1101.

⁴⁹ W. Wolter, *Krytyka naukowa i obraza czci*, Warszawa 1929, s. 3–16, odbitka z „Gazety Sądowej Warszawskiej”; K. Daszkiewicz, *Zniesławienie a krytyka naukowa*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1963, nr 3, s. 53–68.

⁵⁰ Dz.U. 1981, nr 20, poz. 99.

⁵¹ J. Bafia, *Prawo o wolności słowa*, Warszawa 1988, s. 100 i n.

art. 41 pr. pras. w sposób jednolity wyłącza odpowiedzialność cywilną i karną w odniesieniu do zgodnych z prawdą i rzetelnych sprawozdań z jawnych posiedzeń sejmiku oraz organów samorządowych, a także organów tych instytucji. Wyłączenie odpowiedzialności cywilnej i karnej, przewidziane w tymże artykule, odnosi się także do rzetelnych i zgodnych z zasadami współżycia ujemnych ocen działalności twórczej, zawodowej lub publicznej. W ostatnim zdaniu tego przepisu rozciągnięto wspomniane wyłączenie na krytykę i satyrę.

W literaturze zwykło się przyjmować, że krytyka prasowa jest publiczną oceną, opartą na konfrontacji jakiegoś stanu rzeczywistego z przyjętymi założeniami. Zadaniem krytyki jest wzbogacanie wiedzy i świadomości, a nie wymierzanie sprawiedliwości, aczkolwiek sądy krytyczne mają charakter wartościujący i osądzający. Odpowiedzialna i skuteczna krytyka może stanowić ważny środek służący urealnieniu udziału obywateli w rządzeniu państwem. Może ona także stymulować wybory polityczne, gospodarcze, naukowe i artystyczne. W języku polskim słowo krytyka ma silny, emocjonalny ładunek negatywny i sprowadzana jest do oceny ujemnej, tak jakby z założenia krytyk wyrażał zawsze dezaprobatę wobec jakichś zjawisk lub zdarzeń. Ustawodawca w prawie prasowym – w treści art. 41 pr. pras. tak ją właśnie postrzega, chociaż wcześniej w art. 6 pr. pras. widzi ją szerzej. W ścisłym, a nie potocznym tego słowa znaczeniu krytyka to analiza i ocena. Może ona przybierać formę pochwały, aprobaty, krytyki *sensu stricto* oraz dezaprobaty. Pochwała oznacza, że oceniający określony stan rzeczy uważa za optymalny, zbliżony do ideału. Aprobata uznaje pewną rzeczywistość lub działanie za właściwe i celowe, ale na tyle dalekie od ideału, że nie godne jeszcze pochwały. W ścisłym tego słowa znaczeniu krytyką jest analityczny sąd o rzeczywistości, z wyrażeniem wątpliwości co do potrzeby podjęcia określonych działań lub co do zasad-

ności zaistnienia określonego stanu rzeczy, względnie wspierający lub negujący tego rodzaju potrzeby i zasadność. Krytyka może w końcu przybierać formę dezaprobaty, do której dochodzi wówczas, gdy przeprowadzająca krytykę nie dostrzega żadnych pozytywnych stron zaistniałego stanu rzeczy. Świadomie prowadzona krytyka traktowana jest jako odrębne zadanie o charakterze politycznym, gospodarczym, naukowym, kulturalnym, artystycznym. Rozwija się wraz z kulturą, wykazując silne uzależnienie od świata wartości, norm etycznych, kanonów estetycznych i, w mniejszym stopniu, od poglądów politycznych. Krytyka możliwa jest tylko w przypadku istnienia wolności prasy, słowa, wypowiedzi, przekonań i myśli. Przedmiotem działalności krytycznej może być każdy przejaw życia społecznego. Miarą krytyki są przy tym pewne zasadnicze i akceptowane przez ogół lub co najmniej część społeczeństwa założenia, które w sposób najogólniejszy określają stosowane kryteria ocen. Te założenia stwarzają między krytykującym a ogółem społeczeństwa, a czasem także między krytykującym a krytykowanym, określoną więź społeczną. Krytykujący, z jednej strony, stosuje ogólnie akceptowane założenia, z drugiej zaś stara się je zmienić, doprecyzować, uściślić. W skrajnych przypadkach krytyk proponuje własne kryteria aksjologiczne, a co za tym idzie – moralne, polityczne i estetyczne. Krytyka jest wyrazem pewnego dążenia do oceniania i kształtowania rzeczywistości. Znaczenie krytyki w życiu publicznym, jej poziom i zasięg zależy od wielu czynników. W pierwszym rzędzie od warunków społeczno-ekonomicznych, stopnia świadomości prawnej i zaangażowania obywateli w sprawy publiczne, a także od ich stosunku do organów państwowych, władzy państwowej, a także od tego, jak władza odnosi się do zjawiska krytyki. W doktrynie przyjmuje się, że krytyka obejmować powinna trzy kręgi tematyczne. Do pierwszego z nich zwykło się zaliczać wypowiedzi o cha-

rakterze dyskusyjnym, postulaty i propozycje syntetyczne, sygnalizujące potrzeby zmian w różnych dziedzinach życia. W tej sferze krytyka jest dyskusją polityczną. Drugi krąg to konfrontacja rzeczywistego stanu rzeczy z zamierzeniami, deklaracjami, obietnicami, programami oraz potrzebami społecznymi. Trzeci krąg odnosi się do spraw incydentalnych, ma charakter interwencyjny, mocno spersonalizowany, jego przedmiotem bywa niegospodarność, nieodpowiedzialność, brak kompetencji i niedbalstwo⁵².

Krytyka naukowa, literacka i artystyczna – które nie stanowią tu podstawowego przedmiotu rozważań – ma na celu analizę dzieł z punktu widzenia ich poprawności formalnej, merytorycznej, wartości poznawczej, estetycznej i praktycznej przydatności. Krytyka odgrywa rolę czynnika inspirującego doskonalenie układu społecznego, politycznego i gospodarczego. Stanowi czynnik presji wobec adresata lub adresatów krytyki. Jest też czynnikiem rozwoju i kształtowania stosunków społecznych i ekonomicznych. Przyczynia się do eliminowania ujemnych zjawisk w tych sferach, wpływając na poprawę klimatu społeczno-politycznego oraz tworzenie atmosfery wiarygodności i zaufania. Niekiedy uważa się, że w odniesieniu do każdej z form krytyki konieczne jest stosowanie innych kryteriów. Sporne w literaturze wydaje się być to, czy w odniesieniu do takiej krytyki, zwłaszcza krytyki dzieł naukowych, sąd może rozstrzygać o słuszności zarzutów czy też jedynie o formie krytyki⁵³. Wolność krytyki jest częścią wolności słowa, stanowi przy tym okoliczność uchylającą odpowiedzialność prawną (kontratyp art. 41 pr. pras.). Ujemne oceny

dzieł naukowych albo innej działalności twórczej, zawodowej lub publicznej służą realizacji zadań prasy określonych w art. 1 pr. pras. i w związku z tym pozostają pod ochroną prawa. Zasada ta z mocy art. 54b pr. pras. rozciągnięta została na wszelkie przekazy o charakterze krytycznym zamieszczone w innych niż prasa środkach przeznaczonych do rozpowszechniania, niezależnie od techniki przekazu, w szczególności na publikacje nieperiodyczne, inne wytwory druku, wizji i fonii. Tym samym wolność krytyki rozciągnięto na wydawnictwa książkowe, tzw. publikacje prasopodobne, nieperiodyczne, wideokasety, płyty gramofonowe, płyty CD, taśmy magnetofonowe, a także na przekaz internetowy. Oczywiście, przedmiotem kontratypu będzie tylko negatywna ocena dzieła bądź działalności publicznej. Tłumienie krytyki, utrudnianie jej stanowi przestępstwo sformułowane w art. 44 ust. 1 i 2 pr. pras. O kwalifikacji zarzutu krytycznego jako oceny albo stwierdzenia faktu decyduje ustalenie natężenia w wypowiedzi krytycznej elementów oceniających. Przy dokumentowaniu takiego ustalenia użyteczne jest posługiwanie się wzorcem przeciętnego słuchacza lub czytelnika w celu rozstrzygnięcia pytania, czy dana wypowiedź ma, z punktu widzenia takiego słuchacza lub czytelnika, przynajmniej w części charakter sprawdzalnego stwierdzenia faktów, czy też w jej treści przeważają subiektywne oceny. Stawiający i rozpowszechniający ujemne oceny o dziele, działalności lub postępowaniu innej osoby przekracza granice dozwolonej krytyki, jeżeli zasadniczym motywem jego działania jest poniżenie osoby krytykowanej w opinii innych⁵⁴. Krytyka

⁵² J. Sobczak, *Prawo prasowe. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2000, s. 253–258; K. Pawelec, *Wybrane zagadnienia krytyki prasowej w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego*, „Problemy Praworządności” 1980, nr 4/5, s. 37; A. Piekara, *Prawne i społeczne aspekty krytyki prasowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1965, nr 4, s. 64–65.

⁵³ W. Wolter, *Krytyka naukowa i obraz czci*, „Gazeta Sądowa Warszawska” 1929, nr 14, 15; M. Pietrzak, *Reglamentacja wolności prasy w Polsce (1918–1939)*, Warszawa 1963, s. 506–509; I. Dobosz, *Krytyka w czasopiśmie naukowych*, Kraków 1979; też, *Krytyka w recenzjach i polemikach naukowych*, „Nauka Polska” 1980, nr 6, s. 47.

⁵⁴ Wyrok SA w Krakowie z 12 stycznia 1994 r. I ACr 314/93, [w:] *Dobra osobiste. Zbiór orzeczeń Sądu Apelacyjnego w Krakowie*, oprac. B. Gawlik, Kraków 1999, s. 100–114.

poszczególnych osób w ramach krytyki dzieł naukowych czy literackich musi pozostawać w związku z przedmiotem krytyki, nie może stać się pretekstem do oskarżeń czy zarzutów osobistych niemających związku z ocenianym dziełem.

Wykładnia semantyczna przepisu art. 41 pr. pras. pozwala na stwierdzenie, że określenia 'rzetelne' i 'zgodne z prawdą' nie są w rozumieniu tego przepisu synonimami. W terminie 'rzetelny' zdają się kryć takie treści, jak: odpowiedzialny, zgodny z zasadami sztuki, niestosujący niedozwolonych wybiegów, uczciwy, niewprowadzający umyślnie w błąd. Granicami legalności krytyki w rozumieniu art. 41 pr. pras. jest rzetelne i zgodne z zasadami współzycia społecznego przedstawienie krytycznej oceny pracy. Przedstawienie ujemnej opinii w sposób złośliwy, tendencyjny, w niedopuszczalnej formie wykracza poza granice ochrony określonej przez art. 41 pr. pras., stanowiąc przestępstwo. Dziennikarz, który zyskał prawo negatywnej oceny każdej działalności twórczej, zawodowej czy publicznej, nie został zwolniony od obowiązku zachowania odpowiedniej formy krytyki. Naruszenie tej formy rodzi odpowiedzialność zarówno karną, jak i cywilną – nawet jeśli z merytorycznego punktu widzenia dziennikarz miał rację. Dopuszczalna jest również krytyka niesłuszna i nietrafna, szczególnie wówczas, gdy owa nietrafność lub niesłuszność ma charakter negatywny⁵⁵.

Przekracza granice dozwolonej krytyki, kto podnosi (także rozpowszechnia) zarzuty krytyczne, zawierające zwroty uznane za obraźliwe. W ocenach stosowności sformułowania zarzutu krytycznego należy uwzględnić działal-

ność w celu krytyki, jej rodzaj i okoliczności, w jakich następuje⁵⁶. W doktrynie nie ulega wątpliwości, że art. 41 pr. pras. nie wyłącza odpowiedzialności dziennikarza, jednak publikacja o charakterze rzetelnym, zgodnym z prawdą i zasadami współzycia społecznego pozostaje pod ochroną prawa. Użyty przez ustawodawcę zwrot „pozostaje pod ochroną prawa” należy odczytywać jako wyłączenie bezprawności działania dziennikarza, który uczynił zadość wymaganiom art. 41 pr. pras. Zgodzić się należy z tezą, że przyjęcie innej wykładni tego przepisu oznaczałoby, że stanowi on normę pustą, pozbawioną znaczenia normatywnego⁵⁷. W literaturze podkreśla się, że krytyka nie korzysta z ochrony prawnej, gdy jest krytyką *ad personam*, której przysługuje ochrona warunkowa. Niezbędne jest bowiem przeprowadzenie dowodu prawdy – lub prawdopodobieństwa poprzedzonego odpowiednim dowodem – że działanie jej zasługiwało na ochronę interesu, względnie udowodnienie, że działanie jej nie było bezprawne i dziennikarz formułujący krytykę wykazał się szczególną starannością przy opracowaniu materiału⁵⁸. Doktryna stoi jednoznacznie na stanowisku, że krytyka prasowa nie jest sama w sobie czymś nagannym, a wręcz przeciwnie – uważana jest z jedną z okoliczności wyłączających bezprawność naruszenia czci. Bezprawne są ekscesy krytyki, gdyż nie można przypisać im tych przymiotów, które zgodnie z art. 41 pr. pras. charakteryzują krytykę prasową – zwłaszcza rzetelności czy zgodności z zasadami współzycia społecznego⁵⁹. Treść przepisu art. 41 pr. pras. koresponduje z dyspozycją art. 213 §2 k.k. oraz wypracowanych na gruncie tego przepisu przekona-

⁵⁵ Wyrok NSA z 11 stycznia 1987 r., II SA 21-25/87, „Gazeta Prawnicza” 1988, nr 5.

⁵⁶ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z 15 maja 1998 r. I ACa 130/98, [w:] *Dobra osobiste...*, s. 305 i n.

⁵⁷ P. Sobolewski, Glosa do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 7 listopada 2002 r., II CKN 1292/00, OSNC 2004, z. 2, poz. 27, „Przegląd Sądowy” 2005, nr 7/8, s. 246.

⁵⁸ J. Sieńczyło-Chłabczyk, Glosa do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 7 listopada 2002 r., II CKN 1293/00, „Prokuratura i Prawo” 2004, nr 4, poz. 116.

⁵⁹ I. Dobosz, Glosa do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 17 kwietnia 2002 r., IV CKN 925/00, OSP 2003, z. 5, poz. 60.

niach o niekaralności krytyki, aczkolwiek dyspozycja art. 41 pr. pras. zasady te odnosi do ujemnych ocen dzieł naukowych lub artystycznych oraz odpowiednio do takich gatunków literackich, jak satyra i karykatura. W art. 41 pr. pras. odchodzi się od określonych w art. 213 k.k. znamion niekaralnego kontratypu, a mianowicie: publiczności i prawdziwości zarzutu albo uzasadnionej dobrej wiary w prawdziwość zarzutu oraz wystąpienia w obronie społecznie uzasadnionego interesu. Krytyka powinna być wypowiedzią *ad rem*, a nie *ad personam*, służyć piętnowaniu niekorzystnych zjawisk i działań, a nie deprecjonowaniu osób czy dokuczaniu komukolwiek. W ostatecznym rozrachunku krytyka może spowodować dyskomfort osoby będącej jej obiektem, nie może jednak przerażać się w atak personalny i stanowić szykany. Nie może także przybrać form obraźliwych, urągających godności osobistej ani przekraczać skalą intensywności rzeczowej potrzeby krytycznej analizy. Wymóg rzeczowości krytyki podnoszony w judykaturze i doktrynie oznacza konieczność unikania tendencyjności, nadmiernej złośliwości, napastliwości. Zapal polemiczny nie uprawnia krytyka do wypowiedzi agresywnych i niekulturalnych⁶⁰. Wypowiedzi krytyczne i zawarte w nich ujemne oceny nie powinny dotyczyć osoby, lecz jej dzieła lub funkcji, jaką pełni w określonym układzie społecznym. Intensywność krytyki powinna być proporcjonalna do skali opisywanego negatywnego stanowiska. Przerost uwag krytycznych nad rzeczywistością stanowi nadużycie kontratypu krytyki prasowej i nie korzysta z ochrony prawnej, prowadząc do odpowiedzialności karnej

i cywilnej⁶¹. Oceny krytyczne nie mogą także fałszować rzeczywistości, abstrahować od podstawy faktycznej jej wyrażenia ani jej wypaczać. Powinny znajdować oparcie w prawidłowo ustalonych faktach. Nie ma podstaw, by dyspozycje art. 41 pr. pras. rozszerzać na wszelkie wypowiedzi o politykach i osobach publicznych⁶².

Zgodnie z ugruntowanym stanowiskiem doktryny i judykatury nie stanowi zniesławienia krytyka zawarta w wydawanych służbowo opiniach czy ocenach, jeżeli obowiązek wydawania takich ocen wynika z przepisów prawa. W tego typu dokumentach mogą znajdować się stwierdzenia naruszające dobre imię osób opiniowanych czy ocenianych, ale stwierdzenia te nie stanowią przestępstwa, gdyż nie są bezprawne, wręcz przeciwnie – stanowią one realizację prawnego obowiązku opiniowania czy oceniania. Tak więc nie stanowią zniesławienia oświadczenia i wypowiedzi będące realizacją uprawnień wynikających z przepisów prawa, w szczególności krytyczne oceny wyrażone w opiniach służbowych, skargach, pismach procesowych oraz krytyka naukowa i artystyczna⁶³. Treść opinii nie może jednak wykraczać poza cel i powód opiniowania nie może być nieprawdziwy. Jeśli pracodawca w opinii służbowej ocenia zachowania i właściwości pracownika, które nie mają związku z wykonywaną pracą, a także wtedy, jeżeli świadomie formułuje w treści opinii nieprawdziwe informacje, które prowadzą do poniżenia opiniowanego, może odpowiadać za zniesławienie. Także wszelkiego typu skargi kierowane do organów i instytucji państwowych na działalność

⁶⁰ J. Sobczak, *Prawo prasowe...*, s. 858; J. Rupa, *Zniesławienie a dozwolona krytyka dziennikarska osób publicznych*, „Prokuratura i Prawo” 2008, nr 11, s. 134; post. SN z 1 lipca 2009 r., III KK 52/09 OSNKW 2010, z. 1, poz. 2.

⁶¹ Wyrok SN z 28 września 2000 r., V KKN 171/98, OSNKW 2001, z. 34, poz. 31.

⁶² Wyrok SA w Krakowie z 6 lipca 1999 r., 1 ACa 384/99, „Transformacje Prawa Prywatnego” 2000, nr 1/2, s. 137–142.

⁶³ Wyrok SN z dnia 23 maja 2002 r., sygn. akt V KKN 435/00, Orzecznictwo Sądu Najwyższego, Sądów Apelacyjnych, Naczelnego Sądu Administracyjnego i Trybunału Konstytucyjnego, „Prokuratura i Prawo” 2003, nr 6, wkładka poz. 6; por. także wyrok SN z dnia 5 listopada 2003 r., sygn. akt IV KK 426/02, LEX nr 82304.

urzędników, sędziów, adwokatów i prokuratorów nie stanowią zniesławienia, chyba że w tego rodzaju pismach znajdują się nieprawdziwe zarzuty. W szczególności praktyką dnia codziennego staje się pomawianie urzędników i pracowników wymiaru sprawiedliwości o korupcję. Zarzut korupcji wyłączałby przestępczość zniesławienia tylko wówczas, gdyby był prawdziwy. Inne zarzuty, takie jak np. zarzut opieszałości czy gburowatości, mogą mieć charakter ocenny⁶⁴.

Zgodzić się w pełni należy ze stanowiskiem judykatury co do tego, że nie stanowią przestępstwa zniesławienia różnego rodzaju wypowiedzi dokonywane w ramach przysługujących jednostce uprawnień, m.in. oświadczenia składane w uzasadnieniu lub obronie praw, skargi sądowe, odpowiedzi na zarzuty procesowe, zażalenia, doniesienia pokrzywdzonych o przestępstwie⁶⁵. Na tym tle w piśmiennictwie zauważa się jednak, że składanie pism zawierających skargi i doniesienia nie jest czynnością bezprawną – przy założeniu nieprzestępczości formy – jeżeli określona osoba działa w dobrej wierze, a cel, do którego zmierza, jest celem rzeczywistym, a nie pozornym⁶⁶. Legalność zarzutów jest – jak wskazuje na tym tle Andrzej Zoll – uzależniona od potrzeb wynikających z zagrożenia własnego prawa i konieczności wykazania niebezpieczeństwa dla własnych praw ze strony postępowania lub właściwości innej osoby albo podmiotu zbiorowego⁶⁷.

W literaturze i orzecznictwie dość jednoznacznie przyjmuje się, że zarzuty podniesione w toku procesu sądowego, postawione we właściwej formie i niezmiernie do poniżenia osoby, której dotyczą, nie wyczerpują znamion

zniesławienia. Nie jest bezprawna krytyczna ocena kogokolwiek w czasie składania zeznań bądź wyjaśnień w postępowaniu sądowym. Jeśli jednak zeznania świadka są nieprawdziwe, wówczas naraża się on na odpowiedzialność za fałszywe zeznania, ewentualnie w kumulatywnej kwalifikacji z przestępstwem z art. 212 k.k. Inaczej wypadnie jednak ocenić sformułowany przez pozwanego w procesie o ustalenie ojcostwa i alimenty nieprawdziwy zarzut, że nie jest ojcem dziecka, gdyż partnerem seksualnym jego matki był wskazywany przez niego inny człowiek, z którym, jak się okazało, powódki nic nigdy nie łączyło. Tego rodzaju zarzut może w określonych sytuacjach, jeśli dotyczy np. radnego, przewodniczącego rady parafialnej, komendanta policji – osób znanych i szanowanych, pozostających w związkach małżeńskich i mających dzieci – poniżyć takie osoby w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania koniecznego dla wykonywania określonego zawodu czy rodzaju działalności. Generalnie, podobnie ocenić należy wyjaśnienia podejrzanego w postępowaniu przygotowawczym lub oskarżonego, przy czym niewątpliwie pod wpływem amerykańskiej produkcji filmowej ugruntowuje się w społeczeństwie mylne przekonanie, że oskarżony, podobnie jak świadek, ma obowiązek mówienia prawdy. Wyrzykowe badania z lat 50. i 60. wskazywały, że ogół społeczeństwa generalnie zdawał sobie sprawę z tego, że podejrzan, a później oskarżony, nie ma obowiązku mówienia prawdy. Sprzeczne z prawdą wyjaśnienia podejrzanego, a potem oskarżonego, pomawiającego inną osobę o takie postępowanie lub właściwości, które mogą taką osobę poniżyć w opinii publicznej lub na-

⁶⁴ J. Satko, *Wolność słowa łączy się z odpowiedzialnością za to co się powiedziało*, „Rzeczpospolita” 2001, nr 2, s. 23.

⁶⁵ Wyrok SN z dnia 18 grudnia 2000 r., sygn. akt IV KKN 331/00, „Prokuratura i Prawo” 2001, nr 7, wkładka poz. 2; podobnie wyrok SN z dnia 23 maja 2002 r., sygn. akt V KKN 435/00, „Prokuratura i Prawo” 2003, nr 6, wkładka poz. 5.

⁶⁶ M. Surkont, *Zniesławienie a przestępstwa przeciwko wymiarowi sprawiedliwości*, „Nowe Prawo” 1982, nr 8/9, s. 84.

⁶⁷ K. Buchała, A. Zoll, *Kodeks karny. Część ogólna*, Kraków 1998, t. 2, s. 660.

razić na utratę zaufania potrzebnego dla piastowania danego stanowiska, wyczerpią znamiona przestępstwa z art. 212 § 1 k.k. Bez znaczenia jest przy tym, czy wchodziła w grę możliwość poważnego potraktowania takich zarzutów, czy konsekwencją ich było wzywaniem kogokolwiek na przesłuchanie czy nie. Pamiętać należy, że wprawdzie w postępowaniu przygotowawczym formułowanie takich zarzutów przez podejrzanego ma charakter niepubliczny, ale zgłaszający zarzut tylko wtedy nie popełniłby przestępstwa, gdyby ten zarzut był prawdziwy. Zgłoszenie przez oskarżonego zniesławiającego zarzutu publicznie, podczas jawnej rozprawy z udziałem publiczności, jeśli ten zarzut dotyczył postępowania lub właściwości jakiegoś podmiotu, który to zarzut mógł poniżyć w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania, stanowi przestępstwo z art. 212 k.k. Brak należytych racji dla uznania, że podejrzany, a potem oskarżony mogą bezkarnie formułować zniesławiające zarzuty pod adresem konkretnych osób w ramach prawa do obrony.

W przypadku podniesienia usprawiedliwionego zarzutu może być on formułowany nawet w drastycznej formie obrażającej godność krytykowanego, jeśli tylko forma taka była potrzebna dla wyrażenia lub uwypuklenia treści zarzutu. Pewnych zarzutów nie da się formułować dobitnie bez naruszenia godności zaatakowanego, a więc w interesie godności wypowiedzi należy drastyczną formę uznać za dopuszczalną⁶⁸. Dopuszcza więc Lech Gardocki nazywanie sprawcy kradzieży złodziejem, ale nie bandytą, a propagującego poglądy nazistowskie polityka – hitlerowcem.

Problemem natomiast jest odpowiedzialność za przedstawiony przez oskarżonego zniesławiający zarzut stosowania przez funkcjonariuszy organów ścigania niedozwolonych metod śledczych. Jeszcze na gruncie kodeksu karnego z 1969 r. Sąd Najwyższy w uchwale siedmiu sędziów uznał za możliwą odpowiedzialność oskarżonego za tego typu czyn⁶⁹. Stanowisko to spotkało się z krytyką doktryny wykazującej, że w takim przypadku odpowiedzialność karna za zniesławienie ulegnie wyłączeniu na zasadzie kontratypu prawa do obrony⁷⁰, oraz podkreślającej, że skuteczna realizacja prawa do obrony nie może być krępowana obawą odpowiedzialności karnej za zniesławienie⁷¹. Andrzej Zoll wskazywał – zresztą słusznie – że konieczność tolerowania przez funkcjonariuszy policji tego typu pomówień jest ceną, jaką muszą oni płacić za zabezpieczenie prawa do obrony oskarżonym⁷². Wyciąganie jednak uogólniających wniosków na tle sprawy, która dotyczyła funkcjonariuszy policji, wydaje się nieuprawnione. Czym innym jest bowiem pomawianie funkcjonariuszy, a czym innym pomawianie przypadkowych osób o czyny sprzeczne z prawem, o które ktoś został oskarżony. Nie sposób zgodzić się z tezą Wojciechowskiego, że oskarżony może bronić się nawet kosztem dobrego imienia innych podmiotów, a podniesienie zniesławiającego zarzutu może być przyjętą linią obrony i w tej sytuacji nie może pociągać za sobą odpowiedzialności karnej na podstawie art. 212 k.k.⁷³ Stanowisko to budzi głęboki sprzeciw, gdyż daje pierwszeństwo prawu do obrony, wykorzystując które oskarżony, a wcześniej podejrzany,

⁶⁸ L. Gardocki, *Europejskie standardy wolności wypowiedzi a polskie prawo karne*, „Prokuratura i Prawo” 1993, z. 3, s. 11.

⁶⁹ Wyrok składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z dnia 29 czerwca 1972 r., sygn. akt VI KZP 67/71, OSNKW 1972, z. 10, poz. 150.

⁷⁰ M. Cieślak, Głosa do uchwały składu siedmiu sędziów z dnia 28 czerwca 1972 r. IV KZP 67/71, „Państwo i Prawo” 1973, z. 11, s. 182–186.

⁷¹ M. Surkont, *Zagadnień karnej ochrony czci*, „Nowe Prawo” 1977, nr 6, s. 1201.

⁷² K. Buchała, A. Zoll, *Kodeks karny...*, s. 659–660.

⁷³ J. Wojciechowski, [w:] A. Wąsek, R. Zawłocki, *Kodeks karny...*, s. 1332.

mógłby bezkarnie nie tylko niszczyć dobre imię i cześć innych osób, nie tylko narażać je na przykrości z racji podejmowanych czynności przez aparat ścigania, np. przesłuchiwanie, inwigilację, kontrolę korespondencji, lecz także miałby możliwość ich bezkarnego zniesławiania, niszcząc częstokroć wieloletni dorobek wynikający z nienagannej pracy, poniżając pomówionych w opinii publicznej, narażając je na utratę zaufania potrzebnego do wykonywania zawodu lub rodzaju działalności. Realizacja słuszných praw do obrony, których negocjacja nie sposób, nie może naruszać jednak praw innych. Słuszna teza Makarewicza powtarzającego za orzeczeniem SN z 27 września 1935 r., że „oskarżony, który w toku swej obrony przytacza nieprawdziwe okoliczności, zawierające przedmiotowe cechy zniesławienia, nie dopuszcza się czynu przestępnego, o ile okoliczności te podniósł w dobrej wierze i w przekonaniu, że mają one znaczenie dla jego dobra”⁷⁴ – nie może być ujmowana abstrakcyjnie. Oskarżony oczywiście może się bronić wszelkimi sposobami, ale okoliczności, które podnosi na swoją obronę, muszą być okolicznościami podnoszonymi w dobrej wierze, a nie kłamliwie – po to tylko, aby zdyskredytować inną osobę. Przyjęcie takiej czy innej linii obrony nie zawsze może ekskulpować oskarżonego.

Jak słusznie wskazano w literaturze, konsekwencją istnienia regulacji opisanej normatywnie w art. 213 § 2 k.k. w zakresie dopuszczalności przeprowadzenia dowodów prawdy jest bez wątpienia istotne ograniczenie prawa do obrony. Oskarżony ma bowiem większe trudności w przeprowadzeniu dowodu, że zarzut przez niego uczyniony jest zgodny ze stanem rzeczy⁷⁵.

W literaturze niekiedy wskazuje się na tzw. kontratyp cytatu jako wyłączający odpowiedzialność karłą, podnosząc, że podanie źródła bądź cytowanie cudzej odpowiedzi zwalnia od odpowiedzialności karnej. Już przed wojną wskazywano, że źródło zarzutu czy pogłoski, z którego korzysta podnoszący zarzut, jest obojętne, a podanie źródła nie zwalnia od odpowiedzialności⁷⁶. Oznacza to, że zniesławiający nie musi być źródłem przekazywanych wiadomości. Bardzo często zdarza się właśnie, że sprawca powtarza to, co usłyszał (*relata refero* – zdaję sprawę z tego, co sam słyszałem), co nie wyłącza karalności zniesławienia. W nauce słusznie podkreślano, że wyłączenie odpowiedzialności nie powinno następować zwłaszcza w wypadku, gdyby dziennikarz był świadomy, że cytowane wypowiedzi są nieprawdziwe. Zachowanie jego stanowiłoby wówczas wzorcowy niemal model pomówienia. Żadne w zasadzie okoliczności nie powinny upoważniać do powtarzania świadomie nieprawdziwych zarzutów⁷⁷. Jak podnosi się w judykaturze, owa nieprawdziwość nie musi dotyczyć całości przekazywanych zarzutów. Prawdziwość informacji o faktach „ważniejszych” nie stanowi legitymacji do przedstawienia niemających pokrycia w rzeczywistości informacji o faktach „mniej ważnych”, a dotyczących krytykowanej (opisywanej) w publikacji osoby⁷⁸. Na tle treści art. 213 k.k. Sąd Najwyższy, analizując dodatkowo treść art. 12 ust. 1 pkt 1 pr. pras., stwierdził, że ten ostatni przepis nie zawiera żadnej normy ograniczającej lub wykluczającej odpowiedzialność karłą zniesławienia, lecz jedynie statuuje obowiązki dziennikarza, które powinny być wypełnione ze szczególną starannością i rzetelnością, niezależnie od tego, czy ich niespełnienie pociągałoby za sobą

⁷⁴ J. Makarewicz, *Kodeks karny...*, s. 37.

⁷⁵ P. Hofmański, J. Satko, *Przestępstwa przeciwko czci...*, s. 38.

⁷⁶ Por. wyrok z dnia 3 października 1934 r., sygn. akt III K 679/34, OSN(K) 1935, nr 4, poz. 139; wyrok z dnia 6 listopada 1934 r., sygn. akt II K 1130/34, OSN(K) 1935, nr 5, poz. 207. Poglądy te akceptowała nauka prawa – por. J. Makarewicz, *Kodeks karny...*, s. 575.

⁷⁷ M. Surkont, Głosa do uchwały SN z dnia 17 kwietnia 1997 r., I KZP 5/97, „Przegląd Sądowy” 1997, nr 10.

⁷⁸ Por. np. wyrok SA w Gdańsku z dnia 27 grudnia 1991 r., I ACr 546/91, OSA 1992, nr 5, poz. 49.

odpowiedzialność karną, czy też nie. Sąd Najwyższy stwierdził, że znamiona przestępstwa zniesławienia można wyczerpać tylko w ramach jednej postaci czynności sprawczej, a mianowicie przez ‘pomówienie’. Podniósł, że w dyspozycji art. 212 § 1 k.k. brak bliższej charakterystyki czynności czasownikowej, jaką jest ‘pomówienie’. Nie wyliczono też ani w sposób enumeratywny, ani przykładowy, jakiego rodzaju czynności mogą być uznane za takie, które mają charakter pomówienia. Zauważył też Sąd Najwyższy, że w znaczeniu potocznym ‘pomówienie’ oznacza przypisanie komuś nieprawdzych bądź niesłusznych zarzutów, bezpodstawne oskarżenie, bezzasadne posądzenie. Zniesławiający zarzut nie musi mieć charakteru skonkretyzowanego, może przybrać postać pogłoski bądź twierdzeń wysoce ogólnikowych i niejednoznacznych. W takiej formie nader często zniesławienie następuje w środkach społecznego przekazu (masowego komunikowania). Zniesławiający zarzut może być także formułowany hipotetycznie w formie podejrzeń, insynuacji lub tzw. pytań retorycznych zawierających w podtekście odpowiedź. Podkreślenia wymaga fakt, że wbrew potocznemu znaczeniu określenia ‘pomówienie’, zniesławieniem, a więc karalnym pomówieniem, może być – oczywiście nie zawsze, a jedynie w określonych okolicznościach i warunkach – podniesienie zarzutów prawdziwych. SN jednoznacznie stwierdził, że przekazywanie wypowiedzi innych osób, rozgłaszanie zarzutów podniesionych przez inną osobę bądź osoby stanowi także karalne zniesławienie. Oczywiście, nie dojdzie do niego wówczas, gdy osoba przytaczająca cudzą nieznieślawiającą wypowiedź wyraźnie i jednoznacznie dystansuje się od jej treści lub przytacza ją

jedynie po to, aby następnie wykazać jej błędność bądź nonsensowność⁷⁹. Odwołał się ponadto SN do uzasadnienia uchwały Sądu Najwyższego z 17 kwietnia 1997 r.⁸⁰ oraz do jednoznacznych poglądów dotyczących tego, że powołanie się na *argument relata refero* jest niesłuszne, gdyż podanie źródła nie uwalnia od odpowiedzialności za zniesławienie⁸¹. W uzasadnieniu przywołanej uchwały z 17 kwietnia 1997 r. Sąd Najwyższy stwierdził, że brak odpowiedzialności za zniesławienie osoby przytaczającej tylko cudzą wypowiedź w sprawach publicznych następuje przy spełnieniu szeregu następujących warunków: wypowiedź ma być nieanonimowa, czyli jej autor musi być dokładnie wskazany; wypowiedź ma być rzeczywistym cytatem; wreszcie, aby przytoczenie miało charakter informacji o sprawach publicznych. Do spraw publicznych zaliczono w cytowanej uchwałie wypowiedzi tzw. osób publicznych, tj. polityków, posłów i senatorów, radnych, funkcjonariuszy rządowych i samorządowych, a także osób będących lub aspirujących do bycia autorytetami moralnymi lub religijnymi. Dotyczy to również wypowiedzi kandydatów na stanowiska państwowe i samorządowe, zwłaszcza obsadzone w drodze wyborów; wypowiedzi o osobach publicznych, o instytucjach publicznych, partiach politycznych oraz o działających w sferze publicznej organizacjach; wypowiedzi padające w trakcie wydarzeń publicznych, a także w związku z takimi wydarzeniami. Głoszący wspomniane orzeczenie Wojciech Zalewski, wbrew treści uzasadnienia i sformułowanej tezy, przyjął jednak, że wspomniane postanowienie jednoznacznie wskazuje, że Sąd Najwyższy opowiedział się w tym orzeczeniu za przyjęciem kontratypu cytatu⁸².

⁷⁹ Postanowienie SN z dnia 7 lutego 2007 r., sygn. akt III KK 243/06, OSNKW 2007, z. 5, poz. 43.

⁸⁰ Uchwała Sądu Najwyższego z 17 kwietnia 1997 r., I KZP 5/97, OSNKW 1997, z. 5/6, poz. 44.

⁸¹ Zob. J. Makarewicz, *Kodeks karny...*, s. 575; M. Sosnowska, *Uwagi o kwalifikowanym typie przestępstwa zniesławienia*, „Nowa Kodyfikacja Prawa Karnego” T. 11 (2002), s. 94; J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny...*, t. 2, s. 775; J. Wojciechowski, [w:] A. Wąsek, R. Zawłocki, *Kodeks karny...*, s. 1147–1148.

⁸² W. Zalewski, *Głosa do postanowienia SN z dnia 7 lutego 2007, sygn. akt III KK 243/06, „Gdańskie Studia Prawnicze – Przegląd Orzecznictwa” 2008, nr 2, poz. 11.*

Od sytuacji, w której sprawca zniesławienia dopuszcza się go, przytaczając cudze zniesławiające poglądy, należy jednak – jak wskazał Sąd Najwyższy w uzasadnieniu postanowienia z 7 lutego 2007 r. – wyraźnie odróżnić taki stan rzeczy, kiedy relacjonuje on jedynie przebieg czynności urzędowych, mających charakter procesowy, i przedstawia stawiane komuś przez organy postępowania zarzuty. Tego typu relacje nie mogą stanowić zniesławienia, oczywiście pod warunkiem, że relacjonujący – najczęściej dziennikarz – nie uchybi prawdzie i wywiąże się z ciężących na nim obowiązków, w tym zwłaszcza z obowiązku szczególnej staranności, o jakiej mowa w treści art. 12 ust. 1 pr. pras.

Prawo do krytyki mieści się w zakresie chronionym treścią art. 10 europejskiej Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności. Europejski Trybunał Praw Człowieka (ETPCz) w licznych orzeczeniach próbował określić standardy krytyki, której obiektem mogą być: politycy, osoby pełniące funkcje publiczne, sędziowie, inni urzędnicy wymiaru sprawiedliwości, wreszcie – osoby prywatne. Należy zauważyć, że zdaniem Trybunału z najszerszą krytyką muszą się liczyć politycy. W najmniejszym stopniu można poddawać krytyce osoby prywatne i – co może budzić pewne zdziwienie w warunkach polskich – także sędziów. W odniesieniu do dziennikarza Trybunał stwierdził, że dopuszczalne granice krytyki wobec nich są szersze niż wobec

osoby prywatnej. Dodał, że nie oznacza to jednak, że muszą tolerować dotyczące ich wypowiedzi, które wykraczają poza te granice i są z tego tytułu zamachem na ich prawa⁸³. Trudno dociec, czy dziennikarze powinni w tej sytuacji być traktowani tak samo, jak osoby pełniące funkcje publiczne, czy też tak, jak politycy. Zważywszy na sferę ich działań, należałoby chyba opowiedzieć się za tym, aby podobnie jak politycy zmuszeni byli znosić krytykę w najszerszych granicach. Pamiętając jednak o przemożnym wpływie, jaki wywierają środki społecznego przekazu, należy wątpić, aby postulat ten spotkał się z akceptacją. Niejako do kanonu tekstów judykatów ETPCz należy powtarzanie stwierdzeń, że swobody wypowiedzi nie można ograniczać do informacji i poglądów odbieranych przychylnie, ewentualnie postrzeganych jako nieszkodliwe lub obojętne, oraz podkreślanie, że odnosi się ona w równym stopniu do takich, które obrażają, oburzają lub wprowadzają niepokój w państwie lub w jego części. W treści uzasadnień powtarza się zwykle, że swoboda wypowiedzi obejmuje możliwość posługiwania się przesadą, a nawet prowokacją, dodaje, że art. 10 chroni nie tylko treść wypowiedzianych idei i informacji, ale również ich formę. Należą do nich m.in. orzeczenia w sprawach: *Lingens przeciwko Austrii*⁸⁴; *Müller i inni przeciwko Szwajcarii*⁸⁵; *Oberschlick przeciwko Austrii*⁸⁶; *Prager i Oberschlick przeciwko Austrii*⁸⁷; *De Haes i Gijssels przeciwko Belgii*⁸⁸; *Hertel*

⁸³ *Katamadze przeciwko Gruzji*, decyzja 1 kwiecień 2006 r., skarga nr 69857/01, M.A. Nowicki, *Europejski Trybunał Praw Człowieka – przegląd orzecznictwa (kwiecień – czerwiec 2006)*, „Palestra” 2006, nr 9/10, s. 243.

⁸⁴ *Lingens przeciwko Austrii*, orzeczenie z 8 lipca 1986 r., skarga nr 9815/82, A. 103, <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-57523> [dostęp: 20.04.2013].

⁸⁵ *Müller i inni przeciwko Szwajcarii*, orzeczenie z 24 maja 1988 r., skarga nr 10737/84 A. 133, [http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/Pages/search.aspx#{"fulltext":\["MüllerSwitzerland"\],"documentcollectionid2":\["GRANDCHAMBER","CHAMBER","DECISIONS","REPORTS","RESOLUTIONS"\]}](http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/Pages/search.aspx#{) [dostęp: 20.04.2013].

⁸⁶ *Oberschlick przeciwko Austrii*, orzeczenie z 23 maja 1991 r., skarga nr 11662/85 A. 204, <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-57716> [dostęp: 20.04.2013].

⁸⁷ *Prager i Oberschlick przeciwko Austrii*, orzeczenie z 26 kwietnia 1995 r., skarga nr 15974/90, <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-57926> [dostęp: 20.04.2013].

⁸⁸ *De Haes i Gijssels przeciwko Belgii*, orzeczenie z 24 lutego 1997 r., skarga nr 19983/92 RDJ 1997 r., <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-58015> [dostęp: 20.04.2013].

przeciwko *Szwajcarii*⁸⁹. Jak stwierdza Andrzej Kopff, krytyka tylko wtedy uchodzić może za rzetelną i rzeczową, gdy opiera się na sprawdzalnych faktach i gdy poddaje je ocenie w sposób kulturalny. Sądy każdego krytyka, w szczególności dotyczące cudzej twórczości artystycznej, są naturalnie nacechowane subiektywizmem wrażeń i ocen, chodzi jednak zawsze o to, aby czytelnik orientował się dobrze, co w opracowaniu krytycznym stanowi sferę faktów, a co należy do wypowiedzi krytyka, które również poddaje ocenie i może je przyjąć lub odrzucić. Oceny krytyczne muszą więc być wypowiedziane na tle faktów komunikowanych przez krytyka, w przeciwnym razie odbiorca nie ma możliwości konfrontować sfery faktów z ocenami krytycznymi, a w związku z tym opracowanie krytyczne nie jest ani rzetelne, ani rzeczowe. Opinie i sądy krytyczne powinny być podporządkowane celowi, jakiemu służy krytyka, nie mogą być natomiast nastawione na wywołanie ujemnych uczuć u osób, których dotyczą⁹⁰.

Powyższe stwierdzenia nie wyczerpują oczywiście całości problematyki prawa do krytyki jako jednej z podstaw kontratypu, o jakim mowa w treści art. 213 § 1 i 2 k.k. Zwrócić wypadłoby uwagę na kwestię krytyki osób pełniących funkcję publiczną, gdyż krytyka w odniesieniu do takich ludzi stanowi jedną z przesłanek kontratypu przewidzianego w treści art. 213 § 2 k.k., a także na problem obrony społecznie uzasadnionego interesu, w końcu zaś na dopuszczalność dowodu prawdy, zwłaszcza w kontekście zarzutów dotyczących życia prywatnego lub rodzinnego.

W trwających w środowisku dziennikarskim dyskusjach, w których zwraca się uwagę na potrzebę zniesienia karalności zniesławienia, pomija się to, że karalność zniesławienia może być postrzegana jako godząca w wolność

słowa i wolność prasy. Zapomina się jednak, że zniesławiający godzi w równie ważne dobra, jak: godność, cześć i prywatność. Argument, że wystarczającą ochronę przed zniesławieniem zapewni proces cywilny, jest chybiony co najmniej z dwóch względów. Po pierwsze dlatego, że proces ten trwać będzie w Polsce znacznie dłużej niż postępowanie karne. W jego trakcie strona zniesławiająca zrobi wszystko, aby opóźnić jego zakończenie, będzie mnożyć wnioski o powołanie świadków, którzy – jak się okazuje w toczących się procesach – nic nie wiedzą o sprawie albo nic do sprawy nie wnoszą, będzie domagać się powołania biegłych na okoliczności, które nie wymagają w najmniejszym stopniu wiedzy fachowej. Po drugie, w toku toczącego się procesu cywilnego o ochronę dóbr osobistych pozwany dziennikarz relacjonuje zwykle ten proces, ukazując jego przebieg z subiektywnego punktu widzenia, powtarzając, a nawet często rozbudowując zniesławiające zarzuty. W przypadku przegranej zwykle nie raczy poinformować o tym czytelników ani on, ani zatrudniająca go redakcja. Jeśli racja zniesławionego została uznana przez sąd już w pierwszej instancji, to relacja o tym zdarzeniu – jeśli w ogóle zostanie opublikowana – to najczęściej w formie zjadliwej krytyki wymiaru sprawiedliwości. Po niekorzystnym dla dziennikarza wyroku drugiej instancji spodziewać się należy identycznej reakcji, połączonej z informacją, że dziennikarz wystąpił ze skargą kasacyjną, niezależnie od tego, czy jest ona dopuszczalna, czy nie. W przypadku wyczerpania drogi instancyjnej w Polsce czytelnik dowie się, że redakcja wystąpiła ze skargą do Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu, a po mniej więcej sześcioletnim okresie oczekiwania, kiedy okaże się, że i tu stanowiska dziennikarza nikt nie podzielił, zapadnie w sprawie głucho milczenie. Jeśli nawet

⁸⁹ *Hertel przeciwko Szwajcarii*, orzeczenie z 25 sierpnia 1998 r., RDJ 1998-VI, skarga nr 53440/99, <http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-22155> [dostęp: 20.04.2013].

⁹⁰ A. Kopff, Glosa do wyroku z 19 września 1968 r. 2 CR Z 91/68, „Nowe Prawo” 1970, nr 7/8, s. 1188.

w procesie o ochronę dóbr osobistych dziennikarz zmuszony zostanie orzeczeniem sądu do przeproszenia pokrzywdzonego, to rozpoczną się długie korowody, zmierzające do wyegzekwowania tego obowiązku. Kończą się one najczęściej tym, że zniesławiony opublikuje sam stosowne oświadczenie w innym tytule prasowym i domagać się będzie zwrotu kosztów. Jeśli dziennikarz lub jego redakcja nawet zdecyduje się na publikację przeprosin, to uczyni to w miejscu niezauważalnym dla czytelnika, wśród ogłoszeń drobnych, małym dru-

kiem, albo w tak ośmieszający sposób, jak jeden z tabloidów przepraszający znaną aktorkę, który przeprosiny jej połączył z przeprosinami za złą pogodę, postępującą inflacją itd., czyli za zdarzenia, na które oczywiście nie miał wpływu. Takie postępowanie dziennikarzy i redakcji jawnie dowodzi całkowitego upadku etyki dziennikarskiej, głębokiego przekonania, że prasa jest ponad wszystko, że jest nie czwartą, lecz pierwszą, drugą, trzecią i czwartą, a tak naprawdę jedyną władzą.

◀||| Prawo do krytyki a kontratyp zniesławienia

The Right to Criticism and Justification of Libel

Jacek Sobczak

SŁOWA KLUCZOWE

kontratyp, zniesławienie, dozwolona krytyka, bezprawne zniesławienie, prawdziwość zarzutu, prawo do krytyki, pojęcie krytyki, Europejska Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności

STRESZCZENIE

W dyskusji nad dopuszczalnością odpowiedzialności za zniesławienie, w tym zwłaszcza zniesławienie prasowe, pomija się ostatnio problem wyłączenia bezprawności zniesławienia, czyli tzw. kontratypu, przewidzianego w treści art. 213 § 2 kodeksu karnego. Obecnie obowiązujący kontratyp różni się, i to dość poważnie, w treści od kontratypu przewidzianego w kodeksie karnym z 1969 r., którego zakres mocno utrwalił się w świadomości odbiorców, w szczególności dziennikarzy. Odnotować także należy, że treść art. 213 § 2 k.k. uległa dość znamienym przekształceniom. Prawo do krytyki, na straży którego zdaje się stać art. 41 prawa prasowego, a także treść art. 6 ust. 4, jest jednym z najważniejszych praw przysługujących dziennikarzom. Ustawodawca wymaga jednak, aby formułowana krytyka była rzetelna i zgodna z zasadami współżycia społecznego, nie może mieć charakteru obraźliwego, co nie wyłącza możliwości, jakie istnieją na gruncie satyry i karykatury. Nie może przybierać form obraźliwych, urągających godności osobistej, ani przekraczać skalą intensywności potrzeby krytycznej analizy. Wymóg rzeczowości oznacza konieczność unikania tendencyjności, nadmiernej złośliwości, napastliwości. Zapal polemiczny nie uprawnia krytyka od wypowiedzi agresywnych i niekulturalnych. Pewnych zarzutów nie da się jednak formułować dobitnie, bez naruszania godności zaatakowanego. Przytaczanie w krytyce cudzych poglądów nie zwalnia od odpowiedzialności. Prawo do krytyki mieści się w zakresie chronionym dyspozycją art. 10 Europejskiej Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności. Europejski Trybunał Praw Człowieka w licznych orzeczeniach podejmował próby określenia standardów krytyki, których obiektem mogą być: politycy, osoby pełniące funkcje publiczne, sędziowie, wreszcie osoby prywatne.

KEY WORDS

justification, libel, permissible criticism, unlawful libel, truth of charge, right to criticism, notion of criticism, The European Convention on Human Rights and Fundamental Freedoms

ABSTRACT

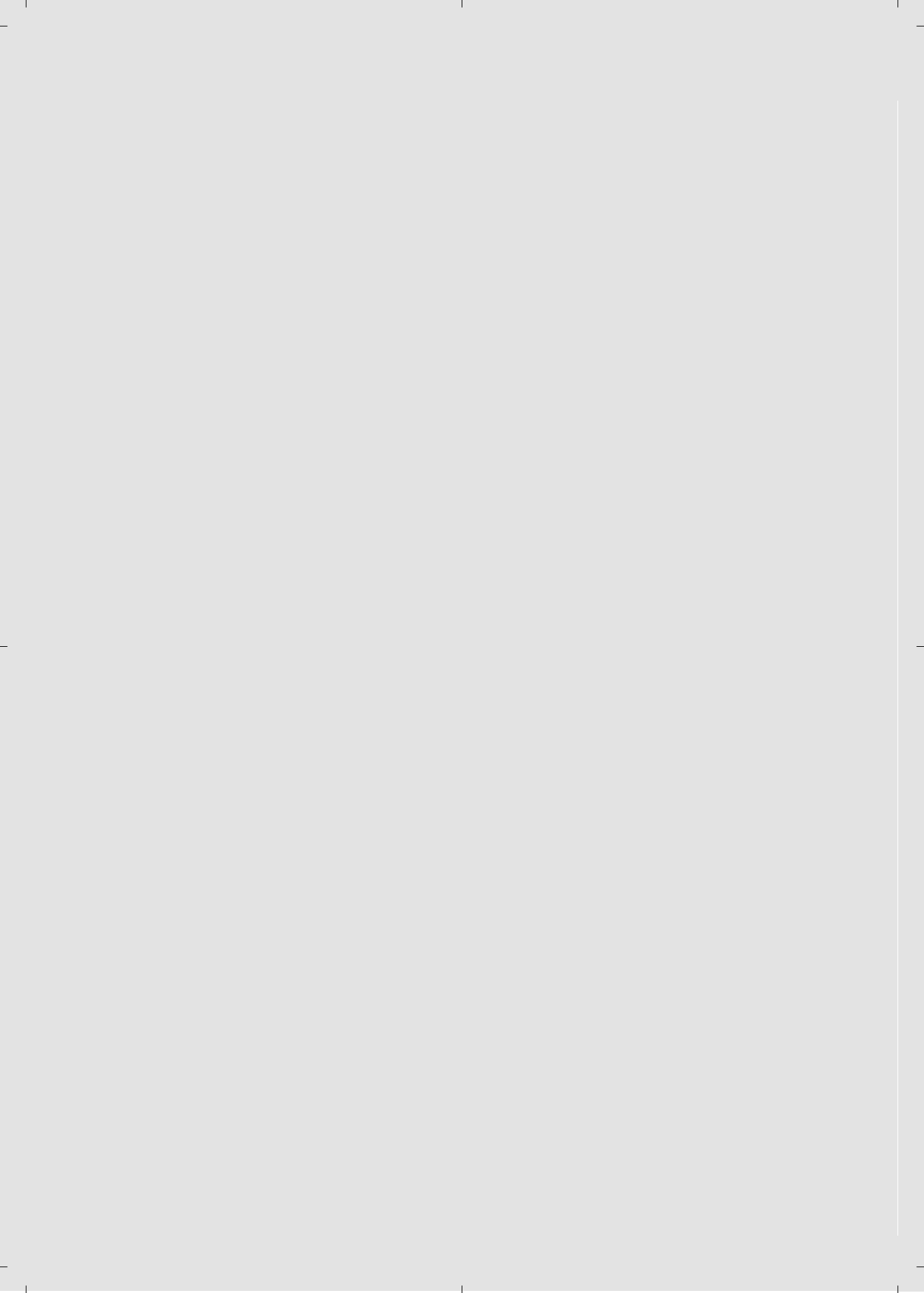
In the discussion on the admissibility of responsibility for defamation, and in particular libel, the problem of unlawful libel is omitted – so-called justification – foreseen in the content of Article 213 Paragraph 2 of the Penal Code. The currently binding justification is

considerably different from the one intended in the Penal Code from 1969, the scope of which has been strongly rooted in the consciousness of recipients, especially journalists. It should be noted that the content of Article 213 Paragraph 2 of the Penal Code is undergoing quite a significant transformation. The right to criticize, which is upheld by Article 41 of the Press Law Act, and also by the content of Article 6 Paragraph 4, is one of the most important laws inherent to journalists. Legislation demanded however for the formulated criticism to be reliable and in accordance with the rules of social conduct, not have an insulting nature, which does not exclude the possibilities that exist in satire and caricature. It cannot take on offending forms, assaulting one's dignity or go beyond the scale of intensity in its necessity of critical analysis. The requirement of substance means the necessity of avoiding bias, overt malice, aggressiveness. Polemical zest does not entitle the critic to aggressive and uncivil statements. Some accusations however cannot be decisively formulated without violating the dignity of the person accused. Quoting the opinions of others in the criticism does not relieve one of responsibility. The right to criticize is within the area of protection by the disposition of Article 10 of The Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms. The European Court of Human Rights in numerous rulings has made attempts to describe the standards of criticism, whose object can be politicians, people holding public functions, judges and lastly, private individuals.

Radio



Radio



Obszary konkurencji na rynku radiowym

Ryszard Żabiński

Po roku 2009, w związku z pogorszeniem się koniunktury gospodarczej w Polsce i pogłębieniem niepewności na światowych rynkach finansowych, zaostrzyła się konkurencja na rynku radiowym. W pracy przedstawiono zagadnienia związane z nasilaniem się konkurencji na rynku radiowym i wpływem tego zjawiska na strategię marketingowe grup radiowych, ekonomikę branży, jakość programów radiowych i perspektywę rozwoju rynku. Przeanalizowano sytuację na rynkach reklamy radiowej i słuchalności programów radiowych, a także wpływ sił przetargowych nabywców (reklamodawców), substytutów oraz barier wejścia na ekonomikę grup radiowych.

Uwarunkowania rozwojowe nadawców radiowych

Rynek radiowy w Polsce mimo niekorzystnych uwarunkowań makroekonomicznych, nasilających się zwłaszcza od roku 2009, pozostaje nadal atrakcyjny dla funkcjonujących tam grup medialnych i ma przed sobą duże możliwości rozwoju strategii konkurencyjnych. Stawia to przez zarządzającymi mediami szczególnie wysokie wymagania w zakresie doskonalenia takich strategii. Chodzi o rozwinięcie technik zarządzania, dzięki którym firmy działające w sektorze radiowym, mimo dekonunktury na

rynku reklamowym i zaostrzającej się konkurencji, mogłyby poprawiać swoje wskaźniki rentowności. Jest to możliwe do osiągnięcia poprzez rozwój strategii dystrybucyjnych, integrację z innymi segmentami rynku medialnego i lepszą współpracę z reklamodawcami.

Jan Beliczyński zwraca uwagę, że wzrost zainteresowania problematyką zarządzania mediami wynika ze znacznej dynamiki zmian rynku i technologii mediów, braku wyraźnie zaznaczonych granic między poszczególnymi rodzajami i sektorami mediów, obecności przedsiębiorstwa medialnego w wielu branżach medialnych i pozamedialnych jednocześnie, wzrostu konkurencji oraz nasilających się procesów fuzji i przejęć w sektorze medialnym, postępującej globalizacji i internacjonalizacji mediów¹.

Tadeusz Kowalski i Bogdan Jung, dokonując charakterystyki rynkowej i ekonomicznej radia, zwracają uwagę na następujące zagadnienia:

- radio jest silnie związane z formatem oraz rynkiem geograficznym. Na format radiowy składają się: styl muzyczny, epoka muzyczna, poziom potencjalnej aktywności (ocena dynamiki proponowanych utworów muzycznych oraz ich ewentualnego wpływu na słuchacza – od łagodnych i odprężających po głośne i twarde);

¹ J. Beliczyński, *Organizacja radiowa jako obiekt badań w zarządzaniu mediami*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 1, s. 27.

- produkt radiowy nie ma cyklu życia (produkcja jest zużywana natychmiast);
- radio rozwija się w warunkach obowiązywania regulacyjnych barier wejścia;
- audytorium radiowe jest niestabilne².

Rynek radiowy w Polsce jest atrakcyjny dla funkcjonujących na nim grup medialnych. Wynika to z wysokiego stopnia koncentracji kapitału na tym rynku i stosunkowo wysokich barier wejścia. Stąd też ryzyko pojawienia się nowych konkurentów jest niewielkie, choć nadawcy radiowi muszą się liczyć z dużą liczbą substytutów programów radiowych, zwłaszcza w obszarze rynku internetowego.

Grupy radiowe muszą koncentrować się na uzyskiwaniu maksymalnego dotarcia do odbiorców, w odróżnieniu bowiem od nadawców telewizyjnych nie mogą skutecznie uzupełniać braków w pokryciu rynku poprzez wykorzystanie platform satelitarnych i kablowych. Z tego względu rywalizacja między nadawcami radiowymi toczy się głównie w paśmie UKF.

W 2012 r. radio było słuchane przez 75,6 proc. Polaków, a dzienny czas słuchania wyniósł 4 godz. 25 min. Udział w czasie słuchania poszczególnych typów programów radiowych, według ich zasięgu, przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Wskaźniki słuchalności programów radiowych w 2012 r.

Programy radiowe	Udział w czasie słuchania (w proc.)	Średni czas słuchania
Ogólnopolskie	63,6	3 godz. 41 min
Koncesjonowane lokalne	26,4	2 godz. 50 min
Regionalne radia publicznego	5,4	2 godz. 21 min
Ponadregionalne	4,2	2 godz. 26 min

Źródło: *Wskaźniki słuchalności i audytorium programów radiowych w 2012 r.*, KRRiT, www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/program/radio/kwartalne/rynek_radiowy2012.pdf [dostęp: 20.04.2012].

Nadawcy radiowi działają na szerokim rynku. Największe grupy kapitałowe osiągają na nim zasięgi ludnościowe³ prawie równe liczbie mieszkańców Polski. Odnotowuje się również stosunkowo długi czas słuchania radia przez odbiorców, wielokrotnie przewyższający dzienny czas kontaktu czytelników z mediami drukowanymi. Portfolio największych grup radiowych jest tak dobrane, że na poziomie tych grup występuje również silna integracja rynku radiowego z rynkami: internetowym i prasowym. To wszystko tworzy korzystne uwarunkowania rozwoju.

Od początku XXI w. słuchalność ogólnopolskich programów radiowych maleje. Wiąże się to z pogłębianiem fragmentaryzacji. Oferta programów radiowych staje się coraz bardziej zróżnicowana. W tej sytuacji grupy radiowe mające programy ogólnopolskie, począwszy od roku 2001, a więc od czasu pogorszenia się koniunktury gospodarczej, rozpoczęły proces konsolidacji rynku, przejmując małych niezależnych nadawców. Grupy radiowe rozpoczęły również budowę własnych sieci radiowych.

Na początku tego okresu, w 2005 r. udziały w rynku słuchalności poszczególnych nadaw-

² T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wstęp do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006, s. 178–189.

³ Pod pojęciem zasięgu ludnościowego rozumiemy techniczną możliwość dotarcia przez nadawcę radiowego do określonej liczby odbiorców. Słuchalność natomiast (udział w czasie słuchania) stacji jest równy odsetkowi całkowitego czasu słuchania stacji w stosunku do całkowitego czasu słuchania wszystkich badanych stacji i określa, jaki procent czasu poświęconego na słuchanie radia ogółem przypada na daną stację. Udział w czasie słuchania może być liczony dla doby lub krótszego, dowolnie zdefiniowanego przedziału czasu.

ców radiowych wyglądały następująco: Program I PR miał 14 proc. udziału w rynku. Program II – 0,6 proc., Program III – 5,8 proc., Radio Bis – 0,4 proc., a regionalne spółki łącznie – 5,5 proc. Natomiast RMF FM – 26 proc., Ra-

O sukcesie na rynku radiowym decyduje m.in. zasięg ludnościowy danej stacji. W tabeli 2 przedstawiono zasięgi ludnościowe czterech największych komercyjnych grup radiowych: Grupy RMF, Eurozetu, Time i Agory.

Tabela 2. Zasięg radiowych grup medialnych w Polsce w 2011 r.

Sieci radiowe	Grupa RMF	Eurozet	Time	Agora
Ogólnopolskie	RMF FM – 35,7 mln	Radio ZET – 33,8 mln	–	–
Ponadregionalne, wyspecjalizowane	RMF Classic – 7,3 mln	Chili ZET – 1,2 mln	ESKA Rock – 9,3 mln	TOK FM – 7,3 mln
Lokalne	RMF Maxxx – 10,0 mln	Planeta – 6,2 mln Antyradio – 4,6 mln	Radio ESKA – 16,6 mln Radio WAWA – 6,0 mln	Złote Przeboje – 12,8 mln ROXY – 6,3 mln

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT, stan na 31 grudnia 2011 r., www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2013/informacja_krrit_2013.pdf [dostęp: 29.04.2013].

dio ZET – 17 proc., sieć ESKA – 17 proc., sieć Agory – 13 proc.⁴

Rynek radiowy, w układzie przedmiotowym, można podzielić na cztery segmenty programów, spośród których programy ogólnopolskie wykazują tendencję spadkową zarówno jeśli chodzi o wskaźnik słuchalności (63,6 proc.), jak i o średni czas słuchania. W wypadku koncesjonowanych lokalnych programów radiowych natomiast występuje znacznie mniejszy wskaźnik słuchalności (26,4 proc.), lecz wyraźna tendencja wzrostowa. Występuje ona również w przypadku średniego czasu słuchania.

Jeszcze inaczej wygląda sytuacja konkurencyjna na tym rynku w układzie podmiotowym. Grupy radiowe: RMF i Eurozet mają w portfolio stacje ogólnopolskie, ponadregionalne i działające w sieciach, natomiast grupy Agora i Time postawiły na rozwój stacji sieciowych. Polskie Radio ma stacje ogólnopolskie, występują również rozgłośnie regionalne Polskiego Radia, jak również mali nadawcy, tzw. niezależni, którzy w większości współpracują, na płaszczyźnie pozyskiwania reklam, z Grupą Eurozet.

Największym zasięgiem ludnościowym dysponuje jednak nadawca publiczny. Łączny zasięg odbioru Programu I w paśmie UKF (stan na lipiec 2012) obejmuje 92,33 proc. ludności kraju oraz 90,19 proc. powierzchni Polski. Podobny zasięg (92,2 proc.) ma Program III Polskiego Radia. W tym segmencie wyróżniamy jeszcze 17 samodzielnych spółek regionalnych Polskiego Radia nadających programy o zasięgach wojewódzkich. Spośród nich dodatkowo pięć rozgłośni regionalnych nadaje sześć programów miejskich: w Koszalinie, Poznaniu, Szczecinie, we Wrocławiu i dwa programy w Zielonej Górze.

Na poziomie sieci ogólnopolskiej główny obszar konkurencji obejmuje dwie grupy komercyjne: RMF i Eurozet oraz radio publiczne (programy I i III Polskiego Radia). Dominującą pozycję uzyskuje w tym obszarze stacja RMF FM (mimo podobnego zasięgu ludnościowego jak Radio ZET), która od wielu lat jest zdecydowanym liderem słuchalności.

Urszula Doliwa wskazuje, że w literaturze niekomercyjne media określa się m.in. jako:

⁴ K. Jakubowicz, *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007, s. 244.

media społeczne, media społecznościowe, media środowiskowe, media obywatelskie, media trzeciego sektora, niekomercyjne stacje lokalne. Elementami wspólnymi tych mediów są działania non profit na rzecz osiągania celów istotnych z punktu widzenia danej społeczności i całego społeczeństwa, nadawanie programu skierowanego do lokalnych grup społecznych lub członków danych społeczności kulturowych oraz udział społeczności lokalnej bądź społeczności kulturowej w tworzeniu programu i zarządzaniu stacją⁵.

Drugi obszar konkurencji przebiega na poziomie sieci lokalnych, gdzie dominują grupy radiowe Time (zasięg około 22,6 mln osób) oraz Agora (około 18,9 mln osób). Jednak grupy RMF i Eurozet również rozwijają swoje lokalne stacje sieciowe, osiągając zasięgi – odpowiednio – 10 mln i 10,8 mln osób. W poszczególnych województwach grupy te konkurują m.in. z regionalnymi rozgłośniami Polskiego Radia.

Na poziomie stacji ponadregionalnych pod względem zasięgu dominuje grupa Time (stacja ESKA Rock), na drugim miejscu znajdują się Grupa RMF oraz Agora.

Zasięgi ludnościowe grup radiowych, obejmujące cały kraj lub jego większą część, świadczą o dużym potencjale rozwojowym tych nadawców. Radio poza tym nie konkuruje bezpośrednio z innymi środkami przekazu, jak telewizja, internet czy prasa drukowana, z tego względu, że może być słuchane „w tle”, równolegle z konsumpcją innego typu dobra medialnego.

Możliwości rozwoju rynku radiowego wynikają również ze zdolności do jego integracji z innymi segmentami rynku medialnego. Dochodzi do niej głównie w efekcie rozbudowywania struktur największych grup medialnych w Polsce. GK Agora ma w portfolio m.in. sta-

cje radiowe i tytuły prasy drukowanej. Dzięki takiej strukturze możliwe jest tańsze dostarczenie treści medialnych, w tym newsów, do stacji radiowych. Podobnym atutem dysponuje również grupa radiowa Time, która jest własnością Zjednoczonych Przedsiębiorstw Rozrywkowych. ZPR, poprzez spółki zależne, jest jednym z największych polskich wydawców prasowych (wydaje „Super Express”, miesięczniki z różnych segmentów rynku czasopism). RMF FM z kolei jest własnością niemieckiej spółki Bauer – największego w Polsce wydawcy na rynku czasopism. Eurozet należy do francuskiego koncernu Lagardere, światowego wydawcy czasopism, który w Polsce ma wydawnictwa Wiedza i Życie oraz Larousse Polska.

Grupy medialne mające w portfolio stacje radiowe zwiększają również obecność na rynku internetowym, tworząc kanały muzyczne i portale informacyjne.

Nowy sposób korzystania z mediów elektronicznych a strategię nadawców radiowych

Radio działa w warunkach konkurencji oligopolistycznej, nadawcy muszą więc stosować strategię różnicowania i liczyć się z dużą elastycznością popytu wynikającą z istnienia licznych substytutów programów. Konkurencja przebiega na trzech poziomach: 1) wzdłuż linii podziału radio publiczne–radio komercyjne, 2) w poprzek tej linii – między sieciami ogólnokrajowymi a stacjami lokalnymi i regionalnymi 3) wewnątrz branży między stacjami na wszystkich poziomach, a więc ogólnokrajowym, regionalnym i lokalnym⁶.

Występuje coraz większa dostępność treści, rozwija się nielinearne korzystanie z nagranych programów oraz z urządzeń wieloczynnościowych przy odbiorze treści medialnych. Tenden-

⁵ U. Doliwa, *Elektroniczne media społeczne w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Studia Medionawcze” 2010, nr 4, s. 65.

⁶ T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku...*, s. 189.

cje w zachowaniach odbiorców są uwzględniane w strategiach konkurencyjnych nadawców radiowych, choć w dużym stopniu zależą one od uwarunkowań na reklamowym rynku radiowym. Do czynników w największym stopniu różnicujących zachowania odbiorców stacji radiowych należy zaliczyć miejsce zamieszkania i związany z tym stopień zróżnicowania oferty nadawców, wiek oraz wykształcenie.

Dostęp do przekazu medialnego jest ułatwiony dzięki rozwojowi naziemnej telewizji cyfrowej, kablowej, satelitarnej lub internetowej, telefonii komórkowej i internetu bezprzewodowego. Sprzyja to rozwojowi odbioru przesuniętego w czasie, nieliniarnego korzystania z nagranych treści. Wspomniane udogodnienia techniczne, paradoksalnie, nie prowadzą do poszerzania odbieranych treści, lecz do ich zawężania, do ograniczania się do tego, co znane, bezpieczne i zgodne z poglądami nadawcy⁷.

Z badań PBC i GfK Polonia wynika, że konsumenci poszukują w mediach ośmiu głównych typów treści: rozrywki, wiedzy i edukacji, treści błahych i porad, komentarzy i analiz bieżących informacji, transmisji sportowych, relacji z ważnych wydarzeń, treści wytworzonych przez współuczestników. Natomiast słuchaczy radia interesują przede wszystkim informacje o wydarzeniach politycznych i gospodarczych ogólnopolskich i światowych, poranne przeglądy prasy, informacje lokalne i regionalne, audycje poradnikowe, transmisje sportowe oraz relacje z wydarzeń religijnych.

Na podstawie badań stwierdzono również, że od radiofonii i telewizji odbiorcy wymagają przede wszystkim: jasnego i zrozumiałego języka, treści zgodnych z rzeczywistością i two-

rzonych przez wiarygodnych ludzi, darmowego dostępu oraz hierarchicznego układu treści oraz możliwości odbioru równoległe z wykonywaniem innych czynności⁸.

Nadawcy radiowi, konstruując przekaz medialny, nastawiają się przede wszystkim na nadawanie muzyki, stąd też formatowanie muzyczne jest głównym sposobem docierania do wybranych grup docelowych. Jeśli chodzi o przekaz słowny, to dominuje wykorzystywanie informacji wtórnej. Nadawcy, nawet małych lokalnych stacji radiowych, bardziej stawiają na zakup gotowych serwisów informacyjnych, niż tworzenie ich przez własne zespoły dziennikarskie.

Tendencja do upraszczania przekazu radiowego zarysowała się już na początku XXI w. Jak zauważył Karol Jakubowicz, w latach 2001–2005 w programach Polskiego Radia spadł udział wszystkich gatunków poza informacją i muzyką (w tym misyjnych, np. publicystycznych z 20,4 do 12,5 proc., audycji dla dzieci i młodzieży z 5,2 do 0,3 proc.), w ramówkach wyraźnie zredukowano liczbę audycji słownych, których produkcja jest droższa. Maleje udział słowa na rzecz muzyki i pomimo wahań w niektórych latach można tę tendencję uznać za stałą⁹.

W strategiach konkurencyjnych nadawców radiowych muszą być brane pod uwagę zmiany w zachowaniach konsumentów. Jednym z najważniejszych czynników wpływających na te zachowania jest miejsce zamieszkania. Przy konstruowaniu strategii nadawcy muszą uwzględniać zróżnicowanie przestrzenne rynku radiowego. Należy obserwować, na których rynkach lokalnych fragmentaryzacja jest najbardziej rozwinięta.

⁷ Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji w 2011 r. (przyjęta Uchwałą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji nr 67/2012 z 23 marca 2012 r.), www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2012/informacja_krrit_03_2012.pdf [dostęp: 20.04.2013].

⁸ A. Wojdyło, *DeKodowanie odbiorcy. Jakiego dokładnie kontentu i doświadczeń szukają konsumenci w różnych rodzajach mediów w Polsce?*, Media Trendy 2010, Polskie Badania Czytelnictwa; GfK Polonia, Warszawa kwiecień 2010 r.

⁹ K. Jakubowicz, *Media publiczne...*

Fragmentaryzację jako zjawisko ze świata mediów dostrzegli pierwsi ich menedżerowie, stwierdzając, że trzy powszechne media nowoczesnego człowieka – telewizja, radio i prasa

w 2011 r. w aglomeracjach, większych miastach wojewódzkich oraz na małych rynkach lokalnych.

Fragmentaryzacja na rynku radiowym

Tabela 3. Słuchalność różnych typów stacji radiowych na rynkach aglomeracji (w proc.)

Aglomeracja	Ogólnopolskie	Ponadregionalne	Sieciowe	Lokalne	Liczba stacji
Poznań	42,83	10,17	33,5	12,73	22
Wrocław	46,37	12,94	25,78	13,23	24
Warszawa	51,74	23,3	15,7	8,18	25
Aglomeracja śląska	56,97	3,25	17,92	21,30	25
Trójmiasto	57,19	13,32	20,06	8,61	17
Łódź	57,54	14,22	23,86	4,08	20
Kraków	59,63	13,54	20,33	6,00	21

Źródło: Obliczenia własne na podstawie badania Radio Track realizowanego przez Millward SMG/KRC na zlecenie Komitetu Badań Radiowych w 2011 r.

codzienna – tracą swój dawny zasięg; wzrasta liczba mediów i głosów medialnych; maleje liczba odbiorców określonego typu mediów oraz poszczególnych głosów medialnych¹⁰. Nasilenie fragmentaryzacji na poszczególnych rynkach lokalnych zależy m.in. od liczby dostępnych w ofercie stacji. Największa dostępność, a tym samym najbardziej korzystne warunki do fragmentaryzacji występują na rynkach aglomeracji miejskich. Przedstawione w tabeli 3 dane dotyczą liczby różnych rodzajów stacji radiowych oraz ich słuchalności

w największym stopniu wystąpiła na dużych rynkach w aglomeracjach miejskich. Najmniejsza słuchalność stacji ogólnopolskich wystąpiła w Poznaniu 42,83 proc., Wrocławiu – 46,37 proc. i Warszawie – 51,54 proc. W mniejszym stopniu zjawisko fragmentacji wystąpiło w aglomeracjach: śląskiej, w Trójmieście, Łodzi i Krakowie (56,97–59,65 proc.).

Na tych rynkach najbardziej była rozwinięta również, pod względem liczby stacji, oferta stacji sieciowych. Ich słuchalność wynosiła od 15,7 proc. w Warszawie do 33,5 proc. w Pozna-

Tabela 4. Słuchalność stacji radiowych w większych miastach wojewódzkich (w proc.)

Miasto	Ogólnopolskie	Ponadregionalne	Sieciowe	Lokalne	Liczba stacji
Opole	52,19	4,46	23,08	18,38	16
Kielce	54,18	7,75	13,07	24,40	15
Szczecin	55,02	16,2	17,03	11,19	17
Lublin	57,01	7,47	17,94	15,27	15
Białystok	57,26	0,71	17,81	23,68	17
Bydgoszcz	58,62	1,42	22,93	15,92	14
Gorzów Wlkp.	59,2	bd.	19,33	17,15	11
Olsztyn	59,44	7,54	14,56	16,59	14
Rzeszów	63,07	7,23	17,44	11,76	15

Źródło: Obliczenia własne na podstawie badania Radio Track realizowanego przez Millward SMG/KRC na zlecenie Komitetu Badań Radiowych w 2011 r.

¹⁰ J. Mikułowski-Pomorski, *Zmieniający się świat mediów*, Kraków 2008, s. 210.

niu. Rozwinięta również była, pod tym względem, oferta stacji ponadregionalnych – najbardziej w Warszawie (23,3 proc.) oraz Łodzi (14,22 proc.). Zdecydowanie najniższa była słuchalność stacji lokalnych (od 4,08 proc. w Łodzi do 21,3 proc. w aglomeracji śląskiej).

była mniej zróżnicowana niż na rynkach aglomeracji; słuchano od 11 (Gorzów) do 17 stacji radiowych (Szczecin).

Słuchalność na rynkach lokalnych o największym i najmniejszym nasileniu fragmentaryzacji przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Słuchalność stacji radiowych na małych rynkach lokalnych (w proc.)

Region	Ogólnopolskie	Ponadregionalne	Sieciowe	Lokalne	Liczba stacji
Kaliskie	59,09	–	13,31	20,75	13
Siedleckie	56,33	–	12,18	11,15	12
Włocławskie	56,94	–	9,15	31,68	11
Legnickie	64,7	–	23,01	12,81	14
Koszalińskie	65,36	0,83	22,9	10,69	15
Piotrkowskie	74,58	1,27	11,32	10,43	15
Jeleniogórskie	78,46	–	8,81	15,17	11
Częstochowskie	78,72	0,45	10,39	7,07	15
Konińskie	81,14	–	12,48	5,8	12
Elbląskie	85,6	0,34	5,28	4,06	13

Źródło: Obliczenia własne na podstawie badania Radio Track realizowanego przez Millward Brown SMG/KRC na zlecenie Komitetu Badań Radiowych w 2011 r.

Na rynkach aglomeracji słuchano od 17 (Trójmiasto) do 25 (Warszawa) stacji radiowych. Słuchalność stacji radiowych w większych miastach wojewódzkich przedstawiono w tabeli 4.

Na rynkach mniejszych miast wojewódzkich zjawisko fragmentaryzacji wystąpiło w mniejszym nasileniu niż na rynkach aglomeracji. Słuchalność stacji ogólnopolskich wynosiła tam od 52,19 proc. (Opole) do 63,07 proc. (Rzeszów). Relatywnie niska słuchalność stacji ogólnopolskich, poza Opolem, wystąpiła również w Kielcach, Szczecinie i Lublinie. W Opolu mogło to wynikać z wysokiej słuchalności stacji sieciowych (23,08 proc.) i lokalnych (18,38 proc.), w pozostałych trzech miastach ze słuchalności stacji ponadregionalnych i – w przypadku Kielc – lokalnych (24,40 proc.). W pozostałych miastach na fragmentaryzację największy wpływ miała słuchalność stacji lokalnych (w Białymstoku – 23,68 proc.) oraz sieciowych (w Bydgoszczy – 22,93 proc. i Gorzowie – 19,33 proc.). Oferta stacji radiowych

Na małych rynkach lokalnych fragmentaryzacja w największym stopniu wystąpiła w Kaliskiem, Siedleckim, Włocławskim, Legnickim i Koszalińskim. Słuchalność stacji ogólnopolskich wynosiła tam 59,09–65,36 proc. We Włocławskim i Kaliskiem odnotowano wysoką słuchalność stacji lokalnych (31,68 i 20,75 proc.), a w Legnickim i Koszalińskim – sieciowych (23,01 i 22,9 proc.).

W pozostałych regionach, mimo że liczba dostępnych stacji radiowych była podobna, to jednak zanotowano o wiele wyższą słuchalność stacji ogólnopolskich (od 74,58 proc. w Piotrkowskim do 85,6 proc. w Elbląskim). Słuchalność pozostałych stacji radiowych była na niskim poziomie.

Analizując rynek radiowy w układzie przestrzennym, można zatem stwierdzić, że głównym konkurentem stacji ogólnopolskich są stacje sieciowe i konkurencja ta ma największe nasilenie na rynkach aglomeracji, gdzie fragmentaryzacja jest najbardziej zaawansowana, a słuchalność stacji sieciowych – wysoka.

Tendencje takie wystąpiły również w roku 2012, z tym że na największych rynkach aglomeracji słuchalność ogólnopolskich stacji radiowych nieznacznie zmniejszyła się¹¹.

Nadawca publiczny ma w portfolio programy ogólnopolskie oraz stacje regionalne. Największe komercyjne grupy radiowe (RMF, Eurozet) mają w portfolio zarówno stacje ogólnopolskie, jak i sieciowe. W tym wypadku może więc występować zjawisko kanibalizacji – stacje sieciowe konkurują z ogólnopolskimi w ramach tej samej grupy medialnej. Nie są to jednak produkty takie same, stacje ogólnopolskie mają bowiem szerokie formaty muzyczne (AC – *Adult Contemporary*), a sieciowe wąskoprofilowane formaty CHR (*Contemporary Hits Radio*). Grupy Time i Agora nie mają stacji ogólnopolskich, ich głównym atutem są stacje sieciowe.

Ważnym czynnikiem kształtującym zachowania odbiorców na rynku radiowym jest również ich wiek oraz wykształcenie. Główni konkurenci na rynku radiowym, a więc ogólnopolskie stacje: RMF, Radio ZET, Polskie Radio I oraz stacje sieciowe, mają następujące grupy odbiorców jeśli chodzi o wiek. Dla RMF-u i Radia ZET podstawową grupą są słuchacze w wieku 25–39 lat, obydwie stacje walczą zatem o taki sam segment odbiorców. Druga pod względem ważności dla RMF-u jest grupa 15–24 lata, a dla Radia ZET 40–59. Stacje sieciowe są natomiast słuchane głównie przez odbiorców w wieku 15–24 lata, 25–39 oraz 40–59. Najsilniejsza konkurencja dotyczy zatem osób w wieku 25–39 lat oraz 15–24 lata, są one bowiem podstawowymi grupami dla RMF-u, Radia ZET i stacji sieciowych. Dla Polskiego Ra-

dia I podstawową grupą są natomiast odbiorcy w wieku 60–75 lat, a dla Polskiego Radia III – w wieku 40–59 lat.

Dla RMF-u podstawowymi grupami są odbiorcy z wykształceniem zawodowym i średnim, a dla Radia ZET – ze średnim i zawodowym. W przypadku stacji sieciowych podstawowe grupy odbiorców to osoby z wykształceniem wyższym i średnim. Ta struktura odbiorców jest taka sama, jak w wypadku Programu III Polskiego Radia. Program I Polskiego Radia ma podobną strukturę odbiorców do Radia ZET – podstawowymi grupami są osoby z wykształceniem średnim i zawodowym¹².

W przypadku omawianego czynnika największe natężenie konkurencji występuje między RMF i Radiem ZET o grupy z wykształceniem zawodowym i średnim. Podobieństwo grup odbiorców stacji sieciowych i Programu III Polskiego Radia oraz Radia ZET i Programu I Polskiego Radia przekłada się na nasilenie konkurencji w mniejszym stopniu. Wynika to z tego, że nadawcy komercyjni (sieciowe i Radio ZET), w odróżnieniu od radia publicznego, oddziałują na grupy odbiorców głównie formatem muzycznym.

Konkurencja grup radiowych na rynku reklamowym

Podstawą do prowadzenia określonej kampanii reklamowej za pośrednictwem radia jest, według Bogusława Nierenberga, znajomość stopnia popularności danej stacji oraz struktury wiekowej i zawodowej jej słuchaczy¹³.

Pod względem wiarygodności radio, a właściwie radio publiczne, plasuje się od kilku lat

¹¹ W Poznaniu (22 stacje) słuchalność ogólnopolskich stacji radiowych w 2012 r. wyniosła 36 proc. (w 2011 – 42,83 proc.), we Wrocławiu (23 stacje) – odpowiednio 43,7 i 46,37 proc. oraz w Warszawie (27 stacji) – 44,3 i 51,54 proc. Badanie Radio Track realizowane przez Millward Brown na zlecenie Komitetu Badań Radiowych. Dane za rok 2012 pochodzą z okresu październik – grudzień.

¹² Dane o wskaźnikach słuchalności programów radiowych pochodzą z badania audytorium radia Radio Track, Millward Brown SMG/KRC zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15–75 lat, w okresie styczeń – grudzień 2011 r. Wielkość próby to 84 220 respondentów. W badaniu zostały uwzględnione programy radia publicznego oraz programy koncesjonowane nadawane całą dobę.

¹³ B. Nierenberg, *Wybrane problemy badania skuteczności reklamy*, Opole 2000, s. 40.

na pierwszym miejscu wśród wszystkich instytucji publicznych działających w Polsce. Bierzemy to się m.in. stąd, że nacisk polityków na tę instytucję jest znacznie mniejszy niż na telewizję¹⁴. Ten atut okazuje się jednak niewystarczający. Nadawca publiczny – Polskie Radio wyraźnie przegrywa konkurencję na rynku reklamowym z komercyjnymi grupami radiowymi. Dwie główne stacje komercyjne – RMF FM i Radio ZET – wyraźnie dystansują nadawcę publicznego pod względem udziału w rynku słuchalności programów radiowych i tendencja ta utrzymuje się już od wielu lat.

Konkurencja bezpośrednia w branży radiowej dokonuje się na wszystkich rynkach, a więc na rynku słuchalności programów, geograficznym oraz na rynku reklamy¹⁵.

Tadeusz Kowalski i Bohdan Jung, charakteryzując konkurencję nadawców radiowych na rynku reklamowym, używają wskaźnika siły rynkowej, który jest relacją między procentowym udziałem na rynku reklamowym a procentowym udziałem na rynku zawartości (słuchaczy radiowych). Wskaźnik powyżej jedności oznacza, że dana stacja radiowa ma relatywnie większy udział w rynku reklamowym niż na rynku słuchalności. Świadczy to o dużej sile rynkowej takiej stacji, oznacza bowiem, że proponowane odbiorcom indywidualnym treści (format muzyczny, serwisy informacyjne) precyzyjnie trafiają do wybranej grupy docelowej, atrakcyjnej dla reklamodawców.

Autorzy wyliczyli, że wskaźnik siły rynkowej w grupie dużych nadawców komercyjnych wyniósł 1,52, u pozostałych nadawców komercyjnych – 0,77, a w przypadku radia publicznego traktowanego jako całość – 0,25¹⁶.

Podstawowym źródłem przychodów nadawców radiowych (z wyjątkiem stacji publicznych) są wpływy reklamowe. Najbardziej efektywnym sposobem konkurencji na rynku reklamowym jest rozwój strategii relacyjnych między grupami radiowymi i tworzenie monopolu informacyjno-reklamowych. Rozwój takich kierunków strategicznych wynika również z zaostrzającej się konkurencji między segmentami rynku medialnego (telewizji, radia, internetu, gazet, czasopism) o wpływy reklamowe.

Rynek reklamy radiowej ma dobre perspektywy rozwoju. W 2010 r. wartość rynku reklamy radiowej wyniosła 528,9 mln zł, a w 2011 r. zwiększyła się do 561,3 mln zł. W 2012 r. rynek reklamy radiowej zmniejszył się o 2,1 proc., był to jednak spadek mniejszy niż całego rynku reklamowego (5,2 proc.)¹⁷.

Na całym rynku reklamowym grupy radiowe w największym stopniu konkurują z nadawcami telewizyjnymi. Okres dekonjunkury gospodarczej, paradoksalnie, sprzyja nadawcom radiowym w tym sensie, że reklamodawcy, chcąc ograniczyć koszty, poszukują tańszych sposobów dotarcia z przekazem reklamowym. Kampanie reklamowe przeprowadzone w radiu są kilkakrotnie tańsze od kampanii telewizyjnych. Ponadto, wraz z rozwojem cyfryzacji telewizji, zwiększają się również koszty reklamy telewizyjnej, co jest korzystne dla grup radiowych.

O budżety reklamodawców na rynku radiowym konkuruje czterech dużych brokerów radiowych. Wszyscy są powiązani z grupami radiowymi. Sprzedaż czasu antenowego odbywa się według schematu:

grupa radiowa → broker radiowy → dom mediowy → reklamodawca

¹⁴ Tamże, s. 39.

¹⁵ T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku...*, s. 190.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Dane zob. *Starlink: Rynek reklamy skurczył się w 2012 roku o ponad 5 proc.*, www.press.pl/newsy/reklama/pokaz/41006,Starlink_-Rynek-reklamy-skurczyl-sie-w-2012-roku-o-ponad-5-proc_ [dostęp: 7.05.2013].

W wielu przypadkach domy mediowe oddają planowanie kampanii reklamowych brokerom radiowym. Brokerzy, planując kampanie, uwzględniają też konkurencyjne stacje radiowe. Starają się przy tym, aby większa część budżetów takich kampanii wpływała do stacji, z którymi brokerzy są powiązani.

Według szacunków nadawców, największy udział w rynku planowania kampanii reklamowych ma Grupa Radiowa Agory – 40–50 proc., Grupa Time ma 20 proc., tyle samo Eurozet, a RMF – 10–20 proc.¹⁸

Pozycja nadawcy publicznego na rynku reklamowym jest zdecydowanie słabsza. Mniejsze wpływy reklamowe są rekompensowane wpływami z abonamentu. Ponadto, brak formatowania muzycznego programów radiowych powoduje, że grupy docelowe odbiorców są mniej atrakcyjne dla reklamodawców niż w przypadku porównywalnych programów nadawców komercyjnych.

Największe grupy radiowe (z wyjątkiem radia publicznego) tworzą również własne pakiety reklamowe. Stacje należące do jednej grupy radiowej lub stacje różnych grup radiowych występują ze wspólną ofertą do reklamodawców. W efekcie takiego rozwiązania zwiększa się znacznie zasięg kampanii, a reklamodawca ponosi niższy koszt, niż gdyby miał wykupić czas antenowy osobno w danych stacjach. Do pakietów o największych zasięgach zalicza się: pakiety Grupy RMF (RMF 3D, RMF na MAXXXa, RMF z Klasą, RMF FM) oraz Eurozetu (ZET Total, ZET Barometr Plus, ZET Barometr, ZET Barometr Young i in).

Największy na rynku radiowym pakiet RMF 3D (w jego skład wchodzi stacje: RMF

FM, RMF MAXXX i RMF Classic) osiągnął następujące wskaźniki: zasięg dzienny 37,64 proc., udział w rynku – 31,8 proc., zasięg tygodniowy – 77,24 proc., średni rating – 8,57 mln osób, CPP Rate Card – 1639 zł, CPP netto – 1639 zł, CPT netto – 5,4 zł¹⁹.

Im więcej stacji wchodzi w skład pakietu, tym lepsze uzyskuje się wskaźniki zasięgu i kosztów dotarcia do radiosłuchaczy. Przy coraz większej liczbie pakietów o dużych zasięgach ważny jest precyzyjny dobór stacji do pakietów, tak aby trafiały one do wyselekcjonowanych grup docelowych, interesujących dla reklamodawców.

Odpowiedni dobór pakietów jest podstawowym narzędziem konkurencyjnym stosowanym przez grupy radiowe. Wykorzystywany on jest również do konkurencji o wpływy reklamowe z nadawcami telewizyjnymi, internetowymi, wydawcami prasy drukowanej.

Pakiety są również narzędziem służącym do konsolidacji i monopolizacji rynku radiowego. Dla przykładu, Pakiet Niezależnych jest porozumieniem handlowym grupy radiowej Eurozet i 52 małych niezależnych stacji radiowych. W latach 1994–2001 notowano szybki rozwój segmentu małych nadawców. Od czasu pogorszenia się warunków makroekonomicznych na przełomie wieków nastąpił proces konsolidacji rynku inicjowany przez duże grupy radiowe. Lokalni nadawcy radiowi nie mieli szans sprzedaż czasu antenowego dużym ogólnopolskim reklamodawcom. Było to możliwe jedynie w ramach pakietów reklamowych o dużych zasięgach. Stąd też szybki rozwój Pakietu Niezależnych. Sprzedaż reklam jest tam organizowana przez brokera zależnego od Eurozetu. Ponad-

¹⁸ *Sprzedać radio*, „Press” 2010, nr 9, s. 65.

¹⁹ Dane Radio Track Millward Brown SMG/KRC, kwiecień – czerwiec 2010. Zasięg dzienny – odsetek respondentów, którzy zadeklarowali słuchanie radia w dzień poprzedzający badanie, zasięg tygodniowy – odsetek respondentów, którzy zadeklarowali słuchanie stacji tworzących pakiet w ciągu ostatniego tygodnia, udział w rynku – udział stacji tworzących pakiet w czasie słuchania, średni rating – liczba osób słuchających średnio stacji z pakietu w każdym kwadransie (wartość wyrażona w mln osób), CPP Rate Card – koszt dotarcia do 1 proc. odbiorców (ceny cenikowe przed rabatami), CPP netto – koszt dotarcia do 1 proc. odbiorców z uwzględnieniem 30 proc. ekwiwalentu kosztów, CPT netto – koszt dotarcia do tysiąca odbiorców z uwzględnieniem 30 proc. ekwiwalentu kosztów.

to Eurozet sprzedaje niezależnym nadawcom będącym w pakiecie serwis informacyjny. W ten sposób dochodzi do tworzenia się monopolu informacyjno-reklamowego.

Wymiary konkurencji na rynku radiowym

Na rynku słuchalności programów radiowych, w układzie przedmiotowym, dwie główne stacje komercyjne (RMF FM i Radio ZET) oraz nadawca publiczny (PR I i PR III) konkurują najbardziej ze stacjami sieciowymi. W układzie podmiotowym konkuruje ze sobą pięć głównych grup radiowych (Polskie Radio, Broker FM, Eurozet, Agora, Time), przy czym dwie ostatnie nie mają stacji ogólnopolskich, stawiają natomiast na rozwój sieciowych. Największe nasilenie konkurencji między tymi grupami występuje na rynkach aglomeracji, gdzie fragmentaryzacja jest najbardziej zaawansowana.

Konkurencja na tym rynku ma charakter pozacenowy, nie ma agresywnego charakteru i tym samym nie oddziałuje destrukcyjnie na rentowność branży. Polega przede wszystkim na rozwoju wąsko profilowanych formatów muzycznych CHR. Jeśli chodzi o serwisy informacyjne, publicystykę, reportaże, analizy i komentarze, obserwuje się upraszczanie i ujednolicanie zawartości. Wynika to z tendencji do ograniczania kosztów przez nadawców radiowych i ukierunkowania na rozwój formatów muzycznych.

Na radiowym rynku reklamowym konkurencja rozgrywa się między czterema głównymi grupami radiowymi. Ma ona agresywny, cenowy charakter. Duże natężenie konkurencji wymusza stosowanie wysokich, kilkudziesięcioprocentowych rabatów, co obniża rentowność branży. Nawet ewentualna poprawa czynników makroekonomicznych, koniunktury gospodarczej, wzrost wartości rynku reklamowe-

go nie musi się więc od razu przekładać na znaczącą poprawę rentowności grup radiowych.

Do najważniejszych sił działających na rynkach reklamy radiowej i słuchalności programów radiowych (w układzie pięciu sił Portera) możemy zaliczyć: siły przetargowe nabywców, bariery wejścia oraz substytuty²⁰.

Siły przetargowe nabywców na rynku reklamy radiowej tworzą reklamodawcy. Ich pozycja negocjacyjna w stosunku do domów mediowych, brokerów i grup radiowych jest mocna. Reklamodawcy mogą bowiem wybierać między segmentami rynku medialnego (telewizją, gazetami, czasopismami, internetem i radiem). Na rynku radiowym konkurencja o reklamodawców jest bardzo duża. Każde pogorszenie koniunktury gospodarczej rzutuje negatywnie na dynamikę wzrostu wartości rynku reklamowego, gdyż reklamodawcy w pierwszej kolejności obniżają wówczas wydatki na reklamę. Jednocześnie wzmacnia to ich siłę przetargową w stosunku do nadawców. Grupy radiowe usiłują tę siłę zneutralizować poprzez rozwój strategii relacyjnych (np. budowę pakietów z konkurencyjnymi nadawcami), jednak te działania są niewystarczające, o czym mogą świadczyć bardzo wysokie rabaty stosowane przy sprzedaży czasu antenowego.

Ważną siłą przetargową na rynku słuchalności programów radiowych są substytuty. Pojawiają się one w wyniku rozwoju technologicznego i zmian w zachowaniach młodszych grup odbiorców (w wieku 15–24 lat), którzy coraz częściej słuchają muzyki, wykorzystując do tego internet, lub rezygnują ze słuchania tradycyjnego radia, ograniczając się jedynie do podcastingu, czyli ściągania plików mp3, np. na telefony komórkowe lub tablety.

Jak przewiduje Stanisław Jędrzejewski, pod wpływem nowych technologii zmieni się

²⁰ Do pięciu sił działających w każdej branży zaliczamy: bariery wejścia, bariery wyjścia, siły przetargowe dostawców, siły przetargowe nabywców, substytuty. Patrz: M.E. Porter, *Pięć sił konkurencyjnych kształtujących strategię*, [w:] *O strategii*, red. prowadzący P. Kubisiak, Warszawa 2012, s. 47.

obecne pojmowanie radia. Tradycyjne pojęcie radia – jako elementu broadcastingu – oznaczało transmisję fal (sygnału) radiowego skierowanego do szerokiego odbiorcy w różnych formach przekazu informacji, edukacji i rozrywki. Obecnie radio to także radio online, w szczególności radio na żądanie, e-radio (radio wzbogacone), i-radio (radio interaktywne) itd. W każdym razie, coraz częściej pojęcie radia łączy się z przekazem multimedialnym w internecie, innymi systemami online czy telefonem²¹.

Nadawcy radiowi muszą pilnie śledzić pojawianie się substytutów, a nawet zajmować się ich wytwarzaniem. Chodzi m.in. o obecność grup radiowych w internecie. Działania takie są podejmowane. Trzeba jednak pamiętać, że tworzenie internetowych platform muzycznych wiąże się z wejściem przez grupy radiowe w nowy, trudny obszar konkurencyjny.

Siłą oddziaływującą korzystnie na grupy radiowe są stosunkowo wysokie bariery wejścia na rynek radiowy. Chronią one nadawców przed pojawieniem się nowych konkurentów. Jednak o wiele groźniejsze dla grup radiowych może być nasilenie się konkurencji w obszarze rynku internetowego.

Duże nasilenie konkurencji cenowej i pozacenowej na rynku radiowym powoduje, że nawet wzrost przychodów grup radiowych nie musi oznaczać dobrych perspektyw odnośnie do rentowności. W tabeli 6 przedstawiono podstawowe dane finansowe największych grup radiowych w 2010 r.

Największe wpływy finansowe w 2011 r. osiągnęło Polskie Radio – ponad 220 mln zł. Na drugim miejscu znalazła się grupa RMF FM z przychodami 155,4 mln zł. Grupy te jest jednak trudno porównywać ze względu na inną strukturę wpływów – radio publiczne jest zasilane wpływami z abonamentu, podczas gdy RMF FM i inne komercyjne grupy radiowe bazują głównie na wpływach reklamowych. Polskie Radio realizuje misję publiczną i nie formatuje swoich stacji. Brak formatowania muzycznego powoduje nieporównanie mniejsze wpływy reklamowe nadawcy publicznego w stosunku do innych grup. Stąd też ujemny wynik na sprzedaży (– 32,8 mln zł). Istotne są również duże różnice w wynikach finansowych osiągniętych przez komercyjne grupy radiowe. Grupa RMF FM, która jest liderem na radiowym rynku reklamowym i na rynku słuchalności, osiągnęła najwyższy wynik finansowy na sprzedaży – 52,6 mln zł. Pozostałe grupy komercyjne pod tym względem miały o wiele gorsze wyniki.

Podane wielkości świadczą o dużej intensywności konkurencji na rynku radiowym. Jedynie grupa RMF FM osiągnęła wysoki wynik na sprzedaży, sytuacja pozostałych grup była znacznie trudniejsza. Taka sytuacja powoduje również obniżenie jakości programów radiowych. Są one krytykowane za nadmiar muzyki, ograniczanie serwisów informacyjnych, publicystyki, reportażu, unikanie promowania wyższej kultury itd.

Tabela 6. Wyniki finansowe grup radiowych w 2011 r. (w tys. zł)

	Polskie Radio	RMF FM	Eurozet	Agora	Time
Przychody z działalności operacyjnej	220 733,5	155 463,7	95 512,3	60 226,0	41 830,4
Koszty działalności operacyjnej	253 591,1	102 809,2	90 626,1	52 385,0	35 370,5
Wynik na sprzedaży	– 32 860,6	52 654,5	4 886,2	7 841,0	6 459,9

Źródło: Opracowanie Biura KRRiT na podstawie sprawozdań finansowych za 2011 r., www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2013/informacja_krrit_2013.pdf [dostęp: 29.04.2013].

²¹ S. Jędrzejewski, *Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej*, Kraków 2010, s. 212.

Jak zauważa Wojciech Markiewicz, podstawa klasyfikacji typów radia widoczna jest choćby w zakresie znaczeniowym angielskiego słowa *broadcast* (rozszerzać coś, szerzyć, przekazywać coś pod specjalny adres). Dlatego radio, które „nadaje” swój program, uznawane jest na rynku za bardziej ambitne. Całkiem inny typ to radio, które „gra” (*play*), przekazuje porcję dźwięku. Słowo to określa typ radia mniej ambitnego²².

Nastawienie na muzykę, ograniczanie „nadawania” wynika w dużej mierze z pogoni grup radiowych za coraz większymi przychodami i zyskami. Ten drugi cel staje się jednak coraz mniej osiągalny dla większości nadawców. Co więc należałoby zrobić, by zwiększyć dochodowość branży, żeby silna konkurencja między grupami radiowymi nie wyniszczała ich finansowo? Najwłaściwszym rozwiązaniem wydaje się być wspólne działania grup radiowych o większe wpływy reklamowe. Chodzi o przekonanie reklamodawców, domów mediowych, że reklama radiowa ma bardzo wiele zalet, jest tania, można jej słuchać „w tle” itd. Wydaje się, że jest to najbardziej właściwa droga do tego, by zwiększyć pulę zysków w tej branży, co z kolei stwarzałoby przesłanki do

poprawy jakości programów radiowych rozumianej jako zwiększanie udziału słowa mówionego, analiz, komentarzy, reportażu i wysokiej kultury.

Podsumowanie

Konkurencja na rynku reklamy radiowej ma agresywny, cenowy charakter, co niekorzystnie wpływa na rentowność branży. Głównymi konkurentami są cztery największe grupy radiowe (Grupa RMF, Eurozet, Agora, Time), a podstawowym narzędziem konkurencji rozwój pakietyzacji reklam. Pozycja Polskiego Radia na rynku reklamowym jest zdecydowanie słabsza.

Konkurencja na rynku słuchalności programów radiowych ma pozacenowy charakter, jej największe natężenie występuje w układzie: stacje ogólnopolskie – stacje sieciowe i rozgrywa się w największym stopniu na rynkach aglomeracji.

Grupy radiowe powinny rozwijać strategie relacyjne w celu zwiększenia siły przetargowej w rywalizacji zwłaszcza z nadawcami telewizyjnymi o większy udział w rynku reklamowym. Jest to droga do zwiększenia rentowności branży i poprawy jakości programów radiowych.

²² W. Markiewicz, *Radio – świat z dźwięków*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego, wyd. 2 zm. i rozsz., Kraków 2008, s. 318.

◀||| Obszary konkurencji na rynku radiowym

Areas of Competition on the Radio Market

Ryszard Żabiński

SŁOWA KLUCZOWE

rynek radiowy, konkurencja, marketing, strategie marketingowe, rynek reklamy radiowej

STRESZCZENIE

W artykule przedstawiono zagadnienia dotyczące intensywności konkurencji na rynku radiowym i wpływu tego zjawiska na strategie marketingowych grup radiowych, ekonomikę branży, jakość programów radiowych i perspektywy rozwoju rynku. Konkurencja na rynku reklamy radiowej stała się agresywna, o charakterze cenowym, która nie wpływa pozytywnie na rentowność branży. Podstawowym narzędziem konkurencji jest rozwój reklamy pakietowej. Konkurencja na rynku słuchalności programów radiowych nie ma charakteru cenowego. Jest ona najsilniejsza wśród stacji ogólnopolskich i sieciowych. Grupy radiowe powinny rozwijać strategie relacyjne w celu zwiększenia siły przetargowej w rywalizacji z nadawcami telewizyjnymi. Jest to droga do zwiększenia rentowności branży i poprawy jakości programów radiowych.

KEY WORDS

radio market, competition, marketing, marketing strategies, radio advertisement market

ABSTRACT

The article presents issues concerning the intensity of competition on the radio market and the impact of this phenomenon on the marketing strategies of radio groups, economics of the industry, quality of radio programmes and perspective of market development. Competition on the radio advertisement market has become aggressive, with a price character that does not have a positive impact on the profitability of the industry. The basic tool of competition is the development of packetized advertising. Competition on the market of radio listening figures does not have a price character. It is the strongest among nationwide stations and network stations. Radio groups should develop relational strategies in order to extend bargaining power in competing with television broadcasters. It is a way to improve the profitability of the industry and the quality of radio programmes.

Nowe media



New media



Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych.

Część 1. Blogi, fora, analiza sentymentów

Włodzimierz Gogolek, Paweł Kuczma

Korzystanie z zasobów internetu, a w szczególności sieci społecznościowych i tradycyjnych form internetowej dystrybucji informacji medialnych, staje się ważnym źródłem informacji dla badań społecznych, a szczególnie dziennikarstwa. Ów potencjał informacyjny jest pochodną komunikacyjnej siły internetu oraz potęgi dostępnych w nim zasobów informacyjnych i usługowych. Już w 2010 r. po raz pierwszy suma cyfrowych informacji wyprodukowanych na świecie w ciągu jednego roku przekroczyła jeden zeta bajt (10^{21}). Zasoby o tej skali, znane jako Big Data – ogromne nieustrukturyzowane hurtownie danych – przekroczyły krytyczną wielkość¹. Stworzyły one nowy wymiar wartości i atrakcyjności zasobów informacyjnych do wszelkiego rodzaju badań, w tym związanych z badaniami społecznymi. Krytyczna wielkość oznacza nikłą użyteczność konwencjonalnych narzędzi do analizy tak du-

zych baz danych. Stanowi to uzasadnienie rozpoczęcia prac nad eksploracją/specjalistyczną analizą Big Data. Wyniki uzyskane z analizy Big Data tworzą wcześniej nieosiągalne źródła danych, których kreowanie może być postrzegane jako nowa faza rozwoju aplikacji IT (narzędzi i cyfrowych sieci wymiany informacji)².

Umiejętna analiza Big Data pozwala na precyzyjniejsze, w stosownym czasie, udostępnianie potrzebnych, krytycznych, a nawet wiarygodnie prognozujących informacji³. Pozwolą one doskonalić i rozwijać nowe generacje produktów i usług wykorzystywanych przez media.

Znaczącą część Big Data tworzą zasoby internetu, w tym sieci społecznościowe. Dane tego typu są tworzone przez i o indywidualnych użytkownikach sieci społecznościowych (blogi, posty, portale, maile czy strumień zapytań kierowanych do internetu), profesjonalne

¹ A. Beck, *Big Data Is Never Too Big When You Can Act On It*, www.clickz.com/print_article/clickz-column/2171482/act?wt.mc_ev=click&WT.src=Email&utm_term=&utm_content=Print%20version&utm_campaign=05%2F02%2F12%20-%20Behavioral%20Marketing&utm_source=ClickZ%20Media&utm_medium=Email [dostęp: 22.04.2013].

² *Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*, McKinsey Global Institute, www.mckinsey.com/insights/business_technology/big_data_the_next_frontier_for_innovation [dostęp: 22.04.2013].

³ D. Copeland, *Harvard Researcher Uses Social Media To Predict Stock Market Volume*, http://readwrite.com/2012/02/08/harvard_researcher_uses_social_media_to_predict_st [dostęp: 20.04.2013].

publikacje i inne bogate zasoby informacyjne⁴. Interesującą częścią Big Data są zasoby ukryte w sieci (Dark Net) – Deep Web i pNet zbudowane na bazie P2P – nazywane F2F (przyjaciel do przyjaciela), np. Freenet. Zasoby te są tysiąc razy większe od dostępnych w tradycyjnej, indeksowanej przez wyszukiwarkę sieci WWW⁵.

Przyjęto, iż zasoby zgromadzone w Big Data tworzą informacje źródłowe, a wynik ich analizy to informacje wtórne. Proces owej analizy określany jest jako rafinacja informacji sieciowych (rafinacja).

Rafinacja

Jednym z ugruntowanych już filarów rafinacji jest *culturomics*, będąca „formą obliczeniowej leksykologii badającej ludzkie zachowania i tendencje kulturowe poprzez analizę ilościową zdigitalizowanych tekstów. Naukowcy eksplorują (*data mining*)⁶ ogromne archiwa cyfrowe w celu zbadania zjawisk kulturowych poprzez ich odzwierciedlenie w języku i sposobie użycia wyrazów”⁷. Korzystanie z narzędzi *culturomics* sprawnie sygnalizuje ważne zmiany kulturalne, naukowe i historyczne. Rafinacja pozwala na dostrzeganie w ukrytych zasobach

informacji pierwotnych (Big Data) – informacji wtórnych. Jest jak mikroskop umożliwiający pełniej oglądać i mierzyć rzeczy – na poziomie zarówno poszczególnych jednostek, jak i grup społecznych. Jest to rodzaj rewolucji w pomiarach. Uzyskane dzięki owym pomiarom dane tworzą obraz potrzeb i zachowań indywidualnych użytkowników, ale także społeczności jako całości.

Do rafinacji zasobów sieciowych mogą być bezpośrednio użyte takie narzędzia, jak np.: Attentio, Radian⁶, Sysomos, NetBase, Collective Intellect, Alterian, Google Alerts. Rafinację sieciową skutecznie przeprowadza się, wykorzystując Attentio Brand Dashboard⁸. Dowodzą tego wyniki badań dynamiki zmian obrazu informacyjnego kandydatów w wyborach prezydenckich 2010 r.⁹ Innym profesjonalnym narzędziem rafinacji jest Summary of World Broadcasts (SWB) – usługa sieciowa monitorująca serwisy informacyjne. Umożliwia ona monitorowanie pełnych tekstów i streszczeń artykułów prasowych, materiałów konferencyjnych, materiałów telewizyjnych i radiowych oraz innych nieklasyfikowanych raportów technicznych (szarej literatury) w 130 językach¹⁰.

⁴ S. Stephens-Davidowitz, *Google's Crystal Ball*, <http://campaignstops.blogs.nytimes.com/2012/10/20/google-crystal-ball/> [dostęp: 20.04.2013].

⁵ W. Boswell, *Five Search Engines You Can Use to Search the Deep Web*, <http://websearch.about.com/od/invisibleweb/tp/deep-web-search-engines.htm> [dostęp: 31.03.2012].

⁶ *Data mining* – „eksploracja danych (spotyka się również określenie drążenie danych, pozyskiwanie wiedzy, wydobywanie danych, ekstrakcja danych) – jeden z etapów procesu odkrywania wiedzy z baz danych (ang. Knowledge Discovery in Databases, KDD). Idea eksploracji danych polega na wykorzystaniu szybkości komputera do znajdowania ukrytych dla człowieka (właśnie z uwagi na ograniczone możliwości czasowe) prawidłowości w danych zgromadzonych w hurtowniach danych”, por. http://pl.wikipedia.org/wiki/Eksploracja_danych [dostęp: 20.04.2013].

⁷ Określenia *culturomics* użyli po raz pierwszy w końcu 2010 r. badacze z Uniwersytetu Harvarda Jean-Baptiste Michel i Erez Lieberman Aiden w artykule *Quantitative Analysis Of Culture Using Millions Of Digitized Books*, „Science” Vol. 331 (2011), nr 6014, s. 176–182, www.sciencemag.org/content/331/6014/176 [dostęp: 1.06.2011].

⁸ *Attentio Brand Dashboard – monitoring mediów społecznościowych*, www.blog.mediafun.pl/attentio-brand-dashboard-monitoring-mediow-spolesnosciowych/ [dostęp: 20.04.2013], zob. też stronę firmy Attentio – <http://attentio.com/>.

⁹ P. Kuczma, W. Gogołek, *Informacyjny potencjał sieci – na przykładzie wyborów prezydenckich 2010*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 4, s. 35–49.

¹⁰ K.H. Leetaru, *Culturomics 2.0: Forecasting large-scale human behavior using global news media in time and space*, „First Monday” Vol. 16 (2011), nr 9, www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3663/3040 [dostęp: 20.04.2013].

Cel i zakres badania

Mając na uwadze potencjał Big Data, powtarzające się zapotrzebowania na bieżące informacje związane z wyborami na skalę krajową, w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego w ramach jednej z prac badawczych przyjęto jako przedmiot i jednocześnie cel badań ilustrujących potencjał rafinacji sieciowej wskazanie i weryfikację narzędzi obróbki informacji umożliwiających ocenę bieżących preferencji wyborczych przed wyborami parlamentarnymi w Polsce w 2011 r. Podstawą do osiągnięcia założonego celu była ocena danych ilościowych i jakościowych oraz dynamika zmian treści ukazujących się w mediach społecznościowych oraz w sieciowych wydaniach niektórych gazet.

Równoległym celem badań było zarysowanie metodologii stanowiącej podstawowy element rafinacji sieciowej. Metodologia ta posłużyła do poszukiwania wspomnianych ocen preferencji wyborczych na podstawie informacji pozyskiwanych z sieci.

Osiągnięcie założonych celów pozwoliło wskazać sposób kreowania miarodajnego źródła danych wspomagających diagnozowanie stanu i dynamiki zmian obrazu informacyjnego aktywności komitetów wyborczych (partii politycznych) biorących udział w wyborach. Wiedza ta może stanowić wartościowe źródło informacji o przebiegu kampanii wyborczej dla mediów, zainteresowanych osób i grup społecznych.

Podobne badanie zostało przeprowadzone w 2010 r. przy okazji wyborów prezydenckich¹¹. Jego wyniki w pełni potwierdziły zasadność kontynuowania ścieżki badawczej opartej na rafinacji informacji sieciowych¹².

Przyjęto następującą hipotezę: rafinacja sieci umożliwi bieżący, wiarygodny monitoring

zmiennych opisujących preferencje wyborcze Polaków w okresie poprzedzającym wybory parlamentarne w 2011 r.

Hipoteza ta jest równoznaczna z twierdzeniem, że treści w sieci, szczególnie w mediach społecznościowych, są odzwierciedleniem rzeczywistych postaw użytkowników i mogą zapowiadać ich realne działania, takie jak oddanie głosu na kandydata, partię, wybór określonej odpowiedzi w referendum. Istnieje tym samym statystyczna zależność między ilościowymi miarami treści powstających w sieci a preferencjami politycznymi, których efektem jest wybór określonej opcji politycznej.

Do badania zostały zakwalifikowane komitety wyborcze powiązane z partiami/środowiskami politycznymi, których członkowie zasiadali w Sejmie RP 1 stycznia 2011 r. (w tym nowo powstałe twory polityczne obecne w sejmie związane z posłem Januszem Palikotem i Joanną Kluzik-Rostkowską), czyli: Platforma Obywatelska RP (PO), Polskie Stronnictwo Ludowe (PSL), Prawo i Sprawiedliwość (PiS), Sojusz Lewicy Demokratycznej (SLD), Polska Jest Najważniejsza (PJN)¹³ i Ruch Palikota (RP)¹⁴.

W celu dokonania ilościowej oceny krotkości występowania nazw partii w tekstach zamieszczanych w sieci wyróżniono odpowiednie konteksty. Były nimi klucze (zwroty/słowa) związane z rządem i jego funkcjami oraz kompetencjami poszczególnych ministerstw¹⁵, przyjęte jako konteksty merytoryczne: 1) edukacja, 2) finanse, 3) gospodarka, 4) infrastruktura, 5) kultura, 6) nauka i szkolnictwo wyższe, 7) obrona, 8) praca i polityka społeczna, 9) rolnictwo, 10) rozwój regionalny, 11) Skarb Państwa, 12) sport i turystyka, 13) sprawiedliwość, 14) sprawy wewnętrzne i administracja, 15)

¹¹ P. Kuczma, W. Gogołek, *Informacyjny potencjał...*

¹² Zawarte w tekście analizy i wnioski opracowane zostały przez W. Gogołka na podstawie danych źródłowych zebranych, zweryfikowanych i odpowiednio przetworzonych przez P. Kuczmę.

¹³ Polska Jest Najważniejsza została zarejestrowana jako partia polityczna 17 marca 2011 r.

¹⁴ Wcześniej Ruch Poparcia, a jako partia Ruch Palikota został zarejestrowany 1 czerwca 2011 r.

¹⁵ Na podstawie struktury Rady Ministrów za: Postanowienie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 16 listopada 2007 r. nr 1131-50-07 o powołaniu w skład Rady Ministrów, M.P. 2007, nr 87, poz. 947.

sprawy zagraniczne, 16) środowisko oraz 17) zdrowie. Słowa opisujące kompetencje każdego z ministerstw zostały oparte na kompetencjach ministerstw zapisanych w ich statutach¹⁶.

Drugą grupę kontekstów – konteksty medialne – stanowią te, które związane są z bieżącymi wydarzeniami relacjonowanymi w mediach. Zostały one wyłonione na podstawie formalnej analizy treści prasowych (przy użyciu programu QDA Miner v3.2 wraz z WordStat 6.0.1)¹⁷ z największych polskich dzienników opiniotwórczych (w wersji elektronicznej)¹⁸ o odmiennym profilu politycznym: „Gazety Wyborczej” oraz „Rzeczpospolitej”. Do tej analizy wykorzystano elektroniczną wersję dzienników dostępnych za pomocą wyszukiwarki Factiva¹⁹. Artykuły pochodziły z okresu 1–28 lutego 2011 r., czyli z miesiąca poprzedzającego rozpoczęcie właściwego badania. Wszystkie artykuły wraz tytułami przeanalizowano pod względem ilościowym. Otrzymano w ten sposób listę 39 153 słów. Spośród nich wybrano 1000 słów, które powtarzały się statystycznie istotnie najczęściej – przynajmniej 32 razy we wszystkich analizowanych artykułach²⁰. Ponieważ wśród analizowanych słów niektóre powtarzały się (np. w różnych przypadkach lub pojawiały się wyrazy bliskoznaczne w badanym zbiorze), wyodrębniono osiem grup/zbiorów słów, zwanych grupami kontekstów. W wyniku tej analizy wyłoniono następujące grupy kontekstów medialnych: 1) UE (Unia Europejska) – w tym m.in. takie słowa, jak unia, UE, europej-

ski, prezydencja, Europa; 2) katastrofa (smoleńska) – katastrofa, smoleńska, Rosja, MAK, tragedia, tupolew, zamach; 3) władza – rząd, zarząd, władza, sejm, lider, prezydent; 4) media – media, gazeta, TVP, TVN, telewizja; 5) pieniądze – pieniądze, finanse, budżet, NBP; 6) reformy – reformy; 7) kościół – kościół; 8) prawo – prokuratura, prawo, ustawa, sąd, trybunał itp.

Uzyskane w ten sposób konteksty medialne zostały użyte do analizy merytorycznego charakteru kampanii wyborczej w 2011 r. Jej celem była próba odpowiedzi na pytanie, czy w treściach dostępnych online, intensywniej w sensie ilościowym, reprezentowane są konteksty merytoryczne czy konteksty medialne²¹.

W trakcie badania zasadniczego analizowane były treści publikowane w mediach społecznościowych (fora internetowe, blogi, Facebook, Twitter), gdzie treści tworzone są przez samych użytkowników, i w serwisach informacyjnych, tworzonych przez profesjonalne redakcje. Przyjęto, iż pojedynczy wpis, rekord, fragment blogu, pobrany z sieci do dalszej analizy, nazywany będzie terminem: ‘wpis’.

Rafinację danych z zasobów sieciowych przeprowadzono na zbiorach opublikowanych od 1 marca do 17 października 2011 r. Monitoring, archiwizację oraz wstępną analizę kontekstową treści publikowanych w sieci wykonano za pomocą narzędzia Attentio Brand Dashboard. Dane zostały wyróżnione na podstawie słów kluczowych (w tym przypadku – kontekstów) opisujących badane partie polityczne²².

¹⁶ Spis statutow zob. www.id.uw.edu.pl/zasoby/profile/59/Aneks_nr_2-Wykaz_statutow_ministerstw.pdf [dostęp: 23.04.2013].

¹⁷ Programy dostępne na stronie: www.provalisresearch.com/Download/download.html [dostęp: 31.05.2010]. Używana była wersja testowa.

¹⁸ „Gazeta Wyborcza” i „Fakt” to najchętniej czytane dzienniki, www.wirtualnemedia.pl/artukul/gazeta-wyborcza-i-fakt-to-najchetniej-czytane-dzienniki# [dostęp: 24.05.2010].

¹⁹ https://han.buw.uw.edu.pl/han/ISIEM/site.securities.com/search/pub_search.html?pc=PL&sv=EMIS [dostęp: maj 2010].

²⁰ W związku z tym, że słowo na miejscu 1000. miało częstotliwość występowania 32, do analizy włączono wszystkie słowa z częstotliwością przynajmniej 32. Było ich w sumie 1016.

²¹ Wyniki tych badań zostaną opublikowane w drugiej części opracowania *Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych. Konteksty medialne i merytoryczne*.

²² Definicja monitorowanych słów została zamieszczona w Aneksie opublikowanym na stronie: www.id.uw.edu.pl/zasoby/profile/59/Aneks_nr_1-definicja_wyszukiwania.pdf.

Badaniu zostały poddane następujące wskaźniki pozyskane z analizy treści w sieci:

- ilość treści o danej partii,
- trendy/dynamika zmian ilości treści²³,
- ocena jakościowa, czyli wyniki analizy kontekstów, w których pojawiają się treści dotyczące partii, oraz zabarwienie treści, czyli sentyment – ilościowy podział treści na pozytywne lub negatywne.

Wskaźnik ilości treści został opracowany na podstawie liczby wszystkich wpisów/informacji w plikach zebranych przez Attentio Brands Dashboard, pochodzących ze źródeł online dotyczących danej partii oraz kontekstów. Wpisy zawierały treści uzyskane z for, blogów, Facebooka, tweetów i artykułów gazetowych.

Ocena dynamiki zmian i trendów dotyczących treści/wyszukiwania została dokonana na podstawie liczby wpisów dotyczących partii w zależności od kontekstów i sentymentów w analizowanym czasie.

Ocena jakościowa została przeprowadzona w dwóch kategoriach. Pierwszą z nich była wstępna analiza kontekstowa polegająca na pogrupowaniu pozyskanych w wyniku monitoringu treści w konteksty na podstawie listy kontekstów merytorycznych i medialnych omówionych powyżej. Drugą była – przeprowadzona równoległe z analizą kontekstową – wstępna analiza sentymentów rozumiana jako wyróżnianie wpisów, które zawierały dowolną nazwę partii oraz słowo uznane jako „sentyment”. Ze względu na wagę analizy sentymentów stanowi ona odrębną część całego badania. Wyróżnienia słów uznanych za ‘sentymenty’, w związku z brakiem autorytatywnej listy ta-

kich słów polskich, wykonano na bazie listy wyrażeń nasyconych emocjonalnie ANEW 2012²⁴. Spośród 1031 słów z tego zbioru wybrano słowa skrajnie pozytywne i skrajnie negatywne, a wśród nich te, które w przywołanym zbiorze występowały najczęściej. Słowa te przetłumaczono następnie na język polski²⁵, rozszerzając, w razie potrzeby, ich znaczenie, np. przy tłumaczeniu słowa ‘love’ użyto zarówno formy ‘miłość’ – rzeczownik, jak i ‘ko-

Tabela 1. Lista słów pozytywnych i negatywnych wraz z częstotliwością ich występowania we wpisach

Słowa	Częstotliwość
Słowo pozytywne	
pewny	930
wygrać, wygrana	869
ceł	840
samochód	769
entuzjasta, entuzjizm	573
dziwić, zadziwiać	500
zysk, zyskiwać	407
sukces	397
okazja	341
impreza, przyjęcie	312
zabawa, zabawka	311
miłość, kochać	306
lubić	299
bogaty, bogactwo	297
Słowo negatywne	
winien, winny, wina	616
wojnę	516
trudno, trudny	396
śmierć	345
niszczyć, zniszczenia	344
katastrofa	308
najgorszy, pogarszać	279
wypadek	275
bankrut, bankructwo, upadek, upadłość, bankrutować, upadać	247

²³ Pod tym pojęciem rozumiane są relacje między ilością treści dotyczących poszczególnych kandydatów w badanym okresie.

²⁴ M.M. Bradley, P.J. Lang, *Affective Norms for English Words (ANEW)*. Lista wszystkich słów nie jest publicznie dostępna. Została uzyskana na specjalną prośbę autorów od jej twórców z The Center for the Study of Emotion and Attention z Uniwersytetu Florydy, <http://csea.phhp.ufl.edu/media/anevmmessage.html> [dostęp: 2.04.2013].

²⁵ Tłumaczenie zbioru ANEW zostało dokonane za pomocą usługi webowej Google Translate (<http://translate.google.com/>).

chać' – czasownik itd. Słowa wykorzystane do analizy zawiera tabela 1.

Filtrowanie wpisów związanych z określoną partią

Pierwszy etap filtrowania

W związku z tym, że monitoring pozyskanych online treści przyniósł wyniki pokazujące ponadstandardową przewagę Platformy Obywatelskiej w liczbie wyróżnionych wpisów, została przeprowadzona dodatkowa analiza pozyskanych wpisów polegająca na zwiększeniu trafności w przypisaniu wpisów do odpowiedniej partii. W tym celu został napisany program²⁶, który składa się z dwóch modułów. Pierwszy konwertuje dane pozyskane z monitorowania źródeł online za pomocą aplikacji Attentio. Konwersja służy przygotowaniu pliku do etapu weryfikacji w module drugim i nie wpływa na treść konwertowanego pliku. Drugi moduł weryfikuje, czy w treści i tytule wpisu znajdują się odniesienia do partii, której dany wpis został przyporządkowany. Do tego celu wykorzystano stosowne wzorce wariacji/odmian (wynikających m.in. z gramatyki polskiej) nazw partii.

Drugi etap filtrowania

Filtrowanie pierwszego etapu nie zapewniło zadawalających efektów, zwłaszcza w odniesieniu do wpisów dotyczących Platformy Obywatelskiej – w dużej części wpisy przyporządkowywane tej partii jej nie dotyczyły z powodu wielokrotnego występowania przyimka 'po'. Stanowiło to konieczności uruchomienia drugiego stopnia weryfikacji treści.

W celu precyzyjniejszego automatycznego wybierania wpisów dotyczących wyróżnionych partii – np. skrótowca partii PO i odróżniania go od przyimka 'po', opracowany został odpowiedni program analizujący dane wejścio-

we pod kątem wspólnego występowania wyznaczonych słów i zbioru wyrazów je określających²⁷. Zliczane były wystąpienia tychże wyrazów wraz z wyznaczonymi słowami w polach tekstowych zawierających istotne z punktu widzenia analizy dane.

Do analizy występowania poszukiwanych słów program wykorzystuje wyrażenia regularne. Dane wejściowe poddawane są filtrowaniu przed rozpoczęciem analizy. Filtrowanie obejmuje usunięcie formalnych sekwencji znaków, które znalazły się w zbiorze danych uzyskanym po wstępnej analizie kontekstowej (znaczniki html, encje html, sekcje „script”), zamianę wielokrotnych białych znaków na pojedyncze spacje, zamianę wielokrotnych znaków interpunkcyjnych na pojedyncze oraz usunięcie zbędnych spacji przed znakami interpunkcyjnymi.

Program zlicza wspólne wystąpienia każdego wzorca nazwy partii z każdym wzorcem określającym sentyment/emocję (konteksty były definiowane na etapie pozyskiwania treści z sieci). Dodatkowo określono limit znaków, w obrębie którego musi znaleźć się wzorec partii, sentymentu, aby taka para została zliczona. Przyjęta liczba 30 znaków jest połową średniej liczby znaków zdania w języku polskim. Badania sondażowe dowiodły, iż wielkość ta jest optymalna i pozwala w ten sposób wyróżnione wpisy uznać za związane z partią i przyjętym wzorcem (kontekstem, sentymentem). Wzorce kontekstów i sentymentów zliczane są dla lewostronnych i prawostronnych wystąpień względem wzorca nazwy partii.

Wzorce używanych w mediach społecznościowych nazw partii określono na podstawie najczęściej występujących (również kolokwialnych i pejoratywnych) określeń partii występujących w mediach społecznościowych. W tym celu stworzono plik wzorców nazw partii.

²⁶ Autorem tego programu jest Marcin Łączyński.

²⁷ Autorem programu jest Piotr Celiński, pgc@post.pl.

Określenie partii składa się z nazwy, która znajdzie się w pliku wyjściowym, oraz wzorca wyrażenia regularnego opisującego możliwe nazwy (i ich warianty oraz odmiany) występujące w mediach społecznościowych.

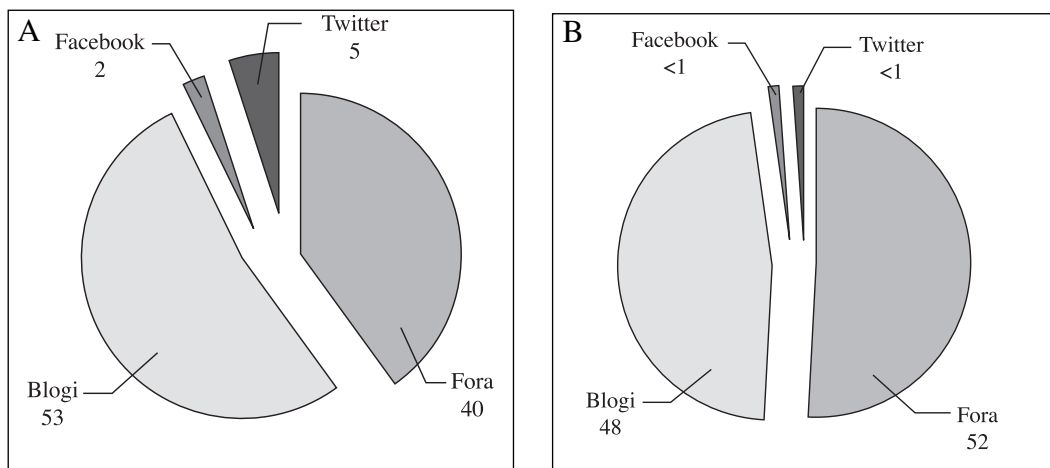
Definicja nazw partii zakłada dla każdej z partii uwzględnienie ich skrótowców, czyli PiS, PjN, PO, PSL, RP, SLD, pisanych wielkimi i małymi literami²⁸ oraz odmiany nazw partii, czyli np. dla partii Polskie Stronnictwo Ludowe definicja uwzględnia następujące słowa kluczowe: PSL, psl, PsL, Psl, pSl, psL, Polskie Stronnictwo Ludowe i odmiany tej nazwy przez wszystkie, występujące w języku polskim, przypadki w liczbie pojedynczej, czyli: polskie stronnictwo ludowe, polskiego stronnictwa ludowego, polskiemu stronnictwu ludowemu, polskim stronnictwem ludowym, polskim stronnictwie ludowym, a także występujące we wszystkich przypadkach liczby mnogiej sformułowanie, którym członkowie tej partii są me-

dialnie określane, czyli: ludowcy, ludowców, ludowcom, ludowcach, ludowcami (również pisane wielką lub małą literą). Analogiczne definicje zostały stworzone dla pozostałych partii.

Dane wejściowe

Dane wejściowe do pierwszego etapu rafinacji obejmowały wszystkie dostępne, związane z partiami politycznymi w okresie: marzec – wrzesień 2011 r., zasoby informacyjne forów, blogów, Facebooka, Twittera i sieciowe portale informacyjne²⁹.

Za pomocą narzędzia Attentio w pierwszym etapie pozyskano z portali społecznościowych 1 418 267 wpisów, z tego 565 868 z forów, 754 850 z blogów, 23 882 z Facebooka i 73 667 z Twittera. W etapie następnym, po pierwszym etapie filtrowania treści, zostało 339 403 wpisów, z czego 175 356 z forów, 162 527 z blogów, 197 z Facebooka i 1323 z Twittera.



Wykres 1. Rozkład liczb wpisów z portali społecznościowych A – przed filtrowaniem i B – po filtracji (w proc.)

Źródło: Obliczenia własne.

²⁸ Wyjątek stanowi skrótowiec PO pokrywający się z przyimkiem 'po', co już wyżej wyjaśniono.

²⁹ Liczba pozyskanych wpisów z niektórych gazet online w pierwszym etapie filtrowania przekroczyła 550 000, a w następnym – 100 000. Szczegółowe dane uzyskane z gazet online i wyniki ich analizy zostaną przedstawione w drugiej części opracowania w odrębnym artykule.

Ze względu na względnie małe liczby wpisów na Facebooku i Twitterze, dane pozyskane z tych źródeł nie podlegały dalszej analizie.

W związku ze względnie dużymi wielkościami pozyskanych danych źródłowych do obliczeń związanych z wyróżnieniami wpisów – pierwszy etap rafinacji – konieczne było użycie komputera o dużej mocy obliczeniowej³⁰. Do analizy wpisów wykorzystywano m.in. komputer Boreasz – IBM Power 775 udostępniony w ramach Programu Obliczeń Wielkich Wyzwań Nauki i Techniki (POWIEW) oraz serwery Instytutu Dziennikarstwa UW.

Istotnym fragmentem procedury wykorzystania danych źródłowych do dalszych badań było wskazanie zmiennych niezależnych. Stanowiły one punkt odniesienia do oceny wiarygodności uzyskanych wyników rafinacji. Przyjęto, iż owe zmienne tworzą:

- koszty poniesione przez partie na kampanię wyborczą (tabela 2),
- liczby głosów oddanych na poszczególne partie (tabela 3),
- wyniki sondaży przedwyborczych CBOS (tabela 4).

Tabela 2. Koszty kampanii (w złotych)

	PO	PiS	RP	SLD	PSL	PJN
Utworzenie i utrzymanie strony internetowej	60 709,57	924	2 076,98	108 100,52	41 572,90	20
Korzystanie ze środków masowego przekazu i nośników plakatów	15 881 840,10	16 224 914	572 172,52	14 334 58,14	5 018 560,83	647 485,71
Reklama w internecie (koszt usługi emisji)	2 206 623,42	1 170 403	52 438,76	1 144 647,58	321 025,43	31 284,25
Udział wydatków na internet w całości wydatków na media (w proc.)	13,89	7,21	9,16	7,99	6,4	4,83
Wykonanie materiałów wyborczych, w tym prace koncepcyjne, projektowe i wytworzenie	6 195 905,01	7 477 332	854 201,60	6 694 452,58	4 926 782,56	710 929,75
Reklama w internecie	531 144,33	344 725	29 892,90	47 859,51	28 918,65	27 727,19
Udział wydatków na internet w całości wydatków na kreacje (w proc.)	8,57	4,61	3,5	0,71	0,59	3,9
Łącznie	22 138 455	23 703 170	1 428 451	21 137 211	9 986 916	1 358 435
Łącznie wydatki na działania w internecie	2 798 477	1 516 052	84 409	1 300 608	391 517	59 031
Udział wydatków na internet w całości kosztów (w proc.)	12,64	6,4	5,91	6,15	3,92	4,35

Źródło: Komunikat Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 13 lutego 2012 r. w sprawie sprawozdań finansowych komitetów wyborczych uczestniczących w wyborach do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i do Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, przeprowadzonych w dniu 9 października 2011 r. (przekazany do ogłoszenia w Monitorze Polskim), <http://pkw.gov.pl/wybory-do-sejmu-rp-i-do-senatu-rp-2011/komunikat-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-13-lutego-2012-r.html> [dostęp: 12.11.2012].

Tabela 3. Liczba głosów oddanych w wyborach parlamentarnych 2011 r. – wyniki wyborów

	PO	PiS	RP	SL	PSL	PJN
Liczba głosów	5 629 773	4 295 016	1 439 490	1 184 303	1 201 628	315 393
Liczba głosów w proc.	39,18	29,89	10,02	8,24	8,36	2,19

Źródło: Obwieszczenie Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 11 października 2011 r. o wynikach wyborów do Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej przeprowadzonych w dniu 9 października 2011 r. (Dz.U. 2011, nr 218, poz. 1294), http://pkw.gov.pl/g2/2011_10/0a409df0d614d3d42f854615f3ab6286.pdf [dostęp: 12.11.2012].

Tabela 4. Wyniki sondaży przedwyborczych 2011 r. przeprowadzonych przez CBOS (w proc.)

Miesiąc	PO	PiS	RP	SLD	PSL	PJN
Marzec	35	18	1	16	4	3
Kwiecień	31	23	1	12	5	2
Maj	37	21	1	12	4	1
Czerwiec	34	22	1	11	5	3
Lipiec	38	17	1	9	4	0
Sierpień	36	20	1	8	4	0
Wrzesień	37	20	2	7	6	1
Październik	34	20	7	9	6	1

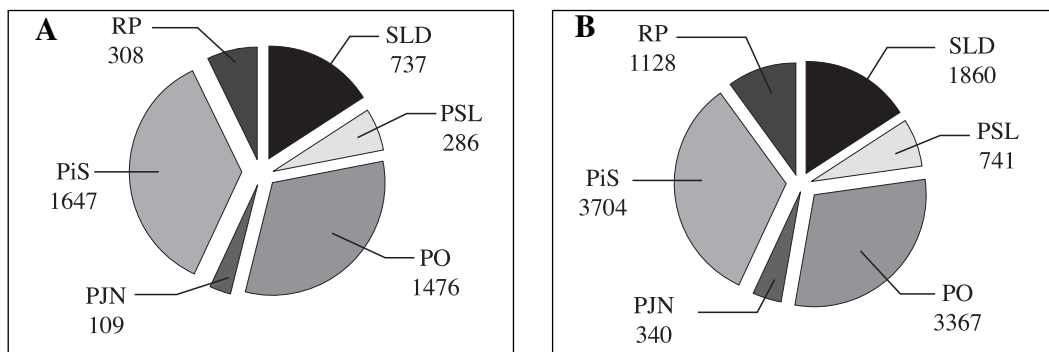
Źródło: *Preferencje partyjne przed wyborami*, www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2011/K_124_11.PDF [dostęp: 12.11.2012].

Analiza jakościowa

Przystępując do jakościowej analizy uzyskanych wyników, obliczono korelację Pearsona – r liczby głosów uzyskanych przez wszystkie partie z wynikami sondaży CBOS. Wynosi ona 0,96 ($p > 0,001$). Stanowi to przyjętą formę oceny wiarygodności sondaży przeprowadzanych przez CBOS i uzasadnienie założenia, iż

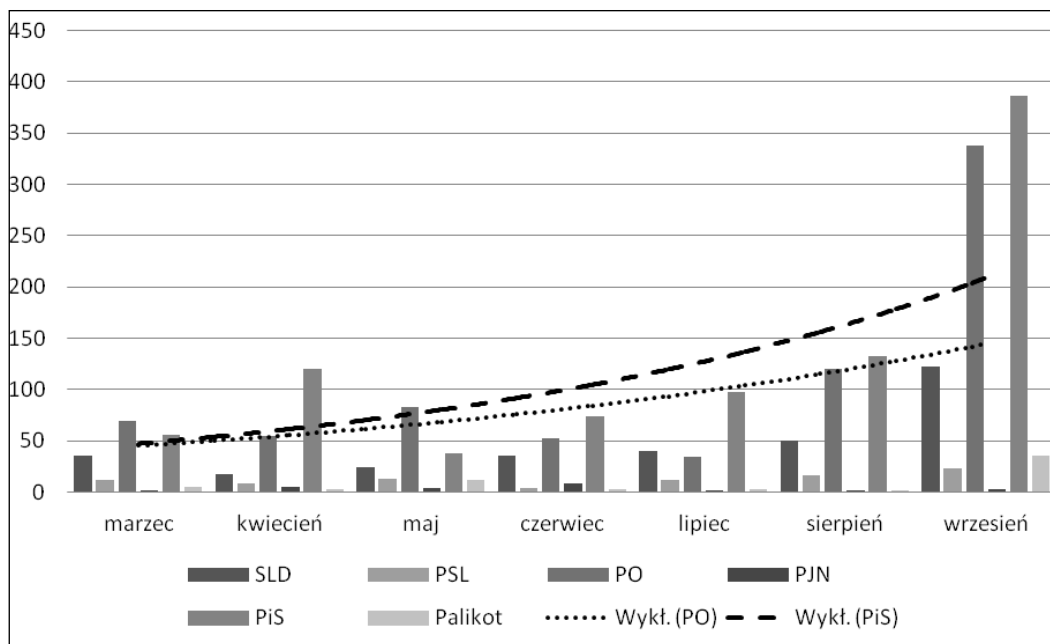
wyniki CBOS (w poszczególnych miesiącach) stanowiąc będą odniesienie do dalszych badań.

Ze względu na dominujące wielkości liczby wpisów pozytywnych i negatywnych (sentymentów) dotyczących PO i PiS (fora – 62 proc., blogi – 67 proc.) dalszą analizę informacyjnej siły rafinacji przeprowadzono na przykładzie tylko tych dwóch partii (por. wykres 2).



Wykres 2. Rozkład sentymentów – wpisów pozytywnych i negatywnych – (marzec – październik) na forach (A) i blogach (B) dla wszystkich partii (w proc.)

Źródło: Obliczenia własne.



Wykres 3. Rozkład liczby wpisów negatywnych (sentymentów) na forach oraz wykładnicze krzywe trendów (wykł.) zmian tych liczb dla PO i PiS

Źródło: Obliczenia własne.

Korelacja r liczby głosów uzyskanych przez partię z liczbą pozytywnych wpisów na blogach wynosi 0,93 ($p > 0,001$) – por. wykres 5. Dowodzi to niemal pewnej zależności uzyskanych z rafinacji wyników z rzeczywistymi wynikami głosowania. Wskazuje jednocześnie na zasadność pogłębionej analizy zasygnalizowanej prawidłowości – znaczące zbieżności wyników rafinacji z oficjalnymi wynikami głosowań.

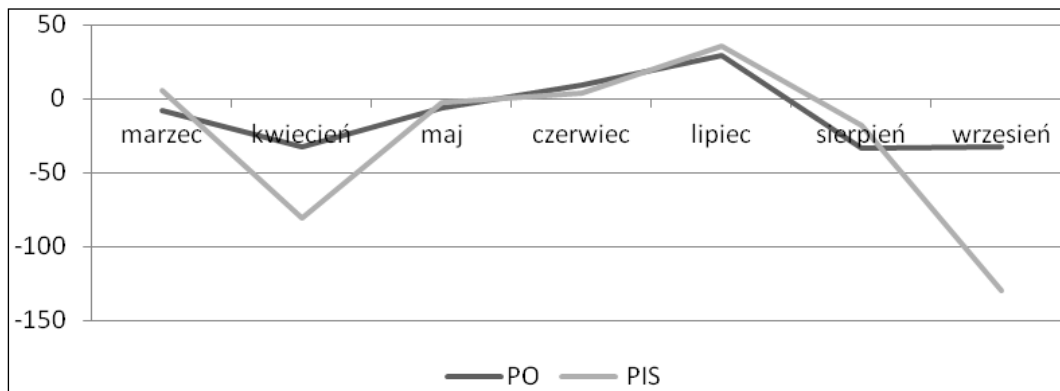
Fora

W trzecim etapie rafinacji dokonano wstępnej analizy ilościowej uzyskanych wyników – głównie na podstawie ich wizualizacji. Poza bezpośrednimi wynikami uzyskanymi z rafinacji, dodatkową formą wizualizacji są krzywe ilustrujące trend zmian liczby sentymentów – wpisów pozytywnych i negatywnych – dla wiodących w wyborach dwóch partii: PiS i PO.

Dzięki temu wyróżniono widoczne prawidłowości/zależności zmiennych uzyskanych z rafinacji wpisów. Liczba sentymentów – wpisów pozytywnych i negatywnych – na forach wskazała celowość obliczania różnic między liczbami tych wpisów. Wyraźną siłę predykcyjną ostatecznych wyników wyborów na podstawie wyników rafinacji pokazuje wykres 4.

Informacyjnej wagi uzyskanych, dzięki rafinacji, informacji dowodzą miary ilościowe zależności zmiennych badań: zmiennych niezależnych (danych źródłowych) z wynikami rafinacji (zmiennych zależnych).

W pierwszym etapie dokonano obliczeń korelacji ilościowych wyników sondaży z wynikami rafinacji. Przykładem tego jest korelacja między liczbą pozytywnych i negatywnych wpisów (sentymentów) na forach a wynikami sondaży CBOS dla wszystkich komitetów wyborczych w kolejnych miesiącach – od marca



Wykres 4. Rozkład różnic między liczbą wpisów pozytywnych a liczbą wpisów negatywnych (sentymentów) na forach dla PO i PiS

Źródło: Obliczenia własne. Wykres obrazuje bilans między wpisami negatywnymi i pozytywnymi, wartości dodatnie odzwierciedlają przewagę wpisów pozytywnych).

Tabela 5. Korelacja r związku wartości wyników sondaży CBOS z liczbą pozytywnych i negatywnych wpisów (sentymentów) na forach dla wszystkich partii w kolejnych miesiącach

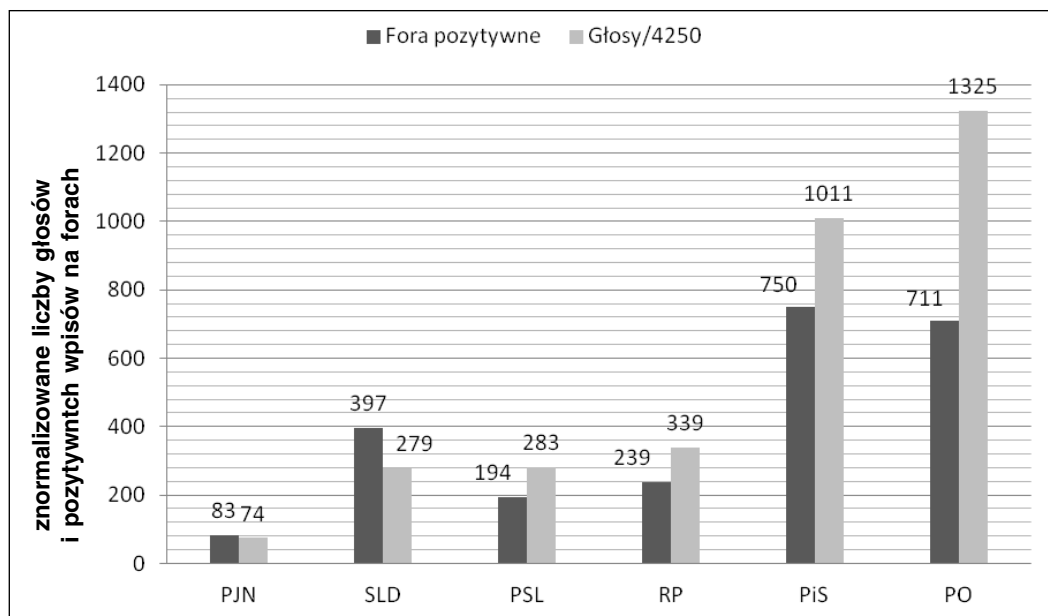
Miesiąc	r dla wpisów pozytywnych	r dla wpisów negatywnych
Marzec	0,70	0,95
Kwiecień	0,81	0,76
Maj	0,83	0,98
Czerwiec	0,89	0,84
Lipiec	0,55	0,46
Sierpień	0,88	0,93
Wrzesień	0,90	0,87
Październik	0,23	0,12

Źródło: Obliczenia własne.

do października 2011 r. Wartości tych współczynników są statystycznie znaczące ($p > 0,001$) z wyjątkiem października (ze względu na datę wyborów nie były to dane z całego miesiąca). Dowodzi to statystycznie istotnej zbieżności wyników sondaży z wynikami rafinacji. Wykazano także istotny związek między liczbą pozytywnych wpisów (sentymentów) na forach z liczbą uzyskanych przez partie głosów (wykres 5).

Współczynnik korelacji liczby pozytywnych wpisów na forach z liczbą głosów wynosi 0,93 ($p < 0,001$).

Zasygnalizowane związki: wpisów pozytywnych z sondażami i z głosami dowodzą oczekiwanej wiarygodności informacji pozyskiwanych z rafinacji i potwierdzają przyjętą hipotezę, iż rafinacja sieci umożliwia bieżący monitoring zmiennych preferencji wyborczych.



Wykres 5. Ilustracja podobieństwa proporcji (nie bezwzględnej wielkości) pozytywnych wpisów (sentymentów) na forach z liczbą uzyskanych głosów

Źródło: Obliczenia własne. W celu poprawienia efektu wizualizacji danych dokonano normalizacji danych wejściowych (liczbę głosów pomniejszono 4250 razy).

Tabela 6. Liczba pozytywnych i negatywnych wpisów (sentymentów) na forach

Miesiąc	SLD		PSL		PO		PJN		PiS		RP	
	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny
Marzec	32	35	52	12	61	69	4	1	62	56	1	5
Kwiecień	8	18	3	9	22	55	2	5	39	120	5	3
Maj	68	24	4	13	77	83	2	4	35	38	5	12
Czerwiec	23	35	12	4	61	52	7	9	78	74	3	3
Lipiec	36	40	23	12	63	34	10	2	134	98	16	3
Sierpień	51	57	49	16	97	131	12	2	107	125	19	1
Wrzesień	146	122	47	23	305	338	44	3	256	386	133	36
Październik	33	9	4	3	25	3	2	0	39	0	57	6
Łącznie	397	340	194	92	711	765	83	26	750	897	239	69

Źródło: Obliczenia własne.

Blogi

Nieco większą wartość informacyjną dotyczącą liczby głosów uzyskanych przez partie od forów mają blogi.

nych z rafinacji wpisów na blogach. Można przyjąć, że blogi są istotnym źródłem informacji o liczbie głosów uzyskanych w wyborach.

Tabela 7. Liczba pozytywnych i negatywnych wpisów (sentymentów) na blogach

Miesiąc	SLD		PSL		PO		PjN		PiS		RP	
	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny	pozytywny	negatywny
Marzec	72	74	45	44	157	173	41	23	129	230	19	16
Kwiecień	121	61	71	20	202	143	26	23	144	248	14	3
Maj	152	53	37	4	295	171	3	32	152	218	12	5
Czerwiec	152	210	13	30	304	362	78	35	255	365	31	4
Lipiec	58	71	52	17	226	78	2	12	347	277	12	2
Sierpień	90	107	96	33	183	168	5	43	215	238	13	40
Wrzesień	90	57	86	1	219	87	4	12	215	267	194	201
Październik	222	270	87	105	254	345	1	0	214	190	393	169
Łącznie	957	903	487	254	1840	1527	160	180	1671	2033	688	440

Źródło: Obliczenia własne.

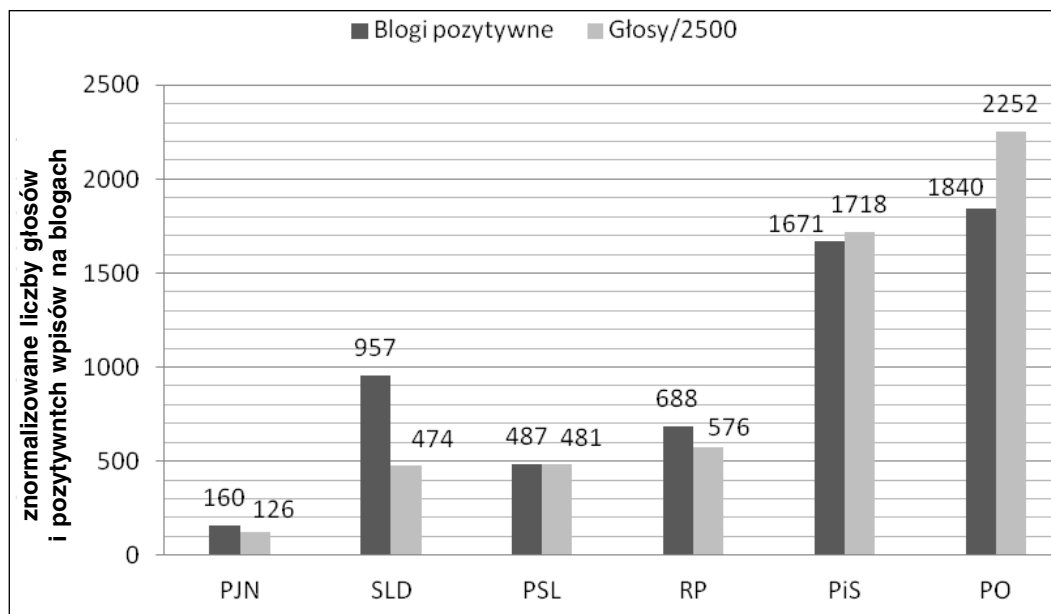
Tabela 8. Korelacja r związku wartości wyników sondaży CBOS z liczbą pozytywnych i negatywnych wpisów (sentymentów) na blogach dla wszystkich partii

Miesiące	r dla wpisów pozytywnych	r dla wpisów negatywnych
Marzec	0,95	0,78
Kwiecień	0,97	0,84
Maj	0,98	0,84
Czerwiec	0,95	0,93
Lipiec	0,72	0,42
Sierpień	0,84	0,79
Wrzesień	0,67	0,24
Październik	0,38	0,81

Źródło: Obliczenia własne.

O wspomnianej wartości informacyjnej świadczą przedstawione na wykresie 6 proporcje między pozytywnymi wpisami na blogach a wynikami wyborów. Współczynnik r korelacji między tymi zmiennymi wyniósł 0,95 ($p < 0,001$). Dowodzi to o niemal pewnej wiarygodności informacji pozyskiwa-

Interesująca jest jednakowa wielkość $r = 0,99$ ($p < 0,001$) zależności liczby pozytywnych wpisów na forach i blogach oraz liczby wpisów negatywnych na forach i blogach. Dowodzi to znacznego podobieństwa miesięcznych rozkładów liczby wpisów pozytywnych i negatywnych stanowiących wynik rafinacji.



Wykres 6. Podobieństwa/różnice proporcji (niebezwzględnej wielkości) pozytywnych wpisów na blogach z liczbą uzyskanych głosów

Źródło: Obliczenia własne. W celu poprawienia efektu wizualizacji danych dokonano normalizacji danych wejściowych: liczbę głosów pomniejszono 2500 razy.

Wiarygodność wyliczonych statystyk

Wartość informacyjną wyliczonych współczynników zależności potwierdzają badania ich statystycznej istotności. Służyły temu badania związku wartości wyników sondaży CBOS z liczbą negatywnych i pozytywnych wpisów (sentymentów) na blogach dla wszystkich partii. Przyjęto, iż wyniki te można uogólnić i stanowią one także o wiarygodności rezultatów uzyskanych z rafinacji wpisów na forach.

Zważywszy na względnie małą liczbę prób/danych (tabela 8), w celu zweryfikowania istotności uzyskanych wniosków analizy statystycznej policzono wartości korelacji dla wszystkich kombinacji miesiące–partie (720 kombinacji). Oczekiwano, iż tak obliczone przypadkowe korelacje będą istotnie odmienne od zasadniczych wyników przedstawionych w tabeli 10. W kolumnie 3. tej tabeli zawarto wartości

korelacji liniowej (Pearson), w kolumnie 5 korelacji rang (korelacja Spearmana, czyli korelacja liczona na rangach, tj. pozycjach w rankingu wartości) W odróżnieniu od korelacji liniowej jest to miara odporna na skalowanie – np. nie zmienia się po przejściu z oryginalnych danych np. na ich logarytmy. W kolumnach obok wartości korelacji wpisano prawdopodobieństwa (istotności statystyczne), że zaobserwowana korelacja jest większa lub równa od korelacji między wszystkimi zrandomizowanymi (przypadkowymi) danymi (720 kombinacji), czyli wektorami sondaż i blog, z których jeden ma przestawione (przepermutowane) wartości. Innymi słowy, można z pomijalnym błędem statystycznym mówić o niemal pełnej statystycznej zależności treści pozytywnych i negatywnych wpisów (sentymentów) na blogach z sondażami.

Tabela 10. Wartość korelacji Pearsona i Spearmana związku wartości wyników sondażu CBOS z liczbą negatywnych i pozytywnych wpisów na blogach dla wszystkich partii wraz z wartościami istotności

Wpisy	Miesiące	Pearson		Spearman	
		korelacja	istotność	korelacja	istotność
Pozytywne	marzec	0,948	1,000	1,000	1,000
	kwiecień	0,969	1,000	1,000	1,000
	maj	0,976	1,000	0,971	1,000
	czerwiec	0,954	0,996	0,829	0,983
	lipiec	0,720	0,926	0,943	0,999
	sierpień	0,844	0,981	0,886	0,992
	wrzesień	0,672	0,954	0,829	0,983
	październik	0,382	0,776	0,600	0,912
Negatywne	marzec	0,779	0,947	0,943	0,999
	kwiecień	0,836	0,965	0,886	0,992
	maj	0,843	0,961	0,754	0,961
	czerwiec	0,935	0,996	0,886	0,992
	lipiec	0,42	0,832	0,886	0,992
	sierpień	0,785	0,951	0,714	0,949
	wrzesień	0,237	0,683	0,429	0,822
	październik	0,806	0,986	0,943	0,999

Źródło: Obliczenia zostały wykonane przez dr. hab. Piotra Pokarowskiego z Instytutu Matematyki Stosowanej i Mechaniki Uniwersytetu Warszawskiego.

Prawidłowość ta obejmuje pozostałe wyniki mówiące o wartości korelacji wpisów z innymi zmiennymi (sondaż, liczba głosów, nakłady finansowe). Może być ona traktowana jako wskazówka celowości dalszej analizy tego typu związków w celu uzasadnionej statystycznie predykcji, np. wyborów parlamentarnych.

Nakłady na kampanię wyborczą

Analiza ilościowa kosztów poniesionych przez poszczególne partie w okresie wyborczym wskazuje na całkowity brak związku ($r = 0,06$) między kosztami utworzenia i utrzymania strony internetowej komitetu a liczbą uzyskanych głosów. Dowodzi to nadzwyczaj małej (wy-

Tabela 11. Korelacja r kosztów kampanii z liczbą uzyskanych głosów

Koszty kampanii	Współczynnik korelacji Pearsona
Koszty utworzenia i utrzymania strony internetowej komitetu	0,06
Wykonanie materiałów wyborczych, w tym prace koncepcyjne, prace projektowe i wytworzenie	0,61
Suma wszystkich nakładów	0,72
Korzystanie ze środków masowego przekazu i nośników plakatów	0,75
Udział wydatków na internet w całości wydatków na media	0,76
Reklama w internecie (koszt usługi emisji)	0,86
Nakłady na internet łącznie	0,89
Reklama w internecie	0,98

Źródło: Obliczenia własne.

rowniej) skuteczności deklarowanych przez komitety nakładów na strony internetowe. Znacznie większe zależności liczby głosów stwierdzono z innymi nakładami.

Dane zawarte w tabeli 8 wskazują na nadzwyczajną skuteczność nakładów na reklamę w internecie, znacznie większą od nakładów na media, środki masowego przekazu i nośniki plakatów.

Zakończenie

Rafinacja zasobów Big Data umożliwia ilościową analizę – rafinację – szerokiego spektrum pierwotnej, nieustrukturyzowanej oryginalnej informacji (w omówionych wynikach badań – ponad 2 mln wpisów). Dowiedziono, iż rafinacja kreuje nową przestrzeń wartościowych źródeł informacji i otwiera nowe drogi do badań nad ich poszukiwaniem.

Badania tego typu wymagają zmian metodologii i narzędzi oraz znaczących mocy obliczeniowych wykorzystanych do eksploracji. Chodzi tu o kolekcjonowanie tematycznych informacji, ich precyzyjne filtrowanie (w omawianym przypadku odrzucono około 90 proc. wpisów) i zasadniczą analizę informacji pozyskiwanych z sieci – poszukiwanie informacji o sentymentach i ich obróbka statystyczna.

Uzyskane wyniki badań dowodzą podobieństwa, niemal identyczności uzyskiwanych

dzięki rafinacji danych o poparciu dla poszczególnych partii politycznych uczestniczących w wyborach parlamentarnych 2011 r. z wynikami sondaży opinii publicznej oraz oficjalnymi wynikami ogłoszonymi przez PKW.

Dogłębna analiza rozkładu sentymentów stwarza nawet szanse na przewidywanie przyszłych zmian szacowanych wartości danych (por. wykres 4). Zmierzenie ku temu celowi – stworzenie funkcji predykcji – wymaga zaangażowania narzędzi statystycznych uwzględniających jednocześnie wiele parametrów, np. w postaci funkcji regresji wielokrotnej. Owe parametry to m.in. wiarygodnie wskazane w artykule wartości sentymentów pozyskiwanych z wpisów na forach i na blogach.

Nie mniej ważne od wartości merytorycznej uzyskanych wyników jest wielokrotnie mniejszy koszt uzyskanych, dzięki rafinacji, informacji, wobec kosztów zdobywania tych samych informacji w tradycyjny sposób – drogą sondaży.

Wyniki przedstawionych badań dowodzą, iż Big Data przestają być *terra incognita* dla nauk społecznych. Ważnym wyzwaniem jest doskonalenie metodologii rafinacji oraz opracowanie stosownych narzędzi do rafinacji informacji sieciowej, przyjaznej dla użytkowników formy dostarczania wyników, a co najważniejsze – przekonania o użyteczności tego nowego źródła informacji.

◀||| Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych. Część 1. Blogi, fora, analiza sentymentów

Refining Network Information on the Example of Parliamentary Elections. Part 1. Blogs, Forums, Sentiment Analysis

Włodzimierz Gogołek, Paweł Kuczma

SŁOWA KLUCZOWE

internet, Big Data, serwisy społecznościowe, sentymenty, blogi, fora, rafinacja informacji sieciowych, nowe źródła informacji dziennikarskich, wybory parlamentarne 2011

STRESZCZENIE

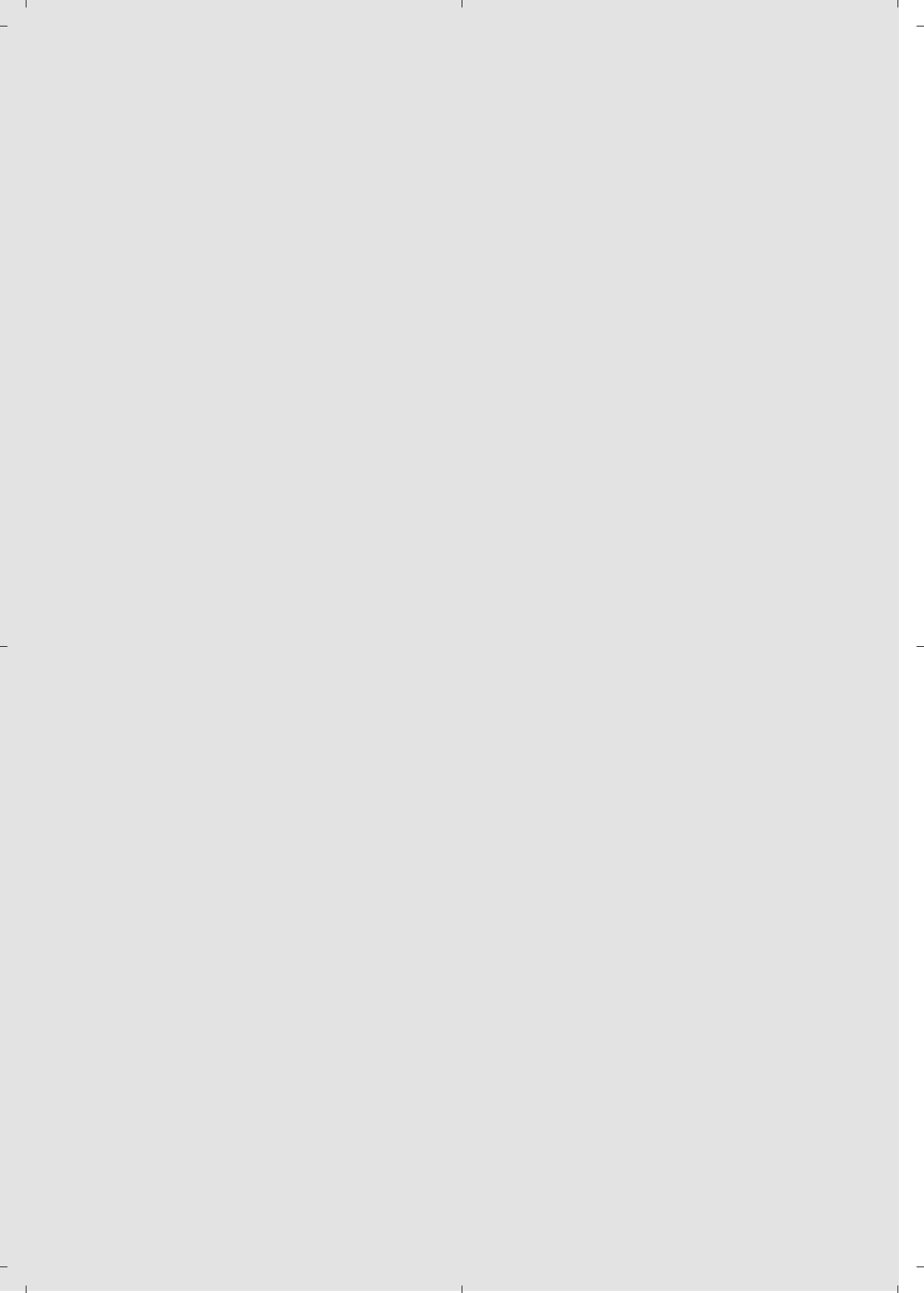
Ponad 90 proc. informacji wygenerowanych w 2012 r. na świecie zarejestrowano w formie zapisu cyfrowego. Zasoby tej skali określane są jako Big Data. Analiza tych informacji stwarza nowe źródła wartościowych informacji. Proces ich uzyskiwania – głównie z serwisów społecznościowych – nazwano rafinacją informacji sieciowych. Potwierdzeniem celowości jej zastosowań są wyniki badań poparcia dla poszczególnych partii politycznych uczestniczących w wyborach parlamentarnych w Polsce 2011 r. Przyjęta metodologia oraz uzyskane wyniki badań ilościowych poparcia dowodzą, iż rafinacja zapisów uzyskanych z sieci społecznościowych może być wiarygodnym źródłem informacji o stanie i zmianach sympatii politycznych w okresie poprzedzającym wybory.

KEY WORDS

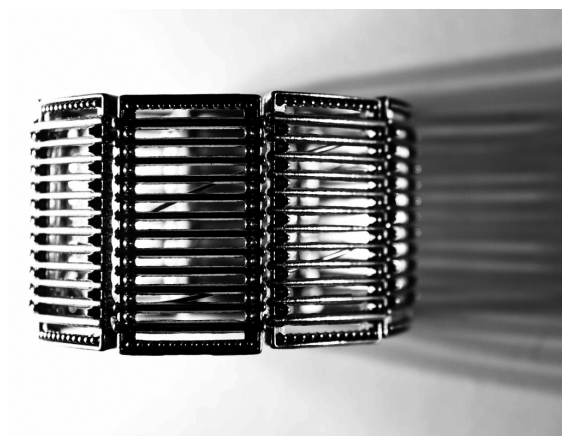
Internet, Big Data, social network services, sentiments, blogs, Internet forums, refining Big Data, new sources of journalistic information, parliamentary elections 2011

ABSTRACT

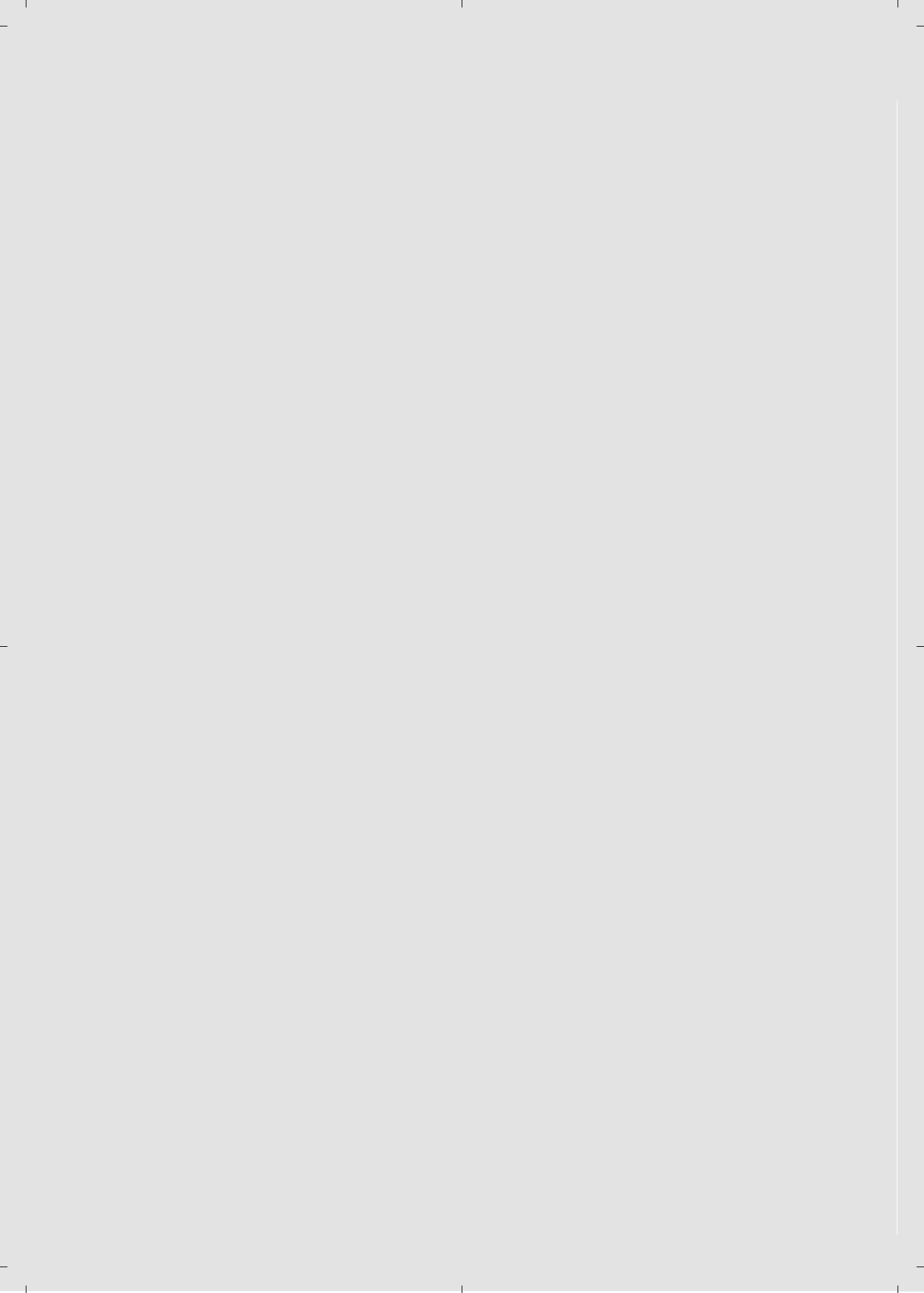
Over 90 per cent of information generated in 2012 was registered in the form of a digital recording. Sources of this scale are described as Big Data. An analysis of this data creates new sources of valuable information. The process of their retrieval – mainly from social network services – was termed refining Big Data. A confirmation of the usefulness of its application are research results on the support for certain political parties participating in parliamentary elections in Poland in 2011. The accepted methodology and results from quantitative research prove that the refining of records obtained from social networks can be a reliable source of information on the state and changes of political sympathies in the period before elections.



Wokół *Cesarza* Kapuścińskiego



Around The Emperor
by Kapuściński



W laboratorium reportażu

Beata Nowacka

Trzeba ciągle czytać pomniki starej polszczyzny, żeby odświeżyć język. W samej rzeczy – nasz obecny język wydaje się stary i strupieszwały wobec tej rzeczywistej kreatywności, wiele rzeczy po raz pierwszy odkrywczym nazywającej.¹

Rola języka w badaniach nad reportażem wciąż jest niedoszacowana², choć to przecież jeden z nielicznych gatunków, którego początkiem zwykle bywa rozmowa – tworzywo językowe pośredniczy w przekazywaniu informacji, ustalaniu optyki zdarzeń, rozpoznawaniu wartości, które konstruują opisywany świat. W przypadku *Cesarza Ryszarda Kapuścińskiego* jego rola znacznie wykracza jednak poza standardowe zobowiązania wobec gatunku – funkcja mimetyczna zdecydowanie ustępuje tu miejsca kreatywnej. Język relacji nie służy bowiem jako standardowe narzędzie komunikacji, ale przede wszystkim jest tworem spreparowanym, pełnym słowotwórczej wynalazczości, poddanym licznym zabiegom archaizacji. Magdalena Horodecka pomysłowo zrekonstruowała jego cztery, wpisane w narrację, płaszczyzny. Pierwszą, najgłębszą sferą jest język amharski – oficjalnie używany na dworze

etiopskim (język rozmówców Kapuścińskiego). Ponad nim umieszczona jest angielszczyzna, której relikty zachowały się w tekście jako „My dear brother”, „Mister Richard” (to język niektórych rozmów oraz tłumaczenia przewodnika, Teferry), na nie nakłada się polszczyzna reportera (na którą przełożył surowy materiał zebrany w Etiopii). U szczytu, w sferze najpełniej dostępnej czytelnikowi, mamy do czynienia z autorską stylizacją i literackim uporządkowaniem zebranych faktów. Język dworzan pokonujący daleką drogę od wersji oryginalnej przez zabiegi translatorskie dokonane w dwu systemach językowych i pokrycie stylistyczną patyną, ulegał także dodatkowym, wewnętrznym modyfikacjom. Już na początku został poddany destylacji i w jej wyniku pozbawiony wyraźnych cech osobniczych. Efektem finalnym takiego zabiegu jest uzyskanie jednolitego, odpersonalizowanego głosu, języka-maski,

¹ M. Dąbrowska, *Dzienniki 1958–1965*, Warszawa 1988, s. 255.

² O wartość językowej strony reportażu upomina się Jerzy Jarzębski, podkreślając, że problem ten został pominięty także przez klasyka teorii reportażu Jacka Maziarskiego w przygotowanym przezeń haśle (*Słownik rodzajów i gatunków literackich*, pod red. G. Gazdy, S. Tyneckiej-Makowskiej, Kraków 2006) – por. J. Jarzębski, *Reportaż jako spotkanie w języku*, [w:] *Spotkanie w twórczości Ryszarda Kapuścińskiego. Materiały z debat III Festiwalu Kultur Świata*, red. nauk. M. Horodecka, Gdańsk 2009, s. 40–51.

za którą może się bezpiecznie schronić i etiopski dworak, i alegoria polskiej władzy lat 70.³

Drobne przykłady tego wyjątkowego procesu literaturotwórczego można prześledzić, zestawiając dwie wersje książki – tę drukowaną w 1978 r. na łamach tygodnika „Kultura” oraz jej postać finalną. Porównanie to pozwoli wprawdzie dostrzec, jak potrzeba literackości stopniowo narastała w autorze, trzeba jednak wyraźnie podkreślić, że *Cesarz* pisany w tygodniowych odstępach czasu – właściwie od pierwszych słów jest dziełem gotowym, które w zasadzie obywa się bez zdecydowanych autorskich ingerencji w wersji ostatecznej. Już lektura lidu przekonuje nas, że rzeczywiście powstawał na bieżąco, bo według pierwotnego planu miał być jednak nieco inną książką: „Rozpoczynamy druk reportażu Ryszarda Kapuścińskiego z Etiopii [...]. Pierwsze odcinki cyklu – to obraz chylącej się do upadku władzy cesarza, następne poświęcone są dramatycznym losom rewolucji, wreszcie ostatnie – trwającej w tym kraju wojnie domowej”⁴. Z zapowiedzi redakcyjnej wynika zatem, że w już trakcie pisania książka niejako wymknęła się autorowi, że tylko połowicznie zdołał zrealizować swe zamierzenie – porewolucyjny chaos to przecież temat zaledwie muśnięty w reportażu.

Porównując obie wersje, można odnaleźć kilka istotnych zbieżności – kompozycja całości jest identyczna, miejsca wyodrębnienia trzech części idealnie się pokrywają, niewielkie przesunięcia dokonały się tylko w obrębie nazewnictwa poszczególnych rozdziałów. Tytuły dwóch ostatnich są niezmienione, pierwszy natomiast otrzymał nową nazwę (*Tron*), a jego

pierwotna, prasowa wersja (*Cesarz*) trafiła na okładkę. W zakresie różnic językowych można odnotować niewielką liczbę poprawek różnego kalibru. Odnajdujemy ingerencje fleksyjne: odmiana niektórych nazw własnych, np.: ‘Amhar’ na ‘Amhara’, ‘złodziei – złodziejów’; leksykalne: zamiana ‘ci’ – ‘owi’, ‘brunatne twarze’ – ‘hebanowe twarze’; ‘pałować’ – ‘odpychać’; ‘zgrywa’ – ‘dowcip’; ‘lepiej – w nogi’ – ‘lepiej zniknąć’; ‘kto zawałił sprawę’ – ‘kto spiskował’; zastosowanie skrótów i uproszczeń – [‘chroniące przed kurzem’] – ‘motocyklowe okulary’, ‘zamontowane w pałacu urządzenie odczytujące szyfry’ – ‘pałacowa maszyna’. W toku prac usunięto oczywiście literówki, np. ‘uwłaszczyli godności’ – ‘uwłaczyli godności’, ‘książę Kasa’ – ‘książę Kassa’. Jednak niektóre ingerencje korektorskie raczej wyrządziły tekstowi szkodę. Oto niepozorna zmiana w wydaniu Agory (2008) polegająca na zastąpieniu jednej samogłoski – inną, wyraźnie wypacza logikę tekstu. Odnosząc się do pałacowych rozszad będących konsekwencją zdławienia grudniowej rewolty, Kapuściński pisze w „Kulturze”: „w ten sposób najosobliwszy pan powołał siłę, która na ostatnie lata jego panowania wsparła podcięty przez Germame fotel imperialny”. W wersji finalnej ‘ostatnie lata’ zamieniono na ‘ostatnie lato’, co jest raczej dość przypadkowym wyborem, zważywszy, że rewolta Mengystu Nyuaja⁵ i Germame Nyuaja miała miejsce nie „w ostatnie lato” panowania cesarza, ale czternaście lat przed jego upadkiem⁶.

Ostateczna wersja zawiera także bardziej znaczące zmiany – najważniejszą jest na pew-

³ Więcej na temat paraboli gierkowszczyzny zob. B. Nowacka, *Magiczne dziennikarstwo. Ryszard Kapuściński w oczach krytyków*, Katowice 2004 (wyd. 2 – 2006).

⁴ R. Kapuściński, *Trochę Etiopii* (1), „Kultura” 1978, nr 8, s. 1.

⁵ Nie istnieje – ani po polsku, ani w żadnym innym języku – przyjęta transkrypcja zapisu języka amharskiego, którym oddane są w reportażu Kapuścińskiego etiopskie imiona i nazwy własne, dlatego w niniejszym tekście konsekwentnie używana jest transkrypcja zaproponowana w: A. Bartnicki i J. Mantel-Niecko, *Historia Etiopii*, wyd. 2 popr. i rozsz., Wrocław 1987.

⁶ R. Kapuściński, *Cesarz*, Warszawa 2000, s. 77. Na marginesie warto odnotować inną niezbyt szczęśliwą ingerencję w tym samym wydaniu: zmiana spójnika ‘bo’ na ‘ba’ w zdaniu „Bo sama twarz to anonim”, które po wydawniczej korekcie staje się nieczytelne, tamże, s. 19.

no wyraźne wyodrębnienie segmentu tekstu przy użyciu druku pochylego, gdy tymczasem w wersji prasowej wypowiedzi reportera nie są wyróżnione graficznie. Ten brak kursywy ma swoje istotne konsekwencje – reporter nie przybiera tam postaci zdystansowanego obserwatora, ale opatrując swój komentarz inicjałem R.K., staje się jedną z *dramatis personae* ostatniego spektaklu władzy. A zatem pomysł wyodrębnienia własnego głosu w postaci graficznej jest najpewniej zabiegiem późniejszym – dokonany już z perspektywy obmyślenia wersji książkowej. Nieco inaczej wygląda kwestia ograniczenia akapitów, które dzieliłyby wypowiedzi informatorów na spójne treściowo całości. Z porównania obu wersji wynika, że uzyskany w *Cesarzu* efekt narracyjnego spiętrzenia musiał narodzić się jeszcze na etapie powstawania tekstu, choć nie od razu. Pierwszy odcinek drukowany w „Kulturze” zachowuje jeszcze bowiem tradycyjny układ akapitów, dopiero w późniejszych dochodzi do ograniczenia tego cennego skądinąd narzędzia i ukształtowania wypowiedzi dworaków w postaci jednostajnego strumienia. W książce natomiast ten mechanizm został konsekwentnie wprowadzony od pierwszego rozdziału⁷.

Równoległa lektura obu wersji, zrazu rozwijających się dość zgodnie, z czasem natrafia na wyraźniejsze odmienności. Zamiast kosmetycznych różnic między pierwszymi odcinkami czytelnik znajduje coraz więcej przykładów leksykalnego spiętrzenia. Oto sprawozdawcza fraza pochodząca z wersji pierwotnej – ‘na cele rozwoju’ w książce przyjmie formę literackiej enumeracji ‘aby rozwijał, doganiał, przeganiał’; dość bezbarwne słowa ożywi teraz bujna stylistyka ‘[cichcem tyłcem] korespondentom

przekazali’; ‘[zajadle i porywczo] spiskowali’, ‘[zmoczona, zgnębiona] garstka dostojników’, wprowadzone zostaną proste układy brzmieniowe ‘na sukces wychodziło [i dobrze było]’, z upodobaniem przedstawiany będzie szyk wyrazów ‘największy śmiałek w pałacu’ – ‘największy w pałacu śmiałek’, ‘jesteśmy hańbą okryci’ – ‘hańbą jesteśmy odkryci’, ‘skompromitował się przed światem’ – ‘przed światem się skompromitował’. Z drugiej jednak strony poetyka nadmiaru wcale nie rządzi tekstem w sposób absolutny – wersja ostateczna zawiera wszak niemało usunięć. Mimo wrażenia pewnej leksykalnej amplifikacji, proporcje są więc starannie wyważone. Najpewniej właśnie z uwagi na ryzyko redundancji wypada z tekstu kilkanaście wersów cytatów biblijnych, pięć mott (z Andersena, Rabelais’go, Whitmana, Baki, fragment ballady dziadowskiej), a także znikła kilka obrazowych rozwinięć (np. znacznie skrócona zostaje metafora dwu języków – oficjalnego i prywatnego⁸).



Pora przystąpić jednak do analizy językowej materiału, który trafił do wersji ostatecznej. Podstawowym źródłem literackości jest tu oczywiście wierzchnia warstwa tekstu. W pionierskim artykule o języku *Cesarza* Janina Fras drobiazgowo prześledziła rozmaite operacje leksykalne⁹. Udowodniła, że choć w pierwotnym zetknięciu tekst sprawia wrażenie silnie nasyconego archaizmami, przy bliższym oglądzie dają się zauważyć także znaczące przykłady słowotwórczej wynalazczości i językowej potoczności. Neologizmy powstają zwykle według derywacyjnego klucza – przez

⁷ Na uwagę zasługuje także głos reportera, któremu z czasem niejako udzielił się jednostajny rytm mowy dworaków. W pierwszych wystąpieniach obu wersji jeszcze konsekwentnie segmentuje swoje wypowiedzi, ale im bliżej końca, tym jakby mniej panuje nad swym językiem, który także się spiętrza, upodobniając się stylem do języka pałacowej magmy.

⁸ R. Kapuściński, *Cesarz*, s. 89.

⁹ J. Fras, *O języku „Cesarza”*, „Język Polski” 1981, nr 3/5, s. 255–258. W poniższym akapicie korzystam z ustaleń autorki. Większość przykładów leksykalnych podaje za jej artykułem.

dodanie sufiksów *-anie/-enie* ('łokciowanie', 'kultowanie'); *-ość* ('minusowość', 'oporność'); *-stwo* ('pokłonictwo', 'pokornictwo'), *-owy* (w nazwach pseudozawodów – 'woreczkowy', 'poduszkowy'); *-ec* ('nieopierzeniec', 'zgodowiec') czy form prefiksально-sufiksalnych ('roznabożniać się', 'dosłuszniać się', 'pokorumpować'). Kapuściński nie poprzestaje jednak na słowotwórczej robocie, ale nowo utworzone wyrazy spiętrza w wymyślne konstrukcje leksykalne – tworzy pary antonimiczne („od wszechmocności do niemocności”; „raz zwidnienie, raz ściemnienie”), z upodobaniem konstruuje ciągi powtórzeń („kręcenie, szwindlenie”, „w tym zapędzeniu, zarobieniu, zawirowaniu”), gromadzi rzeczowniki odsłowne („Kiedyś przyjacielu, to było padanie-zapadanie, padanie-zatrącenie, w proch, w popiół-się-obrócenie, w drzączce, w dygotaniu, na ziemi leżenie”), wprowadza ciągi synonimiczne, czasem o zabarwieniu oksymoronicznym („była minusowość, w tym, co mówili nie mówiąc, w ich byciu nieobecny, skurczony, wyłączony, w ich istnieniu wygaszony, w ich myśleniu krótkodystansowym, niskopoprzeczkowym, w ich dłubaniu przyzagrodowym, mało-poletkowym”), nie stroni od określeń złożonych („oddalenie się pokłonnityłno-kierunkowo”, „lokaj otwierająco-zamykający”; „cesarstwo bosonogie, chudobiedne”, „wewnąrzbrzusznie”) i wreszcie – rejestrując sam proces słowotwórczy, odsłania mechanizmy derywacyjne (np. „ludzie korkowi... nie uważają, ale liczą, że jak korek na wodzie, tak ich unosić będzie fala wydarzeń...”). Poza rozbudowaniem sfery słowotwórczych nowinek Kapuściński chętnie sięga do bogatego zaplecza dawnej polszczyzny. Stosuje wyrazy przestarzałe – zarówno zapożyczone ('fawory', 'superata', 'horrendum', 'molestia'), jak i rodzime ('gorliwe zabory', 'wydzierki', 'łupiskóry', 'zdolen', 'rozsierdzić się', 'sze-

znać'), z upodobaniem korzysta z dawnych zamków i partykuł ('ów', 'on', 'prawdać', 'toż', 'aliści', 'miast'). Interesującym dopełnieniem językowej wirtuozerii *Cesarza* świadczącym o swobodnym korzystaniu z rozmaitych pokładów polszczyzny jest niemała reprezentacja popularnych związków frazeologicznych („może dzięki temu ocaliłem głowę”, „walnąc prosto z mostu”, „wyrzucał z trzaskiem na bruk”).

Język tekstu pokrywa zatem wyrafinowany stylistyczny woal. Składają się nań kunsztowne konstrukcje słowotwórcze, bogato inkrustowane słowa zestrojone w układy rymów, rytmów i enumeracji. Słowne spiętrzenia, które stanowią bez wątpienia ulubiony chwyt stylistyczny Kapuścińskiego, nie mają jednak charakteru językowej anarchii, lecz stanowią konsekwentny, niepozabawiony pewnego rygorystyki układ. Jego swoistość objaśnia Jerzy Jarzębski, posługując się obrazem barokowego chaosu w słynnej metaforze odpływającego miasta z książki *Jeszcze dzień życia*¹⁰: „pośród rzeczy panuje bałagan, podczas gdy pośród słów – swoisty porządek, organizacja fonetyczna i rytmiczna, paralelizmy i symetrie. Kapuściński bowiem – choć fascynuje go stan chaosu i rozsyпки – lubi także te momenty, gdy z kosmicznego bałaganu rodzi się z wolna ład”¹¹. Lecz akurat w *Cesarzu* mamy do czynienia z zabiegiem nieco odmiennym – tu nie tyle wyłania się jakaś nowa jakość, ile dochodzi raczej do zastygnięcia dawnej formy – język stopniowo odrealnia się, coraz słabiej przylega do rzeczy, z czasem przemienia się w suchy, instytucjonalny bełkot, który niczego już nie komunikuje, wywołuje tylko efekt komiczny. Szczytem absurdu są ostatnie wypowiedzi władcy, który ze starym uporem po wielokroć powtarza, że wszystkim, a więc zarówno załęcznionym dostojnikom dworskim, jak i zbuntowanemu wojsku „pomyślności życzy”, do ich spraw „najwyższą wagę

¹⁰ R. Kapuściński, *Jeszcze dzień życia*, Warszawa 1976 [zbiór reportaży z Angoli].

¹¹ J. Jarzębski, *Reportaż jako spotkanie...*, s. 48.

przywiązuje”, „z osobistą troską się odnosi”. Cesarz pragnący stanąć na czele rewolucji, która jego samego obala, zdaje się nie dostrzegać, że interesy adresatów jego życzeń absolutnie się wykluczają, a jego własne słowa niechybnie przeciw niemu samemu zwrócić się muszą. Pałac zwykle funkcjonujący poza i ponad światem zwykłych Etiopczyków, teraz jeszcze bardziej odrealnia się, traci kontakt już nie tylko z dostępną rzeczywistością, ale także z prawidłami zdrowego rozsądku, stopniowo osuwa się w przepaść.

To przecucie zbliżającej się tragedii zakonowane jest wielorako – raz za pomocą narracyjnej feerii – kiedy autor sięga po mowę pozornie zależną, mnoży odmienne perspektywy, posługuje się słowną ekwilibrystyką, tworząc wrażenie narastającego zgiełku, postępującej duszności, morderczego klinczu¹². Innym razem czytelne oznaki klęski przynoszą operacje intertekstualne Kapuścińskiego. Oto ostatnim dniom cesarza patronuje Jeremiasz, który wedle opinii wnuka króla królów, księcia Ermiasa Sahle-Selassje, należał do najchętniej czytanych przez władcę autorów ksiąg biblijnych¹³. Fragmenty jego prorocत्व i lamentacji wybrzmiewają w opustoszałej prywatnej kaplicy pałacowej¹⁴ – „Marnością są, a dziełem błędów; czasu nawiedzenia swego poginą” (*Proroctwo Jer.*, 10, 15), „Wspomnij, Panie! Na to, co nam się przydało: wejrzyj a obacz pohańbienie nasze” (*Treny Jer.*, 5, 1), „Ustało wesele serca naszego, płasanie nasze w kwilenie się obróciło. Spadła korona z głowy naszej” (*Treny Jer.* 5, 15–16a), „Dla tegoż mdle jest serce nasze, dla tego zaćmione są oczy nasze” (*Treny*

Jer., 5, 17), „O, jakież pośniedziało złoto! Zmieniło się wyborne złoto, rozmiotano kamienie świątynicy po rogach wszystkich ulic” (*Treny Jer.*, 4, 1), „Ci, którzy jadali potrawy rozkoszne, gniją na ulicach, a którzy byli wychowani w szkarłacie, przytulają się do gnoju” (*Treny Jer.*, 4, 5), „Widzisz wszystkę pomstę ich i wszystkie zamysły ich przeciwko mnie” (*Treny Jer.*, 3, 60; „jam zawsze jest pieśnią ich” (*Treny Jer.*, 63b), „Wrzucali do dołu żywot mój, a przywalili mnie kamieniem” (*Treny Jer.*, 3, 53).

Biblijna księga Jeremiasza daje świadectwo bogatego życia wewnętrznego proroka, który przeżywa dramat niezrozumienia, samotności i odrzucenia przez swój lud. Jego bezkompromisowe nawoływania do nawrócenia i towarzyszące mu liczne prześladowania, kończy – inaczej niż w przypadku biblijnego Hioba – poczucie całkowitej klęski: nie zdołał zapobiec upadkowi Jerozolimy, nie ustrzegł narodu przed niewolą babilońską, nieuchronna kara spadnie na naród izraelski, a on sam będzie świadkiem tej zagłady¹⁵. Umieszczenie w książce kontekstu biblijnego jest nieprzypadkowe – nieszczęsny prorok głęboko miłujący swój naród i płaczący nad jego niewdzięcznością, mógł być szczególnie bliski cesarzowi. Postać tragicznego bohatera biblijnego wywołuje także inne oczywiste skojarzenia – z jeremiadą, utworem o charakterze lamentacyjnym, w którym oplakiwano upadek ojczyzny, ubolewano nad małodusznością narodu, wieszczono powrót wolności. Ten typ literackiej realizacji, jakkolwiek istniejący w innych obszarach językowych (ang. *jeremiad*, niem. *Jeremiade*, fr.

¹² Szczegółowy opis narracyjnych technik *Cesarza* zawiera rozdział *Opowieść paraboliczna. Cesarz* książki Magdaleny Horodeckiej, *Zbieranie głosów. Sztuka opowiadania Ryszarda Kapuścińskiego*, Gdańsk 2010, s. 143–178.

¹³ Ermias Sahle Selassje, „*Cesarz*” *nie jest o moim dziadku, z księciem...* rozmawia Joanna Mieszko-Wiórkiewicz, „*Rzeczpospolita*” 3.04.2010, s. 12–13.

¹⁴ Wszystkie powyższe cytaty zlokalizowałam w popularnej, często wznawianej, protestanckiej Biblii, wydanej po raz pierwszy w 1632 r. w Gdańsku, stąd zresztą pochodzi jej nazwa (Biblia gdańska): *Biblia Święta, to jest Wszystko Pismo Święte Starego i Nowego Przymierza z żydowskiego i greckiego na polski pilnie i wiernie przetłumaczone*, Wrocław 1855.

¹⁵ Zob. *Księga Jeremiasza*, tłum., wstęp i komentarz L. Stachowiak, Lublin 1997.

Jérémiaide), cieszył się szczególną popularnością zwłaszcza w Polsce porozbiorowej¹⁶.

Cesarz nawiązuje jednak do epoki nieco wcześniejszej, której następstwem są owe jere-miady – do niesławnych czasów saskich, najczęściej utożsamianych z degrengoladą, zaco-faniem i głupotą, które doprowadziły do upadku państwa. O „saskim błazeństwie” – czasach, gdy „Polak stał się karykaturą Polaka”, tak oto pisał Gombrowicz: „Na dnie owego kontredan-su opasłych szlachciurów, dostrzegać się daje rozpacz wskutek niemożności dotarcia do źródeł żywego wdzięku, to dramat istot zmu-szonych zaspokajać się takimi namiastkami jak ceremoniał, honory, godności i wyładowywać się w uroczystym rytuale, podczas gdy obżar-stwo, lubieżność i pycha nie znajdują już żadnego hamulca”¹⁷. Kontekst saski jest wyraźnie obecny w *Cesarzu* przez nawiązania intertek-stualne (np. motto z encyklopedii Benedykta Chmielowskiego), historyczne i kulturowe alu-zje, przede wszystkim zaś dzięki językowej stylizacji. Język tych czasów stanowi wszak od-wieków niewyczerpane źródło literackich za-pożyczeń, które niezawodnie sprawią, że każdy tekst nasyci się jędrnością, jego nurt będzie po-toczysty, charakter – wyrazisty. Wierzyli Kapuścińskiego należałoby jednak szukać w kilku epokach literackich, mając świadomość, że autor nie ogranicza się tylko do do-robku pisarzy czasów saskich, ale korzysta tak-że z jego późniejszych, twórczych przekształ-ceń (Sienkiewicz, Gombrowicz).

Patronem sarmackich przygód jest w *Cesa-rzu* niewątpliwie książd Baka¹⁸. Pisarstwo osiemnastowiecznego poety, który przez blisko

dwa stulecia uchodził za czołowego grafomana literatury polskiej, obecne jest w książce na wiele sposobów – stanowi cenny zbiór uderza-jących soczystością fraz, rytmicznych i rymo-wych zapożyczeń, zmysłowych, utrzymanych w klimacie czarnej groteski obrazów, baroko-wych konceptów przywołujących topos nostalgii, przemijania i rozkładu. Niewykluczone, że także Bace Kapuściński zawdzięcza inspirację do twórczych przekształceń leksykalnych. Oto we fragmencie wiersza *Panom uwaga*¹⁹

Wy panowie
Wy grandowie,
Czy krzesłowi,
Czy drążkowi

pojawiają się Bakowskie neologizmy – ‘krze-słowi’ (‘zajmujący lepsze miejsca, senator-sczy’), ‘drążkowi’ (‘zajmujący gorsze miejsca, jak ptaki na drążku’)²⁰, które mogły zainspiro-wać Kapuścińskiego do stworzenia własnych nazw określających dziwaczne pałacowe pseu-dozawody i dworskie koterie (‘poduszkowy’, ‘ścierieczkowy’, ‘korkowy’, ‘kratowy’ itd.).

Jeśli posłużymy się eksperymentem zapro-powowanym przez Witolda Sadowskiego²¹ (który, dokonując wersyfikacyjnej segmentacji fragmentu *Cesarza* na całości składniowe, od-najduje w nim melodykę wiersza średniowiecz-nego), to w rozpisanym na wersy fragmencie możemy ujrzyć tekst, którego nie wyparłby się saski rymopis:

padali odmownie
nijako, grymaśnie,
wyglądało mi, że padali,
a w głębi duszy stali,

¹⁶ Zob. A Czartoryski, *Bard polski*, wydał i wstępem poprzedził J. Kallenbach, Brody 1912; K. Ujejski, *Skargi Jeremiego*, Lipsk 1862.

¹⁷ W. Gombrowicz, *Dziennik 1953–1956*, red. nauk. tekstu J. Błoński, [w:] tegoż, *Dzieła*, t. 7, Kraków 1989, s. 354–355.

¹⁸ Cenne przemyślenia o poetyckim świecie ks. Baki zawiera książka Aleksandra Nawareckiego, *Czarny kar-nawał. „Uwagi śmierci niechybnej” księdza Baki – poetyka tekstu i paradoksy recepcji*, Wrocław 1991.

¹⁹ J. Baka, *Poezje*, [oprac. M. Hanczakowski], Kraków 2002, s. 89.

²⁰ Tamże, s. 171.

²¹ W. Sadowski, *Wersyfikacja reportażu*, „Teksty Drugie” 2006, nr 5, s. 82–99.

niby leżeli,
ale w myślach siedzieli
niby płaska korność,
ale w sercach oporność²².

Naprawdę sklecony „wiersz” przywołuje na myśl dość zgrabny barokowy koncept, w którym wylaniający się z wyraźnych opozycji oksymoron opatrzony jest czytelną puentą. Tekst zbudowany jest z kusych, iście Bakowskich wersów, zrymowanych parzyście, poddanych wyrazistej, katarynkowej rytmice. Jest rzeczą godną zastanowienia, dlaczego Kapuściński, który terminuje u Baki, ucząc się odeń poetyki saskich rymowanek, zacierając ślady swej zależności. Oto wśród mott, które nie trafiły do wersji książkowej, znalazł się fragment znanego wiersza osiemnastowiecznego jezuita, *Młodym uwaga z Uwag śmierci niechybnej*, który znakomicie wpisuje się – jako poetycki zapis nieuchronnego przemijania – w interpretacyjny wywód trzeciego rozdziału²³:

Nie dopędzisz wczora cugiem
Nie wyorzysz jutra pługiem
Minęło
Zniknęło!²⁴

Saski kontusz *Cesarza* nie jest jednak uszyty z jednej materii. Jak wykazała analiza językowa Janiny Frasz, Kapuściński swobodnie czerpie z różnych źródeł historycznej i współczes-

nej polszczyzny, nie troszcząc się ani o autentyzm i wiarygodność obrazu epoki, ani o wierność kolorystowi. Innymi słowy, nie stara się dokładnie odwzorować odległej rzeczywistości, ale dokonuje raczej aktualizacji archaicznego stylu we współczesnym obrazie. Zastosowanie tak ostentacyjnie jawnej stylizacji językowej musi nasuwać skojarzenia z twórczością Witolda Gombrowicza, który również uczynił czasy saskie zwierciadłem, w którym przegląda się współczesność²⁵. *Trans-Atlantyk* i *Cesarz* są pomyślane jako eksperymenty kulturowe polegające na stworzeniu w odległym kraju językowej enklawy polskości. Zarówno rzeczywistość argentyńska, jak i etiopska są jednak pozabawione swych cech indywidualnych, co sprawia, że istnieją w opowieści na prawach marginesu, tła za ledwie. Inaczej jest ze spreparowaną rzeczywistością literacką – w każdym z omawianych tekstów rodzime przypadki stają się centrum tamtego świata, niejako zawłaszczają obcą przestrzeń: oto dostojnicy etiopscy sprawnie posługują się narzuconym kodem językowym, a obcokrajowcy u Gombrowicza mimowolnie przejmują nasze zwyczaje, bo dla bohaterów *Trans-Atlantyku* istnieją oni o tyle, o ile zmieszczą się w polskich normach kulturowych²⁶. Jednak w żadnym z omawianych przypadków przywołanie polszczyzny i sarmackości nie ma charakteru li tylko ornamentacyjnego.

²² R. Kapuściński, *Cesarz*, s. 113.

²³ Fragment wiersza księdza Baki ukazał się w dwunastym odcinku prasowego cyklu *Cesarza* („Kultura” 28 maja 1978) i otwierał jedną z kolejnych części rozdziału trzeciego. *Notabene* właśnie ten aforystyczny cytat uznał Wacław Borowy za egzemplifikację wartościowych sentencji Baki uderzających „jednością”. Cyt za: A. Nawarecki, *Czarny karnawał...*, s. 35.

²⁴ J. Baka, *Poezje*, s. 82–83.

²⁵ Wprawdzie Kapuściński deklarował, że nie znał *Trans-Atlantyku*, przygotowując *Cesarza*, ale zbieżności między obiema książkami są na tyle wyraźne, że można chyba jednak mówić o literackiej inspiracji (nawiasem mówiąc, można by się zastanowić, czy słowa ‘drżączka’ i ‘furda’ nie trafiły do *Cesarza* także *via Trans-Atlantyk?*). Sprawa ewentualnych zapożyczeń była oczywista dla Herlinga-Grudzińskiego, który pisał: „Książka jest zgrabna, pomysłowa (mimo nadmiernego małpowania z *Trans-Atlantyku*)” – por. tegoż, *Dziennik pisany nocą 1973–1979*, [w:] tegoż, *Pisma zebrane*, t. 4, Warszawa 1995, s. 436. Kwestia powinowactwa *Cesarza* z *Trans-Atlantykiem* (ale także z Baką, Żeromskim, Saint-Simonem i Tocquevillem) została wcześniej dostrzeżona przez Małgorzatę Szpakowską w jej recenzji: *Saskie ostatki cesarza*. „Twórczość” 1979, nr 6, s. 106–110. Interesująco ten wątek omawia także Z. Bauer, *Antymedialny reportaż Ryszarda Kapuścińskiego*, Warszawa 2001, s. 132–146.

²⁶ Zjawisko to dobrze ilustruje następujący fragment będący świadectwem rzekomo argentyńskiej gościnności: „Dopieroż nas ścisnąć, pod nogi obejmować, do domu prowadzić.” W. Gombrowicz, *Trans-Atlantyk*, za: E. Sławkowska, „*Trans-Atlantyk*” Witolda Gombrowicza. *Studia nad językiem i stylem tekstu*, Katowice 1981, s. 112.

Poddana archaizacji polszczyzna staje się narzędziem do stworzenia wyabstrahowanego modelu ogólnoludzkiego doświadczenia, którym u Gombrowicza jest tradycja, u Kapuścińskiego – władza. Świat przedstawiony obu książek poddany zostaje wyrazistej autorskiej interpretacji: obydwa modele buduje się po to, żeby wykazać ich zawodność. Każda z historii zaczyna się stopniowo zagęszczać, spiętrzać, konstrukcja traci stabilność, by w finałowej scenie rozsypać się w kawałki. W obu książkach chaos świata przedstawionego wyraźnie współbrzmi z chaosem językowo-stylistycznym: narracja ostatnich stron *Cesarza* poczyną się rwać – reporter wchodzi informatorom w słowo, streszcza ich wypowiedzi, stara się porządkować ich myśli, wysuływać z nich jakiegokolwiek sensy – jakby chciał w ten sposób na własną rękę podejmować straceńcze próby ratowania rozpadającego się gmachu sensu. W finałowej scenie reportażu kończy się jednak nie tylko świat władzy, która zdawała się być wieczna, ale także wyczerpuje się narracja. Oto ostatni świadek etiopskiej apokalipsy z niejakim trudem kontynuuje swą wypowiedź, co reporter komentuje następująco: „Niestety, opowieść L.M. jest bezładna, starzec nie potrafi złożyć swoich obrazów, przeżyć i wrażeń w spójną całość”²⁷. Pałac pustoszeje, wszelkie odgłosy milkną, jeszcze tylko suche notatki prasowe oficjalnie obwieszczają zagładę świata...



Relacja o upadającym satrapie już od trzydziestu lat znajduje się w czołówce polskiego i światowego reportażu – jej lekturze towarzy-

szą z jednej strony zachwyty nad oryginalnym ujęciem problemu, z drugiej – zarzuty o fałszowanie rzeczywistości. W sporach, które niejednokrotnie dotyczą marginesów lektury, głos zabierają naukowe autorytety – znawcy tematyki afrykańskiej i dziennikarze co rusz ponawiający pytania o wiarygodność etiopskiej relacji, o granice pisarskich ingerencji. Można i tak czytać literackie arcydzieła, trzeba jednakże mieć wówczas świadomość, że to model lektury redukcjonistycznej. Nawet podróż do Etiopii, z której przywozi się opinie, pochodzące zresztą często od anonimowych informatorów, że rozmówcami Kapuścińskiego byli „alkoholicy, których wyciągał na wódkę”²⁸ oraz że *Cesarz* jest zlepkiem plotek: „Ktoś mu coś na boku szepnął, a on to potem... no wie pan. Ukolorował. Pofantazjował”²⁹, raczej nie zbliżą nas do zrozumienia fenomenu tej książki. Podobnie jak opinie ekspertów, które autor *Kapuściński non-fiction* przytacza, chcąc uwiarygodnić swą polemiczną strategię. Mam jednak pewne wątpliwości wobec wyborów Domosławskiego. Oto biograf, dwukrotnie przywołując etiopistę prof. Harolda Marcusa, gołosłownie określa go jako największego/najwybitniejszego „znawcę życia Hajle Sellasje”. Ja natomiast upomniałabym się o głos znakomitych polskich afrykanistów – przez lata współpracującego z Kapuścińskim prof. Jana Milewskiego albo zmarłych przed kilkoma laty autorów pomnikowej *Historii Etiopii* – prof. Joannę Mantel-Niećko i prof. Andrzeja Bartnickiego³⁰. Spośród obco-krajowców należałoby może rozważyć dorobek Angela Del Boki³¹, włoskiego historyka kolonializmu i autora biografii Hajle Sellasjego, która nie kończy się – jak ta autorstwa Marcusa³² – na roku 1936, lecz opisuje pełny okres

²⁷ R. Kapuściński, *Cesarz*, s. 144.

²⁸ A. Domosławski, *Kapuściński non-fiction*, Warszawa 2010, s. 418.

²⁹ Tamże.

³⁰ A. Bartnicki, J. Mantel-Niećko, *Historia...*

³¹ A. Del Boca, *Il Negus. Vita e morte dell'ultimo re dei re*, Bari 2007.

³² H. Marcus, *Haile Sellassie I. The formative years 1892–1936*, Berkeley 1987.

panowania etiopskiego władcy i ma swój finał w okolicy połowy lat 90. ubiegłego wieku. Dla- czego Domosławski nie bierze pod uwagę bar- dzo osobistej biografii Johna Spencera³³, dłu- goletniego współpracownika etiopskiego wład- cy, zaprzyjaźnionego ze sportretowanymi w *Cesarzu* najważniejszymi osobami w pań- stwie – m.in. premierem Akilu Habte Uoldem, jego bratem – Mekonnynem i ministrem pióra – Uolde Ghiorgęsem. Autor *Gorączki latyno- amerykańskiej* nie wspomina także o innych bio- grafach króla królów, jak Leonard Mosley³⁴ czy Hans Wilhelm Lockot³⁵.

Komentarze znawców Etiopii – choć stano- wią bez wątpienia cenny kontekst badawczy – nie powinny być czytane bezkrytycznie. Narzę- dzia specjalistów innych dyscyplin naukowych

nie uwzględniają bowiem swoistości dzieła li- terackiego i jego rozmaitych modeli lekturo- wych³⁶. Łatwo udowodnić, że *Cesarz* – czyta- ny jako wierna relacja z wypadków etiopskich – jest książką, wobec której można mieć wiele wątpliwości. Mistrzostwo w opisie upadku eg- zotycznego władcy nie polega jednak na nau- kowej akuratności ani na doskonałym skopio- waniu odległej rzeczywistości. Zresztą taka opowieść – nawet bezbłędna – raczej nie wy- trzymałaby próby czasu. Siła tego reportażu tkwi więc gdzie indziej: w oryginalnym pomy- śle, by posługując się realnymi, starannie wyse- lekcjonowanymi rekwizytami jednej przestrze- ni, opowiedzieć o przestrzeni innej – bardziej uniwersalnej, intelektualnie wysubtelnionej, zre- cześnie utkanej z literackiej materii³⁷.

³³ J.H. Spencer, *Ethiopia at Bay. A Personal Account of the Haile Sellassie Years*, Algonac 1984.

³⁴ L. Mosley, *Haile Selassie. The Conquering Lion*, Englewood Cliffs, N.J. 1965.

³⁵ H.W. Lockot, *The Mission. The life, reign and character of Haile Sellassie I*, London 1989.

³⁶ O wątpliwościach wobec lektury *Cesarza* przez Harolda Marcusa piszę szerzej w recenzji książki Artura Do- mosławskiego, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2, s. 159–166.

³⁷ Niniejszy artykuł jest zmienioną wersją większej całości, która stanowi krytyczne opracowanie *Cesarza* wy- danego w 2012 r. nakładem Ossolineum.

In the Laboratory of the Reportage

Beata Nowacka

SŁOWA KLUCZOWE

reportaż, stylizacja literacka, słowotwórstwo, czasy saskie, biografia Ryszarda Kapuścińskiego

STRESZCZENIE

Zaprezentowana analiza *Cesarza* Ryszarda Kapuścińskiego zawiera porównanie pierwotnej, drukowanej na łamach „Kultury” w 1978 r., wersji reportażu z jej efektem finalnym. Analiza stylistyczno-językowa tekstu uwzględnia także kontekst saski (twórczość ks. Baki) oraz jego późniejsze przekształcenia (*Trans-Atlantyk* Witolda Gombrowicza). W podsumowaniu autorka krytycznie odnosi się do redukcjonistycznej interpretacji *Cesarza*, która po publikacji książki Artura Domosławskiego *Kapuściński non-fiction* stała się w powszechnym odbiorze dominującym modelem lektury.

KEY WORDS

reportage, literary stylization, Saxon period, biography of Ryszard Kapuściński

ABSTRACT

The presented analysis of *The Emperor* by Ryszard Kapuściński contains a comparison of the first, printed in „Kultura” in 1978, version of the reportage with its final effect. A stylistic and linguistic analysis of the text takes into account the Saxon period (works of priest Baka) and its later evolution (*Trans-Atlantyk* by Witold Gombrowicz). In the conclusion, the author critically refers to the reductionist interpretation of *The Emperor*, which after the publication of Artur Domosławski's *Kapuściński non-fiction* became the dominating model of reading by the general public.

Cesarz na skraju gatunków

Adrian Stachowski

Cesarz od dawna, właściwie już od dnia jego publikacji, jest powszechnie uznawany za arcydzieło Ryszarda Kapuścińskiego. Obfitość recenzji, rozpraw i komentarzy na jej temat już dawno kilkakrotnie, a może nawet już kilkunastokrotnie przerosła niewielkich rozmiarów książkę. Opowieść o dworze obalonego cesarza Hajle Sellasjego I już od pierwszego wydania w 1978 r. spotykała się niemal wyłącznie z entuzjastycznym przyjęciem, recenzjami słusznie podziwiającymi jej literacki kunszt, stylistyczną maestrię, urzekającą metaforykę i przenikliwość obserwacji autora na temat natury autorytarnego systemu władzy. Zarówno polscy (wśród nich Zbigniew Bauer, Andrzej Zwaniecki, Andrzej W. Pawluczuk), jak i zagraniczni recenzenci (między innymi John Updike, Susan Sontag, Salman Rushdie i Peter Prescott) zwracali uwagę na uniwersalność i alegoryczność dzieła Kapuścińskiego. „Książka o idei wszelkiej cesarskości”, „próba syntezy wszelkiej dyktatury”, „traktat o upadaniu” – pisali recenzenci, także ci z najbardziej prestiżowych periodyków literackiego świata, porównując przy okazji Kapuścińskiego do najlepszych pisarzy XX w.: Alberta Camusa,

Franza Kafki, Gabriela Garcii Marqueza i innych¹. Byli również nieliczni krytycy dzieła, ale ich zarzuty w ojczyźnie reportera przez długi czas były nieznane.

W pracy *Magiczne dziennikarstwo. Ryszard Kapuściński w oczach krytyki* Beata Nowacka zebrała same pozytywne recenzje książki Kapuścińskiego – 32 polskie i 21 zagranicznych. Dziwnym trafem badaczka recepcji dzieł reportera pominęła krytyczne komentarze, a wśród nich dwa najbardziej interesujące, bo krytyczne w stopniu wyjątkowym: szkic prof. Harolda G. Marcusa, etiopisty i autora biografii Hajle Sellasjego, zatytułowany *Uprzedzenia i ignorancja w recenzowaniu książek o Afryce: Dziwny przypadek „Cesarza” Ryszarda Kapuścińskiego*², oraz tekst Johna Ryle’a, recenzenta literackiego dodatku do „Timesa”, opublikowany pod tytułem *Przy zabawie z duchami w buszu*³ (tekst Ryle’a zostaje co prawda krótko, jednym zdaniem, i bez przypisywania mu większego znaczenia, przytoczony w rozdziale pracy Nowackiej omawiającym polską i światową recepcję *Hebanu*, ale uwagi angielskiego recenzenta skupiały się w takim samym stopniu na *Cesarzu*). Tych dwóch tekstów autorka nie

¹ B. Nowacka, *Magiczne dziennikarstwo. Ryszard Kapuściński w oczach krytyków*, wyd. 2, Katowice 2006, s. 73–90.

² H.G. Marcus, *Prejudice and Ignorance in Reviewing Books about Africa: The Strange Case of Ryszard Kapuściński's The Emperor*, „History in Africa” 17 (1990), s. 373–378, przedruk zob. „Afryka” Nr 4 (1996), s. 69–76.

³ J. Ryle, *At Play In the Bush of Ghosts: Tropical Baroque, African Reality and the Work of Ryszard Kapuściński*, „Times Literary Supplement” 27 July 2001.

przycząca ani w *Magicznym dziennikarstwie*, ani w późniejszej *Biografii pisarza*, napisanej wspólnie z Zygmuntem Ziątkiem⁴. Badaczka odniosła się do nich dopiero w recenzji książki Artura Domosławskiego⁵, opublikowanej – blisko rok po jej premierze – na łamach „Studiów Medioznawczych”⁶, niektóre w efektywny sposób i przekonująco odrzucając (głównym argumentem badaczki było, że Kapuściński nie pisał historii Etiopii, ale opisywał świat takim, jakim widzieli go dworacy Hajle Sellasjego). Tym niemniej dziwi fakt, że te krytyczne teksty, tak bardzo odbiegające od typowej recepcji dzieł Kapuścińskiego i przez to szczególnie interesujące, wzbudziły ciekawość badaczki recenzji jego twórczości dopiero po tym, jak nagłośnił je w swojej książce *Kapuściński non-fiction* Artur Domosławski.

Zarzuty stawiane *Cesarzowi* przez zagranicznych recenzentów Domosławski opisał w rozdziale pod tytułem *Reporter poprawia rzeczywistość, czyli krytycy wszystkich krajów łączą się!*⁷. Ta część książki zaczyna się od rozmowy w mieszkającej w Etiopii od czterdziestu lat Polką, która gościła Kapuścińskiego, gdy ten przebywał w Addis Abebie. „Ten *Cesarz...* to baśnie tysiąca i jednej nocy [...]. Coś tam się trzyma realiów, ale raczej mniej niż więcej” – mówi biografowi znajoma Kapuścińskiego⁸. Od przytoczenia jej uwag Domosławski przechodzi do obszernego cytatu z krytycznego eseju prof. Marcusa, którego zdaniem Kapuściński napisał książkę bezkrytyczną wobec pochodzących od rozmówców informacji i niedokładną w opisie jej głównego bohatera, cesarza Etiopii. O tej niedokładności w ocenie etiopisty świadczy wiele uchy-

bień faktograficznych. Twierdzenie o tym, że cesarz był analfabeta, recenzent nazywa absurdalnym, a inny fragment książki określa „oczerniającą Etiopczyków rasistowską ignorancją”⁹. Jednak przy tej nieraz dotkliwej krytyce prof. Marcus dostrzega też zalety książki, między innymi to, że Kapuściński właściwie ujął tło wydarzeń, które doprowadziły do dekonstrukcji cesarstwa w 1974 r., i adekwatnie oddał niektóre cechy charakteru cesarza Etiopii. „*Cesarz*, pomimo swoich wad, zawiera często wnikliwie oceny, dlatego też powinno się go czytać uważnie. Fakty podane przez Kapuścińskiego powinny być dokładnie sprawdzone ze źródłami historycznymi” – konkluduje swoje rozważania prof. Marcus¹⁰.

Liczni recenzenci *Kapuściński non-fiction* mieli wątpliwości, czy *Cesarza* w ogóle powinno się nazywać reportażem: „Kapuściński – eksperymentując z formą – napisał przenikliwą książkę o mechanizmach władzy absolutnej, ale należy ją uznać za powieść dokumentalną, a nie za dzieło literatury faktu” – pisał np. Bartosz Marzec, wówczas krytyk literatury faktu w redakcji „Rzeczpospolitej”¹¹. Nie są to wątpliwości w żaden sposób nowe – już w 1979 r. wyraził je Wojciech Giełżyński.

Spróbujmy zatem jeszcze raz odpowiedzieć na pytanie o gatunkową przynależność najbardziej znanej książki Kapuścińskiego. Już nieraz podejmowano ten trud, z różnym wynikiem. Nowe źródła i opinie uzasadniają jednak celowość podjęcia go na nowo.

Kreacje literackie w *Cesarzu*

Odpowiedzi na pytanie o *Cesarza* warto spróbować szukać dwutorowo: z jednej strony

⁴ B. Nowacka, Z. Ziątek, *Ryszard Kapuściński. Biografia pisarza*, Kraków 2008.

⁵ A. Domosławski, *Kapuściński non-fiction*, Warszawa 2010.

⁶ B. Nowacka, [A. Domosławski, *Kapuściński non-fiction* – rec.], „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2, s. 159–166.

⁷ A. Domosławski, *Kapuściński...*, s. 417–441.

⁸ Tamże, s. 417.

⁹ Tamże, s. 419.

¹⁰ Tamże, s. 420.

¹¹ B. Marzec, *Ostatni romantyk*, www.rp.pl/artukul/9148,796122-Piec-lat-temu-zmarl-Ryszard-Kapuscinski.html [dostęp: 19.05.2012].

– analizując to, co o swojej książce mówił sam autor, a z drugiej – korzystając z dostępnych badań na temat odbioru tego dzieła przez czytelników (innych niż dociekania Beaty Nowackiej).

Kapuściński nie definiował swojej twórczości zgodnie z tradycyjnymi podziałami gatunkowymi. Raz mówił o niej, że są to „po prostu teksty”, innym razem używał łacińskiego terminu *silva rerum* – las rzeczy¹². Odwoływał się do tworzących w Stanach Zjednoczonych prekursorów Nowego Dziennikarstwa (Norman Mailer, Truman Capote, Hunter S. Thompson), łączących literaturę faktu z technikami opisu stosowanymi w prozie beletrystycznej i do teorii „gatunków zmaconych” Clifforda Geetza¹³. Tylko raz sformułował twardą, typologiczną definicję reportażu, który, jak mówił, przez długi czas rozumiał intuicyjnie: „definicja reportażu będzie zawierać dwa elementy: a – intencjonalność projektu: jadę gdzieś celowo [...], żeby zdać sprawę; b – temat został wzięty z życia”¹⁴. Z drugiej strony mówił: „Piszę takim sposobem, taką techniką, przy użyciu takiego warsztatu, żeby najlepiej oddać to, co chciałbym powiedzieć. [...] Ja się nie zastanawiam, czy to będzie się zaliczało do literatury pięknej, czy do literatury faktu. Mam jakąś myśl, którą chcę wypowiedzieć i wypowiadam ją w pewien sposób”¹⁵. Ważna jest tu jeszcze jedna deklaracja autora *Cesarza* – ta, w której mówi, że w swoich książkach nie używa fikcji rozumianej jako zmyślenia i opisywanie wydarzeń, które nie miały miejsca w rzeczywistości¹⁶.

Geneza *Cesarza* była już wielokrotnie opisywana w co najmniej kilku książkach (najbardziej wyczerpująco potraktowali ten temat Zi-

tek i Nowacka)¹⁷. Opowieść o upadku Hajle Sellasjego od początku powstała w głowie Kapuścińskiego jako książka, której tematem przewodnim byłby jednoosobowy system władzy. Doskonale znana i opisana jest też metoda językowa, jaką Kapuściński przyjął przy pisaniu tej książki – wykorzystanie polszczyzny rodem z prozy barokowej XVII i XVIII w.

Powtarzające się w wielu monologach dworaków językowe i narracyjne stylizacje – archaizmy, rymy, redundancje – sprawiają, że nie sposób nie zastanawiać się, ile z *Cesarza* ma swoje źródło w opowieściach rozmówców Kapuścińskiego, a ile jest efektem jego własnej inwencji. Kapuściński odrzuca tak postawione pytanie jako naiwne: „Wciąż stawiane mi pytanie dotyczy stosunku treści opartej na faktach do fikcji literackiej. Czy *Cesarz* jest fiction, czy też non-fiction? Uważam, że tak sformułowane pytanie jest nie tylko naiwne, ale też nic z niego nie wynika. Oczywiście, że mój tekst nie składa się ze spisanych taśm, jest konstrukcją literacką. To zrozumiałe samo przez się”¹⁸.

Można odnaleźć kilka wypowiedzi Kapuścińskiego, które wskazują, że nie wszystkie monologi, które złożyły się na książkę, pochodzą w całości od dworzan cesarza. Najbardziej pomocny jest w tym wywiad, który przeprowadził z pisarzem Marek Miller w 1987 r., a szczególnie dwa jego fragmenty. Jeden dotyczy osławionego pieska Lulu, a drugi opisu koterii pałacowych, które w książce przybierają swoje specjalne nazwy. „Szukam tego najprostszego zdania, tej najprostszej rzeczy. [...] I szukam w tych obrazach i przychodzi mi na myśl, że cesarz miał małego psa. [...] Co taki sługa może powiedzieć o piesku? Najprostsze zdanie,

¹² R. Kapuściński, *Autoportret reportera*, Kraków 2006, s. 77.

¹³ Tenże, *O książkach, ludziach i sztuce. Pisma rozproszone*, Warszawa 2009, s. 177.

¹⁴ Tenże, *Lapidaria*, wyd. 2, Warszawa 2002, s. 396–397.

¹⁵ Tenże, *Pisanie*, z Ryszardem Kapuścińskim rozmawia Marek Miller, Warszawa 2012, s. 100.

¹⁶ Tenże, *Czterokrotnie rozstrzelany*, z Ryszardem Kapuścińskim rozmawia Wojciech Giełżyński, [w:] *Wojna futbolowa. Postscriptum*, Warszawa 2008, s. 9.

¹⁷ B. Nowacka, Z. Ziątek, *Ryszard Kapuściński...*, s. 190–193.

¹⁸ H.M. Enzensberger, *Parabola władzy*, [w:] *Cesarz. Postscriptum*, Warszawa 2008, s. 10.

jakie można napisać o psie: To był mały pies rasy japońskiej. Nazywał się Lulu” – powiedział Millerowi Kapuściński¹⁹. A to fragment innej wypowiedzi, w której Kapuściński dodaje następne szczegóły: „Przychodzi mi do głowy, że cesarz miał małego psa i chodził zawsze z tym małym pieskiem, zawsze go nosił, i miał sługę, który się koło tego pieska kręcił. Pomyślałem sobie, że oto jest ten sługa i że on może coś mówić”²⁰. Inny fragment tego samego wywiadu pokazuje, że ta inwencja przynajmniej raz poszła dużo dalej. „Sam także wymyśliłem mnóstwo różnych słów. [...] Podzieliłem ludzi dworu na trzy kategorie, określając ich słowami, które nie istnieją w polskim języku. [...] Myślę, że każda władza w momencie zagrożenia dzieli się na kratowych, korkowych i stołowych [a więc – na beton, koniunkturalistów i liberałów-ugodowców – przyp. A.S.]. To moje słowa, *Cesarz* jest pełen takich słów” – powiedział Kapuściński²¹. W książce słowa o kratowych, stołowych i korkowych – czyli podział, jak wynika z powyższych słów, wymyślony przez Kapuścińskiego – zostają podane jako monolog jednego z dworzan²².

Każdy, kto chciałby w tym miejscu stawiać Kapuścińskiemu zarzuty konfabulacji, musi wziąć pod uwagę to, że reporter nie czynił żadnej tajemnicy z metody, którą obrał przy pisaniu *Cesarza* i sam mówił przynajmniej o kilku literackich kreacjach, które zastosował w tym dziele.

Jednym z popularnych w Polsce modeli lektury *Cesarza* było interpretowanie opowieści o dworze Hajle Sellasjego jako alegorii autorytarnych struktur władzy, nie tylko w wymiarze abstrakcyjnym i uniwersalnym, ale też

jak najbardziej konkretnym. Zgodnie z praktykowaną w okresie Polski Ludowej metodą doszukiwania się krytycznych wobec władzy treści „między wierszami”, w nowej książce Kapuścińskiego odnajdywano zawołaną krytykę rządów ekipy Edwarda Gierka. Model ten wielokrotnie kontestowano, ale przetrwał i powrócił z nową mocą przy okazji dyskusji nad *Kapuściński non-fiction*.

Domosławski nazwał w swojej książce te uniwersalizujące i alegoryczne interpretacje „odruchem obronnym”, dochodzącym do głosu, gdy podważa się prawdziwość warstwy faktograficznej książki. Po publikacji *Kapuściński non-fiction* pojawiło się kilka komentarzy, które tę obserwację potwierdzają. Wśród komentatorów, którzy posługiwali się tym argumentem, był Stefan Bratkowski: „Z wywiadów z Domosławskim wynika, że nie rozumie, że »Cesarz« nie był reportażem! To miała być wielka metaforyczna proza z elementami reportażu. Podobnie jak »Szachinszach«. I nie miała uderzać w cesarza Etiopii, ale w problemy naszego ustroju!”²³. Bratkowskiemu wtórował Ziątek: „*Cesarza* nikt nigdy nie uważał za prosty reportaż dziennikarski!”²⁴.

Co o „gierkowszczyźnie” w *Cesarzu* sądził jego autor? Ciekawe jest, że raz ją odrzucał, jak w wywiadzie udzielonym w 1994 r. niemieckiemu dziennikarzowi Hansowi Enzensbergerowi: „W żadnym razie nie chciałem wdawać się w bezpośredni opis sytuacji w mojej ojczyźnie”²⁵, a innym razem potwierdzał jako prawdziwy zamysł twórczy. Tak jak w wywiadzie udzielonym w Stanach Zjednoczonych: „Kapuściński: Oczywiście, nie jest to książka o Etiopii czy Hajle Sellasje, ale bar-

¹⁹ Za: B. Nowacka, Z. Ziątek, *Ryszard Kapuściński...*, s. 193.

²⁰ R. Kapuściński, *Pisanie...*, s. 35.

²¹ Tamże, s. 158.

²² Tenże, *Cesarz*, Warszawa 2008, s. 101.

²³ *Torańska, Bratkowski i Szwed o biografii Kapuścińskiego*, www.se.pl/wydarzenia/opinie/zawsze-niepokoimnie-jego-us-miech_131308.html [dostęp: 31.05.2012].

²⁴ Z. Ziątek, „*Biografia pisarza*” i „*Kapuściński non-fiction*”, „Odra” 2011, nr 3, s. 64–72.

²⁵ H.M. Enzensberger, *Parabola...*, s. 12.

dziej o Komitecie Centralnym partii komunistycznej. Ówczesny pierwszy sekretarz nazywał się Gierek i bardzo przypominał cesarza z całym dworem. Każdy czytał tę książkę jako opowieść o nim i Komitecie Centralnym. Tom Wolfe: Ale nie pisał pan otwarcie o Komitecie Centralnym. Kapuściński: Nie, ale władze oczywiście wiedziały, o czym była ta książka, dlatego miała bardzo mały nakład, a także zabroniono nakręcenia jej ekranizacji i wystawienia jako sztuki²⁶.

Ewidencją inspirację „dworem Gierka” widać najbardziej w jednym z fragmentów *Cesarza*. Kapuściński opisuje, jak pałacem wstrząsa plan stawiania tam na Nilu, ostatni pomysł genialnego władcy. Oto jak o kulisach powstania tego fragmentu opowiadał Wiktor Osiatyński, współpracownik Kapuścińskiego z redakcji „Kultury”: „Któregoś dnia [Kapuściński] zadzwonił do redakcji i poprosił, aby wstrzymano odcinek, który wcześniej przyniósł. Powiedział, że na jutro będzie gotowy inny. Tego samego dnia odbyło się posiedzenie Komitetu Centralnego, na którym Gierek wyjawiał swój pomysł na akcję „Wisła”, czyli plan regulowania biegu Wisły. No i co Kapuściński przyniósł następnego dnia? Fragment *Cesarza*, w którym Hajle Sellasje wpada na pomysł tam na Nilu²⁷.

Badania recepcji i dyskusja wokół biografii

„Trzeba zdecydować, czy i jak dalece wychodząc poza poziom dziennikarstwa, tworzy się coś trwałego” – powiedział o swoim arcydziele Kapuściński²⁸. Wiemy też, że pytanie o to, czy

Cesarz należy do literatury faktu, czy literatury fikcyjnej, Kapuściński uważał za naiwne i nieistotne. Warto się zastanowić, czy może to pytanie ma jednak jakieś znaczenie. Na przykład – dla czytelnika.

Kapuściński nigdy nie sugerował, że *Cesarz* to czystej wody reportaż, jak twierdził w komentarzu do *Kapuściński non-fiction reporter* „Gazety Wyborczej” Adam Leszczyński („*Cesarza* – z aprobatą autora – sprzedawano nie jako baśń, ale literaturę faktu²⁹). Ale czy czytelnicy mieli prawo tak sądzić? Mieli, i wielu tak sądziło, co potwierdzają nie tylko opracowania twórczości Kapuścińskiego autorstwa licznych badaczy, ale też badania nad recepcją tych książek przez czytelników.

W 2006 r. Katarzyna Potaczek, przygotowując pracę pod tytułem *Recepcja Cesarza Ryszarda Kapuścińskiego w szkole średniej*³⁰, opracowała ankietę na temat *Cesarza*, którą wypełniło 77 uczniów szkoły średniej. Omawiając wyniki badania, Potaczek podała, że dla 27 proc. uczniów *Cesarz* opowiada przede wszystkim prawdziwą historię rządów Hajle Sellasjego i jego poddanych, 64 proc. określiło książkę Kapuścińskiego mianem reportażu, 15 proc. uznało ją za reportaż literacki, 4 proc. – za reportaż historyczny, a 3 proc. – literaturę faktu. Podsumowując „gatunkową” część badań, badaczka pisze: „Z materiału badawczego wynika, że powinno się więcej czasu poświęcić na rozważania natury teoretycznoliterackiej podczas analizy tego dzieła. Wszakże posiadanie tej wiedzy służy lepszemu zrozumieniu *Cesarza* jako dokumentu opisującego

²⁶ T. Wolfe, *An Interview with Ryszard Kapuściński: Writing about Suffering*, „The Journal of the International Institute” Vol. 6 (1998), nr 1, <http://quod.lib.umich.edu/jjii/4750978.0006.107?rgn=main;view=fulltext> [dostęp: 26.09.2012].

²⁷ Wypowiedź Osiatyńskiego pochodzi z filmu dokumentalnego *A poet on the front line: The reportage of Ryszard Kapuściński*, nakręconego w 2004 r. przez amerykańską dokumentalistkę Gabrielle Pfeiffer; wypowiedź pada w 49 minucie filmu – por. <http://vimeo.com/41303514> [dostęp: 7.03.2012].

²⁸ H. Enzensberger, *Parabola...*, s. 11.

²⁹ A. Leszczyński, *Kiedy reporter jest nie fair*, „Gazeta Wyborcza” 27–28.02.2010, s. 15–16.

³⁰ K. Potaczek, *Recepcja „Cesarza” Ryszarda Kapuścińskiego w szkole średniej*, Kraków 2006 [praca magisterska obroniona w Instytucie Filologii Polskiej Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie], wersja elektroniczna zob. www.kapuscinski.info/pobierz/katarzyna_potaczek.pdf [dostęp: 7.03.2013].

autentyczne wydarzenia”³¹. Wcześniej jednakże wyciąga wnioski, który – w zestawieniu z poprzednim – brzmi kuriozalnie: „Pomimo że na lekcjach podejmowano temat ponadczasowości *Cesarza*, stosunkowo duży procent ankietowanych [w pytaniu o historyczność książki Kapuścińskiego – przyp. A.S.] wypowiedział się niepoprawnie”³². Niepoprawnie, czyli twierdząc, że należy czytać *Cesarza* jako książkę o historii Etiopii. Po publikacji *Kapuściński non-fiction* podobną rzecz napisał Jacek Żakowski: „Jeżeli ktoś, czytając *Cesarza* czy *Sztynego* [reportaż ze zbioru *Busz po polsku* – przyp. A.S.], brał je słowo w słowo, jak informacje z giełdy, to już jego wina”³³.

Pomińmy sprzeczność wniosków Potaczek i zadajmy inne pytanie: czy przebadani uczniowie są rzeczywiście „niepoprawni”, jak chce badaczka, i „sami sobie winni”, jak chce Żakowski? Wbrew temu, co twierdzą ci, którzy mówią, że *Cesarza* z oczywistych powodów nie należy odczytywać dosłownie, wielu czytelników dokładnie tak go czyta, a to dlatego, że poznali Kapuścińskiego przede wszystkim jako niedościgniony wzorzec dziennikarza i reportera.

Pisząc tę książkę, Kapuściński osadził akcję swojego przenikliwego i uniwersalnego traktatu o władzy w rzeczywistym kraju. Pisał o konkretnych ludziach, nieraz podając ich nazwiska. Formy podawcze, których używał – reporterska relacja, transkrypcja monologu i depesza – świadczą o asertoryczności dzieła, rozumianej jako sprawianie wrażenia prawdziwości³⁴. Dlatego nie dziwi fakt, że wielu czytelników, kierując się reputacją autora i najpopularniejszym modelem odczytywania całej jego twórczości, brali *Cesarza* dosłownie i czerpali z niej wiedzę o prawdziwych wydarzeniach, zupełnie tak jak z innych jego książek.

Czy jest w tym wina Kapuścińskiego? I tak, i nie. Z jednej strony wykazano już, że Kapuściński nie czynił tajemnicy z metody i literackich kreacji, które zastosował w tej książce. Z drugiej – nie każdy czytelnik trafi na przytoczone wyżej archiwalne wypowiedzi, w których autor wyjaśnił, czym dokładnie jest jego opowieść o Etiopii i jak należy ją czytać.

Kapuściński o Hajle Sellasjem

Pora przyrzeć się części krytycznych głosów pod adresem *Cesarza*, które dotyczyły sposobu, w jaki w książce opisany został Hajle Sellasje. Najpierw jednak warto podjąć próbę odtworzenia stosunku, jaki do ostatniego cesarza Etiopii żywił Kapuściński poza kartami swojej najbardziej znanej książki.

Artur Domosławski w biografii pisarza formułuje tezę, że ocena rządów i postaci cesarza w tekstach Kapuścińskiego zmieniała się, a fluktuacje te korespondowały z oficjalną propagandą PRL i obozu socjalistycznego w danym czasie. Biograf zauważa, że w latach 60., kiedy cesarz miał dobre stosunki z PRL, Kapuściński opisywał go w samych superlatywach jako najwybitniejszy umysł Afryki, ale sytuacja zmienia się, kiedy został obalony przez marksistowskiego pułkownika Mengistu Hajle Mariama. Wówczas na kartach *Cesarza* zostaje opisany jako „satrapa, nieuk, niemal analfabeta”³⁵. Na poparcie swej tezy Domosławski przytacza fragment korespondencji Kapuścińskiego z konferencji założycielskiej Organizacji Jedności Afrykańskiej, którą relacjonował jako korespondent PAP w 1963 r.: „Mimo swoich siedemdziesięciu pięciu lat Hajle Sellasje jest człowiekiem niespożytej energii, bystrogo umysłu i głębokiej wrażliwości... jeden z tych wybitnych starców, którzy zdumiewają nas swoją ży-

³¹ Tamże, s. 49.

³² Tamże, s. 48.

³³ J. Żakowski, *Ta biografia nam pomoże*, „Gazeta Wyborcza” 4.03.2010, s. 14.

³⁴ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2006, s. 15.

³⁵ A. Domosławski, *Kapuściński...*, s. 305.

wotnością i jasnością myśli. Jako człowiek jest ogromnie sympatyczny, pogodny i urzekający... Cesarz jest niewątpliwie najwybitniejszym umysłem politycznym tego kraju..."³⁶.

Obraz, który chce przekazać Domosławski, jest jednak niepełny. Biograf pomija – i wygląda na to, że robi to świadomie – bardzo ważny fragment tekstu, który cytuje. W oryginalnym tekście Kapuściński pisze jeszcze: „Władza Hajle Sellasje jest absolutna. W Etiopii nie ma partii politycznych i związków zawodowych, a parlament jest czysto symboliczny i mianowany, ponieważ nie ma tam również powszechnych wyborów. [...] Ustrój panuje tu klasycznie feudalny”³⁷. Okazuje się, że Kapuściński pisał o Hajle Sellasjem jako o jedynowładcy i feudale także w latach 60. – wtedy, kiedy według Domosławskiego miał pisać o nim w samych superlatywach.

Co najmniej kilka razy autor *Cesarza* mówił w wywiadach, że tematem jego książki wcale nie jest Hajle Sellasje. Najciekawsza z tych wypowiedzi padła w telewizyjnym wywiadzie, który Kapuściński udzielił w 2001 r. amerykańskiemu dziennikarzowi Charliemu Rose'owi: „Cesarz był człowiekiem, który wzbudzał szacunek. Dlatego kiedy pisałem »Cesarza«, nie napisałem ani jednego słowa przeciwko niemu. [...] Był ważną częścią historii, jedną z najświetlejszych postaci dwudziestego wieku i jedną z trzech, obok Nelsona Mandeli i Juliusa Nyerere, najważniejszych osób w historii Afryki”³⁸. Markowi Millerowi w 1987 r. powiedział, że Hajle Sellasje to człowiek, który uratował Afrykę, a *Cesarz* jest książką o karłach w polityce, która „nie ma nic wspólnego z cesarzem”³⁹.

Jak pogodzić te słowa z jednoznacznie negatywnym obrazem Hajle Sellasjego, z którym zostaje czytelnik po lekturze *Cesarza*?

Jedno z pytań z ankiety cytowanej już Potaczek dotyczyło osoby cesarza i brzmiało: „Scharakteryzuj głównego bohatera reportażu Kapuścińskiego i opisz sposoby sprawowania przez niego władzy”. Zadaniem respondentów było samodzielne nazwanie cech Hajle Sellasjego na podstawie tego, co przeczytali w książce Kapuścińskiego. W interpretacji uczniów – zresztą nie tylko ich – Hajle Sellasje w istocie jest, wbrew intencjom autora, brany za głównego bohatera książki. Badania Potaczek wykazały, że czytelnicy postrzegają *Cesarza* jako książkę opisującą osobę Hajle Sellasjego, który ma następujące cechy: jest despotą (67 proc. odpowiedzi), nie jest wykształcony (34 proc.), nie potrafi czytać ani pisać, jest podejrzliwym, pysznym i surowym egoistą. Oprócz tego respondenci przypisywali cesarzowi Etiopii spryt, słabość fizyczną, charyzmę i cierpliwość, a sposób sprawowania rządów przez niego oceniali jako totalitarny, autokratyczny i manipulacyjny. Zwracali także uwagę na wszechobecne donosicielstwo, kontrolę i „korupcję, która wiązała i uzależniała każdego urzędnika od pałacu i osoby cesarza”⁴⁰. Uczniowie pisali też, że Hajle Sellasje zdobył władzę drogą spisku. „Na podstawie wypowiedzi uczniów można stwierdzić, że prawidłowo scharakteryzowali [uczniowie – A.S.] osobę cesarza i sposób, w jaki sprawował władzę” – konkluduje swoje badania Katarzyna Potaczek⁴¹. Sposób, w jaki prezentuje się na lekcjach postać cesarza Hajle Sellasje, doskonale przedstawiają liczne „bryki” i wzory wypracowań

³⁶ Tamże, s. 303.

³⁷ R. Kapuściński, *Gdyby cała Afryka...*, Warszawa 2011, s. 48.

³⁸ *A conversation with journalist Ryszard Kapuscinski*, www.charlieroose.com/view/interview/3091 [dostęp: 31.05.2012].

³⁹ Wypowiedź z filmu *Ryszard Kapuściński* będącego zapisem fragmentu wywiadu-rzeki. Płytę DVD z filmem dołączono do książki *Pisanie*.

⁴⁰ K. Potaczek, *Recepcja...*, s. 42.

⁴¹ Tamże, s. 43.

w rodzaju „charakterystyka postaci”, które łąto można odnaleźć w internecie⁴².

Jaki obraz cesarza dojrżeli w książce badacze twórczości Kapuścińskiego? Także oni zobaczyli postać jednoznacznie negatywną. Ziątek i Nowacka w *Biografii pisarza* napisali, że książka jest „przekonującą, wręcz wzorcową parabolą władzy absolutnej, skorumpowanej, nieudolnej, realia etiopskie zaś okazały się znakomitym tłem dla pełnego zaprezentowania tego modelu”⁴³. Prof. Kazimierz Wolny-Zmorzyński napisał z kolei, że „Hajle Sellasje egoistycznym postępowaniem doprowadził do upadku kraju i swojej osoby”⁴⁴.

Szczególnym dowodem na negatywny obraz osoby władcy Etiopii w *Cesarzu* jest wywiad z wnukiem Hajle Sellasje, księciem Ermiasem Sahle Sellasje, opublikowany w „Rzeczpospolitej” na początku kwietnia 2010 r., a więc w okresie debaty nad *Kapuściński non-fiction*. Wnuk cesarza jest widocznie rozgoryczony i używając bardzo ostrych słów, nazywa *Cesarza* „konfabulacją autora pochodzącego z sowieckiej żony, byłego stalinowca”, napisaną „na określone zamówienie”. Oddajmy głos wnukowi cesarza: „Książka ta nie tylko zniszczyła reputację cesarza i naszej rodziny, ale zatrula także współczesną historię Etiopii dla kilku przyszłych pokoleń. [...] Niby to fikcja, ale jeżeli szuka się książek o Etiopii lub o Hajle Sellasje, to tytuł ten wyskakuje w wyszukiwarkach internetowych jako pierwsze źródło wiadomości. [...] Wszystkie podane fakty, nieważne, jak dalece wykrzywione czy przerysowane, dotyczą etiopskiej rzeczywistości i historii”⁴⁵.

Potomek Hajle Sellasje jest w swoich ocenach stronniczy – nie przyznaje Kapuściń-

skiemu, jak na przykład prof. Marcus, ani trochę racji i przenikliwości – ale kilka jego argumentów wydaje się celnych. Szczególnie ten o tym, że *Cesarz* służy wielu osobom za ważne źródło wiedzy o *prawdziwej* Etiopii.

Rzecz nie leży w tym, czy ten negatywny obraz osoby cesarza i ujemna ocena jego rządów zawarta w *Cesarzu* jest adekwatna do rzeczywistości, ale w tym, że taka ocena z treści książki – najwyraźniej znowu wbrew intencji autora – wynika. Wiemy jednocześnie, że deklarowana przez niego „poza” książką ocena postaci cesarza była inna – a już na pewno bardziej wyważona – niż ta, którą czytelnicy wynoszą z lektury książki. Gdzie można szukać źródeł tego dysonansu?

Tu rację ma wnuk cesarza. Problem bierze się stąd, że swój alegoryczny, przenikliwy i na wyższym poziomie znaczeniowym zdumiewająco prawdziwy i uniwersalny „traktat o upadaniu” i pamflet na wszelką dyktaturę Kapuściński zdecydował się umieścić w konkretnej rzeczywistości, a archetypowi anachronicznej i autorytarnej władzy, przeciwko której pisał, nadać konkretne oblicze – twarz Hajle Sellasje. Co więcej – zrobił to, nie tłumacząc czytelnikowi dokładnie swojego zamysłu.

Badacze twórczości Kapuścińskiego, na przykład Beata Nowacka, pisali, że Kapuściński w *Cesarzu* nie pokazuje obiektywnej historii rządów Hajle Sellasje, a tylko opisuje świat pałacu widziany oczami sług⁴⁶. Argument ten służy prawie zawsze odparciu zarzutu, że obraz Hajle Sellasje zawarty w książce jest, po pierwsze, pełen nieprawdziwych plotek, a po drugie – w ogólnym rozrachunku negatywny. Ale przecież *Cesarz* to nie tylko monologi dworzan

⁴² Trzy przykłady takich „bryków”: <http://cesarz.klp.pl/a-9129.html>; www.polskina5.pl/cesarz_streszczenie; http://polski.opracowania.pl/cesarz_r_kapuściński/ [dostęp: 31.05.2012].

⁴³ B. Nowacka, Z. Ziątek, *Ryszard Kapuściński...*, s. 194.

⁴⁴ K. Wolny-Zmorzyński, *Wobec świata i mediów. Ryszarda Kapuścińskiego dylematy dziennikarskie, literackie, społeczno-polityczne*, Kraków 1999, s. 190.

⁴⁵ Ermias Sahle Selasje, „*Cesarz*” nie jest o moim dziadku, z księciem... rozmawia Joanna Mieszko-Wiórkiewicz, „Rzeczpospolita” 3.04.2010, s. 12–13.

⁴⁶ B. Nowacka, [A. Domosławski...], s. 162.

(prawdziwe lub modelowane i tworzone w przez Kapuścińskiego), ale też odautorski komentarz reportera, nieraz pełniący wobec głosów z wnętrza pałacu funkcję obiektywizującą i uzupełniającą. Dlaczego zabrakło tej obiektywizacji w ocenie osoby cesarza? Możliwe, że rację ma Domosławski, kiedy zwraca uwagę na normy „politycznej poprawności” czasu, kiedy *Cesarz* został opublikowany po raz pierwszy.

Także ten aspekt wydzwięku *Cesarza* podnosili recenzenci książki *Kapuściński non-fiction*. Według Piotra Semki to książka Kapuścińskiego spowodowała, że w Polsce karierę zrobiło „zwycięstwo władzy ludowej w Etiopii”⁴⁷. Najostrzejsza krytyka *Cesarza* po publikacji biografii Domosławskiego ukazała się w zielonogórskim miesięczniku lokalnym „Puls”, wydawanym przez tamtejsze społecznikowskie Stowarzyszenie Dialog–Współpraca–Rozwój. Jej autor, Dariusz Chmielarski, już w pierwszych słowach artykułu ocenia: „Książka ta jest literacko doskonała, lecz moralnie odrażająca. *Cesarz* jest podłym paszkwilem wymierzonym w cesarza Etiopii Hajle Selassje, jednej z dwóch największych postaci w dziejach subsaharyjskiej Afryki (drugą jest oczywiście Nelson Mandela)”⁴⁸.

Zarzuty, które Chmielarski stawia Kapuścińskiemu, są poważne. Spróbujmy je zweryfikować. Wiemy już, że Kapuściński oceniał cesarza Etiopii inaczej niż wynika z jego książki. Co ciekawe, Chmielarski nazywa Hajle Selassjego jedną z dwóch najwybitniejszych postaci w dziejach tej części Afryki. Kapuściński powiedział dokładnie to samo w wywiadzie dla amerykańskiej telewizji. Jednak krytyk, mając do dyspozycji tylko egzemplarz książki, dochodzi do wniosku, że Kapuściński cesarza nie szanował, próbował go ośmieszyć i ukazać skrajnie niepochlebnie.

Czy Kapuściński zapewnił swoją książką „alibi” rządowi Czerwonego Terroru w Etiopii? Aby odpowiedzieć na to pytanie, w pierw trzeba zastanowić się nad stosunkiem Kapuścińskiego do etiopskiej rewolucji i spróbować zrekonstruować jej opis zawarty w książce. Domosławski pisze w pewnym miejscu w swojej książce, że Kapuściński obserwował czerwoną rewolucję w Etiopii „z sympatią”⁴⁹. Nie wiadomo, na jakiej podstawie tak twierdzi, ale założmy, że pierwszy etap tej rewolucji – obalenie cesarza – Kapuściński rzeczywiście mógł przyjmować z entuzjazmem. Rewolucja etiopska miała bowiem kilka etapów – najpierw w 1974 r. obalono pałac, potem władzę przejęła rada wojskowa Derg, a dopiero w 1977 r. pozycję dominującą w niej zdobył Hajle Mengistu Mariam, nazywany później Czarnym Stalinem.

Kapuściński był w Etiopii, kiedy Czerwony Terror już szalał. Opis pełnej strachu atmosfery w kraju przeniknął do jego książki. Jednakże symptomatyczne jest, że pisząc o poczynaniach nowej władzy, Kapuściński ani razu nie wspomina o politycznej tożsamości junty wojskowej i udziale w rewolucji jej zagranicznych sojuszników z Kuby i NRD, a przede wszystkim ze Związku Radzieckiego. Powód tego wydaje się oczywisty. Kapuściński nie mógł napisać, że wspierana przez Sowietów komunistyczna rewolucja w Etiopii skąpała kraj we krwi (zrobił to dopiero dwadzieścia lat później, w *Hebanie*). Ale już na pierwszych stronach *Cesarza* Kapuściński pisze o plutonach egzekucyjnych, wszechobecnym wojsku, nastroju wojny domowej i nieustannej *fetaszy*, czyli przeszkaniach i łapaniach. Nie jest zatem tak, że Kapuściński zdetronizowanego cesarza opisuje negatywnie, a rewolucję, która go obaliła – pozytywnie.

Warto też przypomnieć okoliczności śmierci cesarza. Kapuściński kończy *Cesarza* krótką

⁴⁷ P. Semka, *Podwójna misja reportera*, „Rzeczpospolita” 16.03.2010, s. 16.

⁴⁸ D. Chmielarski, *Mit – pocałunek Judasza*, www.puls.ctinet.pl/index.php?bmF2PTImZGJpX3Jvaz0yMDEwJmRiaV9taWVzaWFjPTUmZGJpX2lkPTEyMDA [dostęp: 31.05.2012].

⁴⁹ A. Domosławski, *Kapuściński...*, s. 350.

depeszą (a więc materiałem niewątpliwie dziennikarskim, wręcz symbolem rzetelnej informacji) zawiadamiającą o tym, że Hajle Sellasje zmarł, a przyczyną jego zgonu była niewydolność krążenia. Źródłem tej depeszy jest etiopska agencja prasowa Ethiopian News Agency (ENA), a tytułem, który cytuje Kapuściński, jest „The Ethiopian Herald”, gazeta, która w czasach dyktatury była tubą propagandową komunistycznej junty. Przyczyna śmierci cesarza wciąż pozostaje niewyjaśniona. Niewydolność krążenia to przyczyna podawana przez Derg. Zwolennicy cesarza do dziś twierdzą jednak, że został uduszony⁵⁰. Kapuściński podaje tylko jedną wersję tego wydarzenia, w dodatku pochodzącą od źródeł rządowych (niektórzy krytycy zarzucali Kapuścińskiemu, że *Cesarz* nasiąknięty jest antycesarską propagandą kolportowaną przez Derg w okresie powolucyjnym). Zauważył to też Salman Rushdie, jeden z propagatorów pisarstwa Kapuścińskiego na Zachodzie: „Jedyna różnica zdań, jaką kiedykolwiek miałem z Kapuścińskim, dotyczyła *Cesarza*, który jest piękną książką – będąc jednocześnie dziełem poetyckim i reportażem – ale widać w nim pewien brak szacunku dla faktów (który można napotkać okazjonalnie w dziełach Kapuścińskiego). W przypadku *Cesarza*, książka kończy się tragicznym – lub przejmującym – obrazem umierającego Hajle Sellasjego, gdy wierzy, że wciąż jest cesarzem Etiopii. Tymczasem nie takie były okoliczności jego śmierci. Został zamordowany w swoim łóżku. [...] wydało mi się wadą tej znakomitej książki, że śmierć cesarza została podkoloryzowana. Ryszard wyglądał na zmieszanego, gdy mu o tym opowiedziałem, i nie chciał o tym

rozmawiać. Ratował się ucieczką artysty mówiącego, że wersja, którą podał, dobrze sprawdziła się w książce, co mi odpowiada, ale jeśli ktoś nie upiera się, że mówi prawdę”⁵¹.

Sposobem przedstawienia śmierci cesarza zajęła się też Małgorzata Horodecka. Świadoma istnienia odmiennych wersji tego wydarzenia badaczka widzi w wybraniu przez Kapuścińskiego tej właśnie wersji swoistą metaforę – niewydolność krążenia krwi w organizmie cesarza staje się symbolem niewydolności systemu rządzenia⁵². Jest to zatem interpretacja spójna z zamysłem twórczym, jaki stał za *Cesarzem* od samego początku. Koresponduje ona też z tym, co Kapuściński powiedział Rushdiemu – że taka wersja lepiej pasuje do jego książki.

Amerykanin Jack Shafer tuż po śmierci Kapuścińskiego zastanawiał się, co by było, gdyby to jakiś etiopski dziennikarz swobodnie po przeinaczał historię Lecha Wałęsy i „Solidarności” po to, by przekazać czytelnikom głębszą prawdę o rządach w Addis Abebie⁵³. Podobny argument w dyskusji nad *Kapuściński non-fiction* przywołał Bartosz Machalica, publicysta „Krytyki Politycznej”: „Czy byłoby Nam (czyt. Polakom) wszystko jedno, gdyby jakiś etiopski pisarz napisał, że piesek Jana Pawła II sikał na jego kardynałów, że piesek Wałęsy obsikiwał podczas spotkań Komitetu Obywatelskiego kwiat opozycji, lub że piesek Jaruzelskiego obsikiwał towarzyszy-generałów z WRON-u?”⁵⁴.

I Shafer, i Machalica mają sporo racji. Być może nawet prawdą jest, że przysłowiowy już piesek Lulu nie jest najlepszym przykładem, ale *Cesarz* pełen jest różnych innych przykładów, dotyczących szczegółów historii Etiopii i osób, w szczególności osoby władcy tego kra-

⁵⁰ M. Meredith, *Historia współczesnej Afryki. Pół wieku niepodległości*, Warszawa 2011, s. 200.

⁵¹ L. Weschler, *The Emperor's Deathbed: An Exchange*, „The Virginia Quarterly Review” Winter 2008, www.vqronline.org/articles/2008/winter/rushdie-wescher-kapuscinski/ [dostęp: 31.05.2012].

⁵² M. Horodecka, *Zbieranie głosów. Sztuka opowiadania Ryszarda Kapuścińskiego*, Gdańsk 2010, s. 161.

⁵³ J. Shafer, *The lies of Ryszard Kapuściński*, www.slate.com/articles/news_and_politics/press_box/2007/01/the_lies_of_ryszard_kapucinski.html [dostęp: 25.01.2012].

⁵⁴ B. Machalica, *Piesek Lulu sika na orientalizm*, www.krytykapolityczna.pl/Bartosz-Machalica/Piesek-Lulu-sika-na-orientalizm/-menu-id-195.html [dostęp: 7.03.2012].

ju. Pisząc o *Cesarzu*, Horodecka stawia tezę, że „zawłaszczenie” przez Kapuścińskiego Etiopii nie jest wyrazem ignorancji czy wyższości: „swoista instrumentalizacja Etiopii i jej problemów służy ukazaniu mechanizmu szerszego niż granice pewnego afrykańskiego państwa”⁵⁵. Ale czy intencje pisarza są jasne dla kogoś, kto bierze do ręki jego książkę? Przytoczone komentarze wskazują, że nie są.

Rzeka fikcji i nie-fikcji

Cesarz nie jest cały zmyślony, ale jego fragmenty mogą stać się podstawą o formułowania niewyważonych i uproszczonych ocen. Mówi się, że *Cesarzem* Kapuściński upłynął granicę między faktem a fikcją, stał lewą nogą na jednym brzegu, prawą będąc już na drugim. Wydaje się, że i dla dzieła, i dla autora lepiej byłoby, gdyby przez tę rzekę fikcji i nie-fikcji się przeprawił, zabierając z sobą czytelników, lepiej tłumacząc im swoje motywy i metodę. Jeden z rozmówców Artura Domosławskiego mówi: „*Cesarz*? Najwybitniejsza polska powieść XX wieku!”⁵⁶. I gdybyż tylko od początku nie było na temat tej „powieściowości” wątpliwości...

Pozostaje jeszcze jedno pytanie – kiedy Kapuściński miałby przeprowadzić czytelników *Cesarza* przez tę rzekę? Rozważmy kilka momentów. Czy mógłby to zrobić w chwili premiery tej książki? Wykluczone. Nie sposób sobie wyobrazić, że oto w latach 70. w Polsce ukazuje się książka poprzedzona wstępem, w którym autor pisze, że to, co następuje dalej, to alegoria dyktatury i scentralizowanych

struktur politycznych. A może w momencie premiery angielskiego przekładu? To byłoby równie ryzykowne dla autora, nawet takiego, który wciąż żyje dobrze z władzą, mimo że stopniowo się od niej oddala. Czy można było to zrobić po upadku PRL? Wydaje się, że wtedy było już za późno. Książka już dawno zaczęła żyć swoim życiem, szczególnie za granicą. Może w Polsce taka operacja mogłaby się udać, ale raczej na pewno nie w innych krajach, gdzie pisarz z Polski miał już ustaloną renomę. Na świecie *Cesarz* funkcjonował jako przede wszystkim książka o Etiopii. Jak przyjęto by autora, który dziesięć lat po premierze książki, która stała się sensacją – głównie dlatego, że jej tworzywem są unikalne głosy z wnętrza upadłego pałacu – powiedział, że „tak naprawdę” wcale nie jest o Hajle Sellasjem? Mogłoby się to skończyć bardzo źle dla ugruntowanej reputacji Kapuścińskiego wśród literackich elit Zachodu.

Cesarz jest produktem specyficznego czasu i nurtu polskiego reportażu. Kapuściński zapewne nawet nie marzył o tym, że książka odniesie taki sukces, rozstawiając jego nazwisko na całym świecie. Tymczasem została ona przetłumaczona na kilkadziesiąt języków, trafiła do wielu czytelników, którzy nie mogli znać specyficznego znaczenia i „kontekstu” tej książki. Paradoksalnie właśnie to, co czyni tę książkę wielką – przemieszanie faktu i fikcji – może jednocześnie być źródłem wielkich nieporozumień. Właśnie z tego powodu *Cesarz* zasługuje na miano problematycznego arcydzieła Kapuścińskiego.

⁵⁵ M. Horodecka, *Zbieranie...*, s. 183.

⁵⁶ A. Domosławski, *Kapuściński...*, s. 437.

The Emperor on the Verge of Genres

Adrian Stachowski

SŁOWA KLUCZOWE

Ryszard Kapuściński, *Cesarz*, polska szkoła reportażu, krytyka reportażu, reportaż literacki

STRESZCZENIE

Artykuł jest próbą nowego spojrzenia na *Cesarza*, książkę Ryszarda Kapuścińskiego uznawaną za jedno ze szczytowych osiągnięć polskiej szkoły reportażu. Pretekstem do podjęcia tego tematu była debata medialna wokół wydanej w 2010 r. kontrowersyjnej biografii pisarza autorstwa Artura Domosławskiego pt. *Kapuściński non-fiction*. Autor artykułu czerpie materiał do badań z wielu źródeł: archiwalnych wypowiedzi Ryszarda Kapuścińskiego, badań recepcji jego dzieła, jego recenzji i wreszcie opinii, które pojawiały się w prasie drukowanej w okresie od lutego do marca 2010 r. Celem autora była próba odtworzenia procesu twórczego pracy nad *Cesarzem*, stosunku Ryszarda Kapuścińskiego do opisywanej przez niego postaci cesarza Etiopii Hajle Sellasjego oraz ocena najważniejszych zarzutów, jakie stawiano książce na przestrzeni lat. Artykuł jest przyczynkiem do trwającej już od wielu lat debaty wokół granic reportażu i problemów, która mogą wynikać z ich przekraczania.

KEY WORDS

Ryszard Kapuściński, *The Emperor*, Polish school of reportage, criticism of reportage, literary reportage

ABSTRACT

The presented article is an attempt at a new take on *The Emperor*, a book by Ryszard Kapuściński that has been widely regarded as a crown achievement of the so-called Polish school of reportage. An excuse to take on this subject comes from the media debate surrounding *Kapuściński non-fiction*, a controversial biography of Ryszard Kapuściński, written by Artur Domosławski and published in 2010. The author of this article draws his research material from many sources: statements by Ryszard Kapuściński, studies of the reception of his works, reviews and finally opinions published in the press between February and March 2010. The aim was to recreate the creative process behind *The Emperor*, the attitude of Ryszard Kapuściński towards his subject, emperor of Ethiopia Haile Selassie, and to evaluate some of the criticism that has been aimed towards the book over the years. The article is a contribution to the ongoing debate on the boundaries of reportage and the problems that may arise as a result of their crossing.

Z kart historii



From the history



Cena niezależności. O eseistyce Juliana Kaliszewskiego

Jan Tomkowski

S koro u początków eseju jako nowożytnego gatunku literackiego znajdujemy postać tak niezwykle jak Michel Montaigne, łatwo nabrać przekonania, że eseistyka to domena indywidualistów. Jednak przykład twórców „Spectatora”, a także polskiego „Monitora”, często rezygnujących z podpisywania tekstów własnym nazwiskiem, a nawet pracujących zbiorowo, świadczyłyby o czymś wręcz przeciwnym.

Może wszystko zależy od tego, czy pisze się w samotności, jak Montaigne, czy też dla konkretnego periodyku stawiającego autorowi określone wymagania?

Problemu tego nie rozstrzygniemy zapewne, zajmując się eseistyką drugiej połowy XIX w. Jakkolwiek terminu ‘esej’ używa się wówczas raczej okazjonalnie i nie zawsze z pełnym zrozumieniem, to przecież na łamach prasy i w wydawnictwach znajdziemy wiele publikacji, które z dzisiejszej perspektywy zaliczyć możemy do wybitnych osiągnięć polskiej eseistyki literackiej. Wspomnijmy w tym miejscu jedynie o tekstach Aleksandra Świętochowskiego¹, Wiktora Gomulickiego² czy Ju-

liana Ochorowicza³. Nazwisko każdego z wymienionych pojawia się w syntezach i przyczynkach dotyczących historii polskiej prasy XIX i XX w. Nieco inaczej wygląda przypadek Juliana Kaliszewskiego.

O jego życiu wiemy niezbyt dużo, co wcale nie musi oznaczać, że biografia tego autora kryje jeszcze jakieś niezwykle zagadki⁴. Urodzony prawdopodobnie pod koniec 1845 r. – może w Warszawie, a może na Kielecczyźnie? – uczył się w gimnazjum realnym na Krakowskim Przedmieściu w Warszawie. Studiów w Szkole Głównej na pewno nie ukończył, bo nie mając jeszcze dwudziestu lat, poświęcił się pracy literackiej. Zaczął publikować wiersze i artykuły w „Kurierze Niedzielnym”, gdzie powierzono mu od razu redagowanie przeglądu prasy i rubryki literackiej. Od razu też popadł w konflikt, bo pióro miał cięte i nie dbał nigdy o przesadną kurtuazję w podejmowanych polemikach. Teoretycznie rzecz biorąc, powinien był znaleźć swoje miejsce w „Przeglądzie Tygodniowym” – młodym, bojowym i dystansującym się od reszty prasy warszawskiej. Może

¹ Zob. np. A. Świętochowski, *Dumania pesymisty*, Lublana 1877.

² Eseistyczny charakter mają bez wątpienia teksty Gomulickiego zebrane w tomie *Sylwety i miniatury literackie*, Warszawa 1916.

³ Zob. np. J. Ochorowicz, *Wiedza tajemna w Egipcie (opowiadanie historyczno-przyrodnicze)*, Warszawa 1898 czy tegoż: *Psychologia, pedagogika, etyka. Przyczynki do usiłowań naszego odrodzenia narodowego*, Warszawa 1917.

⁴ Zob. C. Gajkowska, *Kaliszewski Julian Gaudenty*, [w:] *Polski słownik biograficzny*, t. 11, Warszawa–Kraków 1964–1965, s. 479–480. Por. I. Teresińska, *Kaliszewski Julian*, [w:] *Dawni pisarze polscy*, t. 2, Warszawa 2001, s. 72.

było na to jeszcze za wcześnie, może młody indywidualista w ogóle nie był stworzony do działań kolektywnych? O jego współpracy z Adamem Wislickim wiemy niewiele, o kontaktach z innymi periodykami – jeszcze mniej.

Po Kaliszewskim pozostały książki, a właściwie cieniutkie broszurki, opublikowane na przestrzeni dwudziestu lat⁵. Niewznawiane, uległy zapomnieniu, choć w swoim czasie zyskały miano literackiego skandalu⁶. Ustabilizowana pozycja materialna pozwalała autorowi drukować „nakładem własnym”, nie troszcząc się o opinię redaktorów, wydawców i ewentualnych czytelników. Jako jeden z niewielu pisarzy tamtych czasów mógł sobie pozwolić na absolutną swobodę wypowiedzi (co prawda *Pamiętniki sceptyka* zostały w dużej części skonfiskowane przez austriacką cenzurę). Sposób, w jaki korzystał z tego przywileju, uczyniły głównym tematem naszych rozważań.

Nieliczne świadectwa znajomych i przyjaciół pokazują nam ekscentryka, mieszkańca kamienicy przy ulicy Bednarskiej, ubranego w turecki fez i tureckie pantofle, kolekcjonera sztuki erotycznej, znawcę łaciny i programowego sceptyka. Była to ponoć dusza „zatruta jadem zwątpienia”. Poczucia osamotnienia nie rozpraszał nawet fakt, że Kaliszewski cieszył się znacznym autorytetem wśród młodych adeptów pióra – choćby jako erudyta i poliglota, a także podróżnik. Rodzinny majątek pozwolił mu zwiedzić Anglię, Niemcy, Francję, Hiszpanię, Włochy, podejmować wyprawy, o jakich chudy warszawski literat zwykle nie śmiał nawet marzyć. Czytał i cytował (z reguły w oryginalnie!) Pyrrona, Platona, Dantego, Kartezjusza, Spinozę, Vica, Szekspira, Woltera, Hegla, Emersona, Buckle’a...

Pod koniec życia przestał wydawać – w rękopisie pozostawił podobno dwie prace: *Zaświaty* i *Na ziemi rozumu*, a także kłopotliwą dla rodziny i otoczenia *Autobiografię*. Gdy umarł w 1909 r., manuskrypty najprawdopodobniej zniszczono, a spadek zapisany Polskiej Akademii Umiejętności, przeznaczony między innymi na stypendia i wznowienia książek Kaliszewskiego, roztrwoniony został w niezbyt jasnych okolicznościach.

Swoje teksty autor *Szkiców* zwykł – zapewne nieprzypadkowo – podpisywać pseudonimami, występując najczęściej jako Klin. Używał również – zgodnie z tradycją panującą w ówczesnej prasie – rozmaitych inicjałów. Nie ułatwia to oczywiście identyfikacji autorstwa artykułów. Prawdopodobnie również dlatego nigdy nie poznamy pełnego dorobku ekscentrycznego pisarza⁷.

We wszystkich znanych dziś utworach Kaliszewskiego na plan pierwszy wysuwa się indywidualność narratora, dokonującego bezlitosnego rozrachunku z otoczeniem, opinią publiczną, rozpowszechnionymi stereotypami. Eseista ma świadomość własnej odrębności, jego spojrzenie i pisarstwo wynika z samotności, lecz jest to samotność z wyboru, piękna i zarazem gorzka. Na pewno mniej romantyczna niż samotność Sorena Kierkegaarda, przypominająca bardziej upartą samotność Artura Schopenhauera.

Pamiętniki sceptyka, a zwłaszcza już *Moi kochani rodacy*, przywodzą na myśl pamflet, którego obiekt ulega nieustannym metamorfom. Kaliszewski potrzebuje wyimaginowanego przeciwnika, a z kimś takim w końcu dyskutuje się najłatwiej. Atakuje, karci, drwi, oskarża, ośmiesza, sztydzi. Inna metoda pisarska wła-

⁵ Są to: *Szkice*, cz. 1–2, Warszawa 1868–1885 (podpisane: Klin); *Pamiętniki sceptyka*, Kraków 1872 (podpisane trzema gwiazdkami, literką „n” i znakiem zapytania) oraz *Moi kochani rodacy*, Warszawa 1888 (podpisane: Klin).

⁶ Postać Klina przypominała po latach w obszernym artykule D. Świerczyńska, *Julian Kaliszewski – pisarz zapomniany*, „Pamiętnik Literacki” 1986, z. 4.

⁷ Czytał i cenił Kaliszewskiego jeszcze Stanisław Brzozowski, ale potem sięgano już do tekstów skandalizujących autora coraz rzadziej. Zob. S. Brzozowski, *Współczesna powieść i krytyka*, Kraków 1984, s. 391.

ściwie go nie interesuje. Tylko w nieustannej prowokacji znajduje natchnienie do pisania.

Ten dyskurs toczony przez mniej więcej ćwierć wieku przybiera dosyć osobliwą formułę. Po jednej stronie znajduje się samotna jednostka, „ja”, podmiot obdarzony mądrością, wiedzą, a szczególnie już umiejętnością krytycznego spojrzenia. Po drugiej – dość nieokreślona i bezkształtna większość, która robi swoje i wcale nie zamierza słuchać głosu przestrogi. Sytuacja komunikacyjna doskonale znana, bo i Aleksander Świętochowski przyznający jednostce prawo do intelektualnego „liberum veto”, i Witold Gombrowicz jako autor *Dziennika*, postępowali mniej więcej tak samo.

Kaliszewski na pewno nie jest postacią tego formatu, choć jego wywody zasługują na rozpatrzenie. Jakkolwiek autor *Szkiców* czuje się niekiedy spadkobiercą pisarzy staropolskich atakujących z pasją przywary narodowe i podsuwających rozmaite sposoby uzdrowienia sytuacji, nie powinniśmy chyba brać jego uwag całkiem serio. Nie składają się one bowiem na żaden spójny program naprawy Rzeczypospolitej, przebudowy świata czy przynajmniej ocalenia cywilizacji europejskiej. Jesteśmy co najwyżej nieustannie prowokowani przez sceptyka i ekscentryka, który jak się zdaje bada nasze reakcje i naszą odporność. Czyni to zresztą w sposób bardzo efektowny, choć nie zawsze całkowicie racjonalny. Pisząc, ułatwia sobie zresztą zadanie, posługując się najchętniej abstrakcyjnymi pojęciami (tego by mu Kierkegaard nigdy nie wybaczył), takimi jak „naród”, „charakter narodowy”, „cywilizacja europejska”, nigdy precyzyjnie ich nie wyjaśniając.

Polemika z Kaliszewskim byłaby bardzo łatwa, lecz jak się zdaje, nie jest ona częścią strategii pisarskiej autora. Dowiadujemy się na przykład z głośnego i wielokrotnie cytowanego (nawet w internecie) wstępu do *Moich kochanych rodaków*, że Polska to ogólnie rzecz biorąc straszny kraj, z zacofaną społecznością,

strupieszalą arystokracją i „głupim” ludem. Co gorsza, klimat jest tu fatalny i woda gorsza niż gdzie indziej. Miłośnikowi Południa jest nad Wisłą stanowczo za zimno, lecz moglibyśmy powiedzieć, że istnieją jeszcze zimniejsze kraje. A w dodatku nie wszyscy kochają ciepło. Sam znam kilka osób uwielbiających temperatury umiarkowane i kilka takich, co dopiero wraz z pierwszymi mrozami odzyskują dobre samopoczucie!

Natomiast w swej ocenie wad narodowych Polaków Kaliszewski wydaje się błyskotliwy, ale mało oryginalny. Powołuje się zresztą na Długosza, Skargę, Starowolskiego, Kromera, Frycza Modrzewskiego, Leszczyńskiego, Kołłątaja. To różni go na pewno korzystnie od zapatrzonych w zachodnie wzory młodych pozytywistów, traktujących obce wpływy mniej katastroficznie: „I szły do Polski obyczaje, ubiory, potrawy, rozpusta i choroby nadsekwańskie, i jak owe chwasty niektóre [...] krzewić się i puszczać pędy zaczęły”⁸.

Tu słyszymy chyba echo wypowiedzi Podkomorzego z *Pana Tadeusza*, piętnującego francuskie wzory. Trudno nie przyznać racji Kaliszewskiemu, gdy ma Polakom za złe „małpowanie Francji”, a w szerszej perspektywie – prozachodnie ciągoty. Jednak trwałość owego zjawiska, formującego naszą kulturę od paru wieków, skłaniać by mogła do refleksji znacznie głębszej. Kilka zgrabnych aforyzmów i parę stroniec zapełnionych inwektywami to chyba stanowczo za mało, by wyjaśnić cokolwiek.

Łatwo zarzucać Polakom skłonność do obżarstwa i opilstwa, brak krytycyzmu, obskurantyzm, „rubaszną wyobraźnię”, nieuctwo i niedostatki w myśleniu. Tego typu opinie nie podlegają weryfikacji i co najwyżej wprowadzają zamiast patriotycznych frazesów negatywne stereotypy. Jednak zaledwie stereotypy – nic więcej!

Kaliszewski rozumuje zresztą paradoksami. W *Moich kochanych rodakach* uznaje leniwość

⁸ J. Kaliszewski, *Moi kochani rodacy*, s. 21.

za jedną z najbardziej dotkliwych naszych wad narodowych – tu spotyka się oczywiście z pozytywistami głoszącymi kult pracy, ale także niektórymi publicystami katolickimi i konserwatywnymi, o socjalistach już nie wspominając. A przecież w *Pamiętnikach sceptyka* głosił odważnie, że praca to nic innego jak trucizna! „Samo istnienie lenistwa jest żywym dowodem, że praca to anormalny stan człowieka.”⁹

Kiedy więc Kaliszewski mówi serio, a kiedy po prostu prowokuje? I czy rzeczywiście chciałby zmienić swój naród? I czy w możliwość tych zmian wierzy, rezygnując z aktywnego udziału w komunikacji społecznej, poprzestając na wręcz kameralnych manifestacjach eseistycznych?¹⁰

Jak wolno przypuszczać, stała i konsekwentna współpraca z jednym z liczących się czasopism drugiej połowy XIX w. stworzyłaby Klinowi znacznie dogodniejszą trybunę do krytycznych wystąpień. Ale może wszystko skończyłoby się tak jak w *Niedoszłym literacie*, gdzie środowisko dziennikarskie przypomina mafię, kierującą się zresztą najzupełniej absurdalnym kodeksem postępowania. Obraz jest tu czarny, wręcz beznadziejny, a przecież z dzisiejszego punktu widzenia mało wiarygodny, bo wiadomo, że właśnie po powstaniu styczniowym polska prasa codzienna i literacka przeżywa okres prawdziwego rozkwitu!

Autorowi *Moich kochanych rodaków* nie podoba się Polska, ale nie oznacza to wcale, by imponowała mu Francja, Anglia albo Niemcy. Bo mówiąc szczerze, Julianowi Kaliszewskiemu nie podoba się specjalnie żaden kraj na tej planecie. Zawsze coś mu przeszkadza, coś doskwiera, coś nie pozwala cieszyć się życiem i podziwiać piękno doceniane przez rzesze turystów i fachowe bedekery.

Czytając brawurową relację z podróży po Europie, zamieszczoną w *Szkiecach* pod humorystycznym tytułem *Kartki nie Kraszewskiego z podróży nie Sterne'a*, musimy jednak zapytać, kim jest tajemniczy narrator utworu demaskujący rzekome piękno odwiedzanych miejsc. Tego niepodobna chyba rozstrzygnąć bez ustalenia, jakim gatunkiem literackim czy dziennikarskim posłużył się autor. Czy to satyra, czy może autosatyra, kompromitująca w jednakowym stopniu podróżę i podróżnika, czy może esej pisany przez sceptyka, który nie poddaje się nigdy nastrojowi chwili i zawsze trzyma się nieco z boku, zachowując należyty dystans? Z całą pewnością relacja jest zbyt jednostronna, by trafić mogła na łamy dziennika jako reportaż czy list z podróży, i zbyt kąśliwa, by zniechęcić mogła kogokolwiek do uprawiania turystyki.

Wszystko zaczyna się zresztą przekornie, bo od rozważań o pożyteczności podróży, traktowanych jako niezawodne lekarstwo na wszechogarniający splin, i deklaracji o wyższości życia nad sztuką. Ładna twarzyczka wiedenki na ulicy lepsza niż arcydzieło w muzeum, lecz kto tak myśli naprawdę? Narrator czy autor?

Z Wiednia podążamy do Bawarii, której mieszkańcy to „dobry i słodki naród tak jak ich piwo”¹¹. W Monachium „wszyscy są dość grzeczni, a nikt darmo nic nie da”¹². Największe przygody i najbardziej dotkliwe rozczarowania dopiero nas czekają. Przekraczamy zatem Ren i... Gdzie jak gdzie, ale w Paryżu chyba niczego nie brakuje? „Paryż daje wszystko: naukę, zabawę, doświadczenie, poznanie ludzi, a nawet pieniądze, jeśli do tego wziąć się umiemy – natchnienia nigdy.”¹³

Czytamy te słowa ze zdumieniem, bo jeśli nawet autor piszący te słowa nie znał jeszcze

⁹ Tenże, *Pamiętniki sceptyka*, s. 1.

¹⁰ Na eseistyczny charakter pisarstwa Kaliszewskiego wskazuje M. Kobielska, „*Złamane pióro eksliterata*”? O „*Szkiecach*” *Klina-Kaliszewskiego*, „*Teksty Drugie*” 2008, nr 6.

¹¹ J. Kaliszewski, *Szkiece*, cz. 1, s. 41.

¹² Tamże, s. 42.

¹³ Tamże, s. 48.

impresjonistów i surrealistów, to słyszeć musiał chyba o Flaubercie, Balzaku, Stendhalu i tyłu innych czerpiących natchnienie właśnie na paryskich bulwarach i mostach!¹⁴

Możemy się pocieszyć, że Londyn wygląda jeszcze gorzej: „Tamiza cuchnie jak kanał; domy czarne jak kominy; powietrze brudne jak zakurzony muślin, a słońce podobne do talerza pomalowanego na żółto. Mężczyźni sztywni, kobiety brzydkie. Ulice wąskie i niezajmujące”¹⁵. A w muzeach – indyjskie potwory i bizantyjskie bohemy.

Warto więc może udać się do Włoch w poszukiwaniu lepszej sztuki? Narrator ma mnóstwo pomysłów, by Wenecja straciła dla nas jakikolwiek urok. Proponuje cały teren osuszyć, kanały zasypać i sprowadzić do miasta wiedeńskie omnibusy. Rzym też okropny, bo „co krok to żebrak, co dwa to ksiądz, a co trzy to kościół”¹⁶. Neapol natomiast – „miasto dość nudne i dość brudne”¹⁷. Taka relacja odbiera chęć do dalszych podróży, a co najmniej podróžowania w dotychczasowym towarzystwie. Nie będziemy więc podążać dalej z bohaterem *Szkiców*. Odnotujemy jedynie, że już w 1868 r. dojrzał on przejawy unifikacji krajów europejskich i przewidywał – co prawda bez większego entuzjazmu – powstanie zjednoczonej Europy!

Podróżnik Kaliszewskiego nie poszukuje zresztą pozytywnych wzorów, bo w odróżnieniu od swych współczesnych z „Przeglądu Tygodniowego” czy „Niwy”, ale także opowiadającego się za tradycyjną formułą patriotyzmu „Tygodnika Ilustrowanego” nie zamierza budować programu działania dla całego społeczeństwa. Może zresztą ma świadomość, że progra-

my takie zawsze wcześniej czy później dążą do utopii, a czas ujawnia ich anachroniczną treść. W każdym razie błyskotliwej krytyce towarzyszą dość niejasne postulaty. Prawdziwy patriotyzm zdaniem Kaliszewskiego to „miłość ducha, myśli i mowy narodowej, a ziemia rodzinna jest tylko obsadą tego wszystkiego, ramami, dodatkiem”¹⁸. Brzmi to niestety dość ogólnikowo, podobnie jak inne definicje i wyliczenia, których pełno zwłaszcza w *Moich kochanych rodakach*.

Stanowczo lepiej przyjąć inną tezę autora – że „wiara i uczucie jest słodką rzeczą”, lecz sceptycyzm okazuje się „powabniejszy”¹⁹. Odrzucając społeczne nastawienie pozytywizmu i socjalizmu, przyjmując antyklerykalizm jako fundament niezależnego myślenia, dystansując się od nihilizmu, a jednocześnie odślanając mielizny scjentyzmu, Julian Kaliszewski wydaje się samotny jak mało kto w tej epoce. Nic nie łączy go z poetami, dziennikarzami, publicystami, filozofami. Nic nie zachęca do udziału w wielkich czy małych przedsięwzięciach społecznych, o których tyle czytamy w publicystyce Prusa czy Świętochowskiego.

Swoją rolę widzi inaczej – chce być prowokatorem, inspiratorem, ekscentrykiem, który wprowadza do życia intelektualnego konieczny ferment. Jako sceptyk zamierza wątpić o wszystkim, a deklarując zwątpienie – skłaniać do sprzeciwu, wywoływać dyskusje, poszerzać perspektywę myślenia. „Rzucam kość między filozofów, a sam skromnie się oddalam”²⁰ – zapewnia w *Pamiętnikach sceptyka*, choć musi zdawać sobie sprawę, że czytany jest raczej przez publicystów niż myślicieli.

¹⁴ Warto przypomnieć, że w owych czasach ambicją niemal każdej ważniejszej gazety był stale aktualizowany dział poświęcony paryskim modom – w zakresie ubioru, literatury, teatru, malarstwa, nauki. W tym sensie można powiedzieć, że polska prasa bez wątpienia czerpała natchnienie z Paryża właśnie.

¹⁵ J. Kaliszewski, *Szkice*, s. 49.

¹⁶ Tamże, s. 61.

¹⁷ Tamże, s. 65.

¹⁸ Tenże, *Moi kochani rodacy*, s. 24.

¹⁹ Tenże, *Szkice*, cz. 1, s. 80.

²⁰ Tenże, *Pamiętniki sceptyka*, s. 13.

Bulwersuje najbardziej ekstremistycznymi pomysłami, dowodząc na przykład, że cywilizacja europejska zabija indywidualność człowieka. Używa bez wahania słów dziś zwyczajnych, ale przed ponad stu laty wręcz nieprzyzwyczajonych: „zadek”, „syfilis”, „genitalia”, „prostytucja”. Szanująca się gazeta podobnej otwartości w owych czasach unikała. Wydaje się zresztą jeszcze bardziej nieprzyzwyczajony, gdy powiada, że „dwóch rzeczy potrzeba tylko do zdobycia wszystkich kobiet, jakie istnieją na kuli ziemskiej: z ł o t a i k ł a m s t w a”²¹. Wyobraźmy sobie, że takie zdanie czyta panna w rodzaju Izabeli Łęckiej!

Kaliszewski idzie zresztą jeszcze dalej, przechodząc od mizoginizmu do skrajnej mizantropii. Staje się wówczas bardzo bliski Nietzschemu. Gdyby był bardziej znany w Europie, może mógłby nawet uchodzić za prekursora niemieckiego filozofa: „Wspólność kobiet zapobiegłaby zbyticznemu rozmnażaniu się tego nienasyconego plemienia, co się człowiekiem nazywa”²².

Emancypację porównuje autor *Pamiętników sceptyka* do podawania deseru przed obiadem. Jego zdaniem, kobieta jest uparta z natury, podobnie jak wszystkie zwierzęta stojące na „niższym” szczeblu rozwoju istot organicznych.

W podobnej stylistyce Kaliszewski pisze zresztą o nauce, cywilizacji, technice, sztuce, poezji, Żydach, socjalistach, uczonych. Nie oszczędza religii. Boga nazywa ironicznie „człekotwórcą”, grzech pierworodny – „ukar-

towanym figielkiem z drzewem wiadomości złego i dobrego”²³. Chociaż ogarnia nas strach, że posłużymy „glistom grobowym za befsztyk”²⁴, powinniśmy jednak się do tej myśli przyzwyczajać. Nie ma innego wyjścia...²⁵

Pewną pociechę niech stanowi dla nas fakt, że starość to najgorszy i najmniej pożądany okres naszego życia. Czy nie dałoby się go uniknąć? Starość ukazuje się Kaliszewskiemu jako „rdza żądliwa, na nic nieprzydatna, częściej szkodliwa, należy ją uprzątać”²⁶. Mam wrażenie, że eseista ma w tym momencie na myśli coś znacznie gorszego niż tak szeroko dziś dyskutowana eutanazja. Mam nadzieję, że tylko żartuje, jak czynił to wielokrotnie...

Jakkolwiek niektóre *Szkice* mają pewne cechy prozy fabularnej, trudno uwierzyć, by ich autor napisał kiedyś powieść tendencyjną, gatunek tak typowy dla bojowej fazy pozytywizmu²⁷. Wołał znacznie mniej zobowiązującą i daleką od ideologicznych stereotypów formę powiastki filozoficznej graniczącej z esejem. Gardził zresztą pisaniem w duchu utylitaryzmu, podejmowanie doraźnych kwestii społecznych i obyczajowych nie mieściło się w jego zainteresowaniach. Przyznawał sobie prawo do nieograniczonej wolności wypowiedzi, gdy stwierdzał: „piszę, abym pisał; pisał, co mi się marzy”²⁸. Taka anarchia literacka wydawała się nie do pomyślenia w pisarstwie Orzeszkowej czy Prusa. I chyba żadna z wychodzących wówczas na ziemiach polskich gazet nie mogłaby sobie na nią pozwolić.

²¹ Tamże, s. 64.

²² Tamże, s. 2.

²³ Tamże, s. 5.

²⁴ Tamże, s. 6.

²⁵ W tym punkcie Kaliszewski spotyka się zapewne z młodymi pozytywistami warszawskimi hołdującymi w sposób jawny lub utajony tak zwanemu materializmowi „wulgarnemu”, reprezentowanemu przez Moleschotta, Vogta i Buchnera.

²⁶ J. Kaliszewski, *Pamiętniki sceptyka*, s. 62.

²⁷ O stosunku eseisty do warszawskiego pozytywizmu zob. D. Świerczyńska, *Kaliszewski – pozytywista niepraktykujący*, [w:] *Pozytywizm i negatywizm. My i wy po stu latach*, pod red. nauk. B. Mazana, przy współpracy S. Tyneckiej-Makowskiej, Łódź 2005, s. 49–66. Por. W. Tyburski, *W kręgu pozytywistycznych ideałów*, [w:] *Księga pamiątkowa ku czci prof. Tadeusza Czeżowskiego*, red. nauk. L. Gumański, Toruń 1980.

²⁸ J. Kaliszewski, *Pamiętniki sceptyka*, s. 16.

Cały dorobek Kaliszewskiego to kilka cieniutkich książeczek, bardzo trudno dostępnych nawet w największych bibliotekach. Co dziwniejsze, o ekscentrycznej postaci Klina mówi się też stosunkowo niewiele w rozmaitych pamiętnikach i publikacjach krytycznoliterackich studiowanych dziś przez badaczy epoki. Do rzadkich wyjątków należy kilkustronicowy fragment zamieszczony w książce *Stara i młoda prasa*²⁹.

Jest to zapewne pierwsza wybitna polska książka poświęcona nowoczesnej prasie i być może pierwsza polska publikacja prasoznawcza, ukazująca ludzi i epokę z tej właśnie perspektywy. Autor podjął się bowiem ukazania losów całego pokolenia pisarskiego, przyjmując za punkt wyjścia historię prasy.

Przez niemal całe stulecie uważano, że pod pseudonimem Eksdziennikarz kryje się Walery Przyborowski, twórca czytanych jeszcze dziś popularnych powieści historycznych dla mło-

dzieży. Dopiero Dobrośława Świerczyńska wykazała, jak wątle dowody przemawiają za uznaniem jego autorstwa. Zaproponowała również, by przypisać *Starą i młodą prasę* Julianowi Kaliszewskiemu. Wątpliwości jednak pozostały, a ich wyrazem są dwa nazwiska na karcie tytułowej wznowienia książki³⁰.

Gdyby rzeczywiście Julian Kaliszewski napisał *Starą i młodą prasę*, byłaby to jego najobszerniejsza, najcenniejsza i najżywsza praca. A równocześnie – jedna z najbardziej niesamowitych mistyfikacji literackich, otwierająca pole do rozważań o żywotności gatunku, którego narrator jest jednocześnie bohaterem, a także o poziomach wypowiedzi i stopniu szczerości eseistycznego pisarstwa. Spełniłaby się również – choć trochę połowicznie – powtórzona za Syrokomlą zapowiedź kończąca *Moich kochanych rodaków*: „Polska musi mnie czytać, rada czy nie rada”³¹.

²⁹ *Stara i młoda prasa. Przyczynek do historii literatury ojczyznej 1866–1872. Kartki ze wspomnień Eksdziennikarza*, Petersburg 1897.

³⁰ D. Świerczyńska, *Postłowie*, [w:] [W. Przyborowski?], [J. Kaliszewski?], *Stara i młoda prasa. Przyczynek do historii literatury ojczyznej 1866–1872. Kartki ze wspomnień Eksdziennikarza*, przyg. do druku i posł. opatrzyła D. Świerczyńska Warszawa 1998, s. 173–191.

³¹ J. Kaliszewski, *Moi kochani rodacy*, s. 103.

◀||| Cena niezależności. O eseistyce Juliana Kaliszewskiego

The Price of Independence. On the Essay Writing of Julian Kaliszewski

Jan Tomkowski

SŁOWA KLUCZOWE

prasa XIX w., esej, pozytywizm, tradycja, sceptycyzm

STRESZCZENIE

Julian Kaliszewski to postać niemal zupełnie zapomniana – ekscentryk i oryginał, który w drugiej połowie XIX w. nie znalazł dla siebie miejsca w żadnym z licznych przecież periodyków. Skłócony z pozytywistami, obcy socjalistom, niechętny orientacji katolickiej, publikował w skromnym nakładzie niewielkie broszurki, które dziś stanowią prawdziwą rzadkość bibliograficzną. Ceną niezależności było w jego wypadku odrzucenie, wyeliminowanie z obiegu literackiego, choć przecież podjął w swych tekstach surową, a niekiedy prowokującą krytykę polskich wad narodowych. Jakkolwiek w XIX w. rzadko posługiwano się terminem „esej”, można przyjąć, że utwory Kaliszewskiego to poniekąd brakujące ogniwo polskiej eseistyki.

KEY WORDS

press of the 19th cent., essay, positivism, tradition, scepticism

ABSTRACT

Julian Kaliszewski is a figure nearly entirely forgotten – an eccentric and individual, who in the second part of the 19th century did not find a place for himself in any of the numerous periodicals. In conflict with the positivists, foreign to socialists, reluctant towards the Catholic orientation, he published small brochures of a modest circulation, which today are a real bibliographical rarity. The price of independence was in his case rejection, exclusion from the literary circle, despite the fact that he dealt in his work with the harsh, and at times provocative, criticism of Polish national flaws. While in the 19th century the term essay was rarely used, it can be assumed that Kaliszewski's works are in a way the missing link in Polish essay writing.

Media za granicą



Media abroad



Zgorszenie czy rozczarowanie? – polskie komentarze do sprawy brytyjskiej afery podsłuchowej

Monika Worsowicz

Sprawa brytyjskiego tabloidu „News of the World” i wywołana przez nią dyskusja o metodach pracy współczesnych dziennikarzy oraz zarządzania przedsiębiorstwami medialnymi były niewątpliwie najgłośniej komentowanym tematem dotyczącym mediów w ostatnich latach. Choć najważniejsze fakty z nim związane rozgrywały się w Wielkiej Brytanii, miały one na tyle uniwersalną wymowę, że przez kilka lipcowych dni 2011 r. skupiały uwagę redaktorów serwisów informacyjnych oraz uczestników dyskusji publicystycznych również w Polsce. Poniższe rozważania¹ mają na celu znalezienie odpowiedzi na dwa pytania: jakie wątki wydarzenia zwróciły uwagę polskich komentatorów oraz w jakich kontekstach i w jaki sposób były przez nich oceniane². Na tej podstawie podjęta zostanie próba określenia, co w odniesieniu do problemu współcze-

nych mediów jest przez polskich komentatorów oceniane jako odbiegające od powszechnie przyjętej i akceptowanej normy działania, a przez to skłaniające do zachowania dystansu wobec doświadczanych faktów. Uzyskane odpowiedzi wskażą, jak pozycja zewnętrznego obserwatora, zarazem świadomego wspólnych uwarunkowań oraz mechanizmów środowiskowych kształtujących media różnych krajów demokratycznych o gospodarce wolnorynkowej, może wpłynąć na ocenę zdarzeń, a tym samym ukształtować dominującą perspektywę ich postrzegania³.

Brytyjska afera podsłuchowa – najważniejsze fakty

„News of the World” to brytyjska wysokonakładowa (średni nakład ponad 2,7 mln egz.) gazeta niedzielna⁴ należąca do koncernu

¹ Artykuł jest zmienioną i zaktualizowaną wersją referatu wygłoszonego podczas Międzynarodowej Konferencji Naukowej „GORSZENie w językoznawstwie, (głotto)dydaktyce polonistycznej, kulturze, literaturze i mediach”, Kraków 27–28 października 2011.

² Materiał badawczy stanowiły prasowe i internetowe teksty publicystyczne („Gazeta Wyborcza”, „Dziennik. Gazeta Prawna”, „Rzeczpospolita”, „Nasz Dziennik”, „Puls Biznesu”, „Przegląd”, „Przekrój”, „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska”, „Tygodnik Powszechny”), wypowiedzi radiowe (TOK FM) i telewizyjne (TVN24, TVP 1) z lipca 2011 r. Ze względu na ograniczenie objętości w artykule przywołano jedynie około 2/3 zgromadzonego materiału.

³ Wyznaczenie takiego celu rozważań pozwala umieścić je w szerokim kręgu metodologicznym analiz zawartości prowadzących do wskazywania różnic i podobieństw między obiektami, określenia przyczyn i wskazywania skutków zestawianych zjawisk (zob. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 246–247; T. Goban-Klas, *Analiza zawartości przekazów masowych*, [w:] *Badania empiryczne w socjologii. Wybór tekstów*, oprac. M. Malikowski, M. Niezgodą, Tyczyn 1997, t. 2, s. 304–307; W. Oleksy, *Mass media. Podręcznik akademicki*, Łódź 1998, s. 75–76; R.D. Wimmer, J. Dominick, *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008, s. 212–213).

⁴ Poza aktualnościami z ostatnich 24 godzin zawiera rozbudowaną część publicystyczną o charakterze rozrywkowym oraz komentarze (por. *Gazeta niedzielna, tygodniowa* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006).

medialnego News Corporation Ruperta Murdocha, poświęcona tematyce obyczajowej, sportowej, społecznej i politycznej. Przez wiele lat (pierwszy numer ukazał się 1 października 1843 r.) zachowywała charakter sensacyjno-kryminalny⁵, jednak włączenie do przedsiębiorstwa Murdocha (1969) doprowadziło do stopniowego przekształcenia jej w pismo „brukowe”, bardziej skandalizujące w treści i bulwersujące obrazami⁶. Historię „News of the World” zakończyły wydarzenia nazwane „afera podsłuchową” (*phone hacking scandal*) – ostatni numer tygodnika, bez reklam, ukazał się 10 lipca 2011 r. w nakładzie 5 mln egz., a dochód uzyskany ze sprzedaży został przeznaczony na cele dobroczynne.

Najważniejsze fakty:

- 2003 – policja ujawnia nielegalną działalność prywatnego detektywa Steve’a Whittamore’a, który działając na zlecenie 305 dziennikarzy z 31 brytyjskich gazet i czasopism (w tym 35 reporterów z pism należących do News International), śledził celebrytów i polityków;
- 2006 – dziennikarz⁷ „News of the World” Clive Goodman, współpracujący z prywatnym śledczym Glennem Mulcairem, ujawnia informacje uzyskane dzięki nielegalnemu odsłuchaniu zawartości telefonicznych skrzynek z wiadomościami dotyczącymi członków brytyjskiej rodziny królewskiej oraz kilku królewskich urzędników. Mimo wszczęcia sprawy sądowej, podobne praktyki zdobywania informacji są kontynuowane na wielką skalę⁸;

- wrzesień 2009 – Sean Hoare, wieloletni reporter „News of the World” i „The Sun”, ujawnia na łamach „New York Timesa”, że były naczelny redaktor „News of the World” Andrew Coulson wiedział o podsłuchach, a nawet zachęcał do pozyskiwania doniesień tą metodą. W wywiadzie dla BBC Hoare potwierdził, że stosowano ją powszechnie, gdyż w redakcji panowała silna presja na zdobywanie materiałów;
- początek roku 2011 – Scotland Yard wszczył nowe śledztwo na podstawie informacji uzyskanych od wydawcy brytyjskiego tabloidu;
- lipiec 2011 – Amelia Hill i Nick Davies z „The Guardian” opisują, jak dziennikarze „News of the World” śledzili w 2002 r. wiadomości nagrywane na telefon Amandy Dowler, nieletniej ofiary morderstwa – opróżnianie skrzynki przez podsłuchujących wprowadzało w błąd rodzinę i policję. Publikacje „Daily Telegraph” ujawniają z kolei, że reporterzy wykorzystywali również informacje pochodzące z telefonów rodzin żołnierzy poległych w Iraku i Afganistanie oraz ofiar zamachu terrorystycznego w Londynie w 2005 r.;
- 19 lipca 2011 – przed komisją Izby Gmin jako świadkowie w sprawie stają: Rupert Murdoch, szef koncernu mediów News Corp., oraz jego syn James, prezes News International – brytyjskiego pionu wydawniczego w strukturze News Corp.⁹ Obaj wyrażają ubolewanie z powodu skandalu, w imieniu koncernu przeprasza ofiary podsłuchów i odmawiają przyjęcia osobistej odpowiedzialności za doprowadzenie do afery¹⁰.

⁵ Zob. W. Wolert, *Szkice z dziejów prasy światowej*, oprac. red. S. Dziki, Kraków 2005, s. 230.

⁶ Zob. *Wybrane zagraniczne systemy medialne*, red. nauk J.W. Adamowski, Warszawa 2008, s. 55.

⁷ Jakkolwiek z formalnego punktu widzenia dla oceny wydarzeń odróżnienie biorących w nich udział redaktorów od reporterów ma istotne znaczenie, ze względu na cel niniejszych rozważań nazwy te (a także określenie „dziennikarz”) będą stosowane synonimicznie.

⁸ Według danych Scotland Yardu z listopada 2011 r. hakerzy działający na zlecenie „News of the World” mogli włamać się do skrzynek głosowych blisko 5800 osób.

⁹ Stacja TVN24 specjalny program z transmisją przesłuchania zatytułowała *Skandal medialny* (emisja: 19.07.2011). Wszystkie przywoływane w niniejszym artykule wypowiedzi Bartosza Węglarczyka i Macieja Wierzyńskiego (o ile nie zaznaczono inaczej) pochodzą z tego programu.

¹⁰ Drugie wysłuchanie Murdochów odbyło się w kwietniu 2012 r.; w jego trakcie szef News Corp. przyznał, że „News of the World” tuszował aferę podsłuchową, ale on sam o tym nie wiedział, a James Murdoch poinformował komisję, że podwładni składali mu zapewnienia co do legalności podejmowanych działań, a on nie miał pojęcia o ich fałszywości.

Głównymi oskarżonymi w aferze stali się Rebekah Brooks – była redaktor naczelna „News of the World” (2000–2003) i „The Sun” oraz dyrektor wykonawcza News International, a także Andrew Coulson, który stał na czele „News of the World” w latach 2003–2007, a później (do stycznia 2011 r.) pełnił funkcję specjalnego doradcy rządu Davida Camerona do spraw mediów. Oboje zostali aresztowani w związku ze śledztwem w sprawie korupcji i sankcjonowania podsłuchów, a po przesłuchaniach zwolnieni za poręczeniem; oboje zaprzeczyli swojemu udziałowi w aferze¹¹.

Skutki afery „News of the World”

Bezpośrednim skutkiem ujawnienia faktów oraz licznych relacji i komentarzy w mediach, poza zamknięciem tygodnika i zwolnieniem ponad 200 pracowników, było wycofanie się koncernu News Corporation z przejęcia telewizji BSkyB (British Sky Broadcasting), co dodatkowo wzmocniłoby bardzo silną pozycję Murdocha na rynku mediów brytyjskich. Jednak już 26 lutego 2012 r. pojawiła się nowa bulwarówka Murdocha, niedzielna wersja „The Sun” – „Sun on Sunday”. Ze swoich stanowisk ustąpili m.in. James Murdoch, Rebekah Brooks, szef Scotland Yardu Paul Stephenson i oficer londyńskiej policji odpowiedzialny za walkę z terroryzmem John Yates.

Opisane wydarzenia badały dwie komisje Izby Gmin, a w z związku z nielegalnymi praktykami dziennikarzy toczyły się trzy policyjne dochodzenia. Powołana została również specjalna komisja sprawdzająca powiązania osób z otoczenia Ruperta Murdocha i jego samego z czołowymi politykami w państwie. W jej raporcie opublikowanym 1 maja 2012 r. napisano m.in., że Murdochowie dążyli do zatuszowania nadużyć w podległych im spółkach i powinni

ponieść odpowiedzialność za ignorowanie sygnałów o nieprawidłowościach oraz że Rupert Murdoch nie jest odpowiednią osobą do zarządzania wielką, międzynarodową firmą¹².

Afera podsłuchowa wywołała również poważny kryzys w rządzie Davida Camerona. Premierowi i ministrom zarzucono zbyt ścisłe kontakty z wysokimi przedstawicielami koncernów medialnych, a samego Camerona obciążył dodatkowo wybór Coulsona na głównego doradcę medialnego i bliska znajomość z Brooks. Polityczny aspekt sprawy wiązał się z faktem, że konserwatywny minister Jeremy Hunt wstępnie zgodził się na przejęcie przez koncern News Corp. telewizji BSkyB.

Finansowe konsekwencje ujawnienia afery objęły nie tylko obniżenie dochodów News International, spadek cen jego akcji i koszty aktualnych oraz prawdopodobnie przyszłych odszkodowań, ale również powództwa wytoczone firmie przez Coulsona i Mulcaire’a za zaprzestanie opłacania przez nią rachunków adwokatów, co miały gwarantować zawarte z nimi umowy.

Straty poniósł też osobiście Rupert Murdoch – w mniejszym stopniu finansowe, gdyż zamknięcie nawet bardzo dochodowego tabloidu stanowiło niewielki uszczerbek w budżecie koncernu, bardziej jako magnat mediów, którego reputacja oraz wpływy w środowiskach politycznych i biznesowych były znaczące. Dla ich ratowania zdecydował się na publiczne wyrażenie ubolewania z powodu „poważnych wykroczeń” tabloidu i zbyt opieszałego wyjaśniania sprawy oraz osobiście przeprosił rodzinę Amandy Dowler.

Polskie komentarze do brytyjskiej afery podsłuchowej

Afera podsłuchowa zintensyfikowała w Wielkiej Brytanii dyskusję o standardach pracy w mediach i przyniosła liczne publikacje relacjonujące

¹¹ W maju 2012 r. Rebekah Brooks, jej męża i cztery inne osoby oskarżono o mataczenie w śledztwie; przeciwko Coulsonowi toczyły się trzy odrębne dochodzenia policyjne.

¹² M. Szaniewski, *Rupert Murdoch kłamał, nie nadaje się na prezesa*, http://wyborcza.pl/1,76842,11648795,Rupert_Murdoch_klamal__nie_nadaje_sie_na_prezesa__raport.html [dostęp: 1.07.2012].

nieetyczne działania reporterów i wydawców oraz powiązania ich reprezentantów i władz¹³. Wśród dominujących głosów krytyki, a także pesymistycznych wizji przyszłości brytyjskich mediów pojawiały się również opinie, że „oczyszczające” ujawnienie prawdy środowisko zawodzająca konsekwencji dziennikarzy „Guardiana”, którzy śledzili wydarzenia od początku, systematycznie ujawniając nowe szczegóły i piętnując obniżanie się standardów pracy w redakcjach. Mimo słabego zainteresowania tematem, zarówno wśród brytyjskich czytelników, jak i w innych mediach (aż do roku 2010) prestiżowy dziennik bronił tradycyjnej hierarchii dziennikarskich wartości i przypominał o społecznej odpowiedzialności prasy¹⁴.

Brytyjska afera – polski problem?

Głośnym echem afera odbiła się także w polskich mediach, które śledziły rozwój wydarzeń, uzupełniając materiały informacyjne komentarzami dziennikarzy i medioznawców. Pierwszy głos podejmujący ważny wątek tej dyskusji pojawił się już w r. 2009, gdy w tygodniku „Przegląd” w kontekście ówczesnej odsłony afery podsłuchowej Radosław Zapałowski zwrócił uwagę na znaczenie dla życia publicznego w demokratycznych krajach tak potężnych „szarych eminencji” jak Murdoch¹⁵. Nieliczne i „letnie” reakcje brytyjskich mediów, szczególnie wobec zamieszanego w sprawę Coulsona, korespondent tłumaczył powszechnością

opisanego proceduru zdobywania newsów przez tabloidy. Powściągliwość polityków za to jego zdaniem skutek świadomości, że Murdoch kieruje decyzjami przywódców państw. Postać medialnego magnata została odmalowana w artykule niemal diabolicznie – wszechpotężny Australijczyk decyduje o przekazywaniu i odbieraniu władzy premierom Wielkiej Brytanii, wpływa na opinię publiczną w USA, spotyka się prywatnie z prezydentami Stanów Zjednoczonych. Dziennikarz nie miał złudzeń: „Prawdopodobnie rewelacje »Guardiana« dotyczące nielegalnych podsłuchów zaszkodzą mu w niewielkim stopniu. To przecież Murdoch decyduje o tym, co jest ważne, a co nie, a także jakie informacje powinny dotrzeć do opinii publicznej. [...] Kolejną traumę przeżyli tylko czytelnicy »Guardiana«, ale tych jest raptem 300 tys. Reszta Brytyjczyków żyje w błogiej nieświadomości i w świętym przekonaniu, że przynajmniej dziennikarze są uczciwi”¹⁶.

Wspomniana przez dziennikarza „Przeglądu” powściągliwość komentatorska została dostrzeżona również później – w lipcu 2011 r., jednak tym razem tylko w odniesieniu do polskich tabloidów: Paweł Wroński ironizował na temat ich „zawodowej solidarności”, nakazując milczenie wobec upadku „News of the World”¹⁷. Przemysław Wilczyński zacytował redaktora naczelnego „Super Expressu” Sławomira Jastrzębowskiego – czytelników polskiej bulwarówki temat po prostu nie interesuje¹⁸.

¹³ Zob. np.: *Afera News of the World: Brytyjski „układ” medialny?*, <http://swiat.newsweek.pl/afera-news-of-the-world—brytyjski—układ—medialny,79611,1,1.html> [dostęp: 1.07.2012]; S. Łupak, *Życie i śmierć na podsłuchu*, „Wprost” 2011, nr 28, s. 61–62. Zob. też przedruki z „Süddeutsche Zeitung” i „The Guardian” w tygodniku „Forum” 2011, nr 30.

¹⁴ Por. J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007, s. 197–200.

¹⁵ R. Zapałowski, *Imperium szarej eminencji*, „Przegląd” 2009, nr 31, s. 20–21. Problem ten pojawił się również podczas konferencji w Parlamencie Europejskim za sprawą jednej z ofiar podsłuchów i nieformalnego rzeczownika walki z brytyjską prasą bulwarową, aktora Hugh Granta. W wystąpieniu zaapelował on o wprowadzenie ogólnoeuropejskiego prawa, które ograniczyłoby wpływy potentatów medialnych, aby korporacje nie mogły w przyszłości decydować o kształcie życia publicznego (zob. *Hugh Grant w Parlamencie Europejskim o mediach*, www.euractiv.pl/eurowybory/artikul/hugh-grant-w-parlamencie-europejskim-o-mediach-003761 [dostęp: 1.07.2012]).

¹⁶ R. Zapałowski, *Imperium...*, s. 21.

¹⁷ P. Wroński, *Nasze brukowce ani słowa o upadku brukowca*, http://wyborcza.pl/1,75478,9915074,Nasze_brukowce_ani_slowa_o_upadku_brukowca.html [dostęp: 1.07.2012]. Zob. też wypowiedź A. Kubackiego w *Poranku Radia TOK FM* (TOK FM, emisja: 18.07.2011).

¹⁸ Por. P. Wilczyński, *Prawda i UFO-prawda*, „Tygodnik Powszechny” 2011, nr 30, s. 38.

Jednak to, co szef polskiego tabloidu określił jako „wpadkę”, czyli ujawnienie praktyk „News of the World”, to zdaniem publicysty „Tygodnika Powszechnego” „trwający od lat gangsterski proceder niemający nic wspólnego z dziennikarstwem”¹⁹.

Zarzut przemilczenia nie można postawić innym reprezentantom polskich mediów, w których licznie cytowano opinie brytyjskich dziennikarzy i badaczy sfery publicznej, piętnujących bohaterów afery. W ten sposób kreowano opinię o Murdochu jako cynicznym graczem, kierującym się wyłącznie chęcią zysku²⁰ i poświęcającym pracowników niższego szczebla dla ratowania nadszarpniętej reputacji²¹, a także o premierze Cameronie, który może zostać zmuszony do ustąpienia²². Polski odbiorca mógł się również dowiedzieć, że afery brytyjskiego tabloidu ma szerszy wymiar – świadczy o kondycji tamtejszych mediów, dotychczas stawianych za wzór profesjonalnego i etycznego dziennikarstwa, ale także o dwuznacznych relacjach, które łączą je ze światem polityki²³.

W tym kontekście interesująco zabrzmiała wypowiedź medioznawcy Macieja Mrozowskiego, który na antenie TOK FM podkreślił, że „News of The World” padł ofiarą własnej „misji” tropienia przypadków łamania wyż-

szych standardów moralnych i biznesowych, jakie powinny obowiązywać osoby zajmujące eksponowaną pozycję w społeczeństwie; szukając tematów, dziennikarze gazety „zawiedli w tej sferze, o którą walczyli”²⁴. Taki sposób postrzegania afery podsłuchowej w polskich komentarzach niemal nie był widoczny – wyraźniej nawiązał do niej jedynie Przemysław Wilczyński²⁵. Tabloidy w Polsce postrzegane są bowiem jako gorszy rodzaj prasy, wprowadzicie o wysokich nakładach, ale bez znaczącej siły kształtowania życia publicznego²⁶. Trudno jest wierzyć w deklarowaną przez bulwarówki obronę prawdy i interesu społecznego w sytuacji, gdy największym echem odbijają się zamieszczane w nich materiały łamiące powszechnie przyjęte zasady dziennikarskie, w szczególności zasadę prawdy²⁷.

Media – jakie są, jakie być powinny?

Komentatorzy wnikliwiej przyglądający się brytyjskiemu skandalowi nie szczędzili mediom krytyki za rolę, jaką te często odgrywają: „od swego zarania miały stać na straży demokracji, a tymczasem coraz częściej biorą udział w jej psuciu”²⁸. Jak stwierdził Tomasz Lis, największym problemem jest to, że ich rosnąca władza nie wiąże się z braniem odpowiedzialności

¹⁹ Tamże.

²⁰ Zob. wypowiedzi F. Salamona, komentatora Reutersa, [w:] M. Kolanko, *Nasza analiza. Michał Kolanko: Koniec świata dziennikarzy „News of The World”. Ale nie koniec skandalu*, <http://wpolityce.pl/wydarzenia/11898-nasza-analiza-michal-kolanko-koniec-swiatea-dziennikarzy-news-of-the-world-ale-nie-koniec-skandalu> [dostęp: 1.07.2012] oraz D. Wielowieyskiej w *Poranku Radia TOK FM* (TOK FM, emisja: 15.07.2011).

²¹ Zob. wypowiedź Michelle Stanistreet, sekretarz generalnej brytyjskiego związku zawodowego dziennikarzy, [w:] I. Kadłuczka, „Murdoch poświęcił setki ludzi”, „Winowajcy pozostają na szczycie imperium”, http://wiadomosci.gazeta.pl/Wiadomosci/1,80708,9917668,_Murdoch_poswiecil_setki_ludzi___Winowajcy_pozostaja.html [dostęp: 1.07.2012].

²² Zob. wypowiedzi S. Franks, politolożki z Uniwersytetu w Kent, [w:] J. Pawlicki, *Złe przyjaźnie Camerona*, „Gazeta Wyborcza” 9–10.07.2011, s. 9.

²³ Zob. wypowiedź A. Campbella, spin doktora T. Blaira, [w:] M. Jędrzyk, *Plotka ery cyfrowej*, http://wyborcza.pl/1,76842,9953996,Plotka_ery_cyfrowej.html [dostęp: 1.07.2012].

²⁴ *Wieczór Radia TOK FM* (TOK FM, emisja: 11.07.2011).

²⁵ Zob. P. Wilczyński, *Prawda...*

²⁶ Por. P. Legutko, D. Rodziejewicz, *Gra w media. Między informacją a deformacją*, Warszawa 2007, s. 26, 46–47; D. Piontek, *Tabloidyżacja i dziennikarstwo*, „Znak” 2011, nr 3, s. 82.

²⁷ Zob. J. Pleszczyński, *Etyka...*, s. 168–171.

²⁸ P. Stasiak, *DEBATA: Co się stało z czwartą władzą?*, www.polityka.pl/swiat/analizy/1517604,1,debata-co-sie-stalo-z-czwarta-wladza.read [dostęp: 1.07.2012]. Zob. też *Poranek Radia TOK FM* (TOK FM, emisja: 21.07.2011).

za jej sprawowanie, co prowadzi do mentalnej korupcji i instytucjonalnego wynaturzenia²⁹. Zdaniem Piotra Stasiaka afera podsłuchowa powinna stać się początkiem poważnej debaty o kondycji współczesnych mediów, bo postępująca tabloidyzacja i wymagania rynku nie skłaniają do walki o ambitne media ani polityków, ani odbiorców³⁰.

Wśród podobnych głosów oryginalnością wyróżnił się Mariusz Ziomecki, były redaktor naczelny „Super Expressu”, dostrzegając szansę na istotną zmianę – ujawnienie praktyk brytyjskiej bulwarówki może według niego przyczynić się do usunięcia tabloidów poza granice dziennikarstwa i uznanie ich jedynie za „produkty gazetopodobne”³¹. Inaczej ten problem widział Marcin Piasecki z „Dziennika. Gazety Prawnej”, przewidujący, że skandal może stać się okazją do dezawuowania dziennikarstwa jako takiego, podważania wiarygodności nawet mediów poważnych i kwestionowania reputacji rzetelnych reporterów śledczych³². Dominik Zdort zauważył natomiast, że polscy dziennikarze dzięki angielskiej historii powinni dostrzec, że nie wszystko w ich pracy jest dopuszczalne, same zaś tabloidy bardzo często pełnią również funkcję potrzebnych „czyścicieli życia publicznego”³³.

Warty odnotowania w tym kontekście jest również głos Wiesława Władyki, który w obliczu kryzysu zaufania do dziennikarzy i ich rzetelności widzi istotną rolę mediów publicz-

nych³⁴. Jego zdaniem podlegają one pewnej kontroli jakości i wiarygodności, obecny jest w nich swoisty (choć nie zawsze przestrzegany) regulamin przyzwoitości, który może stanowić punkt odniesienia dla mediów komercyjnych.

Media a polityka

Ważnym wątkiem podnoszonym przez publicystów były również związki mediów z politykami³⁵. Objaśniając tkwiące w nich niebezpieczeństwo, Jacek Żakowski posłużył się porównaniem – jego zdaniem sprawa „News of the World” nie jest brytyjskim „Watergate”, lecz tamtejszą „afery Rywina”³⁶. W obu stawką była bowiem dominująca pozycja na rynku mediów, a walka o nią z jednej strony angażowała wielkie pieniądze, z drugiej zaś – wymagała zdobycia życzliwości polityków. Publicysta „Polityki” przyczyn patologicznego zrastania się świata biznesu, mediów i polityki upatruje przede wszystkim w postępującej koncentracji i korporacjonalizacji zmieniających system medialny. W takich warunkach koncerty mogą skutecznie wywierać presję na polityków, same zaś wymuszać na swoich pracownikach zdobywanie i rozpowszechnianie jedynie tych informacji, które z ich punktu widzenia są opłacalne. Te obserwacje prowadzą Jacka Żakowskiego do paradoksalnego – co sam dostrzega – wniosku, że polska afera Rywina miała swą dobrą stronę, gdyż „wstrząsnęła klasą polityczną i zahamowała bławatanie się elit”³⁷. I choć

²⁹ T. Lis, *Pióro i maczuga*, „Wprost” 2011, nr 30, s. 4.

³⁰ P. Stasiak, *DEBATA...*

³¹ P. Wilczyński, *Prawda...*, s. 39.

³² M. Piasecki, *Precedens Murdocha zagrożeniem dla prasy*, <http://wiadomosci.dziennik.pl/opinie/artykuly/346626,precedens-murdocha-zagrozeniem-dla-prasy.html> [dostęp: 1.07.2012].

³³ *Poranek Radia TOK FM* (emisja: 18.07.2011).

³⁴ *Poranek Radia TOK FM* (emisja: 21.07.2011).

³⁵ M. Ostrowski z „Polityki” uznał tę kwestię za istotniejszą niż hipokryzja właściciela gazet tabloidowych, który chce ustalać kanony etyki dziennikarskiej (*Dzień na żywo*, TVN24, emisja: 20.07.2011). Związek mediów i środowisk politycznych jest zdaniem Marcina Zaborowskiego, dyrektora Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych, problemem nie tylko w Wielkiej Brytanii, ale również w USA (*Wiadomości*, TVP1, emisja: 20.07.2011). Por. też: *Wieczór Radia TOK FM*; *Poranek Radia TOK FM* (emisja: 15.07.2011); *Komentarze Radia TOK FM* (TOK FM, emisja: 21.07.2011).

³⁶ Zob. J. Żakowski, *Media, władza, pieniądze*, „Polityka” 2011, nr 31, s. 11–13.

³⁷ Tamże, s. 13.

w puencie tekstu publicysta ostrzega „psy łańcuchowe demokratycznych standardów”, że nie wolno osłabiać czujności, to prezentowane przez niego sądy nadają artykułowi wymowę umiarkowanie optymistyczną.

Podobnie paradoksalna myśl nasunęła się Piotrowi Bratkowskiemu z „Newsweek Polska”. Autor nie wykluczył, że najlepsza wiadomość wynikająca z afery jest taka, że: „Murdoch postanowił się odciąć od dochodowego przedsięwzięcia nie pod wpływem wstrząsu moralnego, lecz dlatego, że uznał to za bardziej opłacalne. Zderzył się bowiem z brakiem przyzwolenia na eskalowanie dziennikarskich niegodziwości zarówno ze strony opinii publicznej, jak i politycznych patronów”³⁸. Zdaniem publicysty sprawa „News of the World” stała się poważnym ostrzeżeniem przed skutkami narzucania wszystkim mediom przez tabloidy zaniżonych standardów etycznych i warsztatowych. W efekcie zaczynają być one postrzegane jako rodzaj opresji, a sama wolność słowa służy niszczeniu ludzi. W konkluzji tekstu Bratkowski nie pozostawia jednak złudzeń: „Dla polityków ostrzeżenie więc brzmi, by się nie zadawać z szemranym towarzystwem, nawet jeśli to towarzystwo potrafi wiele załatwić. A dla czytelnika? By się zbyt nie ekscytował, gdy kolejny polityk czy

aktor zostanie zdemaskowany jako pijak i zdradzająca żonę świnią. Bo jutro, gdy zabraknie lepszych tematów, mogą zabrać się za niego”³⁹.

Konsekwencje skandalu

Również w opinii innych komentatorów wydarzenia brytyjskie niosą ostrzegawcze przesłanie. Miłada Jędrzyk, pisząc o rosnącej skłonności ludzi do ujawniania sekretów w imię sławy lub dla pieniędzy, zauważyła, że takie plotkowanie w warunkach dominacji kilku magnatów medialnych może niebezpiecznie zagrozić wolności⁴⁰. Ewentualne nadzieje na uzdrowienie rynku mediów rozwiewał Marek Rybarczyk: „Efektem ostatniej afery będzie więc zapewne jedynie to, że czarne kasy tabloidów zostaną starannie ukryte, a spece od podsłuchów podniosą stawki, bo przecież trzeba będzie w nie wkalkulować większe ryzyko”⁴¹. Podobnie ocenił sytuację Adam Szostkiewicz – jego zdaniem głosy potępienia szybko umilkną, a walka o czytelnika wkrótce będzie odbywała się identycznymi metodami, bo „hipokryzja to domena nie tylko tabloidów, ale i ich odbiorców”⁴².

Tę postawę dostrzegli również Tomasz Lis i Jacek Pawlicki. Pierwszy z nieukrywaną satysfakcją odnotował upadek „News of the

³⁸ P. Bratkowski, *Brukowiec na bruk!*, www.newsweek.pl/wydania/1297/brukowiec-na-bruk,79264,1,1 [dostęp: 1.07.2012]. Obserwacja ta może stanowić interesujący wątek rozważań nad tzw. etyką publiczności/odbiorców, zakładającą, że za poziom mediów w istotnym stopniu odpowiadają odbiorcy, a wyrazem ich moralnej postawy może być odrzucanie produktów medialnych o niskiej wartości, domaganie się od rządów i organizacji medialnych ochrony praw odbiorców (zob. M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000, s. 101–102; M. Drożdż, *Etyczne orientacje w mediosferze*, Tarnów 2006, s. 37, 40, 249–253; J. Plewczyński, *Etyka...*, s. 21–22, 193). Do bardziej tradycyjnej etyki mediów odwołuje się np. Piotr Sztompka: „Jeżeli nawet nie całe społeczeństwo jest gotowe do tego, żeby wyższe, wyrafinowane treści medialne kupować i konsumować, to sprawą mediów istotną dla nich samych jest właściwe ukształtowanie publiczności. Należy odpowiednimi treściami i działaniem podnieść poziom widowni bądź czytelników, a nie spychać ich do najniższego wspólnego mianownika po to, by osiągnąć jak najszybciej najlepsze wyniki sprzedaży. To jest myślenie, które na dłuższą metę przyniesie fatalne skutki, także w wymiarze komercyjnym. Ukształtowanie bardziej wrażliwej estetycznie, emocjonalnie i intelektualnie publiczności to warunek konieczny do tego, aby społeczeństwo obywatelskie się rozwijało, bogaciło, żeby miało lepsze, pełniejsze życie” – por. *Przyszłość mediów: wyzwania i prognozy*, [debata], „Znak” 2012, nr 3, s. 55.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ M. Jędrzyk, *Plotka...* Zob. też: B. Bubula, *Murdoch ginie od własnej broni*, „Nasz Dziennik” 26.07.2011, s. 12.

⁴¹ M. Rybarczyk, *Tylko dla sępów*, „Newsweek Polska” 2009, nr 30, s. 55.

⁴² A. Szostkiewicz, *Ostami news*, „Polityka” 2001, nr 29, s. 14.

World”, gdyż w jego opinii takie pisma zarabiają na epatowaniu sensacją i graniu na najniższych uczuciach odbiorców, jednocześnie nazywając to walką z hipokryzją⁴³. Drugi pisał natomiast o „wielkiej hipokryzji”, prezentując kulisy kontrowersyjnej kampanii antypedofilskiej organizowanej w 2000 r. przez redakcję brytyjskiego tabloidu. W lipcu 2011 r. ujawniono bowiem, że telefon Sary Payne, matki ofiary pedofila, która była twarzą tej akcji, prawdopodobnie też stał się celem hakerów pracujących dla „News of the World”⁴⁴.

Afera podsłuchowa nie była zatem drobnym błędem kilku reporterów, o czym w ostrych słowach przypomniał w innym swoim tekście Żakowski⁴⁵. To zdarzenie ze świata, w którym tabloidy są biznesem, cynicznie, instrumentalnie i brutalnie traktującym ludzi – i w identyczny sposób zostali przez Murdocha potraktowani pracownicy „News of the World”. Autora nie zbulwersowało jednak zamknięcie redakcji, nie wywołało w nim też współczucia – Żakowski dostrzegł, że chóralne oburzenie na „grzechy” bulwarówki to w istocie procesja z kozłem ofiarnym: „Jeżeli kara śmierci dla »News of the World« jest sprawiedliwa, to jego los powinna podzielić większość tabloidów, a większość współczesnych mediów powinna dostać dożywocie. [...] To ten sam parszywy, świński biznes. Różnica polega na tym, że »News of the World« przekroczył cieniutką granicę dzielącą okrucieństwo, które bawi publikę, od takiego, które już ją bulwersuje, że władze się przestraszyły i nie przymknęły oczu, że Murdoch miał akurat interes do zro-

wienia, nie chciał go psuć i zareagował normalnie. Ale reszty swoich tabloidów robiących w istocie to samo zamykać nie zamierza, podobnie jak inni wydawcy”⁴⁶. I tym razem publicysta zdecydowanie ostrzegał przed zaakceptowaniem zbiorowej „ofiary” w postaci „News of the World”, która może nieodwracalnie usankcjonować tabloidowe praktyki w mediach. Przeciwdziałać temu powinna poważna refleksja nad odpowiedzialnością korporacji medialnych i relacjami tabloidalnego biznesu z politykami.

Ton potępienia rozpoznać można również w artykule Mariusza Zawadzkiego, relacjonującego zachowanie niektórych amerykańskich mediów⁴⁷. Należące do koncernu Murdocha telewizja Fox News i dziennik „Wall Street Journal” swoimi materiałami deprecjonowały wydarzenia w Wielkiej Brytanii, a dziennikarze nie próbowali nawet dociekać ważnych szczegółów. Autor z dezaprobatą pisał również o bucie i braku pokory samego Murdocha, o którym pośrednio źle świadczy też krytyczna opinia, jaką Zawadzki wystawia amerykańskim mediom należącym do magnata. Maciej Wierzyński zwrócił natomiast uwagę na wielokrotnie wypróbowaną przez brutalnego i zręcznego medialnego potentata metodę wyciszania skandali wokół swoich przedsięwzięć przez płacenie wysokich odszkodowań.

Innych komentatorów także interesowały osoby szefów koncernu News Corp. W portrecie Ruperta Murdocha opublikowanym na łamach „Przekroju” „brudny grabarz” scharakteryzowany został jako bezwzględnie dążący do celu ryzykant i despota, ale również fascynat

⁴³ T. Lis, *Pióro i...*

⁴⁴ Wątek obłudy pojawił się również w kontekście odpowiedzi na pytanie, dlaczego praktyki, o których wiedziano powszechnie w środowisku dziennikarskim, tak późno stały się tematem publicznych dyskusji. We wspomnianym programie TVN24 Bartosz Węglarczyk wyjaśnił, że zdobycie wiarygodnych informacji nie było łatwe, a ich ujawnienie wymagało mobilizacji samych dziennikarzy, którym na ogół trudno jest negatywnie pisać o swoich kolegach. Inny uczestnik tego programu, Maciej Wierzyński, wyraził uznanie dla dziennikarzy z „The Guardian”, którzy zdecydowali się ujawnić prawdę.

⁴⁵ J. Żakowski, *Kozioł Murdocha*, „Gazeta Wyborcza” 11.07.2011, s. 9.

⁴⁶ Tamże.

⁴⁷ M. Zawadzki, *Nie taki Murdoch straszny*, „Gazeta Wyborcza” 23–24.07.2011, s. 20–21.

mediów⁴⁸. Vadim Makarenko ocenił, że James Murdoch to agresywny gracz, któremu skuteczność w biznesie przesłoniła wyższe wartości, a jego ojciec wciąż pozostaje wierny przekonaniu, że gazety są jedynie fabrykami wiadomości, które należy sprzedawać z maksymalnym zyskiem, a nie „pole debaty publicznej”⁴⁹. Zdaniem Marka Rybarczyka młodszy z Murdochów mało wiarygodną linią obrony coraz bardziej rujnuje swoją reputację medialnego „bystrzaka” o legendarnym temperamencie i przenikliwej inteligencji⁵⁰. O patriachalno-rodzinnym systemie zarządzania koncernem przez Murdocha mówił Jacek Mojkowski⁵¹, Bartosz Węglarczyk natomiast, komentując przesłuchanie Murdochów, szydził: „Jestem zachwycony dzisiejszym występem Jamesa i Ruperta Murdochów przed komisją brytyjskiego parlamentu. Ich szkołę zarządzania pojąłem w godzinę i jestem już gotów zarządzać globalnym koncernem dowolnej wielkości. Okazuje się mianowicie, że największą firmą medialną na świecie zarządza się w taki sposób, by nie mieć pojęcia, co się w niej dzieje”⁵². Bardziej powściągliwy w formułowaniu zdania na ten temat był Ryszard Holzer, ale i w jego tekście pojawiła się opinia, że to pod rządami Murdocha seniora dwie główne brytyjskie bulwarówki zmieniły się z gazet sensacyjnych w „agresywne brukow-

ce posługujące się oszustwem, kłamstwem czy przestępstwem, by zdobyć atrakcyjną czołówkę. Za wszelką cenę. Nawet za cenę przegranych procesów i wysokich odszkodowań”⁵³.

Wątkiem, który powracał w wypowiedziach polskich komentatorów i interpretowany był jako mający najważniejsze znaczenie dla moralnej oceny wydarzeń, były szczególnie dotyczące podsłuchiwanie telefonów zwykłych ludzi, w tym ofiar przestępstw i działań zbrojnych. Wydaje się jednak zaskakujące, że ten wątek nie został głębiej rozwinięty – jedynie bezrefleksyjnie powtarzano, że Brytyjczycy nie zaakceptowali takiego wykorzystywania cierpienia i że wedle powszechnego mniemania prywatność celebrytów jest własnością publiczną⁵⁴. Nikt nie próbował dowodzić, że taka nierówność traktowania ma swoje mocne uzasadnienie, nikt także nie podjął się jej oceny etycznej.

Znaczące jest również pozostawianie bez pogłębionego komentarza opinii, że celem dziennikarzy publikujących plotki oraz informacje zdobyte nielegalnymi metodami jest możliwie największy zysk. Polscy autorzy niekiedy dodawali, że dzieje się tak na skutek ponadprzeciętnego zainteresowania odbiorców pewnymi tematami⁵⁵, nie próbowali jednak stawiać pytań, czy i w jaki sposób można te

⁴⁸ Zob. S. Rajewski, *Bрудny grabarz nie da się pogrzebać*, „Przekrój” 2011, nr 29, s. 16–17.

⁴⁹ V. Makarenko, *Imperium Ruperta Murdocha w coraz większych opałach*, „Gazeta Wyborcza” 20.07.2011, s. 7; tenże, *Murdoch, ostatni Mohikanin*, „Gazeta Wyborcza” 16–17.07.2011, s. 18. Zob. też: M. Rybarczyk, *Ranny drapieżnik*, „Newsweek Polska” 2011, nr 29, s. 44–47.

⁵⁰ Zob. M. Rybarczyk, *James Murdoch. Czarna owca klanu Murdochów*, <http://swiat.newsweek.pl/james-murdoch—czarna-owca-klanu-murdochow,91517,1,1.html> [dostęp: 1.07.2012].

⁵¹ *Fakty po południu*, TVN24, emisja: 19.07.2011.

⁵² B. Węglarczyk, *I ty możesz zostać prezesem News Corp.*, http://wyborcza.pl/1,75968,9975606,I_ty_mozesz_zostac_prezesem_News_Corp_.html [dostęp: 1.07.2012]. Na wagę przebiegu przesłuchania Murdochów dla finansowej sytuacji News Corp. oraz niefortunność zderzenia wzorcowej brytyjskiej demokracji z korporacyjną taktyką nieodpowiadania na pytania zwrócił uwagę M. Reszczyński, były dziennikarz BBC (*Polska i świat*, TVN24, emisja: 19.07.2011).

⁵³ R. Holzer, *Kiedy drapieżnik staje się ofiarą*, „Wprost” 2011, nr 29, s. 48. Wśród podobnych głosów zdecydowanie słabiej brzmiały wypowiedzi przypominające osiągnięcia i zasługi Murdocha, jak np. uratowanie przed upadkiem prestiżowego „The Times”, tworzenie pierwszych gazet internetowych czy zapoczątkowanie praktyki odpłatnego udostępniania zawartości tradycyjnych mediów w internecie – por. wypowiedź A. Stankiewicza w *Poranku Radia TOK FM* (emisja: 15.07.2011).

⁵⁴ Zob. W. Winkler, *Angielska Watergate*, „Forum” 2011, nr 30, s. 14.

⁵⁵ Por. wypowiedź L. Jażdżewskiego w *Popołudniu Radia TOK FM* (TOK FM, emisja: 19.07.2011).

praktyki zmieniać ani jakie mogą być konsekwencje postępującego dyktatu wymagań odbiorców.

Niemal poza dyskusją pozostawała również kwestia roli banalnej ludzkiej ciekawości w ewolucji, jakiej podlegają współczesne media⁵⁶. W rozmowie z Cezarym Łasiczką w TOK FM Maciej Mrozowski zwrócił uwagę na znaczenie afery podsłuchowej dla uświadomienia ludziom, że w świecie internetu, do którego na wielką skalę przenosi się informacje o charakterze prywatnym, intymnym czy finansowym, dostęp do zawartości sieci może mieć groźne skutki dla każdego człowieka. Szczególnie, gdyby niezależni hakerzy upowszechnili zjawisko sprzedawania informacji mediom, a coraz niższe standardy etyczne zastąpiłyby rzetelność i odpowiedzialność dziennikarską⁵⁷.

Podsumowanie

Analizując obraz afery podsłuchowej, jaki wyłania się z polskich przekazów medialnych, należy zauważyć, że jest on konstruowany przede wszystkim ze szczegółów podawanych w materiałach informacyjnych. Dlatego też wrażenie oburzenia i protestu przeciwko działaniom dziennikarzy, polityków i biznesmenów budują głównie cytowane w przekazach głosy brytyjskich mediów, tamtejszych specjalistów oraz opinii publicznej. Polskich odbiorców bardziej zainteresować ma fenomen samego skandalu niż jego skomplikowane przyczyny i trudno przewidywalne skutki.

Raczej nieliczne, bardziej pogłębione komentarze są natomiast stonowane i wolne do gwałtownych emocji⁵⁸, co jednak nie oznacza, że używany przez autorów język pozbawiony

jest dosadnych określeń. Poza cytowanym Jackiem Żakowskim posługuje się nimi np. Adam Szostkiewicz, który pisząc o włamaniu do poczty głosowej telefonu Amandy Dowler, określa je „czynem hieny cmentarnej”, czy Stanisław Rajewski, przypominając, że Murdoch senior zapracował na opinie bezwzględnie okrutnika i poganiacza niewolników. Maciej Wierzyński, obserwujący przebieg przesłuchania Murdochów, określił zastraszanie się przez szefów News Corp. niewiedzą jako „zupełnie zdumiewające widowisko”, a zgłoszoną przez młodszego z nich deklarację opracowania kodeksu etyki dla mediów jako „bezcelność”. Dosadniej wystąpienie magnatów medialnych nazwał Radosław Markowski, mówiąc o „kręctwie najwyższej marki”. Dla Jana Ordyńskiego afera w Wielkiej Brytanii, kraju o ugruntowanej demokracji, oznaczała przekroczenie wszelkich barier, stosowane praktyki to „rzeczy niewyobrażalne”, a deontologia zawodu dziennikarskiego jego zdaniem „legła w gruzach”.

Ryzykując uproszczenie, można ocenić, że geograficzny i mentalny dystans wobec brytyjskich realiów znajduje swoje odzwierciedlenie w wypowiedziach polskich komentatorów:

- stale podkreślali oni dwie kwestie: po pierwsze, pogoń za przynoszącą zysk sensacją jest nie do wyeliminowania ze współczesnych mediów i stanowi odpowiedź na zapotrzebowanie odbiorców oraz, po drugie, siła polskich tabloidów jest zbyt mała, by realnie wpłynąć na życie polityczne w kraju i ma raczej konsekwencje dla obiegu informacji o charakterze obyczajowym⁵⁹;
- zgodna opinia, że w Polsce skandal na mia-

⁵⁶ Zob. Z. Mikołejko, M. Koncewicz (rozm.), *Ciekawość. Inspirująca, pomocna, przerażająca*, http://edukacja.gazeta.pl/edukacja/1,101856,11533397,Ciekawosc__Inspirujaca_pomocna_przerazajaca.html [dostęp: 14.10.2012]; wypowiedź W. Godzica [w:] „Ludzie, bez paniki”, czyli o tabloidowych aferach, www.plejada.pl/17,50176,news,1,1,ludzie-bez-paniki-czyli-o-tabloidowych-afarach,artykul.html [dostęp: 15.07.2011].

⁵⁷ *Wieczór Radia TOK FM*.

⁵⁸ Najsilniejsze poruszenie brytyjskimi zdarzeniami widać w tekście P. Bratkowskiego *Brukowiec na bruk!* oraz w jednej z wypowiedzi R. Markowskiego (*Poranek Radia TOK FM*, TOK FM, emisja: 21.07.2011).

⁵⁹ Por. M. Cieślak, *Polityka ustawek*, „Newsweek Polska” 2011, nr 30, s. 19; M. Król, *Tabloidy i politycy – wzajemny szantaż*, „Wprost” 2011, nr 29, s. 29.

rę wydarzeń brytyjskich nie byłyby możliwe, wynika z przekonania, iż rodzime media nie dysponują kapitałem niezbędnym do kupowania informacji na skalę masową. Ich słabość oddaje nawet dość często przywoływana afera Lwa Rywina – zawsze dla ukazania, że nie wytrzymuje ona porównania ze sprawą „News of the World”, zarówno jeśli chodzi o zasięg ujawnionych działań przestępczych, jak i o możliwe skutki;

- komentatorzy wyrażali opinie, że przedstawiciele władzy będą ostrożniejsi w relacjach z mediami, choć błędem byłoby liczyć na rezygnację z korzyści, jakie przynoszą one obu stronom. Oryginalnym uzupełnieniem komentarzy są rozważania o skali podsłuchów w Polsce, jednak stosowanych nie przez dziennikarzy, lecz wobec dziennikarzy i obywateli przez służby państwowe.

Obserwacje te prowadzą do następujących wniosków:

- w ogólnym obrazie polskich reakcji na aferę podsłuchową zwraca uwagę dualizm postaw – w odniesieniu do związków polityki i mediów oraz zarządzania przedsiębiorstwami medialnymi komentatorzy skłonni są do przywoływania wielu szczegółowych kwestii oraz przykładów, a także do projektowania scenariuszy rozwoju wypadków. Nieobce są im również obawy przed pogłębieniem się kryzysu dziennikarskiej rzetelności i skutkami wszechogarniającej „pogoni za newsem”. Zdecydowanie mniejsze zainteresowanie wzbudza natomiast ściśle etyczny aspekt brytyjskich wydarzeń, związany z ofiarami podsłuchów. Nikt wprawdzie nie kwestionuje krzywdy, jaka spotkała zwyczajnych ludzi (choć niekoniecznie celebrytów), ale nie jest

to również temat rozważań. Krótko sformułowane opinie dają się sprowadzić do oceny, że działania dziennikarzy wobec nich były nie stosowne i moralnie niedopuszczalne, a jej bezsporność zamyka dyskusję;

- można uznać, że skandal, który wydawał się godzić w najcenniejsze wartości, w polskich mediach zyskał raczej status wydarzenia niepokojącego i frapującego niż gorszącego. Bez większego wpływu pozostały często sygnalizowane w materiałach informacyjnych oburzenie i emocjonalność reakcji brytyjskiej opinii publicznej. Brak podobnej postawy wśród polskich odbiorców skłonił komentatorów do skupienia się przede wszystkim na szerokich, medialnych kontekstach, w których zainteresowanie człowiekiem ograniczyło się do postaci głównych bohaterów wydarzeń.

Zaprezentowany obraz brytyjskiej afery podsłuchowej w polskich mediach nasuwa ważną konstatację – dyskusje wokół istotnych problemów współczesnego dziennikarstwa mogą zostać łatwo ukierunkowane włącznie na zagadnienia ekonomiczno-polityczne, profesjonalizacji czy wolności słowa. Jakkolwiek są one ugruntowane na dobru społecznym i dobru jednostki, wydają się dehumanizować publiczną komunikację, a co najmniej ograniczać rolę jej najważniejszego podmiotu – odbiorcy. Tymczasem nawet ci, których afera „News of the World” ukazała jako bezrefleksyjnych amatorów cudzej prywatności, potrafią przypomnieć władcom medialnego świata, że należy się z nimi liczyć. Etyczne znaczenie takiej postawy z pewnością zasługuje na większą uwagę polskich dziennikarzy i medioznawców.

◀|||| Zgorszenie czy rozczarowanie? – polskie komentarze do sprawy brytyjskiej afery podsłuchowej

Scandal or Disappointment? – Polish Comments on the Case of the British Phone Hacking Scandal

Monika Worsowicz

SŁOWA KLUCZOWE

„News of the World”, afery podsłuchowa, tabloidyżacja, etyka dziennikarska

STRESZCZENIE

Sprawa tabloidu „News of the World” z lipca 2011 r. była szeroko relacjonowana i oceniana w Polsce. Komentatorzy odnosili się do problemu związków polityki i mediów. Ocenili, że polskie tabloidy nie są dość silne, by realnie wpłynąć na życie polityczne, oraz że brytyjskie wydarzenia skłonią przedstawicieli władzy do większej ostrożności w relacjach z mediami. Wyrażali obawy przed pogłębianiem się kryzysu dziennikarskiej rzetelności i skutkami wszechogarniającej „pogoni za newsem”. Zdecydowanie mniejsze zainteresowanie wzbudził ściśle etyczny aspekt wydarzeń, związany z ofiarami podsłuchów. Skandal, który wydawał się godzić w najcenniejsze wartości, w polskich mediach zyskał status wydarzenia bardziej niepokojącego i frapującego niż gorszącego.

KEY WORDS

“News of the World”, phone hacking scandal, tabloidization, ethics of journalism / journalistic ethics

ABSTRACT

The case of the tabloid „News of the World” from July 2011 was widely reported and evaluated in Poland. Commentators referred to the problem of the relationship between politics and the media. They estimated that Polish tabloids are not strong enough to actually influence on political life, and that the British event will encourage representatives of the government to be more cautious in their relations with the media. They expressed fears of increasing the crisis of journalistic integrity and the outcome of the overwhelming „pursuit of the news”. Less interest was aroused by the strictly moral aspect of the events associated with the victims of wiretapping. The scandal, which seems to have threatened the most precious values, in the Polish media gained the status of events rather disturbing and compelling than scandalous.

Europejska polityka medialna



European media politics



Cyfrowo i różnorodnie. Aktywność Rady Europy i Unii Europejskiej w obszarze mediów i komunikowania w 2012 r.

Alicja Jaskiernia, Michał Głowacki

Polityka medialna, rozumiana jako ogół działań dotyczących komunikowania masowego, zgodnych z celami wynikającymi z przyjętego systemu wartości, istniejących uwarunkowań społeczno-ekonomicznych oraz występujących potrzeb i interesów społecznych¹, zajmuje coraz więcej miejsca w aktywności organizacji europejskich, w tym w szczególności Rady Europy (RE) oraz Unii Europejskiej (UE). Zwłaszcza UE, która w coraz większym stopniu staje się wspólnotą polityczną, a nie jedynie gospodarczą, podejmuje problemy wolności słowa i pluralizmu mediów, niegdyś zagadnień tradycyjnie pozostających w obszarze zainteresowania RE. Działania obu tych organizacji, które różnią się przedmiotem prac, zasięgiem geograficznym oraz poziomem wpływu na krajowe ustawodawstwo medialne, konsekwentnie zmierzają w kierunku stworzenia europejskiej przestrzeni medialnej. Przestrzeń ta, oparta na standardach wolności słowa, swobodnego przepływu informacji oraz równego dostępu do nowoczesnych technologii, ma zapewnić dalszy rozwój społeczny, gospodarczy i kulturowy całego kontynentu. Komplementarność wysiłków Rady Europy

i Unii Europejskiej w wymiarze europeizacji prawnoinstytucjonalnej² jest tym ważniejsza, im bardziej ich wspólne wysiłki promują europejskie wartości w obszarze mediów także na arenie międzynarodowej. Mają one więc szansę stać się standardami o charakterze nie tylko paneuropejskim, lecz także globalnym.

Rada Europy

Rok 2012 był ważnym okresem w działalności Rady Europy w zakresie wolności słowa i pluralizmu mediów prowadzonej na wielu szczeblach. W nawiązaniu do ustaleń Konferencji Ministrów odpowiedzialnych za media i nowe platformy komunikacji (28–29 maja 2009 r., Reykjavik) Rada Europy konsekwentnie realizowała działania na rzecz przyszłości mediów publicznych, w tym także promowania nowego podejścia do mediów, zaakcentowanych w Zaleceniu Komitetu Ministrów w dniu 21 września 2011 r.

Steering Committee on Media and Information Society

Dotychczasowy Komitet Sterujący ds. Mediów i Nowych Usług Komunikacyjnych Rady Europy

¹ Patrz na przykład: B. Mierzejewska, *Polityka medialna*, [w:] *Media, komunikacja, biznes elektroniczny*, pod red. B. Junga, Warszawa 2001, s. 227.

² Szerzej na ten temat: K. Jakubowicz, *The Highways and Byways of „Europeanization” in the Media*, „Central European Journal of Communication” Vol. 2 (2009), nr 1, s. 5–11.

(Steering Committee of the Media and New Communication Services – CDMC) 1 stycznia 2012 r. został zastąpiony nową strukturą pod nazwą Komitet Sterujący do spraw Mediów i Społeczeństwa Informacyjnego (Steering Committee on Media and Information Society – CDMSI). Działalność nowego komitetu ma umożliwić Radzie Europy nadążanie za zmianami zachodzącymi zarówno w mediach, jak i społeczeństwie informacyjnym. Szczegółowe cele Komitetu określone zostały w odniesieniu do strategii zarządzania internetem oraz rozwoju współpracy na rzecz promowania i ochrony praw człowieka, praworządności i demokracji. CDMSI ma dążyć do konsolidacji i aktualizacji istniejących instrumentów prawa i opracowywać – w razie potrzeby – standardy w zakresie wolności mediów, z uwzględnieniem problemów związanych z profesjonalizmem dziennikarskim, niezależnością, pluralizmem/różnorodnością oraz rolą mediów publicznych. Zakres uprawnień CDMSI obejmuje dodatkowo ustanawianie standardów w odniesieniu do ochrony danych osobowych i prawa do prywatności oraz ścisłej współpracy w tym zakresie z innymi organami Rady Europy. Dodatkowo, CDMSI ma przyczynić się do realizacji Deklaracji Komitetu Ministrów z 13 stycznia 2010 r. w sprawie działań na rzecz przestrzegania artykułu 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka i Podstawowych Wolności. Spodziewanym efektem prac Komitetu ma być także organizacja pierwszej konferencji ministrów odpowiedzialnych za media i społeczeństwo informacyjne, która ma obradować w drugiej połowie 2013 r. w Belgradzie³.

W 2012 r. w Strasburgu odbyły się dwa spotkania członków Steering Committee on Media and

Information Society. W trakcie pierwszego z nich wybrano władze oraz członków Biura CDMSI. Przewodniczącym Komitetu został Andris Mellokals (Łotwa). Funkcję wiceprzewodniczącej sprawowała w 2012 r. Maja Raković (Serbia).

Prawa użytkowników internetu

W czerwcu 2012 r. rozpoczął działalność Komitet Ekspertów w zakresie praw użytkowników internetu – Committee of Experts on Rights of Internet Users (MSI–DUI). Grupa ma przyczynić się do realizacji strategii Rady Europy w zakresie zarządzania internetem oraz sprawować funkcje doradcze. Aktywność MSI–DUI obejmuje badanie istniejących standardów Rady Europy dotyczących praw człowieka i podstawowych wolności w odniesieniu do internetu, a także orzecznictwa Europejskiego Trybunału Praw Człowieka, standardów organizacji międzyrządowych oraz – w stosownych przypadkach – działalności państw i podmiotów niepaństwowych⁴.

Ochrona wolności słowa i informacji w internecie i mediach online

Zmiany we współczesnym społeczeństwie informacyjnym, dokonujące się za sprawą rozwoju nowych mediów i technologii, stanowiły ważną sferę działalności Rady Europy także w zakresie wprowadzania standardów prawa. W kwietniu 2012 r. Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy (PACE) przyjęło dwa dokumenty poświęcone ochronie wolności słowa i informacji w internecie i mediach online – adresowaną do państw członkowskich Rezolucję 1877⁵ oraz skierowane do Komitetu Ministrów Zalecenie 1998⁶. Pierwszy z doku-

³ *Steering Committee on Media and Information Society*, www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/CDMSI/default_en.asp [dostęp: 12.04.2013].

⁴ *Committee of experts on rights of Internet Users*, www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/MSI-DUI/default_en.asp [dostęp: 12.04.2013].

⁵ Resolution 1877 (2012) The protection of freedom of expression and information on the Internet and online media, <http://assembly.coe.int/ASP/Doc/XrefViewPDF.asp?FileID=18323&Language=EN> [dostęp 15.04.2013].

⁶ Recommendation 1998 (2012) The protection of freedom of expression and information on the Internet and online media, <http://assembly.coe.int/ASP/Doc/XrefViewPDF.asp?FileID=18325&Language=EN> [dostęp: 15.04.2013].

mentów zaleca państwom członkowskim przestrzeganie wolności słowa i informacji, ochronę prywatności i danych osobowych, a także wspieranie procesów samoregulacji i przejrzystości (transparentności) mediów online, drugi natomiast zaleca uwzględnienie proponowanych standardów w pracach Komitetu Ministrów oraz podjęcie współpracy z Komisją Europejską w celu zapewnienia spójnego stosowania Artykułu 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka i Podstawowych Wolności oraz Artykułu 11 Karty Praw Podstawowych Unii Europejskiej.

Ochrona praw człowieka w odniesieniu do działalności wyszukiwarek oraz platform społecznościowych

Komitet Ministrów w kwietniu 2012 r. przyjął adresowaną do państw członkowskich Rady Europy Rekomendację CM/Rec(2012)3 o ochronie praw człowieka w odniesieniu do działalności wyszukiwarek⁷ oraz Rekomendację CM/Rec(2012)4 o ochronie praw człowieka w odniesieniu do platform społecznościowych⁸. Pierwsza z nich uznaje znaczenie wyszukiwarek w środowisku online i wskazuje na sposoby ich działania, które mogą zagrażać prawom podstawowym. Dokument oraz załącznik do niego wskazuje na umiejętności korzystania z wyszukiwarek oraz dostęp i przetwarzanie informacji. Podobnie, Rekomendacja poświęcona mediom społecznościowym zwraca uwagę na rosnące znaczenie platform tego typu w procesie otrzymywania i przekazywania informacji, a także wzmac-

niania udziału obywateli w życiu politycznym, społecznym i kulturalnym. Szczegółowe zalecenia, które zawarte zostały w jej załączniku dotyczą: 1) istotnych informacji i środków pomagających użytkownikom w korzystaniu z platform społecznościowych; 2) ochrony małoletnich przed szkodliwymi treściami i zachowaniami oraz 3) danych osobowych i zaufania.

Zarządzanie mediami publicznymi

W lutym 2012 r. Komitet Ministrów przyjął Deklarację⁹ oraz Rekomendację CM/Rec(2012)4 o zarządzaniu mediami publicznymi¹⁰. Ustalenia w tym zakresie są efektem zapoczątkowanych w 2009 r. konsultacji oraz działań międzynarodowych ekspertów wchodzących w skład Ad hoc Advisory Group on Public Service Media Governance (MC-S-PG), która działała w latach 2010–2012.

Deklaracja definiuje media publiczne jako istotne narzędzie dla funkcjonowania wolności słowa w sferze publicznej. Podkreśla też rolę misji publicznej, a w szczególności służenie społeczeństwu oraz dostarczanie różnorodnych treści o wysokiej jakości. Komitet Ministrów wzywa państwa członkowskie do zapewnienia właściwych warunków prawnych, politycznych i organizacyjnych oraz odpowiednich środków dla funkcjonowania mediów publicznych. W rozwoju nowych mediów i technologii Komitet Ministrów upatruje szereg nowych możliwości wypełniania misji publicznej w skuteczniejszy sposób. Deklaracja wskazuje, że dostosowanie się mediów publicznych do

⁷ Recommendation CM/Rec(2012)3 of the Committee of Ministers to member States on the protection of human rights with regard to search engines, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1929429&Site=CM> [dostęp: 15.04.2013].

⁸ Recommendation CM/Rec(2012)4 of the Committee of Ministers to member States on the protection of human rights with regard to social networking services, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1929453&Site=CM&BackColorInternet=C3C3C3&BackColorIntranet=EDB021&BackColorLogged=F5D383-%20FR> [dostęp: 15.04.2013].

⁹ Declaration of the Committee of Ministers on public service media governance, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1908241> [dostęp: 10.11.2012].

¹⁰ Recommendation CM/Rec(2012)1 of the Committee of Ministers to member States on public service media governance, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1908265> [dostęp: 10.11.2012].

‘nowej ekologii’ wymaga przyjęcia odpowiedniego systemu zarządzania.

Kwestie zarządzania omawiane są w sposób szczegółowy w Rekomendacji oraz jej załączniku, który określa zespół zasad właściwych dla reformy mediów publicznych i możliwości nawiązywania nowych relacji z publicznością. Pierwsza grupa zasad wskazuje m.in. na wyzwania polegające na zapewnieniu odpowiedniego poziomu niezależności od państwa, transformacji nadawców publicznych w media publiczne oraz uzasadnieniu istnienia dualnego modelu mediów elektronicznych. Druga koncentruje się na roli procesów zarządzania w osiąganiu wymienionych celów. Dokument podkreśla konieczność przyjęcia nowej szerokiej definicji zarządzania oraz wskazuje kryteria/zasady, pomagające w zdefiniowaniu procesów tego typu zarówno w odniesieniu do działań organizacji medialnej, jak i jej relacji z otoczeniem zewnętrznym. Dokument akcentuje konieczność zachowania odpowiedniego poziomu niezależności oraz odpowiedzialności względem interesariuszy (*media stakeholders*). Szczegółowo omawia także kwestie związane z rolą efektywnego zarządzania oraz kulturą organizacji medialnej. W odniesieniu do tzw. poziomu kulturowego Komitet Ministrów wskazuje na wartości związane z przejrzystością, otwartością i odpowiedzialnością organizacji medialnych, a także gotowością mediów publicznych do podjęcia dialogu z publicznością.

Ochrona audiowizualnego dziedzictwa kulturowego

W maju 2012 r. Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy przyjęło Zalecenie 2001 (2012)

w zakresie ochrony i dostępu do audiowizualnego dziedzictwa kulturowego¹¹. Dokument podkreśla znaczenie mediów w edukacji kulturowej oraz akcentuje pozytywną rolę cyfryzacji w dostępie do materiałów audiowizualnych służących promowaniu kultury. Zgromadzenie Parlamentarne zaleca kontynuację działań na rzecz promowania dostępu do audiowizualnego dziedzictwa kulturowego przez osoby niepełnosprawne. Zwraca też uwagę na możliwości współpracy Rady Europy z Europejską Unią Nadawców (EBU) pod kątem ochrony i dostępu do zawartości mediów publicznych w Europie.

Unia Europejska

Głównymi obszarami aktywności polityki medialnej Unii Europejskiej w 2012 r. była tradycyjnie polityka w obszarze mediów audiowizualnych, w tym implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, a także nowe inicjatywy w zakresie realizacji Europejskiej Agendy Cyfrowej (Digital Agenda for Europe) na rzecz budowy społeczeństwa informacyjnego¹². Unia była też zmuszona zająć stanowisko w sprawie kontrowersji wokół ratyfikacji umowy ACTA, wywołanych falą protestów społecznych we wszystkich bez mała państwach członkowskich.

Odrzucenie ACTA

Spektakularną kwestią, powszechnie komentowaną w mediach w całej Europie w 2012 r., była sprawa ratyfikacji umowy ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement)¹³ oraz jej odrzucenie w lipcu 2012 r. przez Parlament Europejski zdecydowaną większością głosów (478 za, 39 przeciw, 165 wstrzymujących)¹⁴. Była to

¹¹ Recommendation 2001 (2012), Parliamentary Assembly of the Council of Europe, <http://assembly.coe.int/ASP/Doc/XrefViewPDF.asp?FileID=18725&Language=EN> [dostęp: 15.04.2013].

¹² *Europejska Agenda Cyfrowa program rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Unii Europejskiej w latach 2010–2015. Wprowadzenie i główne dokumenty*, wyd. 2, Warszawa sierpień 2010, Europejska_Agenda_Cyfrowa_-_wprowadzenie_i_dokumenty_wyd_2_-_FINAL.pdf [dostęp: 10.05.2013].

¹³ *What ACTA is about*, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2012/january/tradoc_149003.pdf [dostęp: 15.04.2013].

¹⁴ *European Parliament rejects ACTA*, www.europarl.europa.eu/news/en/pressroom/content/20120703_IPR48247/html/European-Parliament-rejects-ACTA [dostęp: 15.04.2013].

pierwsza taka sytuacja po traktacie lizbońskim, kiedy to PE odmówił ratyfikacji umowy międzynarodowej. Wcześniej 22 państwa członkowskie Unii podpisały umowę, mającą na celu ochronę praw własności intelektualnej w różnych dziedzinach, od farmaceutyków po kulturę. Dotyczyła ona, w związku z szerokim zakresem przedmiotowym, także korzystania z zasobów internetu. I właśnie kwestia tak szerokiego zakresu ACTA, wraz z niejasnością przepisów, które potencjalnie mogłyby prowadzić do blokowania różnych treści, stała się przyczyną protestów społecznych w całej EU. Weto PE oznacza, że żaden z krajów członkowskich nie jest związany umową. Zwolennicy ACTA w UE podkreślali, że brak takiej umowy odbiera krajom Europy walory konkurencyjne, wynikające ze zgromadzonego przez nie *know-how*. Wiele branżowych organizacji europejskich i międzynarodowych z sektora przemysłu kulturowego, jak np. Federacja Wydawców Europejskich (Federation of European Publishers), Międzynarodowe Stowarzyszenie Znaków Towarowych (International Trademark Association) czy Międzynarodowa Federacja Przemysłu Fonograficznego (International Federation of the Phonographic Industry), które wspierały ACTA, apeluje obecnie do PE o ustanowienie przepisów skuteczniejszych chroniących prawa własności intelektualnej.

Implementacja dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych

W 2012 r. Komisja Europejska przedłożyła dwa istotne sprawozdania dotyczące implementacji oraz zastosowania przepisów nowej dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych (DAUM)¹⁵. Sprawozdania były związane z kompleksową implementacją przepisów dyrektywy¹⁶ oraz z wypełnianiem przez państwa członkowskie jej przepisów dotyczących promocji oraz wspierania produkcji europejskiej i niezależnej przez nadawców telewizyjnych w UE¹⁷.

Państwa członkowskie zobowiązały się do transpozycji przepisów DAUM do prawa krajowego do 19 grudnia 2009 r. Pierwsze sprawozdanie z maja 2012 r. dla Parlamentu Europejskiego, Rady Unii, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów pt. *Audiowizualne usługi medialne i urządzenia skomunikowane: dotychczasowy rozwój i perspektywy na przyszłość* objęło lata 2009–2010. Komisja stwierdziła, że 25 państw członkowskich zgłosiło pełną implementację dyrektywy do przepisów krajowych. Wcześniej Komisja Europejska zwróciła się do kilku państw z prośbą o informację na temat implementowania przez nie dyrektywy¹⁸ w celu wyjaśnienia wątpliwości dotyczących jej wdrażania. Słowenia nie poinformowała o implemen-

¹⁵ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych), wersja ujednolicona, Dz.U. UE L 91/1, 15.4.2010.

¹⁶ *Pierwsze sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów dotyczące stosowania dyrektywy 2010/13/UE o audiowizualnych usługach medialnych. Audiowizualne usługi medialne i urządzenia skomunikowane: dotychczasowy rozwój i perspektywy na przyszłość* {SWD(2012) 125 final}, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0203:FIN:PL:PDF> [dostęp: 15.04.2013].

¹⁷ *Pierwsze sprawozdanie w sprawie stosowania art. 13, 16 i 17 dyrektywy 2010/13/UE w latach 2009–2010. Promowanie utworów europejskich w unijnych audiowizualnych usługach medialnych dostępnych w stałym programie i na żądanie* {SWD (2012) 269 final}, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0522:FIN:PL:PDF> [dostęp: 15.04.2013]; zob. szerzej na temat zob. A. Jaskiernia, *Kwoty europejskie. Realizacja przez państwa członkowskie Unii Europejskiej obowiązku promocji europejskiej produkcji telewizyjnej*, „Studia Mediaoznawcze” 2013, nr 1, s. 81–96.

¹⁸ *Digital Agenda: Commission seeks information from eight Member States on implementation of Audiovisual Media Services Directive*, European Commission – Press Release, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1002_en.htm [dostęp: 15.04.2013].

towaniu dyrektywy, natomiast Polska dokonała implementacji niekompletnej. Przeciwno obu krajom Komisja Europejska wszczęła postępowanie i wniosła skargę do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej¹⁹.

Pierwsze sprawozdanie w sprawie promowania utworów europejskich w usługach telewizyjnych i usługach na żądanie²⁰

We wrześniu 2012 r. ukazało się sprawozdanie KE w sprawie stosowania art. 13, 16 i 17 dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, dotyczących promocji utworów europejskich w ramach usług na żądanie oraz promocji utworów europejskich i niezależnych produkcji w usługach telewizyjnych w UE, obejmujące lata 2009–2010²¹. Jest to pierwsze sprawozdanie Komisji od chwili przyjęcia nowej DAUM²². KE sprawuje nadzór nad wypełnianiem przez państwa członkowskie zobowiązań promocji produkcji europejskiej. Od 1994 r. opublikowała dziewięć komunikatów odnoszących się do przepisów w tym zakresie dyrektywy o „Telewizji bez granic” z 1989 r. Zakres przepisów w DAUM dotyczący kwot europejskich oraz produkcji niezależnej (art. 13, 16 i 17) został poszerzony w związku z nową definicją rozpowszechniania telewizyjnego, które obejmuje obecnie w szczególności telewizję analogową i cyfrową, transmisję strumieniową na żywo (*live streaming*), nadawanie w internecie (*webcasting*) oraz sekwencyjne udostępnianie audycji (*near-video-on-demand*). Komisja Europejska określiła sposoby realizacji obowiązku promocji kwot europejskich w szczegółowych wytycznych, ale różne formy imple-

mentacji przepisów utrudniają ewentualną analizę czy porównania. W związku z powyższym, Komisja planuje rozpocząć wspólną debatę z państwami członkowskimi na temat sposobów wdrażania przepisów art. 13.

Ze sprawozdania wynika, że zdecydowana większość państw członkowskich wywiązuje się z obowiązku promocji utworów europejskich w sposób zadowalający, aczkolwiek „kwoty” mają charakter głównie krajowy²³. Udział czasu emisji poświęconego na produkcję europejską wyniósł w 2010 r. 64,3 proc. w stosunku do 63,8 proc. w 2009 r., czyli wzrost o 0,5 proc. Oznacza to wprawdzie realizację z nawiązką art. 16 Dyrektywy, lecz zaledwie 8,1 proc. z tej produkcji pochodziło spoza rynku krajowego oraz jednocześnie kraju europejskiego. Trzy kraje członkowskie nie zdołały osiągnąć obligatoryjnego większościowego poziomu emisji utworów europejskich (Irlandia, Słowenia i Wielka Brytania). Pomimo wskazanego powyżej niewielkiego wzrostu utworów europejskich w latach 2009–2010, udział ten był niższy niż średnia w okresie 2007–2010. Obecność europejskich utworów w programie telewizyjnym utrzymuje się jednakże przez całą dekadę na stałym poziomie powyżej 60 proc., zbliżając się obecnie do poziomu 65 proc. lub więcej, czyli nie tylko wymagany przez dyrektywę poziom ponad połowy, lecz prawie dwie trzecie udziału.

W ciągu pięciu lat spadł natomiast średni udział produkcji europejskiej pochodzącej od producentów niezależnych – z 36,8 proc. w 2006 do 33,8 proc. w 2010 r. Wysoki poziom udziału utworów europejskich pochodzących od

¹⁹ *Europejska agenda cyfrowa: Komisja zwraca się do Trybunału Sprawiedliwości o nałożenie kary finansowej na Polskę z powodu niepełnego wdrożenia przepisów dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych*, Komisja Europejska – Komunikat Prasowy, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-631_pl.htm [dostęp: 15.04.2013].

²⁰ *Promotion and distribution of EU works and Independent Production (Articles 13, 16 and 17)*, http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/implementation/promotion/index_en.htm [dostęp: 15.04.2013].

²¹ *Pierwsze sprawozdanie w sprawie stosowania art. 13, 16 i 17 dyrektywy 2010/13/UE...*

²² Badanie dostępne: http://ec.europa.eu/avpolicy/info_centre/library/studies/index_en.htm#promot [dostęp: 15.04.2013].

²³ *Promotion and distribution of EU works and Independent Production*, COM (2012)522, Brussels 24/09/2012, <http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvwf/implementation/promotion/pdf> [dostęp: 2.05.2013].

producentów niezależnych zgłosiły m.in. Belgia (61,7 proc.), Francja (49,5 proc.), Niemcy (43,6 proc.) i Węgry (42,5 proc.), a stosunkowo niski Grecja (22,3 proc.) i Włochy (14,8 proc.).

Ochrona europejskiego dziedzictwa kinematograficznego

Tylko 1,5 proc. europejskiego dziedzictwa filmowego ma postać cyfrową i jest udostępniane odbiorcom w Europie za opłatą lub bezpłatnie. Te pesymistyczne dla kultury europejskiej dane pochodzą z trzeciego raportu Komisji Europejskiej na temat realizacji agendy cyfrowej europejskiego dziedzictwa kinematograficznego oraz niezależnego badania dotyczącego *Agendy cyfrowej dla europejskiego dziedzictwa filmowego (Digital Agenda for European Film Heritage)*²⁴. Neelie Kroes, wiceprzewodnicząca Komisji Europejskiej, skomentowała ten stan rzeczy następująco: „To niedorzeczne, że dziedzictwo filmowe jest niewidoczne w XXI w. Kultura jest sercem Europy, a film jest sercem kultury. Bardzo mi zależy na umieszczeniu tego dziedzictwa w sieci; w 2013 r. złożę wnioski, który pomoże państwom członkowskim i zainteresowanym stronom wspólnymi siłami do tego doprowadzić”. Komisja Europejska zachęca więc państwa członkowskie do uwzględniania kwestii digitalizacji tych zasobów w krajowych strategiach cyfryzacji, a także do wdrażania bardziej innowacyjnych sposobów finansowania i przechowywania dzieł filmowych, które mogą być udostępniane na portalu EUROPEANA. Najbardziej zaawansowanymi krajami Unii w cyfryzacji dziedzictwa kinematografii są Szwecja i Wielka Brytania.

Należy przypomnieć, że Komisja przyjęła w 2011 r. zalecenie w sprawie digitalizacji i udostępnienia w sieci dorobku kulturowego oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych, a w 2013 r. planuje przeprowadzenie konsultacji dotyczących praw autorskich. W tym kontekście rozważa, czy w 2014 r. należy złożyć wnioski dotyczący aktualizacji dyrektywy 2001/29/WE w sprawie praw autorskich w społeczeństwie informacyjnym²⁵.

Agenda cyfrowa

Nowa strategia na rzecz bezpieczniejszego internetu dla małoletnich

W maju Komisja Europejska przedstawiła strategię rozwoju rynku kreatywnych i edukacyjnych treści internetowych dla dzieci i nastolatków²⁶ w ramach współpracy z firmami z branży telekomunikacji oraz sektora serwisów społecznościowych. Pod patronatem Komisji w 2011 r. powstała koalicja firm z branży zaawansowanych technologii i mediów, której celem jest podniesienie poziomu bezpieczeństwa w internecie²⁷. Wiceprzewodnicząca Komisji Europejskiej Neelie Kroes wyznaczyła cel inicjatywy, „dzięki czemu dzieci będą miały szerszy dostęp do treści i usług internetowych wysokiej jakości oraz będą korzystać z większej ochrony; jest to potrzebne, aby chronić dzieci przed złymi doświadczeniami w środowisku online”. W Unii korzystanie z internetu przez dzieci musi być dla nich przyjazne, bezpieczne i kontrolowane przez dorosłych. Dzieci powinny rozwijać nie tylko umiejętności korzystania z mediów, lecz także poczucie odpowiedzialności za samych siebie w środowisku online. Do-

²⁴ *Sprawozdanie Komisji: taśmy z milionem godzin europejskich filmów leżą zamknięte w puszkach i w szafach*, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1427_pl.htm [dostęp: 15.04.2013].

²⁵ *Copyright: Commission urges industry to deliver innovative solutions for greater access to online content*, IP/12/1394, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1394_en.htm [dostęp: 15.04.2013].

²⁶ *Agenda cyfrowa: Nowa strategia na rzecz bezpieczniejszego internetu i lepszych treści internetowych dla dzieci i nastolatków*, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-445_pl.htm [dostęp: 15.04.2013].

²⁷ *Digital Agenda: Coalition of top tech & media companies to make internet better place for our kids*, European Commission, Press Releases, IP/11/1485, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1485_en.htm [dostęp: 15.04.2013].

bitnie podkreśliła to wiceprzewodnicząca Viviane Reding, komisarz UE ds. sprawiedliwości: „internet oferuje dzieciom i nastolatkom nowe możliwości wyrażania kreatywności i swobody wypowiedzi. Ponieważ internet powstał pierwotnie z myślą o dorosłych, a nie o dzieciach, musimy zapewnić tym ostatnim bezpieczeństwo w środowisku online. Nowa strategia Komisji przyczyni się do ochrony praw dzieci, w tym ochrony przed przemocą. Stanowi ona racjonalne podejście, które pomoże dostosować internet do potrzeb dzieci”.

Strategia ma także pomóc w wyrównywaniu poziomu ochrony dzieci w środowisku sieciowym w całej UE. Komisja przedstawiła szereg inicjatyw w celu stworzenia spójnych standardów w tej dziedzinie. W ramach różnych platform współpracy, w tym wspomnianej koalicji na rzecz bezpieczeństwa dzieci w internecie, będą prowadzone także intensywne działania o charakterze informacyjno-edukacyjnym we wszystkich szkołach w UE. Zapewnienie małoletnim bezpieczeństwa w środowisku mediów cyfrowych jest jednym z głównych zobowiązań zawartych w Europejskiej Agendzie Cyfrowej²⁸.

Nowe priorytety Europejskiej Agendy Cyfrowej

W grudniu Komisja Europejska przyjęła listę „spraw do załatwienia”, czyli nowe priorytety

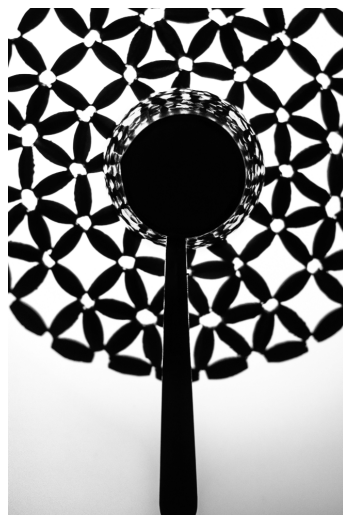
polityki cyfrowej na lata 2013–2014 w dziedzinie cyfryzacji gospodarki i społeczeństwa w UE²⁹. Tempo wzrostu gospodarki cyfrowej rośnie siedem razy szybciej niż reszty gospodarki, jednak jej potencjał jest hamowany przez brak spójnych ogólnoeuropejskich ram politycznych. W przyjętych siedmiu nowych priorytetach nacisk został położony na te elementy pierwotnej Agendy z 2010 r., które stwarzają największe możliwości rozwoju. Pełne wdrożenie agendy cyfrowej przyczyniłoby się do zwiększenia europejskiego PKB o 5 proc. w ciągu najbliższych ośmiu lat. Brak postępu zaś to luka w planach zatrudnienia nawet 1 mln osób w sektorze cyfrowym. Z kolei dzięki rozbudowie infrastruktury można by stworzyć 1,2 mln miejsc pracy, co w perspektywie długoterminowej dałoby dalsze 3,8 mln nowych miejsc pracy w całej gospodarce. Europejska agenda cyfrowa została przyjęta w 2010 r. jako część strategii „Europa 2020” w celu umocnienia roli Europy w globalnym rynku usług cyfrowych oraz zakończenia procesu tworzenia wspólnego unijnego rynku cyfrowego do 2015 r. W związku z przyjęciem nowych priorytetów Neelie Kroes zapowiedziała: „Rok 2013 będzie najbardziej pracowitym rokiem dla agendy cyfrowej. Moje najważniejsze priorytety to wzrost inwestycji w sieci szerokopasmowe oraz zwiększenie wkładu sektora cyfrowego w ożywienie gospodarcze Europy”³⁰.

²⁸ *Europejska agenda cyfrowa: kluczowe inicjatywy*, http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-10-200_pl.htm [dostęp: 15.04.2013].

²⁹ *Lista „spraw do załatwienia”: nowe priorytety w polityce cyfrowej na lata 2013–2014*, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1389_pl.htm [dostęp: 15.04.2013].

³⁰ Tamże.

Sprawozdania z konferencji



Conference reports



Spojrzyć chłodnym okiem na konferencje medioznawcze – refleksje po seminarium poświęconym mediom publicznym w „epoce cyfrowej”

Wiesław Sonczyk

Zorganizowane przez Zakład Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego trzecie już Seminarium Medioznawcze, tym razem na temat „Media publiczne w epoce cyfrowej w Europie i na świecie – przyszłość czy przeszłość?”, odbyło się w Sali Senatu UW 22 marca 2013 r.

W programie znalazło się 28 referatów, z których 25 zostało wygłoszonych. Zakwalifikowano je do czterech grup tematycznych (paneli): I – *Nowe wyzwania społeczne i technologiczne dla mediów publicznych w epoce cyfrowej* (prowadził go prof. dr hab. Janusz Adamowski, Dziekan WDiNP); II – *Modele telewizji publicznych w różnych krajach* (prowadzący – prof. Akademii Leona Koźmińskiego dr hab. Stanisław Jędrzejewski); III – *Media publiczne w Polsce – problemy i perspektywy* (prowadząca – dr hab. Alicja Jaskiernia) oraz IV – *Oblicza mediów publicznych w Europie i na świecie* (prowadzący – dr Łukasz Szurmiński, wicedyrektor ID). Od razu trzeba jednak dodać, że był to podział czysto formalny, który wprawdzie ustalił porządek obrad seminarium, a także, choć tylko częściowo, wpłynął na zakres tematyczny prezentowanych wystąpień. Rychło okazało się jednak – twierdząc tak po wysłuchaniu wszystkich – że faktycznie tylko panel III miał „własny” profil (zgodny z tytułem), natomiast tematyka referatów wygłaszanych w pozostałych trzech panelach była podobna, a więc przypisanie ich do któregoś z nich było albo

przypadkowe, albo wyłącznie subiektywne (do czego organizatorzy mieli oczywiście prawo).

Nie trzeba przekonywać, że obecna sytuacja, a jeszcze bardziej – przyszłość mediów publicznych to problem niezwykle trudny, ważny i aktualny, nie tylko zresztą w naszym kraju (i to zarówno z perspektywy ekonomicznej, politycznej, społecznej, jak i medioznawczej). Media publiczne szybko tracą bowiem znaczenie praktycznie we wszystkich krajach (nie tylko europejskich), nie wytrzymując coraz silniejszej konkurencji i coraz bezwzględniejszej rywalizacji z mediami komercyjnymi (które w wielu państwach zdecydowanie dominują na rynku mediów elektronicznych), przegrywając zwłaszcza w warunkach dynamicznego rozwoju internetu i tzw. mediów społecznościowych (co zresztą mocno komplikuje sytuację ekonomiczną i społeczną wszystkich „starych” środków masowego przekazu).

Nie ulega wątpliwości, że zaproponowany w tytule zakres tematyczny seminarium został określony bardzo szeroko – zarówno w sensie geograficznym, jak i chronologicznym (czasowym). Nie wiem, czy był to przypadek, czy jednak – co bardziej prawdopodobne – świadomy zamysł organizatorów, ale z pewnością okazał się ryzykowny. To prawda, że tak ogólny temat i zakres merytoryczny seminarium dały możliwość wypowiedzenia się medioznawcom z różnych uczelni i ośrodków akademickich, zajmującym się środkami masowego

przekazu w różnych, czasem nawet egzotycznych krajach. Dzięki temu uczestnicy seminarium (niestety, głównie referenci, bo innych słuchaczy było niewiele) mogli poznać różne perspektywy (ujęcia) badawcze i – co ważniejsze – rozmaite determinanty kulturowo-społeczne, które współdecydują m.in. o strukturze, prawnych podstawach organizacji i funkcjach społecznych mediów publicznych, ich roli w różnych społeczeństwach, m.in. w krajach bałtyckich czy arabskich, w krajach Ameryki Południowej, w Republice Chińskiej, w Japonii itd. Nie była to wprawdzie wiedza szczegółowa, ale wystarczająca, by dojść do wniosku, że zarówno aktualna sytuacja, jak i przyszłość mediów publicznych nie tylko w Polsce wymaga pogłębionej analizy (diagnozy) i opracowania czegoś w rodzaju „programu naprawczego”, który pozwoliłby im przetrwać i rozwijać się, szczególnie w kontekście rozwoju nowych mediów i technologii komunikacyjnych. Chociaż, szczerze mówiąc, o takiej potrzebie mówi się w naszej literaturze przedmiotu od co najmniej dziesięciu lat.

Ale jest druga strona tego medalu. Ustalając szeroki zakres merytoryczny seminarium, organizatorzy mogli (musieli?) przyjąć właściwie każdą propozycję tematu (jeśli tylko w tytule referatu pojawiło się pojęcie „media publiczne”) i cieszyć się tak dużym odzewem ze strony głównie doktorantów i młodych pracowników naukowych z różnych uczelni. Szybko jednak okazało się (już w trakcie panelu I), że

z tego powodu program seminarium jest „zsympowy” (przypadkowy). Między poszczególnymi referatami nie było żadnego związku, ponieważ autorzy z różnych punktów widzenia przedstawiali wybrane tematy, co w praktyce wykluczało choćby możliwość porównania sposobów rozwiązywania jakiejś konkretnej kwestii związanej z działalnością mediów publicznych w różnych krajach (np. ich struktury czy sposobów finansowania). Wydaje się więc, że zamiast pytać o „przyszłość czy przeszłość” mediów publicznych, należało sformułować parę konkretnych pytań (hipotez) badawczych odnoszących się do najbardziej podstawowych zagadnień, od których zależy ich „być albo nie być” w najbliższej przyszłości (bo na przeszłość można właściwie zawsze patrzeć z optymizmem)¹.

Większość przedstawionych referatów miała albo bardzo wąski, wysoce specjalistyczny charakter (profil), albo wręcz przeciwnie – bardzo szeroki i jednocześnie powierzchowny. Co gorsza, ich autorzy ograniczali się najczęściej do mniej lub bardziej szczegółowego opisu struktury wybranych mediów publicznych w jakimś kraju (m.in. na Łotwie, w Japonii, Hiszpanii, Niemczech), właściwie rezygnując z analizy ich formuły programowej, a zwłaszcza jej ewolucji, opinii odbiorców itd., nie mówiąc już o próbie odpowiedzi na pytanie sformułowane w tytule seminarium. W konsekwencji wartość naukowa takich „analiz” jest co najmniej dyskusyjna. Szczególnie wyraźnie

¹ Trzeba przyznać, że organizatorzy – dookreślając zakres tematyczny seminarium – wskazali siedem zagadnień, godnych szczególnego zainteresowania, sugerując potencjalnym autorom referatów ich podjęcie: 1) jakie główne problemy i wyzwania stoją przed mediami publicznymi w dobie cyfryzacji w różnych krajach, nie tylko europejskich, i czy są one niezbędne w społeczeństwie gospodarki rynkowej; 2) jak finansować media publiczne w warunkach wolnego rynku, czy należy je wspierać poprzez pomoc publiczną i/lub prywatną oraz jak przedstawia się pod tym względem sytuacja w różnych krajach; 3) czy państwo powinno dotować media publiczne, ingerując tym samym w sferę wolnej konkurencji w obszarze mediów; 4) jaki sposób finansowania – poza abonamentem – może zapewnić mediom publicznym możliwość funkcjonowania w warunkach rynkowych, nie uzależniając ich od źródeł tego finansowania (państwa, reklamodawców); 5) w jaki sposób określić zadania (misję) mediów publicznych w państwach UE, nie gubiąc „ducha” Protokołu Amsterdamskiego i pozostając w zgodzie z zasadami wolnego rynku i wymogami UE; 6) czy cyfryzacja stwarza warunki dla zwiększenia różnorodności rynku mediów, w tym także dla rozwoju mediów publicznych; 7) jak media publiczne powinny wykorzystywać nowe technologie dla realizacji swoich zadań wynikających z misji publicznej. Okazało się jednak, że tylko nieliczni referenci próbowali podjąć niektóre z tych zagadnień, czyniąc to zresztą powierzchownie i fragmentarycznie.

widać to było w tych referatach, których autorzy próbowali m.in. konstruować – czyniąc to w sposób nadzwyczaj powierzchowny i metodologicznie wątpliwy, chaotycznie i chyba nieco „na siłę” – własne modele „zarządzania i nadzoru nad mediami elektronicznymi” w wybranych krajach z różnych kontynentów, nie podając nawet – według jakiego klucza dobranych. To prawda, że porównywanie, przynajmniej teoretycznie, jest zawsze możliwe, ale przecież nie zawsze warto to robić, jeśli chce się wyprowadzić wartościowe wnioski.

Autorów wystąpień (bo dyskusji praktycznie nie było, już to ze względu na brak czasu, już to ze względu na brak chętnych do zabrania głosu), także ze względu na sposób ich podejścia do przedstawianego w referacie problemu, można podzielić na trzy grupy. Pierwszą – niestety, chyba najliczniejszą – stanowili ci, którzy chcieli sobie po prostu „pogadać”. dywagując „o wszystkim i o niczym”, ściślej – powtarzając m.in. powszechnie znane definicje i zapisy prawne, „odkrywając” prawdy od dawna znane (np. o braku określenia zakresu znaczeniowego pojęć „media publiczne” czy „misja mediów publicznych”) itp. Co gorsza, nie byli to bynajmniej młodzi, niedoświadczeni pracownicy naukowi czy doktoranci (choć kilkoro z nich też zademonstrowało swą umiejętność „gaduleństwa”).

Drugą grupę referentów stanowili ci, którzy przedstawiali – powiedzmy ogólnie – jednostkowe przykłady (lub pojedyncze aspekty) związane z funkcjonowaniem mediów publicznych, bez jakiegos szerszego kontekstu (tła) i bez porównania choćby z podobnymi aspektami funkcjonowania tych mediów w takich samych sytuacjach w innych krajach. Dla przykładu: jeden z referentów opowiadał z powagą i z przekonaniem – co warto podkreślić, bo postawę nie wszystkich referentów można tak ocenić – o mediach publicznych na Ukrainie w trakcie ostatnich wyborów parlamentarnych (nawiasem mówiąc, było to jedyne wystąpienie

w języku angielskim), ale właściwie poza opisaniem tego przypadku nic konkretnego z tego referatu nie wynikało, choćby dla oceny postawy tych mediów poza czasem trwania kampanii wyborczej. Można było odnieść wrażenie, że autorzy z tej grupy świadomie poprzestawali na encyklopedycznym opisie jakiegoś problemu (instytucji, organizacji, rozwiązań prawnych itp.), przy czym taki opis (charakterystykę) można łatwo znaleźć w ogólnodostępnych źródłach, zwłaszcza w internecie. Sądząc więc, że bardziej zależało im na samej obecności na seminarium – takie intencje przypisywałbym przede wszystkim doktorantom – niż na udzieleniu odpowiedzi na jakieś konkretne pytanie naukowe. Co więcej, w taki sposób napisanych referatów nie można też uznać za prace twórcze, bo przecież autorzy nie stawiali jakichkolwiek hipotez badawczych, nie dokonywali żadnej autorskiej analizy „badanego” problemu (choć chętnie operowali pojęciem analizy) ani nie rozwiązywali żadnego problemu naukowego.

Trzecią grupę tworzyli ci referenci, którzy stwarzali, a przynajmniej próbowali stwarzać wrażenie monograficznego podejścia (całościowego ujęcia) do omawianego problemu. Pozostając na wysokim poziomie ogólności swoich rozważań i operując nieprecyzyjnymi pojęciami typu „nadawcy publiczni”, „pluralizm kulturowy”, „epoka cyfryzacji”, „system medialny” itp., przejawiali zdumiewającą łatwość budowania modeli i teorii, a także formułowania prognoz i uogólnionych rozwiązań systemowych, jakby nie biorąc pod uwagę, że – przykładowo – system medialny to przecież bardzo złożona całość, którą tworzą wprawdzie w tym sensie podobne do siebie instytucje medialne, że biorące udział w procesie komunikowania masowego o charakterze periodycznym, ale jednocześnie bardzo różne gdy chodzi o status formalnoprawny, strukturę organizacyjną, ofertę programową, pozycję społeczną itd. Odnosi się to również do mediów

publicznych, traktowanych jako subsystem w obrębie systemu medialnego danego kraju, które jednak funkcjonują przecież w szerszym i bardzo złożonym kontekście medialnym (a także społeczno-kulturowym), w którym szczególną rolę odgrywają choćby media komercyjne. Mówienie więc o mediach publicznych „w ogóle” jest – moim zdaniem – właściwie bezzasadne, ponieważ tworzące ten sektor podmioty są pod wieloma względami zupełnie różne; dla przykładu: nie można jednakowo traktować (i oceniać) TVP Kultura i Programu I TVP SA, podobnie jak ogólnopolskiego Programu I Polskiego Radia SA i programu któregoś z rozgłośni publicznej radiofonii regionalnej. Co najmniej wątpliwe metodologicznie i bardzo ryzykowne (jeśli nie niedopuszczalne) jest też bezkrytyczne i mechaniczne odwoływanie się np. do rozmaitych modeli proponowanych przez zagranicznych badaczy i orzekanie, na ile polskie media publiczne są zgodne z którymś z nich.

Swoistym wspólnym mianownikiem dla zdecydowanej większości referatów było wykorzystywanie prezentacji, rozumianej jako możliwość przedstawienia jakichś istotnych treści w formie graficznej. Od razu powiem, że nie jestem przeciwnikiem korzystania z prezentacji w PowerPointcie, ale uważam, że z tej formy komunikowania należy korzystać rozważnie i tylko wtedy, gdy jest to niezbędne, a przede wszystkim – gdy w formie graficznej (i tylko w ten sposób) można twórczo uzupełnić warstwę słowną wygłaszanego referatu (wykładu). Na pewno warto więc korzystać z prezentacji wtedy, gdy na slajdzie umieszczona jest tabela albo wykres, schemat itp. Ale jeśli na slajdach podaje się np. słowną treść jakiejś definicji albo wymienia „litanię” tytułów pism (nazw stacji radiowych/telewizyjnych) lub różnego typu „obrazki” (np. logo kolejnych podmiotów sceny medialnej w danym kraju), wtedy dochodzi do (być może – niezamierzonej przez referenta) tabloidyzacji treści samego wykładu, a niekiedy –

wręcz do autokompromitacji (jeden z referatów zapowiedział słuchaczom, że – ze względu na ograniczony czas wystąpienia – będzie mógł jedynie „pomachać slajdami”).

Twierdzę, że – niestety – prezentacje stały się już i „plagą”, i – co gorsza – istotnym zagrożeniem dla poziomu dyskursu naukowego (przynajmniej gdy chodzi o dyscypliny humanistyczne i społeczne). To prawda, że – być może – wizualizacja ułatwia przyswojenie niektórych treści, ponieważ dopuszcza do głosu np. emocje, ale raczej utrudnia ich zrozumienie, ponieważ zwykle dekoncentruje (rozprasza) zarówno niejednego słuchacza (widza?), jak i samego referenta (prezentera?). Widać to było również w trakcie wielu wygłaszanych referatów, mających właśnie formę prezentacji, których autorzy ograniczali się do omawiania tego, co słuchacze (widzowie) widzieli na slajdach. Konsternację i przysłowiową „rozpaczą” w ich oczach powodowały sytuacje, gdy z przyczyn technicznych kolejne slajdy nie „otwierały się” natychmiast po naciśnięciu klawisza komputera.

Nawiasem mówiąc, coraz bardziej rozpowszechniająca się moda na wizualizację referatów, wykładów i innych wystąpień publicznych ma też negatywne konsekwencje już na poziomie prac studenckich, np. licencjackich czy magisterskich. Sam tego doświadczyłem jako ich promotor, usiłując – nie zawsze skutecznie – przekonywać autorów, że nie wszystkie dane statystyczne warto podawać na wykresach; dość powiedzieć przykładowo, że w pracy monograficznej o pewnym tygodniku (w rozdziale o kręgu odbiorców pisma i ich opiniach o jego formule wydawniczej) autor zamieścił, zajmujący prawie pół strony, wykres kołowy, z którego wynikało, że czytelnicy pisma to – po połowie – mężczyźni i kobiety. Gdy próbowałem mu wytłumaczyć, że taki wykres jest zbędny, a informację o strukturze kręgu odbiorców pisma można podać krócej słownie, odpowiedział, że „tak się teraz robi”.

Podsumowując dorobek seminarium, trzeba stwierdzić, że – niestety – żaden z autorów wygłoszonych referatów nie tylko nie odpowiedział na pytanie zawarte w jego tytule, ale nawet nie próbował odnieść się merytorycznie do sformułowanej w nim hipotezy. Trzeba też jednak przyznać, że na tak sformułowane pytanie w istocie nie sposób udzielić odpowiedzi jednoznacznej i wartościowej merytorycznie. Szczerze mówiąc, po wysłuchaniu wszystkich wystąpień zacząłem mieć wątpliwości natury ogólnej – czy w ogóle nauka na poziomie akademickim zdolna jest wypracować i zaproponować jakieś konstruktywne rozwiązanie w odniesieniu do przyszłości mediów publicznych, które – i to od dawna – znajdują się przecież w sytuacji kryzysowej. Czy może jest w stanie tylko opisać tę sytuację i porównywać – choć tylko powierzchownie i fragmentarycznie – z istniejącą w innych krajach. Powodów do ostrożnego optymizmu dostarczył referat Jana Krefta, tyle tylko, że autor występował raczej jako przewodniczący Rady Nadzorczej Polskiego Radia Gdańsk (co zresztą wyraźnie zaznaczył na początku swej wypowiedzi).

Nawiasem mówiąc, po wysłuchaniu większości referatów przedstawionych na seminarium, skłonny jestem zaakceptować zyskującą coraz więcej zwolenników tezę, iż w dyskusie publicznej (także – naukowym) mamy do czynienia z coraz poważniejszym obniżeniem progu kompetencji wypowiedzi o mediach publicznych. Inaczej mówiąc: polski system medialny, a w szczególności właśnie media publiczne stały się łatwym (bo wielowątkowym), głośnym (bo społecznie i politycznie drażliwym) i wygodnym (bo wiedza merytoryczna nie jest niezbędnym warunkiem zabrania głosu) tematem do często nieodpowiedzialnego wypowiadania się i to nie tylko dla medioznawców, ale także – polityków i politologów, specjalistów od marketingu i PR, socjologów, prawników itd. Każdy z nich zwraca uwagę – w zależności od reprezentowanej

dyscypliny – na inny aspekt funkcjonowania mediów publicznych, ale z łatwością formułuje na tej podstawie wnioski dotyczące ich w ogóle. W ten sposób z roku na rok przybywa publikacji na ten temat, rośnie też liczba konferencji, sympozjów i seminariów, ale od tego kondycja mediów publicznych nie poprawia się.

Program seminarium

Panel I

- prof. dr hab. Jacek Sobczak (Uniwersytet Warszawski) *Refleksja na temat mediów państwowych na Białorusi* (w trakcie wystąpienia autor zmienił tytuł na: *O potrzebie ścisłości terminologii dotyczącej mediów publicznych (w kontekście mediów państwowych na Białorusi)*)
- prof. dr hab. Stanisław Jędrzejewski (Akademia Leona Koźmińskiego) *Nadawcy publiczni w środowisku nowych mediów*
- dr hab. Magdalena Ratajczak (Uniwersytet Wrocławski) *Pluralizm kulturowy w mediach publicznych. Relikt przeszłości czy zadanie „służby publicznej” w przyszłości?*
- dr Marta Jas-Koziarkiewicz (Uniwersytet Warszawski) *Dostęp mniejszości narodowych i etnicznych do mediów publicznych w krajach Unii Europejskiej – analiza na wybranych przykładach*

Panel II

- dr hab. prof. UW Ewa Stasiak-Jazukiewicz (Uniwersytet Warszawski) *Nadawcy publiczni w Niemczech – walka o utrzymanie pozycji dominującej na rynku*
- dr hab. Alicja Jaskiernia (Uniwersytet Warszawski) *Model mediów publicznych w USA: jak się wyróżnić i nie zginąć na skomercjalizowanym rynku?*
- dr Radosław Sajna (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy) *Telewizja publiczna w Ameryce Łacińskiej – dylematy i perspektywy*

- dr Łukasz Szurmiński (Uniwersytet Warszawski) *Media publiczne w Republice Chińskiej i ich finansowanie*
- dr Andrzej Sawicki (Uniwersytet Warszawski) *Przyszłość mediów publicznych w Japonii*
- dr Katarzyna Gajlewicz-Korab (Uniwersytet Warszawski) *Przyszłość francuskiego sektora mediów publicznych w dobie funkcjonowania TNT*
- mgr Tomasz Fraszczyk (Uniwersytet Warszawski) *Reforma łotewskich mediów publicznych w obliczu rosnącej konkurencji nadawców rosyjskojęzycznych i skomplikowanych relacji na linii Łotwa – Rosja*
- mgr Maciej Krzysztozek (Uniwersytet Warszawski) *Pozycjonowanie telewizji publicznych we Włoszech w epoce cyfryzacji. Problemy i wyzwania*

Panel III

- dr Katarzyna Konarska (Uniwersytet Wrocławski) *Media publiczne w Polsce – pomiędzy nowym medialnym ekosystemem a „starym” systemem regulacji*
- dr hab. Jan Kreft (Uniwersytet Gdański) *Nowe media + reklama szansą dla mediów publicznych – doświadczenia Radia Gdańsk SA*
- mgr Magdalena Grabarczyk-Tokaj (Szkola Wyższa Psychologii Społecznej) *Wykorzystanie mediów społecznościowych w praktyce dziennikarskiej w Polsce: media publiczne a media komercyjne*
- Katarzyna Tołoczko (Uniwersytet Warszawski) *Social media o mediach – polska i brytyjska telewizja publiczna na Facebooku*

Panel IV

- mgr Karol Janoś (Uniwersytet Warszawski) *Wybrane aspekty funkcjonowania telewizji publicznych w RFN*
- mgr Katarzyna Czajkowska (Uniwersytet Warszawski) *Hiszpańskie media publiczne w epoce cyfrowej – misja i rozwój*
- mgr Pavel Kolotvin (Akademia Humanistyczna im. A. Gieyszтора w Pułtusku) *Public service media in the digital age in Ukraine during the Parliamentary election 2012*
- mgr Ewa Świątkowska (Uniwersytet Warszawski) *Źródła finansowania misji mediów publicznych – wybrane zagadnienia*
- mgr Iwona Miedzińska (Uniwersytet Warszawski) *Dozwolona pomoc państwa dla mediów publicznych w prawie i praktyce Unii Europejskiej*
- mgr Agnieszka Obaid (Uniwersytet Warszawski) *Pogoń za wojennym newsem. Konflikty zbrojne w telewizji publicznej a ich obraz w codziennej prasie drukowanej*
- Michalina Guzikowska (Uniwersytet Warszawski) *Al-Jazeera Media Network – od instytucji publicznej do prywatnej instytucji użyteczności publicznej*
- Marta Dudek (Uniwersytet Warszawski) *Komunikacja z odbiorcą – podobieństwa i różnice między publicznymi i komercyjnymi nadawcami*
- mgr Katarzyna Czajkowska, mgr Karol Janoś (oboje z (Uniwersytetu Warszawskiego) *Modele zarządzania i nadzoru nad publicznymi mediami elektronicznymi w wybranych państwach Afryki, Ameryki Południowej, Azji i Europy*

Recenzje



Reviews



Krzysztof Miller

13 wojen i jedna. Prawdziwa historia reportera wojennego

Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2013, 352 s.,

ISBN 978-83-240-2100-0

Wojna, śmierć, ekstremalne warunki – to tematy, które od zawsze interesowały media i ich odbiorców. Wspomnienia fotoreportera wojennego idealnie wpisują się w ten nurt: dotyczą ludzkich tragedii i są oparte na faktach. Opowiadają o pracy dziennikarza, którego codzienność polega na podpatrywaniu śmierci zbierającej swoje żniwo w różnych zakątkach świata i w wielu sytuacjach ryzykującego własnym życiem. Nie dziwi więc, że w ciągu ostatniego roku takich wspomnień wydano kilka, jak choćby *Miłość z kamienia* Grażyny Jagielskiej¹, *Kruchy lód* Anny Wojtacha² czy tłumaczenie książki *Bractwo Bang Bang* Grega Marinovicha i João Silvy³. *13 wojen i jedna* to pierwsza książka⁴ w dorobku Krzysztofa Millera, nagradzanego fotografa, autora zdjęć m.in. z obrad Okrągłego Stołu, czechosłowackiej Aksamitnej Rewolucji, przewrotu w Rumunii, wojen w Bośni, Chorwacji, Afganistanie, Czeczenii, pierwszych wolnych wyborów w RPA, od 1989 r. pracownika „Gazety Wyborczej”, a w 1999 r. jurora konkursu World Press Photo.

Fotoreporter wojenny zbiera doświadczenia, obrazy, sytuacje, o których chce opowiedzieć, ale nie do końca ma gdzie. W gazecie codziennej czy tygodniku jest miejsce na pojedyncze zdjęcie, dużo rzadziej na fotoreportaż. Ryszard Kapuściński przyznawał, że pisał książki, bo w relacjach dla Polskiej Agencji Prasowej nie było miejsca na szersze opisywa-

nie rzeczywistości, którą widział. Krzysztof Miller pisze o swoich nieopublikowanych zdjęciach podobnie: „Ale mnie w sercu kole, że nie można ich pokazać. Przecież nie po to je robiłem! By przekazać informację, pokazać tragedię, problem. A tu zaareztowała je prozaiczna przyczyna. Brak miejsca w gazecie”. Można też zaryzykować stwierdzenie, że dla autora książka była w pewnym sensie terapią, próbą ujarznienia własnych demonów. W konsekwencji wielu wyjazdów w rejony konfliktów autora dosięgła bowiem choroba, którą leczył w wojskowej Klinice Stresu Bojowego.

Książka składa się z dziewięciu rozdziałów, których tytuły autor uzupełnił nazwami krajów/miejsc, w których wojnę/wydarzenia fotografował. Są to po kolei: *Wojna na kilometrze kwadratowym (Gruzja)*, *Czołgi u płotu (Czeczenia)*, *Muka, mówią głodni (Kongo)*, *Moja pierwsza śmierć (Rumunia)*, *Krew, którą pluję, ma smak wypalonego prochu (Górny Karabach)*, *Koszula w czarno-białą kratę (RPA)*, *Byle nie czuć zapachu człowieka (Afganistan)*, *Profesorowie od teorii chaosu (Burundi, Rwanda)*, *A oni bujają się ze mną (Warszawa-Mokotów)*.

Układ poszczególnych rozdziałów nie jest chronologiczny, a wybrany dowolnie przez autora. W opisywane sceny wplecione są ich ilustracje – zdjęcia Krzysztofa Millera. Fotografie pozwalają lepiej zrozumieć nie tylko opisywane sytuacje, ale także sam sens fotografii

¹ G. Jagielska, *Miłość z kamienia. Życie z korespondentem wojennym*, Kraków 2013.

² A. Wojtacha, *Kruchy lód. Dziennikarze na wojnie*, Warszawa 2012.

³ G. Marinovich, J. Silva, *Bractwo Bang Bang. Migawki z ukrytej wojny*, Kraków 2012.

⁴ Zdjęcia K. Millera ukazały się wcześniej w pracach: *Kurdowie. Krzysztof Miller. Fotografie*, Warszawa 1991; A. Rostek, *O wojnach*, Berlin-Warszawa 2009.

wojennej, ponieważ autor oprowadza po niej czytelnika: „Wiedziałem, że nie wystarczy mieć na zdjęciu podniesiony karabin. Musi być jeszcze atrybut dynamiczny. Wylatująca łuska, dym z lufy. Wtedy wiadomo, że zarejestrowany obraz to nie ściema. Nie fałszerstwo. Że to, co wylatuje z lufy, to prawda i absolut. Który dobrze wycelowany, gdy osiągnie i trafi, to skończy. Skończy coś, kogoś. Przerwie jakąś myśl, marzenia, troski i rozterki. Nie będzie już odwrotu jak w komputerze, gdzie mamy wiele żyć” (s. 20–21).

W poszczególnych rozdziałach autor prowadzi swój opis dwutorowo: z jednej strony pokazuje wojnę i jej dramatyczne konsekwencje, z drugiej pracę korespondenta wojennego.

Opisy wojen są zawsze brutalne – od pierwszej śmierci, którą Miller widział podczas przewrotu w Rumunii, po wojnę azersko-ormiańską o Górny Karabach czy wojnę w Gruzji. W rozdziale o Afganistanie autor opisuje zagrożenie minami przeciwpiechotnymi w tym kraju i tego konsekwencję – „fabrykę nóg”, czyli protezy. W rozdziale poświęconym Kongu – obrazuje umierające z głodu dzieci, które ledwie mają siłę na codzienne fizjologiczne czynności. Zbrodnie ludobójstwa przedstawia czytelnikowi na przykładzie konfliktu między Hutu i Tutsi (Runda, Burundi) oraz konfliktu w byłej Jugosławii. W swoich opisach nie unika wydarzeń tragicznych, a przeciwnie – często epatuje cierpieniem. W centrum jego wywodów zawsze znajduje się człowiek. Raz jest to znana postać z życia publicznego, jak generał Aslan Maschadow, innym razem noworodki w szpitalu w Groznm, starzec, który stracił dom, czy grupa ormiańskich żołnierzy.

Dużo miejsca Miller poświęca także opisowi doświadczeń reportera wojennego i specyfiki jego pracy. Autor nie kreuje się na bohatera, nie ukrywa strachu, podkreśla szczęście, które pozwoliło mu wyjść cało z trudnych sytuacji. W *13 wojnach i jednej szkicu*je wszystkie najważniejsze problemy, które od zawsze stoją przed kore-

spondentem wojennym. Miller nie zatrzymuje się nad nimi dłużej, nie rozwija myśli, a tylko dotyka problemu i zostawia go czytelnikowi do rozważenia. Pierwszym z takich problemów jest etyka zawodowa. Udając się na front, z reguły jedzie tam lub przebywa z jedną ze stron konfliktu, bo tylko taką ma możliwość czy lokalne znajomości. Ale jest świadomy, że po drugiej stronie też giną ludzie. Czy jest po właściwej stronie? Czy opisuje wojnę obiektywnie?

Kolejnym problemem poruszonym w książce jest potęga mediów społecznościowych i dziennikarstwa obywatelskiego. Jak pokazała, po raz pierwszy na tak wielką skalę, Rewolucja Arabska, nie trzeba być dziennikarzem, fotoreporterem, żeby publikować teksty, zdjęcia czy filmy z wojny. Wystarczy znaleźć się we właściwym miejscu o właściwym czasie, zarejestrować obraz telefonem komórkowym, opublikować wiadomość na portalu internetowym. Redakcje coraz chętniej prezentują amatorskie materiały. Nie mają pieniędzy na wysyłanie reporterów wszędzie tam, gdzie toczą się wojny, na utrzymywanie stałych korespondentów. Dziennikarstwo profesjonalne ustępuje zatem amatorskiemu. Zaletą tego jest z pewnością znaczny dostęp do informacji. Wadą – brak możliwości sprawdzenia źródła oraz słabość formy (tekstu czy zdjęcia).

Krzysztof Miller porusza także problem pomocy ofiarom relacjonowanych konfliktów. Być bezstronnym obserwatorem czy angażować się w pomoc? To pytanie dziennikarze stawiali sobie od zawsze. Problem był szczególnie dyskutowany po sfotografowaniu sępa czekającego na śmierć dziecka w Sudanie (1993 r.) przez fotoreportera Kevina Cartera. On nie pomógł umierającej z głodu dziewczynce i został za to skrytykowany przez opinię publiczną. Tłumaczył, że nie mógł nic zrobić, że rolą dziennikarza nie jest niesienie pomocy, a pisanie artykułów i robienie zdjęć. Inaczej postąpił Tiziano Terzani w Kambodży – znosił ciała umierających do punktu medycznego. Miller

pisze o aparacie fotograficznym gotowym dać świadectwo (s. 28), o fotografowanych ludziach, którzy „mieli nadzieję, że ich nieszczerście pokaże, wskaże, przybliży. Może w ten sposób pomogę” (s. 124).

13 wojen i jedna to bezcenny zapis pracy reportera wojennego. Spośród dostępnych na rynku pozycji jest to jedna z najwartościowszych książek. Po pierwsze, jako świadectwo okrucieństwa wojny, po drugie, jako źródło historyczne i w końcu książka o pracy korespondenta wojennego. Na niekorzyść pozycji zdecydowanie przemawia jednak zbyt pobieżne przedstawienie większości kwestii, brak skupienia się na jednej, dwóch i głębszego ich opisanie, zamiast „o wszystkim i o niczym”.

W końcu należy zwrócić uwagę na sam styl książki, którym Krzysztof Miller zaskakuje. Styl oryginalny, pełen powtórzeń, wyrazów obcojęzycznych w polskiej pisowni, własne słowotwórstwo, inwersje. Zbyt wiele powtarzających się środków stylistycznych (przede wszystkim inwersji) chwilami wpływa negatywnie na tok prowadzenia kolejnych wątków i sprawia, że niektóre akapity stają się trudne do zrozumienia, ciężkie, mało logiczne. Jednak opowieść o wojnie nie powinna być lekka i łatwa w czytaniu, a tematyka podkreślona formą. Można zatem stwierdzić, że był to celowy zamiar autora, który się sprawdził.

Agnieszka Obaid



Wiesława Szymczuk

Prasa mniejszości polskiej na Ukrainie

Europejskie Centrum Edukacyjne, Toruń 2012, 238 s.,

ISBN 978-83-62363-33-9

Badania nad prasą polonijną rozumianą jako „ogół wydawnictw o charakterze periodycznym, publikowanych poza granicami Polski dla zaspokojenia potrzeb kręgu czytelników polskiego pochodzenia, wydawanych w języku polskim lub obcych, drukowanych lub powielanych innymi metodami”¹ mają bogate tradycje. Pierwsze, choć obecnie nieco zapomniane opracowania pojawiły się jeszcze u schyłku XIX w. Pionierską rolę pod tym kątem odegrały publikacje Henryka

Nagla² oraz Stanisława Osady³. Prawdziwy rozwój badań nad prasą polonijną nastąpił jednak w połowie lat 70. XX w. i trwa do dzisiaj. Każdego roku pojawiają się nowe artykuły i publikacje zwarte podejmujące temat ogółu prasy polonijnej lub stanowiące monografie wybranych tytułów⁴. Podstawą dla wielu z nich w dalszym ciągu pozostaje pięć monumentalnych tomów *Bibliografii czasopism polskich wydanych poza granicami Kraju od września 1939 roku* autor-

¹ J. Raczkowska, *Prasa polonijna w Stanach Zjednoczonych po II wojnie światowej*, „Problemy Polonii Zagranicznej” T. 9 (1975), s. 407.

² H. Nagiel, *Dziennikarstwo polskie w Ameryce i jego 30-letnie dzieje*, Chicago 1894.

³ S. Osada, *Prasa i publicystyka polska w Ameryce*, Pittsburgh 1930.

⁴ Wśród najważniejszych pozycji zwartych należy wymienić: A. Paczkowski, *Prasa polonijna w latach 1870–1939. Zarys problematyki*, Warszawa 1977; Z. Kacpura, A. Kowalski, *Prasa Polonii i polskiej emigracji politycznej (zarys monograficzny)*, Warszawa 1975; J. Kowalik, *The Polish press in America*, San Francisco 1978;

stwa Jana Kowalika⁵. Co się z tym wiąże, większość z badaczy kończy swoje opracowania na roku 1989 lub nawet wcześniej. O ile datę tę można uznać za cezurę wyznaczającą kres emigracji niepodległościowej, o tyle nie oznacza ona przecież końca istnienia emigracji jako takiej, a tym samym jej mediów.

Polonijne tytuły prasowe powstałe w ostatnim dwudziestoleciu znajdują się w orbicie zainteresowań rodzimych medioznawców, choć nadal wiele inicjatyw wydawniczych czeka na choć pobieżne opracowanie⁶. Zapewne istotnym czynnikiem utrudniającym prowadzenie badań nad współczesną prasą polonijną jest jej efemeryczność, spowodowana m.in. zanikiem

silnych struktur organizacyjnych⁷. Ogólny kryzys tego segmentu prasy spotęgowany jest ponadto rosnącym dostępem do telewizji satelitarnej czy internetu, dostarczających polskie kanały telewizyjne i portale informacyjne bez względu na miejsce przebywania⁸. Znaczna luka w badaniach prasoznawczych dotyczy zwłaszcza gazet i czasopism wydawanych w byłych republikach radzieckich, choć trzeba przyznać, że także w tym przypadku od 1989 r. stale rośnie liczba wartościowych opracowań⁹. Niemniej, cieszy każda próba przybliżenia polskiego czasopiśmiennictwa na Wschodzie¹⁰. Tak też jest z książką Wiesławy Szymczuk pt. *Prasa mniejszości polskiej na Ukrainie*.

K. Koczyński, *Przed przystankiem niepodległość. Paryska „Kultura” i kraj w latach 1980–1989*, Warszawa 1990; R. Habielski, *Niezlomni, nieprzejednani. Emigracyjne „Wiadomości” i ich krąg 1940–1981*, Warszawa 1991; J. Lencznarowicz, *Prasa i społeczność polska w Australii 1928–1980*, Kraków 1994; A. Pilch, *35 lat czasopisma „Polonia” w Austrii (1945–1983)*, Kraków 1997; W. Piątkowska-Stepaniak, „Nowy Dziennik” w nowym świecie. Pismo i jego rola ideowo-polityczna, Opole 2000; *Z dziejów polskiej prasy na obczyźnie (od września 1939 roku do współczesności)*, pod red. M. Szczerbińskiego, Gorzów Wlkp. 2002; J. Chwastyk-Kowalczyk, *Londyński Dziennik Polski 1940–1943*, Kielce 2005; też, *Londyński „Dziennik Polski i Dziennik Żołnierza” 1944–1989. Gazeta codzienna jako środek przekazu komunikatów kulturowych*, Kielce 2008; W. Łukasiak, *Tygodnik Polski. Sześćdziesiąt lat w służbie Polonii australijskiej i nowozelandzkiej*, Toruń 2010; O.S. Czarnik, *W drodze do utraconej Itaki. Prasa, książki i czytelnicтво na szlaku Samodzielnej Brygady Strzelców Karpackich (1940–1942) oraz Armii Polskiej na Wschodzie i 2. Korpusu (1941–1946)*, Warszawa 2012.

⁵ J. Kowalik, *Bibliografia czasopism polskich wydanych poza granicami Kraju od września 1939 roku*, t. 1–5, Lublin 1976–1988.

⁶ Spośród ciekawszych opracowań prasy polonijnej po 1989 r. można wymienić: I. Pugacewicz, *Potrzeby informacyjne Polonii*, Warszawa 2010; J. Chwastyk-Kowalczyk, *Polskie tygodniki wydawane w wersji elektronicznej w Wielkiej Brytanii oraz w Irlandii*, „Przegląd Polsko-Polonijny” Nr 2 (2011); I. Leonowicz-Bukała, *Współczesne media polskojęzyczne w Wielkiej Brytanii. Zarys problematyki*, „Komunikacja Społeczna” 2012, nr 2; też, *Media polonijne w USA*, „Komunikacja Społeczna” 2012, nr 4; M. Kalczyńska, *Media Polonii niemieckiej w obszarze komunikacji społecznej*, [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, pod red. I. Borkowskiego, A. Woźnego, Wrocław 2001, s. 142–152.

⁷ E. Orzechowski, *Media polonijne a więź Polonii z krajem oraz promocja Polski w świecie*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1/2, s. 88.

⁸ Por. IK, PAP, *Polonijne media zagrożone*, „Nasz Dziennik” z 6 lutego 2013 r.; *Media polonijne i ich problemy – raport Fundacji „Semper Polonia”*, www.semperpolonia.pl/programy-fundacji/article/media-polonijne-i-ich-problemy/ [dostęp: 5.03.2013]; AB/NEWSRP, *Tarnów mekką polonijnego dziennikarstwa*, „Dziennik Związkowy – Polish Daily News” 7.09.2012.

⁹ Por. Z.J. Winnicki, W. Baluk, G. Tokarz, *Wybrane problemy badań wschodnich*, Wrocław 2007; również O.S. Czarnik, *Czasopismo „Polska” w ZSRR (1941–1943). Trudna praca na osamotnionym posterunku*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2008, nr 11.

¹⁰ Wśród niektórych wydanych do tej pory publikacji na temat polskiej prasy na Wschodzie warto wymienić: E. Czop, *Współczesna prasa polska na terenie Ukrainy – zarys problematyki*, [w:] *Fenomen pogranicz kulturowych. Współczesne tendencje. Zbiór prac naukowych*, t. 4, [red. L. Suchomłynow], Berdiańsk–Piła 2012, s. 37–43; W.M. Kolasa, *Współczesna prasa kresowa w kraju i za granicą (rozwoj, analizy, przegląd tytułów)*, [w:] *Od strony Kresów. Studia i szkice*, cz. 2, pod red. H. Bursztyńskiej, Kraków 2000, s. 279–320; A. Sawicz, *Działalność medialna mniejszości polskiej na Ukrainie prawobrzeżnej u końca XX wieku – przegląd*, [w:] *Raport mniejszości*, red. D. Mroczkowska, M. Troszyński, Poznań 2004, s. 103–113; W. Szymczuk, *Polskojęzyczne media na Ukrainie*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009, s. 42–51.

Autorka omawianej publikacji jest doktorem nauk humanistycznych oraz dziennikarką telewizyjną i prasową. Jak można dowiedzieć się z notki biograficznej zamieszczonej w książce, problematyką mniejszości polskiej na Ukrainie zainteresowała się już na początku lat 90. XX w. Po ukończeniu studiów przez osiem lat pracowała jako redaktor, a następnie sekretarz redakcji jednego z kwartalników polonijnych. Obecnie współpracuje z licznymi piśmami w kraju i na Ukrainie, a także aktywnie włącza się w prace ukraińskich ośrodków polonijnych. Bezpośredni kontakt z prasą polonijną, podparty znaczną wiedzą na temat byłych republik radzieckich, umożliwia Wiesławie Szymczuk dokładne opisanie problematyki prasy polonijnej na Ukrainie, co też czyni w swojej najnowszej książce.

Recenzowana praca składa się ze wstępu oraz pięciu rozdziałów: *Mniejszość polska na Ukrainie*, *Charakterystyka rynku medialnego na Ukrainie*, *Inicjatywy prasowe Polaków na Ukrainie*, *System organizacji prasy polskiej na Ukrainie* oraz *Rola prasy w środowisku polskim na Ukrainie*. Dołączona została także bogata bibliografia, podzielona na źródła niepublikowane, wywiady, akty prawne, artykuły prasowe, źródła internetowe oraz opracowania książkowe. W formie aneksów załączono kwestionariusz ankiety dla redakcji czasopism polskich na Ukrainie, a także zdjęcia stron tytułowych wybranych numerów polskich czasopism tam wydawanych.

Rozdział pierwszy zawiera najważniejsze informacje z dziejów polskiej obecności na terenie współczesnej Ukrainy. W sposób zwięzły i klarowny autorka omawia zmienne losy tego obszaru, który pełną niepodległością cieszy się dopiero od 1991 r. Istotnym elementem rozdziału jest analiza polityki narodowościowej władz ukraińskich – począwszy od powstania ZSRR, a na chwili obecnej skończywszy – ze szczególnym uwzględnieniem mniejszości polskiej. Rozdział drugi to charakterystyka syste-

mu medialnego Ukrainy. Media znajdowały się w orbicie zainteresowania wszystkich rządów niepodległego państwa, przy czym – co warto zauważyć – naciski na prasę, radio i telewizję nie osłabły wraz z sukcesem tzw. Pomarańczowej Rewolucji, a jedynie stały się bardziej subtelne. Podobnie dojście do władzy ekipy prezydenta Wiktora Janukowycza w 2010 r. niewiele zmieniło w tej kwestii. W tym trudnym środowisku musi funkcjonować prasa polonijna, która – jak zauważa autorka – na tle wydawnictw innych mniejszości radzi sobie dosyć dobrze. Słowa te znajdują potwierdzenie w rozdziale trzecim, w którym Wiesława Szymczuk omawia inicjatywy prasowe Polaków na Ukrainie. Opis polskich gazet i czasopism autorka kontynuuje w rozdziale czwartym, poświęconym sprawom organizacyjnym polonijnej prasy. Ostatni – piąty – rozdział dotyczy roli prasy w środowisku polskim na Ukrainie.

Jak we wstępie zaznacza autorka, „media polskie, a zwłaszcza prasa, pojawiły się na Ukrainie dość wcześnie w porównaniu z innymi państwami, które uzyskały wolność po rozpadzie ZSRR, i są dość dobrze rozwinięte”. Świadczą o tym liczby – w latach 1991–2008 ukazywało się 31 tytułów prasy polonijnej na Ukrainie, dziś – 19. Kolejnym wartym podkreślenia faktem jest obecność polonijnych gazet i czasopism w całym kraju, a nie tylko w tradycyjnych skupiskach polskiej mniejszości. Oznacza to, że oprócz Lwowa, prasa w języku polskim ukazuje się także w oddalonych od polsko-ukraińskiej granicy obwodach, takich jak żytomierski i chmielnicki. Funkcjonowanie prasy polonijnej na Ukrainie ma charakter niekomercyjny i uzależnione jest w znacznym stopniu od dotacji polskich instytucji, takich jak Stowarzyszenie „Polska w Świecie”, Fundacja „Pomoc Polakom na Wschodzie” i innych, które wspomagają redakcje także merytorycznie i sprzętowo.

Omawiana książka w kompleksowy sposób przedstawia współczesną prasę polonijną na

Ukrainie. Zarówno jej struktura, jak i budowa poszczególnych rozdziałów nie budzą zastrzeżeń, podobnie zresztą jak wykorzystany materiał źródłowy i bibliografia. Niezwykle interesująco przedstawiają się zebrane przez Wiesławę Szymczuk dane, w tym przede wszystkim zestawienia gazet i czasopism wydawanych przez wszystkie mniejszości narodowe i etniczne na Ukrainie. Pod względem liczby drukowanych tytułów przoduje tutaj oczywiście prasa rosyjskojęzyczna, która w pewnych segmentach, jak np. gazety miejskie czy gazety informacyjno-reklamowe, znacznie przewyższa prasę ukraińską. W tym zestawieniu prasa polonijna z 19 tytułami może wydawać się mało znacząca, niemniej wskazuje na znaczny potencjał tej niewielkiej, liczącej co najmniej 144 100 osób społeczności.

Podkreślenia wymaga kulturotwórcza funkcja prasy mniejszości. Przeprowadzona przez autorkę analiza zawartości poszczególnych gazet i czasopism polonijnych na Ukrainie wykazała, że na ich łamach, obok bieżących informacji, przeważała tematyka odnosząca się do historii, kultury i tradycji polskich. „Redakcje – pisze Wiesława Szymczuk – pragną zaspokoić zainteresowania czytelnika polonijnego dotyczące wszystkich aspektów życia społeczności polskiej na Ukrainie. Ponadto w związku z utrudnionym dostępem do prasy pochodzącej z Polski wiele informacji dotyczy też Polski, zarówno jej historii, jak i wydarzeń współczesnych”. Trudno przecenić rolę tych tytułów w podtrzymywaniu, a czasu-

mi wręcz odtwarzania więzów ukraińskiej Polonii z Polską.

Prasa mniejszości polskiej na Ukrainie może służyć za przykład, jak wiele zależy od zaangażowania pojedynczych osób. Większość z wydawanych obecnie tytułów to inicjatywy niewielkich grup ludzi, z których tylko część może pochwalić się wykształceniem lub doświadczeniem dziennikarskim. Jednocześnie – co zauważa autorka – ich działalność zależy przede wszystkim od dotacji polskich instytucji. Warto mieć to uwadze zwłaszcza teraz, kiedy model pomocy dla Polonii przechodzi turbulencje ze względu na przeniesienie tego obowiązku z Senatu RP do Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Niekomercyjny charakter wydawanych gazet i czasopism polskich na Ukrainie sprawia, że bez dotacji nie będą one w stanie przetrwać. Bez nich natomiast nie przetrwa mniejszość polska jako odrębna grupa społeczna.

Podsumowując, można stwierdzić, że *Prasa mniejszości polskiej na Ukrainie* autorstwa Wiesławy Szymczuk jest wartościowym wydawnictwem, pogłębiającym wiedzę na temat mediów polonijnych. Nie tylko przybliży poszczególne tytuły wydawane przez Polaków na Ukrainie, ale także omawia ich znaczenie dla zachowania odrębnej tożsamości tej społeczności. Książkę tę można zatem traktować jako przyczynek do szczegółowszych badań nad funkcjami i rolą mediów polonijnych w podtrzymywaniu i odtwarzaniu więzi z ojczyzną.

Krzysztof Wasilewski



Jan Sadkiewicz

Ci, którzy przekonać nie umieją. Idea porozumienia polsko-niemieckiego w publicystyce Władysława Studnickiego i wileńskiego „Słowa” (do 1939)

Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków 2012, 355 s., ISBN 978-83-242-1783-0

„Nie chcę [...] budować piętrowych scenariuszy historii alternatywnej. Pozostają jedynie przy twierdzeniu, że sformułowana przez *germanofilów* koncepcja rozbicia Rosji przy udziale III Rzeszy nie była błędna w samym założeniu i może być punktem wyjścia do pouczających rozważań”. Jan Sadkiewicz – za co piszący te słowa jest mu wdzięczny – nie uległ pokusie tworzenia scenariuszy historii alternatywnej, którym co pewien czas poświęca się publikacje książkowe i artykuły. Jeśli chodzi o punkt wyjścia do pouczających rozważań, to praca Jana Sadkiewicza z pewnością nim jest. Jej główną zaletą jest wnikliwy i dobrze napisany przegląd koncepcji dotyczących polityki zagranicznej II RP, których autorami byli wybitni publicyści „Słowa”. Nie dość, że ich teksty są najwyższej próby, to jeszcze zostały przez autora omawianej publikacji kompetentnie przedstawione współczesnemu czytelnikowi. Jan Sadkiewicz przynosi w czasie temperaturę – oddalonych od naszych czasów o ponad 70 lat – sporów dotyczących strategii polskiego rządu i MSZ-u w dwudziestolecie międzywojennym. Wydaje się jednak, że nie tylko to było zamierzeniem autora omawianej pracy. Sadkiewicz chce w swojej książce rzetelnie przedstawić postulaty Studnickiego *et consortes*, ale także sprostować narosłe wokół tych koncepcji mity i nieporozumienia. Historiografia polska jest bowiem dość nieprzychylnie nastawiona do tez zawartych w tekstach publikowanych w wileńskim dzienniku przez Władysława Stu-

dnickiego, Stanisława Cata-Mackiewicza, Aleksandra Bocheńskiego czy Ksawerego Pruszyńskiego.

Tytuł książki jest jednocześnie tytułem artykułu Cata-Mackiewicza z czerwca 1939 r. Jak opisuje Sadkiewicz, redaktor naczelny „Słowa” snuł w nim „refleksję nad dramatem człowieka, który potrafi sformułować genialne, zbawienne plany, ale brak mu umiejętności przekonania do nich ogółu; jego koncepcje odsuwane są wzgardliwie przez ludzi niedorównujących mu talentem, a jeżeli nawet są realizowane, to w tak wypaczony sposób, że zamiast zwycięstwa przynoszą klęskę” (s. 289). Nawiązanie do tego artykułu zdaje się dobrze oddawać wymowę całej książki – brak zrozumienia, lekceważenie lub zniekształcanie idei, do których przekonywali publicyści „Słowa”.

Jan Sadkiewicz nie tylko przejrzał pokryte kurzem roczniki przedwojennych gazet i sporządził z tego ciekawe sprawozdanie. Podczas lektury książki ma się wrażenie, że autorowi bardzo zależy, żeby myśl publicystyczna najwybitniejszych piór „Słowa” została, jeśli nie doceniona, to przynajmniej właściwie zrozumiana. Kiedy bowiem mowa jest o koncepcjach współpracy Polski z III Rzeszą czy o popieraniu częściowego rozbioru przedwojennej Czechosłowacji, to nietrudno o resentymenty czy oburzenie. Gdyby więc komuś przyszło do głowy relacjonować ówczesną dyskusję o kształcie polityki zagranicznej II RP powierzchownie, to lepiej by się nią w ogóle nie zajmował. Można

bowiem wyrządzić publikującym w „Słowie” więcej szkody niż pożytku: faktycznie, przypomni się ich współczesnym, ale przy jednoczesnym zniekształceniu meritum ich politycznej refleksji. Na szczęście książka Jana Sadkiewicza wolna jest od łatwych ocen czy prostych generalizacji. Widać, że poruszana przez niego tematyka jest mu bliska; więcej: z omawianymi koncepcjami i cytowanymi postaciami łączy go osobista więź. Od razu uspokajam: dla czytelnika to dobra wiadomość. Nie mamy bowiem w omawianej książce do czynienia z apoteozą Studnickiego czy Mackiewicza. Sadkiewicz nie przedstawia ich koncepcji bezrefleksyjnie i bezkrytycznie, jako jedynych słusznych przekonań. Postuluje tylko, aby krytycy tych pomysłów najpierw dobrze je poznali, a także – zrozumieli. Zachęca do przyjrzenia się tym koncepcjom bez uprzedzeń, emocji i przypisywania im fałszywych intencji. Przestrzega przed budowaniem prostych skojarzeń i przypisywaniem grupie – jak sam ich nazywa – *germanofilów* sympatii do faszyzmu czy nazizmu. Sadkiewicz prowokuje również dyskusję o trafności polityki Józefa Becka.

Książka, oprócz słowa wstępnego, wprowadzenia i zakończenia, składa się z sześciu rozdziałów. Pierwszy, zatytułowany *Władysław Studnicki i jego światopoglądowa ewolucja*, przybliża czytelnikowi sylwetkę tego polityka i publicysty oraz drogę, jaką przebył od zaangażowania w ruch socjalistyczny, potem zbliżenia do endecji i wreszcie stworzenia programu Partii Państwowości Polskiej. Przedstawiony jest jako patron idei polsko-niemieckiego porozumienia, do którego powinno jego zdaniem dojść nie z powodów ideologiczno-sentymentalnych, lecz jak najbardziej pragmatycznych i utylitarnych (tak z polskiego, jak i z niemieckiego punktu widzenia). Wyjaśnione są w nim przyczyny, dla których Studnicki nie mógł znaleźć dla siebie miejsca ani u socjalistów, ani wśród endeków.

Kolejny rozdział nosi tytuł *W pierwszych latach wileńskiego „Słowa”*. Streszcza w nim

Sadkiewicz formowanie kardynalnych koncepcji, na których będą opierali się autorzy tekstów publikowanych we wspomnianym dzienniku, a poświęconych tematyce międzynarodowej. Opisane jest więc kształtowanie zrębów polityki zagranicznej RP, której prowadzenia domagali się publicyści „Słowa”.

Rozdział trzeci – *Na drodze ku odprężeniu* – traktuje o możliwych manewrach polskiej dyplomacji wobec polityki Republiki Weimarskiej oraz szansach i zagrożeniach, jakie niesie Polsce dojście do władzy w Niemczech narodowych socjalistów. Sadkiewicz rozprawia się w nim z mitem, jakoby koncepcje Stanisława Mackiewicza, Aleksandra Bocheńskiego czy innych publicystów należących do ich środowiska idealizowały naszych zachodnich sąsiadów. Grono skupione wokół Studnickiego było – przekonuje autor omawianej publikacji – świadome niemieckiej potęgi, zarówno gospodarczej, jak i militarnej; publicyści „Słowa” widzieli zagrożenia, które były przez tę potęgę implikowane. Właśnie dlatego uważali, że dla polskiej racji stanu korzystniejszą jest mieć w tym państwie sojusznika, a nie wroga.

Nie dajmy skrzywić linii dobrej – tym apelem zatytułowany jest rozdział czwarty. W przytaczanych w nim artykułach dominują pochwały pod adresem nowego szefa polskiego MSZ, czyli pułkownika Józefa Becka. Jego koncepcje były przez publicystów „Słowa” odbierane pozytywnie, zwłaszcza w zestawieniu z krytykowanym przez nich ministrem Augustem Zaleskim, poprzednikiem oraz następcą Becka (w tym drugim przypadku był to już rząd na uchodźstwie). Pułkownik cieszył się ich uznaniem, ponieważ w ich ocenie realizował program naprawy stosunków polsko-niemieckich i wykorzystania ewentualnej współpracy do maksymalizacji korzyści dla Rzeczypospolitej.

Rozdział piąty zatytułowany jest wymownie *Zmierzch idei*. Jan Sadkiewicz opisuje w nim, jak wiara redaktorów „Słowa” w polityczne talenty Józefa Becka zaczęła ustępować

miejsca obawom co do skuteczności, a nawet słuszności jego działań. Artykułem, który zapowiadał zmianę w ocenach szefa MSZ przez publicystów wileńskiego dziennika, był tekst Stanisława Mackiewicza z maja 1937 r., potępiający wniosek ministra o usunięcie Etiopii z Ligi Narodów. Redaktorzy podnosili ponadto, że nawet jeśli polityka pułkownika jest w danej kwestii słuszna, to prowadzi on ją samotnie – bez zabiegania o poparcie wśród polskich partii politycznych. Krytykowano go również za zaniechanie działań, które wyjaśniałyby opinii publicznej w kraju korzyści polsko-niemieckiej współpracy. W rozdziale tym Sadkiewicz doprowadza czytelnika aż do momentu, w którym – wobec porozumienia niemiecko-sowieckiego, współpraca III Rzeszy z Polską była już tylko mrzonką. Jedynie Władysław Studnicki przekonywał, że nie jest jeszcze za późno, żeby uniknąć wojny.

Rozdział ostatni, zatytułowany tak jak cała książka Jana Sadkiewicza (oraz artykuł Cata), pełni rolę epitafium dla koncepcji, których zwolennikami byli publicyści „Słowa”. Ciekawym fragmentem tego rozdziału jest zwięzła prezentacja opinii współczesnych historyków na temat programu politycznego środowiska, któremu patronował Studnicki. Nie mniej interesujące są komentarze Sadkiewicza do tychże ocen.

Autor recenzowanej publikacji wykazał się umiejętnością selekcji obszernego materiału źródłowego. Prezentuje go w sposób umożliwiający czytelnikowi zapoznanie się z najważniejszymi postulatami dotyczącymi polityki zagranicznej II RP, ogłaszanych na łamach „Słowa”, nie obciąża go jednak zbędnymi szczegółami, które mogłyby sprawić, że zgubiłby z pola widzenia najważniejsze tezy. Wywód Sadkiewicza jest logiczny i spójny, napisany dobrym stylem – co w pracach naukowych nie jest niestety normą.

Pracę Jana Sadkiewicza powinni przeczytać wszyscy, którzy interesują się myślą polityczną II RP czy choćby tylko (albo aż) publicystyką Cata-Mackiewicza. Jest to bardzo inspirujący przegląd tyleż wartościowych, co zapomnianych idei. Niech za przykład posłuży zasada relatywizmu politycznego, przejęta przez Mackiewicza od historyka Jacques’a Bainville’a. Głosiła ona, że siła państwa jest „wartością względną, uzależnioną od potencjałów państw sąsiednich” (s. 87). Sadkiewicz przekonuje więc, że „sprzyjanie politycznemu rozbięciu sąsiadów Cat uważał za naturalny wymóg racji stanu” (s. 88). Konsekwencją przyjęcia tej koncepcji przez publicystów związanych ze „Słowem” była krytyka, którą kierowali pod adresem polskiego rządu za wprowadzenie doktryny równych odległości wobec Berlina i Moskwy. Była ona dla nich niedorzeczna i groźna, ponieważ uważali, że mogła doprowadzić do porozumienia niemiecko-radzieckiego, co dla autorów wileńskiego dziennika oznaczało największą katastrofę, która może spotkać Polskę. Jej konsekwencją mogła być bowiem wojna na dwa fronty. Ich obawy okazały się niestety prorocze.

W trakcie lektury książki Jana Sadkiewicza pamiętajmy, że publicyści „Słowa” podczas pisanie swoich tekstów nie mieli tej wiedzy, którą mamy teraz, a mimo wszystko udało im się przewidzieć wiele wydarzeń na arenie międzynarodowej. Powtórzmy więc za Sadkiewiczem, że ich koncepcje wcale nie były tak naiwne, niedorzeczne i nieracjonalne, za jakie je uważano – i pewnie nadal się uważa. Jeśli nie klasyfikuje się ich jako *political fiction*, to tylko dlatego, że w ogóle się ich nie zna. Nie trzeba się wcale z nimi zgadzać, ale na pewno warto je poznać. Publikacja Jana Sadkiewicza z pewnością będzie w tej kwestii dobrym i kompetentnym przewodnikiem.

Rafał Wardzyński



Public relations w jednostce samorządu terytorialnego

red. nauk. Anna Adamus-Matuszyńska, Agata Austen

Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2011, 248 s., ISBN 978-83-255-3097-6

Przed jakimi wyzwaniem stoją obecnie jednostki terytorialne, w jaki sposób budują swoje relacje z interesariuszami, jakie modele stosują? Jak radzą sobie ze zjawiskiem niskiego poziomu zaufania do aparatu rządzącego? Takie pytania zadają sobie dzisiaj nie tylko politolodzy i specjaliści public relations, a przede wszystkim pracownicy tych jednostek. Publikacja *Public relations w jednostce samorządu terytorialnego* próbuje na nie odpowiedzieć.

Choć na polskim rynku wydawniczym pojawiło się w ostatnich latach wiele publikacji dotyczących szeroko pojmowanych kwestii public relations, to pracę, która jest przedmiotem recenzji, można uznać za wyróżniającą. Dotyka ona bowiem tematu jednostek samorządu terytorialnego, ale nie z punktu widzenia marketingu terytorialnego, lecz poziomu usług świadczonych przez nie oraz wizerunku tych organizacji w oczach obywateli. A zatem nie jest ona kolejnym opisem narzędzi i technik promocji gmin, ale jak piszą autorzy, „analizą relacji jednostek samorządu terytorialnego z interesariuszami w przestrzeni publicznej, [próbą] wskazania pożądanych standardów komunikowania oraz roli mediów w tak rozumianej sferze publicznej”. Ponadto, co jest szczególnie istotne, odnosi się do polskich realiów funkcjonowania tych jednostek.

Tom jest spójnym zbiorem tekstów pracowników naukowych skupionych wokół Katedry Zarządzania Publicznego i Nauk Społecznych Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, których zainteresowania badawcze dotyczą zarówno zarządzania publicznego, jak i public relations, co gwarantuje omawianej pracy oryginalne

podjęcie. Jest ona wynikiem badań statutowych Katedry.

Wśród pytań badawczych, jakie stawiają sobie autorzy pracy, są te o znaczenie współczesnej przestrzeni publicznej, wpływ PR na tworzenie warunków partycypacji publicznej, budowanie relacji z interesariuszami oraz narzędzia wykorzystywane przez jednostki publiczne w procesie komunikowania. Istotne w kontekście wiarygodności omawianych jednostek, są również pytania o standardy etyki, o których w tomie nie zapomniano. Autorzy założyli, że strategię public relations dotyczą urzędów reprezentujących daną społeczność, a efekty ich stosowania wspierają budowanie wizerunku całego miasta czy regionu.

Jeśli chodzi o metodologię wykorzystaną w tomie, to została ona dobrana w sposób spójny. Autorzy wykonali kwerendę literatury: przeanalizowali dostępne publikacje książkowe zarówno polskie, jak i zagraniczne, akty prawne oraz dokumenty urzędowe. Przede wszystkim jednak przeprowadzili badania terenowe z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety, zawierającego zarówno pytania otwarte, jak i zamknięte. W doborze próby badacze uwzględnili wszystkie trzy poziomy samorządu terytorialnego w Polsce. Przebadali 16 urzędów marszałkowskich, a także 167 gmin¹ i 36 powiatów województwa śląskiego.

Na potrzeby przeprowadzanych badań autorzy przyjęli wyciszającą definicję public relations Krystyny Wojcik² pozwalającą im obrać pewną perspektywę badawczą, jak i analitycz-

¹ Analizie poddano 143 ankiety.

² K. Wojcik, *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa 2005, s. 27.

na. Koncentrują się bowiem na poziomie świadomości urzędników w realizacji działań PR, systematyczności prowadzonych działań, budowaniu relacji oraz konsekwencji tych relacji.

Tom składa się z sześciu rozdziałów. Publikację otwiera rozdział teoretyczny, traktujący PR jako funkcję zarządzania, a jednocześnie zwracający uwagę na kwestie związane z przestrzenią publiczną. Autorzy analizują pojęcie z punktu widzenia filozofii, powołując się na teorię sfery publicznej Jürgena Habermasa. Choć teoria ta jest powszechnie znana, rzadko wykorzystuje się ją w takim stopniu do analiz zjawisk związanych z public relations. Można więc w tym zakresie uznać pracę za pionierską na polskim rynku wydawniczym. Autorzy nie zapominają o innych koncepcjach, które w sposób spójny łączą ze sferą publiczną, wyjaśniając tym samym zjawiska kształtowania przestrzeni publicznej³. Jeden z podrozdziałów celnie tytułują *Nieodzowność refleksji filozoficznej w badaniach nad przestrzenią publiczną*, podsumowując, że „właściwy namysł nad kształtowaniem przestrzeni publicznej nie może być pozbawiony ani metafizycznej refleksji nad naturą ludzką, ani epistemologicznego dociekania statusu wiedzy, ani etycznych rozważań nad dobrem jako celem wszelkiego działania” (s. 20). W rozdziale znajdziemy również odpowiedź na pytanie o istotę zarządzania publicznego i specyfikę komunikowania jednostek samorządowych z otoczeniem. Wielokrotnie podkreślane jest przez autorów zjawisko braku zaufania do organizacji publicznych, które wiążą właśnie z relacjami ze społeczeństwem, a także brakiem przemyślanych strategii komunikowania czy intuicyjnego stosowania zasad komunikowania z interesariuszami. Autorzy powołują się na wyniki już przeprowadzonych badań, co na pewno jest istotne w kontekście ich własnego projektu.

Kolejny rozdział poświęcony jest przestrzeni publicznej i jej znaczeniu dla funkcjonowa-

nia jednostki publicznej. Jego pierwszą część autorki, Anna Adamus-Matuszyńska i Bogumiła Barańska, poświęcają procesowi komunikowania, odnosząc go do komunikowania w sferze publicznej. Zakładają, że „sposób oraz formy komunikowania poszczególnych podmiotów w przestrzeni publicznej to czynniki determinujące tożsamość jednostki samorządu terytorialnego, w konsekwencji mają więc znaczenie dla budowy wizerunku” (s. 47). Dalsza część rozdziału skupia się już na prezentacji wyników badań przeprowadzonych przez zespół katedry. Pokazuje wpływ czynników tworzących tożsamość jednostki na wizerunek w opinii respondentów. Badaczki przyjęły, że skuteczność i efektywność komunikowania determinuje jakość przestrzeni publicznej. Nie umyka im również rola mediów we współczesnym komunikowaniu politycznym, zauważają, że to media są silne w relacjach z jednostkami samorządowymi, a te ostatnie „poddają się ich presji” (s. 60). Co jest jednak istotne, urzędnicy zdają sobie sprawę z roli public relations w budowaniu wizerunku ich jednostek. Autorki zwracają ponadto uwagę na fakt, że jednostki te w procesie realizacji celów i zadań stosują model dwukierunkowego przepływu informacji Jamesa E. Gruniga.

W trzecim rozdziale Renata Maćkowska, Aleksander Lipski i Paweł Kocoń omawiają kwestie partycypacji społecznej. W szerokim rozumieniu jest ona podstawą społeczeństwa obywatelskiego, którego członkowie dobrowolnie biorą udział w publicznej działalności. Wyjaśniają również idee i istotę społeczeństwa obywatelskiego, zwracając jednocześnie uwagę na fakt, że jest to pojęcie „wieloznaczne i otwarte, którego treść jest nieokreślona” (s. 72). Czytelnik może znaleźć m.in. odpowiedź na pytanie, jaki jest stosunek samych samorządów do wybranych form aktywności społecznej, a także jakie rodzaje aktywności (według urzędników) podejmują mieszkańcy.

³ M.in. koncepcja kryzysu kultury europejskiej E. Levinasa.

Autorzy nie zapominają również w swoich badaniach o organizacjach pozarządowych, wyjaśniają ich rolę w komunikowaniu na poziomie jednostki terytorialnej. Jednocześnie zwracają uwagę na paradygmat „rządzenia współuczestniczącego” (*public governance*), w którym administracja publiczna występuje w relacjach z podsystemami: prawnym, politycznym i gospodarki rynkowej oraz w relacji ze społeczeństwem obywatelskim⁴. I tutaj właśnie, według autorów, public relations będzie odgrywać coraz donioślejszą rolę. Trudno się z nimi nie zgodzić, zgodnie bowiem z literaturą przedmiotu *public governance* skupia się na kwestiach zaangażowania obywateli jako interesariuszy, zamiast obywateli jako konsumentów, oraz na zapewnieniu przejrzystości czy równego traktowania. Ponadto stanowi demokrację uczestniczącą, partnerską, interaktywną, charakteryzującą się dialogiem społecznym⁵.

Wyróżniający się pod względem zawartości i nowatorstwa jest rozdział opisujący budowanie relacji jednostki samorządu terytorialnego z interesariuszami. Oprócz klasycznego podziału na otoczenie zewnętrzne i wewnętrzne organizacji, znajdujemy również inne koncepcje teoretyczne znane i powiązane głównie z teorią zarządzania. Co jest również istotne, autorki, Aldona Frąckiewicz-Wronka oraz Agata Austen, wprowadzają do rozważań kategorię interesariuszy, udowadniając, że choć początkowo odnosiła się ona do organizacji sektora komercyjnego, obecnie można ją z powodzeniem stosować w odniesieniu do organizacji publicznych. Autorki wskazują konkretne rozwiązania w celu badania interesariuszy i ich oczekiwań, interesów oraz zasobów, które mogą poświęcić dla projektu. Ciekawe z tego punktu widzenia są wyniki przeprowadzonych badań, które wskazują, że jednostki samorządu

terytorialnego rozpoznają oczekiwania interesariuszy, jednak nie identyfikują one problemów w komunikowaniu z podmiotami otoczenia. Może stanowić to wyraźny sygnał, że samorządy powinny zintensyfikować działania w tym zakresie. Jest to spójna konkluzja, która była sygnalizowana już we wnioskach poprzednich rozdziałów.

Kolejny fragment przeprowadzonych badań koncentruje się na narzędziach i instrumentach komunikowania jednostek samorządu terytorialnego. Pierwsza część rozdziału może być zbyt ogólna dla badacza public relations, który poczuć się może zawiedziony wprowadzaniem terminu „komunikowanie” i omawianiem jego składowych, to jednak Anna Adamus-Matuszyńska, Bogumiła Barańska i Paweł Kocooń, autorzy tego fragmentu, próbują prowadzić rozważania w kierunku specyfiki samorządu terytorialnego. Rozdział powinien szczególnie zainteresować osoby zajmujące się praktyką komunikacyjną, ponieważ wprowadza zagadnienia ustaw o samorządzie terytorialnym⁶ oraz o informacji publicznej⁷. Dostęp do informacji autorzy wiążą z budowaniem społeczeństwa obywatelskiego, zauważając bezpośredni wpływ stosowania narzędzi komunikacji publicznej na jego budowę. Ponadto, co wynika z przeprowadzonych badań, stosowane narzędzia i techniki należą prawdopodobnie do grupy technik komunikacji jednokierunkowej, a nie dwukierunkowej. Wcześniej jednak w rozdziale drugim autorzy powoływali się na stosowanie modelu komunikowania dwukierunkowego symetrycznego w procesie realizacji celów i zadań przez jednostki samorządu terytorialnego (s. 67). Ta rozbieżność wymaga szerszego wyjaśnienia.

Ostatnia część tomu poświęcona jest wartościom etycznym. Michał Kapias, ks. Grzegorz

⁴ H. Izdebski, *Od administracji publicznej do public governance*, „Zarządzanie Publiczne” 2007, nr 1, s. 8.

⁵ L. Kowalczyk, *Współczesne zarządzanie publiczne jako wynik procesu zmian w podejściu do administracji publicznej*, „Zeszyty Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości” 2008, nr 1, s. 9.

⁶ Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie terytorialnym, Dz.U. 1990, nr 16, poz. 95.

⁷ Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, Dz.U. 2001, nr 112, poz. 1198 ze zm.

Polok i Katarzyna Burda-Świerż formułują w tytule tezę, że etyka jest „fundamentem tożsamości jednostki samorządu terytorialnego”. Warto zajrzeć do tego rozdziału szczególnie dlatego, że kwestie etyczne podjęto z ciekawej perspektywy. Wstęp jest swego rodzaju powtórzeniem tego, co już we wcześniejszych rozdziałach mogliśmy przeczytać, m.in. w poprzednim dotyczącym prawnych aspektów funkcjonowania samorządu. Autorzy analizują fundamenty personalistycznej koncepcji społeczeństwa. Również w tym kierunku idą prowadzone badania. Pokazują, że pracownicy urzędów mają świadomość konieczności poszanowania wszystkich osób korzystających z ich usług. Dodatkowo, również tutaj, znajdziemy krótko opisane regulacje prawne dotyczące etyki zawodowej urzędników, a także wyjaśnienie podstawowych instrumentów kształtowania postaw etycznych pracowników jednostek samorządowych. Autorzy zwracają również uwagę na odpowiedzialność społeczną, która choć jest rzadko poddawana dyskusji w literaturze, to „pełni istotną rolę w budowaniu demokracji, u podstaw której leży wartość godności osoby ludzkiej” (s. 201).

Publikację kończą wnioski i rekomendacje redaktorek tomu. Jak podkreślają, najbardziej ogólny wniosek, jaki można sformułować po przeprowadzeniu badań, brzmi: „jednostki samorządu terytorialnego podejmują działania public relations jednoznacznie pozwalające zbudować strategię komunikowania się ze swoimi interesariuszami” (s. 202). Jednak daje się zauważyć brak strategii w ich działaniu. W ostatniej części tomu można odnaleźć odpowiedzi na pytania badawcze zawarte we wstępie. Jest to swoiste podsumowanie i spięcie w klamrę całego tomu. Nie brakuje też rekomendacji dla jednostek samorządowych: jak budować przestrzeń publiczną, jak wykorzystać PR dla tworzenia warunków partycypacji społecznej, jak tworzyć relację z interesariuszami i jakie narzędzia PR wykorzystać.

W kontekście ostatniej części należy wspomnieć, że przeprowadzone przez zespół badania mogą wpisać się w program badań stosowanych, gdyż recenzowana praca badawcza wskazuje konkretne zastosowanie praktyczne, pokazuje bowiem samorządowcom rozwiązania w zakresie komunikowania z interesariuszami, co zaowocować może osiągnięciem przez nich założonych celów. Muszą sobie oni uświadomić, że nie tylko logo i pomysłowa reklama jest szansą na zaistnienie w umysłach grup otoczenia.

Warto również wspomnieć, że publikacja zawiera praktyczny słownik terminów z pogranicza public relations i zarządzania, jak również indeks rzeczowy, który ułatwia czytelnikowi pracę z książką. Co jest również istotne dla studentów, po każdym rozdziale autorzy formułują pytania pozwalające usystematyzować wiedzę.

Nikogo nie trzeba już przekonywać, że kształtowanie wizerunku nie jest już tylko zarezerwowane dla podmiotów biznesowych. Dziś coraz więcej badań skupia się właśnie na miastach, regionach czy nawet państwach. Można zgodzić się z autorami, że publikacja jest adresowana do szerokiego grona odbiorców. Wiele wnosi do debaty na temat rozwoju public relations jednostek samorządu terytorialnego w Polsce, opisując je z innej niż dotychczas perspektywy. Praca ma walory podręcznika akademickiego. Zainteresować powinna studentów, którym przybliży teorię public relations nie tylko z perspektywy zarządzania, ale również znajdują tu koncepcje filozoficzne, psychologiczne czy politologiczne, uświadomi im interdyscyplinarność wiedzy PR. Powinni sięgnąć po nią również pracownicy nauki czy badacze zjawisk nie tylko PR i komunikowania, ale również politolodzy zajmujący się jednostkami samorządu terytorialnego, dla których zgromadzony materiał naukowy stanowić będzie solidną dokumentację przeprowadzonych badań. Wreszcie,

praktycy pracujący w jednostkach samorządu terytorialnego, którym publikacja uświadomi ważność tematów związanych z komunikacją z obywatelami. Pozostaje mieć nadzieję, że przeczytają ją właśnie oni, co pogłębi ich

świadomość konieczności wdrażania strategii PR i symetrycznego komunikowania się z obywatelami.

Marta Ryniejska-Kieldanowicz



Nicolas G. Carr

Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg

tłum. Katarzyna Rojek

Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013, 279 s., ISBN 978-83-246-4138-3

Nicolas G. Carr w książce *Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg*¹ proponuje gruntowną i posuniętą do ostateczności krytykę e-pajęczyny, związaną z wpływem internetu na mózg. Autor stara się udowodnić, że wskutek intensywnego korzystania z sieci stajemy się coraz głupszy.

Schematy komunikacyjne, które narzuca nam internet, polegają na ciągłym rozprasaniu naszej uwagi. Aby wyjaśnić, o co chodzi amerykańskiemu badaczowi, wystarczy wyobrazić sobie jeden dzień z naszego życia, który spędzamy, pracując przy komputerze z dostępem do e-pajęczyny. Załóżmy, że mamy napisać jakiś dłuższy esej, na przykład taki liczący dwadzieścia stron, przy czym temat nie jest tutaj istotny. Czy uda się nam pracować w ten sposób, że od godziny 8.00, z krótkimi przerwami, zajmujemy się pisaniem do wieczora? Naturalnie nie, bo internet ciągle odwraca naszą uwagę od zadania. Co chwila robimy przerwę, aby spojrzeć na to, o czym donoszą nasze ulubione serwisy WWW, na przykład sprawdzić wynik meczu piłkarskiego; co minutę pojawiają się komunikaty powiadamiające nas o kolejnym

e-mailu lub następnej ważnej rzeczy, która dzieje się na Facebooku czy Twitterze. Im więcej czynności wykonujemy równocześnie, tym gorzej idzie nam pisanie eseju, co spowodowane jest zmniejszeniem efektywności związanym z wielozadaniowością (*multitasking*)².

Opisany wyżej dekoncentrujący efekt wywierany przez internet nie byłby jeszcze sam w sobie zły, gdybyśmy z łatwością mogli postąpić zgodnie z hasłem „Stop! Od dziś pracuję inaczej, odłączam się od sieci, wyjeżdżam na wieś i tam się zaszycam, pracując nad esejem czy książką”. Sęk w tym, że nie możemy tego zrealizować, korzystanie bowiem z e-pajęczyny przeprogramowuje nasz mózg tak, że nawet po odłączeniu od niej nie jesteśmy w stanie skupić na czymś uwagi dłużej niż przez pięć minut. Im częściej zatem korzystamy z internetu, tym bardziej przyzwyczajamy się do logiki jego działania, stajemy się więźniami deficytu uwagi, nie potrafimy nie tylko czegoś napisać, ale również skoncentrować się na czytaniu trudnej naukowej książki (z fikcją literacką też już zaczynamy mieć kłopoty) – wiercimy się, odrywamy od tekstu, szukamy telefonu komór-

¹ N.G. Carr, *The shallows. What the internet is doing to our brains*, New York 2010.

² Por. C.A. Johnson, *The Information Diet: A Case for Conscious Consumption*, Sebastopol 2012; H. Rheingold, *Net Smart: How to Thrive Online*, Cambridge 2012.

kowego, żeby sprawdzić, czy ktoś do nas nie napisał itd.

Do takiego stanu rzeczy przyczyniają się nie tylko poczta elektroniczna, Facebook czy Twitter. Nasz mózg zmieniany jest przez środowisko internetowe rozumiane bardzo szeroko, jako spłycone i szybkie, niosące ze sobą nawał krótkich wiadomości, często bardzo powierzchownie traktujących o danym problemie. Chodzi o to, że w każdym momencie jesteśmy bombardowani szeregiem komunikatów audio-wizualnych: reklam, artykułów, wiadomości od znajomych. Każdy z tych komunikatów domaga się od nas reakcji.

Okazuje się, że ma to negatywny wpływ nie tylko na poszczególne jednostki, ale na społeczeństwo w ogóle, choć naturalnie owo szersze oddziaływanie wypływa z tego, co dzieje się z poszczególnymi osobami. Carr podaje szereg szokujących przykładów, na przykład ten związany z pewnym doktorem filozofii, który, udzielając wywiadu, chwalił się, że zrobił doktorat, nie czytając ani jednej książki, a jedynie skanując wzrokiem wyszukane w sieci artykuły i opierając się na streszczeniach owych tekstów. Takie zidiocenie ludzi prowadzi zdaniem Carra do rychłej intelektualnej degradacji społeczeństwa, które przestaje się opierać na cierpliwie gromadzonej i kreatywnie generowanej wiedzy, a zaczyna przypominać maszynę do przetwarzania informacji – im więcej się ich przetworzy, tym lepiej. Do tej pory rozwój i postęp zapewniać miał głęboki namysł nad rzeczywistością, będący z kolei wynikiem kontemplacyjnego charakteru działania naszego mózgu. Aby rozwiązać jakiś problem, należało go po prostu gruntownie rozważyć, czyli wykonać szereg czynności (przeczytać wiele dzieł, rozmyślać i analizować, napisać długi traktat), do których dzisiaj – wskutek zmian zachodzących w naszych mózgach – nie jesteśmy już zdolni.

Rodzi się pytanie: skąd autor *Płytkiego umysłu* tak doskonale orientuje się w tym, jak wpływa na nas internet? Z pomocą przychodzi mu

neurologia, a konkretnie doświadczenia neurobiologiczne, które pokazały, że mózg cechuje się tak zwaną neuroplastycznością (*neuroplasticity*). Stare, nieużywane połączenia między neuronami zanikają (choć można je oczywiście „przywrócić do życia”) wskutek zaprzestania podejmowania przez nas czynności, za które owe neurony były odpowiedzialne. Dodatkowo neuroplastyczność oznacza, że mózg jest zdolny do wytwarzania nowych połączeń między wcześniej nieskojarzonymi neuronami. To właśnie te zdolności mózgu powodują, że tak łatwo przestawiamy się na inny, wytworzony wskutek korzystania z internetu, tok myślenia i tryb pracy. Neurony odpowiedzialne za koncentrację i kontemplację przestają być aktywne, natomiast powstają połączenia determinujące fragmentaryczny charakter działań.

Warto jeszcze dodać, że choć omawiane dzieło należy uznać za krytykę internetu w ogóle, to jednak w pewnym momencie obiektem ataku staje się konkretna firma, mianowicie Google. Postawę założycieli tego najbardziej obecnie wpływowego przedsiębiorstwa z branży sieciowej Carr porównuje z omyłką, jaką popełniają wszyscy zwolennicy sieci wychwalający jej zbawienny wpływ. Tacy techno-utopiści utożsamiają ludzki mózg z komputerem i w e-pajęczynie widzą nieskończone dla niego źródło danych. Ponieważ internet ma być otwarty i ma zapewniać dostęp do wszelkich niezbędnych informacji (patrz pomysł Google, aby zdigitalizować wszystkie kiedykolwiek wydane książki), zdolności mózgu mają być większe, ma on przecież mieć akces do znacznego zakresu danych. Carr przekonuje, że to mylny pogląd – mózg nie jest komputerem; to żywe i ciągle zmieniające się narzędzie. Kiedy mózg traktuje się jak komputer i karmi niekończącą się ilością informacji, w pewnym sensie staje się on komputerem, ale traci wówczas zdolność do głębokiego namysłu nad rzeczywistością, kreatywności, koncentracji, a przede wszystkim wzbudzania inteligencji.

Omawiana książka może się podobać, choć warto zatrzymać się nad nieco spekulatywnym charakterem przedstawianych tez. Mimo że większości z nas faktycznie wydawać się może, że internet wpłynął na naszą zdolność koncentracji i kreatywność w sposób opisywany przez Carra, to jednak tak naprawdę nie ma na to twardych naukowych dowodów. Przytaczane przez Amerykanina eksperymenty psychologiczne to za mało, tym bardziej że istnieją badania potwierdzające tezy odwrotne³. Na razie za mało jeszcze wiemy o budowie i funkcjonowaniu mózgu – co zresztą Carr wielokrotnie w tekście potwierdza – aby dobitnie przedstawiać tak kategoryczne koncepcje, jak ta zaproponowana przez badacza. Być może internet wcale nie osłabia naszej uwagi, tylko nasz mózg okazjonalnie potrzebuje jej deficytów. Naukowcy dowiedli⁴ czegoś, o czym Carr nie informuje swoich czytelników: mózgu nie jest w stanie pracować w sposób, w jaki on proponuje, czyli w ciągłym napięciu związanym z utrzymywaniem uwagi. Gdyby ktoś zrobił wykres naszej koncentracji w trakcie pracy, to przypominałby on sinusoidę, gdzie na górze mielibyśmy stan pełnej uwagi, na dole jej brak. Nie twierdzą wcale, że ciągle odrywanie się od pracy wymuszone przez sieć jest dobre, ale tezy przedstawiane w omawianej książce wydają się przesadzone.

Nie bez znaczenia jest fakt, że choć dobrze się *Płytki umysł* czyta, to jednak rażą ciągle powtórzenia, forsowanie tych samych pomysłów po kilkadziesiąt razy, w każdym rozdziale

przedstawianie tych samych faktów, co w poprzednich częściach. Kto wie, może to specjalny zabieg, aby krytycy dopatryli się w wywodzie Carra efektu działania nowego rodzaju mózgu, wymuszającego fragmentaryczne myślenie i niezdolnego do zbudowania ciągłego – pozbawionego bowiem powtórzeń – wyvodu.

Amerykański badacz sieci twierdzi, że rozszerza pomysł Marshalla McLuhana dotyczący tego, jakoby medium było przekazem. Medium to nasz umysł, zdaje się krzyknąć Carr; medium to sposób, w jaki myślimy i działamy, i nie można tego bagatelizować. Owszem, nie należy, ale trzeba się w swoim analizowaniu uwolnić od negatywnie pojmowanego elitaryzmu. Znaczne fragmenty *Płytkiego umysłu* poświęcone są opisowi wspaniałych czasów przedinternetowych, kiedy dominował druk, a książka uznana była za największą świętość. Autor wyraźnie sugeruje, że dobrze zrobiłby nam powrót do przeszłości i z tymi poglądami sytuuje się w opozycji do dominujących dzisiaj, czyli pozytywnie waloryzujących sieć. Niestety, Carr nie dostrzega, że jego rozumowanie obciążone jest tym, o czym pisał sam McLuhan, czyli ocenianiem nowego medium (internetu) przez pryzmat starego (książki). Takich porównań nie należy czynić, ponieważ nowe medium zawsze wypadnie gorzej od starego z racji tego, że stare silniej zakorzeniło się w tkance społecznej i w związku z tym zostało już docenione.

Piotr Siuda

³ Por. *Improving online learning: Student perceptions of useful and challenging characteristics*, auth. L. Song and oth., „The Internet and Higher Education” Vol. (2004), s. 59–70; M.K.O. Lee, C.M.K. Cheung, Z. Chen, *Acceptance of Internet-based learning medium: the role of extrinsic and intrinsic motivation*, „Information & Management” Vol. 42 (2005), nr 8, s. 1095–1104.

⁴ M.D. Fox, M.E. Raichle, *Spontaneous fluctuations in brain activity observed with functional magnetic resonance imaging*, „Nature Reviews Neuroscience” Vol. 8 (2007), nr 9, s. 700–711; P. Fransson, *How default is the default mode of brain function?: Further evidence from intrinsic BOLD signal fluctuations*, „Neuropsychologia” Vol. 44 (2006), nr 14, s. 2836–2845; R. West, C. Alain, *Effects of task context and fluctuations of attention on neural activity supporting performance of the Stroop task*, „Brain Research” Vol. 873 (2000), nr 1, s. 102–111.

Nasi Autorzy

MICHAŁ GŁOWACKI – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Polskiego Systemu Medialnego

WŁODZIMIERZ GOGOLEK – prof. dr hab. inż., Instytut Dziennikarstwa UW, kierownik Pracowni Dziennikarstwo Online

ALICJA JASKIERNIA – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Zagranicznych Systemów Medialnych

PAWEŁ KUCZMA – doktorant na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego

MAŁGORZATA LISOWSKA-MAGDZIARZ – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego

MACIEJ MROZOWSKI – dr hab., prof. Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, Wydział Prawa i Nauk Społecznych, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej; prof. UW, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego

BEATA NOWACKA – dr, adiunkt w Instytucie Nauk o Literaturze Polskiej Uniwersytetu Śląskiego, Zakład Literatury Współczesnej

AGNIESZKA OBAID – doktorantka w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego

WALERY PISAREK – prof. dr hab., dr h.c. Uniwersytetu Śląskiego, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie

MARTA RYNIEJSKA-KIEŁDANOWICZ – dr, adiunkt w Instytucie Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego, Zakład Komunikowania Międzynarodowego

PIOTR SIUDA – dr, adiunkt na Wydziale Administracji i Nauk Społecznych Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Katedra Socjologii

JACEK SOBCZAK – prof. dr hab., Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie, kierownik Katedry Prawa Ochrony Własności Intelektualnej; Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Prawa Prasowego

WIESŁAW SONCZYK – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, kierownik Zakładu Fotografii Prasowej, Reklamowej i Wydawniczej

ADRIAN STACHOWSKI – absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych, dziennikarz

JAN TOMKOWSKI – prof. dr hab., Instytut Badań Literackich PAN, Pracownia Komunikacji Literackiej w okresie PRL-u

RAFAŁ WARDZYŃSKI – doktorant na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego

KRZYSZTOF WASILEWSKI – dr, pracownik Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej im. Zbigniewa Herberta w Gorzowie Wlkp., redaktor naczelny „Przeglądu Polsko-Polonijnego”

MONIKA WORSOWICZ – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego

RYSZARD ŻABIŃSKI – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Zarządzania Edukacja we Wrocławiu

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

Studia licencjackie:

- Stacjonarne Studia Licencjackie
- Niestacjonarne Studia Licencjackie w trybie wieczorowym
- Niestacjonarne Studia Licencjackie w trybie zaocznym

Studia magisterskie:

- Studia stacjonarne II stopnia
- Studia niestacjonarne II stopnia w trybie wieczorowym
- Studia niestacjonarne II stopnia w trybie zaocznym

Studia podyplomowe:

- Podyplomowe Studia Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
 - Pomagisterskie Zaoczne Studium Dziennikarstwa
 - Podyplomowe Studia Laboratorium Reportażu.

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, 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 umożliwi studentom pogłębianie praktycznych umiejętności m.in. w ramach specjalności: dziennikarskiej (prasowej, radiowej, telewizyjnej, reportażu multimedialnego, dziennikarstwa online), PR i marketingu medialnego, fotografii prasowej, reklamowej i wydawniczej, dokumentalistyki oraz logistyki mediów.

Nasz adres:

00-927 Warszawa

ul. Nowy Świat 69

tel./fax (48-22) 826-93-66

e-mail: biuro@id.uw.edu.pl



**which offers professional education to over 1700 students.
Its seven different courses of studies in journalism
and mass communication include:**

Undergraduate studies:

- 3-year Undergraduate Bachelor's Studies
- 3-year Undergraduate Evening Bachelor's Studies
- 3-year Undergraduate Extra-mural Bachelor's Studies

Master studies:

- 2-year Graduate Master's Studies
- 2-year Graduate Evening Master's Studies
- 2-year Graduate Extra-mural Master's Studies

Postgraduate studies:

- Postgraduate Evening Studies in Journalism
- Postgraduate Extra-mural Studies in Journalism
- Postgraduate Studies in Reportage Laboratory.

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: journalism (press, radio, television, multimedia reportage, on-line journalism), PR and media marketing, journalism, advertising and publishing photography, documentary studies and media logistics.

Our address is:
00-927 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

VII edycji konkursu na pracę doktorską dotyczącą zagadnień nauk o mediach i komunikacji społecznej

Ideą konkursu jest promowanie młodych badaczy zajmujących się problematyką nauk o mediach oraz upowszechnianie wartościowych pod względem merytorycznym prac podejmujących tematy wynikające z naukowej refleksji nad różnymi ich 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 badaczy mediów. 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 dyscypliny.

Warunkiem przystąpienia do konkursu, którego siódma edycja będzie obejmować niepublikowane prace doktorskie obronione w roku akademickim 2012/2013, jest zgłoszenie uczestnictwa do 31 października 2013 r. i nadesłanie tekstu pracy (w postaci wydruku oraz w formie elektronicznej, na nośniku CD-ROM) wraz z dwiema recenzjami samodzielnych pracowników nauki, na adres redakcji:

**„Studia Medioznawcze”
Instytut Dziennikarstwa WDiNP UW
ul. Nowy Świat 69
00-927 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 31 grudnia 2013 r. Dodatkowe informacje można uzyskać za pośrednictwem poczty elektronicznej (sm@id.uw.edu.pl) lub telefonicznie (22) 55 20 240.

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

Przewodniczący



Prof. dr hab. Janusz Adamowski

Redaktor naczelny



Prof. dr hab. Marek Jabłonowski



Rafał Habielski

WOLNOŚĆ **czy** **ODPOWIEDZIALNOŚĆ ?**

Prasa i polityka
w II Rzeczypospolitej