

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH
UNIwersytet Jagielloński

Zeszyty

PRASOZNAWCZE

(ROczNIK XLII JAKO KONTYNUACJA
PRASY WSPÓŁCZESNEJ I DAWNEJ Z LAT 1958–1959)

NR 3–4 (159–160)
NR INDEKSU 38364

KRAKÓW 1999
PL ISSN 0555-0025

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Zbigniew Bajka, Sylwester Dziki, Ryszard Filas, Jarosław Grzybczak, Wojciech Kajtoch, Jacek Kołodziej, Józef Kozak (sekretarz redakcji), Walery Pisarek (redaktor naczelny), Henryk Siwek, Andrzej Zagrodnik

WSPÓŁPRACOWNICY ZAGRANICZNI

Prof. Mihai C o m a n — Universitatea Bucuresti; prof. Ian Connell — Wolverhampton University; dr Shelton A. G u n a r a t n e — Mass Communications Department, Moorhead State University (Minnesota); prof. James D. H a l l o r a n — University of Leicester, Centre for Mass Communication Research; prof. dr Vladimir H o l i n a — Univerzita Komenského, Bratysława; doc. Lija P. J e w s i e j e w a, Moskowskij Gosudarstwienyj Uniwersitet im. Łomonosowa, Fakultiet Żurnalistiki; doc. Władimir W. K i e l n i k — Uralskij Gosudarstwienyj Uniwersitet im. M. Gorkogo, Fakultiet Żurnalistiki, Jekatierinburg; prof. William H. M e l o d y — Centre for International Research on Communication and Information (CIRCFI), Melbourne; prof. Karl Erik R o s e n g r e n — Lunds Universitet, Sociologiska Institutionen; prof. Herbert I. S c h i l l e r — University of California, La Jolla; prof. Winfried S c h u l z — Universität Erlangen-Nürnberg; prof. Slavko S p l i c h a l — Univerza v Ljubljani; dr Benno S i g n i t z e r — Universität Salzburg, Institut für Kommunikationswissenschaft; prof. Tapio V a r i s — University of Helsinki; doc. Alexandra V i a t t e a u — Université de Paris II

PROJEKT OKŁADKI: Zygmunt Strychalski

Numer wydany z pomocą finansową Komitetu Badań Naukowych

© Zeszyty Prasoznawcze 1999

Adres redakcji: 31-150 Kraków, ul. św. Filipa 25, tel. 422-60-68. **Wydawca:** Uniwersytet Jagielloński, 31-007 Kraków, ul. Gołębia 24. Nakład 350 egz., ark. druk. 12,5. Numer został zamknięty i oddany do składu w listopadzie 1999. Podpisano do druku i druk ukończono w grudniu 1999. **Skład:** Janusz Harnik. **Druk:** Drukarnia „Patria”, Kraków, ul. św. Filipa 17.

Internet: <http://www.onet.pl/obp>

Nr indeksu: 38364 PL ISSN 0555-0025

SPIS RZECZY

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

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Paweł P ł a n e t a: Kosowo w sieci	7
Lech M. N i j a k o w s k i: Przemoc jako komunikacja. Zasady pracy dziennikarskiej w sytuacjach kryzysowych	32
Sylwester D z i k i: 500-lecie odnowienia Almae Matris w świetle ówczesnej prasy polskiej	56
Wojciech K a j t o c h: Odlotowe bez dwóch zdań. Kultura języka, stylu, perswazji w czasopismach dla młodzieży	79

Z HISTORII NAJNOWSZEJ

Jan W o ł s k i: <i>Oficyna</i> po części <i>Kontynentowa</i>	103
---	-----

MATERIAŁY

Walery P i s a r e k: Retoryki dziś w Polsce	112
Maria G m e r e k - R a j c h e l: Kampania wyborcza do samorządów '98 w OTV Wrocław	118
Marcin H a b r y Ń: Polskie media katolickie 1989–1999	128
Tomasz Ł u k a s z c z y k: Czytelnicy elektronicznej wersji <i>Komputerów i Biura</i>	144
Ustawa o języku polskim z dnia 7 października 1999 r.	156

RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Kraków — Lwów. Książki, czasopisma, biblioteki XIX i XX wieku. Tom IV (red. Jerzy J a r o w i e c k i) (*Sylwester Dziki*) s. 161; Stara i młoda prasa. Przyczynek do historii literatury ojczystej (oprac. Dobrosława Ś w i e r c z y Ń s k a) (*Józef Waluś*) s. 163; Agnieszka C i e ś l i k o w a: Prasa okupowanego Lwowa (*Sylwester Dziki*) s. 164; Colin S p a r k s: Communism,

Capitalism and Mass Media (*Beata Ociepka*) s. 167; William L. B e n o i t, Joseph R. B l a n e y, P. M. M i e r: Campaign '96: A Functional Analysis of Acclamating and Defending (*Katarzyna Buczak-Sawczyńska*) s. 169; Tomasz G o b a n - K l a s: Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu (*Walery Pisarek*) s. 171; Janina F r a s: Dziennikarski warsztat językowy (*Wojciech Kajtoch*) s. 173; Jewgienij A. K o r n i ł o w: Żurnalistika na rubieżu tysiącleci (*Stanisław Michalczyk*) s. 175; Anna J a c h n i s, Jan F. T e r e l a k: Psychologia konsumenta i reklamy (*Ignacy S. Fiut*) s. 178; Andrzej S. B a r c z a k, Andrzej P i t r u s (red.): Ze świata reklamy. Zeszyty Naukowe UJ, z. 1 (*Igor Mostowicz*) s. 179; Łukasz G o ł ę b i e w s k i: Rynek książki w Polsce. Edycja 1999 (*Ignacy S. Fiut*) s. 180; *Publizystik*, rocznik 44 (1999) zeszyty 1–2 (*Paweł Dubiel*), s. 182; *Rocznik Historii Prasy Polskiej 1999*, t. 2, z. 1 (*Bożena Pietrzyk*), s. 183.

KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA

Pamięci Iana Connella (<i>Walery Pisarek</i>)	186
III Forum Kultury Słowa (<i>wp</i>)	187
Badania nad masowym komunikowaniem w Europie Środkowej i Południowej (<i>Zbigniew Oniszczyk</i>) „Traditional Communication in Europe: Practice and Research — International Congress” (<i>Beata Ociepka</i>)	188
Zagadnienia czasopiśmiennictwa na V Konferencji „Książki, czasopisma, biblioteki Krakowa i Lwowa XIX i XX wieku” (<i>Wanda Matras</i>)	189
SUMMARY	192

Od redaktora

Zaden demokratyczny rząd nie zamierza dziś kontrolować, a tym bardziej cenzurować Internetu, natomiast każdy chciałby zapewnić sobie w nim dobre miejsce. O takich chęciach świadczy m.in. zainicjowany w r. 1994 przez rządy krajów G-7 europejski międzyrządowy program GOL, czyli „Rząd na linii” (Government on Line). Krytykę realizacji brytyjskiego ogniwa tego programu przedstawił przed 3 laty (w szkicu pod znamienym tytułem „Rząd na linii: demokratyczna regeneracja czy degeneracja?”) w „Valerianach” **Ian Connell**, jeden z zagranicznych współpracowników *Zeszytów Prasoznawczych* (wspomnienie pośmiertne o nim drukujemy w tym numerze *Zeszytów* na s. 186). Program wedle pierwotnych zapowiedzi i nadziei miał przybliżyć ludziom działania rządu, jednać ich zaufanie i umożliwić każdemu obywatelowi łatwe korzystanie z potrzebnej mu informacji, a nawet z usług administracyjnych. Tymczasem — jak pisze Connell — „analiza dostępnych materiałów dowodzi, że w praktyce mamy do czynienia z działalnością promocyjną, a nie z informacją”.

Taki też obraz Internetu, obraz nie tyle forum informacji i opinii, co areny, na której się ścierają oskarżenia, argumenty i epitety propagandowych wypowiedzi, także rządowych lub przez rządy inspirowanych, wyłania się z artykułu **Pawła Planety** „Kosowo w sieci”, który otwiera ten numer *Zeszytów*. „To prawda — czytamy tam — że jeżeli gdziekolwiek na świecie wydarzy się coś ważnego, najszybciej dowiemy się o tym z Internetu. Cóż z tego, skoro okazuje się, że informacje, które otrzymujemy, są najczęściej niepewne, powierzchowne, a czasem nieprawdziwe”.

Pomimo to niemal dwie setki milionów stron WWW przyciągają coraz większą liczbę entuzjastów tego „medium nowego, szybkiego i bogatego w aktualne informacje” — przypomina kilkadziesiąt kartek dalej **Tomasz Łukaszczyk**, sam tegoż medium niewątpliwy entuzjasta.

Wojna o Kosowo czy też o prawa człowieka w Kosowie to przykład przemocy w komunikacji globalnej. Za perswazyjne komunikaty można uznać zarówno przypadki ludobójstwa, którego ofiarami padali Albańczycy („Wynoście się, bo was wszystkich wymordujemy”), jak i naloty na Jugosławię („Jeśli się nie wycofacie z Kosowa, zniszczymy struktury waszego państwa”). W kategoriach przemocy jako aktów komunikacji można analizować wszystkie polskie miesiące drugiej połowy XX wieku od czerwca 1956. Na początku lat siedemdziesiątych Franz Dröge głosił, że nie media masowe, ale manifestacje, strajki i demonstracje (bynajmniej nie tylko pokojowe) stanowią jedyny autentyczny wyraz proletariackiej opinii publicznej (jako *proletarische Öffentlichkeit*). Problem przemocy jako zjawiska komunikacyjnego w skali lokalnej omawia **Lech M. Nijakowski** na przykładzie zamieszek ulicznych w Słupsku w styczniu i lutym 1998 r.

w następstwie tragicznej śmierci młodego kibica. Nie pierwsza to w polskiej literaturze analiza przemocy w kategoriach komunikologicznych — jak świadczy przywoływana w niej bibliografia — ale z pewnością jedna z niewielu. A wzrost roli przemocy w życiu społecznym w Polsce zapewne się przyczyni do zwiększenia u nas badawczego zainteresowania symbolicznym aspektem jej „nadawców”, form, ofiar, adresatów i skutków. Być może nadeszła też pora na przygotowanie czegoś w rodzaju amerykańskiego raportu Prezydenckiej Komisji ds. Przyczyn i Zapobiegania Przemocy z lat sześćdziesiątych.

Lekarstwo na przemoc upatrują niektórzy w rozrywce i zabawie, które dominują we współczesnych czasopismach dla młodzieży. O ich „pstrym języku”, igrającym niezwykłymi skojarzeniami, eksponującym wieloznaczność, niestałość sensów, a być może motywowanym światopoglądowo pisze na podstawie analizy 6 wybranych czasopism (*Brawo, Popcorn, Dziewczyna, Machina, Droga, Jestem*) **Wojciech Kajtoch**.

Dużo przyjemności sprawi wszystkim choćby pośrednio zaangażowanym w przygotowanie obchodów 600-lecia odnowienia Uniwersytetu Jagiellońskiego relacja **Sylwestra Dzikiego** z tego, co w polskich dziennikach i czasopismach można było przeczytać przed 100 laty o analogicznych obchodach 500-lecia. W ten sposób podsumował je (cytuję za S. Dzikim) *Czas*:

Podniosły obchód półtysięcznego jubileuszu głównej polskiej Wszechnicy [...] nappełnił serca nasze dumą i radością; dumą, bo po raz pierwszy od upadku politycznego Polski byliśmy świadkami powszechnego hołdu ludów cywilizowanych, złożonego polskiej przeszłości i polskiej kulturze; radością, gdyż z ust cudzoziemskich uczonych, wszystkich, nawet wrogich nam narodowości, usłyszeliśmy z głębi serca płynące stwierdzenie niezłomnej żywotności naszego narodowego rozwoju.

Za istotny przyczynek do wiedzy o roli telewizji publicznej w wyborach samorządowych uznała Redakcja przedstawione przez **Marię Gmerek-Rajchel** wyniki analizy przekazów wyborczych Ośrodka Telewizji Wrocław. Swoją analizę kończy Autorka wnioskami:

[...] telewizja ta zaprezentowała postawy bezpiecznej zachowawczości. Nadawca wywiązał się z minimum swoich obowiązków, nie czyniąc dodatkowego wysiłku w kierunku przybliżenia odbiorcom procedur wyborczych, zaprezentowania kandydatów, partii, komitetów.

Ponadto w tym numerze *Zeszytów* **Marcin Habryń** przedstawia rozwój polskich elektronicznych mediów katolickich (w tym także obecność Kościoła w Internecie) w latach dziewięćdziesiątych, **Jan Wolski** dowodzi, że londyńska emigracyjna *Oficyna Poetów* Czesława Bednarczyka z r. 1966 była w znacznym stopniu swoistą kontynuacją literackiego pisma *Kontynenty* z lat 1958–1964, a niżej podpisany przekonuje, że różnorodność znaczeń przypisywanych współcześnie retoryce, rozumianej jako „sztuka wynajdywania sposobów przekonywania”, upoważnia do wydzielenia w niej różnych jej odmian, czyli różnych „retoryk”.

A na dodatek trzeba — jak zawsze — i w tym numerze przynajmniej przekartkować recenzje i kronikę naukową. Do zobaczenia w roku 2000.

PAWEŁ PŁANETA

KOSOWO W SIECI

Opisanie międzynarodowego ładu informacyjnego u progu XXI wieku jest jednym z najważniejszych zadań, jakie stają obecnie przed nauką o komunikowaniu publicznym. Szczególnie istotne jest zrekonstruowanie wpływu nowoczesnych mediów na światowy system środków tradycyjnych: prasy, radia i telewizji. Globalne sieci elektroniczne oraz digitalizacja komunikowania wymuszają zmiany w formach wymiany informacji, redefiniują i intensyfikują funkcjonowanie mediów. Dlatego warto się zastanowić, w jaki sposób nowe środki komunikowania publicznego przekazują informację, dostarczają rozrywki, służą reklamie czy wreszcie propagandzie.

Propagandą nazywamy rozpowszechnianie idei i informacji w celu wywołania lub wzmocnienia (osłabienia) pewnych postaw, opinii i działań. Koniec XX wieku przynosi, zdaniem niektórych, zmierzch ideologii, a co za tym idzie — propagandy. Czy warto się jeszcze nią zajmować? Po co zastanawiać się nad czymś, o czym może lepiej zapomnieć, odrzucić na śmietnik historii wraz z tragicznymi doświadczeniami odchodzącego wieku totalitaryzmów. Gdy jednak spojrzymy na nieszczęścia, jakie spadły na ludność Bałkanów w latach 90., kiedy uświadomimy sobie, że u progu następnego millennium świat stoi w obliczu groźby „zderzenia cywilizacji”¹, trudno nie przyznać racji Noamowi Chomsky’emu, który utrzymuje, że twierdzenia o końcu historii, o powszechnym panowaniu wolnego rynku i demokracji² to tylko „mgliste, mistyczno-heglowskie rojenia, które mają niewiele wspólnego z rzeczywistością”³.

Na wiosnę tego roku mieliśmy do czynienia z potężną wojną psychologiczną, która się nasilała z początkiem natowskich nalotów⁴, po tym jak 23 marca

¹ S. Huntington: *Zderzenie cywilizacji*, Warszawa 1998.

² Chodzi o poglądy F. Fukuyamy przedstawione 10 lat temu w artykule pt. „Koniec historii” opublikowanym w *The National Interest*. Zob. także: *Koniec historii — 10 lat później*. *Gazeta Wyborcza*, 19-20 czerwca 1999, s. 10-11.

³ Zbrodniczy wolny świat, wywiad Andrzeja Łodyńskiego z Noamem Chomskim. *Gazeta Wyborcza* z 30 grudnia 1995–1 stycznia 1996, s. 13.

⁴ W rzeczywistości antyserbską kampanię propagandową prowadzi się na świecie już od początku lat 90. Amerykańska agencja public relations Ruder Finn Global Public Affairs od 1991 reprezentuje Chorwację, w 1992 roku zaczęła wspierać interesy muzułmanów z Bośni i Hercegowiny oraz prowadzić proalbanijską

jugosłowiański parlament odrzucił plan pokojowy z Rambouillet, a dzień później pierwsze rakiety NATO uderzyły w terytorium Serbii. Po przeszło 70 dniach nalotów Slobodan Miloszewić przyjął warunki pokoju.

Zmagania w Kosowie udowodniły, że ludzkość staje wobec zupełnie nowych wyzwań. Opisujący konflikt wymyka się tradycyjnym definicjom wojny i pokoju, a analitycy wojskowi i polityczni nie są zgodni, czy mamy do czynienia z wojną, czy na przykład ze „stanem kryzysowym”. Można bronić tezy, że była to pierwsza wojna w imię wartości uniwersalnych, zbrojna interwencja w obronie praw człowieka. Wojna w Kosowie uzmysłowiła nam, że obecnie nikt na świecie — w tym politycy — nie może zatrzymać przepływu informacji ze strefy ogarniętej wojną⁵, a w czasie wojny Internet — „globalna sieć wymiany informacji” — staje się „globalnym narzędziem propagandy”. Dotychczasowi technooptymiści są zdziwieni i zaniepokojeni tym, że „najbardziej demokratyczne” z mediów tak łatwo można zmienić w instrument całkowicie niedemokratycznych działań. „Każdego dnia jesteśmy bombardowani jednym perswazyjnym aktem komunikacyjnym za drugim” — utrzymują autorzy „The Age of Propaganda” — „Te apele służą nakłanianiu nas do czegoś nie za pomocą argumentów, kompromisu czy debaty, lecz przez manipulację symbolami oraz najbardziej podstawowymi ludzkimi emocjami. Na dobre i złe, znajdujemy się w epoce propagandy”⁶.

Od początku kryzysu kosowskiego walka propagandowa przeniosła się także do Internetu. Etapem wstępnym przed perswazyjną „wymianą ciosów” była próba wyłączenia (lub osłabienia) technicznych kanałów przekazu informacji⁷. Później szczególnie spektakularne było zbombardowanie przez samoloty NATO nadajników i budynków serbskiej telewizji. Serbską odpowiedzią na amerykańskie ataki bombowe i grafitowe były akty cyfrowego wandalizmu. Podejrzewa się, że ataki hakerów były skierowane przeciwko natowskim serwisom WWW:

kampanię na rzecz Kosowa (zob. *Globale Trends 1998. Fakten-Analysen-Prognosen*; Frankfurt 1997, s. 390). Antyserbską propagandą zajmują się także inni autorzy, np. Marek G ł o g o c z o w s k i („Krecia wojna” USA przeciw Jugosławii; *Zaden*, 1998/99, nr 17 s. 22–25) czy Marko L a p u s i n (CIA przeciw Jugosławii; Belgrad 1998).

⁵ Jacek B o c h e n e k: *Wojna słów. Wprost*, 30 maja 1990; s. 94: „w ostatnich wojnach rządowi udawało się skutecznie blokować nie tylko kanały przekazywania informacji, ale i samą informację. Dziś wielu politologów porównuje upowszechnienie dostępu do Internetu do zburzenia muru berlińskiego. Łatwość tworzenia stron internetowych i dostępność nowych technologii powoduje, że relacje świadków nawet najbardziej dramatycznych wydarzeń mogą pojawiać się na ekranie komputera tak szybko, jak na ekranie telewizora i to bez żadnej cenzury. W sytuacji, w której zachodni dziennikarze nie mają wstępu do Kosowa, ich relacje z Belgradu są cenzurowane, a jugosłowiańskie media nadają wyłącznie propagandę, Internet stał się nieomal jedynym źródłem informacji o tym, co się naprawdę dzieje na Bałkanach. Nie oznacza to jednak, że relacje mediów są dzięki temu pełniejsze, bardziej kompetentne i obiektywne. Konflikt ten udowodnił, że kiedy media idą na wojnę, pierwszą ofiarą jest zazwyczaj prawda”.

⁶ A. P r a t k a n i s, E. A r o n s o n: *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*; New York 1991.

⁷ W czasie konfliktu z Jugosławią Pentagon rozważał możliwość wtamywania się do serbskich sieci komputerowych, aby paraliżować operacje wojskowe przeciwnika i zakłócać działanie niektórych sektorów cywilnych. Jednakże odstąpiono od tego pomysłu ze względu na ograniczone możliwości oraz nieprzewidywalność skutków takich działań na wyłaniającym się polu bitwy w cyberprzestrzeni. (B. G r a h a m: *Military Grappling With Guidelines For Cyber Warfare. Questions Prevented Use on Yugoslavia*, *Washington Post Staff Writer*; Monday, November 8, 1999; Page A01.)

Od soboty 27 marca aż do godzin przedpołudniowych w poniedziałek oficjalna internetowa strona główna Białego Domu (<http://www.whitehouse.gov>) była niedostępna dla internautów, mimo że e-maile z i do Whitehouse.gov docierały. Jedna z rosyjskich gazet on-line podała, że atak ten był dziełem antynatowskich cracke-rów, lecz źródła zbliżone do Białego Domu stanowczo temu zaprzeczyły, sugerując błąd sprzętowy, który uniemożliwił wyświetlanie witryny. Tego samego dnia zanotowano szereg ataków na kilka innych witryn. Crackerzy zmieniali zawartość ich stron głównych, umieszczając na wszystkich ten sam, dość niewybredny tekst: „To Adolf Clinton: Fuck Out, looser!! Go Fuck Monica!” oraz „Russian hackers demand to stop terrorist aggression against Yugoslavia”. Jedynie na stronie Białego Domu nie umieszczono tego napisu (dotychczas zawartość strony głównej Whitehouse.gov nie została zmieniona ani razu, mimo iż jest ona bardzo często celem ataków). Według znajdującej się na moskiewskim serwerze internetowej gazety *Gazeta.Ru* (<http://gazeta.ru/daynews/28-03-1999/46clinton.htm>) „rosyjscy cracke-ry nie mają z tym nic wspólnego”⁸.

Analizowany materiał

W czasie konfliktu skoncentrowaliśmy uwagę na internetowych zasobach United States Information Agency⁹. Równocześnie analizowaliśmy doniesienia jugosłowiańskiej agencji Tanjug¹⁰. Zbadana została również zawartość serbskich oficjalnych¹¹ serwisów WWW, np. rządu jugosłowiańskiego, Serbskiego Ministerstwa Informacji, Federalnego Ministerstwa Spraw Zagranicznych FR Jugosławii, a także przekazy pozarządowych nadawców jugosłowiańskich¹², np. Serbskiego Ruchu Demokratycznego (Kosovo.com), Serbian Network — Srpska Mreza, Media Centar Prisztina, Kosmet, Serbian Unity Congress. Kosowskich Albańczyków¹³ w badaniach reprezentowały serwisy Wyzwoleńczej Armii Kosowa i jej sympatyków (Kosova Crisis Center Alb Net, Kosova Home Page, Kosova Press). Dodatkowo zebrano do analizy korpusy tekstów ze stron WWW organizacji międzynarodowych (np. Amnesty International) oraz wybrane materiały z polskich i zagranicznych grup dyskusyjnych¹⁴ i stron WWW związanych z działaniami wojennymi w Kosowie¹⁵.

⁸ J. K o n i k o w s k i: Wojenne oblicze Internetu; *Internet* 1999 nr 5, s. 36–40.

⁹ USIA: kwiecień-czerwiec 1999; korpus ok. 1 mln słowoform. USIA działa od 1953 roku jako „niezależna agencja spraw zagranicznych w ramach wykonawczej części rządu amerykańskiego, której powierzono kierowanie publiczną dyplomacją wspierającą amerykańską politykę zagraniczną” (<http://www.usia.gov>).

¹⁰ Między 24 marca a 6 czerwca br. Tanjug wysłał w świat ok. 430 tys. wyrazów (<http://tanjug.ni.ac.yu>).

¹¹ Korpus zebrany z jugosłowiańskich serwisów oficjalnych w badanym okresie stanowi ok. 30 tys. słowoform (<http://www.gov.yu>, <http://www.serbia-info.com/news>, www.yuembusa.org/Kosovo/index_e.html).

¹² Serwisy nieoficjalne tworzą korpus ok. 47 tys. słowoform (<http://www.kosovo.com>, <http://www.srpska-mreza.com/kosovo>, www.mediacentar.org, www.kosmet.co.yu, www.suc.org/politics/kosovo).

¹³ Stronę albańską reprezentuje korpus zebrany od kwietnia do czerwca 1999 (łącznie ok. 45 tys. słowoform): <http://www.kosova.com/english>; <http://www.kosovapress.com/english/index.htm>

¹⁴ Na przykład alt.politics.yugoslavia, alt.flame.kosovo-war, alt.flame.serbs, soc.culture.yugoslavia.

¹⁵ Łącznie ok. 15 tys. słowoform (www.amnesty.org).

Konstruowanie wizerunku wroga i poszukiwanie sojuszy

Propaganda amerykańska tradycyjnie sprowadzała wizerunek przeciwnika do wymiaru indywidualnego, do działającej na wyobraźnię postaci demonicznego przywódcy. Wiele przekazów opierało się na metaforze Miloszewicia „rezydującego w oblężonej twierdzy”: Miloszewić jest tyranem, wprowadza dyktatorskie zasady, tworzy serbskie imperium. Akcja NATO to uderzenie przeciwko Miloszewiciowi, kampania przeciwko Miloszewiciowi, a rzecznicy Zachodu nie wątpili w zwycięstwo nad Miloszewiciem, ponieważ Miloszewić już tonie. Miloszewicia należy zatrzymać, powinno się go zmusić [np. do wycofania], pokazać mu, pokonać, naciskać, oskarżać, atakować, winić, zwalczać, uderzać, osądzić, powstrzymać, wyrzucić czy wręcz usunąć. Dowiadujemy się, że konfrontacja z Miloszewiciem polega na tym, że wpływy jego reżimu są eliminowane, redukowane, ostabiane, ponieważ Miloszewić jest zły, kłamie, nie można mu ufać, stanowi zagrożenie. Miloszewić działa sam lub wydając rozkazy: spalone przez Miloszewicia, gwałcone przez Miloszewiciowskie (...). Całe zło w Kosowie czynią ręce Miloszewicia; to przez niego są ofiary, cierpienia, zniszczenia, rzezie (masakry), wojna, katastrofa humanitarna, nieludzkie akty, uchodźcy, cywilne ofiary, czystki etniczne.

W materiałach NATO mamy do czynienia ze światem dwubiegunowym: po jednej stronie występuje demokratyczny świat, po drugiej *Miloszewiciowska kampania terroru, tyrania i podła nietolerancja, mordercza wściekłość, brutalność, dzikie akcje* prowadzone przez *Miloszewiciowską maszynę wojenną* (spotykamy też inne maszyny: *maszynę militarną, kłamstwa, propagandową, morderczą*). Kiedy pytano, dlaczego prezydent Bill Clinton nie zgodził się wstrzymać nalotów na Jugosławię w czasie Świąt Wielkanocnych Kościoła wschodniego — taka była propozycja jugosłowiańskiego prezydenta — Madeleine K. Albright odpowiedziała, że „Miloszewić nie przerywa wypędzania ludzi z domów, palenia wsi i stosowania taktyki spalonej ziemi”, a zniszczenia dokonywane przez Miloszewicia przysparzają kosowskim Albańczykom „o k r o p i e ń s t w b i b l i j n y c h r o z m i a r ó w”. „To jest czystka etniczna w najgorszym tego słowa znaczeniu” — dodała amerykańska sekretarz stanu.

„Nieprzyjaciółmi Serbów nie są narody amerykański, niemiecki, brytyjski czy francuski — czytamy w oficjalnych przekazach FRJ — lecz jednostki, które kierują i uczestniczą w brutalnej agresji sił NATO”. Strona jugosłowiańska gwałtownie poszukiwała naturalnych sprzymierzeńców. Serbscy nadawcy przekazów propagandowych starali się przekonać opinię publiczną, że Jugosławia nie jest — jak sugeruje Zachód — osamotniona w swych działaniach. Tego rodzaju zabiegi miały wzmacniać autorytet władzy wewnątrz państwa oraz służyć kreowaniu pozytywnego nastawienia do sprawy «serbskiego Kosowa» w świecie”.

Agencja Tanjug nie miała wątpliwości, że głównym przeciwnikiem FRJ w batalii o Kosowo jest czynnik *amerykański*, kierujący atakiem NATO (w otoczeniu NATO najczęściej pojawiały się słowa: *agresja, agresor, napaść*). Zdefiniowanie wroga nie wystarczyło, w trudnym położeniu należy także poszuki-

wać sojuszników, dlatego w doniesieniach jugosłowiańskiej agencji często pojawiał się chiński aspekt wydarzeń. Jednak najważniejsze było poparcie Moskwy (Rosji). W doniesieniach agencji Tanjug często informowano o wyrazach poparcia dla Jugosławii napływających z innych krajów. Chodziło o przekonanie swoich obywateli, że świat to nie tylko *zbrodnicze NATO i jego sojusznicy*, ale także wiele krajów, narodów popierających Serbów w ich słusznej walce obronnej:

Wystąpienia przedstawicieli parlamentów, zwłaszcza z krajów członkowskich NATO, były zwykłą manipulacją, zawierały mnóstwo kłamstw, ich autorzy wykazali się nieznajomością faktów. Z drugiej strony nie mała liczba krajów, przekonanych przyjaciół Jugosławii, od Rosji do Chin, Białorusi, Wietnamu, państw latynoamerykańskich, krajów Dalekiego Wschodu, zdecydowanie popiera stanowisko władz jugosłowiańskich i wyraża solidarność z bohaterскими narodami Jugosławii, które walczą w obronie niezawisłości ojczyzny.

Aby przełamać międzynarodową izolację jugosłowiańscy politycy próbowali postawić sprawę bezprawnego — ich zdaniem — ataku na Jugosławię na forum ONZ i międzynarodowych trybunałów; w tym samym celu wykorzystywano też autorytet Watykanu.

Internet i klasyczne techniki propagandy

Internet jest wykorzystywany jako globalna tuba propagandy przez oficjalne podmioty politycznej gry. Skuteczne sposoby demaskowania przekazów propagandowych opracowano w amerykańskim The Institute for Propaganda Analysis¹⁶ w latach trzydziestych XX w. Poniżej przedstawię przykłady „klasycznych” technik propagandowych¹⁷, wykorzystywanych w internetowej wojnie informacyjnej, która towarzyszyła zmaganiom wojennym w Kosowie.

Machina kłamstwa — manipulacja

Ważnym elementem działania propagandowego jest wywołanie przekonania, że przeciwnik kłamie, uprawia propagandę — „manipuluje przedstawieniami” — używając Lasswellowskiej terminologii. Według natowskich rzeczników jedynym źródłem kłamstw w tej wojnie jest Miloszewić i jego aparat propagandowy:

(...) Miloszewić mimo wszystko jest świadomy faktu, że cierpiący Serbowie wciąż są trzymeni w ciemnościach. Serbowie są systematycznie wprowadzani w błąd przez rządową propagandę, kontrolującą środki przekazu. Kilka przykładów pozwoli zilustrować olbrzymią skalę kłamstwa.

¹⁶ The Institute for Propaganda Analysis został założony w Nowym Jorku we wrześniu 1937 r. w celu „obiektywnego i bezstronnego badania propagandy”.

¹⁷ A. McClung Lee, E. Bryant Lee: *The Devices of Propaganda* (w:) *Mass Communication*. Urbana 1960 cyt. za. M. Szulczewski: *Propaganda polityczna. Pojęcia — funkcje — problemy*. Warszawa 1971 s. 12.

Zachodni rzecznicy, dementując każdą informację strony serbskiej na temat strat NATO, uznawali za rzecz bezdyskusyjną to, że „każdy wie, kto mówi prawdę, a kto nie”. „Miloszewiciowska machina kłamstwa” kłamie — zdaniem propagandystów NATO — również za pośrednictwem „internetowej strony Serbskiego Ministerstwa Informacji”, które jest częścią wspomnianej machiny kłamstwa:

myślę, że zauważylibyście, gdyby którekolwiek z tych fikcyjnych wydarzeń naprawdę miało miejsce. Nie chcę państwa zanudzać zaprzeczaniem tym [tzn. serbskim — przyp. aut.] rewelacjom, sami widzicie, jak bardzo te relacje odbiegają od rzeczywistości. W waszych oczach jest to po prostu siermiężna propaganda, ale dla ludzi żyjących w Jugosławii może to być jedyna informacja, do jakiej mają dostęp.

Zatem pierwszym celem specjalistów od komunikacji politycznej pracujących na rzecz Sojuszu było wywołanie przekonania, że to, czego się dowiadujemy ze źródeł serbskich, to tylko kłamstwa i propaganda, natomiast NATO propagandy nie uprawia, ale jedynie stara się informować światową opinię publiczną o rzeczywistej sytuacji. „Oni kłamią na nasz temat, my będziemy mówić o nich prawdę” — przekonywał George Robertson — ale zapewnienia natowskich specjalistów od politycznych *public relations*¹⁸ nie dały oczekiwanych rezultatów, ponieważ: „na *briefingach* bardzo trudno się czegokolwiek dowiedzieć: coraz częściej dziennikarze wygłaszają opinię, że zarówno konferencje prasowe w Brukseli, jak i Pentagonie oraz Departamencie Stanu to czysta propaganda wojenna, nie zawierająca żadnych istotnych informacji”¹⁹.

Zniechęcenie dziennikarzy pogłębiał fakt, że urzędnicy i wojskowi NATO odmawiali udzielania wielu informacji, twierdząc, że są to dane operacyjne, których ujawnienie mogłoby narazić na niebezpieczeństwo życie żołnierzy Sojuszu. Dziennikarze mieli trudności z dotarciem do przekazów innych stron konfliktu, a po zbombardowaniu belgradzkiej telewizji jedynym źródłem informacji z Kosowa był Internet oraz relacje uchodźców. Także polscy internauci dawali wyraz swojemu niezadowoleniu, czuli się manipulowani, m.in. przez polskich polityków, dlatego retorycznie pytali: „Komu wierzyć, dupolizom natowskim (bo jesteśmy już w NATO), czy zdrowemu rozsądkowi?”. Złą ocenę wystawiano także w polskim Internecie krajowym mediom: „Brzydzą się władz**cami z polskiej prasy, którzy — gdy NATO, co się zdarza, zabiło 75 Albańczyków, piszą: Istnieje podejrzenie, że zrobili to Serbowie, by zwalić winę na NATO. Istnieje silne podejrzenie, że piszą tak dla pieniędzy!”

Tasowanie kart (*card stacking*), czyli „odpowiedni dobór faktów i fałszów, ilustracji czy szczegółów o charakterze rozrywkowym, argumentów logicznych i nielogicznych — mających na celu przedstawianie jakiejś sprawy czy

¹⁸ M. S z u l c z e w s k i: Propaganda polityczna. Pojęcia — funkcje — problemy, Warszawa 1971, s. 16. Metoda kamuflażu propagandy, terminu niewygodnego, konotowanego pejoratywnie polega nie tylko na zastępowaniu terminu propaganda innym terminem równorzędnym (np. polityczny PR), ale także na podejmowaniu prób podporządkowania czy włączenia tego pojęcia w obręb innego — szerszego czy też nadrzędnego.

¹⁹ J. B o c h e n e k: Wojna słów. *Wprost*, 30 maja 1990, s. 94.

osoby w jak najlepszym albo w jak najgorszym świetle”²⁰ jest jedną z podstawowych technik propagandowych.

Kiedy w lutym 1999 roku odkryto w Raczaku grób ponad 30 Albańczyków, amerykański emerytowany generał stojący na czele misji OBWE wskazał na Serbów jako winnych zbrodni na cywilach. Po pewnym czasie Unia Europejska podała do publicznej wiadomości raport fińskich ekspertów, którzy nie potwierdzili tych oskarżeń. Sprawa mordu rozpętała burzę. „Robią z naszych braci w wierze (tzn. Serbów — przyp. aut.) morderców małego islamskiego narodu, który chce im zrabować rodzinną ziemię” — alarmowali zwolennicy Belgradu.

W propagandzie — ujmując rzecz najkrócej — idzie o to, by „mieszać w rozumowaniu dane prawdziwe z fałszywymi”²¹, dlatego naciąganie faktów i argumentów, stronicza selekcja faktów, stosowanie półprawd i bezpodstawnych twierdzeń, presupozycji i implikacji stało się normą propagandowej aktywności. Propagandowe zmagania przeniosły się także do Internetu. Jeden z polskich użytkowników sieci wysłał 18 kwietnia na listę dyskusyjną „Ciemnogród” wiadomość pt. „Nowa propaganda NATO”, w której nie zgadza się z tym, że zdjęcie satelitarne może być dowodem serbskich zbrodni w Kosowie: „(...) koło zielonej linii [na zdjęciu] pojawiło się 150 kresek — jest to dowód na masakry dokonywane przez Serbów, według mnie to może być dowód najwyższej na pogrzebanie 150 zwłok, a pamiętajmy, że tam trwa walka, w której są zabici — chyba to nie Afryka, żeby trupy zostawiać bez pochówku?”.

Dwa dni później na tej samej liście informowano, że „Serbowie twierdzą, iż pokazywane przez NATO zdjęcia satelitarne to animacje komputerowe”, a dziennikarz zachodniej TV, który dotarł w Kosowie do miejsca, gdzie „niby miały być te groby, rozmawiał z tamtejszymi albańskimi rolnikami, którzy nic o żadnych grobach nie wiedzieli”.

Cały czas trwały polemiki na temat podstawowych faktów, np. ilu jest Albańczyków w Kosowie („Dwóch milionów Albańczyków nie ma. To przesadzone dane. W Kosowie, którego cała ludność nieznacznie przekracza dwa miliony, Albańczycy stanowią nie 90 — jak wszyscy piszą — lecz niespełna 60 proc. mieszkańców” — twierdziła Zofia Banda) oraz przed czym (lub kim) naprawdę uciekają uchodźcy.

Demaskowanie wojennej manipulacji było jednym z głównych wątków internetowych debat prowadzonych na listach dyskusyjnych: „ludzie z NATO powątpiewają w wiarygodność jugosłowiańskich doniesień wojennych, ale czy nasze media są mniej zaangażowane w uprawianie propagandy” zastanawiał się Philip Hammond, medioznawca w South Bank University w Londynie. Krytyczne komentarze dotyczące „wojny słów” koncentrowały się — zdaniem Hammonda — na „pozostających pod ścisłą kontrolą” mediach jugosłowiańskich: „pokazuje się nam migawki z telewizji serbskiej w celu ośmieszenia wojskowo-patriotycznych przekazów, gdy zaś Robertson²² pozuje fotografom

²⁰ M. S z u l c z e w s k i: Propaganda polityczna. Pojęcia — funkcje — problemy, Warszawa 1971, s. 12.

²¹ W. P i s a r e k: Język służy propagandzie, Kraków 1976, s. 44.

²² W czasie konfliktu w Kosowie George Robertson pełnił funkcję brytyjskiego sekretarza obrony, obecnie jest sekretarzem generalnym NATO.

za kokpitem *Harriera*, to oczywiście nie jest propaganda. Brytyjscy dziennikarze podają w wątpliwość każde jugosłowiańskie doniesienie — uważa Hammond — a przecież „cokolwiek można by sądzić na temat mediów jugosłowiańskich, błędną one w porównaniu z ofensywą propagandową prowadzoną z Waszyngtonu, Brukseli i Londynu”.

W internetowych sporach na temat wydarzeń w Kosowie często przywoływano przykłady manipulacji dokonywanych przez NATO. Ponieważ zachodnia wersja wydarzeń dominowała w masowym obiegu informacji, zwłaszcza w mediach tradycyjnych, poglądy przeciwne szukały swojego miejsca w sieci. Tak więc Internet okazał się specyficznym medium, w którym wystawiano cenzurki tradycyjnym środkiem przekazu, w sieci uprawiano „propagandę na temat propagandy”. Wyśmiewano na przykład twierdzenia rzeczników Sojuszu, że trzech schwytych przez Serbów żołnierzy należało do sił pokojowych ONZ²³. Internauci wytykali natowskiemu sternikowi opinii oraz zachodnim mediom m. in. następujące nieścisłości w relacjonowaniu wydarzeń: 1) obiecano pokazać dwóch złapanych jugosłowiańskich pilotów, co nie nastąpiło; 2) informacja o egzekucji jednego z liderów albańskiej delegacji w Rambouillet — Fehmiego Agani nigdy nie została potwierdzona; 3) kiedy rzekomo ukrywający się Ibrahim Rugova pojawił się w jugosłowiańskiej telewizji i potępił nатовskie bombardowania, BBC snuło domysły na temat fałszerstwa pokazywanych zdjęć albo twierdzono, że Rugova był zmuszany, szantażowany, oszołomiony narkotykami lub przynajmniej źle cytowany, co jak się okazało z perspektywy czasu, nie było prawdą; 4) podano informację, że Arkan, lider serbskich organizacji paramilitarnych, był w Kosowie, gdy tymczasem pojawiał się prawie codziennie w Belgradzie, a nawet udzielił wywiadu zachodniemu dziennikarzowi Johnowi Simpsonowi; 5) wmawiano opinii publicznej, że stadion w Prisztinie zamieniono na obóz koncentracyjny dla 100 tys. Albańczyków, gdy w rzeczywistości stadion był pusty.

Propaganda NATO wykorzystywała położenie albańskich uchodźców dla celów propagandowych przez — jak twierdzą zwolennicy Belgradu — „cyniczne zawyżanie liczby przemieszczających się osób, nawet dwukrotnie, w porównaniu z szacunkami ONZ”. Relacje ze skupisk uchodźców wykorzystywano do usprawiedliwiania strategii Sojuszu. Najwymowniejszym przykładem manipulowania faktami był film wideo przemycony z Kosowa, o którym mówiono, że pokazuje dowody „masowych mordów”. BBC zaprezentowało ten materiał jako „pierwszy dowód przypuszczalnych zbrodni”, tym samym przyznając — w sposób niezamierzony — że alianci bombardowali Jugosławię 10 dni bez żadnych dowodów: „(...) przez wiele dni BBC nakłaniało widzów do «wyobrażenia sobie, co może spotkać tych, którzy pozostali w Kosowie». Po prezentacji wspomnianego filmu, Robin Cook nie miał żadnych wątpliwości, kto został zabity, jak ginęły ofiary, z jakiego powodu. Ponad wszystko wiedział, że film wideo «uwypatnia potrzebę przeprowadzenia akcji militarnej»”.

²³ Serbowie uznali, że schwytyani żołnierze należą do regularnych oddziałów NATO i na terenie Jugosławii uprawiali działalność szpiegowską.

Głównym filarem natowskiej manipulacji było — zdaniem przeciwników Sojuszu — demonizowanie Miloszewicia i Serbów w celu odwrócenia uwagi od faktu, że fala uchodźców jest przynajmniej w części spowodowana „humanitarnymi” bombardowaniami NATO:

Dzielnice Prisztiny zostały zrównane z ziemią w wyniku nalotów odbywających się każdego dnia przez ponad tydzień. Czy nie uciekałbyś? A co z tysiącami serbskich uchodźców z Kosowa — czy oni także stali się ofiarami „etnicznej czystki”? Nie było dla nich współczucia, również wtedy kiedy w liczbie 200 tys. uciekali z Krajiny w 1995 roku (P. Hammond, A War of Words and Pictures <http://www.fair.org/articles/hammond>).

Słowa w służbie propagandy

Historia mediów publicznych to w istocie historia propagandy. Skoro języka „wbrew tradycji i raczej powszechnej opinii potrzebujemy przede wszystkim do tego, by wywierać wpływ na myślenie, odczuwanie i postępowanie innych ludzi”²⁴, a media masowe są w istocie „fabrykami perswazji”, to można przyjąć, że technologiczny rozwój środków przekazu jest w głównej mierze historią ulepszania sposobów perswazji. Technologia sieci umożliwia korzystanie z wielu form komunikowania, dostępne są przekazy obrazowe, dźwiękowe, wykorzystuje się ruch (film, animacje) itd. Na początku jest jednak zawsze słowo.

Manipulacja perswazyjna za pomocą języka polega m. in. na konstruowaniu przekazów ogólnikowych, których mglisty, rozmyślnie nieprecyzyjny charakter powoduje, że odbiorcy mogą im nadawać własne interpretacje. Stosuje się uproszczenia, ponieważ są użyteczne, dają proste wyjaśnienia złożonych zagadnień społecznych, politycznych czy militarnych. Typowym uproszczeniem jest chociażby wskazywanie wroga. Złożona sytuacja zostaje zredukowana do punktu, w którym całą odpowiedzialność, np. za wywołanie wojny, zrzuca się na wyraźnie zdefiniowanego przeciwnika. Skuteczna propaganda musi zawierać elementy, które pozwolą odbiorcom na racjonalizację podejmowanych działań (przyjmowanych postaw, poglądów etc.), ponieważ „ludzie po prostu lubią mieć jakieś powody, dla których coś robią”²⁵. Jednym ze sposobów racjonalizacji przekazów są na przykład zdania twierdzące (asercje): zdania prezentowane jako fakty, których zadaniem jest tworzenie wrażenia, że to, co się przekazuje, „mówi samo za siebie” i nie potrzebuje dalszych dowodów. W propagandzie wykorzystuje się rozmaite gry słowne, a także eufemizmy: Serbowie na przykład starali się przekonać świat, że czystek etnicznych w Kosowie nie dokonuje armia i policja czy organizacje paramilitarne, ale lojalni obywatele Federacji, których działania określano mianem „terrorystycznej inicjatywy obywatelskiej”.

²⁴ W. Pisarek: *Język służy propagandzie*, Kraków 1976, s. 1.

²⁵ R. Cialdini: *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk 1999, s. 16–17.

Stosowanie pięknych ogólników (glittering generalities) umożliwia kojarzenie obiektu propagandy z pozytywnie brzmiącymi ogólnymi przekazami nakłaniającymi do akceptowania tego obiektu bez badania dowodów²⁶. Chodzi o to, by „łączyć własne cele z pojęciami o wysokim prestiżu społecznym: to my bronimy wolności, walczymy o pokój, o sprawiedliwość w imię miłości, bezpieczeństwa itp.”²⁷

Piękne ogólniki są intesywnymi, odwołującymi się do emocji konstrukcjami, blisko związanymi z wysoko cenionymi koncepcjami i przekonaniem. Takie konstrukcje wywołują pożądane przez propagandyست przekonania, nakłaniają do czegoś bez potrzeby wspierania się wiedzą czy rozumem. Dlatego Serbowie odwołują się do miłości ojczyzny, domu, pragnienia pokoju, wolności, chwały, honoru, sprawiedliwości:

„Waszej sile i waszemu orężowi [apel do agresorów — przyp. aut.] przeciwstawiamy miłość do naszej ziemi, umiłowanie wolności, prawdy, wieloetnicznej i wielokulturowej Serbii, ojczyzny obywateli i narodów” / „Serbia jest zjednoczona w obronie wolności, terytorium, narodu i honoru” / „przykład bohaterskiej walki Serbii i Czarnogóry może być natchnieniem dla innych narodów w sprawiedliwej walce przeciwko amerykańskiemu faszyzmowi” / „Slobodan Miloszewić zachwyca patriotyzmem, mocą i konsekwentną polityką, opartą na poszanowaniu zasad wolności i honoru oraz historycznych tradycji naszego narodu”.

Piękne ogólniki są tak konstruowane, żeby nie można ich było odrzucić, głoszone treści mogą być nieprecyzyjne, mogą znaczyć różne rzeczy dla różnych ludzi, ale ich konotacje muszą być zawsze pozytywne. Językowe konstrukcje opierane na technice pięknych ogólników warto odnosić do pięknej przyszłości. Dlatego w deklaracjach polityków NATO czytamy:

Jeżeli pragniemy, aby XXI wiek był dla naszych dzieci inny, nie wolno nam kończyć tego wieku zwycięstwem tyranii nad demokracją, nienawiści nad tolerancją, rozlewem krwi nad wspólnotą. Musimy uczynić to, co konieczne, aby powstrzymać przemoc rasową i budować pokojową przyszłość.

Amerykanie koncentrowali się na wartościach, które mają — ich zdaniem — uniwersalny charakter. Przekonują zatem, że trwa batalia o pokój, prawa człowieka i demokrację. Podczas ceremonii w Mellon Auditorium (gdzie w 1949 roku podpisano Deklarację Waszyngtońską) ponownie określono główny cel NATO polegający na ochronie wolności i wspólnego dziedzictwa demokracji, wolności indywidualnej i rządów prawa. NATO przedstawia siebie jako „przednią straż międzynarodowych wysiłków mających na celu rozwiązanie kryzysu humanitarnego”, a w Kosowie działają „międzynarodowe siły pokojowe, którym przewodzi NATO”. Zapewnienia Clintona mają natchnąć odbiorców optymizmem, przed słuchaczami roztaczano radosną wizję przyszłości: „będziemy pracować, aby nadszedł dzień, gdy wszyscy ludzie regionu — także Serbowie, obecnie cierpiący pod bezmyślną tyranią — będą cieszyć się wolnością i będą żyć razem”.

²⁶ M. Szulc z e w s k i: Propaganda polityczna. Pojęcia — funkcje — problemy, Warszawa 1971, s. 12.

²⁷ W P i s a r e k: Język służy propagandzie, Kraków 1976, s. 43–44.

Wykorzystując technikę doczepiania epitetów (name-calling), propagandysta dąży do tego, aby odbiorcy formułowali sądy wartościujące bez sprawdzania dowodów, bez zapoznania się z prawdziwym stanem rzeczy. Aby coś (lub kogoś) zdezwauować, doczepia się negatywny epitet, tworzy i upowszechnia stereotypowe określenia. Tę technikę stosuje się przede wszystkim w stosunku do wrogów zewnętrznych, różniących się od nas ludzi, ras, narodów, grup, partii politycznych, sąsiadów, warstw, części kraju etc. Technikę doczepiania epitetów można kojarzyć z nadawaniem substytutów nazw lub doczepianiem etykiet moralnych, które wzmagają uprzedzenia odbiorców, co można osiągnąć dzięki nadawaniu takich etykiet obiektom kampanii propagandowej, które wśród adresatów propagandy budzą strach, nienawiść lub przynajmniej są przez nich odrzucane.

Przeglądając zasoby informacyjne USIA można odnieść wrażenie, że cała machina wojenna Paktu Północnoatlantyckiego jest wycelowana w jednego człowieka: Slobodana Miloszewicia²⁸ oraz jego „brutalny i skorumpowany reżim”. Uderzenie nie jest skierowane przeciw narodowi serbskiemu, lecz przeciw Miloszewiciowi, „tyranowi, spadkobiercy starej serbskiej szkoły szowinizmu”. Propaganda Sojuszu określa także innych aktorów wydarzeń stosownymi epitetami: „gangi ludzi takich jak Arkan i Szeszelj i innych prowadzących brudne interesy”. Jednak nawet zbrodniarz wojenny Ratko Mladić jest tylko „kojelnym (po Miloszewiciu) brutalnym weteranem bośniackich okrucieństw”.

Działania podjęte w Kosowie mają na celu zniszczenie Miloszewiciowskiej „wojennej i zbrodniczej maszyny”, mają gwarantować, że „tyrania” nie zwycięży. Naloty NATO to walka o szybkie, ale długotrwałe rozwiązania pokojowe, źródłem konfliktu jest „szowinistyczna polityka Belgradu, polityka czystek etnicznych”. Prezydent Clinton nazywa Miloszewicia „wojującym tyranem, najgorszym demagogiem Europy”. Jak twierdzą niektórzy internauci, media odebrały wskazówki od polityków i wykorzystują niemal każdy epitet mogący demonizować Miloszewicia. Jugosłowiański prezydent jest opisywany jako „warlord²⁹, „rzeźnik z Belgradu”, „najgorszy dyktator, jaki pojawił się w Eu-

²⁸ Wszyscy pozostali — poza Miloszewiciem — aktorzy jugosłowiańskiej sceny politycznej występują w doniesieniach USIA w sumie tylko 164 razy: Vuk Abrodović, Pavle Bulatović (były prezydent), Zevota Cheković, Milo Djukanović (prezydent Czarnogóry), Vuk Drasković (wicepremier), Dražan Erdomović, gen. Georgović, gen. Janović, (ambasador Jugosławii w ONZ), Žiwadin Jowanović (minister spraw zagranicznych), Zoran Knežević, Mirko Marjanović (premier Serbii), Mira Marković (żona Miloszewicia, przewodnicząca partii JUL), Silajdić Mihajlović (wiceprzewodniczący Rady Ministrów), Milan Milutinović (prezydent Serbii), Vuk Obradović (przewodniczący jugosłowiańskiej socjaldemokracji), Željko Raznjatović (ps. „Arkan”), Nikola Sainović, Goran Selenović, Vojislav Szeszelj (Serbska Partia Narodowa), Miodrag Vuković i inni.

Najczęściej występujące osoby w korpusie USIA: Slobodan Miloszewić (2454), Chuck F. Wald (902), Jammie Shea (805), Kenneth H. Bacon (713), James Rubin (658), Madeleine K. Albright (519), Bill Clinton (438), Joe Lockhart (425), Walter Jertz (294), William Cohen (275), Wesley K. Clark (257), Robin Cook (226), Wiktor Czernomyrdin (188), Tony Blair (183), Giuseppe Marani (177), Strobe Talbott (160), Javier Solana (134), Julia Taft (106), Judge Louise Arbour (102), Kofi Annan (99), Thomas Wilson (99), David Scheffer (98), Mike Doubleday (87), George Robertson (86), Igor Iwanow (82), Ibrahim Rugova (81), Gerhard Schröder (77), Henry Shelton (73), James Foley (72), Sandy Berger (71), Konrad Freytag (71), Larry King (70), Jessie Jackson (69), Borys Jelcyn (60), Klas Naumann (60), Marti Ahtisaari (51), David Wilby (43).

²⁹ *Warlord* 1. dygnitarz wojskowy 2. wielki wojownik (tytuł nadany Wilhelmowi II oraz określenie generałów chińskich w czasie wojny domowej). Jan Stanistawski: Wielki słownik angielsko-polski, Warszawa 1993.

ropie od czasu Adolfa Hitlera”, „serbski tyran”, „psychopatyczny tyran”, „były twarogłowy komunista”.

Przeciwnicy interwencji w Kosowie nie pozostają dłużni i również doczepiają zachodnim politykom odpowiednie etykiety: „krew (winna i niewinna) leje się tam wskutek gry międzynarodowej, dzięki intrygom światowych lalkarzy (często kryptolewicowców), dla których kukiełkami są narody i państwa”.

Clinton był przedstawiany jako „amerykański żigolak, traktujący rakietę jak cygara do testowego wciskania we wszelką słabiznę”, Wyzwoleńcza Armia Kosowa to „miejscowe bandy separatystów”, „hordy kryminalistów i morderców” wspierane przez „faszystowskie siły NATO” „zbrodniarzy z NATO, złoczyńców z NATO, bestie z NATO”, Stany Zjednoczone określano mianem „samozwańczego sędziego narodów” i „globalnego hegemonu”.

W zmaganiach propagandowych pojawiały się także epitety nadawane obiektom, nie związanym bezpośrednio z wydarzeniami na Bałkanach. Skoro w Kosowie trwa konflikt religijny, przeciwnicy Albańczyków atakują także inne narody islamskie: Czeczeni to „uzulmańscy gangsterzy”, Kurdowie są „muzułmańskimi bolszewikami”

Podstępna logika

Kierowane pod adresem Belgradu żądania wycofania sił serbskich z Kosowa zabrzmiały szczególnie mocno 13 kwietnia br., w Dniu Pamięci Holocaustu. Jeden z amerykańskich polityków zauważył, że dzień ten jest poświęcony pamięci 6 milionów Żydów pomordowanych w kampaniach prowadzonych przez nazistowskie Niemcy podczas II wojny światowej, i dodał: „w tym dniu postanówmy, że czystki etniczne i morderstwa dokonywane przez Miloszewicia nie pozostaną bez odpowiedzi”.

Zestawienie przedmiotu propagandy z symbolem konotującym powszechny szacunek, „przenoszenie autorytetu i prestiżu z jednej rzeczy czy osoby poważanej i cenionej na jakąś inną rzecz czy osobę, dla której chce się zjednywać przychyłność, albo analogiczne przenoszenie dezaprobaty”³⁰ nazywamy transferem znaczenia. Ta technika pozwala „przenosić powszechnie uznawane wartości na obszar naszego świata”³¹, i odwrotnie, umożliwia przerzucanie idei, pojęć skompromitowanych na świat zamieszkały przez naszych wrogów.

Amerykanie przenosili negatywnie konotowane obrazy na reżim jugosłowiański. Tak jak kiedyś w stosunku do radzieckiego „imperium zła”, obecnie do jugosłowiańskiej „machiny kłamstwa” stosowali analogie nawiązujące do hitleryzmu, faszyzmu, obozów koncentracyjnych itd. Czasem jednak propagandowy miecz obraca się przeciwko tym, którzy nim zbyt pochopnie wymachują. Głos z polskiej sieci tak opisuje agresję NATO: „Gotów byłbym pojąć cios wymierzony każdej kreaturze w rodzaju Miloszewicia, ale bom-

³⁰ M. Szułczewski: Propaganda polityczna. Pojęcia — funkcje — problemy, Warszawa 1971, s. 12.

³¹ W. Pisarek: Język służy propagandzie, Kraków 1976, s. 43.

bardowań Jugosławii dla uszczuplenia jej suwerenności i zmiany jej granic — nigdy! Pachną mi one bowiem agresją Hitlera na Czechosłowację (1938), agresją Stalina na Finlandię (1939), jak również niemiecko-sowiecką agresją na Polskę³².

W innym antynatowskim oknie Internetu czytamy: „historia wystawiła Niemcom jednoznaczny rachunek za rozbiór Czechosłowacji, a przecież Hitler, jak-by nie było, kierował się, zajmując Sudety, względami natury humanitarnej”.

„Faszystowska polityka reżimu, który nie dostrzega i nie szanuje istoty ludzkiej”, została potępiona na konferencji prasowej przez George’a Robertsona. Dziennikarze dowiedzieli się (a użytkownicy Internetu przeczytali w serwisie USIA), że brytyjski minister „spotkał człowieka, który przeżył Oświęcim”. Rozmówca ministra stwierdził, że „sceny z Kosowa, które ogląda w telewizji, są mu aż nadto znajome, przywołują straszne wspomnienia faszystowskich rządów”. Bardzo agresywny ton natowskiej propagandy, porównywanie Miłoszewicia do Pol Pota, a nawet Hitlera, wszystko to nie przynosiło raczej oczekiwanych rezultatów³³. Polscy przeciwnicy zbrojnej interwencji w Kosowie, choć przyznawali, że polityka Belgradu stanowi zagrożenie dla podstawowych wartości, które organizują porządek międzynarodowy, z reguły wskazywali na bezprawny charakter działań Sojuszu, i dla swoich twierdzeń również chętnie posługiwali się analogią, przenoszeniem znaczeń:

byłem za wejściem (co prawda: bez entuzjazmu) do NATO, zakładałem, że wchodzimy do grona państw przestrzegających reguł cywilizacji Zachodu — walczących ze wschodnim barbarzyństwem. Tymczasem okazuje się, że w porównaniu z hordami Atlantydwów piekłoszczyk Adolf Hitler był skrupulatem, wręcz maniakiem legalizmu! (...) Czerwoni niszczą naszą cywilizację — cywilizację opartą na pewnych regułach i zasadach, opartą na prawie rzymskim — na przykład (...) wkraczamy w erę nowego Barbarzyństwa.

Technikę przenoszenia znaczeń stosowały przede wszystkim zachodnie media tradycyjne. W sieci zauważono to, że *Mirror* stwierdził, iż Miłoszewić pali te same cygara co Fidel Castro, a brytyjska telewizja — podobnie jak w przypadku Saddama Husajna w czasie wojny w Zatoce — nadała program pt. „Umysł Miłoszewicia”. Zachodnie media „przenosiły znaczenia”, często łącząc tę technikę z wszechobecnym w tabloidach „duchem zabawy”. Zachodnie pisma napawały się własnymi nagłówkami w stylu „Dobrze wam tak”³⁴ właśnie wtedy, kiedy grad pocisków raketowych spadał na Serbów, a ciężar oskarżeń padających pod adresem serbskich działań wzrastał wraz z rozwojem brutalnych represji do ludobójstwa, okrucieństwa i zbrodni przeciw ludzkości. To wszystko było przez NATO wykorzystywane do usprawiedliwiania nalotów, z czym wielu internautów nie chciało się pogodzić: „porównuje się serbskie działania z holocaustem, ale jakoś nikt nie dostrzega, że wsadzanie

³² W. Ł y s i a k: Protestuję! *Tygodnik Solidarność*, nr 13, 26 marca 1999 (<http://panda.bg.univ.gda.pl/~noc/iggy/baldhead.htm>).

³³ M. W a l d e n b e r g: Bilans pierwszych dwóch tygodni (<http://friko5.onet.pl/gd/serbia/bilans.htm>).

³⁴ W oryginalnym tekście występuje nieprzetłumaczalna gra słów: prasowy nagłówek „Serbs you right” może się kojarzyć z serves you right, czyli „dobrze ci (wam) tak”, „masz na co zasłużyłeś” (<http://www.fair.org/articles/hammond>. P. Hammond, A War of Words and Pictures).

ludzi do pociągu zmierzającego w kierunku granicy to nie to samo, co wsadzenie ich do pociągu do Oświęcimia”.

„Powoływanie się na zdanie osoby znieprawionej lub szanowanej, dla uzasadnienia, że coś jest złe lub dobre”³⁵ jest kolejną techniką propagandy wykorzystywaną przez strony kosowskiego konfliktu. Świadczenie osoby godnej zaufania (testimonial) wzmacnia prestiż propagandy przez wiązanie własnej działalności z osobami o wysokim prestiżu społecznym³⁶, działalność przeciwnika jest dyskredytowana przez łączenie jej z osobami (lub grupami) pogardzanymi, pozbawionymi społecznej akceptacji.

Wykorzystywanie autorytetów ze świata nauki, zwłaszcza historii, szczególnie widoczne było w propagandzie serbskiej. Natrętne udowadnianie serbskich praw do Kosowa oparte było głównie na obfitym przytaczaniu źródeł historycznych, poruszaniu wątków kulturowych, terytorialnych itd. W wybranych do analizy witrynach znalazło się ponad 300 odniesień historycznych: dat, informacji na temat zabytków, postaci, dziedzictwa kultury itp. W serbskiej propagandzie dostępnej w Internecie spotykamy naukowe argumenty na rzecz serbskiego Kosowa (Metohiji), praw do tego regionu wynikających chociażby z języka³⁷. Historia pojawia się także w kontekście bohaterskim, przywoływano echa odległych wydarzeń, poszukiwano historycznych analogii:

Serbowie już wiele razy dowiedli, iż są narodem dumnym, walecznym i że bardzo wiele przeczepili. W czasie pierwszej wojny światowej nie zaprzestali walki, chociaż ponosili ogromne straty. W działaniach bojowych wskutek głodu i epidemii zginęło 500–600 tysięcy żołnierzy, ponad 600 tys. cywili, łącznie ok. 28 proc. mieszkańców; żaden inny naród nie poniósł wówczas takich strat w ludziach. W czasie drugiej wojny nie stali się kolaborantami, masowo walczyli w partyzantce, masowo ginęli z rąk chorwackich, muzułmańskich i albańskich pomocników Niemiec i faszystowskiej Italii, masowo wypędzono ich z Chorwacji, Bośni i Kosowa, stanowiącego część Wielkiej Albanii”.

W zasobach internetowych wspierających Serbów skwapliwie umieszczano również wypowiedzi autorytetów w dziedzinie prawa międzynarodowego, zawierające negatywne oceny natowskich działań w Jugosławii:

„Nastąpiło oczywiste złamanie prawa międzynarodowego i naruszenie Karty Narodów Zjednoczonych. Żaden dokument ONZ, żadna norma prawa międzynarodowego nie upoważnia NATO do agresji na suwerenne państwo. NATO zaatakowało bez zgody Rady Bezpieczeństwa ONZ” / „Mam na uwadze wypowiedź Clintona sugerującą odebranie Kosowa Jugosławii. Stanowi to zapowiedź złamania zasady nienaruszalności granic w Europie”³⁸.

Budowanie propagandowych przekazów na opiniach niezależnych ekspertów polegało też na odwoływaniu się do amerykańskich (!) źródeł, np. definicji terroryzmu według FBI³⁹. Zwalczano przeciwnika jego własną bronią: cyto-

³⁵ M. Szulc z e w s k i: Propaganda polityczna. Pojęcia — funkcje — problemy, Warszawa 1971, s. 12.

³⁶ W. P i s a r e k: Język służy propagandzie, Kraków 1976, s. 43.

³⁷ „Kosova” or „Kosovo”? tekst J. P. Mahera, profesora Linguistics Northeastern Illinois University w Chicago (http://suc.suc.org/~kosta/tar/pisma/l-name_kosovo.html).

³⁸ M. W a l d e n b e r g: Bilans pierwszych dwóch tygodni (<http://friko5.onet.pl/gd/serbia/bilans.htm>).

³⁹ „Terroryzm to bezprawne używanie siły lub przemocy przeciwko osobom lub rzeczom do zastraszenia lub zmuszania rządu, obywateli, społeczeństwa dla uzyskania politycznych lub społecznych celów”.

wano opinie amerykańskich ekspertów, stwierdzających, że albańskie bojówki stosują w Kosowie terroryzm. Na serbskich stronach WWW opublikowano m.in. wypowiedź Christophera Hilla, specjalnego wysłannika USA do Jugosławii, który swego czasu ogłosił:

Potępiam straszną masakrę serbskiej ludności cywilnej, jakiej dopuścili się albańscy terroryści. Stany Zjednoczone są szokowane brutalnością, jaka miała miejsce w wiosce Klecka. Winni muszą zostać ukarani. Stany Zjednoczone nie wspierają uzbrojonych bojówek KLA i potępiają każdy rodzaj agresji, jak również uprowadzanie cywilów.

Na niezależne źródła powoływały się zresztą obydwie strony. Mord na ludności cywilnej w miejscowości Raczak wykorzystywano jako dowód przestępczej działalności przeciwnika: Albańczycy, powołując się na raport Walkera, wskazywali na Serbów jako odpowiedzialnych za zbrodnię, Serbowie uznali, cytując stanowisko komisji fińskiej, że mordu mogła dokonać jedynie Wyzwoleńcza Armia Kosowa.

W psychologicznej wojnie wykorzystywano także autorytet religii. Serbowie cytowali słowa patriarchy Aleksego (głowy Kościoła prawosławnego w Rosji), podając za *The New York Times*: „jeżeli oni [NATO] kontynuują bombardowania podczas świąt Wielkiej Nocy, to jacy z nich chrześcijanie? Oni nie są chrześcijanami, to barbarzyńcy”.

Z kolei USIA umieszcza w swoim internetowym serwisie artykuł „Armed Humanitarian Intervention: What Can Justify It? What Should Be Its Limits?” autorstwa Johna Langana, profesora etyki chrześcijańskiej z Georgetown University (Washington, DC), który tak usprawiedliwia atak NATO na Jugosławię:

co, jeżeli w ogóle, może usprawiedliwić fakt, że USA lub NATO używają siły przeciwko rządowi, który prowadzi operacje policji i sił bezpieczeństwa na własnym terytorium? Krótka odpowiedź na tak postawione pytanie brzmi: masowe naruszenie podstawowych praw człowieka, co prowadzi do zagrożenia ludobójstwem i stwarza niebezpieczną sytuację, w której zwykle środki debaty zostały wyczerpane.

Zwolennicy Belgradu wielokrotnie powoływali się na autorytet zagranicznych mediów, które przed nalotami NATO pozostawały bardzo nieprzychylnie kosowskiemu Albańczykom, wiążąc ich działalność z działalnością przestępczą: przemytem broni, handlem narkotykami i terroryzmem. W serbskich zasobach Interetu można się było dowiedzieć, że *La Repubblica* zamieściła materiał ze ściśle tajnej bazy tak zwanej Armii Wyzwolenia Kosowa w Albanii, gdzie „terroryści są szkoleni przez irańskich instruktorów”, niemiecki tygodnik *Focus* cytował raporty służb wywiadowczych donoszące o tym, że „albańskie organizacje z Kosowa i Metohiji są dowodzone i szkolone przez byłych oficerów armii jugosłowiańskiej pochodzenia albańskiego”, a *Corriere della Sera* podał, że „kosowscy Albańczycy są zaangażowani w nielegalną działalność (głównie przemyt narkotyków), działalność ta jest podstawowym źródłem finansowania działań terrorystycznych”.

W podobnym tonie były utrzymane doniesienia niemieckiego radia Deutsche Welle:

zorganizowany przemysł broni z Albanii do Kosowa rozpoczął się na początku 1992 roku, kiedy Demokratyczna Partia Albanii Salego Berishy doszła do władzy (...) część tej broni przeznaczonej dla Kosowa pozostała na terenie Macedonii (...) albańskie kręgi emigracyjne służą pomocą finansową, także tą pochodzącą od mafii narkotykowej na trasie Zurych — Bruksela — Nowy Jork.

oraz węgierskiego *Magyar Hirlap*:

Albańczycy z Kosowa i Metohiji kontrolują prawie cały rynek heroiny na Węgrzech, przesyłając część pieniędzy separatystom walczącym za „Wielką Albanie”.

Z kolei włoski *Il Manifesto* ostrzegął:

Albańscy terroryści są szkoleni w obozach wojskowych w Albanii i Turcji, a także innych krajach muzułmańskich (...) terroryzm w Kosowie jest importowany z Albanii oraz setki młodych Albańczyków z Kosowa ćwiczą akcje partyzanckie w specjalnych obozach wojskowych na terenie Albanii.

Szczególną odmianą modelowania postaw jest odwołanie się do autorytetu władzy, polegające na cytowaniu prominentnej postaci w celu wspierania przedstawionej idei, argumentu, kierunku działania. W polskich strukturach sieci wspierających serbską politykę przytaczano oficjalne stanowisko Belgradu, np. radca ambasady jugosłowiańskiej w Polsce, Zofia Banda przekonywała:

Postawiono nam ultimatum, na które żadne państwo nie byłoby w stanie wyrazić zgody. Mamy do wyboru bombardowanie albo okupację. Wybieramy bombardowanie. Podobnej jakości ultimatum postawiły Serbii Austro-Węgry w roku 1914. Wówczas Serbowie także wybrali walkę, a nie kapitulację⁴⁰.

Kontekst społeczny

Propaganda posługuje się strachem. Przykładowo Polacy powinni wspierać interwencję NATO w Kosowie, ponieważ „niepowodzenie interwencji niechybnie wywołałoby w Ameryce wybuch izolacjonizmu”. Gdyby tak się stało, zbliżające się wybory prezydenckie spowodowałyby wycofanie się USA z kosztownych zobowiązań międzynarodowych, przede wszystkim wobec Europy. W tym kontekście pojawił się moskiewski straszak:

Niepowodzenie wywołałoby także wzajemne zarzuty w łonie przymierza atlantyckiego, osłabiając jego spójność. Rząd Clintona zostałby skompromitowany, a tym samym sparaliżowany do końca obecnej kadencji, a więc do stycznia 2001 roku. Ciężko wywalczony sukces, jakim było przyjęcie do NATO, mógłby się okazać zwycięstwem pyrrusowym (...) niepowodzenie w Kosowie przyniosłoby najbardziej nieoczekiwany sukces i zachęte imperialistycznym elementom rosyjskim. Ich strategicznym celem jest, jak wiadomo, zniszczenie lub osłabienie wpływów amerykańskiego supermocarstwa.

Okazuje się, że niebezpieczna sytuacja mogłaby — przynajmniej teoretycznie — pojawić się w naszym najbliższym sąsiedztwie:

⁴⁰ „Chcą wojny, to będzie wojna”, z Zofią Bandą rozmawiają Bartłomiej Kachniarz i Jakub Kumoch <http://www.nczas.com/14-99/temat14.html>.

Co byśmy powiedzieli, gdyby Łukaszenka postanowił pozbyć się polskiej mniejszości i rozpoczął ostrzeliwanie z czołgów polskich wiosek albo przeprowadzał masowe egzekucje, zmuszając naszych rodaków do masowej ucieczki? Jaka byłaby nasza reakcja, gdyby USA i NATO oświadczyły, że Białoruś jest państwem suwerennym i zachowały się biernie wobec ludobójstwa?⁴¹

Propagandysta stara się również wyrzeć wrażenie na odbiorcy, że jest takim samym jak on szeregowym obywatelem. Trzeba przekonać, że to, co się głosi, jest słuszne, ponieważ należy przekonywać, że się reprezentuje prostego człowieka, cały naród, milczącą większość. Wstępem do zastosowania techniki ludowości (plain folks) w przekazach propagandowych miało być przekonanie opinii publicznej, że politycy NATO rozumieją „zwykłych” Serbów. M. Albright przygotowała wystąpienie adresowane do Serbów, które wygłosiła w ich języku. Już samo użycie tego języka przez sekretarza stanu USA miało wymiar propagandowy. Albright chciała przekonać świat, że rozumie prosty lud Jugosławii, ponieważ została „ukształtowana przez Europę Środkową”. Dlatego Albright mówi, że wie, co się stanie, jeżeli „nie powstrzymamy zła odpowiednio wcześniej”, i na koniec dodaje: „jako dziecko mieszkałam w Belgradzie, dlatego znam Serbów, lubię Serbów”.

Skoro NATO „lubi” Serbów, to nie może z nimi walczyć. Walczy więc nie z narodem, lecz z reżimem, aparatem, machiną, przeciw której „zwykli Serbowie” także się buntują. NATO jest o tym przekonane, ponieważ Serbów „zna”, a skoro ich zna, to może przemawiać w ich imieniu. Skuteczna propaganda polega w dużej mierze na odpowiednim doborze prawdziwych faktów. Właśnie w wyniku takiego zabiegu okazało się niespodziewanie, że cele NATO są zbieżne z pragnieniami „zwykłych Serbów”. USIA podała, że pod hasłem „chcemy naszych synów, nie trumien” protestowało w Kruszewacu (w środkowej Serbii) ponad 5 tys. ludzi, głównie kobiet i dzieci. Protestujący, którzy domagali się wycofania żołnierzy z Kosowa „to właśnie zwyczajni Serbowie”, którzy zdają sobie sprawę z bezsensu, jakim jest posyłanie synów do Kosowa, aby stali się celami ataków NATO i najprawdopodobniej zginęli dla sprawy, którą uważają za niegodną.

Autorzy komunikatu są przekonani, że ten przykład ilustruje nastawienie „zwykłych Jugosłowian, bardziej ceniących sobie ojcostwo niż ojczyznę”⁴². Zaraz potem propagandysta stawia znak równości między zrzucaniem bomb i udzielaniem pomocy: „zwykli ludzie pragną pokoju i dobrobytu” / „(...) oni [tzn. zwyczajni Serbowie] zasługują na wsparcie. Niech zwykli, porządni ludzie w Serbii powstaną i przekonają się, jak wielu ich jest, to zakończy cierpienia zadawane im przez reżim w Belgradzie”.

Zwykłymi ludźmi — podobnymi do nas — dlatego zasługującymi na współczucie i wsparcie są jednak przede wszystkim Albańczycy z Kosowa:

⁴¹ Jan Nowak - Jeziorski: O wojnie z Jugosławią. 2 kwietnia, Waszyngton (PAP). <http://friko5.onet.pl/qd/serbia> <http://www.3w3.net/typ/kosowo/index.html>

⁴² It shows that ordinary Yugoslav men are more interested in fatherhood than fatherland.

(...) rozmawiałem z rodzinami kosowskich Albańczyków. Odwiedzałem obozy i słuchałem ich historii, nauczyłem się czegoś więcej, niż można się dowiedzieć z ponurych statystyk konfliktu. Nie wolno nam stracić z pola widzenia indywidualnego cierpienia, zwłaszcza wtedy, gdy mówimy o setkach tysięcy uchodźców. Nagie liczby nie pozwalają na zrozumienie. Każdy z uchodźców jest jednostką. Każdy miał dom. Uderzające są zwłaszcza podobieństwa ze zwykłymi rodzinami brytyjskimi. Uchodźcy z Kosowa są naszymi braćmi Europejczykami. Kilka tygodni temu prowadzili normalne życie. Byli lekarzami, nauczycielami, prawnikami, rolnikami, ich dzieci uczęszczały do szkół, wzrastały w podobnym otoczeniu.

Autorzy przekazów propagandowych wynajmują sale, stacje radiowe, zapewniają wielkie stadiony, organizują marsze milionów lub przynajmniej tłumów w paradach. Wykorzystują symbole, kolory, muzykę, ruch, przedstawienia dramatyczne. Nakłaniają do pisania listów, wysyłania telegramów, podpisywania petycji. Odwołują się do pragnień wspólnych większości z nas, co powoduje, że podążamy za tłumem. A ponieważ propagandyści pragną, żebyśmy podążali za tłumem w masie, konstruują swoje komunikaty tak, abyśmy w owczym pędzie wsiedli do wagonu z orkiestrą (band wagon). Technika wagonu polega na „głoszeniu, że wszyscy członkowie tej grupy, do której należymy, akceptują program czy idee propagandzisty i dlatego również my musimy się z tym zgodzić, w imię grupowej solidarności”⁴³. Należy zatem „budzić wrażenie, że każdy człowiek (obywatel, członek danej grupy społecznej) podziela nasz punkt widzenia”⁴⁴.

Amerykańską solidarność dla sprawy Kosowa budowała również pierwsza dama USA. Hillary Clinton — o czym informował na konferencji prasowej sam prezydent — troszczy się o amerykańską pomoc humanitarną dla uchodźców, odwiedza bazę wojsk lotniczych w Delaware (główny punkt zbierania pomocy humanitarnej na wschodnim wybrzeżu USA), gdzie czeka samolot C-5, „nasz największy samolot transportowy” — dodaje prezydent USA — załadowany żywnością dla uchodźców w Albanii i Macedonii. Należało tę aktywność wykorzystać w celach propagandowych:

Jestem głęboko wdzięczny, że Amerykanie dzwoniли ponad 15 tys. razy na numer telefonu, który podałem w poniedziałek — deklarując pieniądze. Wiem także, że wiele Kościołów i wspólnot wyznaniowych [testimonial] zbiera datki i wysyła je, jesteśmy im za to wdzięczni. Proszę naród amerykański o kontynuację tak silnego poparcia. Wierzę, że tak będzie. Ufam, że zwyciężymy. Dziękuję wam bardzo.

Wywoływanie dezaprobaty jest techniką stosowaną w celu wywołania w adresatach propagandy dezaprobaty dla zwalczanych działań czy idei przy pomocy sugestii, że taka idea jest powszechnie akceptowana przez grupy zniechęcone, pogardzane lub wywołujące strach wśród odbiorców propagandy. Jeżeli zatem jakaś grupa popiera (aprobatą) politykę, którą propagandysta zwalcza, można przekonywać członków tej grupy, że członkowie innej grupy, ludzie pogardzani, także popierają zwalczaną politykę. Wtedy adresaci propagandy mogą zdecydować się na zmianę postawy (dezaprobatą).

⁴³ M. Szulc z e w s k i: Propaganda polityczna. Pojęcia — funkcje — problemy, Warszawa 1971, s. 13.

⁴⁴ W. P i s a r e k: Język służy propagandzie, s. 44.

Przeciwnicy kosowskich Albańczyków przekonują zatem, że skoro „zwykły” Albańczyk jest wyznawcą islamu, należy się po nim spodziewać najgorszego, bo przecież „każdy wie, że w Koranie, w przepisach muzułmańskich, Allah mówi o zabijaniu niewiernych (innej wiary), żeby być bliżej niego”.

Techniki polegające na odwoływaniu się do kontekstów społecznych można wiązać z działaniem w kierunku niepodważalnego zwycięstwa. Próbuje się przekonać obiekt propagandy do podjęcia takiego działania, „które każdy podejmuje”, skłonić do „przyłączenia się do tłumu”, wykorzystuje się naturalne ludzkie pragnienie do znalezienia się po stronie wygrywających, przekonuje się odbiorców, że przedstawiany w propagandzie program wyraża masowy, nie do powstrzymania ruch społeczny, że w interesie odbiorcy jest przyłączenie się do niego. Propaganda „niepodważalnego zwycięstwa” zaprasza tych, którzy jeszcze nie wsiedli do „wagonu”, by się przyłączyli do tych, którzy pewnie zmierzają do wygranej. Z kolei ci, którzy już do „wagonu” wsiedli, wzmacniają swoją decyzję.

Internet a propaganda multimedialna

„U początku poezji była pieśń, u początku pieśni — rycerska epopeja: męska, twarda, często okrutna, traktująca o męskich czynach, zwana we Francji *chanson de geste*”⁴⁵. Tradycje takich pieśni są w Serbii ciągle żywe. Powodem takiego stanu rzeczy jest między innymi zagmatwana historia Bałkanów. Serbskie pieśni epickie śpiewa się do dziś: „między innymi brzmiały one w okopach wokół oblężonego Sarajewa, gdzie znakomicie zagrzewały do walki”⁴⁶. Tradycję muzyczną w Serbii podtrzymuje turbofolk⁴⁷, muzyka popularna (rozpowszechniana także w sieci), będąca połączeniem muzyki ludowej, pieśni epickiej z nowoczesnym brzmieniem disco. Na stronach poświęconych problematyce Kosowa można także posłuchać jugosłowiańskiego hymnu.

Internet okazał się znakomitym środkiem przekazu dźwiękowego także dla prześladowanego Radia B-92. Kiedy do budynku belgradzkiej rozgłośni wkroczyła policja, zapieczętowała nadajniki rozgłośni i na 8 godzin aresztowała szefa stacji Verana Maticia, Radio B-92 przeniosło swoją działalność z eteru do Internetu, nadając z USA przez satelitę oraz własne strony (m.in. <http://play.rbn.com/?b92>; <http://www.b92.net>)⁴⁸.

Jak słusznie zauważa Piotr Sienkiewicz, „rozwój cywilizacji to także rozwój infosfery, czyli środowiska informacyjnego człowieka, obejmującej te rodzaje informacji, które są mu dostępne za pośrednictwem centrów wyższej

⁴⁵ J. K o w a l s k i: *Oiež Seignor! Średniowieczna pieśń francuska*; *Klasyka* / kwiecień 1998, s. 16.

⁴⁶ J. K o w a l s k i: *Oiež Seignor! Średniowieczna pieśń francuska*; *Klasyka* / kwiecień 1998, s. 17.

⁴⁷ R. L e s z c z y Ń s k i: *Gra Wojenna*. *Gazeta Wyborcza* nr 76, 31 marca 1999.

⁴⁸ Radio B-92 prowadziło działalność wykorzystując format Real Audio w języku serbskim i angielskim (nadając także za pośrednictwem satelity Hot Bird z terytorium Stanów Zjednoczonych) por. J. K o n i k o w s k i: *Wojenne oblicze Internetu*. *Internet*, 1999 nr 5, s. 36–40.

działalności nerwowej”⁴⁹. Wraz z upowszechnieniem Internetu coraz większe znaczenie w komunikowaniu ma ikonosfera, czyli „cała zbiorowość przekazów wizualnych otaczających człowieka”⁵⁰. Trudno nie zgodzić się ze sprostowaniem, że u schyłku XX wieku nastąpiła synteza info- i ikonosfery.

I wojna światowa ukazała propagandowe znaczenie przekazu wizualnego. Rysunki, ilustracje, literonictwo pomagały w informowaniu, ale także dawały instrukcje pożądanego postępowania. Znaki i symbole militarne, stopnie wojskowe i oznaczenia jednostek tworzyły kody znaczeniowe, których pochodzenie można wyprowadzić niekiedy z heraldyki. Konflikt światowy spowodował, że rządy powołały przekazy wizualne do służby — podobnie jak dzisiaj ma to miejsce w przypadku radia i telewizji oraz Internetu — informowania publicznego i do służby propagandowej.

Wizualne przekazy propagandowe na początku były ściśle związane z tradycjami, cechami charakterystycznymi sztuk plastycznych danego kraju. Przykładowo cechami wyróżniającymi niemiecki Sachplakat były prostota kompozycji, matowe kolory, mocne cienie, wyraźne czcionki na mocnych teksturach. Z kolei specyfika plakatu francuskiego polegała na malarskości kompozycji, stosowaniu delikatnej kreski, poza tym francuskie plakaty często zawierały długi, nierzadko poetycki tekst⁵¹. Dzisiejsza propaganda wizualna dostępna w Internecie ma oddziaływać globalnie, dlatego znikają tradycyjne różnice kompozycyjne. To, co wyróżnia graficzny przekaz elektroniczny, z jakim mamy do czynienia w sieci, to łatwość łączenia, przerabiania, wykorzystywania znanych i rozpowszechnionych obrazów graficznych. Tworzenie „elektronicznego kolażu”, ale także „cyfrowego fałszerstwa” jest w epoce nowoczesnych technologii bardzo proste, dlatego często właśnie takie perswazyjne zabiegi dominują w internetowych przekazach wizualnych.

Podstawowymi środkami i formami propagandy wizualnej⁵² są: graficznie przedstawione słowo, znak, symbol, barwa (światło) oraz ruch⁵³. Wymienione formy prawie nigdy nie występują samodzielnie, nowoczesny przekaz opiera się na ich łącznym wykorzystywaniu.

⁴⁹ P. Sienkiewicz: *Inżynieria społeczna w Internecie i innych systemach teleinformatycznych* (w:) *Socjotechnika w mass mediach*, s. 79.

⁵⁰ P. Sienkiewicz: *Inżynieria społeczna w Internecie i innych systemach teleinformatycznych* (w:) *Socjotechnika w mass mediach*, s. 79.

⁵¹ R. Hollis: *Graphic Design. A Concise history*, Londyn 1994, s. 32–33.

⁵² L. Wojtasik: *Psychologia propagandy politycznej*, Warszawa 1986, s. 234, a także tego samego autora *Propaganda wizualna*; Warszawa 1987, s. 52–63.

⁵³ L. Wojtasik: *Propaganda wizualna*, Warszawa 1987. Proponowany przez Wojtasika podział form propagandy wizualnej może wzbudzać sprzeciw, zwłaszcza odróżnianie — na tym samym poziomie — znaku (pełniącego, zdaniem Wojtasika, funkcję informacyjną) od symbolu (wywołującego emocje). Każdy symbol jest równocześnie znakiem.

Skoro bowiem znak jest „fizycznym przedmiotem stojącym za inny przedmiot” w teorii znaków ważniejszym od kryterium oddziaływania emocjonalnego jest podział ze względu na związek formy znaku ze znaczoną treścią. Wyróżniamy zatem oznaki (ponadkulturowe, należące do świata natury, których forma wiąże się w sposób naturalny ze znaczoną treścią) i znaki właściwe (należące do świata kultury, opierające się na konwencjonalnym charakterze związku między formą i treścią). „Znaki właściwe można z kolei podzielić — biorąc pod uwagę to, jak one znaczą — na ikony, indeksy i symbole”. (Por. W. P i s a r e k: *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983, s. 7–8).

Graficznie przedstawione słowo. W Internecie najczęściej w tej roli występują tzw. bannery. Najczęściej bannery spełniają funkcje reklamowe, trudno znaleźć stronę WWW, pozbawioną reklamy, często tekst na reklamowym „afiszu” jest ruchomy, zmieniają się prezentowane treści. Na stronach jugosłowiańskich spotykamy liczne bannery zawierające patriotyczne hasła⁵⁴: „Bez wiary w Boga naród nie może istnieć jako naród”; „Bez narodowej historii naród nie może istnieć jako naród”; „Bez ojczyzny naród nie może istnieć jako naród”.



Wywołujący skojarzenia znak graficzny był chętnie wykorzystywanym środkiem wizualnej ekspresji. Bardzo często taką funkcję pełnią przyciski, ikony określonego kształtu. W trakcie konfliktu kosowskiego niezwykłą popularność zdobyła ikona CEL (TARGET) w różnych kompozycjach graficznych.

Godło NATO połączone w sprawnym cyfrowym kolażu z faszystowską swastyką jest typowym symbolem. Działający na emocje symbol jest kolejną formą propagandy wizualnej. W Internecie spotykamy sprawnie wykonane fotograficzne złączenia, np. godło Jugosławii na snajperskim celowniku WAK. Zasoby serbskie zawierały ponadto dużo graficznych symboli patriotycznych: godła, sztandary, herby, a nawet oznaczenia jednostek wojskowych. Różne, nieoficjalne strony „wspierające Jugosławię, przeciwko NATO” równie chętnie wykorzystywały symbole wzbudzające uczucia pożądane przez nadawcę propagandy.



Trudno wyobrazić sobie jakąkolwiek stronę WWW bez określonej, dominującej barwy (światła). Najczęściej dobór np. tła dla strony WWW jest podyktowany względami estetycznymi, jednakże w propagandzie nic nie jest przypadkowe. Dlatego tła, a nawet zwykłe ozdobniki, linie rozdzielające, wspomniane bannery czy przyciski na „jugosłowiańskich” stronach internetowych ociekają krwią. Jedną ze stron poświęconych „albańskiemu terroryzmowi” skonstruowano w kolorach czarnym i ciemnoczerwonym. Psychologiczne właściwości barwy czarnej polegają na przygnębiającym działaniu, wywoływaniu smutku, z kolei barwa czerwona działa pobudzająco i jest bogata w skojarzenia⁵⁵ (widoki krwi, łuny pożarów). Zupełnie inaczej zaprojektowano stronę USIA, która jest utrzymana w spokojnym, nastrajającym sentymentalnie, uspokajającym niebieskim kolorze.

Technologiczny rozwój urządzeń sieciowych pozwala na coraz szybszą komunikację między użytkownikami, pozwala coraz sprawniej docierać do określonych zasobów, zawierających coraz większą ilość informacji. Równocześnie rozwijają się nowe sposoby kompresji danych, co umożliwia przesyłanie większej liczby bitów informacji⁵⁴. Jeżeli zatem łatwiej umieszczać w sieci coraz bogatszą informację, trudno się dziwić, że w Internecie na dobre zago-

⁵⁴ S. L. Rubinsztejn: Podstawy psychologii ogólnej. Warszawa 1962, s. 319 (za); L. Wojtasik: Psychologia propagandy politycznej; Warszawa 1986, s. 241.

⁵⁵ N. Negroponte: Cyfrowe życie — jak się odnaleźć w świecie komputerów. Warszawa 1997.

ścił ruch, np. w formie animacji, krótkich filmów itp. Ruchome obrazy zostały także wykorzystane dla potrzeb propagandy wojennej, np. w serbskich zasobach można było patrzeć na ruchome fotografie zachodnich polityków z podpisem „zbrodniarz wojenny”.



Oprócz fotografii odgrywających ważną rolę propagandową, w zasobach światowej pałeczyny pojawiały się także sugestywne grafiki, cyfrowe reprodukcje patriotyczno-historycznego malarstwa, mapy, wykresy itd. Przedstawienia graficzne dotyczące spuścizny histo-

rycznej i kulturowej Serbów w Kosowie zdominowały rządową i nieoficjalną propagandę jugosłowiańską w Internecie. Spotykamy malarstwo sakralne, zdjęcia cerkwi (Peć, Prisztina), elementy sztuki sakralnej (ikonostasy, starodruki, obrazy świętych, także zdjęcia grobowców wybitnych serbskich władców). W zasobach serbskich pojawiało się też patriotyczne malarstwo serbskie (np. Pawle Jowanović „Wyprowadzenie Serbów pod wodzą Arsenija Crnojewicia”). Wizerunki serbskich bohaterów, „obrońców ojczyzny” (często ściganych przez międzynarodowy wymiar sprawiedliwości), zdjęcia polityków (np. Miloszevicia), a także serbskich bohaterów narodowych były ważnym elementem propagandowej gry. Jugosłowianie zamieszczali także zdjęcia „wrogów narodu serbskiego”, np. Christophera Walkera.



Strona natowska koncentrowała się na demaskowaniu „serbskiej maszyny przemocy”. W tym celu korzystano ze zdjęć, przedstawiających „brutalną siłę działającą w Kosowie” (np. zdjęcia serbskiej policji). Pokazywano również mapy Jugosławii i

Kosowa, często informujące o rozmieszczeniu wojsk federalnych, które należało zniszczyć. Natowscy rzecznicy i sztabowcy podając do publicznej wiadomości kolejną „największą” liczbę wykonanych lotów bojowych dowodzili efektywności wykonywanych uderzeń. Dlatego w zasobach NATO spotykamy znajome — chociażby z wojny w Zatoce — zdjęcia satelitarne, dowody precyzyjnych uderzeń, trudne do zweryfikowania w sytuacji, gdy niezależne media nie miały wstępu na teren Jugosławii. Internetowe witryny NATO i amerykańskich agencji rządowych zawierały



także zdjęcia-dowody serbskich zbrodni w Kosowie: zdjęcia kolejnych miejsc, gdzie „ziemia została świeżo wzruszona”, „naprędce usypano grobowe kopczyki” itp.

Serbowie — na użytek propagandy zewnętrznej — starali się obracać natowskie przekazy wizualne w przedstawienia bardzo konkretne. Indywidualizacja obrazów działa mocniej na wyobraźnię, można było zatem zapoznać się — z bliskich ujęć — z konkretnymi zniszczeniami, ujrzyć zabitych i rannych (także kobiety i dzieci), zbombardowane obiekty cywilne, zniszczone zabytki kultury i sztuki. Wszystkie te obrazy przedstawiano jako efekty natowskich



pomyłek. Na konferencjach prasowych państw Sojuszu zaprzeczano wielu doniesieniom Belgradu. Kiedy pokazano szpitalną salę z pierwszymi cywilnymi ofiarami nalotów na Jugosławię — zaledwie kilkadziesiąt minut po ataku — jeden z natowskich polityków stwierdził, że gdyby te informacje były prawdziwe, to oznaczałoby, że Jugosłowianie mają najszybsze karetki na świecie i ... najbrudniejsze bandaże. Dlatego, aby podnieść

wiarygodność swoich przekazów, serbscy propagandyści nierzadko korzystali z zachodnich źródeł, agencji prasowych (np. Reuter).

Dla propagandy serbskiej winowajczynią eskalacji konfliktu w Kosowie jest oczywiście WAK. Dlatego widzimy na przykład „broń skonfiskowaną albańskim terrorystom, kiedy nielegalnie próbowali przekroczyć granicę albańsko-jugosłowiańską”. Na „terrorystycznych” zdjęciach są przedstawiani także najemnicy, nazywani często mudżahedinami, zapoznajemy się z obrazami domniemanych obozów terrorystycznych bojowników WAK, które znajdują się w Albanii (np. w wiosce Trapoja).

Indywidualizacja obrazów śmierci dotyczy w szczególności propagandy antyalbańskiej. Kiedy patrzymy na wstrząsające fotografie (zabici, ranni, wraki samochodów, ostrzelane fasady budynków), niemalże dotykamy śmierci i przemocy. Podobne emocje wywołują również podpisy pod zdjęciami, przedstawiającymi skutki „terrorystycznej” działalności WAK. Widzimy na przykład zastrzelonego serbskiego policjanta, a z podpisu pod zdjęciem dowiadujemy się, że ofiara osierociła sześciomiesięczne dziecko. Zdjęcia i relacje zbrodni albańskich terrorystów (tortury, wybijanie oczu, obcinanie uszu są z a w s z e bardzo konkretne, np. „Jak albańscy terroryści porwali, zamordowali i spalili serbskich mieszkańców wioski Klecka”.

Na wyobraźnię adresatów propagandy mają działać także graficznie przedstawiane dane, tabelaryczne zestawienia obrazujące eskalację terroryzmu w Kosowie, wykresy przedstawiające zwiększającą się liczbę ataków WAK na policję oraz cywilną ludność Kosowa (także ludność albańską).

„W latach 1991–1997 miało miejsce 90 terrorystycznych aktów skierowanych przeciwko policji i budynkom policyjnym. W tych atakach zginęło 13 policjantów, 49 odniosło rany”. Inny podpis: „W tych samych latach: 21 ataków przeciwko mniejszości albańskiej (17 zabitych — 9 rannych); 14 ataków na Serbów (9 zabitych — 12 rannych)”.



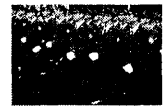
Niezwykłe, że bardzo często obydwie strony (tzn. Serbowie i Albańczycy) publikują w sieci te same zdjęcia, jako dowód zbrodni popełnianych przez przeciwnika. Dla strony albańskiej to, co widzimy, jest ewidentnym dowodem ludobójstwa, jakiego dopuścili się bojówki serbskie w miejscowości Raczak. Zwolennicy Serbów uznają tego typu wizerunki za mistyfikację i zwracają uwagę, że przedstawione obrazy nie są zgodne z kulturą muzułmańską, do której Albańczycy przecież należą (niezawoalowane kobiety z portretami i świecami, czarne stroje żałobne, etc.). Przypomina się przy okazji sprawy Raczaku reakcję „wielkiego muftiego z Belgradu, który publicznie przypomniał kosowskim «muzułmanom», że używane przez nich akcesoria nie należą bynajmniej do albańskiej kultury»⁵⁷.

Kolejnym elementem graficznej propagandy jugosłowiańskiej są strony zawierające przekaz wizualny, który ma przekonać, że mimo nierównych sił, armia FRJ jest gotowa do walki w



obronie ojczyzny — „Wojska Jugosławii dysponują około 200 samolotami, z których 60 zostało zmodernizowanych i wyposażonych w nowoczesną technologię. Stosunek sił powietrznych między

NATO a Jugosławią 400 : 60”. Na innych stronach jugosłowiańskiej armii można napotkać demonstrację siły, widzimy zdjęcia jednostek wojskowych, emblematy wojsk powietrznych i lądowych. Autor „nieoficjalnej strony serb-



skiej armii” podpisany jako serbski czetnik chce pokazać w swym serwisie, „co czeka NATO w przypadku napaści na Jugosławię”. Chodzi o wywołanie wrażenia, że współczesna armia jugosłowiańska nawiązuje do najlepszych tradycji serbskich czetników. Dlatego na wspomnianej stronie zamieszczono zdjęcie generała Draży Mihailowicia i opatrzone znamiennym hasłem: „wolność lub śmierć”.

⁵⁷ M. G ł o g o c z o w s k i: „«Krecia wojna»” USA przeciw Jugosławii, *Żaden*, 1998/99, nr 17, s. 22–25.

*

Historia Internetu rozpoczęła się 30 lat temu⁵⁸, kiedy amerykańscy wojskowi i uczeni z agencji Advanced Research Project Agency (ARPA) połączyli w dwuwęzłową sieć Arpanet komputery z Uniwersytetu Kalifornijskiego w Los Angeles (UCLA), które miały przesłać sygnał do Instytutu Stanforda (SRI). Po trzech dekadach, gdy rozpoczęła się pierwsza cyberbitwa między jugosłowiańskimi hakerami i natowskimi specjalistami od ochrony danych, prawdziwa wojna weszła do globalnej sieci. Polityczna debata nad Kosowem od początku była główną batalią propagandową, prowadzoną także w Internecie. Aby się o tym przekonać, wystarczy sięgnąć chociażby po komunikat, odnoszący się do sytuacji na Bałkanach. Oto fragment wystąpienia politycznego wygłoszonego z okazji 50. rocznicy NATO (dostępny w sieciowych materiałach USIA), zawierający pełną gamę klasycznych i sprawdzonych technik propagandowych:

Możemy oczekiwać tragicznych dni, zarówno dla nas, jak i dla ludzi regionu [strach]. Ale nie możemy się wahać i nie możemy zawieść. Sprzeciwiając się morderczej wściekłości Miloszewicia [doczepianie epitetu], NATO odgrywa słuszną rolę obrońcy wolności i bezpieczeństwa w regionie euro-atlantycznym [piękne ogólniki]. A ponieważ nasza sprawa jest słuszna, jesteśmy zjednoczeni [wagon z orkiestrą]. Dlatego, że jesteśmy zjednoczeni, ufamy, że jest to konfrontacja między barbarzyńskim zabijaniem a konieczną siłą, między złą nietolerancją a respektowaniem praw człowieka, między tyranią i demokracją [transfer znaczenia]. Zwycięzcy [niepodważalne zwycięstwo].

Trzeba jednak podkreślić, że jeżeli w doniesieniach amerykańskiej agencji można natknąć się na przekazy propagandowe, to w przypadku jugosłowiańskiej agencji Tanjug trudno odnaleźć cokolwiek poza propagandą.

Społeczny wymiar funkcjonowania globalnej sieci opiera się⁵⁹ na niemal nieskrępowanej swobodzie wypowiedzi. Wolność od zakazów w komunikowaniu nie przekłada się na wolność do tworzenia, rozpowszechniania i korzystania z rzetelnej, sprawdzonej i pogłębionej informacji. To prawda, że jeżeli gdziekolwiek na świecie wydarzy się coś ważnego, najszybciej dowiemy się o tym z Internetu. Cóż z tego, skoro okazuje się, że informacje, które otrzymujemy, są najczęściej niepewne, powierzchowne, a czasem nieprawdziwe.

Mimo złożonego charakteru kosowskiego konfliktu, w sieci dominują propaganda albo uproszczone pseudointerpretacje wydarzeń. Przekazów tego typu jest w Internecie mnóstwo, a zamieszczane są przede wszystkim na prywatnych stronach WWW, publikowane w „gorących” listach dyskusyjnych poświęconych Bałkanom. W Internecie straszą także upiory zakazanych ideologii, opartych na spiskowej wizji świata, z których wynika, że w Kosowie „pod żydowskim przewodem goje wyrzynają się nawzajem”.

⁵⁸ W. Marciszewski: Sztuczna inteligencja, Kraków 1998, s. 163.

⁵⁹ Ważne są także inne kwestie, jak chociażby nierównomierny dostęp do technologii różnych regionów świata.

LECH M. NIJAKOWSKI

PRZEMOC JAKO KOMUNIKACJA

Zasady pracy dziennikarskiej w sytuacjach kryzysowych

Dramatyczne wydarzenia w Słupsku, gdzie po śmierci kibica wybuchły zamieszki, zmusiły środowisko dziennikarskie do przedyskutowania roli mediów w sytuacjach skrajnych napięć i konfliktów społecznych. Pojawiła się inicjatywa opracowania kodeksu, który by regulował postępowanie dziennikarzy w sytuacjach kryzysowych. Przedstawiono nawet taki dokument do dyskusji¹. Zawarte w nim tezy opierają się na szeregu założeń: określonego charakteru procesów społecznych, które prowadzą do konfliktu i wybuchu masowego niezadowolenia; dynamiki tego procesu; celów i motywacji protestujących. Z takiej wizji rzeczywistości społecznej wyprowadzane są swoiste funkcje mediów i dziennikarzy w sytuacjach zaburzeń porządku publicznego.

Od wydarzeń w Słupsku minęło dość czasu, aby poddać te założenia chłodnej, naukowej analizie, a tym samym zbadać adekwatność budowanego na ich podstawie modelu społecznych interakcji i powinności dziennikarzy. Do pracy tej skłoniła mnie nie tyle akademicka pasja, co raczej potrzeba ugruntowania takiego systemu norm, który by zapewniał dziennikarzom skuteczne i zgodne z etyką dziennikarską działanie. Wspomniana dyskusja była bowiem także odpowiedzią na krytykę mediów — zarzucano im, że zaogniały sytuację, prowokowały młodych kibiców do „medialnych” starć, ukazywały chuliganów w aurze bohaterstwa itp., itd. Adekwatność tego modelu gwarantuje zatem nie tylko „estetykę” naukową kodeksu, ale przede wszystkim skuteczność działania dziennikarzy w podobnych zajściach w przyszłości. Dlatego swoje rozważania przeprowadzę w szerszej perspektywie — skupię się na komunikacyjnym aspekcie przemocy i konfliktu, co pośrednio umożliwi mi analizę roli mediów w zajściach w Słupsku.

Dramat w Słupsku

Teza, iż przemoc jest komunikacją, była już stawiana przez badaczy, przedstawicieli wielu nauk szczegółowych. Aby zatem nie być posądzonym o arbi-

¹ Zasady pracy dziennikarskiej w sytuacjach kryzysowych. Opracował Karol Jakubowicz. Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, Centrum Monitoringu Wolności Prasy, Warszawa 1998.

tralność, rozpocznę od analizy empirycznej. Ponieważ przedmiotem analizy są interakcje między dwiema grupami: kibicami i policjantami oraz „społeczeństwem” jako środowiskiem interakcji i zarazem aktywnym arbitrem, metoda badań nie może opierać się na obserwacji uczestniczącej, która pozwoliłaby co najwyżej na rekonstrukcję hierarchii wybranej grupy i jej samoświadomości (pomijam trudności praktyczne takiej obserwacji). Z konieczności trzeba się zatem oprzeć na świadectwach pośrednich i — co za tym idzie — posłużyć aparatem krytycznej selekcji materiałów. Podstawowym źródłem informacji były dla mnie relacje prasowe ogólnopolskich dzienników, zwłaszcza *Gazety Wyborczej*, mającej oddział terenowy w Słupsku. Ważnym źródłem był także stenogram z posiedzenia sejmowej Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych, poświęconego „sprawie słupskiej”². Dodatkowo korzystałem także z wyników badania opinii publicznej na temat zająć w Słupsku³. Materiały te, choć wzajemnie się uzupełniają, mają jednak istotne mankamenty. Relacjom mediów zarzucano brak obiektywności: przedstawianie wydarzeń w wyolbrzymionej skali oraz stosowanie nieadekwatnych kategorii do opisu sytuacji. W pewnej mierze błędy rzeczowe relacji prasowych są korygowane przez wypowiedzi uczestników posiedzenia Komisji. Wypowiedziom posłów można jednak zarzucić zbyt dużą „polityzację”, tzn. tłumaczenie zająć zgodnie z uznawanym schematem ideologicznym. U wszystkich specjalistów daje się też dostrzec skłonność do „racjonalizacji” wydarzeń, zgodnie z kanonem własnej dziedziny. W tym miejscu chciałbym jedynie zasygnalizować trudności metodologiczne, jakie łączą się z materiałem, z którego korzystałem. Generalnie jednak sądzę, iż wartość poznawcza zgromadzonego materiału przewyższa jego mankamenty.

Na wstępie poczynić muszę także istotne zastrzeżenie: w prezentowanej analizie nie interesuje mnie to, jak rozegrały się naprawdę zdarzenia i procesy, takie jak pościg policjanta za chłopcem czy postępowanie prokuratury, lecz to, jak zostały odebrane przez uczestników zdarzeń. Dlatego ograniczam się do dokumentów, które pozwalają na odtworzenie atmosfery zająć w Słupsku, motywacji „zbiorowych aktorów” tamtych wydarzeń. W przypadku instytucji zaś nie interesują mnie intencje, które legły u podstaw emitowanych świadomie lub nie komunikatów, tylko same komunikaty.

Ponieważ wydarzenia w Słupsku nie dają się sprowadzić do jednego schematu, np. „walka kibice — policja”, analiza będzie musiała przebiegać na kilku płaszczyznach. W związku z tym na wstępie, dla porządku, zaprezentuję skróconą chronologię wydarzeń⁴.

² Na posiedzeniu obecni byli, oprócz posłów—członków komisji: Krzysztof Budnik (podsekretarz stanu w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Administracji), nadinspektor Marek Papiński (komendant główny Policji) oraz Janusz Tomaszewski (wicepremier, minister spraw wewnętrznych i administracji). Posiedzenie odbyło się 20 stycznia 1998 roku.

³ Badania CBOS, 16–20 stycznia 1998, N=1153.

⁴ Korzystam tutaj z zestawienia zaprezentowanego przez magazyn *Press* 1998 r., nr 2, s. 24–25, oraz z relacji *Gazety Wyborczej* (kolejne numery od 12 do 15 stycznia 1998 r.).

W sobotę 10 stycznia 1998 o godz. 19.45 zakończył się mecz II ligi koszykówki Czarnych Akpol Słupsk i AZS Zagaz Koszalin. Kibice wracali grupami. Wobec jednej z nich nastąpiła interwencja policji. Wskutek pościgu sierżanta Dariusza W. upadł nieprzytomny jeden z kibiców — Przemysław Czaja (urodzony 7 lipca 1984). Karetkę wezwała przypadkowa osoba. Chłopiec umarł o godz. 20.20 w szpitalu, nie odzyskawszy przytomności.

Więść o zdarzeniu szybko się rozeszła. Jego świadkowie przedstawiali własne wersje wydarzeń, które — jak wskazują na to późniejsze przekazy — były podawane dalej w ufabularyzowanej formie. 16-letni Kuba Z. twierdził, że Przemka pobił policjant. Na udeptanym trawniku pozostał ślad zajścia — dużo krwi — stając się podstawą do dalszych spekulacji.

W niedzielę 11 stycznia trwało już postępowanie wyjaśniające prokuratury. Trzech prokuratorów nieprzerwanie przesłuchiwało świadków. Rzecznicy policji i prokurator odmówili informacji, mimo że w prokuraturze oczekiwano wielu dziennikarzy. Wojewoda utworzył sztab kryzysowy.

Przed południem kilkudziesięciu młodych ludzi wbiło symboliczny krzyż w miejscu śmierci Przemka. Do Słupska przybyli tymczasem wysłannicy Komendy Głównej Policji. W południe dr Waldemar Golian przeprowadził sekcję zwłok w celu ustalenia przyczyny zgonu. W praktyce miał opowiedzieć się za jednym z członów alternatywy: czy bezpośrednią przyczyną śmierci chłopca był cios pałką policyjną, czy też zderzenie ze słupem trakcji trolejbusowej w czasie ucieczki⁵.

O godz. 14.00 doszło do pierwszej pikiety kilkuset kibiców przed prokuraturą.

O godz. 16.00 prokurator Stanisław Szlachetka poinformował, że przyczyną śmierci był krwotok do mózgu, spowodowany uderzeniem głową o słup. Między szyją i zuchwą był ślad po uderzeniu pałką, lecz, zdaniem biegłego, nie to spowodowało zgon. Mimo to prokurator i tak zamierzał przedstawić zidentyfikowanemu już policjantowi zarzut nieumyślnego spowodowania śmierci. Drugi prokurator, Tomasz Walendziak, przyznał, że nie jest w stanie wyjaśnić, dlaczego Przemek umierał kilkanaście metrów od słupa.

Wieczorem (po godz. 18.00) przed prokuraturą doszło do starć rozwścieczonych komunikatem kibiców z policją. Kibice wybili kamieniami kilka szyb. Policja interweniowała. W tym samym czasie starszy sierżant Dariusz W. został tymczasowo aresztowany. Lokalne Radio City na żywo relacjonowało rozruchy. Starcia uliczne zakończyły się dopiero po północy.

W poniedziałek 12 stycznia prokurator zlecił drugą sekcję zwłok Zakładowi Medycyny Sądowej w Gdańsku. Andrzej Markiewicz, rzecznik Zarządu Wojewódzkiego NSZZ Policjantów, obwinił lokalne stacje radiowe o spowodowanie zamieszek.

⁵ Sprawa pierwszej sekcji stała się podstawą licznych kontrowersji: (1) dr W. Golian jest patomorfologiem, a nie medykiem sądowym, (2) wydał ekspertyzę, mimo iż nie znalazł punktu wyjścia krwawienia — co sam potwierdza w wywiadzie opublikowanym w *Gazecie Wyborczej* (z 16 stycznia). Wypowiada tam także następujące twierdzenie: „Prokurator powiedział mi, że chłopiec uderzył również o słup. Ogólny charakter obrażeń był taki, że mając do wyboru słup i pałkę, wybrałem słup”.

O godz. 17.30 wybuchła kolejna fala zamieszek. Tym razem na ulicach przeważali jednak dorośli, w tym wielu pijanych. Telewizja poinformowała o odebraniu śledztwa prokuraturze w Słupsku i powierzeniu go prokuraturze w Elblągu. W tym samym czasie słupskie redakcje gazet i stacji radiowych odwiedził wiceminister Bogdan Borusewicz. Apelował o wyciszenie nastrojów i nieinformowanie o godzinie pogrzebu Przemka.

Wieczorem, wedle reportera *Gazety Wyborczej*, „do komendy policja przywoziła zatrzymanych, głównie młodych mężczyzn. Wprowadzano ich na dziedziniec i choć nie stawiali oporu — pałowano”⁶.

We wtorek 13 stycznia *Gazeta Wyborcza* poinformowała o nieoficjalnych jeszcze wynikach drugiej sekcji, według której przyczyną śmierci Przemka miało być uderzenie pałką policyjną. Prokuratura w Słupsku odwołała konferencję prasową, podczas której zamierzano prawdopodobnie poinformować oficjalnie o rezultatach badań.

Wieczorem ponownie tłum wyszedł na ulice. Udało się jednak zachować spokój. W tym czasie obowiązywał już zakaz sprzedaży alkoholu i przyspieszony tryb orzekania w kolegium do spraw wykroczeń.

Do Słupska przybyły forpocztę kibiców na środowy pogrzeb Przemka.

Środa 14 stycznia była dniem pogrzebu Przemka Czai. Na pogrzebie obecna była m.in. żona premiera Buzka. Przybyło kilka tysięcy osób oraz tysiąc policjantów. Po pogrzebie doszło do zamieszek, jednak już nie w takiej skali, co w poprzednich dniach. Dość szybko udało się opanować sytuację.

W czwartek 15 stycznia sąd w Słupsku podtrzymał areszt wobec policjanta Dariusza W., uznając, że jego pozostanie na wolności spowodowałoby podejrzenie o matactwa. Jednym z argumentów był fakt, że nadal nie ujawniono wyników drugiej sekcji zwłok.

Sztab kryzysowy wojewody słupskiego poinformował o godz. 17.30 o zawieszeniu działalności. Przyspieszony tryb orzekania kary przed kolegiami oraz zakaz sprzedaży alkoholu obowiązywały do 15 lutego. Straty: 125 tys. zł w mieniu. Blisko 300 osób zatrzymano do wyjaśnienia. Rannych zostało 90 osób, w tym 72 policjantów i 18 cywilów.

Karnawał kibiców

Śmierć chłopca nastąpiła w szczególnym czasie, który roboczo nazwę „karnawałem kibiców”. Ta Bachtinowska kategoria, choć może być traktowana jako zbyt archaiczna do analiz tego typu (a także nazbyt „czcigodna” do opisu „chuligańskich burd”), dobrze opisuje to, co dzieje się zwykle podczas meczu⁷. Za karnawał uchodzić może nie tylko mecz piłkarski, ale także mecz koszykówki, choć w tym przypadku różna jest skala wydarzeń. „Impreza spor-

⁶ *Gazeta Wyborcza* z 13 stycznia 1998 r. W tej sprawie reportera, który obserwował zajście z mieszkania położonego w pobliżu komendy, przesłuchiwała prokuratura.

⁷ Korzystam tutaj ze swych wcześniejszych analiz — por. *Funkcje irracjonalne. Młoda Polonistyka* z 1998 r.

towa” pozwala młodym ludziom na chwilowe „uwolnienie” się od nieakceptowanych ról społecznych (uczeń, podwładny, syn itp.), wyzwolenie emocjonalnych zachowań, które w tym porządku nie podlegają karze. Mecz jest uroczystością, a zatem wyjątkiem od reguły, umożliwia „chwilowe wyjście poza ramy zwykłego (oficjalnego) porządku życia”⁸. Jednak tak ogólna charakterystyka nie przybliża, ale wręcz zafałszowuje obraz meczu. Nie jest on bowiem, jak wynika z modelu Bachtina, jedynie czasem odrodzenia i odnowienia do życia oficjalnego, wymagającego posłuszeństwa normom i zasadom (choć pełni również i takie funkcje, bardzo istotne dla stabilności struktur społecznych), lecz raczej jest sposobem na kreowanie tożsamości grupowej kibiców. Uczestniczenie w meczu dostarcza więc nie tylko rozrywki, ale także (w wielu grupach społecznych — przede wszystkim) pozwala na integrację własnej osobowości i nadanie rzeczywistości społecznej sensu — zgodnego z prostą ideologią danej grupy kibiców.

W czasie meczu kibic nie zapomina przeto o „społeczeństwie” (nauczycielach, urzędnikach, pracodawcach itd.), ale raczej okresowo zmienia swój stosunek do jego instytucji i autorytetów. Bachtin pisał o wkraczaniu ludu do „utopijnego królestwa powszechności, wolności, równości i obfitości”⁹. Wolność w przypadku kibiców może stać się okazją do uzewnętrznienia frustracji wobec przedstawicieli oficjalnego porządku. Obserwacja skutków własnej agresji uświadamia młodym ludziom ich siłę — a tym samym kruchość podstaw instytucji, które — w ich odczuciu — na co dzień ich represjonują.

Rozważania te nie mają na celu szczegółowej analizy „karnawału kibiców” — ich zadaniem jest jedynie ukazanie wyjątkowości sytuacji, w jakiej doszło do śmierci Przemka Czał. Ich ogólność może jednak sprawiać wrażenie, że kibiców traktuję jak zwartą grupę o wyrazistych cechach dystynktywnych, co nie jest prawdą. Wyznaczniki kulturowe tylko częściowo determinują zachowania kibiców — w istocie jest to grupa niejednorodna ze względu na stratyfikację społeczną. Jednak w wydarzeniach w Słupsku „czynnik świadomościowy” miał duże znaczenie, a tym samym kibice, którzy brali udział w zajściach, podpadają pod charakteryzowany typ kibica.

Choćby pobieżna analiza zachowań i komunikatów kibiców musi jednak prowadzić do konkluzji, że ich tożsamość jest budowana w oparciu o negatywne odniesienia: w stosunku do innych grup kibiców (zwolenników innych klubów sportowych) oraz w stosunku do policji, która w hierarchii wrogości stoi na samym szczycie. Tym samym opisywany „karnawał” staje się w coraz mniejszym stopniu świętem, a w coraz większym „wojną”. W istocie bowiem kategoria „karnawał” pozwala na uchwycenie jedynie incydentalnych zjawisk w czasie meczu, a ponadto obejmuje działania nie tylko kibiców¹⁰, ale wszystkich tych, którzy korzystają z dobrodziejstw tego święta ludu. Kategoria ta jest

⁸ Michał B a c h t i n: *Dialog — język — literatura*. Warszawa 1983, s. 146.

⁹ Tamże.

¹⁰ „Kibic” w tym znaczeniu to członek pewnej grupy, którą można wyróżnić z agregatu wszystkich widzów danej imprezy sportowej. Nie przesądzam, jaki jest charakter tej grupy — można jednak stwierdzić, iż ma ona wiele cech subkultury.

mimo to potrzebna: budowanie tożsamości grupy odbywa się przede wszystkim na meczach (i wyjazdach z nimi związanych), a zatem tożsamość ta jest zapośredniczona w karnawale. To zapośredniczenie może sprawiać mylne wrażenie, iż kibice są zainteresowani swoją grupową tożsamością tylko w czasie meczu. Tak zdaje się twierdzić Mirosław Pęczak:

K.p. [kibice piłkarscy] stanowią subkulturę, którą można określić jako sytuacyjną. K.p. nie jest się na co dzień, lecz w sytuacji (tj. w dniu) meczu. Futbol, inaczej niż np. motocykl w subkulturze motocyklistów, nie organizuje całego życia i sposobu uczestnictwa w kulturze. Co więcej, nie jest się k.p., gdy ogląda się mecz w telewizji. Jest się nim w drodze na stadion, na stadionie i w drodze powrotnej. A przede wszystkim jest się nim tylko w masie k.p.¹¹

Oczywiście pewne cechy tej tożsamości ujawniają się tylko w grupie, ale nie wyczerpują one katalogu cech dystynktywnych tej grupy.

Dlatego zamieszki na trybunach stadionów wskazują na głębsze struktury, które funkcjonują podskórnie, również w życiu codziennym. Walki pomiędzy kibicami klubów sportowych odbywają się nie tylko na stadionach i nie tylko z okazji meczu. Wojna trwa stale: w szkole, na podwórku, w dzielnicy, w pociągu, za granicą. Grupa kibiców, fanów danego klubu, tworzy strukturę zamkniętą, posiada własną hierarchię, symbolikę (przede wszystkim popularne szaliki z godłami klubu, od których biorą nazwę tego typu grupy — „szalikowcy”). Oni n a p r a w d ę s ą kibicami, „reprezentują” najlepszy klub, są najbardziej waleczni. Po prostu „są”. „Szalikowcy” innych klubów są „obcy” (gorsi), ale wrogiem wszystkich są policjanci. Jeśli pewne grupy kibiców mogą zawrzeć koalicję z innymi grupami przeciw wspólnym wrogom (wtedy „trzymają sztamę”), to nikt nigdy nie wspierał policji w walce z nawet najbardziej znienawidzonym klubem. Jest to tradycyjny model walk plemiennych i plemienną tożsamością — przez antropologów grupy kibiców określane bywają mianem „struktur neoplemiennych”. Gwarantują one t r w a ł e samookreślenie, celowość i sensowność życia, tworzą trwałą strukturę interakcji, alternatywną wobec oficjalnej. Dzięki temu „oficjalność” traci dla kibica obcość, jest on stale „na wojnie”, na której jest bohaterem. Ważną rolę odgrywają tu media, które wpisują się mimowolnie w ideologiczny schemat kibiców. Krytyka prasowa jest bowiem dla kibiców wyróżnieniem i nobilitacją. Służy do tworzenia prestiżowego rankingu agresywności¹².

Nie zamierzam rozstrzygać, czy określenie grup kibiców jako „struktur neoplemiennych” jest adekwatne. Chcę jedynie podkreślić, że skutkiem wzajemnych interakcji kibiców jest budowanie grupowej tożsamości, która pozwala na rozwój pewnego typu osobowości kibica; zaś system aksjonormatywny

¹¹ Mirosław Pęczak: *Mały słownik subkultur młodzieżowych*, Warszawa 1992, s. 47. Autor definiuje kibiców piłkarskich jako subkulturę, którą określa następująco: „subkultura to względnie spójna grupa społeczna pozostająca na marginesie dominujących w danym systemie tendencji życia społecznego, wyrażająca swoją odrębność poprzez zanegowanie lub podważenie utrwalonych i powszechnie akceptowanych wzorów kultury” (s. 4).

¹² Por. Przemysław Piotrowski: *Media a chuligaństwo na stadionach*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1996, nr 1–2.

(„ideologia”)¹³ kibiców pozwala im na interpretację świata, na wykreowanie koniecznej do egzystencji „przestrzeni sensu”¹⁴. Ideologia kibiców jest w znacznym stopniu eklektyczna, bazuje między innymi na prymitywnych wersjach szowinizmów narodowościowych¹⁵. Dlatego często grupy kibiców wpisane są w podziały innego poziomu, jak np. „skini-punkowie”¹⁶. Wynajdywanie kolejnych cech dystynktywnych własnej grupy powoduje syntezę symboliki — dlatego często członkowie danej grupy kibiców są jednocześnie skinami (jakkolwiek rozumieć tę „ideologię”).

Nie należy jednak sądzić, iż wrogość kibiców do policjantów jest równoznaczna z odrzuceniem porządku oficjalnego w całości. Kibice utożsamiają się z „Narodem” (prawdziwym), „Państwem” (idealnym) etc. Nawet jeżeli swoją tożsamość budują w opozycji do konkretnych instytucji państwa prawa, to i tak uważają się za „prawdziwych Polaków”.

Kibiców piłkarskich można też rozpatrywać przez pryzmat kategorii „grupa chuligańska”. W ten sposób analizę prowadzi Tadeusz Müller:

Współczesnym przykładem [„grup zdecydowanie chuligańskich”] mogą być grupy kibiców, które po meczu ciągnąc przez miasto szukają okazji do awantur i bijatyk z kibicami innych drużyn lub spokojnymi przechodniami. [...] Na trybunach stadionów, wśród grup podochochoonej alkoholem młodzieży ujawniają się wszystkie cechy gangów chuligańskich¹⁷.

Choć ujęcie to pozwala na posłużenie się istniejącą teorią grup chuligańskich, to jednak — jak sądzę — tak jednoznaczna kwalifikacja w przypadku tej analizy nie jest *a priori* uprawniona. Niewątpliwie jednak jest wiele elementów wspólnych między charakterystyką kibiców a chuliganów.

Podsumowując wstępne rozważania należy podkreślić, iż przed śmiercią Przemka Czai: (1) kibice mieli zwiększoną świadomość własnej przynależności grupowej, co doprowadziło do wzrostu integracji grupy, (2) kibice odnowili swą wrogość do policji (stosując „przemoc” symboliczną — zwłaszcza śpiewa-

¹³ Używam tu dwóch pojęć: „ideologia” oraz „system aksjonormatywny” w odniesieniu do zespołu norm („kodeksu honorowego”) i zespołu twierdzeń ogólnych grupy kibiców. Żdaję sobie jednak sprawę, że są to określenia nieadekwatne, gdyż poziom systemowości tych też jest znikomy. Problem ten wymagałby szczegółowej analizy, na którą nie mogę sobie w tym artykule pozwolić.

¹⁴ Interesująca jest tu rozmowa dziennikarza *Gazety Wyborczej* z „Bosmanem” — przywódcą kibiców Legii Warszawa, która to wypowiedź jest reprezentatywna dla wielu wypowiedzi kibiców:

„[...] — Nigdy nie miałeś wrażenia — pytam — że to całe kibicowanie to cholernie niepoważna sprawa? Rozumiem: konstruować mosty, malować obrazy, kierować taksówką...

— Każdy ma swoje zajęcie. Ja zajmuję się piłką i chodzę na mecze. Jak ktoś woli, to chodzi do kościoła albo zbiera znaczki. [...]” (cyt. za: Jacek H u g o - B a d e r: Kibole. Wojna plemion. *Gazeta Wyborcza* z 7–8 marca 1998, s. 9).

¹⁵ Oto charakterystyczny fragment jednego z pism kibiców (tzw. „fanzinów” — nieregularnych, odbijanych na ksero): „Każdego boli pewnie serce, gdy widzi niemiecką szmatę na polskim stadionie. Jest to głównie na Hanyśowie. Nie mówię, że wszyscy są tam Szwabami, ale jest rzesza zwolenników tego gówna. Dla tych folksdojczów jest przewidziane jedno — eksterminacja. Jeśli oni wieszają niemieckie szmaty, to czemu nie mielibyśmy powiesić żydowskich ścier na stadionach. Żydzi wyrządzali i wyrządzają niewiele mniej krzywd niż Niemcy”. („Hool's” — fanzin Lecha Poznań, 1995, cyt. za: Jacek H u g o - B a d e r: Kibole..., wyd. cyt.).

¹⁶ Por. „walki” w Radomsku: reportaż Ireny Morawskiej z magazynu *Gazety Wyborczej* z 28 marca 1997, s. 18.

¹⁷ Tadeusz Müller: *Młodzieżowe podkultury*, Warszawa 1987, s. 80, 86.

jąc obraźliwe piosenki), (3) zaktywizowały się osoby z marginesu społecznego¹⁸.

Fatalny komunikat

Interwencja policjantów wobec grupy, w której szedł Przemysław Czaja, została przez kibiców odebrana jako „atak wroga”. Według 25-letniego Grzegorza B. 200-osobowa grupa kibiców szła z hali Gryfii w kierunku dworca.

Grupa była rozciągnięta, część przechodziła na czerwonym świetle. — Dwa radiowozy zajęły im drogę. Kibice rozpierzchli się, z radiowozu wypadł policjant z pałką. Bił na oślep. To były 12–15 letnie dzieci. Widziałem, jak uderzony pałką chłopiec padł na chodnik.

Ważna jest deklaracja jednego z kibiców (Marzenny M., kibica Czarnych):

Nagle policjanci wjechali w nas radiowozami. Krzyknęliśmy: „Białe pały to pedały!”, „Policja to k...!”. Oni zaczęli bić¹⁹.

Kibice korzystali z tradycyjnego arsenału środków agresji symbolicznej (wulgarnie epitety zawarte w piosenkach lub skandowanych hasłach). To negatywne odniesienie do policji służyło — jak to zostało opisane powyżej — ekspresji tożsamości grupowej oraz integracji aktualnej grupy kibiców. Agresja ze strony policjantów musiała więc zostać wpisana w stereotypowy obraz wroga, potwierdzając go zarazem.

Przemek Czaja stał się zatem natychmiast „poległym w czasie walki”²⁰. Informacja o jego śmierci musiała uruchamiać u słuchaczy (kibiców) stereotypowy obraz policjanta, którego ważną cechą jest „pałowanie” b e z p o w o d u. Tym samym okoliczności śmierci były rekonstruowane nie w oparciu o fakty, ale o własne wyobrażenia. Kibice odpowiedzieli adekwatnie do własnej wykładni sytuacji: wszczynając zamieszki. Do pierwszej pikiety kilkuset kibiców pod prokuraturą doszło w niedzielę (ok. 14.00), a więc następnego dnia po wypadku.

W niedzielę — jeszcze przed zamieszkami — odbyła się ważna „uroczystość”: kilkudziesięciu młodych ludzi wbiło krzyż w miejscu śmierci kibica i przykryło go biało-niebieskim szalikiem Czarnych Słupsk. To miejsce stało się odtąd istotnym punktem odniesienia — nie tylko dla kibiców, ale i dla pozostałych mieszkańców Słupska. Składano tam kwiaty i palono znicze, odprawiono także mszę. Nastąpiła sakralizacja tego miejsca.

Nie tylko miejsce śmierci Przemka połączyło młodych kibiców i dorosłych mieszkańców Słupska. Połączył ich protest, choć — jak można sądzić —

¹⁸ Na podstawie zebranych materiałów trudno ustalić, jaka była skala tego zjawiska. Prawdopodobnie — standardowa dla tego typu imprez sportowych.

¹⁹ Krzysztof N a ł ę c z, Roman D a s z c z y Ń s k i: Śmierć 13-latka, Słupsk wrze. *Gazeta Wyborcza* z 12 stycznia 1998, s. 1 (*Gazeta* z poniedziałku — Przemek Czaja zginął w sobotę).

²⁰ Przemek Czaja nie należał do tzw. „młyna”, tj. podgrupy kibiców zawsze gotowych do walki z policją lub kibicami innych drużyn. W tym sensie nie był „towarzyszem walki”. To ważne — także dla kibiców, szczególnie starszych, zginął nie tylko kibic, ale i dziecko.

wyptywający z różnych pobudek. Dla dorosłych zginęło dziecko (13-latek), dla kibiców przede wszystkim członek ich grupy. Niezależnie od motywów udział dorosłych w zajściach legitymizował poczynania młodych. Zajścia w Słupsku przeto już na początku przekraczają schemat „walka policja — kibice” i dotyczą problematyki „nieposłuszeństwa obywatelskiego”, które stanie się kluczowym momentem dalszego rozwoju sytuacji.

Zdarzeniem, które doprowadziło do eskalacji zajęć w Słupsku, stał się komunikat prokuratora Stanisława Szlachetki. Poinformował on w niedzielę (11 stycznia, godz. 16.00), iż przyczyną śmierci chłopca był krwotok do mózgu spowodowany uderzeniem głową o słup trakcji trolejbusowej. Twierdził, iż wprawdzie między szyją i żuchwą znaleziono ślad po uderzeniu pałą, lecz, zdaniem biegłego, nie to spowodowało zgon. Takie stanowisko prokuratury wywołało wściekłość kibiców, a także oburzenie wielu dorosłych mieszkańców miasta. Należy bowiem pamiętać, że od wielu godzin krążyły już po Słupsku nieoficjalne wersje śmierci, które jednoznacznie obwinały policjanta (policję) za śmierć chłopca. Wersja prokuratury klóciła się nie tylko z relacjami „naocznych” świadków (tych, którym taki status przyznano, tzn. tych, którym wierzono, iż byli naocznymi świadkami), ale także ze stereotypem policjanta, który odnowiono w trakcie „karnawału”. Komunikat prokuratury był więc negowaniem „oczywistości”. Musiał przeto być, wedle tego prostego schematu rozumowania, celowym działaniem prokuratury, chcącej ukryć ewidentną winę „swojego człowieka”.

Skierowanie agresji na prokuraturę było odebraniem jej statusu neutralności, jaki posiadała dotychczas — tak jak wszystkie elementy „środowiska społecznego” (środowiska interakcji kibice — policja) — i dołączeniem jej do grupy policjantów. Przemoc była zatem protestem wobec jej działania. Kibice ustawili się tym samym w opozycji do „przedstawicieli państwa” (porządku oficjalnego), którzy postąpili stronnico („niesprawiedliwie”).

Nieposłuszeństwo obywatelskie

Jeżeli działanie kibiców było w znacznym stopniu determinowane przez ich wcześniejszą definicję sytuacji, to protest dorosłych należy wytłumaczyć przy pomocy zupełnie innych kategorii, w tym zwłaszcza przywołanej już kategorii „nieposłuszeństwo obywatelskie”. Pochodzi ona raczej ze słownika politycznego niż socjologicznego, a wprowadził ją do niego Thoreau, wydając esej „Obywatelskie nieposłuszeństwo”. Chciałbym przybliżyć tę kategorię na podstawie eseju Hannah Arendt „Nieposłuszeństwo obywatelskie”²¹, który pozwala na bardziej modernistyczne analizy, bliższe problemowi tego rozdziału. Przede wszystkim musimy

²¹ Hannah A r e n d t: O przemocy. Nieposłuszeństwo obywatelskie, przeł. A. Łagocka, W. Madej, Warszawa 1998. Fakt, iż tekst Arendt, choć przynależy do kanonu filozofii polityki, porusza problemy ważne dla analizy wydarzeń w Słupsku, potwierdza wagę interdyscyplinarnego ujęcia tego typu problemów.

odróżniać tych, którzy sprzeciwiają się w imię własnego sumienia, oraz przypadki nieposłuszeństwa obywatelskiego, gdzie mamy w rzeczywistości do czynienia ze zorganizowanymi mniejszościami, złączonymi raczej wspólną opinią aniżeli wspólnym interesem, oraz postanowieniem sprzeciwu wobec polityki rządu, nawet jeżeli cieszy się ona poparciem większości; ich wspólne działanie wyrasta z wzajemnego porozumienia między wszystkimi członkami grupy i właśnie to porozumienie nadaje siłę i przekonanie ich opinii, niezależnie od tego, jak do niej pierwotnie doszli²².

Charakterystyka Arendt zmierza wyraźnie do powiązania nieposłuszeństwa obywatelskiego ze stowarzyszeniem się w dobrowolne związki, ale jej rozważania nie tracą na wartości przy pominięciu tych konsekwencji. Protest mieszkańców Słupska był spontanicznym, a nie zorganizowanym sprzeciwem wobec „polityki prokuratury”, która — w ich odczuciu — zmierzała do zatuszowania winy policjanta, ale ta spontaniczność nie neguje politycznego wymiaru protestu. Tym samym dorośli, zjednoczeni wspólną opinią, zdecydowali się na publiczne złamanie prawa w celu obrony „ducha” tego prawa. Taka interpretacja może wydawać się zbyt „idealistyczna”, ale należy pamiętać, że nie dotyczy wszystkich uczestników wydarzeń, lecz jedynie tych, którzy stali się przykładem dla innych. Ci, którzy wykrzykali pierwsze słowa protestu, dążyli raczej do sprawiedliwego procesu, niż do walki z policją. Warto w tym miejscu przytoczyć fragment rozmowy z „Jędrasem”, kibicem Widzewa Łódź:

- Czy sądzisz, że te zadymy w Słupsku były usprawiedliwione?
- Gdyby to się stało w Łodzi, byłoby tak samo.
- Nie były możliwe inne formy protestu?
- To się odbiło dużym echem. Inaczej znów by się okazało, że to nieszczęśliwy wypadek²³.

A teraz zestawmy go z wypowiedzią prof. Andrzeja Siemaszki, dyrektora Instytutu Wymiaru Sprawiedliwości:

Jeżeli się potwierdzi, że policja zabiła 13-letniego chłopca, to byłoby wydarzenie bez precedensu w najnowszej historii Polski. Wtedy nawet agresywna reakcja tłumu jest usprawiedliwiona. Tego typu reakcje nie są odosobnione — to samo się działo niedawno w Paryżu czy w Strasburgu w analogicznych przypadkach²⁴. Za czystością intencji kibiców świadczyć może fakt, iż w pierwszej fazie zajęć taksówki i prywatne auta nie były niszczone²⁵.

W tej perspektywie należy jeszcze przytoczyć wypowiedź Krzysztofa Budnika (podsekretarza stanu w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Administracji) na posiedzeniu komisji sejmowej:

²² Tamże, s. 145–146.

²³ Biegiem na dworzec i pałowanie. *Gazeta Wyborcza* z 14 stycznia 1998, s. 4.

²⁴ Najgorsza była demonstracja siły. *Gazeta Wyborcza* z 13 stycznia 1998, s. 5. Prof. Siemaszko nie stawia zarzutu, iż prokuratura dopuściła się oszustwa, co jest zupełnie zrozumiałe.

²⁵ Krzysztof Nałęcz, Roman Daszczyński: Śmierć 13-latka, Słupsk wrze. *Gazeta Wyborcza* z 12 stycznia 1998, s. 1 „Obserwatorzy zajęć w Słupsku podkreślają, że agresja tłumu jest skierowana wyłącznie przeciwko policjantom. Główna arena potyczek to aleja Wojska Polskiego — rodzaj deptaku, przy którym znajdują się liczne, w tym eleganckie i drogie sklepy. Nikt się do nich nie włamywał, nikt nie próbował ich okradać, choć grupa ok. 150 osób rzuciła kamieniami. Kilka stłuczonych szyb witryn to najprawdopodobniej skutek niecelnych rzutów” (Ciz: Apele o spokój. *Gazeta Wyborcza* z 14 stycznia 1998 r., 3).

W Słupsku wszyscy mieszkańcy byli wstrząśnięci zdarzeniem, a chuligańskie wystąpienia pojawiły się w dniach następnych, a zwłaszcza w poniedziałek wieczorem. W niedzielę agresja uczestników zajęć koncentrowała się na budynku prokuratury, komendzie rejonowej Policji i radiowozach. Nie niszczone innego mienia na terenie miasta, nie było zagrożone bezpieczeństwo przechodniów.

Być może rzeczywiście zawiodła polityka informacyjna, a niezręczne sformułowanie prokuratora w czasie konferencji prasowej spowodowało ugruntowanie przekonania o próbach ukrycia zdarzenia²⁶.

Na tym samym posiedzeniu poseł Kazimierz Janiak sformułował podobną ocenę znaczenia komunikatu prokuratury dla eskalacji zajęć:

Sądzę, że wydarzenia w Słupsku były spowodowane niezręcznym wystąpieniem rzecznika prokuratury. Wzbudziło to ogromne wzburzenie i frustracje w tamtym społeczeństwie, poderwało wiarygodność organów sprawiedliwości. Odżyły dawne animozje w stosunku do policji słupskiej. Swoją opinię formułuję na podstawie rozmów prowadzonych w Słupsku w tamtych trudnych dniach. Myślę, że gdyby prokuratura wydała inne orzeczenie w niedzielę, chyba nie byłoby takich faktów w następnych dniach. [...] Podjąłem się roli mediatora z grupą kibiców. Okazało się, że ci ludzie chcieli tylko wiarygodnej oceny zdarzenia przez wymiar sprawiedliwości i sprawiedliwego wyroku sądu w tej sprawie²⁷.

Czwarta władza

„Nieposłuszeństwo obywatelskie pojawia się wówczas, gdy znaczna liczba obywateli dochodzi do przekonania, że normalne kanały dokonywania zmian nie funkcjonują, a skargi nie zostaną wysłuchane lub uwzględnione, [...]”²⁸. To stwierdzenie Arendt, jak sądzę, dobrze oddaje odczucia protestujących. Wymaga jednak obrony — przecież to właśnie media oskarżano o „podgrzewanie” atmosfery i prowokowanie zamieszek. Jak zatem ma się ta otwartość mediów na postulaty uczestniczących w zamieszkach, do rzekomego zamknięcia normalnych kanałów dokonywania zmian? Czy przychylność „czwartej władzy” nie jest wystarczającym atutem w żądaniu uczciwego procesu?

Media oskarżali przede wszystkim policjanci,

Mam nadzieję, że rolę mediów w podsycaniu atmosfery prokuratura będzie wyjaśniać tak samo gorliwie, jak gorliwie prowadzi postępowanie przeciwko naszemu koledze

— powiedział nadkomisarz Andrzej Markiewicz, wiceprzewodniczący NSZZ Policjantów w Słupsku. Oskarżał także lokalne rozgłośnie radiowe o nadawanie audycji prowadzących do eskalacji zajęć, a zwłaszcza o podanie na antenie pełnego nazwiska policjanta, który spowodował śmierć chłopca:

²⁶ Stenogram z posiedzenia Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych Sejmu RP w dniu 20 stycznia 1998 r.

²⁷ Tamże.

²⁸ Hannah A r e n d t: *O przemocy...*, wyd. cyt., s. 169.

Słyszeliśmy tylko w radiu, nie nagraliśmy na taśmę, że Radio City podało pełne nazwisko policjanta, tyle że z przekreślonym imieniem. Spiralę napięcia zaczęło jednak nakręcać Radio Vigor²⁹.

Do potępienia mediów przyłączyli się też politycy. W wywiadzie dla Radia Zet wiceminister SWiA Bogdan Borusewicz powiedział, że gdyby nie media, nie byłoby kilku dni demonstracji³⁰.

Zaś wicepremier Janusz Tomaszewski na posiedzeniu sejmowej komisji zasugerował:

Proszę zwrócić uwagę na fakt, że po 15 minutach od zakończenia transmisji słupskich mediów, ulice robiły się puste. Można z tego wysnuć wnioski, jaki wpływ na postępowanie ludzi miały media. Część ludzi nie wyszła na ulice po to, aby zaprotestować przeciw śmierci chłopca, lecz aby rzucać kamieniami³¹.

Niewątpliwie nie można tych oskarżeń lekceważyć. Rola mediów w kreowaniu zamieszek kibiców jest bowiem ogromna, co już sygnalizowałem powyżej³². Jednak w przypadku udziału dorosłych, a więc w ramach „nieposłuszeństwa obywatelskiego”, znaczenie mediów jest znacznie mniejsze. Motywem czynnego protestu musiała być raczej świadomość, iż instytucje o dużym autorytecie, sankcjonujące porządek społeczny — jak prokuratura — działają wbrew „sprawiedliwości”, a więc wbrew obywatelom. To sprzeniewierzenie się społeczeństwu jest właśnie zamknięciem „normalnych kanałów dokonywania zmian”. Sądzę, że materiały potwierdzają tę tezę. W przypadku dorosłych (nieposłusznych obywateli) rola mediów byłaby przeto wtórna, choć również ważna (zwrotnie utwierdzająca w podjętym zamiarze).

Rola mediów w czasie wydarzeń w Słupsku zmieniła się wraz z rozwojem sytuacji. Na początku media (w tym lokalne komercyjne rozgłośnie radiowe: Radio Vigor i Radio City)³³ przyjęły śmierć chłopca jako „sensacyjną informację”, co wpłynęło bezpośrednio na strukturę emitowanych komunikatów. Niewątpliwie bowiem, jak zauważa Jacek Kołodziej³⁴

Śmierć była i jest niezmiennie jednym z głównych tematów zwiększających atrakcyjność przekazów artystycznych i relacji dziennikarskich. [...] Śmierć jako wydarzenie odpowiada warunkom co najmniej połowy czynników Galtunga, bijąc pod tym względem na głowę wszystkie inne okoliczności.

²⁹ Cytaty za: Roman D a s z c z y ń s k i: Doniesienie na radio. *Gazeta Wyborcza* z 13 stycznia 1998, s. 5

³⁰ Wywiad wyemitowano 14 stycznia, a więc w dniu pogrzebu Przemka Czai. Por: *Press* 1998 r., nr 2, s. 25. Artykuł, na który się powołuję, był odpowiedzią tego branżowego pisma na zarzuty tego typu.

³¹ Stenogram z posiedzenia Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych Sejmu RP w dniu 20 stycznia 1998 r.

³² Por.: Przemysław P i o t r o w s k i: Media a chuligaństwo..., wyd. cyt. Zwłaszcza kategoria „sensacyjnej informacji” („big-bang story”) sprawia, że ze strony mediów pojawia się „popyt” na chuligaństwo (i co za tym idzie — „podaż” ze strony kibiców).

³³ W czasie zajęć w Słupsku działały dwie komercyjne rozgłośnie radiowe: Vigor i City. Ponadto słuchane były rozgłośnie ogólnopolskie. Swoją redakcję ma w Słupsku także Radio Koszalin. W mieście działają korespondenci RMF FM i TVP. Regionalne gazety to *Głos Pomorza*, *Głos Słupski*, oddział *Gazety Morskiej*, dodatku *Gazety Wyborczej*. Informacje za Tomasz J a s t r z ę b o w s k i: Tragiczny brak informacji. *Press* 1998, nr 2, s. 27.

³⁴ Jacek K o ł o d z i e j: Kultura śmierci w mediach. Śmierć: wydarzenie publiczne, wydarzenie ukryte. *Zeszyty Prasoznawcze* 1997, nr 1-2, s. 48.

Dodatkowym czynnikiem zwiększającym atrakcyjność medialną tej śmierci był szczególnie kontekst, w jakim do niej doszło — nazwany w tej pracy „karnawałem kibiców”. Tak skonstruowany przekaz uruchamiał stereotypowe definicje sytuacji, zarówno wśród kibiców i policjantów, jak i zwykłych słuchaczy. Prowadziło to do mobilizacji kibiców i mieszkańców Słupska i tym samym zaostrzało konfliktową sytuację.

Szczególną rolę odgrywały komunikaty o mobilizacji sił porządkowych. Wpłynęły one na wytworzenie się więzi solidarności między kibicami, także z innych miast. O skali tej solidarności może świadczyć fakt, iż z wielu odległych miast Polski przybywały do Słupska grupy kibiców — uzbrojone w pałki, siekiery, a nawet butelki z benzyną. Mobilizacja kibiców prowadziła wtórnie do zwiększania sił policyjnych, które dodatkowo prowokowały protestujących. Powstało więc sprzężenie zwrotne, które przy braku działań regulujących konflikt (w praktyce znacznie spóźnionych) mogło doprowadzić do dramatycznych zająć.

Powyższa charakterystyka relacji mediów może sprawiać wrażenie, że jedyną przyczyną błędów w zakresie „polityki informacyjnej” był brak profesjonalizmu dziennikarzy, co nie jest prawdą. Jak zauważył Tomasz Jastrzębowski:

W Słupsku dziennikarzom czasem brakowało doświadczenia i profesjonalizmu. Ale policjantom zabrakło ich jeszcze więcej³⁵.

Autor przytacza opisy odmowy udzielenia informacji przez policjantów na temat śmierci Przemka Czai. Dla przykładu:

Adam Kasprzyk, poprosiwszy o wypowiedź, usłyszał od jednego z policjantów: Zjem panu ten mikrofon. Policjant, spytany, dlaczego nie chce odpowiedzieć, odparł: Bo jestem niemową³⁶.

Zatem dziennikarze, którzy wykazywali naturalne zainteresowanie przebiegiem wypadków, napotykali na ścianę milczenia, która prowokowała ich do przypuszczeń. Należy pamiętać, że dziennikarze mieli zawodowy obowiązek informowania o zjściach. Odegrali zresztą kluczową rolę w upublicznieniu budzącego wątpliwości postępowania prokuratury, a tym samym w legalny sposób wpisali się w działania „nieposłusznych obywateli”.

Mieszkańcy Słupska są przekonani, że media dobrze spełniły swoją rolę — Gdyby nie dziennikarze, całą sprawę próbowano by zatuzować — przekonuje mnie taksówkarz³⁷.

W kryzysowych sytuacjach „tradycyjne” umiejętności dziennikarza nie wystarczają. Tymczasem władze miasta nie zapewniły lokalnym mediom żadnych doradców, o co dziennikarze mieli do nich pretensje³⁸. Większość deklarowanych post factum zasad dotyczących demonstracji, rozruchów

³⁵ Tomasz J a s t r z ę b o w s k i: Tragiczny brak informacji. *Press* 1998, nr 2, s. 24.

³⁶ Tamże, s. 24–25.

³⁷ Tamże, s. 27.

³⁸ Por. tamże, s. 27.

i zamieszek, zawartych w opracowanym kodeksie³⁹, została w Słupsku złamana.

W miarę eskalacji zajęć doszło do zasadniczej zmiany statusu mediów. Pod wpływem agresywnej krytyki dokonanej przez policjantów, a zwłaszcza polityków, w tym urzędników państwowych, nastąpiła integracja środowiska dziennikarskiego — w obronie „wolności słowa”. W środę 13 stycznia, po omówionych powyżej krytycznych uwagach pod adresem mediów, Centrum Monitoringu Wolności Prasy wydało oświadczenie: „Wypowiedzi atakujące media, zwłaszcza żądające odebrania koncesji słupskim stacjom radiowym, uważamy za niebezpieczne dla wolności słowa w Polsce”⁴⁰. Integracja dziennikarzy i ich opozycja wobec polityków i policjantów wtórnie legitymizowała działania protestujących — nie tylko „nieposłusznych obywateli”, ale i kibiców.

Chciałbym podkreślić jeszcze raz fakt, iż otwartość mediów na postulaty protestujących nie wiązała się z przekonaniem znacznej liczby obywateli, że ich skargi zostaną wysłuchane i uwzględnione. Media w pierwszym okresie podlegały tym samym represjom informacyjnym ze strony policji i prokuratury, co zwykli obywatele Słupska, a późniejsza krytyka autorstwa polityków dodatkowo obniżała w świadomości protestujących rolę mediów jako „czwartej władzy”.

Typy słupskich aktorów

Protestujących „nieposłusznych obywateli” łatwo odróżnić od innych ludzi łamiących prawo.

Istnieje tu zasadnicza różnica polegająca na tym, że przestępca unika widoku publicznego, podczas gdy człowiek demonstrujący nieposłuszeństwo obywatelskie, który bierze prawo we własne ręce, występuje otwarcie. Różnica pomiędzy otwartym naruszeniem prawa, dokonany publicznie, a przestępstwem potajmnym jest w tak jaskrawy sposób oczywista, że zlekceważyć ją można tylko wykazując złą wolę lub przesady⁴¹.

Jawność byłaby zatem tą cechą, która pozwala odróżnić „nieposłusznych obywateli” od wykorzystujących zamieszki lumpów.

Ale jest jeszcze inna ważna cecha, która znacznie ogranicza grono „nieposłusznych obywateli”. „Otóż drugą powszechnie przyjmowaną charakterystyczną cechą nieposłuszeństwa obywatelskiego jest niestosowanie przemocy”, gdyż nieposłuszeństwo obywatelskie nie jest rewolucją⁴². Jak zatem wyjaśnić obecność dorosłych, którzy przyłączali się do walk z policją i niszczenia mienia społecznego? Można to zrobić dwójako. Po pierwsze, uznać, iż „tłum ma swoje prawa”, a więc pierwotna motywacja jego członków została z czasem

³⁹ Zob. Aneks.

⁴⁰ Por. Tomasz J a s t r z ę b o w s k i: Tragiczny brak informacji. *Press* 1998, nr 2, s. 25.

⁴¹ Hannah A r e n d t: *O przemocy...*, wyd. cyt., s. 171.

⁴² Tamże, s. 172.

wypaczona przez zbiorowe emocje. Po drugie, można wprowadzić trzeci typ uczestników zająć w Słupsku — „ludzi dewiantów”. Wydaje się, że drugie tłumaczenie jest bardziej uzasadnione, choć jest oczywiste, że „zwierzę tłumy” nigdy nie działa racjonalnie. W pewnym sensie „ludzie dewianci” byli też wśród kibiców, ale w tym przypadku predyspozycje te były wkomponowane w charakterystykę kibica (kibic, w tym szczególnym znaczeniu, jest więc „dewiantem”).

W słupskich wydarzeniach brały zatem udział osoby, które można scharakteryzować przy pomocy trzech typów idealnych: (1) „kibic”, (2) „nieposłuszny obywatel” i (3) „człowiek dewiant”. „Nieposłuszni obywatele” nie dokonywali aktów przemocy, lecz inicjowali i legitymizowali zbiorowy protest w pierwszym jego okresie, gdy swoje oburzenie wyrażali tylko kibice. Mieli dość moralnej siły, by przeciwstawić się — jawnie i otwarcie — oficjalnemu porządkowi, a tym samym otwarli drogę innym, którzy wykorzystali ją w większości do aktywności niezgodnej z „ideałami” protestu obywatelskiego. Oczywiście taka typologia nie musi być (a nawet nie powinna) rygorystycznie przestrzegana. W zajściach słupskich musiała bowiem występować „dynamika kategoriałna” uczestników zamieszek: protestujący w zapale mógł rzucić kamieniem i wtedy stawał się już „człowiekiem dewiantem”, co nie do końca odpowiada prawdzie. Typy te należy raczej traktować jako „momenty” zająć: karnawał kibiców stał się pośrednim powodem zająć oraz zdefiniował pierwotną sytuację; protest obywateli legitymizował działania młodych i sprawiał, że inni obywatele (w tym zwłaszcza media) nie postrzegały zająć przez pryzmat schematu „walka kibice — policja” (w jego ramach działania młodych kibiców określane są po prostu jako „stadionowe chuligaństwo”); udział „ludzi dewiantów” sprawiał, że zająć się radykalizowały i trwały dłużej. Ponadto każda z grup zwrotnie wpływała na drugą, a wszystkie razem na policję, media i polityków.

W pewnym sensie „nieposłuszeństwo obywatelskie” także opiera się na przemocy, choć w sferze symbolicznej. Pojęcie „przemocy symbolicznej” jest wielce dyskusyjne (powrócę do tego w dalszej części artykułu), ale oddaje „ducha” czynności obywateli, którzy działają wbrew wiążącym ich bezpośrednio prawom i obyczajom, choć mogą to sobie tłumaczyć wymaganiami „prawdziwego ducha prawa” (prawa naturalnego). Aby sprzeciwić się oficjalnemu porządkowi, trzeba nie tylko przełamać własny opór psychiczny, ale także wybrać taki typ komunikacji (kanał komunikacyjny), który pozwoli na podkreślenie wyjątkowości sytuacji oraz wymusi na przedstawicielach tego porządku posłuch wobec postulatów zwykłych obywateli. Dlatego głośne wykrzyczenie postulatów w miejscu „nieдозwolonym” łamie prawa (państwowe, wewnętrzne danej instytucji, obyczajowe etc.), a więc jest pewną formą przemocy. Tego typu przemoc musi poprzedzać przemoc „realną” (fizyczną). W tym sensie „nieposłuszeństwo obywatelskie” nie jest tak pokojowe, jak chce Arendt. Naruszając „oficjalny porządek” otwieramy drogę do kontestacji nie tylko tym, którzy mają do tego „prawo”, lecz także „ludziom dewiantom”. Ostatecznie obywatel miłujący porządek powinien „wykrzyzczyć” swój protest nie na tłumnym rynku, ale w zaciszu urzędniczych gabinetów.

Policja zareagowała na zamieszki całkowicie stereotypowo: użyła gazów łzawiących, prowadziła bezpośrednie siłowe interwencje, a także, co istotne, groziła przez megafony wprowadzeniem godziny policyjnej. Działania policji potwierdziły paradoksalnie nie tylko stereotyp, który wyznawali kibice, ale również stereotyp agresywnej milicji u starszych obywateli — stereotyp ukształtowany jeszcze w czasie stanu wojennego. Porównania takie pojawiały się *explicite* — dla przykładu reporter *Gazety Wyborczej* telefonował do redakcji z następującym komunikatem: „Sytuacja przypomina najgorsze dni stanu wojennego. Przed chwilą policja użyła gazów łzawiących”⁴³. To potwierdzało definicję sytuacji najaktywniejszych uczestników zająć. Generalnie należy stwierdzić, że działania policji nie tylko nie doprowadziły do przywrócenia porządku publicznego, ale wręcz doprowadziły do eskalacji zająć. Dobitnie wyraził to Janusz Tomaszewski:

Dokonując wstępnej oceny wydarzeń w Słupsku w dniach 10–14 stycznia br., mogę stwierdzić, że dynamika zdarzeń zaskoczyła kierownictwo Komendy Wojewódzkiej Policji i komendy rejonowej w Słupsku, które szczególnie w pierwszej fazie nie potrafiły ocenić sytuacji i przewidzieć jej rozwoju. Przebieg wydarzeń ujawnił ewidentny brak doświadczenia kierowania jednostką w sytuacji zbiorowego naruszenia porządku publicznego. [...] Postawa Policji wobec lokalnych mediów, nieudzielenie rzetelnej informacji o przebiegu zdarzeń wzbudziło podejrzenia o matactwa w tej sprawie. Okoliczności podjęcia przez załogę radiowozu 811 interwencji, jej przebiegu dnia 10 stycznia, jako mające bezpośredni związek ze śmiercią Przemysława Czai oraz nieudzielenie pomocy przez funkcjonariuszy Policji są przedmiotem ustaleń prokuratorskich⁴⁴.

Druka sekcja zwłok

Kontrowersyjne postępowanie prokuratury spowodowało, że postanowiono powtórzyć sekcję zwłok, przy czym zlecono ją Zakładowi Medycyny Sądowej w Gdańsku. Decyzję tę podano do publicznej wiadomości w poniedziałek (12 stycznia) rano. Henryk Pracki (prokurator krajowy) w następujący sposób wyjaśniał — już po uspokojeniu się sytuacji w Słupsku — perturbację wokół prokuratury:

Po przeprowadzeniu sekcji zwłok dokonywane były dalsze czynności. Przesłuchiwano kolejnych świadków. Prokurator, konfrontując wyniki sekcji zwłok z uzyskanymi zeznaniami kolejnych świadków, powziął wątpliwość co do trafności diagnozy lekarskiej, a więc stanowiska biegłego w sprawie przyczyn i mechanizmów powstania śmierci. Powołał wyspecjalizowany zespół medycyny sądowej Akademii Medycznej w Gdańsku, zlecając ponowne przeprowadzenie sekcji zwłok, przy czym dokonujący sekcji zespół medyków sądowych zapoznał się z wynikami pierwszej sekcji, zaś przebieg tej sekcji został utrwalony na taśmie wideo. Kontrola ustaleń w czasie pierwszej sekcji była wyjątkowo dokładna⁴⁵.

⁴³ Cyt. za: Krzysztof N a ł ę c z, Roman D a s z c z y Ń s k i: Śmierć 13-latka, Słupsk wrze. *Gazeta Wyborcza* z 12 stycznia 1998, s. 1.

⁴⁴ Stenogram z posiedzenia Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych Sejmu RP w dniu 20 stycznia 1998 r.

⁴⁵ Stenogram z posiedzenia Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych Sejmu RP w dniu 20 stycznia 1998 r.

Wypowiedź prokuratora należy potraktować jako próbę „racjonalizacji” postępowania prokuratury⁴⁶. Jednak niezależnie od rzeczywistych intencji prokuratorów i od zgodności ich działań z oficjalnymi standardami, należy uznać, że ich „polityka” komunikacyjna była zupełnie nieadekwatna do sytuacji.

Mimo decyzji prokuratora w poniedziałek o godz. 17.30 wybucha kolejna fala zamieszek. Na ulicy było mniej młodzieży niż w niedzielę — przeważali dorośli, w znacznej części nietrzeźwi⁴⁷. Wiele wskazuje na to, iż w czasie poniedziałkowych zajęć nastąpiła dalsza radykalizacja działań policji. Świadczyć o tym może przytoczona już relacja reportera *Gazety Wyborczej*, który obserwował na dziedzińcu komendy „pałowanie” aresztowanych, mimo iż nie stawiali oni oporu⁴⁸.

Należy odnotować próby mediacji, jakie podejmowali słupscy urzędnicy. Wieczorem wojewoda wyszedł do tłumu młodzieży przed urzędem wojewódzkim i starał się przekonać ich do rezygnacji z przemocy. Jego działania nie przyniosły jednak bezpośrednio pozytywnych rezultatów⁴⁹.

We wtorek udało się zachować względny spokój. W kolejnych dniach nie doszło już do takich zajęć, jakie miały miejsce w niedzielę i poniedziałek.

Walki uliczne nie trwały 4 dni, jak to podawały media centralne, lecz wydarzenia na jednej ulicy Słupska odbyły się w niedzielę i poniedziałek. W środę w dzień pogrzebu w ciągu 20 minut przeprowadzono akcję niedopuszczenia grupy (szalikowców), którzy nie przyjechali na pogrzeb, lecz aby zdemolować miasto. Policja odebrała im arsenały butelek z benzyną, siekier, trzonków od kilofów itp. Myślę, że dwa ostatnie dni, we wtorek i środę, policja zapobiegła dalszym tragediom w tym mieście⁵⁰.

Pogrzeb Przemka Czai odbył się w środę (14 stycznia). Przybyło na niego kilkuset kibiców reprezentantów około 25 klubów z całej Polski. Mimo wcześniejszych zapowiedzi i oczekiwań, oraz drobnych incydentów⁵¹, nie doszło do wznowienia walk.

⁴⁶ Henryk Pracki polemizował z zarzutami wobec prokuratury: „Chcę przekazać państwu jeszcze jedną informację, która w mediach została przyjęta kontrowersyjnie, w moim przekonaniu niesłusznie. Śledztwo zostało wszczęte przez prokuraturę rejonową w Słupsku, jako miejscowo i rzeczowo właściwą, i przez prokuraturę tę zostały podjęte pierwsze czynności. Faktem jest, że prokuratura znalazła się w obrębie agresywnych wystąpień młodych ludzi w Słupsku, czego efektem było dość poważne zniszczenie budynku prokuratury. W ocenie wypowiadających się w tej sprawie, znalazły się nieprzychylnie oceny postępowania prokuratorów. Nie potwierdzając tych krytycznych uwag, kierując się dobrem wymiaru sprawiedliwości, przekazaliśmy dalsze prowadzenie śledztwa innej prokuraturze dla zapewnienia pełnej bezstronności i należytego spokoju. Była to motywacja przekazania dalszego prowadzenia śledztwa prokuraturze wojewódzkiej w Elblągu. Wybór uwarunkowany był m.in. niewielką odległością, co ma znaczenie przy komunikowaniu się, ułatwia przejazd świadkom. Rozważyliśmy też wybór innej prokuratury, ale uznaliśmy, że Elbląg zabezpieczy należycie prowadzenie sprawy.” (Tamże).

⁴⁷ Krzysztof Nałęcz, Roman Daszczyński, Cezary Łazarewicz: Pałka czy słup. *Gazeta Wyborcza* z 13 stycznia 1998 r., s. 1.

⁴⁸ Tamże.

⁴⁹ Wojewoda starał się przemówić do „rozsądku” zgromadzonych: „Ta śmierć była niewinna. To ja wiem. Rozumiem wasz ból, wasze emocje. Ale czy możemy coś więcej zrobić?” — pytał. W odpowiedzi tłum skandował: „Zabić go!” (o aresztowanym policjancie, winnym śmierci Przemysława Czai). Por. Krzysztof Nałęcz, Roman Daszczyński, Cezary Łazarewicz: Tu zginął Przemek. *Gazeta Wyborcza* z 13 stycznia 1998 r., s. 4.

⁵⁰ Kazimierz Janiak: cyt. za: Stenogram z posiedzenia Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych Sejmu RP w dniu 20 stycznia 1998 r.

⁵¹ Dla przykładu — zaraz po wyjściu z cementarza kibice zaatakowali policjanta drogowki, który jednak zdążył zbiec (por. *Gazeta Wyborcza* z 15 stycznia 1998 r.). Do tego zdarzenia policjanci drogowki nie byli atakowani — cieszyli się stosunkowo wysokim kredytem społecznego zaufania.

Na zakończenie tej części analizy należy podkreślić, że dychotomiczny układ „kibice — policja” był stale obecny w „strukturze” słupskiego konfliktu. Marek Nowicki zauważył:

Czasem odnoszę, być może mylnie, wrażenie, że ścierają się ze sobą ci sami młodzi ludzie, tylko że jedni z nich są ubrani w mundury. Boję się spirali przemocy z obu stron. Policja na całym świecie bije, a skoro bije, zdarza się, że zabija. Problemem jest, co się dzieje później. Zdarza się, że policja do upadłego broni swoich kolegów, w imię zawodowej solidarności. To model niebezpieczny⁵².

Agresja ze strony kibiców oraz presja „społeczeństwa” (reprezentowana przez media i polityków) doprowadziła do wtórnej integracji grupy policjantów (policjantów jako swoistej subkultury). Przytoczona wcześniej opinia przedstawiciela związku zawodowego policjantów, oskarżająca media o doprowadzenie do eskalacji zająć, dobrze tę tendencję obrazuje.

W schemat ten wpisuje się także szczególna sytuacja policjantów ze szkoły policyjnej w Słupsku. Zwracała na to uwagę nawet Janusz Tomaszewski:

W trakcie wydarzeń ulicznych pojawiła się też sprawa konfliktu pomiędzy szkołą policyjną a społeczeństwem Słupska. Do mnie półtora miesiąca temu dotarły informacje o konflikcie wewnątrz Komendy Wojewódzkiej Policji, ale to inny rodzaj informacji. Przygotowano nawet kontrolę, która miała się tam odbyć w połowie stycznia. Tragiczne wydarzenia spowodowały, że wiele problemów pojawiło się wcześniej⁵³.

Jednak nie należy przeceniać tych animozji. Dołączyły one do katalogu czynników koniecznych, lecz nie wystarczających zająć w Słupsku, których istotą było „podejrzanie matactwa” — opisane powyżej.

Należy jeszcze przyrzeć się, jak „społeczeństwo” (jako „środowisko interakcji”) wpływało na motywację policjantów. Badania CBOS-u wskazują na to, iż Polacy w większości nie są zwolennikami przywracania porządku publicznego za wszelką cenę. W badaniach przeprowadzonych po zająćciach w Słupsku⁵⁴ dwie trzecie ankietowanych (66 proc.) opowiedziało się za tym, by policja ściśle stosowała się do obowiązujących przepisów i przestrzegała swobód obywatelskich, nawet jeśli miałyby to utrudnić jej zaprowadzenie porządku. Tylko mniej niż co trzeci respondent (30 proc.) uznał przywracanie porządku za wartość nadrzędną.

Odpowiedzialnością za wydarzenia w Słupsku ankietowani obciążyli przede wszystkim obie bezpośrednio zaangażowane strony, tzn. kibiców (31 proc.) oraz policję (21 proc.). Mimo tej symetrii winy za zamieszki na ulicach Słupska znacznie więcej osób rozpatrywało w kategoriach wykorzystania przez młodych ludzi okazji do awantur i walki z policją (56 proc.) niż jako wyraz oburzenia z powodu brutalności policji i śmierci trzynastoletniego kibica (16 proc.). Jednak stosunkowo dużo osób wykazywało zrozumienie dla motywów młodych ludzi, które wyprowadziły ich na ulicę.

⁵² Policjant winien być opiekunem. *Gazeta Wyborcza* z 13 stycznia 1998 r., s. 5

⁵³ Stenogram z posiedzenia Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych Sejmu RP w dniu 20 stycznia 1998 r.

⁵⁴ Opinie o wydarzeniach w Słupsku, roli policji i mediów: badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (92), 16–20 stycznia 1998, reprezentatywna próba losowa dorosłych Polaków (N=1153).

W tym świetle szczególnego znaczenia nabiera wypowiedź nadinspektora Marka Papyły (ówczesnego komendanta głównego Policji):

Trudno przewidzieć, gdzie i kiedy może zdarzyć się następny taki incydent. Skończyły się czasy, kiedy zajścia z udziałem kibiców dotyczyły tylko dużych aglomeracji miejskich. W 1997 roku mieliśmy takie wydarzenia w Gorlicach, Waksmundzie, Przeworsku. Nigdy wcześniej nie zdarzyły się tam zajścia z kibicami. To świadczy o tym, że nie jest to tylko problem pomiędzy kibicami a policją. To pewne mechanizmy społeczne, które powinny podlegać badaniom⁵⁵.

Przemoc jako komunikacja

Sądzę, że powyższa analiza dowiodła, iż przemoc może, a nawet w pewnych sytuacjach musi być uznana za działanie komunikacyjne. Konstatację tę należy teraz wpisać w odpowiedni kontekst teoretyczny. Nie jest moim celem przedstawienie w tym miejscu ogólnej teorii konfliktu społecznego i kulturowego jako komunikacji; skupię się więc jedynie na najciekawszych aspektach teoretycznych.

Przemoc można definiować w bardzo różny sposób, ale wszystkie próby konceptualizacji tego zjawiska muszą uwzględnić jego fizyczny wymiar. Przemoc — za pomocą różnych środków — dotyka ciała człowieka jako bytu biologicznego: ogranicza aktywność, narusza integralność, pozbawia środków zaspokajania potrzeb. Jest to podstawowa cecha przemocy — niezależnie czy będziemy ją definiować na gruncie nauk przyrodniczych czy humanistycznych. Dobrze ujmuje ten aspekt przemocy definicja Waldemara Czajkowskiego:

będę w tym tekście używał słowa przemoc na określenie dwóch klas czynności. Pierwszą, którą określam bliżej mianem *przemocy bezpośredniej*, obejmuje czynności polegające na:

a) ograniczaniu swobody działań innych ludzi (poczynając od wiązania, poprzez zamykanie w więzieniach, blokady — aż po ranienie i zabijanie);
b) oddziaływanie na ciało człowieka i wywoływanie określonych stanów wewnętrznych (powodowanie bólu, podawanie narkotyków itp.), o ile nie są one efektem ubocznym akceptowanych przez jednostkę zabiegów medycznych, kosmetycznych itp.

Druga, którą nazwę *przemocą pośrednią*, obejmuje czynności polegające na efektywnym groźeniu zastosowaniem przemocy bezpośredniej⁵⁶.

Pojęcie przemocy pośredniej częściowo wyczerpuje znaczenie, jakie przypisuje się potocznie pojęciu przemocy symbolicznej. Dotyczy jednak tylko takich *komunikatów*, które grożą (efektywnie, a więc z intencją przekonania odbiorcy komunikatu o prawdziwości intencji grożącego) zastosowaniem przemocy bezpośredniej. Przeto pojęcie to nie obejmuje takich ko-

⁵⁵ Stenogram z posiedzenia Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych Sejmu RP w dniu 20 stycznia 1998 r.

⁵⁶ Waldemar Czajkowski: *Przemoc a historia (Zarys pewnej interpretacji)*, (w:) *Przemoc. W poszukiwaniu interpretacji*, red. W. Hanasz, G. Zalejko, Toruń 1991, s. 61.

munikatów, jak obraźliwe słowa, piosenki, gesty czy utwory literackie. Nie obejmuje także działań, które naruszają porządek społeczny (przemoc wobec społeczeństwa), a nie wiążą się z użyciem przemocy bezpośredniej. Przemoc pośrednia jest jednak przemocą, która k o m u n i k u j e.

Można jednak uznać, że jest to zbyt daleko idąca definicja, że za przemoc we właściwym znaczeniu słowa należy uznać tylko przemoc bezpośrednią. Ten punkt widzenia przyjmuje Andrzej Zybertowicz:

przemocą będę nazywał wszelkie zastosowanie presji fizycznej wobec jednostek lub grup, podjęte bez faktycznej lub domniemanej zgody wchodzących w grę osób⁵⁷.

Ujęcie takie wymusza radykalne przeciwstawienie przemocy i mowy (kultury symbolicznej), a więc odmawia zjawisku przemocy jakichkolwiek funkcji komunikacyjnych (w ścisłym znaczeniu słowa). Przemoc jednak, według autora, stanowi konieczną przesłankę ufundowania społecznej komunikacji.

Wobec podporządkowania nie ma alternatywy. Nie można bowiem za pomocą środków argumentacji racjonalnej przekonać kogoś, kto nie znając jeszcze języka, znajduje się poza strefą oddziaływania tych środków⁵⁸.

Stwierdzenie to opiera się na — oczywistym skądinąd — założeniu, że dla społecznego wytwarzania wiedzy konieczna jest komunikacja, a ta wymaga narzucenia jej uczestnikom pre-definicji sytuacji. Takie umiejscowienie przemocy w hierarchii kultury (czy też raczej: świata człowieka) nie stanowi przedmiotu analizy zawartej w tym artykule.

Rzeczywistość nie podporządkowuje się temu dychotomicznemu schematowi. Wiele faktów społecznych świadczy o tezie wręcz przeciwstawnej. Rodzą się nieuniknione pytania, jak to zadane przez Waldemara Hanasza⁵⁹: przy przeciwstawieniu przemocy komunikacji — jak wytłumaczyć nowożytny terroryzm? W artykule tym postawiłem sobie pytanie analogiczne: przy przeciwstawieniu przemocy komunikacji — jak wytłumaczyć zachowanie mieszkańców Słupska po śmierci Przemka Czai?

Gdy objawy niezadowolenia i protesty mające zwrócić uwagę rządu i opinii publicznej na aspiracje i potrzeby dyskryminowanych ugrupowań są ustawicznie tłumione lub ignorowane, pojawiają się zdesperowani bojownicy poszukujący nowych, często ekstremalnych środków⁶⁰.

Tak określona przemoc jest więc aktem desperacji.

Istota i doniosłość d e s p e r a c j i polega jednak na tym, że odbywa się ona w tym obszarze, który Karl Jaspers nazywał sytuacjami granicznymi, gdzie — jak sądził — stykamy się dotykalnie z substancjalnie doświadczanym złem: cierpieniem, zniewoleniem, [...]”⁶¹.

⁵⁷ Andrzej Zybertowicz: Przemoc jako kategoria dla socjologii wiedzy, (w:) Przemoc..., wyd. cyt., s. 28.

⁵⁸ Tamże, s. 40.

⁵⁹ Waldemar Hanasz: Przemoc jako działanie komunikacyjne. Przyczynek do interpretacji współczesnego terroryzmu lewackiego w Europie Zachodniej, (w:) Przemoc..., wyd. cyt.

⁶⁰ Tamże, 98.

⁶¹ Stefan Symoniu: O pojęciu „desperacji”, (w:) Konflikt i walka, red. A. Żuk, Lublin 1996, s. 150.

W takich sytuacjach rzeczywistość wymusza na społecznych aktorach heroiczne zachowanie: człowiek może wprawdzie przed nim uciec, ale jest to ucieczka w apatię. Przyjęcie wyzwania, akt desperacji, sprawia zaś, że człowiek dokonuje rzeczy „wielkich” — przełamując własne tchórzostwo i działając w imię wyznawanych wartości. To działanie jest jednak kierowane przez ideologię, za którą opowiada się desperat, co może — jak w przypadku terrorystów — prowadzić do dramatycznych skutków. W każdym razie przemoc taka jest protestem przeciw zniewalającym zewnętrznym siłom, a więc — gdy jest to protest uświadamiany — jest komunikatem. Desperacja nie jest przeto atawizmem, przejawem tkwiących w nas zwierzęcych instynktów. Desperat działa bowiem w imię porządku aksjologicznego.

To, że desperat czuje, że coś j e g o samego reprezentuje stwarza ważny aspekt funkcjonowania kultury. Nie jest bowiem tak, że w sytuacjach granicznych uruchamiają się niskie interesy i namiętności. Człowiek tu nie jest «głuchy na argumenty», lecz rozumuje w innych kategoriach, niż czyni to przeciętnie i normalnie⁶².

Społeczna przemoc jest zatem zawsze dostępnym medium, nośnikiem słów protestu dla obywatela, który jest pozbawiony dostępu do tradycyjnych mediów.

Akt przemocy jest więc rodzajem kulturowego komunikatu. W akt terroru zaangażowany jest nie tylko sprawca i ofiara, ale także — a może przede wszystkim — audytorium, dla którego w istocie podpalenia, porwania i zamachy są organizowane⁶³.

Co mówiła przemoc w Słupsku?

Powyższe konkluzje można odnieść także do wydarzeń w Słupsku, choć oczywiście nie można słupskiego protestu stawiać na jednej płaszczyźnie z terroryzmem. Sama przemoc jednak — jako działanie komunikacyjne — ma podobną strukturę formalną w obu przypadkach. Przypomnijmy, że — wedle proponowanych ustaleń — w słupskich wydarzeniach brały udział osoby, które można scharakteryzować przy pomocy trzech typów idealnych: (1) „kibic”, (2) „nieposłuszny obywatel” i (3) „człowiek dewiant”. Standardowy sposób komunikowania się kibiców za pomocą przemocy dobrze opisuje schemat przyjęty dla grup chuligańskich. Odwołam się zatem ponownie do cytowanej już pracy Tadeusza Müllera, uzupełniając prezentowaną przez niego koncepcję o elementy interesujące z punktu widzenia tego artykułu. Zwykle przemoc kibiców jest komunikatem skierowanym: (a) do pozostałych członków grupy, (b) do innych grup kibiców, (c) do policjantów. Może także nie pełnić funkcji komunikacyjnych — jest wtedy (d) przemocą dla samej przemocy (funkcję tę można potraktować także jako „autokomunikację”). Należy jeszcze wskazać na szczególną rolę mediów, które nie są wprawdzie takim samym adresatem,

⁶² Tamże, s. 161.

⁶³ Waldemar H a n a s z: *Przemoc...*, wyd. cyt., s. 108.

jak kibice lub policjanci, ale pełnią kluczową funkcję w komunikacji z pozostałymi grupami. Pierwszy rodzaj komunikatu (a) ma na celu poinformowanie innych członków grupy o własnych zaletach z punktu widzenia wyznawanych przez grupę kibiców wartości, takich jak „męskość”, „twardość” etc. Kibic wykazuje swoją wartość, atakując policjanta, walcząc w pierwszym szeregu, pomagając zagrożonym w walce kolegom. Celem komunikatu jest więc poprawienie własnego statusu w hierarchii grupy. Ten typ komunikatu związany jest z subkulturowym charakterem grupy kibiców. Może także służyć za sposób informacji o już posiadanym statusie, jak w przypadku grup nawiązujących do subkultury więziennej.

W zakładzie — napisał Müller, charakteryzując „git-ludzi” — gdy przychodzi ktoś nowy, skierowana przeciw niemu agresja pełni funkcję informacyjną. Z jednej strony stanowi test odwagi badanego, z drugiej zaś — dostarcza mu informacji na temat stratyfikacji społecznej w danym zakładzie⁶⁴.

Drugi rodzaj (b) wiąże się z hierarchią grup kibiców jako całości — podziałem na kluby mniej i bardziej waleczne, które bronią honoru swojego i klubu, któremu kibicują. Za taki komunikat może być uznana przemoc wymierzona w policjantów. Komunikat trzeciego rodzaju (c) — najrzadziej występujący z wymienionych — emitowany jest wtedy, gdy kibice atakują np. osoby postronne lub innych kibiców, aby poinformować policjantów o swojej bojowej sprawności i odwadze. Ten rodzaj komunikatu wiąże się częściej z przemocą pośrednią (w rozumieniu Czajkowskiego), lub po prostu z „przemocą” symboliczną (która nie jest już przemocą w świetle zaprezentowanych definicji). Wreszcie czwarty rodzaj przemocy (d) jest z tego punktu widzenia zachowaniem irracjonalnym. „Zachowanie agresywne staje się celem samym w sobie. Jest ono wyrazem wewnętrznych konfliktów i deformacji osobowości jednostki”⁶⁵.

Należy pamiętać, że traktowanie przemocy jako komunikatu jest uprawnione tylko wtedy, gdy funkcja komunikacyjna jest przez nadawców uświadamiana. Oczywiście walka z policją zawsze informuje inne grupy kibiców o walorach walczącej grupy, ale jeżeli walka ta nie została zainicjowana w tym celu, to nie jest komunikatem.

W Słupsku jednak przemoc kibiców, choć spełniała swoje tradycyjne funkcje komunikacyjne, nabrała nowego wymiaru, wiążąc się z „obywatelskim nieposłuszeństwem”. „Nieposłuszni obywatele” nie dokonywali aktów przemocy, ale legitymizowali — nawet wbrew swym intencjom — komunikacyjny charakter przemocy kibiców. Sami za to werbalizowali treść tego komunikatu. Paradoksalnie o sile ich protestu świadczyło dewiacyjne zachowanie kibiców, którzy w większości walczyli w imię grupowego szowinizmu. Także działania „ludzi dewiantów” były przez media i polityków wpisywane w ten protest, choć była to przemoc całkowicie niekomunikacyjna, której charakterystyka pokrywa się w zasadzie z opisem „przemocy dla przemocy” kibiców.

⁶⁴ Tadeusz Müller: wyd. cyt., s. 121.

⁶⁵ Tamże, s. 87.

Chciałbym jeszcze zwrócić uwagę na „humanizm” przytoczonych definicji przemocy. Przemoc jest zawsze relacją między człowiekiem, który stosuje przemoc, a drugim człowiekiem lub grupą ludzi, którzy tej przemocy doświadczają. Oczywiście relacja ta najczęściej nie jest bezpośrednia, lecz jest zapośredniczona w materialnych wytworach człowieka (drewnianej pałce, broni palnej, murach więzienia), co jednak nie zmienia faktu, że inicjatorem i odbiorcą przemocy jest człowiek. W rozumieniu tym nie można stosować przemocy wobec zwierząt, gdyż są one częścią świata przyrody, a więc stosujemy wobec nich po prostu presję fizyczną. Przeto pastwienie się nad zwierzętami można oceniać jako nieetyczne (niemoralne), ale nie zmienia to zaproponowanych ustaleń terminologicznych.

Podsumowując powyższe rozważania, chciałbym zaproponować taką redakcję przytoczonych definicji, która pozwalałaby na zaakcentowanie komunikacyjnego charakteru przemocy w pewnych sytuacjach. Przemoc zatem jest takim działaniem jednostki lub kolektywnym działaniem grupy ludzi, bezpośrednim lub wykorzystującym materialne komponenty kultury, które wymierzone jest w inną jednostkę lub grupę i której bezpośrednim skutkiem jest ograniczenie aktywności, naruszenie integralności lub pozbawienie środków zaspokajania potrzeb — w celu zakomunikowania innym ludziom (innej jednostce, grupie, społeczeństwu) pewnej ustalonej treści lub osiągnięcie przyjemności fizjologicznej lub psychicznej. Efektywne zagrożenie użyciem przemocy może zaś — w myśl ustaleń Czajkowskiego — także być potraktowane jako przemoc („przemoc pośrednia”), której celem jest komunikacja pewnej treści lub osiągnięcie przyjemności.

Aneks

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, Centrum Monitoringu Wolności Prasy, „Zasady pracy dziennikarskiej w sytuacjach kryzysowych”. Opracował Karol Jakubowicz, Warszawa 1998. Paragraf: Demonstracje, zamieszki, rozruchy:

1. Reporterzy powinni, jeżeli to możliwe, używać nieoznaczonych samochodów, gdy jadą na miejsce zamieszek i rozruchów, a sprzęt filmowy instalować tak, by jego obecność nie zagrzewała uczestników rozruchów do „grania dla kamery”.

2. Jeżeli obecność reporterów, mikrofonów, kamer, świateł itp. wpływa na zachowanie tłumu, dziennikarze powinni się wycofać, by nie wpływać na przebieg wydarzeń. Jeżeli nie można uniknąć wykorzystania materiału zebranego w takich warunkach, należy poinformować czytelników, słuchaczy lub widzów o okolicznościach jego powstania.

3. Dziennikarze powinni podjąć starania, by pokazać wydarzenia z różnych miejsc i unikać sugestii, że pokazują je tylko z jednego punktu widzenia (np. demonstrujących czy policji).

4. Reporter obecny na miejscu wydarzenia powinien ograniczyć się do informowania o tym, co bezpośrednio widzi, bez wdawania się w spekulacje o przyczynach, charakterze i potencjalnych skutkach wydarzeń. Nie powinien też powtarzać niespraw-

dzonych informacji o wydarzeniach, których sam nie widział. Kontekst interpretacyjny powinien zostać uzupełniony materiałem opracowanym w redakcji, na podstawie szerszego przeglądu sytuacji, przy wykorzystaniu różnych źródeł informacji i danych.

5. Dziennikarze powinni unikać kontaktowania się z uczestnikami wydarzeń, zwłaszcza w celu sugerowania im jakichkolwiek działań lub wpływania na nich w jakikolwiek sposób. Jakkolwiek powinni uzyskać wypowiedzi o celach demonstracji czy powodach, które wywołały udział ludzi w zamieszkach, powinni unikać ekspozycji „przywódców” demonstracji bądź zamieszek oraz pokazywania działań inscenizowanych na użytek bądź pod wpływem obecności dziennikarzy. Wszelkie cytowane wypowiedzi powinny być zrównoważone, jeżeli to możliwe, innymi poglądami na ten sam temat.

6. Ocena liczby uczestników demonstracji czy zamieszek może być zawodna lub stronicza. W przypadku istotnych rozbieżności, należy podawać rząd wielkości lub podawać wszystkie dostępne szacunki, z zacytowaniem ich źródła. Dane te należy umieszczać we właściwym kontekście. Jeżeli np. demonstruje 100 pracowników zakładu, w którym pracuje 3000 osób, należy podać obie liczby, by odbiorca uzyskał możliwość prawidłowej oceny liczebności demonstracji.

7. Nie należy podawać szczegółów na temat dokładnego miejsca zajść, chyba że z jakichś powodów jest to niezbędne dla właściwego zrozumienia informacji.

8. Należy unikać określeń nacechowanych emocjonalnie.

9. Dziennikarze powinni respektować polecenia sił porządkowych. Powinni jednak unikać utożsamienia z nimi i w kontakcie z redakcją wypracować sposób reakcji na wszystkie polecenia, które ich zdaniem zmierzają do ograniczenia im dostępu do informacji, sterowania informacjami bądź skłonienia ich do zrezygnowania z przekazywania informacji.

10. Należy unikać nadawania transmisji na żywo z demonstracji czy zamieszek. Reporter nie ma możliwości dokonania pełnej oceny wydarzenia, może na skutek obserwowanych wydarzeń ulec emocjom, a konieczność zapełnienia dużej ilości czasu narracją czy komentarzem może skłonić go do niekontrolowanych wypowiedzi. Lepiej w tym celu nadawać specjalne wydania dzienników, których przygotowanie pozwoli uzupełnić relację reportera z miejsca wydarzeń dodatkowym kontekstem i materiałem uzyskanym z innych źródeł.

11. Nie należy ponownie wykorzystywać większych partii bezpośrednich relacji z wydarzeń, by nie sugerować, że trwają one dalej. Wszelkim fragmentem relacji wykorzystanych później w audycjach informacyjnych czy publicystycznych powinny towarzyszyć wyraźne informacje o charakterze tych materiałów i czasie zajścia wydarzeń, o których jest mowa.

12. Takie działania, jak nawoływanie do spokoju, zmiana charakteru nadawanej muzyki (na „spokojniejszą”) i tym podobne mogą mieć odwrotny skutek, właśnie sygnalizując, że sytuacja jest nadzwyczajna. By osiągnąć pożądany cel, należy raczej informować w sposób pozbawiony emocji i maksymalnie rzeczowy.

SYLWESTER DZIKI

500-LECIE ODNOWIENIA ALMAE MATRIS

W świetle ówczesnej prasy polskiej

Uwagi wstępne

Pprzedmiotem kwerendy były 33 tytuły, które w mniemaniu autora odgrywały dominującą rolę w polskim dziennikarstwie, publicystyce na przełomie XIX i XX w. Choć chciałem się skupić głównie na środowisku galicyjskim, to się w rezultacie okazało, że wśród analizowanych tytułów przeważają czasopisma warszawskie (16 tytułów, w tym 8 dzienników, 5 tygodników, 3 miesięczniki); ośrodek lwowski jest reprezentowany przez 6 tytułów (5 dzienników, tygodnik), krakowski przez 8 tytułów (4 dzienniki, dwutygodnik, 3 miesięczniki). Uwzględniono również 2 dzienniki poznańskie (*Dziennik Poznański*, *Kurier Poznański*) i tygodnik petersburski (*Kraj*).

W doborze pism dominacja prasy warszawskiej nie była przypadkowa. I to z wielu względów. Może najmniej istotna była ilościowa dominacja tego środowiska w polskim dziennikarstwie w ogóle. Po pierwsze, mimo ograniczeń prawnych szereg tytułów warszawskich miał zasięg ogólnopolski (np. *Ateneum*, *Biblioteka Warszawska*, *Tygodnik Ilustrowany*; prócz dostępności — kolportażu we wszystkich większych środowiskach polskich, pisma te drukowały prace autorów ze wszystkich zaborów). Po wtóre, chciałem ukazać, jak prasa zakordonowała spoglądała na interesujące nas tu wydarzenia (tym bardziej, iż w tym czasie wzajemne stosunki między obu zaborcami nie należały do poprawnych): czy była to uroczystość krakowska, galicyjska, czy też ogólnonarodowa, czy wywołała głębsze reperkusje w szerszym środowisku.

Prasa polska przełomu XIX i XX w. przeżywa gwałtowny proces modernizacyjny. Zaczyna się rozwijać i umacniać nowoczesne dziennikarstwo informacyjne, szczególnie w zaborze austriackim (podniety płyną z Wiednia), a także w pruskim (Berlin), próbujące się wiązać (lub sympatyzować) z kształtującymi się — pod wpływem instytucji parlamentarnych — siłami politycznymi (Narodowa Demokracja, ruch socjalistyczny, a zwłaszcza ruch ludowy — ważny ośrodek wydawniczy we Lwowie):

U progu ery autonomicznej pisma galicyjskie, jak słusznie zauważył Stanisław Tarnowski, „wyprzedzały opinię i zamiast być jej skutkiem i wyrazem, musiały być jej początkiem, zawiązkiem i środkiem jej kształcenia. Wyprzedziły też organizację stronnictw politycznych”¹.

Stagnację i marazm wyraźnie przeżywa polskie dziennikarstwo zaboru rosyjskiego. Na początku XX w. traci dominujący „od zawsze” prymat ilościowy na polskim rynku wydawniczym.

Na terenie zaboru rosyjskiego ukazują się 132 czasopisma (w tym 21 dzienników oraz pism ukazujących się częściej niż raz w tygodniu). Ruch wydawniczy jest skupiony w Warszawie, która posiada 115 (13) czasopism. Pozostałe zaś czasopisma ukazują się w 11 miejscowościach.

Zabór austriacki to w sumie 266 (19) czasopism ukazujących się w 35 miejscowościach. Najważniejsze zaś ośrodki wydawnicze znajdują się we Lwowie — 104 (8) oraz Krakowie — 83 (6).

Podobnie jak w zaborze austriackim, zdecentralizowany ruch wydawniczy daje się obserwować na terenie zaboru pruskiego — 109 (32) czasopism skupionych w 36 miejscowościach. Poznań jako główny ośrodek wydawniczy posiada ich 35 (8)².

Istotniejsze są zmiany w obniżeniu poziomu zawartości treściowej — szczególnie dzienników:

Dzienniki, jako kramiki nowości, popchnięte są przez same warunki istnienia do plotek i kłamstwa. Zmuszone zapełniać co dnia ogromne szpalty swoje, muszą stwarzać wypadki, gdy ich nie ma, muszą wszelkimi środkami starać się o zainteresowanie ogółu. Podają więc często wieści niepewne, przypuszczenia i domysły, niekiedy rozmyślne kaczki; chcąc dogodzić przeciętnemu poziomowi swoich czytelników, polują na skandale i plotki, słowem: zawierają masę materiału, nie tylko bezużytecznego dla kształcącego się lub wykształconego człowieka, ale takiego, który mu wprost przeszkadza, jak przeszkadza poważnemu zastanawianiu się bezmyślny gwar uliczny lub ptasi świergot salonów — a odraża go swoją moralną i estetyczną ohydą³.

Ocenę tę podtrzymuje kronikarz *Biblioteki Warszawskiej*:

Dzienniki czytamy, bo czytanie ich stało się nałogiem, potrzebą; ale znajdujemy w nich tak mało rzeczy wartych czytania, że po przereczeniu telegramów i wiadomości bieżących, odkładamy pismo z zupełnym przeświadczeniem, że nam ono nic nie przyniosło (...)

Pisma nasze redagują się tymczasem specjalnie dla Warszawy i to dla pewnej kategorii jej mieszkańców, która żyje bardzo powierzchownie, zajęta jest pogonią za dobrobytem, a ze świata myśli skwitowała zupełnie. Wobec nich dziennik pojmuje się jako przedsiębiorstwo mniej lub więcej korzystne, a nie jako placówka i zaogni pracy obywatelskiej⁴.

¹ Cytuję za J. M y ś l i ń s k i m: *Historia prasy polskiej. Prasa polska w latach 1864–1918*, Warszawa 1976, s. 175.

² Według analizy informacji J. K u c h a r z e w s k i e g o: *Czasopiśmiennictwo polskie wieku XIX w Królestwie...*, Warszawa 1911. Por. także: S. D z i k i: *Przegląd statystyki prasy polskiej (do 1918 r.) Zeszyty Prasoznawcze* 1961, nr 1–2, s. 159.

³ W. M. K o z ł o w s k i: *Co i jak czytać*, Warszawa 1900, s. 173–174.

⁴ *Biblioteka Warszawska* 1900, t. 3, s. 373–374. Por. także przedruk: *Prasa codzienna przed sądem. Głos* 1900, nr 4, s. 629–630; E. M.: *Puste Kłosa. Słowo* 1901, nr 3, s. 1. Podobne, krytyczne tony znajdujemy na łamach krakowskiej *Krytyki* 1900, t. 2, s. 490–494.

Podporą warszawskiego dziennikarstwa w tym czasie jest encyklopedyczna *Biblioteka Warszawska* (1841–1915), eklektyczny *Tygodnik Ilustrowany* (1859–1939), a także — mimo wszystko — chylące się do upadku, a jeszcze niedawno reprezentujące wysoki poziom sztuki dziennikarskiej — tygodniki opinii: *Przegląd Tygodniowy* (1866–1905), *Prawda* (1881–1915) i *Głos* (1886–1905).

Centrum polskiego dziennikarstwa w pierwszym dwudziestolecu XX w. staje się Galicja — Lwów i Kraków. Złożyły się na to nie tylko względnie liberalne warunki działania, ale i — co nie jest bez znaczenia — duży potencjał intelektualny (u zarania niepodległości galicyjscy dziennikarze wyraźnie wzmocnili prasę i warszawską i poznańską). Oto opinia najwybitniejszego dziś znawcy problemu Jerzego Myślińskiego:

Technicznie zapewne warszawska prasa przewyższała galicyjską, drukowała ona też wyższe nakłady dla liczniejszego i zamożniejszego czytelnika. Krępowana cenzurą nie mogła jednak prasa w Królestwie odgrywać takiej roli, jak w Galicji. Poziomem literackim i liczebnością sił fachowych od prasy galicyjskiej odbiegała prasa zaboru pruskiego. Tam jednak więcej było czytelników, wyższy poziom oświaty, zamożności.

Poważny wpływ na rozwój prasy galicyjskiej wywarły warunki cenzuralne i ograniczenia częściowo zniesione pod koniec XIX w. Nie zniesiono jednak nigdy zakazu ulicznej sprzedaży gazet. Zarówno warunki cenzuralne, jak i praktyka sądowo-administracyjna, skierowane w Galicji przeciw socjalistom, ruchowi ludowemu i narodowemu ukraińskiemu, poważnie ograniczały treści przekazywane czytelnikom. Cenzura tępiła też i negatywne objawy: nacjonalizm, pornografię, pieniactwo. Najbardziej ucisk cenzury odczuwała wielokrotnie konfiskowana prasa socjalistyczna, częściowo też ludowa. Z czasem praktyka sądowa i administracyjna pod wpływem demokratyzacji państwa nieco złagodniała⁵.

Mimo braku na tym terenie „masowych” pism społeczno-kulturalnych (pewną rekompensatą mogą tu być dodatki do *Kuriera Lwowskiego*: „Tydzień” 1893–1906 oraz „Na ziemi naszej” 1909–1912), wykształcone zostały nowoczesne dzienniki informacyjno-publicystyczne związane z nurtem komercjalizacji. Nastąpił swoisty podział ról między środowiskiem lwowskim a krakowskim. Lwów, siedziba sędziwej rządówki *Gazety Lwowskiej* (1811–1939), dzięki *Kurierowi Lwowskiemu* (i licznym tygodnikom), a zwłaszcza jego redaktorowi Bolesławowi Wysłouchowi, był istotnym ośrodkiem wydawniczym ruchu ludowego; Narodowa Demokracja zyskała tu nowoczesne, wysokonakładowe (w 1902 r. ponad 10 000 egz.) *Słowo Polskie* (1896–1934; pierwsze w Galicji w 1897 drukowało 2 wydania). Był wreszcie ważnym ogólnopolskim centrum nowoczesnych monotematycznych czasopism naukowych (m.in. *Czasopismo Techniczne*, 1883; *Sylwan*, 1883; *Muzeum*, 1884; *Kwartalnik Historyczny*, 1887; *Pamiętnik Literacki*, 1902; i inne).

W Krakowie dominuje nurt dziennikarstwa politycznego o różnym odcieniu: nurt konserwatywny (*Czas* 1848–1939; *Przegląd Polski* 1866–1914), wspomagany przez ważne pisma związane z Kościołem katolickim (*Przegląd Powszechny*, 1884 — nadal; *Głos Narodu* 1893–1939). Przeciwwagą dla tego nurtu był socjalistyczny *Naprzód* (1892–1939), a także mocno rozbudowana

⁵ Historia prasy polskiej. Prasa polska w latach 1864–1918, Warszawa 1976, s. 176.

OBLICZE IDEOWE CYTOWANYCH CZASOPISM

Lewicowe	←	Bez wyraźnego określenia programu; nurt demokratyczny	→	Prawicowe
NAPRZÓD (N) ,K-ów, dz, n. 2000 egz.	GAZETA POLSKA (GP), W-wa, dz, n. 12000 egz.	ATENEUM (A), W-wa	BIBLIOTEKA WARSZAWSKA (BW), W-wa, m.	CZAS (Cz), K-ów, dz., n. 4000 egz.
ROBOTNIK (R), W-wa, nrg	x) GŁOS (G), W-wa, t., n. 1850 egz.	BLUSZCZ (B), W-wa, t.	GAZETA LWOWSKA (GL), L-w, dz.	DZIENNIK POLSKI (DP), L-w; dz., n. 2000 egz.
	x) KRYTYKA (Kr), K-ów, m., n. 1200-2000 egz.	DZIENNIK POZNAŃSKI (DPo), P., dz.	GAZETA WARSZAWSKA (GW), W-wa, dz. n. 1500 egz.	KRAJ (K), Pt, t.; n. 5000–6000 egz.
	KURIER LWOWSKI (KL), L-w, dz., n. 1200-7000 egz.	NOWA REFORMA (NR), K-ów, dz., n. 10000 egz.	GŁOS NARODU (GN), K-ów, dz. n. 1800-8000 egz.	KURIER POLSKI (KP), W-wa, dz., n. 25000
	KURIER CODZIENNY (KC), W-wa, dz., n. 9000 egz.	SŁOWO POLSKIE (SP), L-w, dz. n. 10000 egz.	KURIER POZNAŃSKI (KPz), P., dz.	PRZEGLĄD POLITYCZNY, SPOŁECZNY i LITERACKI (PP), L-w; dz.
	KURIER PORANNY (KPr), W-wa, dz., n. 6500 egz.	TYGODNIK ILUSTROWANY (TI), W-wa, t., n. 20000 egz.	KURIER WARSZAWSKI (KW), W-wa, dz. n. 25000 egz.	PRZEGLĄD POLSKI (PPo), K-ów.; n. 500 egz.
	x) PRAWDA (P), W-wa, t., n. 1450 egz.	ŻYCIE. Dwutygodnik ilustrowany poświęcony literaturze i sztuce (Ż), K-ów, dwut.	SŁOWO (S), W-wa, dz., n. 5200 egz.	PRZEGLĄD POWSZECHNY (PPow), Kr.; m.; n. 1300–1400 egz.
	x) PRZEGLĄD TYGODNIOWY ŻYCIA STOLECZNEGO, LITERATURY I SZTUK PIĘKNYCH (PT), W-wa, t., n. 2500 egz.			
	TYDZIEŃ. Dodatek literacki Kuriera Lwowskiego (T) L-w, t.			
	WIEK. Ilustrowany, literacki i społeczny (W), W-wa, dz., n. 4800 egz.			

Pisma oznaczone znakiem x) Ż. Kormanowa zalicza do grupy czasopism socjalistycznych; Skrót: K-ów — Kraków; L-w — Lwów, P — Poznań; Pt — Petersburg, W-wa — Warszawa; dwut. — dwutygodnik; dz. — dziennik; m. — miesięcznik; n. nakład; nrg — nieregularnie; t. — tygodnik

prasa demokratyczna (*Nowa Reforma* 1882–1928; *Krytyka* 1896–1914). Wreszcie trzeba dodać, iż *Ilustrowany Kuryer Codzienny* (1 nr: 17 XII 1910 r.), dał początek nowoczesnemu — nawet w skali europejskiej — koncernowi wydawniczo-prasowemu).

*

Przedmiotem moich rozważań jest próba ukazania obrazu obchodów 500-lecia odnowienia Kazimierzowskiego Uniwersytetu i jego reorganizacji na wzór Sorbony, uroczystości fetowanej z wielką pompą przez władze uniwersyteckie, miejskie, krajowe, korzystające z życzliwości (a i pomocy) dworu cesarskiego; atmosfery towarzyszącej tym uroczystościom. Obrazu kreślonego piórami dziennikarzy, reprezentujących różne programy ideowo-polityczne. Opracowanie to nie rości sobie pretensji do wzbogacenia piśmiennictwa dotyczącego dziejów polskiej nauki⁶; ciąży do innej dyscypliny — do prasoznawstwa. Chcę ukazać kłopoty i zasadzki, które musi rozwiązywać badacz próbujący relacje (i komentarze) prasowe wykorzystywać jako źródło historyczne.

Przekaz prasowy jest bezsprzecznie istotnym i interesującym źródłem historycznym, bo na ogół zawiera relacje bezpośredniego świadka — obserwatora i to podane (w przeciwieństwie do zapisu pamiętnikarskiego) pod natychmiastowy osąd opinii publicznej. Ale musimy tu uwzględnić rozliczne ograniczenia zarówno natury prawnej (cenzura), politycznej (program pisma) i często nie zawsze łatwe do interpretacji — ograniczenia natury subiektywnej (osobiste animozje, gusty). Jak się okaże w dalszym ciągu tych wywodów, będziemy mieć do czynienia z każdym z wymienionych tu ograniczeń.

Przygotowania do obchodu

rozpoczęły się już w listopadzie 1897 r. Komitetowi jubileuszowemu przewodniczył prof. Stanisław Smolka, który wiele wysiłku włożył w rozpropagowanie tej uroczystości poza granicami Galicji. Z ogólnej liczby 250 uniwersytetów na świecie do Krakowa zaproszono przedstawicieli 52. Niestety — z różnych powodów — nie wszyscy z tego skorzystali.

Krakowskie dzienniki z wielką uwagą obserwowały te przygotowania i z dużą sympatią i życzliwością informowały o wszelkich przedsięwzięciach (w dużym stopniu wręcz próbując w nich uczestniczyć), nie pomijając różnych potknięć. A było ich wiele, różnej rangi. Na ogół o potknięciach tych prasa krakowska informowała marginalnie. Z przekazem donoszono, że zaproszenia do Polaków pracujących na uniwersytetach niemieckich wysłano w języku... niemieckim.

⁶ Na tym aspekcie skupiła się pisząca na podobny temat H. Zwołska: Blaski i cienie jubileuszu 500-lecia Uniwersytetu Jagiellońskiego w opinii prasy krakowskiej. *Alma Mater* 1997/98, nr 7, s. 32–36. Znacznie wcześniej na ten temat pisałem na łamach *Echa Krakowa*, 1992 nr 121, s. 7.

Okazało się, iż do zagranicznych uniwersytetów wysłano albo zaproszenia, albo zawiadomienia (czyżby to było świadome zamierzenie?). Z nutą ironii informował o tym warszawski dziennik o orientacji postępowej: „...Uniwersytet w Utrechcie życzył UJ «aby za 500 lat, gdy 1000-letnią będzie obchodził rocznicę, wszystkie uniwersytety zapraszał, a nie tylko zawiadamiał»” (*KPr*, nr 155).

No cóż, zaproszenia albo zawiadomienia poszły w świat. Bardziej nas interesuje natomiast reakcja zaproszonych albo zawiadomionych (uniwersytet w Utrechcie nie przysłał ani delegata, ani okolicznościowego adresu), a była ona różna, często zaskakująca. Według cytowanego powyżej dziennika w Lipsku „nad zaproszeniem do udziału Senat Wszechnicy Lipskiej przeszedł do porządku dziennego” (*KPr*, nr 155).

Podobne stanowisko (von der Einladung abzusehen) zajęły inne uniwersytety niemieckie, w tym rzecz oczywista berliński; informuje o tym *Kurier Lwowski* (nr 165), a także *Dziennik Poznański* (z 13 VI). Zanościło się na duży skandal; u władz berlińskich interweniował skutecznie minister spraw zagranicznych Agenor hr. Gołuchowski, dowodząc iż:

uroczystość jubileuszowa w Krakowie jest uroczystością austriacką. (...) nieobeszanie jej ostentacyjne przez świat urzędniczy niemiecki musiałyby uchodzić jak wotum nieufności dla Austrii (*DPO*, 13 VI; lakoniczną informację podał też *KL*, nr 165).

Na taką interpretację uroczystości krakowskich błyskawicznie zareagowali antagoniści Trójprzymierza — Francja i Rosja. Francja wysłała... jednego przedstawiciela i to reprezentującego drugorzędny uniwersytet (w opinii ówczesnych dziennikarzy) w Montpellier (uniwersytet sędziwy, bo założony w 1289 roku; w średniowieczu znany ośrodek studiów prawniczych i medycznych). „Sorbona zaś, ta paryska Sorbona, która była wzorem naszej Almae Matris, co do ustroju, z którą Kraków utrzymywał w XV w. tak bliskie stosunki, nie przysłała ani jednego przedstawiciela” (*KL*, nr 65).

Władze rosyjskie, które od miesięcy czyniły przygotowania do okazałego występu w Krakowie (chcąc pobyt ten wykorzystać do popularyzowania idei panslawistycznych), zajęły stanowisko wstrzeźliwe: uczonym nie zabroniono wyjazdu, zażądano od nich jedynie przekazania tekstów do ocenzurowania⁷.

Obok małodusznej (jak często podkreśla prasa) Sorbony brakło reprezentantów Padwy, Bolonii. W rezultacie Kraków gościł przedstawicieli uniwersytetów z: Baltimore, Budapesztu, Buffalo (przedstawiciel poinformował, iż w każ-

⁷ Profesor uniwersytetu z Moskwy Brand swe życzenia-refleksje zawarł w utworze wierszowanym:

Myslą przecie ulatam w Krakusowe ściany,
I w gronie biesiadników, o bacności chwilę
Poprosiwszy, od serca swój puchar wychylę.
Chciałbym złożyć choć małe przyjaźni dowody,
Grunt uprawiając drzewu miłości i zgody,
Gdy nad dawnymi swary płonę i boleję,
Takie we mnie powstają myśli i nadzieje.

(*KP*, nr 162; wiersz przedrukował również *Cz.*, nr 150).

dym domu amerykańskim znajduje się „Quo vadis”), Chicago, Chrystianii (Oslo), Edynburga, Fryburga, Genewy, Glasgow (przywieziono zaproszenie na swoje 450-lecie w 1901 r.), Grazu, Helsingforsu (Helsinki), Innsbrucka, Kolo-szwaru (Cluj), Kopenhagi, Londynu, Lozanny, Lundu, wspomnianego już Montpellier, Petersburga (także Petersburskiej Akademii Wojskowo-Medycznej), Uppsali, Wiednia i Zagrzebia; środowisko ukraińskie reprezentowali przedstawiciele Towarzystwa Naukowego im. Tarasa Szewczenki i Instytutu Stauropigialnego ze Lwowa. Środowisko rzymskie reprezentował ambasador włoski w Wiedniu hr. Nigra i prof. Napoleon Cybulski („z powodu egzaminów żaden z profesorów nie może się oddalić”).

Z wyraźną estymą przyjmowana była delegacja uniwersytetu ze Lwowa — traktowanego tu jako córka bratnia krakowskiej wszechnicy.

Dużą wagę prasa przywiązywała do przyjazdu grupy Czechów, której przewodniczył Antonin Randa — b. rektor uniwersytetu praskiego, radca dworu, ceniony badacz austriackiego prawa cywilnego:

Wobec przybycia czeskiej wycieczki, jubileusz Almae Matris stać się musi i stanie wielką, imponującą manifestacją polityczną. Jest rzeczą w wysokim stopniu obojętną, czy i o ile jest to komu na rękę (...). Trzeba czynić przygotowania, aby przyjęcie Czechów wypadło jak najgoręcej, jak najserdeczniej (*GN*, 2VI; Cz. temu wydarzeniu poświęcił 9 wierszy).

Deputację czeską przybyłą tu z Pragi i innych miast czeskich, zarzucono kwiatami. Entuzjazm niesłychany. Przemawiali [Piotr] Kosobucki [prezes Koła Mieszczań-skiego], prof. [Włodzimierz] Czerkawski i inni (*GW*, nr 149, s. 1).

Dla organizatorów była to wizyta nieco kłopotliwa. Pociąg z Czechami przybył do Krakowa z ponad 3-godzinnym opóźnieniem. Po prostu na zatłoczonej stacji w Trzebini w odpowiedni sposób manipulowano wagonami, by Czesi nie przyjechali do Krakowa jednocześnie z austriackim ministrem wyznań i oświaty Wilhelmem Hartlem (*GN*, nr 127). Pozostali więc głównie gośćmi Koła Mieszczań-skiego. W raucie wydanym na ich cześć przez Kosobuckiego nie uczestniczył zaproszony rektor Stanisław Tarnowski; władze uniwersyteckie — prócz wspomnianego już Czerkawskiego — reprezentowali profesorowie: Stanisław Estreicher, Kazimierz Morawski, Józef Tretiak, Marian Zdziechowski i Fryderyk Zoll. W gronie wyróżnionych tytułem doktora honorowego znalazło się jednak 4 Czechów (z zakresu prawa: Antonin Randa; medycyny — prof. Jaroslav Hlava; filozofii: prof. Jan Gebauer i prof. Josef Hlavka — prezes czeskiej Akademii Umiejętności, członek Izby Panów)⁸.

W ostatniej chwili dojechali przedstawiciele Monachium, Wrocławia, Heidelbergu, którym przewodniczył jeden z najwybitniejszych matematyków o światowej randze, rektor uniwersytetu berlińskiego — prof. Lazarus Fuchs („na uroczystościach występujący w pysznej kapie z wiśniowego aksamitu, bramowanej liśćmi złotymi”).

Po tej dygresji wróćmy do zasadniczego toku wywodów — czyli do przygotowań.

⁸ Obszerne informacje biograficzne *GW*, nr 149, s. 2.

Uroczystości były imprezą kosztowną. Na cel ten Rada Miasta przeznaczyła 12 000 złr, rząd 8000 złr, profesorowie Wszechnicy subskrybowali 11 000 złr. Urządzano liczne imprezy (m.in. turniej szermierczy), z których dochód przeznaczono na „pomnożenie funduszu jubileuszowego”. Prasa często powtarzała apel do absolwentów uniwersytetu — „gdziekolwiek są i kimkolwiek są” — nawet o drobne wsparcie. Na 1 czerwca *Nowa Reforma* zapowiedziała wielki raut, „który daje Reprezentacja miasta Krakowa. Bilety i odznaki dla gości jubileuszowych po 30 halerzy. W raucie mogą wziąć udział tylko ci doktorowie, którzy złożyli składkę na dar jubileuszowy”. Pewne dochody przynosiły okolicznościowe wydawnictwa i medale:

Z okazji jubileuszu wybity został medal pamiątkowy dużych rozmiarów, modelowany przez znakomitego artystę [Wincentego] Trojanowskiego. Medal ten odbity zostanie w brązie i srebrze (na zamówienie można będzie uzyskać także w złocie). (...) Na nadchodzący obchód jubileuszu uniwersytetu artysta-rzeźbiarz Mieczysław Sakowski wykonał — według rysunku J[ana] Matejki — biust królowej Jadwigi. Odlew biustu można będzie nabywać u artysty w salonach Towarzystwa Przyjaciół Sztuk Pięknych w Sukiennicach.

W maju wystosowano dwa okolicznościowe adresy — jeden do cesarza Franciszka Józefa I, w języku niemieckim, drugi — do papieża po łacinie. Do Budapesztu udała się delegacja Uniwersytetu Jagiellońskiego celem przekazania adresu hołdowniczego cesarzowi. W podzięce cesarz powiedział:

szczególną napawa mnie radością, że dane mi było spowodować rozwój i rozszerzenie tej prastarej szkoły (...). Mam nadzieję, że uniwersytet krakowski nadal uczniów swoich wychowywać będzie na dzielnych i użytecznych mężów.

Władze zaś miejskie wystąpiły ze stosownym apelem do mieszkańców: „Godnym doniosłego momentu przyozdobieniem w czasie jubileuszu domów swoich chciejcie wielkiemu obchodowi dodać i na zewnątrz blasku i wspaniałości”.

Apel nie pozostał bez echa:

Miasto przybrało odświętne szaty. Rynek Główny zdobią słupy o barwach narodowych, połączone festonami z jedliny, a domy toną we flagach trójbarwnych (...). Handel Hawelki zatrzymywał tłumy widzów, którzy podziwiali pięknie urządzony transparent. Widniały tu herby Unii Polski, Litwy, Rusi (...). Wszystkie domy przy linii C-D wspaniale oświetlone, a z okien handlu Rajala świeciły czerwone i białe lampki elektryczne.

Krakowianie lubili i umieli fetować takie uroczystości:

Kraków nie gorzej od Lwowa, a zatem po mistrzowsku urządzać umie uroczystości, pochody, przyjęcia. Mamy zatem nie tylko wystawność, dobry gust, pompę (...) ale nieklamany zapał, entuzjazm i udział wszystkich warstw publiczności (*SP*, nr 269).

Natomiast jeśli wierzyć zawsze krytycznemu *Naprzodowi* — rajcy miejscy mieli kłopot z napisaniem stosownego hołdowniczego adresu. Zadanie to zlecono Lucjanowi Rydłowi. Ten zaś napisał „napuszoną przemowę pisaną jakimś «neostaropolskim» językiem, do którego żaden autor wieku przyznać by się nie mógł” (*N*, nr 64).

Oto fragment tego utworu, który tak mocno zranił estetyczne gusty socjalistycznego dziennikarza:

...wydała ona, w ciągu kilkunastuletniego swego istnienia, cały zastęp mężów, wiedzą znamienitych, zasłużoną sławą po świecie głośnych, była przez długi czas ozdobą Rzeczypospolitej, a nigdy nie przestawała szerzyć światła nauki we wszystkich warstwach ludności, przygarniając bez względu na pochodzenie i stanowisko społeczne, ku sobie zarówno karmazynów i szlachtę herbową, jak synów mieszczańskich i siermiężną dziatwę wiejską. Żył w niej bowiem i działał przez nią duch wielkiego króla chłopów, wzniosła ofiarność Jadwigi i prostota Jagiełły (*K*, nr 22).

Przybywają goście

Od 5 VI na ulicach Krakowa podniosła atmosfera — „spotyka się dużo cudzoziemców, a m.in. Turków w ich charakterystycznych zawojach”. Ozdobą zjazdu jest 90-letni staruszek p. Dowgird, „jeszcze student uniwersytetu wileńskiego”.

Ową podniosłą atmosferę reporterzy zauważają już w okolicy Krakowa. Sdl (Adam Grzymała-Siedlecki) notuje:

Przyjeżdżam pociągiem od Granicy. W Trzebini wpadamy w natłok Szlązaków, Czechów. Gwar, ruch, zawiadowca przysięga się, że nigdy jeszcze nie miał podobnego rwetu. Zewsząd obca gwara, wszędzie jakieś wstęgi, znaki, odznaki, wieńce (*GP*, nr 130, s. 1).

Od czasu pogrzebu Kościuszki [22 VI 1818 r.], Mickiewicza [4 VII 1890] nie miały dzieje porzoborowej Polski równie uroczystej chwili (*NR*, 7 VI).

Reporterzy wysilają się, by oddać niepowtarzalne chwile kilku dni.

Pióro nie jest zdolne wyrazić podniosłości, powagi i wspaniałości chwil, które świeżo przeżyliśmy — uskarża się reporter *GL* (9 VI).

...na tę nieskazitelnego błękitu falują ogromne sztandary amarantowe, białe i biało-niebieskie (...). Stroje międzynarodowe mieszają się z narodowymi i ludowymi. Fraki, cylindry — wiedeńskie toalety, birety doktorskie i studenckie (te ostatnie z Pragi), kontusze, czamary, białe sukmany i granatowe kierezje, złotem szyte żiwotki kobiet śląskich i gorsety krakowianek z aksamitu i złotogłowia (*K*, nr 22).

W mieście ruch niezwykle: sklepy i warsztaty zamknięte, okna przyozdobione zielenią i kobiercami, z dachów zwisają, to znów lekkim powiewem wydymają się i koltyszą chorągwie. Na ulicach krzyżują się piesi i pojazdy, mijają się sztandary cechowe, z pośpiechem niesione, chłopci w białych sukmanach i rześisto nabijanych pasach krakowskich, wiejskie kobiety w kwiecistych gorsetach i szumnych spódnicach kolorowych, czasem błysnie słucki pas i zagrają w słońcu barwne wyloty (*BW*, 1900 t II s.482).

Pomnik Mickiewicza króluje nad tysięcznym tłumem. Postać, przedstawiająca Polskę u stóp pomnika, trzyma w ręku pęk narcyzów i białych lilii... cichy hołd jakiegoś wzruszonego polskiego serca... Tak, dziś lilie i białe kwiaty kładzie Polska na cierniową koronę powszednich dni (*GN*, 7 VI).

Ożywienie na starych ulicach osiąga swoje apogeum. Stróże porządku tracą głowy, szukają — na całe szczęście bezskutecznie — pomocy wojskowej. Podejmują decyzję o wycofaniu (wcześniej przewidzianego) udziału — ze względu na bezpieczeństwo — banderii chłopów krakowskich („czuć w tym

rękę stańczyków” *KL*, 7 VI), która miała otwierać i zamykać pochód. Skargę na tę decyzję złożono na ręce namiestnika Galicji hr. Leona Pinińskiego, który już wcześniej bywał w Krakowie, by osobiście zapoznać się z postępowaniem prac przygotowawczych. Podjęto decyzję połowiczną, czyli krakowskim targiem wyrażono zgodę na udział 50 chłopów.

„Takie niespodzianki policyjne zdarzają się w Galicji podczas wszelkich uroczystości” (*KL*, 7 VI).

Nowa Reforma (7 VI) dopatruje się „chęci odjęcia pochodowi cechy narodowej”.

Przebieg uroczystości

Podaję je w dużym uproszczeniu, gdyż wyczerpująco uczynił to sine ira et studio doktor Uniwersytetu Jagiellońskiego Lucjan Rydel w *Bibliotece Warszawskiej* (1900 t. II, s. 481–497); a także — w zgodzie z odczuciami organizatorów — Edward Porębowicz (*Ppo*, t. 137: 1900, s. 1–14).

Dzień pierwszy — czwartek, 7 VI

„... był prawdziwie wielkim świętem narodowym, obchodzili go też wszystkie warstwy z jednogłównym zapalem” — zauważa nazajutrz reporter *Głosu Narodu* (powołuje się przy tym na opinię namiestnika Galicji hr. Leona Pinińskiego: to nie tylko uroczystości uniwersyteckie, biorą w niej udział wszystkie warstwy), pisma bardziej zbliżonego do konserwatywnego *Czasu*, niż socjalistycznego *Naprzodu*.

Imponujący pochód „przy biciu w dzwony” sprzed Collegium Novum ulicą Świętej Anny do świątyni mariackiej:

Idą milczący, poważni, spokojni. Czy oni w tej chwili czują, że są siłą i nadzieją dni jutrzejszych, światłem i solą tej ziemi, która ich rodziła, że są dzisiejszym ogniwem tego łańcucha, który w przeszłość tysiącletnią sięga? (...) idą tacy, którzy brzemień wielkiej spuścizny udźwigną i wyżej podniosą. Są, muszą być wśród nich wielcy światła, piękności, sprawiedliwości szermierze, których dziś nieznane imiona przyszłość z czcią i miłością czytać będzie na kartkach metryk Almae Matris, i myśl polska, wiedza i praca polska, gdy zechce po wiekach zdać znowu rachunek przed sobą i przed światem, będzie się na nich powoływała, jak dziś powołuje się na tych, którzy byli przed wiekami. (...)

Bez końca suną nowe delegacje. (...) Jedna z grup najciekawszych, to doktorowie honorowi, którym za parę godzin Wszechnica Krakowska nada najwyższą godność, jaką rozporządza. Ile wśród nich imion znakomitych, z całej Europy wybranych, ile niepospolitych twarzy o wyrazie, pogłębionym długoletnią duchową pracą. Równie poważnie wyglądają następne szeregi: wysłannicy obcych uniwersytetów. Jedni z nich w zwykłych, czarnych strojach, inni w kolorowych togach wszelakiego kroju, z łańcuchami na szyi, z mucetami albo biretami na głowach.

W ślad za nimi berła uniwersytetu lwowskiego. Rektor lwowski, prof. Abraham, otoczony senatem, i cały lwowski uniwersytet, postępujący wydziałami, wszyscy w poważnych togach, spływających aż do ziemi. I znowu takie same togi i takie same profesorskie birety, tym razem to już Uniwersytet Jagielloński: naprzód peleryny z szafirowego aksamitu na czarnych togach — to wydział filozoficzny, dalej akša-

mity czarne — prawnicy, potem purpurowe — to medycyna, fioletową barwą odznacza się teologia. Na końcu, poprzedzony berłami rektorskimi, idzie senat Jagiellońskiej Szkoły: czterej dziekani, znaczni barwami swoich fakultetów, z ciężkimi, złocistymi krzyżami u szyi. Wśród nich cały w purpurowych atlasach i gronostajach, złotym łańcuchem błyszczący, „Rector Magnificus” Jagielloński, postępuje zwolna, majestatyczny i wspaniały, jakby król jakiś białobrody (*BW*, 1900 t. II, s. 482–484).

Mszę świętą cichą — z towarzyszeniem chóru — sprawował książe biskup krakowski Jan Puzyna — w asystencji ks. biskupa sufragana Anatola Nowaka. W odpowiedzi na pismo hołdownicze, złożone Stolicy Świętej przez rektora i senat akademicki — brewe papieskie Leona XIII odczytał ks. kanonik Władysław Bandurski:

Wszechnica krakowska, założona lat temu przeszło pięćset na ozdobę narodu polskiego, odznaczała się zawsze tą chwałą, że nigdy nie odstąpiła od powagi apostołskiej stolicy. Wskutek tego właśnie zasłużyła sobie słusznie na to, że ją rzymscy Arcypasterze w łasce mieli zawsze i hojnie zaszczytami obdarzali. (...) Albowiem kiedy już do tego czasu dożyliście, w którym obchodzicie wesoło uroczystością urzędową piątą wiek szczęśliwie ubiegły od odnowienia uniwersytetu, postanowiliście o tej waszej uroczystości i nam przypomnieć, abyśmy dobrze wam życząc uświetnili tę wspólną waszą radość i duchy wasze podnieśli do dokonania jeszcze świetniejszych w przyszłości dzieł, celem wykształcenia waszej młodzieży we wszelkiej mądrości. Przyjmijcie zatem podziękowanie za spełniony obowiązek i powinszowanie zasłużonej waszej radości (*Cz.*, nr 147, wyd. wieczorne).

Po zakończeniu nabożeństwa zaproszeni goście skierowali się do kościoła Świętej Anny, gdzie odbywały się oficjalne uroczystości. W Rynku następuje spotkanie pochodu uniwersyteckiego z podążającym na Wawel pochodem obywatelskim.

Reporterzy notują:

...bieli się konna banderia chłopska w mleczno-białych sukmanach. Z tętentem kopyt, brzękiem i traskiem jadą na krępych, ognistych koniach, tacy hardzi, tacy dziarscy, jakby z obrazu starego Kossaka wyskoczyli. Poprzedza ich grająca od ucha orkiestra chłopska z Biezanowa. (...) Podjechali pod estradę, i nagle, szereg za szeregiem, pokrzykując, zrywa z głów czapki, nastroszone pawimi piórami, i bije pokłon przed Rektorem i Senatem. Magnificencja, z purpurowym biretem w rękę, stojąc na ukłony odpowiada ukłonem; i długo jeszcze przyjdzie mu rektorskim biretem kłaniać się i uprzejmym uśmiechem hołdy ludu, składane Almae Matri, przyjmować. Bo oto ciągną nowe zastępy. (...)

(...) wszystko to sprawione porządnymi szyki, podchodzi kolejno, aby cześć oddać Jagiellońskiej Szkole w osobie Jej Rektora. Tysiące głów odkrywają się i chyłą, tysiące rąk się podnoszą, trzepotane wiatrem sztandary gną się i kłonią ku ziemi. Nareszcie zbliżają się i zatrzymują przed estradą ogromne wieńce z żelaza i brązu, niesione na czerwonych poduszkach. Mieszczanstwo i lud złoży je w katedrze na sarkofagach założycieli Uniwersytetu. Spośród grupy, niosącej wieńce, wysuwa się ku stopniom trybuny deputacja z pysznie oprawną i okutą księgą. To adres od mieszkańców Krakowa, podpisany nieprzeliczoną mnogością nazwisk. (*BW*, 1900, t. II, s. 485)

W powrocie w pośrodku Rynku, hołd Obywatelstwa złożony Uniwersytetowi, olbrzymia defilada instytucyj, stowarzyszeń, grup ludowych, pieszych i konnych. Kronikarz musi wziąć na siebie trud ich obliczenia i nazywania; dla widza osobisto-

ści i nazwiska ginęły, pozostały jedynie żywe i ruchome płaty barw, migające najcudniej po zieleni drzew stojących rzędem wprost trybuny (*Ppo*, t. 137, s. 4).

Była to (...) chwila godna swojego Matejki, kiedy senatus almae matris jagellonicae zasiadł na trybunie, niby na tronie (...), ku niej przesunął się czterotysięczny tłum, by nieść hołd od ludności matce oświecicielce. Szły dzieci, szło mieszczaństwo, czapkami w górę wymachując, wreszcie cały sznur włóściaństwa: kobiet, dzieci i chłopów. A rektor w sobolach i purpurze dzięki czynił, kłaniając się hołdującemu narodowi. To była może najpiękniejsza chwila. Najpiękniejsza dlatego, że nie przygotowana

— zanotował reporter *Gazety Polskiej* (nr 131, s. 1) bynajmniej nie sympatyzującej ze stańczykami.

Wiele natomiast złości zawarł w swej relacji Krakowiak na łamach *Prawdy* mocno z kolei spokrewnionej z wyżej wymienioną *Gazetą*:

sprowadzono gromadkę chłopów, zgarnięto ze szkół trochę dzieci, dano miejsce mieszczaństwu, słowem pokazano, że Noe uratował dla świata trochę więcej gatunków ludzkich, niż panów galicyjskich wraz z ich służbą (*P*, nr 27, s. 318).

Oficjalna uroczystość odbywa się w akademickim kościele Świętej Anny. Inauguruje ją przemówienie rektora Stanisława Tarnowskiego:

...Przeżyliśmy pięć wieków, z chwałą czasem, nie bez upadków niekiedy, ale nigdy, nawet w chwilach upadku, nie byliśmy beczynni i beżużyteczni i nigdy, nigdy na chwilę nie sprzeniewierzyliśmy się ani Bogu i Jego Kościołowi, ani ojczyźnie, ani swojej własnej czci. Czyści stoimy wobec przeszłości, czyści w teraźniejszości podajemy przyszłości cześć i oświatę pokoleń (...) Był czas, że nasz uniwersytet, najdalej ku wschodowi Europy wysunięty, ogniskiem był, w którym się schodziły promienie światła z południa i zachodu, i stąd się dalej ku wschodowi rozstrzelały. Był czas, że stanowiliśmy jedyny tunel, przez który dostawały się promienie światła, od szczęśliwszych i dawniej oświeconych, do młodszych, w nauce jeszcze niećwiczonych. Tu, w tym miejscu, stykało się w naszym europejskim świecie światło i mrok, a naszym zadaniem było światło szerzyć, zmrok zmusić, iżby przed nim ustępował. Pełniliśmy tę służbę nie bez skutku (...). To nie pochlebstwo — to rzetelna szczerza prawda. Szczerem też i rzetelnym jest uczucie wierności, wdzięczności, przywiązania i czci, z jakim ten uniwersytet, z całym krajem pospołu prosi Boga, żeby go długo jeszcze w pokoju, pomyślności chował, a błogostawieństwem swoim wspierał, z jakim wołamy: Najmiłościwszy cesarz i król Franciszek Józef — vivat! (*NR*, nr 129).

Swe wystąpienie zakończył odczytaniem depeszy gratulacyjnej cesarza Franciszka Józefa.

Głos zabierają goście; ich wystąpienia są skrzętnie odnotowywane (i komentowane) przez wszystkie pisma; komentatorzy wyławiają z nich myśli najbardziej zbieżne z tendencjami reprezentowanymi przez własny organ.

Konserwatywny *Przegląd Polityczny, Społeczny i Literacki*, organ lwowskich „podolaków”, cytuje profesora uniwersytetu berlińskiego Eduarda Sachaua: „Naród o takiej przeszłości cywilizacyjnej posiada w samym sobie nieprzebranie skarby żywotności i może patrzeć z ufnością w przyszłość” (nr 133).

Nowa Reforma (nr 129) w przemówieniu rektora uniwersytetu berlińskiego Fuchsa zauważyła:

wspominał w swej przemowie, że akademia Jagiellońska była tym pomostem, co łączył wschód z zachodem (żywe oklaski) i dumną być może z tego, że współzawodniczyła z tak wielkimi dawniej uniwersytetami, jak akademia paryska, padowaska i bolońska. Tu słuchał wykładów Kopernik, tu obmyślał swoje wielkie zagadnienia. Uniwersytety niemieckie wszystkie łączą się spodem, ażeby siostrzanej wszechnicy krakowskiej złożyć serdeczne życzenia.

Naprzód (nr 96, s. 1):

Na uczcie z powodu jubileuszu urządzonej, wypowiedział Niemiec, prof. Osthoff z Heidelbergu, mowę, w której wskazał na obowiązek kulturalny walki o prawdę i wolność. Dopóki Polacy będą wiernymi tym hasłom, także Niemcy będą śpiewać: „Jeszcze Polska nie zginęła”. Słowa powyższe padły z ust Niemca, jednego z licznych przedstawicieli nauki niemieckiej, goszczących w Krakowie, jako najpiękniejszego tłumaczenie stosunku Europy do Polaków i do tego, co Polska w kulturze swojej odrębnie czyniła niegdyś i co czynić powinna dla świata.

Prawda (nr 27, s. 318–319), komentując wystąpienia profesorów Edwarda Suessa z Wiednia i Hermanna Osthoffa z Heidelbergu, zauważyła, iż

przypomnieli o swobodzie i niezależności badań, o tym wielkim posłannictwie, które spełniać powinny wszystkie uniwersytety, a więc i Jagielloński; on może bardziej od innych, bo przed wieloma zapalił w Europie pochodnie nauki. Tymczasem w Krakowie stworzono trybuny agitacyjne, a nie mównice czystej mądrości, która jeśli tam żyje, to tylko w norach, jak myszy kościelne.

Zabrał również głos prof. Léon-Gabriel Pelissier, przedstawiciel jedyne go w Krakowie francuskiego uniwersytetu z Montpellier:

po jego zakłopotaniu, kiedy wystąpił ze swą gratulacyjną oracją, znać było, że nie spodziewał się takiego zjazdu we wschodniej „mieście” i tylu zaszczytów świadczonych Szkole ubożuchnego narodu; znać było, kiedy poglądał po liliach andega-weńskich zdobiących baldachim polskiej królowej, że wstyd mu tego odosobnienia, jakie wynikło może wbrew utajonym sympatiom. Mowa jego była jakby nieśmiała, jakby przepraszająca za nieobecnych, co zaniechali przybyć nie z lekceważenia, ale z powodu tego marnego „nie wypada”, co jest piętnem słabych, nie pytających jeszcze może potężnego patrona, czy wolno, lecz już naprzód lękających się, że może nie wolno... (*Ppo*, t. 137, s. 6)

Składanie darów i okolicznościowych adresów

Sprawie tej prasa poświęca wiele uwagi; odnotowuje wszelkie inicjatywy i przedsięwzięcia różnych warstw społecznych w tym względzie. Nieważna wartość materialna tych darów, istotniejsza jest intencja. W tym upatruje się realne (a nie tylko werbalne) uzewnętrznienie obywatelskiej postawy wobec 500-letnich dziejów Wszechnicy i jej stałej obecności w społecznej świadomości. Rzadkie są próby wartościowania tych darów — choć podkreśla się, iż „najpiękniejsze i najhojniejsze dary przysły z zaboru rosyjskiego”.

Stos ksiąg Uniwersytetowi przyniesiono w darze, wszystko pisanych z myślą czulego i rzetelnego holdu; było się świadkiem, jak najpoważniejsze grono profesorów, pod wpływem nagłego uniesienia porywało się z miejsc, podnosiło gromadne okrzyki i powiewało biretami, jakby to były czapki z piórkiem chłopięce. Słyszało się, jak posiwiali szermierze epokowych glorijskich naukowych wspinali się na krzesła, aby stamtąd głośniejszy, jawniejszy, a tym dziwniejszy, że nie naszą mową, wykrzyknąć: „Jeszcze nie zginęła” (*Ppo*, t. 137, s. 1).

W dużym skupieniu przyjmowany jest dar składany przez prof. Władysława Abrahama — rektora Uniwersytetu Lwowskiego:

imponującą rozmiarami i treścią „Księgę pamiątkową”. Imponującą rozmiarami dlatego, bo tak ogromny tom nie pojawił się już dawno na półkach księgarskich. W formacie wielkiej ćwiartki o kilku tysiącach stron drukowanych bitym i bardzo czytelnym drukiem, stanowi „Księga” ta ogromny foliał wyglądający majestatycznie obok lilipucich wydawnictw obecnych.

„Księga pamiątkowa” zawiera wyłącznie prace naukowe profesorów uniwersytetu lwowskiego. Miała niegdyś ta szkoła (krakowska), czytamy w przedmowie, liczną drużynę podległych jej kolonii, rozsianych po wszystkich krajach Rzeczypospolitej, między nimi i w naszym Lwowie. Burza przeszłych wieków zerwała te związki i zniszczyła posiew rzucony jej ręką.

Ale w nieszczęściu, które Cię dotknęło, Matko karmicielko — niech ci będzie pociechą myśl, że w miejscu, gdzie istniała jedna z Twoich córek, lwowska, wyrósł teraz pełny uniwersytet. Jesteśmy obecnie drugim na świecie Uniwersytetem polskim, jedynym obok Was. Wysunięci dalej od pierwotnej kolebki narodu, na wschodniejsze krańce Ojczyzny, czujemy się młodszą bracią, a wiernymi pomocnikami Uniwersytetu krakowskiego i pragniemy się dostąpić udziału w Jego sławie...(*T.*, s. 216)⁹.

Z jeszcze większą estymą przyjmowana jest delegacja byłej Szkoły Głównej warszawskiej:

Nagle cała sala drgnęła; sekretarz Uniwersytetu wywołał nazwisko Sienkiewicza i towarzyszy, mających złożyć pozdrowienie i dar od profesorów i wychowawców byłej Szkoły Głównej warszawskiej! (...) zahuczały mury od gromkich oklasków, świadczonych największej naszej literackiej sławie, po czym Sienkiewicz odczytał oficjalny adres i wręczył Uniwersytetowi wspaniały dar: fundusz stypendyjny wieczysty, przeszło 70 tysięcy koron wynoszący (*Ppo*, t. 137, s. 9–10)¹⁰.

I dalej: delegacja byłych studentów Uniwersytetu Dorpackiego składa łańcuch rektorski; miasta Wilna — berło dla dziekana wydziału filozoficznego; obywatele Wielkiego Księstwa Poznańskiego i Prus Zachodnich — wspaniały pierścień („na znak spójni, która jest dowodem siły”); od grona Litwinów — szczerozłoty łańcuch rektorski; Towarzystwa Przyjaciół Nauk w Toruniu — rektorski pierścień brylantowy.

⁹ Z innych notatek prasowych dowiadujemy się, iż w Księdze liczącej ponad 1000 stron znalazły się rozprawy 34 profesorów i docentów, „między nimi rozprawa byłego profesora wszechnicy lwowskiej, dziś Namiestnika, Leona hr. Pinińskiego”.

¹⁰ Trzeba dodać — używając dzisiejszej polszczyzny — iż właśnie Henryk Sienkiewicz był jedynym idolem zarówno uczestników tego święta, dziennikarzy, mieszkańców miasta. Szczególnie gdy na licznych rautach „pokazywał się z wielką odznaką Litteris et artibus w towarzystwie uroczej córki”. W tym czasie mieszkał u Karola Potkańskiego — ul. Straszewskiego 22 I p.

Cech krakowskich introligatorów złożył na ręce rektora „wspaniałą księgę do zapisywania dat pamiątkowych. Jest to ogromny pergaminowy wolumin, oprawny w skórę ciemnozieloną. Brązowe ozdoby w stylu Odrodzenia wyobrażają łuk tryumfalny, pod którym w skórze odbite ukazują się popiersie królowej Jadwigi” — wykonane według projektu prof. arch. Jana Zubrzyckiego.

Nadesłano przeszło 100 listów i telegramów gratulacyjnych (m.in. piękny adres kolonii polskiej z Petersburga, rady miasta Pragi, Lwowa¹¹, adres uniwersytetu z Oxfordu z oryginalnymi starymi pieczęciami). Pierwszą depeszę gratulacyjną nadesłał uniwersytet z Tokio.

Wśród nich były telegramsy od Teodora Tomasza Jeża, Władysława Mickiewicza, a także od warstw włościańskich:

Działwa szkolna, lud parafii Jasionów czczą wspólną zabawą, odczytem i nabożeństwem jubileusz Uniwersytetu Jagiellońskiego i proszą Boga o najobfitsze błogostawieństwo dla tej najwyższej polskiej szkoły. Imieniem szkoły, gminy i parafii Kasper Władysław, wójt (SP, nr 131)¹².

Obok darów „w złocie i klejnotach” listę uzupełniają dziesiątki ksiąg poświęconych (lub dedykowanych) Uniwersytetowi¹³.

Ogłoszenie i wręczenie tytułów honorowych doktorów

Kolejna sprawa, która mocno bulwersowała opinię publiczną¹⁴. Powodem nie tyle ilość tych wyróżnień (choć i ten aspekt podnoszono), co owe partyjne koterie, które wpłynęły na rozdawnictwo owych honorowych wyróżnień. Szczególnie dla polskich nazwisk. Krytyczne uwagi (choć bez posługiwania się inwektywami charakterystycznymi dla dziennikarstwa *Naprzodu* czy — częściowo — *Prawdy*) wyraził na łamach *Nowej Reformy* (nr 131) M. K. (Michał Konopiński):

aby odjąć uroczystości jubileuszowej wszelką cechę polityczną, a wszystkie stronnictwa w kraju i narodzie chwycić za serce i pozyskać do wspólnej akcji, ułożył senat listę honorowych doktorów, o której wiadomość zelektryzowała wszystkich i w niemy ich wprawiła zachwyty. — Najpierw obdarzono nadzwyczaj hojnie godno-

¹¹ „Oby więc danym było Waszej szkole wraz z Jej córą bratnią lwowską wszechnicą, pracować jeszcze przez długie wieki w duchu narodowym (...) i dożyć tak wolnej, potężnej i szczęśliwej Ojczyzny, jaką była za Jagiellonów” (wg *KL*, 7 VI).

¹² Zarząd Koła Pań Towarzystwa Szkół Ludowych współuczestnicząc w budowie szkoły ludowej „na granicy — na kresach węgiersko-śląskich w Zwardoniu” nazwał ją imieniem Królowej Jadwigi.

¹³ Wymienia je m.in. *Przegląd Polski* (t. 139, s. 11) oraz *Tydzień*, s. 183–184.

¹⁴ Uniwersytet przyznaje je niezmiernie rzadko od 1844; do r. 1898 przyznano je 24 osobom (w tym 15 w r. 1887 z okazji oddania do użytku Collegium Novum). W 1900 r. przyznano ich 70 (w zakresie św. teologii — 13; prawa — 14; medycyny — 12; filozofii — 31), w tym 18 Polaków — pracujących na ziemiach polskich (zabór rosyjski — 8, austriacki — 6, pruski 4). Doktoraty ponadto otrzymali: uczeni z Austro-Węgier 9, Francuzi — 8, Niemcy — 7, Rosjanie — 6, Anglicy — 5, Czesi i funkcjonariusze Watykanu — po 4, Włosi — 3, Szwajcarzy — 2; Amerykanie, Szwedzi, Holendrzy i Serbowie — po 1. Z Polaków tym tytułem wyróżniono m.in. biskupa krakowskiego J. Puzyń, namiestnika Galicji — L. Pinińskiego, prof. M. Bobrzyńskiego, dr. J. Dunajewskiego, T. ks. Lubomirskiego oraz H. Sienkiewicza. Wyróżniono 2 Polaków pracujących w Petersburgu, 1 — w Szwajcarii. Nb. Sienkiewicz był drugim z kolei polskim twórcą, który otrzymał to wyróżnienie. Pierwszym (a drugim z kolei na liście) był Józef Ignacy Kraszewski (1879 r.). Według: *Almanach Jubileuszowy Uniwersytetu*, Kraków 1900, s. 75–78.

ścią uniwersytecką zagranicznych uczonych, aby przypadkiem nie pomyślano, że Polacy są zazdrośni lub nie znają uczonego świata (...) Przystępując zaś do wyboru między „swoimi” wyteżył senat wszelkie starania, aby przypadkiem nie popadł w podejrzenie, że kieruje się względami koteryjnymi. Więc np. 5 honorowych doktoratów prawa, które wydzielił Polakom, dał 4 ludziom stojącym tak z dala od stronnictw politycznych, jak np. Włodzimierz Spasowicz z Petersburga i Ludwik Górski z Warszawy, Leon hr. Piniński i Leon Biliński. Największe niebezpieczeństwo groziło wydziałowi filozoficznemu. Bo proszę tylko zważyć, że Polska ma obecnie jeden, jedyny czysto polski uniwersytet w Krakowie, drugi już o nieco mieszanym charakterze, we Lwowie (...) Pomimo tego jednak, nie brak tam ludzi uczonych (...) znanych zaszczytnie w całym narodzie. Było więc ogromne niebezpieczeństwo, aby tych ludzi kwalifikujących się właśnie do doktoratu filozofii, w zanadto wielkiej liczbie nie „zademonstrować” przed światem. Więc postąpiono sobie bardzo dowcipnie, bo na 28 honorowych doktoratów filozofii, tylko 5 udzieleno Polakom — a 23 dano obcym. Oto nazwiska tych pięciu polskich uznanych przez senat, honorowych doktorów filozofii: Michał Bobrzyński, Julian Dunajewski, [Jan] Tadeusz ks. Lubomirski, Władysław Łuszczkiewicz, Henryk Sienkiewicz i Tadeusz Wojciechowski. Poza nimi nie posiada Polska ani uczonych, ani artystów, godnych uznania i przypomnienia ich swoim i obcym...

Ta lista honorowych doktorów, zwłaszcza gdy okraśliły ją nazwiska wybitnych działaczy politycznych, w rodzaju pp. Ludwika Górskiego i Spasowicza, od razu wbrew najwidoczniejszym intencjom senatu i hr. Stan[isława] Tarnowskiego — pozyskała wszystkie stronnictwa dla obchodu jubileuszowego.

*

Po uroczystościach w kościele Świętej Anny wystawne obiady (wydany przez profesorów i docentów w „Sokole” na cześć gości — 500 osób), raut w Sukiennicach dla 1500 osób wydany przez prezydenta m. Krakowa Józefa Friedleina¹⁵, a także w prywatnych apartamentach Stanisławostwa hr. Tarnowskich („zgrupował wszystkich deputatów, uczonych, profesorów, inteligencję miasta oraz przedstawicieli sztuki i literatury” — *GW*, nr 150), śniadanie „dla dygnitarzy” u księcia biskupa krakowskiego; zaś w ogrodzie krakowskim zabawa dla włościan i młodzieży szkół ludowych ozdobiona przez teatr lubelski „Krakowiakami i góralami”. Wieczorem w teatrze przedstawienie (w programie okolicznościowe oratorium „Gloria tibi Alma Mater” Deotymy (z muzyką Władysława Żeleńskiego), „W lat półtysiąca. Dialog napisany na uroczystość...” przez Konstantego M. Górskiego oraz „Odprawa posłów greckich” — „grana przez uczniów Uniwersytetu krakowskiego wraz z amatorkami” — przyjęte raczej chłodno przez krytykę.

Dzień wtóry — piątek, 8 VI

Odsłonięcie przez namiestnika hr. Leona Jana Pinińskiego na dziedzińcu Collegium Maius „postawionego przez rząd, a wykonanego przez Cypriana Godebskiego” pomnika Mikołaja Kopernika

¹⁵ „Ujemną stroną rautu było duszne powietrze, sala bowiem, nie przeznaczona na ten cel, nie posiadała odpowiednich wentylacji (...) W garderobach nie panował zbyt wielki porządek” (Cz., 8 VI).

W stroju dawnym, w rękę trzyma glob nieba i skupiony, wpatruje się weń, czytając z niego swoje genialne myśli. Twarz młoda z tych czasów, kiedy jeszcze w tych murach słuchał matematyki i astronomii (Sdl — *GP*, nr 130, s. 1),

oraz tablic pamiątkowych ofiarowanych przez miasto, a także przez profesorów Szkoły Sztuk Pięknych (przekształconej 24 II postanowieniem cesarza Franciszka Józefa w Akademię Sztuk Pięknych); tablice z inicjatywy Juliana Fałata projektowali i wykonali Konstanty Laszczka i Leon Wyczółkowski.

Zgorzkniały zaś reporter *Nowej Reformy* (2 VI, s. 2) donosił:

W ścianie dziedzińca Biblioteki Jagiellońskiej wmurowano tablicę pamiątkową, pochodzącą z daru profesorów ASP. Przedstawia, o ile można się domyślić, profile Kazimierza Wielkiego, Jadwigi i Jagiełły. Po bokach zaś stoją figurki Kopernika i św. Jana Kantego. Co mogło powodować u senatu akademickiego, że pozwolił na wmurowanie tej tablicy w prześlicznym a stylowym dziedzińcu biblioteki — trudno się domyślić. Malarzom i rzeźbiarzom wolno zabawiać się w impresjonizm czy dekadentyzm w swoich obrazach czy rzeźbach, jak długo nie stanowią one dzieł o charakterze pomnikowym (...). W tym wypadku powinny być czynniki miarodajne okazać cokolwiek więcej krytycyzmu przed przyjęciem niepożądanego daru, który stanowi prawdziwą dysharmonię w tak stylowym i pięknym budynku.

Odmienne wrażenie odniósł reporter *Gazety Polskiej* (nr 130, s. 1) Sdl:

Rzecz rzadkiego, wytwornego smaku. Tryptyk: środkowa część pole z napisem dedykacyjnym, boczne wizerunki Kopernika i św. Jana Kantego. Nad tryptykiem w śnie wiecznym spoczywają społem fundatorowie akademii: Kazimierz, Jadwiga i Jagiełło. Cała rzecz utrzymana w archaicznym stylu XVI wieku, i utrzymana z rzadką, powtarzam, miarą artystyczną.

*

Dla gości i publiczności przygotowano w krążankach kościoła Franciszkanów wystawę zabytków z epoki jagiellońskiej, w Towarzystwie Przyjaciół Sztuk Pięknych — dzieł artystów skupionych wokół Stowarzyszenia „Sztuka”; a także wycieczki do Wieliczki. O udziale w niej prof. Charlesa Henry’ego Monro z Cambridge dowiadujemy się z ...inseratu:

Prof. Monro, delegat uniwersytetu z Cambridge, jadąc do Wieliczki zostawił w powozie notatnik z zapiskami o jubileuszu. Łaskawego znalazcę prosimy o złożenie notatnika w kancelarii UJ (*Cz.*, nr 149).

Takich przygód organizatorzy mieli więcej:

Podczas pochodu jubileuszowego od jednego z łańcuchów oderwał się i zaginął medal z godłem uniwersytetu. Łaskawy znalazca zechce ów medalion odnieść i oddać w kancelarii w nowym Uniwersytecie, gdzie — jeśli zażąda — stosowną nagrodę otrzyma.

Uroczystościom krakowskim towarzyszyły również inne imprezy. 4 VI — mieszkanki Krakowa zgromadziły się w „Sokole”, by oddać hołd Królowej. Polka, Litwinka i Rusinka złożyły wieniec przed popiersiem Jadwigi. W dniach

poprzedzających właściwe uroczystości w Krakowie odbywał się III Zjazd Historyków Polskich (przedstawiono ponad 60 referatów), Towarzystwa Nauczycieli Szkół Wyższych oraz (w lipcu) zjazd lekarzy i przyrodników polskich. I te imprezy potraktowane zostały (głównie przez dzienniki krakowskie) z należąną atencją.

Czym były uroczystości?

Owe „wiekopomne dni” (*DP*, 8 VI) były przede wszystkim ogólnonarodową manifestacją polskości, pierwszą i jedyną tego rodzaju imprezą w zniewolonej Polsce, a więc były nolens volens ważnym wydarzeniem politycznym (w licznych doniesieniach prasowych nierzadko napomknięcia o wolnej Polsce; to samo w niektórych adresach hołdowniczych — zob. przyp. 11), choć bezpośredni organizatorzy tego święta dużo wysiłku wkładali, by minimalizować owe aspekty polityczne¹⁶, jednakże nie zawsze czynili to przekonująco. Były jednocześnie — chyba pierwszą i ostatnią — powszechnie nagłościoną gałą krakowskiego stronnictwa.

Taki obraz uroczystości 500-lecia odnowy Wszechnicy Krakowskiej, jako patriotycznej manifestacji polskości, wykreowała polska prasa, mimo łatwo wyczuwalnych ograniczeń cenzuralnych¹⁷.

Crescat et floreat — niech wzrasta i kwitnie i wśród obfitych swoich pracy owoców, a w lepszym — daj Boże niedługo — położeniu Narodu, niech zmierza do swego milenium, zawsze poważna (...), zawsze żywa, bo nauka nie może, nie powinna stać poza żywymi prądami, ogarniającymi narody: ludzkość (*SP*, nr 262, s. 1).

...nie masz części ziemi naszej, nie masz serc polskich w odległych zamorskich stronach, które by nie łączyły się dziś w radości i czci dla prastarej Szkoły. Zdaje się, że nawet stare mury, owe świadki szczęśliwej przeszłości, odczuwają uroczystość (...) (*DP*, 8VI)

Bywają w życiu człowieka chwile, kiedy milkną i w głąb się zasuwiają wszelkie rozdzwigi i troski powszednie, niktą gdzieś w dali bolesne wspomnienia — a wszystko zda się opromienione jasnością pogodną i tchnące niewysłowioną harmonią

— notuje w „Liście z Krakowa jubileuszowym” M. Świd. (Maria Świderska) na łamach *Bluszczu* (nr 25, s. 195).

...po raz pierwszy od upadku politycznego Polski byliśmy świadkami powszechnego hołdu ludów cywilizacyjnych złożonego polskiej przeszłości i polskiej kulturze (*Cz.*, nr 148).

Mówiąc o aspekcie politycznym, trzeba stwierdzić, iż obserwujemy tu wyraźne starcie nurtu demokratycznego z ideologią lojalności, ugodowości reprezentowanej przez stańczyków.

¹⁶ M. in. polemika *Przeglądu Politycznego, Społecznego i Literackiego* (nr 133, s. 2) z pesymistycznymi przewidywaniami, że są to uroczystości partyjno-polityczne, uroczystości wybitnie stańczykowskie.

¹⁷ Wiele uwagi uroczystościom krakowskim poświęcała prasa zagraniczna — szczególnie słowiańskojęzyczna (*KL*, 6 VI przedrukował z czeskiej *Politiki* obszerny artykuł nt. Wszechnicy Krakowskiej) austriacka i węgierska; krytyczny i tendencyjny artykuł w organie wiedeńskiej hakaty — *Neue Freue Presse* (*Cz.*, nr 151). „Berlińskie pisma (...) ograniczają się na kilkowierszowych suchych notatkach” (*KC*, nr 157).

Czy to była uroczystość 500-lecia kultury polskiej, czy też jubileusz c. k. wszechnicy austriackiej, albo też placówki mądrości stańczykowskiej. Bo wszystko było pomieszane razem: obok barw polskich widać było chorągwie koloru czarno-żółtego, obok przedstawicieli nauki przedstawiciele polityki stańczyków (*N*, nr 68)¹⁸.

Czyżby redakcja *Czasu* i jej przyjaciele nie odnieśli żadnej nauki z ostatniej uroczystości?, czyż istotnie nie spostrzegli, jak przypadkowym okolicznościom zawdzięcza pan hrabia, iż w jego ręce składali hołd „prostaczkowie”, czy nie zrozumieli, że uczestnicy uroczystości pragnęliby mieć w Uniwersytecie Jagiellońskim coś więcej, niż dobrą szkołę fachowców inteligentnych (...), czy nie widzieli, że w kościele św. Anny bohaterem dnia (...) nie był mąż „w szkarłacie i gronostajach rektorskich”, ale Sienkiewicz; czy nic im nie mówi wieniec, złożony Szlązakom przez miejscowych i przyjezdnych i wystawiony obecnie razem z odrzuconym darem przez hr. Tarnowskiego — notuje Marjan w *Głosie* (nr 25, s. 391).

Nie dzisiejszemu uniwersytetowi krakowskiemu składał kwiat cywilizacji całego świata hołdy, nie umysłowym karłom, zajmującym dziś pod wodzą hrabiego Stanisława Tarnowskiego katedry profesorskie, spieszyli uczeni całego świata wyrażać swoje uczucie, o nie; cześć składana u stóp Wawelu należała się owej epoce w dziejach Polski, kiedy wolność nauki i przekonania, kiedy prawda, choćby w swej rewolucyjnej prostocie, jak u Kopernika, wszystkie zwyczajowe przesady na wieki drugocząc, była królową i panią cywilizacji polskiej.

Nie do tej Polski w niewoli, niewoli srozszej jeszcze od politycznego rozbioru, bo niewoli ducha, przyszli pielgrzymi Zachodu, ale przyszli do Polski tej, która sprzed 400 lat, wolna od przesądów jezuickich, odgradzających później naukę polską od świata, świeciła jak gwiazda pierwszorzędną. (*N*, nr 69, s. 1).

Wspomniałem powyżej o ograniczeniach cenzuralnych. Dotyczy to głównie prasy zaboru rosyjskiego. Cenzura carska wobec krakowskich uroczystości zajmowała dość elastyczne stanowisko: raz pozwalała, szczególnie gdy wypowiedzi były krytyczne wobec czynników oficjalnych, innym razem — nie. Stąd np. w dziale telegramów przekazy prasowe na łamach *Kuriera Warszawskiego* wyglądały tak: „Nadeszło urzędowe potwierdzenie odznaczeń jubileuszowych”, „Arcybiskup [Florian] Stablewski nadesłał senatowi życzenia”; „xy — wyjechał do Krakowa”.

Przypuszczać można, iż *Tygodnik Ilustrowany* przygotowywał specjalną edycję. Ale niewiele z tego dotarło do czytelnika. Obok redakcyjnej laurki (nr 22):

Floreat, crescat! Niechże kwitnie i nadal, niech się wzmaga i rozwija, aby mogła jak najdłużej po myśli Kazimierza Wielkiego — wydawać „mężów dojrzałością ducha znamienitych; świetnością cnót ozdobionych i biegłych w różnych wiedzy gałęziach!” I niechaj rozjaśnia światłem Nauki drogę ku Prawdzie

na łamach pisma pozostały liczne reprodukcje (charakteryzujące się wysokim poziomem poligraficznego wykonawstwa) dokumentów i emblematów (pieczęcie i berła) oraz budynków uniwersyteckich¹⁹, a także fragmenty wielo-odcinkowego (od nr 22 poczynając) studium Wiktora Cermaka: „Uniwersytet Jagielloński w wiekach średnich” (drukowanego również w innych pismach)

¹⁸ *Naprzód* — jako jedyne spośród analizowanych pism artykuł okolicznościowy (sygnowany przez A. D.) zatytułował: „536 lat oświaty” (numery 63–71).

¹⁹ Podobnie wyglądał numer uniwersytecki (153) innej gazety warszawskiej *Wiek Ilustrowany Literacki i Społeczny* (który nb. i dziś może być modelowym przykładem gazety ilustrowanej), wykorzystujący zresztą klisze *Tygodnika Ilustrowanego*.

oraz Adama Krechowickiego: „Fiat Lux. Obraz historyczny z czasów Jadwigi i Jagiełły. Uniwersytetowi Jagiellońskiemu w hołdzie”.

Równie intrygującą dla nas sprawą jest brak wypowiedzi Bolesława Prusa, wnikliwego obserwatora i kronikarza wszelkich przejawów aktywności polskiego społeczeństwa.

*

Poszukując odpowiedzi na pytanie: czym były uniwersyteckie uroczystości, trzeba również wspomnieć, że obok manifestacji polskości na łamach prawie wszystkich omawianych tu pism (nierzadko wydających okolicznościowe numery) ukazały się liczne publikacje (często fragmenty rozpraw naukowych) popularyzujące wspaniałe dzieje Wszechnicy Krakowskiej. Obok już wymienionych publikacji *Naprzodu* czy *Tygodnika Ilustrowanego* przykładowo wspomnę publikacje *Słowa* (M. Dubiecki: Ostatnie chwile Królowej Jadwigi, nr 128), *Nowej Reformy* (S. Zalewski: Z dziejów Uniwersytetu, nr 123–134), *Głosu* (J. Zahorski: Uniwersytet Jagielloński, nr 20, 21) czy *Gazety Warszawskiej* (Początki Almae Matris, nr 151; Pierwszy rektor Uniwersytetu i jego mowa inauguracyjna, nr 148). Zwrócić trzeba również uwagę na specjalny — bogato ilustrowany numer tygodnika *Kraj*. Dodatek ilustrowany (nr 29).

Na łamach pism ogólnonaukowych (bądź popularnonaukowych) ukazały się obszernie studia, tyczące się nierzadko mało znanych epizodów (np. A. Brückner: Mateusz w Krakowie. Kartka jubileuszowa, w pięćsetną rocznicę Uniwersytetu Krakowskiego — *Ateneum*, t. 2, s. 461–464, 484–486); w okolicznościowym numerze *Przeglądu Powszechnego* (t. 66) studia W. Chotkowskiego, K. Morawskiego, M. Straszewskiego (Nazwy uniwersytetów).

I wreszcie okolicznościowy tom (136) *Przeglądu Polskiego* (m.in. K. M. Górski: W lat półtysiąca. Dialog napisany na uroczyste przedstawienie w dniu pięciowiekowej rocznicy odnowienia Uniwersytetu Jagiellońskiego; S. Krzyżanowski: Najstarsze karty metryki uniwersyteckiej; W. Czermak: Uniwersytet Jagielloński w czterech ostatnich wiekach).

W słowie wstępnym do tego tomu Stanisław Tarnowski pisze:

ze wszystkich pism polskich, najbliższy Uniwersytetowi jest nasz *Przegląd*. (...) Ma prawo chlubić się, że się z Uniwersytetem złączył najsilniej, jak to dla pisma periodycznego jest możliwym. (...)

Dla tej rocznicy nie może biedne pismo zrobić nic więcej, jak poświęcić jej jeden swój zeszyt, zapełniony wyłącznie i jedynie wspomnieniami Uniwersytetu. Dziwnym się może wydawać, że ze wszystkich, którzy do naszego pisma należą, jeden tylko ogłasza w tym zeszycie swoją pracę, część większej „Historii Uniwersytetu”, której na tę rocznicę szczęśliwie dokonał. Milczenie innych, ich nieobecność w niniejszym zeszycie, stąd pochodzi i tym się tłumaczy, że Uniwersytet potrzebował ich czasu i trudu do innej służby, do spraw swoich ważniejszych. Nie żałowali mu swojej pracy, tylko ją na co innego, jak pisanie, poświęcić musieli. (*Ppo*, t. 136, s. 381–382).

Od spraw historycznych odstała jedynie *Krytyka*. W okolicznościowym artykule Stefan Krzycki (Mieczysław Niedziałkowski) zajął się dostępnością studiów dla osób spoza zaboru austriackiego:

...trudności, jakie studenta opuszczającego Rosję czekają w Krakowie: opinia policji, zwlekanie Namiestnictwa, wątpliwa decyzja w Wiedniu — w pierwszym rzędzie odstręczają od Jagiellońskiej wszechnicy. W samej Rosji np. uniwersytet dorpacki zawdzięczał liczną swą frekwencję Polaków swobodzie i nieściślejszej kontroli w przyjmowaniu studentów: słuchacz, wydalony z innych uniwersytetów, tu znajdował przytułek. Ten niezyczliwy stosunek do Polaków innych zaborów, stosunek płynący po części z politycznych zapatrywań sfer uniwersyteckich, po części z wyraźnego brzmienia ustaw, które cały szereg przywilejów zapewniają przynależnym Austriakom, jest ciemną stroną wszechnic galicyjskich: nie tylko zmniejsza frekwencję uniwersytetu, nie tylko wpływa niekorzystnie i utrudnia sprawiedliwy wybór przy obsadzaniu posad uniwersyteckich, ale w sferach studenckich, w życiu koleżeńskim rodzi niesnaski i wprowadza szkodliwe rozdwojenie. Jest to bolesny, ale prawdziwy fakt, że ogół studencki nie czuje się jedną studenterią polską, ale przecina się na warstwy: galicjan i królewiaaków. Temu rozdziałowi obie strony są winne: brakiem charakteru jedna, zarozumiałością i brakiem wyrozumienia druga — ale najwięcej winne warunki, które stan ten stwarzają i przeciw tym walczyć należy (*Kr.*, t. 1, s. 403).

Próbując podsumować tę uroczystość *Czas* pisał:

Podniosły obchód półtysięcznego jubileuszu głównej polskiej Wszechnicy ma się ku końcowi, a jego poważny, majestatyczny i wspaniały przebieg napełnił serca nasze dumą i radością; dumą, bo po raz pierwszy od upadku politycznego Polski, byliśmy świadkami powszechnego hołdu ludów cywilizowanych, złożonego polskiej przeszłości i polskiej kulturze; radością, gdyż z ust cudzoziemskich uczonych, wszystkich, nawet wrogich nam narodowości, usłyszeliśmy z głębi serca płynące stwierdzenie niezłomnej żywotności naszego narodowego rozwoju (nr 148).

I w innym miejscu: „Ten obchód uniwersytecki nie był tylko naukowym świętem — podnosił on także serca do najwyższych ideałów” (nr 153).

W obszernej publikacji „Po uroczystościach” (nr 152, 153) sygnowanej L. D. (Ludwik Dębicki) jeszcze raz spotykamy się z próbą odżegnania od charakteru politycznego:

Polityka z góry była wykluczona z całego programu, a nikt ścisłej granicy między sferą naukową a polityczną nie przekroczył — w tym właśnie był rozum polityczny nie tylko urządzających, ale i uczestników. Od początku do końca wolny od politycznej tendencji i przymieszki obchód jubileuszowy przez samą obecność dwóch członków gabinetu, naczelnika rządu krajowego, licznych dygnitarzy, a nawet dyplomatów, nabrał cechy urzędowej (nr 152).

Przyjazd do Krakowa licznych uczonych z zagranicy²⁰ to

rezultat odrodzenia nauki polskiej w Uniwersytecie krakowskim, odrodzenia, które zaznacza się od pół wieku. (...) stopy ksiąg i prac na najrozmaitszych polach świadczą, że skarbnica niezamknięta, lecz do niej ciągle nowe dorzucają klejnoty.

²⁰ Do braku w Krakowie przedstawicieli Sorbony tak ustosunkował się *Czas*: „dziwnie uderzał brak reprezentanta Sorbony. Nie komentując tego faktu, zapisujemy go jako charakterystyczny objaw chwilowych prądów” (nr 148).

Powstała nowa szkoła naukowa krakowska, zwłaszcza w dziale dziejopisarstwa, szkoła, z którą się liczą za granicą, a na którą w kraju i od swoich nieraz ciężkie miotano pociski (nr 153)²¹.

W podsumowaniu tym brak najmniejszych prób ustosunkowania się do niezamierzonych (albo wręcz zamierzonych) potknięć, do których m.in. zaliczyć trzeba próbę wyłączenia z pochodzących chłopskich banderii, manipulowania wagonami z delegacją czeską, a zwłaszcza niedopuszczenie do udziału w pochodzie delegacji Ślązaków i nieprzyjęcia daru rzeźby górnika — „źle widzianym by był w Wiedniu” (*KL*, 4 VI). Decyzja mocno krytykowana:

przez rektora hr. Tamowskiego niestety odrzucony dla wyższej (dość głupiej) polityki (*GN*, 2VI)

...bo mogłoby to narazić go w oczach konsula niemieckiego i sprowadzić na niego posądzenie, że zajmuje się propagandą wielkopolską (*N*, nr 64).

Podsumowanie

Z 33 czasopism (zob. zestawienie: Oblicze ideowe czasopism...) wydobyłem 82 fragmenty (można tu nazwać je analizowanymi jednostkami), które były przedmiotem analizy — komentarza. Dodam, iż dobór owych jednostek nie był wynikiem teoretycznie skonstruowanego klucza badawczego; ich ilość jest sumą cytowań informacji. Najwięcej informacji pochodzi — rzecz zrozumiała — z prasy krakowskiej (39; *Nowa Reforma* — 12; *Czas* — 9), warszawskiej (26) i lwowskiej (17; *Kurier Lwowski* 7). Dominacja *Nowej Reformy* — jest zrozumiała; w opinii badaczy pismo to uchodzi za charakteryzujące się i szerokim, i bezstronnym serwisem informacji; *Czas* (i dołączając do niego *Przeгляд Polityczny* — 5 jednostek) — mógł uchodzić za nieoficjalny organ prasowy organizatorów uroczystości.

Mimo iż w zestawie badanych pism dość dużą grupę stanowiły tytuły lewicowe lub do nich ciężące (10), w opisie krakowskich uroczystości wyraźnie dominują nad wypowiedziami krytycznymi (19) wypowiedzi pozytywne lub nienacechowane ocenami (64).

Krytyczne oceny dominowały w pismach krakowskich — 12 (z 5 komentowanych publikacji zaczerpniętych z *Naprzodu* — 4 miały charakter krytyczny), a w następnej kolejności — warszawskich 4; i wreszcie lwowskich 3 (wszystkie na łamach *Kuriera Lwowskiego*). Dominacja wypowiedzi krytycznych na łamach *Naprzodu* i *Kuriera Lwowskiego* nie wymaga komentarza; zaskakuje zaś na łamach *Nowej Reformy* (3), a zwłaszcza związanego z hierarchią kościelną *Głosu Narodu* (na 6 publikacji — 3 krytyczne). Potwierdza to tezę, iż osobiste gusty dziennikarza nie zawsze muszą być całkowicie podporządkowane linii programowej pisma.

²¹ Z oceną tą mocno polemizowała *Nowa Reforma* (z 17 VI).

Wywody te całkowicie potwierdzają wcześniejsze opinie, iż prasa z dużą życzliwością informowała o przygotowaniach i przebiegu krakowskich uroczystości. To ona — często wbrew intencjom organizatorów — kreowała obraz wielkiej manifestacji polskości. Pojawienie się elementów krytycznych było rezultatem starcia się dwu odmiennych politycznych orientacji. Chyba po raz pierwszy — w formie tak zintensyfikowanej — w dziejach polskiej publicystyki. Elementy krytyczne w niczym jednak nie osłabiły i nie pomniejszyły atmosfery owych „wiekopomnych dni”.

WOJCIECH KAJTOCH

ODLOTOWE BEZ DWÓCH ZDAŃ!

Kultura języka, stylu, perswazji w czasopismach dla młodzieży

Opracowanie jest próbą całościowego przedstawienia charakterystycznych cech polszczyzny używanej w sześciu popularnych czasopismach młodzieżowych. Przedmiot analiz to: dwutygodnik *Bravo* (polska wersja czasopisma niemieckiego) wydawany od 1991 r. przez koncern H. Bauera w nakładzie 700 tys. egz. (20% zwrotów); dwa miesięczniki: *Popcorn. Magazyn dla młodzieży*, wydawany od 1990 w nakładzie 450 tys. egzemplarzy (30% zwrotów) i *Dziewczyna taka jak ty!* ukazująca się od 1991, obecnie w nakładzie 500 tys., również mające charakter międzynarodowy, bo właścicielem jest grupa wydawnicza Jörga Marquarda; obecny na rynku od 1996 miesięcznik *Machina. Najlepszy Magazyn Popkulturalny*, wydawany przez spółkę polsko-amerykańską w nakładzie 80 tys. (15% zwrotów); ukazujący się od 1995 r. w Krakowie, w nakładzie 30 tys. (5% zwrotów) tygodnik *Droga. Tygodnik Młodzieży Katolickiej* i ukazujący się od 1967 roku, ale unowocześniony miesięcznik *Jestem. Magazyn PCK*, nakład 400 tys. egz. (40% zwrotów)¹.

Bravo jest magazynem przede wszystkim muzycznym, przeznaczonym dla uczniów starszych klas podstawówek. *Popcorn* może być czytany także przez młodsze klasy licealne. W *Dziewczynie* (dla dziewcząt ok. 15–18 lat) przeważają „kobiece” treści obyczajowe. *Droga* jest czasopismem katolickim dla młodzieży licealnej. *Jestem* — to pismo dla młodych kobiet między 18. a 25. rokiem życia. *Machina* to komercyjny magazyn kulturalny dla studentów i trzydziestolatków mający cechy pisma pokoleniowego (dla tzw. „urodzonych po 1960 roku”).

¹ Dane wg Katalogu mediów polskich 1998. W październiku m.in. *Popcorn* i *Dziewczyna* zostały przez Publishing Group Jörg Marquard sprzedane koncernowi Axel Springer Verlag. Wiadomość z 11 numeru miesięcznika *Press* (s. 6) z 1999 r.

Problemy poprawności

Komputerowe słowniki ortograficzne stanowią z reguły skuteczną zapórę przeciw literówkom i kardynalnym błędom pisowni. Wyjątkowo może się zdarzyć sytuacja, gdy błędna forma danego wyrazu jest identyczna z formą prawidłową wyrazu innego (*Wiki poleca* [szoferowi] *zawieść się do Agaty* [B]² — pomyłono „zawieźć do kogoś” i „zawieść się na kims”). Automatyczna kontrola ortograficzna nie zareagowała także w przypadku niektórych literówek (*presja filtrowania* [D] — zamiast „flirtowania”), leksykalnych absurdów (*nie powinien [...] mnie cyfrować* [tj. „cytować”]). W sumie jednak błędów ortograficznych kardynalnych nie ma w omawianych czasopismach prawie wcale, a literówek i błędów interpunkcyjnych jest niewiele. Wyjątkami są *Bravo* i *Popcorn* redagowane pod tym względem niechlujnie. Występują też zasadnicze kłopoty z pisownią i odmianą skrótowców. Jeżeli pisownię nazw zespołów muzycznych (O.N.A, M.A.F.I.A.) i pseudonimów wykonawców (K.A.S.A.) można od biedy wy tłumaczyć artystyczną ekspresją, to ewidentnie błędne jest pisanie USA „z kropkami” (*U.S.A Single* [B]), bądź odmiana typu *M.A.F.I.I.* [P]. Redakcje nie mogą się zdecydować, jak pisać popularny ostatnio skrót od ang. „disc jockey”: „DJ” (*jestem DJ'em* [P], a może „dj” (*dj-a, dj-e, dj-owanie, dj-ski* [M] — tj. „didżeja”, „didżeje”, „didżejowanie”, „didżejski”). Wąhania dotyczą i innych wyrazów importowanych z angielszczyzny. Pisze się czasem np. *rock&roll*, [J] albo *fan-club* [B]. Ciekawą praktyką redakcji *Popcornu* (zapewne atakowanej za nadmiar anglicyzmów, rzeczywiście tam licznych) jest swoista hiperpoprawność, polegająca na polszczeniu wyrazów angielskich uwzględniającym nie ich pisownię, ale brzmienie (podobnie jak się to dzieje w języku rosyjskim), stąd można tam napotkać formy w rodzaju: *szołbiznes* czy *szejk owocowy* (od ang. „shake”). Natomiast ortograficznym zwyczajom angielskim ulega bliźniacze *Bravo*, które nie dość że nazywa się, jak nazywa, ale jeszcze częstokroć pisze dużymi literami wszystkie wyrazy składające się na tytuły polskich piosenek („*Kolorowe Sny*”, „*Jeszcze Bliżej*”).

Jeśli nie liczyć starannie redagowanej *Machiny*, omawiane czasopisma mają liczne kłopoty z poprawnością leksykalną i gramatyczną. Po części wynikają one z językowej polityki redakcyjnej. Na przykład *Bravo* konsekwentnie stosuje półangielskie tytuły stałych działów, przydawkę rzeczowną (tu: angielski rzeczownik w funkcji przymiotnika) stawiając przed wyrazem określanym, co owocuje wyrażeniami typu: *Bravo Krzyżówka*, *Bravo Raport*, *Bravo Moda*, (zamiast: „*Moda Bravo*” itd.). Niekiedy, między przydawką rzeczowną a określanym rzeczownikiem pojawia się angielski skrótowy przymiotnik *Bravo Psycho Test*. Co prawda tytuły te po polsku brzmią jak dziwaczne złożenia, ale wyglądają światowo. *Bravo* i *Popcorn* nie mogą się też pogodzić z tym, że kategoria rodzaju w polszczyźnie ma przeważnie

² W nawiasach kwadratowych podano źródło cytatu. [D] — *Dziewczyna*, [Dr] — *Droga*, [B] — *Bravo*, [P] — *Popcorn*, [M] — *Machina*, [J] — *Jestem*, ale tylko tam, gdzie informacja o lokalizacji cytatu nie jest podana w tekście, a jest istotna.

charakter gramatyczny i o działaniach męskich zespołów muzycznych piszą w rodzaju męskoosobowym *Depeche Mode przyjechali*. Ba! Mogą zignorować związek zgody, jeśli chodzi o liczbę, jak w zdaniu: *Zespół Magma kończy już pracę w studiu i niebawem będziecie mogli usłyszeć ich nowe piosenki* („ich” — bo przecież to paru muzyków). Te ryzykowne operacje na rodzaju związane są, jak sądzę, głównie z chęcią uzyskania efektu potoczności cennej dla kontaktu z czytelnikami i rzeczywistością, najczęściej na stylizacji potocznej się kończy (*Chłopaki nie mieli zbyt wiele czasu*).

Ale większość błędów wynika ze zwykłej niestaranności (w przypadku materiałów redakcyjnych i przedruków) bądź źle pojętego szacunku (listy od czytelników i teksty współpracowników). Są rozmaite.

W przypadku leksykalnych, najdrastyczniejsze wynikają z nieznamomości znaczenia (w zdaniu: *chyba masz już dosyć tej wyraźnej ignorancji?* [D] „ignorancja” błędnie oznacza „ignorowanie”, a nie — jak słownik podaje — „nieuctwo”) i błędnych operacji słowotwórczych (*jagnina w sosie koperkowym* [D] zamiast „jagnięciny”, utworzona na wzór „świniny” a nie „cielęciny”).

Nieznamomość znaczenia wyrazów i frazeologizmów prowadzi czasem do rysowania absurdalnych sytuacji. Nie można *kierować statku na pełne morze w kierunku portu* [B], *szturmować hali bankowej* [D], będąc wewnątrz niej.

Ponadto nawet prawidłowo utworzone lub zapożyczone wyrazy można źle odmieniać (*córka don Diegi; trzeciego singlu* [B]). Dziennikarzom mylą się też zaimki (*Chłopaki planowali umieścić go [utwór] na ich sztandarowej płycie* [P] — zamiast „na swojej”). Mylą się znaczenia wyrażań przyimkowych (wszyscy się *wcisnęli na przód autobusu*. [P] — tj. „na przednią maskę” zamiast: „do przodu” czyli „w stronę kierowcy”), częściej jednak tworzy się je niezgodnie ze zwyczajem, *pretekst na przerwanie rozmowy* [D], albo niepotrzebnie (*możliwości do czynienia dobra* [Dr] zamiast „możliwości czynienia dobra”). Do ulubionych błędów należy ignorowanie swoistości wyrażań przyimkowych występujących w zdaniach z podwojoną przydawką (*nie wszystkim muszą się podobać [...] ulizani chłopcy w białych koszulkach i „przyklejonych” uśmiechach* [P] — zamiast: „...i z przyklejonymi uśmiechami”) lub okolicznikiem: *Natalia i Piasek razem? Tak, ale tylko w filmie i teledysku* [P] — zamiast „...i na teledysku”.

Następnym polem porażek redaktorów jest frazeologia. Albo wykazują się nieznamomością stałych związków (*daj swoją uwagę* [J] — zamiast „poświęć”; *ma nade mną panowanie* [B] — zamiast „władzę”), albo zderzają z sobą stałe lub łączliwe frazeologizmy, powołując do życia hybrydy. Np. zdanie: *Zemsta może polegać na wejściu w romans z inną osobą* [J] miesza: „nawiazać romans” i „wejść w kontakt”, a: *Chłopak ma wszystkie zadatki, by stać się partnerem, o jakim marzysz*. [B] — „zadatki na partnera” i „możliwości, by stać się partnerem”. Błędy frazeologiczne uważam za szczególnie kompromitujące. Łagodniej spojrzeć można na nieznamomość frazeologii potocznej, ujawnianą w trakcie działań stylizacyjnych, choć rezultaty bywają zaskakujące — np. rozminięcie się treści projektowanych i uzyskanych, jak w tytule: *Trzy-*

mają kondychę, grają za dychę! [P], który miał chwalić {powinno być „na dychę”, czyli świetnie, „na dziesiątkę”), a gani („za dychę”, znaczy „za dziesięć złotych”, czyli nie tak dobrze}. Podobnie entuzjastyczne: *Puff Daddy i „dziadek” Jimmi* [na scenie] *dali sobie ostro czadu* [B] nie oznacza doskonałej gry („dali czadu”) ale jakąś czynność skierowaną na siebie; w sumie więc wychodzi na to, że zrobili oni sobie na scenie jakąś krzywdę, np. upili się, oszołomili, może pokłócili?

Zwykłą rzeczą koleją obok leksykalnych, fleksyjnych i frazeologicznych wystąpić muszą błędy składniowe, wprowadzające niepożądaną dwuznaczność. Mimo iż w języku polskim o wzajemnym powiązaniu wyrazów w zdaniu informuje fleksja, a szyk pełni rolę pomocniczą, niełatwo od razu dociec sensu zdań typu: *Oszczędzę Wam danych statystycznych na temat wielokrotnie wyższej śmiertelności kobiet zażywających pigułkę na skutek zatoru płucnego i trombozy w [...]. Albo po prostu stań na środku chodnika z ogromnym planem miasta ze zrezygnowanym wyrazem twarzy* [D]. Czytając je, zrazu odnosi się wrażenie, że: „kobiety zażywają pigułkę na skutek zatoru płucnego” i istnieją „miasta ze zrezygnowanym wyrazem twarzy”.

W zakresie składni zdania pojedynczego występują problemy ze związkiem rządu, np.: *Makijaż w kolorze lawendy ożywi twoją twarz i nada jej niepowtarzalnego blasku* [D]. Natomiast błędem skracającego tekst redaktora można wytłumaczyć lapsusy naruszające składnię zgody, typu: *Na wyspie występuje kilkanaście odmian cyprysów i ogromna dużo drzew oliwkowych*. [B] Pierwotnie napisano „ogromna ilość drzew”, co zmieniono na „dużo drzew”, zapominając wszelako o wykreśleniu słowa „ogromna”.

Wyjawszy *Machineę*, żadne z omawianych pism nie jest wolne od błędów w konstruowaniu zdań złożonych. Na skutek złej gospodarki zaimkami i niezgrabnego szyku zdarzają się zdania dwuznaczne (*Boję się, że jeśli nie będę zabezpieczona, podpaska przemoknie i gdy wyjdę z basenu, wszyscy to zauważą* [B] — pytanie: czy zostanie zauważone wyjście z basenu czy przemoknięcie podpaski?), podobny efekt dać może złe dobranie spójnika. Tak, w zdaniu o dziewczynce, która *ponad miesiąc nie chodziła do szkoły*. [więc] *Przez nieobecność nagromadziły się jej zaległości ...* [P], nie wiadomo, co pragnął zaznaczyć autor. Czy to, że zaległości miała z powodu nieobecności, czy też, że nagromadziły się one w przeciągu miesiąca. Spójniki mogą być też niedostosowane do rodzaju zdań, np. spójnik zazwyczaj wprowadzający zdania czasowe, może być niefortunnie użyty do tworzenia zdania warunkowego (*Gdy nie pójdę raz w tygodniu do kina, to po prostu źle się czuję*. [D])

Przeгляд powyższy przekonuje, że na łamach prasy młodzieżowej można napotkać wszystkie rodzaje błędów językowych. Obrazu dopełnia skłonność do wielosłownia, nie tłumaczącego się względami retorycznymi lub ekspresywnymi i stąd nie zasługującego na wzmiankę w rozdziale o stylistyce (poniżej). Mam na myśli obfитоść wyrażen zawierających elementy redundantne i tylko redundantne (zaznaczam je nawiasem klamrowym) w rodzaju: *na planie {filmowym do} nowego teledysku* [P]; *brzdąka na gitarze w przerwie {podczas} próby* [B].

Problemy stylistyki

Każde czasopismo jest wielostylowe. Rodzaj spotykanych w nim grup słownictwa i — mówiąc szerzej — sposobów pisania zależy od poruszanych tematów, preferowanych gatunków, przewidywanego czytelnika i rozumienia obowiązków wobec niego. Redakcyjna gospodarka zasobami leksykalnymi polszczyzny oraz sposób korzystania z repertuaru środków retorycznych jest językowym wykładnikiem polityki pisma; zależy od tego, jak i o czym chce informować, jakiego czytelnika i jakim sposobem pragnie sobie zaszkodzić, jak dostarczyć mu rozrywki i do czego przekonać. Omawiając kolejno napotykaną w interesujących nas czasopismach: style związane z określonymi dziedzinami (specjalistyczne), anglicyzmy, stylizację środowiskową, retorykę perswazyjną i zdobniczą, językowe gry i zabawy — będziemy się starali nie tylko zjawiska opisać, ale i dociec jego funkcji.

1. Style specjalistyczne (tematyczne)

Narzuca je tematyka artykułów. Stąd w katolickiej *Drodze* napotkamy charakterystyczną leksykę i frazeologię Kościoła: *pamiętka odejścia Syna Bożego do Chwały Ojca, prawdy wiary, objawione prawo Boże, oczyszczenie duszy z plam grzechów, formy duszpasterskie*, niekiedy w jej odmianie perswazyjnej: *nienarodzony ma głos!* Ponieważ *Droga* jest też czasopismem młodzieżowym, styl ten może wchodzić w dziwne powiązania, na przykład z gwarą alternatywistów (kiedy w jednej wypowiedzi mowa o: *scenie niezależnej, buncie przeciw systemowi* oraz o *byciu na drodze neokatechumenalnej*) lub z językiem młodzieżowym (aluzja do „Przekażcie sobie znak pokoju” w tekście o spotkaniu grupki maturzystów: *Chwilę porozmawialiśmy, poprzekazywaliśmy sobie nawzajem słowa otuchy [...]*). Zasadniczo jednak jest on na trwałe przywiązany do określonej problematyki: trudno o teologii mówić w języku nieteologicznym, a jego użycie do innych tematów może się skończyć na parodii.

Tylko teoretycznie możliwość wyboru istnieje w przypadku grupy tekstów poświęconych fizjologii seksu (*Bravo, Popcorn, Dziewczyna, Jestem*). Co prawda w języku potocznym także się tę sferę omawia, ale redakcje nie są tak odważne i preferują maksymalnie oficjalny, bezosobowy, nasycony słownictwem specjalistycznym i konstrukcjami analitycznymi styl w rodzaju: *Śluz płodny najczęściej pojawia się na kilka dni przed owulacją [...]. Jeśli przez 3 kolejne dni po szczycie płodności nie pojawi się śluz typu płodnego, można wznowić współżycie.*

Rzeczywisty wybór stylistyczny istnieje natomiast w opisach czynności i specyfików kosmetycznych. Redakcja *Drogi* preferuje opisy półmedyczne typu: *Zwykle winę za przetuszczanie się włosów ponoszą gruczoły łojowe pracujące zbyt szybko. My nie mamy dużego wpływu na to, by proces ten zahamować, gdyż sterują nim hormony. [...] Przy intensywnym tojetoku można*

zdecydować się na specjalną kurację ampułkową [...]. Ale — poniższe przykłady pochodzą z *Dziewczyny* i *Jestem* — podobne zabiegi opisywać można w stylu metaforyczno-ekspresywnym, zaczerpniętym z reklam³.

Jest on oparty na paru nieskomplikowanych regułach. Po pierwsze, na personifikacji poszczególnych części ciała (*Od życia należy się też coś ustom; Naszym stopom także należy się odrobina luksusu; Lokom wypowiadam wojnę; Rada dla suchych, zniszczonych włosów; Zmęczone stopy odzyskują wigor; Ulgę oczom przyniosą chłodne kompresy*), której często towarzyszy wyolbrzymienie negatywnych skutków nieużywania danych kosmetyków. Bez nich potrzebuje się ratunku (*Nawilżające kremy i maseczki, które będą ratunkiem dla waszego zmęczonego naskórka; Zapchany nos uratujesz także dzięki kąpieli parowej; Na ratunek suchym włosom*), cierpi (*lawenda [...] koi podrażnienia skóry*), tkwi w zwykłej codzienności (*Świętem dla piekących i zmęczonych stóp będzie chłodząca kąpiel z lawendową solą Bingo Cosmetics*). Ponadto w opisie działania specyfików używa się słownictwa, które z powodzeniem można by wykorzystać opisując wrażenia związane z uprawianiem seksu. Na przykład ze zdań i wyrażen: *Poranna kąpiel działa pobudzająco, zaś po pełnym wrażeń dniu koi psychikę i oddala napięcia; Relaksujący masaż stóp; Relaksująca i upiększająca kąpiel; Odprężająco na psychikę wpłynie kąpiel z olejkami sosnowym; Lekkie, tagodne żele; superdelikatne maseczki; Kochajcie podkład; talk do ciała Woods of Windsor otuli was uwodzicielską chmurką delikatnego zapachu; Rozpieszczajcie się uspokajającym masażem; Cudownie odpręża i relaksuje kąpiel w mleku; Masując [stopy] ciałem ofiarowujesz odprężającą pieśczętę*. Można wybrać „słowa-klucze”: „lekki”, „łagodny”, „delikatny”, „uwodzić”, „pobudzać”, „otulić”, „masować”, „pieszczota”, „koić”, „kochać”, „odprężyć się”, „uspokajać”, „relaksować”. W rezultacie ich obecności ładunek zmysłowości obecny w tego rodzaju tekście jest zgoła imponujący⁴. Zresztą w *Dziewczynie*, zdecydowanie ów styl preferującej, przedstawione zmysłowo mogą być nawet kwestie kulinarne (*Zjedzenie potężnej tabliczki czekolady z rodzynkami wywołuje prawdziwie aksamitną rozkosz w brzuszku*)⁵ i moda (*Agata opatulita się w ciepłutką granatową kurtkę z grubego sztruksu. <370 zł>*). I w *Dziewczynie*, i w *Jestem* obecne są oba sposoby pisania o kosmetyce, w drugim piśmie — przeważa bezosobowy, lekarski.

Większość napotkanych w omawianej prasie (ważnych dla niej) tematów nie określa jednak tak wyraźnych granic stylistycznym wyborem. W związku z tym, zamiast opisywać wielorakość stylów, słuszniej będzie się skupić na grupach słownictwa — narzędziach wykorzystywanych w celu ich tworzenia.

³ Styl ten opisał Jerzy Bralczyk w swojej książce, w tym aluzje erotyczne (Bralczyk 1996, s. 92).

⁴ Jak zresztą i w całej *Dziewczynie* — kwestie „damsko-męskie” zajmują tam do 25% zawartości numeru [zob. J. Szocki, s. 121]. Józef Szocki celnie scharakteryzował też podejście *Dziewczyny* do tego tematu.

⁵ Koncept najprawdopodobniej zaczerpnięto z telewizyjnej reklamy czekolady „Dove”. W ogóle chwyt wskazywania na równocześnie odczuć seksualnych i smakowych często pojawia się w reklamie napojów i żywności.

2. Anglicyzmy

Zapożyczenia angielskie są uznanym środkiem zbliżania się do młodzieżowego czytelnika, sugerują „światowość” pisma i są niezbędne przy poruszaniu interesującej młodzież problematyki kultury popularnej. Poza *Drogą*, demonstracyjnie unikającą wplatania anglicyzmów w tekst polski, wszystkie omawiane pisma są wyrazami angielskimi wręcz upstrzone — zwłaszcza jeśli liczyć nazwy własne — imiona, nazwiska, pseudonimy muzyków i aktorów, tytuły, nazwy firm itd. (którymi tu wszelako zajmować się nie będę). Różne jednak są cele redakcji i drogi ich osiągania oraz zakładany czytelnik. *Machina* — sądzę — w ogóle liczy na czytelnika znającego język angielski. Pozwala sobie zatem na makaronizowanie — inkrustowanie polskich wypowiedzi językiem angielskim w celach wyłączenie ekspresywnych (*Dokąd? Magic America czeka. Wszak „It’s nice to be in magic America”*; *Jeżeli ktoś używa pseudonimu „Abnormal” to musi znaczyć, że jest wnikliwie i trzeźwo absolutnie normal*; *Muzyczny underground był mainstreamem, mainstream [tj. main stream — WK] zaś wegetował gdzieś na marginesie*). Czytelnik *Machiny* winien także znać się na muzyce (i nie tylko), stąd obecność na jej łamach specjalistycznych terminów: *advance tape, box płytowy, cover story, evergreen* itd., najczęściej dokładnych polskich odpowiedników (w każdym razie stylistycznie nienacechowanych) nie posiadających. Pozostałymi komponentami jej strategii są: konieczność używania zwykle już zleksykalizowanych wyrazów angielskich, gdy nie ma powszechnie używanego polskiego odpowiednika (*billboard, fast-food, image*) i ogólna sympatia do angielszczyzny, każąca wybrać wyraz angielski nawet gdy istnieje szeroko używany polski (lub nieangielskie zapożyczenie). Stąd *come back* zamiast „powrotu”, *coverowanie* zamiast „transkrypcji” oraz *frontemanka* („solistka”), *power* lub *pał* („siła muzyki”), *topowy* („doskonały”), *t-shirt* („koszulka”). Sympatia ta jest zresztą uzasadniona ekonomią wysiłku (to wyrazy krótsze) i zapewne chęcią przypodobania się odbiorcy.

Konieczność bądź korzyść, to zresztą dwie determinanty gospodarki anglicyzmami i w pozostałych czasopismach. Za sprawą pierwszej można się natknąć na *biper, boysband, developerkę, discmana, face-lifting, girlsband, mansband, peeling, petting, poster, snowboard* (nie uniknęła go nawet *Droga!*), *spray, surfing, spot* (reklamowy). Dzięki drugiej na: *cool-gości* [tj. „w porządku”], *fanów, hity, interview, firmę konsultingową*, wyrazy typu: *happy-end, lunch, make-up, meeting, second-hand, rockman, snooker, sequel* [filmu].

Bywają też sytuacje nie tak oczywiste. Należy do nich np. przedwczesna leksykalizacja słowa „biper” w *Popcornie*. Na potrzeby kampanii reklamowej stworzono tam całą rodzinę wyrazów: *zabiperować, biperowiec, biperomaniak* — chcąc wokół tego rzadkiego w Polsce urządzenia stworzyć „kultową” atmosferę. Z kolei słowo „fan” i pokrewne, znane przynajmniej od lat siedemdziesiątych zleksykalizowało się i wyspecjalizowało naturalnie. Istnieją co prawda słowa i wyrażenia: „miłośnik”, „zwolennik”, „kluby miłośników”, ale w badanych czasopismach nieomal się ich nie używa. „Fan” zwycięsko wyparł je w

dziedzinie muzyki i filmu, wkracza w życie codzienne (*fanka zrazów w sosie pieczarkowym* [D]) i jako *fan-chuligan* zaczyna konkurować ze słowem „kibic”. Można też w niektórych pismach zaobserwować swego rodzaju manipulację frekwencją anglicyzmów.

W poniższej tabelce wynotowałem parę powtarzających się zapożyczeń (z derywatami):

TYTUŁ WYRAZ	Bravo 42461 wyrazów	Popcorn 47273 wyrazów	Dziewcz. 61075 wyrazów	Machina 55729 wyrazów	Jestem 50340 wyrazów	Droga 57529 wyrazów	RAZEM 314407 wyrazów
Fan	97	85	28	29	4	0	244
Miłośnik	2	0	0	4	2	1	9
Kibic	24	1	0	4	0	11	40
Hit	33	44	11	5	4	2	99
Przebój	35	53	10	30	8	3	139
Team	1	2	0	1	0	1	5
Drużyna	22	2	2	3	0	9	38
Top	2	16	5	3	0	1	27
Szczyt	6	12	0	4	0	2	24
Top	1	0	0	0	1	0	2
Bluzka	10	8	6	0	13	6	43
t-shirt	3	3	3	2	0	0	11
koszulka	7	7	4	6	0	1	25
Make-up	0	0	2	0	11	0	13
Podkład	0	0	13	0	23	0	36

Potwierdzają one tezę o losach słowa *fan*, sygnalizują, że obecność słów *team*, *top* (bluzka) może mieć jedynie charakter ekspresywny. Widać też, że pewne słowa są przez redakcje lansowane. *Jestem* wyjątkowo lubi *make-up*, pisma koncernów Bauera i Marquarda lansują *t-shirt*, *top* (na *topie*) w znaczeniu „szczyt powodzenia” (którego *Droga* np. nie umie poprawnie użyć; tam *zawsze się staram być „na topie”* znaczy tyle, co „być modnym”), a nade wszystko *hit*, który stał się w nich tak pospolity (pojawiły się nawet zaczątki rodziny wyrazów — *hitowy*), że utracił swą ekspresywność i wyższe stopnie doskonałości utworu przyszło określać: *hicior*, *superhit*, *mega hit*, *ekstrahit*, podczas gdy praktyka *Machiny* dowodzi ciągłej atrakcyjności słowa *przebój* (wówczas sam *hit* jest czymś wyjątkowym). A więc szeroka obecność pewnych anglicyzmów ma być zapewne „znakiem rozpoznawczym” danego pisma. Zresztą nie jedynym.

W przeciwieństwie do *Machiny*, *Bravo*, *Popcorn* osiągają „światowy wygląd” nie za pomocą bogactwa angielszczyzny, lecz pociągnięć redakcyjnych. Zwłaszcza imponująco brzmią tu tytuły artykułów, działów i rubryk (*Film Stars*, *Kino news*, *News*, *Bravo Song Book* [B], *Pop Non Stop*, *Hotline* [P]), *Leo is the best!* [D], czasem zawierających elementy zabawy (*Base Ball Boys* — tekst o zespole Backstreet Boys grającym w base ball). Sugeruje się czytelnikom redakcyjną wiarę w ich anglistyczne umiejętności, pozostawiając bez

tłumaczenia proste teksty (*Popcio, he cut my popcorn!*), fragmenty znanych piosenek oraz konstruując wywody nie pozostawiające wątpliwości co do tego, że odbiorca umie przetłumaczyć nazwy zespołów lub tytuły „kawałków” *Wielu z Was musiało [...] włożyć się po jakichś dzikich ogrodach, bo bardzo dużo głosów przyszło na piosenkę „Truly, Madly, Deeply” zespołu Savage Garden. A ci, którzy od dzikich woleli kwieciste ogrody, wybrali Ace Of Base i ich kawałek „Life Is A Flower”. I tak dalej... fajnie tak bawić się w zgadywanie, kto gdzie był w wakacje, wiecie?*). Natomiast swobodna inkrustacja nie występuje prawie wcale, ilość rzadkich wyrażeń specjalistycznych jest niewielka (w dużej części to po prostu nazwy mniej znanych stylów muzycznych (*acid jazz, ambient, breakdance* itd.), zaś najczęściej można napotkać anglicyzmy powszechnie znane (*boysband, demo, didżej, discman, dubbing, fan, fan club, fitness, gadżet, girlsband, singiel, show, team, top* i inne cytowane powyżej). W ten sposób — i teksty są zrozumiałe dla przeciętnych nastolatków, i mają oni wrażenie uczestnictwa w światowej kulturze bez konieczności wertowania słowników.

Między retoryką, stylizacją, potocznością a sztaampą

Nawiązywanie „bezpośredniego” kontaktu dziennikarz-czytelnik, udawanie, że czytanie pisma jest rozmową wymaga, po pierwsze, nadania narratorowi tekstu dziennikarskiego cech osoby. Stąd charakterystyczne gawędziarstwo. Np. redaktorka *Dziewczyny* ironizuje: *Wszelkie informacje o cudownych właściwościach dotyków i pocałunków mogą być wysrane z palca psychologów, dając znać czytelniczkom, że „tak naprawdę, to my wszystkie wiemy, że pocałunki są niezastąpione”*. Może także zastosować znane z młodzieżowego folkloru intensyfikatory [zob. Abrahams s. 329] (czasem układające się w szeregi: *Od redakcji: Mowę nam odjęto, dech nam zaparło, jesteśmy dumne i blade; Jeśli czujesz się już osaczona koniecznością flirtowania w każdym miejscu i czasie, „w pociągu i w przeciagu”, z Jamesem Bondem i wielbłądem — wrzuc luz i zjedz marchewkę!*), lub zdaniem wykrzyknikowymi sugerować własne emocjonalne zaangażowanie (*zanieczyszczoną skórę na dekolcie [...] lekko zwilżcie wacikami nasączonymi jedną lub dwoma kroplami olejku lawendowego Avicenna-Oil. Ten prosty zabieg czyni cuda!*).

Zdarza się — choć rzadko — „my” inkluzywne, akcentujące ogólnoludzką wspólnotę doświadczeń (*Robimy więc to, czego nas nauczono: mówimy. Więcej, szybciej, dłużej, głośniej i... [J]*) lub więź pokoleniową (*Pamiętamy że utwory takie, jak The Hudsucker Prozy czy Blood Simple [...] przez wielu kojarzone są z hasłem postmodernizmu. Innymi słowy lokujemy Coenów w osobnej przegródce [M]*). Ale ulubionym retorycznym środkiem nawiązywania kontaktu jest pytanie retoryczne.

Można je zadać samemu sobie, gwoli urozmaicenia tekstu (*Idźmy jednak dalej. Co tam mamy na ruszcie? A to ci rarytas! 12 powodów, dla których lemoniada jest lepsza od dziewczyny; [D]*), ale można zadawać je i czytelniko-

wi, z nadzieją, że przykuje się jego uwagę do jakiegoś miejsca wywodu (*Pigułka nazywana jest bombą zegarową. Czy wiesz, jak działa bomba zegarowa? Tak, po prostu jej wybuch następuje dopiero po pewnym czasie, a na razie wszystko wydaje się być w porządku.* [Dr]), albo bez wyraźnych przyczyn (... *fajnie tak bawić się w zgadywanie, kto gdzie był w wakacje, wiecie?* [P]). Może ono wystąpić z podaną sekwencją odpowiedzi nijako imitujących głosy zaciekawionych czytelników, choć naprawdę udzielanych samemu sobie. (*A szpada wywija z takim wdziękiem, że potrafi sobie zjednać niejedno dziewczęce serduszko. Kto to taki? Romeo? Janosik? Nick Karter? Pudło. To Zorro!* [P]). Możliwe są też sytuacje inne, jak ten oto wywód udzielającej porad dziennikarki *Jestem*, która, formułując go w postaci szeregu pytań zadawanych czytelniczce, starała się go skrócić i złagodzić natrętny dydaktyzm: *A poza tym, czy Pani wie, dlaczego on się Pani podoba? [...] W jakich okolicznościach poznała go Pani, na ile zna jego historię? Jak on się zachowuje wobec Pani w miłych, a jak w trudnych chwilach,* (warto zwrócić uwagę na nieczęsto spotykaną w innych pismach formę „pani”). A już wyjątkowo zdarzyć się mogą pytania do czytelnika zadawane „jego językiem” (mowa pozornie zależna): *Rozstałaś się z ukochanym. Przed kim się wypłacasz? Dostałaś pracę, o której zawsze marzyłaś. Kto pierwszy podzieli Twoją radość?* [J]. I chyba tylko one mogą być odebrane jako w miarę autentyczna próba porozumienia się.

Podstawowym bowiem sposobem nawiązywania kontaktu z czytelnikiem jest właśnie próba użycia „jego języka”, mówienia „jak on”. *Bravo, Popcorn, Dziewczyna, Droga* zwracać się będą (w kolejności) do coraz starszych nastolatków, *Machina* — studentów i „młodzieży” przed trzydziestką. Na dodatek *Bravo* i *Popcorn* interesują się młodzieżą zafascynowaną muzyką, *Machina* zaś — czytelnikami obeznanymi ze szkołą kontrkulturowego, undergroundowego myślenia. Jako materiał językowy redakcje wykorzystywać będą leksykę uczniowską i studencką, gwary muzycznych subkultur i środowisk alternatywnych (same mające charakter synkretyczny). Funkcje i sposoby tego wykorzystywania są odmienne, gdyż inne będą na danych łamach proporcje między trzema sposobami istnienia gwar młodzieżowych w czasopiśmie. Języki środowiskowe i obecne w nich różne rodzaje słownictwa mogą być tu albo środkiem mówienia o rzeczywistości (jak jest w zinach, niektórych pismach środowiskowych), albo materiałem dla stylizacji wykorzystywanym przez dziennikarzy, albo środkiem uwiarygodnienia bohaterów, głosów czytelniczych itd.

Nie każda grupa słów przez młodzież używana będzie mogła się pojawić we wszystkich czasopismach i w każdej sytuacji. W zasadzie tylko jako cytaty obecne są w tekstach wulgaryzmy i ich eufemizmy. *Bravo*, cytując wypowiedzi tzw. fanów-chuliganów czy kiboli je wykropkowuje (*je...ć ŁKS!*). *Machina*, w trosce o autentyczność starannie przytacza Stasiuka (*W oddali stał dworzec. Kanciasty, ciężki, wbity w ziemię, jakby jebnął z cholera wie jakiej wysokości*), piosenki rockowe (*skurwysyny, Areczka Gdańsk to kurwa, pizda, świnia*), wypowiedzi rockmenów mówiących o *zajebistych sytuacjach, wpierdoleniu* [kogoś] *w klatkę* (tj. ujęciu w schemat), *pierdzeniu* (o głosach krytyki). Wyjątkowo użyje ich publicysta (*palancka wojna zespołów*). Inne redakcje ich unikają.

Nie klną i bohaterowie fikcyjni (w tzw. fotostory *Bravo* można najwyżej napotkać *gówniarza*).

Podobnie, tylko realistycznym uwiarygodnieniem mogą być w *Bravo*, pismach Marquarda i *Machinie* (bo inne omawiane w ogóle unikają żargonów) słowa i wyrażenia charakterystyczne dla nisko społecznie notowanych przejawów aktywności subkultur (zwłaszcza niemuzycznych) — np. przejawów związanych z agresją, przetępstwem typu: *mętownia*, *psy*, *gestapo* (policja), *wjechać [komuś] na chatę* (napaść kogoś w jego mieszkaniu), *ustawić się na [kogoś]* (zaczaić się w zasadzce), *mieć [z kimś] kosę* (być czymś wrogiem), chyba że powszechniej weszły w zakres leksyki młodzieżowej. Śmielsza będzie znów *Machina*, gdzie napotkać można np. *szemrany*, *obciach*, *menelski* i to w ciekawych kontekstach (*menelska literatura rozrywkowa*).

Język młodzieżowych subkultur muzycznych (reprezentowany przez znane słowa) bywa przez reporterów czy recenzentów używany, gdy mowa o muzyce, której sympatycy subkultur słuchają, więc tekst może być przez nich czytany. I tak, o muzykowaniu subkultury strejtedge, narrator pisze: *czterej kumple toją na instrumentach jak opętani, doprowadzając publiczność do szaleństwa surowym, hardcore'owym brzmieniem*: jeśli napisano o techno, pojawiają się: *techno-fan*, *wskoczyć w bity* (w rytm), *technobity* (tzn. tu: utwory techno), *dawka ostrego transu*. Jeśli nie liczyć *Drogi* i *Jestem* nie zainteresowanych muzyką, spotyka się terminy swoiste dla undergroundowego pisania o muzyce: *psychodelia*, *granie mikstury (lat sześćdziesiątych)*, *garażowa alternatywa*, *scena rockowa* (w znającej się na rzeczy *Machinie*), *klimatyczny*, *kop*, *wersja mix*, *załoga*, *publika*, *kapela*, *pudeteczko*, *wibracje*, *granie* (tu: „muzyka”), *dźwięki* (jw.), *długograj* („longplay”), *formacja* (w pozostałych). Czasem — użyte bez sensu (*Chłopaki [...] totalnie na żywca, wystąpili w programie (radiowym)[B]*) — tzn. „na żywo”, a trudno byłoby z playbacku). *Popcorn*, którego redakcja określa się jako *Popcornowa załoga* — w ogóle stara się stworzyć wrażenie swojej „subkulturowości”, nie zaniedbując jednak i młodszych miłośników boys- i girlsbandów. Stąd, tu i w *Bravo*, także: *Spajsety*, *Spajsetki*, *spajsmaniacy* itd. *Dziewczyzna* interesuje się muzyką umiarkowanie.

Podjęte próby „młodzieżowego mówienia” przede wszystkim jednak polegać będą na wykorzystywaniu słownictwa, którym — przynamniej zdaniem redakcji — młodzi ludzie posługują się na co dzień, nawet wtedy, gdy nie mówią o muzyce. Prócz omówionych anglicyzmów będą to standardowe potoczności (typu: *balanga*, *frajer*, *gość* [w znaczeniu: mężczyzna], *impreza* [w znac.: prywatka], *laska*, *panienka* [w znac.: dziewczyna], *ubzdurać sobie*, *wkręcić się* itd.), oraz całkowicie utarte frazeologizmy (sztampy), z drugiej — wyrazy i wyrażenia rzeczywiście niosące piętno niewiele wnoszącej z punktu widzenia informacji, za to wysoce ekspresywnej⁶, inwencji językowej wykazywanej przez młodzież.

⁶ Na cechę tą niejednokrotnie zwracano uwagę, ostatnio — w wymienionej w LITERATURZE pracy Haliny Zgólkowej.

Zgodnie z pierwszą tendencją język omawianych pism nasycony jest więc sztampami, utartymi frazeologizmami o konwencjonalnych, niewiele wnoszących do informacyjnej zawartości tekstu znaczeniach. Są one tu tak cenione, że zdarza się dziennikarzom poświęcać dla nich logikę zdania, jeśli piszą np.: *Po kilku dniach Kasia spotkała się wreszcie z długo wyczekiwanymi znajomymi z Polski — spędzili razem dwa wspaniałe dni* [B] (jeśli czekała kilka dni, to nie tak długo), albo opisanej sytuacji (*Napastnicy katują Gila do nieprzytomności* [B] — dla autora fotostory, jeśli już „katować” to „do nieprzytomności”, mimo że wzmiankowany Gil głośno wzywa pomocy). Drugą ich funkcją ma zdaje się być uwiarygodnianie sposobu mówienia bohatera reportażu (jako potocznego). Zdarza się to np. w nie stosującym na ogół stylizacji środowiskowej *Jestem, użycie sztamp stwarza tam nawet coś w rodzaju mowy pozornie zależnej* (*Ale to nie koniec eksperymentowania. Justyna chciałaby jeszcze spróbować swych sił na teatralnych deskach*). Zwłaszcza w czasopismach Bauera i Marquarda można mówić o swoistej retoryce sztamp, używaniu w celach perswazyjnych i zdobniczych tego, czego zazwyczaj piszący pragną unikać.

Przed wszystkim mogą tworzyć one sekwencje, występując w sąsiedztwie po dwie (*Głowa do góry! Ta gra jest już skończona* [D]), po trzy (*Dalsza gra na dwa fronty może kogoś skrzywdzić. W tym miesiącu musisz postawić wszystko na jedną kartę. Nie masz innego wyboru*. [P]), lub po cztery [B]. *Siedząc w domu i wyglądając przez okno nic nie działoście, a wszystko, co dobre, przeleci wam koło nosa. Ja wykorzystam swoją szansę* [D]). Sensy sztamp w sekwencji mogą z siebie wynikać (*Potem jakby osiedli na laurach i zrobili sobie przerwę* [P]), lub się dublować (*pozostanie zimny jak ryba i nieczuły jak głaz* [D]) — co wskazuje na używanie ich jako swoistego ornamentu. Ma on jednak i swoją wartość perswazyjną: sztampy można łatwo zapamiętać i bezrefleksyjnie powtarzać, co z kolei wpływa na łatwe przyswajanie treści, do których zapisu owych sztamp użyto.

Użycie sztamp w dialogach jest z kolei niezbyt chyba skutecznym, ale używanym środkiem uwiarygodnienia bohaterów. Przykładem takie rozmowy bohaterów „fotostory”: *Byłam wściekła. Teraz wszystko jest ok! / Kochać potrafię tylko ciebie! / Wzruszeni dają sobie buzi / Tak bardzo cię kocham! / Teraz będziemy zawsze razem!* [B].

Obok sztamp obecnych na co dzień w języku czasopisma wykorzystują także reklamowe slogany. *Dobre buty, to jest to!* [D], szamponów i proszków — *Klasyka i nowoczesność w jednym; Podkład, korektor i puder w jednym!* [D]. Oczywiście redakcje stać i na własne slogany reklamowe, np. *Dziewczyny (Odlotowa bez dwóch zdań!)*.

Stylizacja na język młodzieży

Druga, przeciwstawna tendencja sprawia, że w ramach stylizacji, o której mowa, napotykamy w omawianych pismach przede wszystkim obrazowe frazeologizmy. Często więc przeczytamy, że kogoś *trafił piorun* (zakochał się)

lub zwałiło go z nóg (zdziwił się), napotkamy polecenia typu: *morda w kubel!* lub zapewnienia — *wszystko jest pod kontrolą*. Wynotowałem też zwroty: *być singlem* (bez partnera), *być solo!* (jw.), *dać kopa* (tyle co „dać czadu”), *mieć ostre spięcie* (pokłócić się z kimś), *ruszać w miasto* (tzn. „do znajomych”), *spuścić [komuś] łomot!* (zbić kogoś), *wisieć na telefonie* (ciągle telefonować), *wyrwać dziewczynę* (tzn. „odbić dziewczynę”), *zarabiać na drzwi* (od ilości słuchaczy); wyrażenia: *bicie piany* (rozmowa, mówienie o niczym), *gołe zdjęcie* (pornografia), *taśma życia* (papier toaletowy). Większość z nich będzie jednak znanych, z rzadka trafią się te o stabilizującym się dopiero znaczeniu (*Podczas pracy trochę iskrzyło między nami* lub *W tej kwestii między nami zaiskrzyło* oznacza spór, a *Już wówczas coś między nimi zaiskrzyło* — narodziny uczuć; *mieć haj* — to „być podnieconym, być w humorze”, a *jechać na haju* — okres życiowego pochodzenia), formalnie zmodyfikowane (*szczęki poopadały im aż do ziemi* — tj. „zdziwili się”), będące frazeologicznymi neosemantyzmami (*krótka piłka* — to tu: „prosta sprawa”, *te sprawy* — to tyle co „itd.”) bądź występujące w nietypowym kontekście (*wejść w butach do Internetu*).

Młodzi ludzie od dawna już wiedzą, że inwencją wykazać się można tworząc neologizmy (które zatem znalazły się na łamach). Po pierwsze, za pomocą standardowych językowych procedur: sufiksami (*kibicowy*, *kultowość*, *imprezować*, *imprezowicz*, *chuliganka*, *twardziel*, *smutas*, *sznurowańce* (buty sznurowane), *nowofalowiec*, *disco-polowiec*, *szalikowiec*, prefiksami (*odstresować się*, *ukulturalnić się*), na sposób mieszany (*spanikować*), co najbardziej przekonujące rezultaty daje, gdy podstawami są wyrazy i wyrażenia już ekspresywne, jak w wypadku neologizmów: *tumiwisista* — od „tu mi wisi”, *żarówia-sty kolor* (jaskrawy) — od „żarówka”, *ściemniactwo* (dezorientowanie, kłamstwo) — „ściemniać”, *zglanować* (skopać) — „glan”, *gandzowa idejka* (fantazyjna, taka jakby powstała w oszołomieniu) — od „gandzi” (marihuany), *zlewny* (śmieszny) — od „nalewać” (śmiać się), *kibolski* — od „kibol” (kibic-szalikowiec). Większość przykładów znów pochodzi z *Machiny*. Po drugie — dokonując tylko dla efektu (albo z minimalną zmianą znaczenia) wymian morfemów (*rozczzerwienić się* zamiast „zaczzerwienić”, *podłamany* zamiast „załamany”, *wykręcone ciuchy* zamiast „pokręcone” itd.); można też dokonywać operacji słotwórczych na zapożyczeniach (*sojowy burger* od „hamburgera”, *zostać wylukanym* (zauważonym, wypatrzonym) od spolszczonego, angielskiego „look”).

Podobną metodą są czysto formalne zmiany paradygmatów fleksyjnych. Można np. odmieniać to co (w ramach utartego frazeologizmu) nieodmienne (*mieć farta*), zmieniać paradygmat na męskoosobowy (*Chłopaki nie mieli czasu* — praktyka częsta w *Bravo*).

Odmienne — wprowadzanie neosemantyzmów. W omawianych czasopismach można ich znaleźć sporo — przytaczam wybór: *zareagować alergicznie* (tyle co „ostro”), *buzować* (być w rozkwicie — tu o muzyce), *kłopoty egzystencjalne* (pieniężne), *góral* (rower górski), *gwiazdozbiór* (grupa „gwiazd” muzycznych), *obstawiać miejscówki* (zamawiać je), *odlecieć* (stracić kontakt),

pogubić się (stracić sens życia), *przypalać* (palić — zwykle marihuanę), *pakowanie* (zażywanie narkotyków), *spalać się dla idei* (poświęcać się), *ścieżka* (strużka kokainy), *trafić bilet albo inny bajer* (wygrać, dostać).

W trosce o ekspresję młodzież wykorzystuje szeroko także te grupy wyrazów, które same z siebie są ekspresywne. Redakcje to też podpatrzyły, stąd w tekstach liczne zdrobnienia (*ciałko, fotka, idejka, jedzonko, koleś, mięsko, strawka, teścik, warzywko, witaminki, w porząsiu, zwierzaczki* i pogardliwy *zbozeczek*), zgrubienia (*Spadówka! gościówka, chamówka* — tj. „chamstwo”, *gaty* — tj. „oczy”, *fota, klata* (klatka piersiowa), *piącha, kumpela, szczęściara, pornol, hicior, zadyma*) i bardzo potocznie brzmiące derywaty wsteczne: *nasze typy, typ na listę, nasz typ, świr, glan, absolutny klasyk, klasyk kinowego horroru, pełne spoko*. Interesującymi przykładami są *typ* i *klasyk* (*te klasyki*). Utworzono je od „typować” (na listę przebojów) i „klasyczny”, a oznaczają: „to co typujemy” i „to co jest klasyczne”.

Mimo starań, naśladowanie niezwykle różnorodnego, zmiennego, ekspresywnego języka młodzieży nie wszystkim redakcjom udało się jednakowo. Dla podróbki doskonałej potrzebne byłoby nie tyle nagromadzenie „masy krytycznej” młodzieżowo-potocznej leksyki, co raczej prowadzenie polityki językowej zakładającej pozostawienie autorom takiej językowej swobody, jaką ma młodzież. I dlatego stosunkowo najwięcej ciekawych przykładów słownictwa znajduje się *Machinie*. Jednak, jeśli nie liczyć zainteresowanego najwyżej popoziłszymi potoczizmami *Jestem* i ascetycznej językowo *Drogi*, redakcje pozostałych czasopism nie mogły wybrać tego rozwiązania — groziłoby pojawieniem się wyrazów niezrozumiałych lub wywołujących protesty. Wybrano drogę inną — nieustanne powtarzanie wyrazów⁷ uznanych za modne i młodzieżowe: *czad, luz, odlot, kręcić, super, totalny* i wyrazów tworzących z nimi rodziny.

Czad — oznacza tu muzykę, pozytywny a ekscytujący stan rzeczy; *czadowy* (rzadziej: *czaderski*) — mniej więcej tyle co „fajny” lub „oryginalny, undergroundowy” (*czadowy życiorys pisarza* [M]); *dać czadu* — grać lub się wygłupiać. *Luz* — to swobodny i zabawowy nastrój; *dać na luz, wrzucić luz, wyluzować* — „dać sobie spokój”. *Odlot* (*Odlot!, odlotowo, odlotowy*) — zasadniczo oznacza stan narkotycznego oszołomienia, ale tu prawie zawsze tyle co „wspaniałe”, („coś wspaniałego!”, „wspaniały”). Najczęściej spotykane: *kręcić kogoś* i *zakręcony* (*pokręcony, wykręcony*) — to „interesować, ekscytować kogoś” i (pozytywnie) „zwariowany, dziwaczny”. *Jazda* i *jazda na maksa* — to „coś wspaniałego i sensacyjnego”, „Wspaniałe!”; *odjazdowy, odjechany* to raczej „zwariowany, niesamowity”. Wyraz *super* — będący samodzielnym wykrzyknikiem, pełniący funkcje przydawki, przysłówka lub pierwszego członu złożenia jest znakiem najwyższej akceptacji, przy czym „super” może być w tej prasie wszystko (*Super!, było super, Gil jest super, uznać za super-hiper,*

⁷ Za artykułem Grażyny Majkowskiej i Haliny Satkiewicz można je nazwać słowami-zakłęciami (G. Majkowska, H. Satkiewicz, s. 188). Spora część tych słów ma charakter wartościujący — por. listę Haliny Zgólkowej (zob. H. Zgólkowa, s. 182).

superagent, super boysband, superczadowa muzyka, superczasopismo, superdługa sukienka, supergość, superhit, supermodna kolia, super nagroda!, supernowoczesny, superplakat, superobciśte spodnie, superrozmówca, superse-ria, superserial, superstrzał, superwygodny, super zakończenie rozmowy itd.). Zdarza się i przymiotnik *superowy*. *Totalny (total, totalnie)* — uważany zwykle za dość mocne określenie — tu znaczy mniej więcej tyle co „fajny”, „fajnie” lub „całkowity”, „całkiem”, „bardzo” (*totalnie zakochani*).

Wyrazy te tracą (zwłaszcza w *Bravo, Popcornie, Dziewczynie*) pierwotną ekspresję. Są tam naprawdę nadużywane. Oto frekwencja:

Tytuł Wyraz	Bravo 42461 wyrazów	Popcorn 47273 wyrazów	Dziewcz. 61075 wyrazów	Machina 55729 wyrazów	Jestem 50340 wyrazów	Droga 57529 wyrazów	RAZEM 314407 wyrazów
Czad	Czad, czadowo, czadowy, superczadowy, dać czadu, czaderski Razem: 16	Czad, czadowy, czadownia Razem: 5	Dać czadu Razem: 1	Czadowy życiorys pisarza Razem: 1	Brak	Brak	23
Luz	Luz, dać na luz, luzacki, wyluzować się Razem: 7	Luzacki, luz, luzacy Razem: 3	Wyluzowany, na luzie, wrzucić luz, luz-blues Razem: 4	Luz-blues Razem: 1	Brak	Brak	15
Odlot	Odlot, odlotowy Razem: 14	Odlot! Odlotowy Razem: 9	Ale odlot! Odlotowy Razem: 7	Odlot, odlecieć, odlot (narkotyczny) Razem: 3	Brak	Brak	33
Kręcić [kogoś]	Kręcić, zakręcony „Zakręcona” Razem: 16	Kręcić, zakręcony „Zakręcona” Razem: 6	Wykręcony, pokręcony Razem: 2	Pokręcony, zakręcona epoka, zakręcony tytuł Razem: 3	„Zakręcona” Razem: 1	Brak	28
Jazda	Jazda, odjazdowy, odjechany, jazda na maksa! Razem: 8	Odjazdowy odjazd! Razem: 10	Odjazdowy Razem: 3	Jazda na maksa, gitarowa jazda Razem: 2	Brak	Brak	23
Super	Super, super!, super- Razem: 39	Super, super! Super- Razem: 63	Super Super! Super- Razem: 26	Super, Superman Super- Razem: 16	Super, super- Razem: 16	Super- Razem: 2	162
Totalny	Totalny Razem: 5	Totalny, total, totalnie Razem: 10	Totalny, totalnie Razem: 8	Totalny Razem: 4	Brak	Brak	27

Porównanie tych trzech czasopism z *Machiną* wskazuje, że — jak było i w przypadku anglicyzmów — ciągle używanie „modnych” wyrazów nie jest koniecz-

ne. Pisząc „młodzieżowo” można je zastąpić różnorodnością zapożyczeń, ba — nie rezygnując ze stylizacji „młodzieżowej” można tych słów unikać (*Droga*).

Można nawet wysunąć hipotezę, że *Popcorn*, *Bravo*, *Dziewczyna* stwarzają obraz języka młodzieży daleki od pierwowzoru. Abstrahując bowiem od zagadnienia, czy rzeczywiście młody człowiek powiedziałby, że coś jest *super-hiper* [P], albo *Zwykle mnie kręcą twoje odjechane pomysły, ale tym razem już przeginasz* [B], udający język młodzieży sztuczny język *Bravo* i pism Marquarta musi być właśnie sztuczny i właśnie udawać, skoro pewne elementy zageusza (słowa „modne” i niektóre anglicyzmy), a niektórych — tych drastycznych — unika. W sytuacji ciągłego powtarzania paru wyrazów trudno mówić o charakterystycznej dla języka młodzieży kreatywności.

Brakuje też językowego odbicia młodzieńczego buntu i przekory, realizujących się językowo przede wszystkim na terenie stylu, poprzez ironię, łamanie decorum (mówienie o danych tematach językiem jawnie do nich nie pasującym i mieszania stylów wysokich i niskich)⁸. Te zjawiska widoczne będą raczej w *Machinie*. Przykładami mogą być np.: *Jestem pisarzem egzystencjalnym: piszę dla pieniędzy, żeby przeżyć, wierzę mu jak bratu*. (kpina z filozoficznego terminu połączona z familiarnością); *Jedyna ekstrawagancja w zakresie kompozycji prawdopodobnie zostanie ograniczona do tego, że rzecz będzie przekładańcem. Lecz spoko! Zakłócenia chronologii, symultaniczne wątki fabularne czy też przeskoki czasowe będą istnieć — jeśli wolno tak powiedzieć — w granicach rozsądku* (przemieszanie terminologii literaturoznawczej z potoczymami); w powieści znajdzie się też sporo cennych refleksji filozoficznych w rodzaju: „Ależ to życie zapierdala — pomyślał. Zapierdala nie wiadomo skąd i dokąd i gównno po nim zostaje” (język kultury wysokiej skonstrastowany z wulgaryzmami); *historia w swej okrutnej dobroci* (klasyczny oksymoron).

Co ciekawe, młodzieńcza przekora widoczna będzie także w niemodnej, konserwatywnej i prawicowej *Drodze*, nie tylko tam, gdzie — jak wspomniałem — zderza się język religii z codziennym, ale w drobiazgach, jak na przykład w nazwaniu sprzątanania *minimalizowaniem strat* czy określeniu nocy przed maturą jako *upojnej*.

W stronę zagadnień perswazji

1. Aby przekonać...

W omawianych pismach obecne są dwie strategie perswazyjne. Pierwsza, od lat znana, polega na próbie przekonania odbiorcy do określonych poglądów, druga — na zbudowaniu atrakcyjnego wizerunku wszystkiego, o czym traktują łamy. Wyrazistym przykładem pierwszej strategii jest *Droga*, drugiej — *Bravo*, *Popcorn*, *Dziewczyna*.

⁸ Naruszanie decorum jest ulubionym chwytem np. punkowo-anarchistycznych zinów (zob. W. Kajtoch, 1999, s. 70–72).

W *Drodze* obecna jest więc propaganda tradycyjnie pojęta, uprawiana za pomocą środków perswazyjnych, od setek lat obecnych w życiu publicznym. Chwyty te są redaktorom dobrze znane — w tym tygodniku częstokroć publikują księża — więc ludzie o dużej kulturze retorycznej.

W polemicznych tekstach ma tematy polityczno-światopoglądowe odnajdujemy więc np.: pytania retoryczne (*tylko tylu wyborców wzięło udział w głosowaniu. A pozostali „przespali” wybory. Kto na tym skorzystał?*), metaforykę mającą wartościujące konotacje (*Jak wielu z nas znowu zdezerteruje i nie weźmie udziału w wyborach?*), przedstawianie twierdzeń wątpliwych jako pewnych (*Nie od dziś wiadomo, że takie oswojenie z brzydotą, złem i okrucieństwem na ekranie łatwo przenosi się z rzeczywistości wirtualnej do otaczającego świata*).

Autorzy *Drogi* potrafią też złośliwie relacjonować poglądy swych ideowych oponentów. Na przykład — posługując się stylem ironicznym, jak w następującym fragmencie polemiki: *Autor artykułu biadolił oczywiście, że wszystkim winny jest brak zasad „bezpiecznego seksu”, a problemu w ogóle by nie było, gdyby ludzie używali prezerwatyw. [...], że tak naprawdę to wszystkim winny jest Kościół, szczególnie Papież, który mimo wysiłków setek podobnych publicystów, uparcie zakazuje stosowania prezerwatyw. [...] Insynuuje on, [tj. autor — WK], że katolicy w krajach Ameryki Łacińskiej mają nie po kolei w głowach. Wbrew głównym zaleceniom szóstego przykazania kopulują z kim i gdzie popadnie, nie mając rozterek religijnych, ale nie założą prezerwatywy, bo tego zakazuje im religia. Jeśli szacowny autor znajdzie choć jedno monstrum, które tak oryginalnie podchodzi do tych spraw, nie wyjdę z podziwu.*

Niekiedy w funkcji ironicznej występują cytaty z przestarzałej, skompromitowanej (ale przedstawianej jako aktualna) frazeologii politycznej przeciwnika (*W świecie filmu czy reklamy od dawna panuje pewna prosta zasada. Jeśli twórca osiągnął artystyczną niemoc (lub zawsze takową posiadał), a mimo to uparcie chce osiągnąć w danej branży sukces, to wystarczy, że nawet w najbardziej prostacki sposób przyłoży komuś, kogo nie lubią postępowe media, by stał się wielkim artystą, bohaterem oświeconego świata i męczennikiem walki o postęp*).

Nie są redakcji obce także takie chwyt perswazyjne jak wprowadzanie maskujących istotę rzeczy synekdoch-eufemizmów: *podjęcie współpracy z Amerykanami* (zamiast: „służba w wywiadzie amerykańskim” — o działalności płk. Kuklińskiego), *agresja Ludowego Wojska Polskiego na Czechosłowację* (zamiast: „agresja Polski” — o wydarzeniach 1968 roku). Zdarzają się i presupozycje, np. w artykule o działalności Kazimierza Świtonia na oświęcimskim zwirowisku (przytaczam tylko słowa publicysty):

— *Usunięcia krzyża domagają się środowiska żydowskie, z którymi jawnie sympatyzują polskie kręgi lewackie liberalne* — ze zdania wynika, że istnieje i „sympatyzowanie niejawne”, spiszek;

— *W obronie krzyża odważnie wystąpił Prymas Polski książę kardynał Józef Glemp, a także premier RP Jerzy Buzek* — wynika z tego, że siły wystę-

pujące przeciwko są tak potężne, że aż najwyższe władze Kościoła i RP muszą „zdobywać się na odwagę”.

2. I aby nie musieć przekonywać...

Pozornie, w porównaniu z *Drogą* repertuar środków perswazyjnych *Bravo*, *Popcornu*, *Dziewczyny*, *Jestem* wydaje się żenująco ubogi. Z klasycznego repertuaru tych środków w głosach dziennikarzy i czytelników napotkać można zaledwie tryb rozkazujący; *Kochajcie podkład!* [J] lub proste zapewnienia o prawdzie (*Popcorn jest naprawdę rzetelnym pismem* [P]), szczerości (*Smuci mnie to bardzo i — powiem szczerze — nudzi!* [D]) i trafności (*Drugie danie [...] było po prostu pyszne* [B]). Magiczne „po prostu”, mające zaświadczać o nieodpartej celności twierdzenia, nietypowo brzmi zwłaszcza wtedy, gdy poprzedza wyraz o słabo sprecyzowanej treści: *Edele opowiada z dumą: Jest po prostu czadowo!* [B]. Pisma te jednak rzadko sięgają do klasycznego zasobu retorycznego (lub ma on tam charakter tylko zdobniczy), dlatego że preferują technikę odmienną.

Jestem kontentuje się w niektórych tekstach jedynie perswazją czysto reklamową, *Machina* pragnie zajmować pozycję obiektywną i niezaangażowaną, w związku z tym uchwycenie perswazyjności jej tekstów jest w ogóle trudne. Natomiast *Bravo*, *Popcorn*, *Dziewczyna* prowadzą nieintencjonalną, żywiołową, propagandę socjologiczną⁹ mającą prowadzić do powszechnej akceptacji lansowanego na ich łamach sposobu życia. Ma ta propaganda w gruncie rzeczy merkantylne cele, bo prowadzi, po pierwsze, do zwiększenia własnych nakładów, a po drugie — ukształtowania odpowiedniej podaży na produkty przemysłu muzycznego, odzieżowego, kosmetycznego (spora część tekstów ma tu charakter kryptoreklamowy).

Inna zatem jest i strategia. Ambicją redakcji jest raczej wprowadzenie czytających w intensywny, wręcz ekstatyczny, dobry nastrój wywołujący akceptację nieomal wszystkiego, co wiąże się z głównie poruszonymi tematami (kultura masowa, obyczajowość). Działania w tym kierunku mają charakter całościowy i dotyczą obrazu świata w obecnego, ale część tych działań ma charakter językowy i głównie obejmuje stosowanie wzbudzającej określone skojarzenia metaforyki lub — szerzej — leksyki.

Nie chodzi tylko o proste wypaczenie proporcji między tym, co cenione i akceptowalne, a tym co negatywne, które ma swój językowy wykładnik, np. w nagromadzeniu i różnorodności określeń wysoce pozytywnych dotyczących bohaterów tego świata (*absolutny kult*, *absolutny hit*, *absolutnie oryginalny*, *boski film*, *cool*, *ekstra*, *fajny*, *fajowy*, *fantastyczny*, *git*, *klawy*, *kultowy*, *maksymalny*, *mega*, *niesamowity*, *niezastąpiony*, *niezwykły*, *prawdziwa bomba sezonu*, *rewelacyjny*, *seksowny* (*najseksowniejszy*), *szalony*, *szalowy*, *szampański*, *szok!*, *triumfalny*, *top*, *topowy*, *totalny*, *ultrazabawny*, *wspaniały* (*najwspa-*

⁹ Charakterystyka propagandy socjologicznej (J. Ellul), zob. B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, s. 31.

nialszy), najfajniejszy w promieniu tysiąca kilometrów, zwariowany) a w wyraźnym unikaniu i pomniejszaniu wagi określeń negatywnych (*niegrzeczny Brandon*). Chodzi o obecny w metaforach, niezauważalnie sugerowany obraz praw prezentowanego na łamach (a więc i rzeczywistego) świata. Wedle konotacji metafor, w świecie tym obowiązują: najwyższa waga osób i zjawisk pozytywnie wartościowanych, niesłychana intensywność przeżywanych uczuć, istnienie konkurencji.

Na tą ostatnią wskazują odniesienia do pojęcia „osiągania sukcesu” w sporcie (*to był strzał w dziesiątkę!*), życiu towarzyskim (*Królową wieczoru została Madonna*), na liście przebojów — tzn. w przemyśle rozrywkowym (*jedwabne swetry nie tracą miejsca na liście przebojów*), a w końcu niesprecyzowanej przewagi nad kimś innym (*Dziewczyny górą!*).

Zasada druga wyraża się przede wszystkim w konotacjach metaforycznych określeń zachowań idoli, reakcji młodzieży na nie i współzależności między nimi. Zasadę ogólną prezentuje następujący fragment charakterystyki zespołu Prodigy: *Szalony wygląd, dźwięki, wybryki na scenie — wszystko to jest do tego stopnia zwariowane, że można to albo pokochać, albo znienawidzić. Ci, którzy zrozumieli ich muzykę i przestanie, są wniebowzięci, zaś ci, którzy tego nie pojęli — drżą z przerażenia [P] — intensywność przeżyć na scenie wpływa na temperaturę uczuć wobec sceny i nie tylko.*

Dokładniej rzecz biorąc, idole przede wszystkim są szaleni (*szaleńcy z Prodigy, szalona Spajseta, największe świry muzyki w ogóle, L.O.27 Co nowego w szalonej szkole?*), są zwariowani (*Keith wariował na scenie, a Liam poza nią; Chłopaki [...] są totalnie zwariowani zarówno na scenie, jak i w życiu prywatnym*). Cecha ta przenosi się na wszystko, co ich dotyczy (*W garderobie jednej ze Spice Girls rozkręca się właśnie szalona impreza*), staje się udziałem z nimi obcujących. Tak podczas słuchania muzyki (*tłum ogarnia totalne szaleństwo*), jak i innego typu kontaktów (*możecie zabiperować do chłopaków z Just 5. Wyślijcie im najbardziej zwariowane informacje pod słońcem!*).

Szaleństwo i „zwariowanie” udziela się samych fanom (*jestem zwariowaną 13-latką spod znaku Lwa*), ich życia i zajęć (*Masz ochotę na nową, szaloną fryzurę?*). Na przykład bohaterka fotostory *Dziewczyny wołałaby zostać dziennikarką i prowadzić szalone życie*. Jak zatem owo szaleństwo i „wariowanie” rozumieć? Nie na sposób psychiatryczny — ostatnie przykłady świadczą, że chodzi raczej o swobodę w realizacji zamierzeń i zachowanie nie podporządkowane się konwenansom (*chłopaki wariują po ogrodzie z Angelą i Marią*). A więc: wolność... w sumie konotacje omówionego powyżej motywu sugerują obraz świata, w którym muzyka jest dla młodzieży surogatem wolności, a muzycy — jej prorokami.

Jak wypada romantycznym szaleńcom — są również swego rodzaju nauczycielami intensywnego przeżywania uczuć (*Reszta piosenek [...] będzie na pewno niezłym szokiem dla fanów*). Sami są wzorem takiej intensywności (*zobaczyli go podczas koncertu na scenie i wydał im się totalnym diabłem [...]; Leonardo diCaprio: Kocham wszystkie dziewczyny!; chłopcy są już niezłe rozjuszeni*), a młodzież idzie za ich przykładem: dogłębnie kocha (*kochasz ponad*

wszystko *Backstreet Boys*?; umierające z miłości fanki), śmiało daje wyraz swojemu niezadowoleniu (*fani [...] wystali setki listów z protestami. W wielu z nich dawali ujście swojej wściekłości*). Również szczerze, z egzaltacją potrafi prosić: *Chciałabym Was prosić o to, byście przystali mi adres Leonarda diCaprio. Proszę Was o to z całych sił i myślę, że chyba zlitujecie się nade mną?*) Jest więc podwójnie wolna — bo także od potrzeby udawania.

W świecie *Popcornu*, *Bravo* (z nich pochodzi większość przytaczanych przykładów) oraz *Dziewczyny* w ogóle wszystko przeżywa się niezwykle intensywnie. Zdziwieni — *są w ostrym szoku, zazdrośnicy urządzają psychiczny terror*, z nudów można umrzeć (*będzie chciał cię natychmiast ratować od tej śmiertelnej nudy!*), zapominalski *cierpi na zanik pamięci*, słuchanie muzyki może zamienić każdy nudny dzień w *superową przygodę*, a spacer po plaży staje się *szalonym wypadem*. Ponadto należy pamiętać o zmysłowości obecnej w świecie *Dziewczyny*.

Przejdźmy do omówienia pierwszej zasady. Jakie więc cechy decydują o najwyższej wadze wielkich świata tej prasy?. Konotacje wiążące się z metaforycznymi określeniami ich atrybutów, cech i czynności wskazują na własności następujące:

- 1) Potężne wymiary i siła (*Nick wali jak szalony*);
- 2) Nadludzka energia i moc (*Hi Street eksploduje Dynamika dynamitu; Są niebezpiecznie przystojni, wybuchowi i szalenie profesjonalni [...]*);
- 3) Kojarzą się z groźnymi lub wzbudzającymi podziw zjawiskami przyrodniczymi, takimi jak: trzęsienie ziemi (*Spajsetki trzymają się i nadal trzęsą światem!*), burza (*Cleo, Zainam i Yonah idą jak burza*), siły kosmosu (*Gdy tylko nasze utwory będą w waszym kraju na dobrych miejscach na listach, zjawimy się z prędkością światła!*), góry (*zestaw hitów, które jeszcze nie tak dawno szalały na szczytach listy „30 ton”*);
- 4) Są groźnymi wojownikami (*Chłopcy z Backstreet Boys uderzają!; Na najnowszej płycie dominują ballady. To przecież najmocniejsza broń Celine; Kasia Kowalska zawojowała Grecję*);
- 5) Władają dziejami, są niezależni od czasu i przestrzeni (*oto nadchodzi era CARTOONS!*; „*Dziewczyno*” [...]. *Kupuję tylko ciebie i mam nadzieję, że będziesz istnieć wiecznie*);
- 6) Są piękni i seksualnie atrakcyjni (*śliczni chłopcy z BOYZONE; młodzieutki Adonis*);
- 7) Niezwykłe i zasługujące na entuzjazm jest w zasadzie wszystko co robią — istotna jest tu rola wykrzykników (*Cleopatra na tyżworolkach!; Mel B.: Zamiast białego wina piję mleko!*).

Ukazany wyżej wizerunek podmiotu kultury masowej jako olimpijskiego boga uwalniającego młodzież od znienawidzonych przez nią przymusów nie jest zapewne skutkiem świadomej polityki koncernów, ale wypadkową działań dziennikarzy oraz językowych i społecznych konwencji. Jest pośrednim produktem starań o nakład i zysk (lecz i produktem na co dzień weryfikowanym pod względem finansowej skuteczności swego działania). Działa raczej bez świadomości zainteresowanych — składa się w umyśle czytającego podobnie jak się to dzieje z wielkimi figurami semantycznymi literackiego dzieła.

Ozdobność i rozrywka

Niełatwo stwierdzić, kiedy trop stylistyczny na pewno nie ma perswazyjnej funkcji — zawsze w jakimś stopniu ją pełni, zwracając uwagę czytelnika na swoje otoczenie. Może też poprawiać nastrój odbiorcom (dostarczać rozrywki, rozśmieszać). Wyraźniej służy perswazji, gdy współgra z prezentowanym na łamach obrazem świata. Stąd praktycznie tylko w nawiązującej do tradycji undergroundu *Machinie* zdarza się animizacja „in minus”, naturalistycznie „uzwierzęcająca” kontestowanych nosicielei wartości (*wylęgarnia talentów; dziki wrzask odzieranych z wpływów i pieniędzy „autorytetów”*). Dość dużo tu oksymoronów (*cudownie nietrwale kamaszki*), jak i wszelkiego typu zestawień kontrastowych — pod względem stosowności (*eleganckie młode damy musiały obowiązkowo wciągać na tydki barwne pofałdowane onuce*); lub emocjonalności (*więzienny epizodzik*) — publicyści wywodzący się z kontestatorskiej tradycji widzą w świecie niespójności i absurd. *Dziewczyna* i *Popcorn* bardzo rzadko i najwyżej udają stylistyczną kontrkulturowość, (*hip-piguła, hop-piguła* — hybrydy oparte na kontraście swojskiego potoczmu z angielską nazwą stylu: hip-hop). Niewykluczone, że stosunkowo duża ilość spotykanych na łamach omawianych pism synestezji i tropów zbliżonych (*zapach totalnego nihilizmu; barwy wyglądają [...] smaczniej [M]; zatankowanie sporej ilości dobrego nastroju; dawka najczulszych, pluszowych pieszczot; lawendowa pokusa [D]; hity pełne słońca [P]*) nie jest bez związku z modnym dzisiaj postmodernistycznym hedonizmem — styl bywa odbiciem światopoglądu (choć raczej nieintencjonalnym).

Świadomie uprawiane przez dziennikarzy zdobnictwo ma wyróżniać pismo spośród innych, rozśmieszać, umacniać wiarę w umiejętności piszących, na koniec niewykluczone, że i dostarczać przyjemności estetycznej.

Wyróżniać się rozwiązaniami stylistycznymi pragnie przede wszystkim *Popcorn*. Jako jedyny specjalizuje się w rymowankach. Rymowane bywają tytuły (*Wymarzone życie kobiety-poetki*), teksty kryptoreklamowe (np. ten zachęcający do korzystania z komercyjnego numeru telefonicznego gwiazdora: *Raron Carter bawi i wzrusza, a przez telefon tak fajnie gwarzy, że słuchawka w ucho parzy!!!*), reklamowe slogany (*Czy to lato, czy to zima z Popciem każdy dzień zaczynaj!*) i zapowiedzi (*L.O.27 Barszczyk z uszkami na wigilii z fankami!*). Zachwyceni fani rewanżują się podobną twórczością: *Zakrecona Reni Jusis / Śpiewem swym facetów kusi / Ładna, zgrabna zwariowana / Ta dziewczyna jest od rana*. Drugą specjalnością pisma jest tworzenie metaforycznych określeń wykorzystujących polskie tłumaczenie obcojęzycznych nazw zespołów. Na tej zasadzie będące w ciąży członkinie Spice Girls zostały *ostrymi mamusiami*, The Prodigy — stali się *cudownymi narwańcami*, Loona — *księżycową załogą*. Metafory można urabiać od brzmienia nazwy (Boom Box to *boomboxowy zespół*) albo treści określanego dzieła (*Sukces „Titanica” zalał wszystkich*). Z kolei redakcja *Dziewczyny* uwielbia igrzać znaczeniem słowa „dziewczyna” oraz frazeologizmami i „skrzydlatymi słowami”, w skład których ten wyraz zwykł wchodzić. Np. tytuł *Bądź śliczna z dziewczyną* wykorzystuje utarte

„śliczna dziewczyna”. Na podobne koncepty zdobywają się i inne redakcje — np. *Machina*, tworząc tytuł, wykorzystwała dosłowne znaczenie nazwiska bohatera artykułu, Stevena Kinga: *Strach is King*.

Opisane „znaki rozpoznawcze” dostarczają też rozrywki, jak i wszystko, co „nie jest na miejscu”, zaskakuje — ale równocześnie nie jest niebezpieczne (tzn. w dziedzinie języka — nie niszczy spójności wywodu). Element rozrywkowy musi więc być dwuznaczny. Jednym swym znaczeniem sprawiać niespodziankę, drugim — nie. Na tej zasadzie zaskakiwać może np. eufemizm, ale tylko wtedy, gdy jest równocześnie ironiczny: *kraina pełna była wtedy smoków i innych nie zawsze przyjaznych stworzeń* [B].

Ze względu na tę atrakcyjną dwuznaczność, redakcja *Popcornu* z upodobaniem używa *płoke* (powtórzenie wyrazu) — ale w innych znaczeniach: *Zanim zaczną rodzić dzieci, muszą jeszcze urodzić nową płytę* bądź chwytów zbliżonych (*Łamią wszelkie konwenanse i kobiece serca*). Pożądany chwytami są też inne jeszcze powtórzenia wyrazów skojarzone ze zmianą ich znaczeń lub znaczeniowych odcieni (diafora: *obrazy o ludziach i dla ludzi* [M], antymetabola: *Lepszy okropny koniec, niż okropność bez końca* [D]).

Przyjemnie zaskakujące może być też napotykanie w *Machinie* niespodziewane nadanie nowego — ale przecież zasadniczo możliwego — znaczenia utartemu frazeologizmowi („*Rubin*” [...] *Telewizor słynny również ze swych wybuchowych skłonności*), terminowi (*mikrokomputer wydawał się niepełnosprawny*), a nawet stworzonemu ad hoc skrótowi (*3xT — Totalna Toporna Tandeta*). W umyśle odbiorcy wciąż (choćby na zasadzie skojarzenia) pozostaje znaczenie pierwotne lub bardziej prawdopodobne — a więc dwuznaczność jednak i tu istnieje.

Jeszcze jednym sposobem jej zachowania jest momentalne odsłonięcie konwencjonalności utartego frazeologizmu połączone z chwilowym i niecałkowitym powrotem do jego znaczenia dosłownego, z którym to odsłonięciem mamy do czynienia w momencie nietypowego, paradoksalnego użycia. Oto przykład z *Dziewczyny*: *Dla ładnych butów warto stracić głowę* („stracić głowę” to znaczy: „zaszaleć, kupić je drogo”, ale przecież zestawienie uświadomiło i fakt że „nogi” i „głowa” stanowią przeciwstawne elementy ciała, a więc jakoś zwróciło uwagę na fizyczną możliwość „utruty głowy”).

Umieszczenie frazeologizmu w nietypowym kontekście każe przywoływać także znaczenia wyrażenń różnorako pokrewnych: *płyta dla grzecznych i niegrzecznych dziewczynek* [D] (tu „niegrzeczność” zarazem w znaczeniu „złego wychowania” i negatywnego społecznego statusu, analogicznie do treści angielskiego „bad boys”).

W tym miejscu znowu można zadać sobie pytanie, czy ta dominująca w stylu pism młodzieżowych wszechogarniająca dążność do dostarczania rozrywki¹⁰ poprzez igranie skojarzeniami, znaczeniami, eksponowanie wieloznaczności, niestałości sensów też nie ma szerszego, światopoglądowego znaczenia, zwłaszcza że od tak rozumianej językowej zabawy zasadniczo wolna jest preferują-

¹⁰ Jak zauważył Andrzej Magdoń, „duch zabawy” w ostatnich latach obecny jest w znacznej części polskiej prasy [patrz LITERATURA].

ca wartości katolickie *Droga*, a prawie (bo nie w tym, co dotyczy metafor przydatnych przy reklamie kosmetyków) wolne *Jestem* — także ceniące wartości dość konserwatywne, takie jak rodzina, kariera zawodowa, status życiowy.

Jest wszelako taka cecha stylu, która jest wspólna dla wszystkich omawianych czasopism: dążność do ozdobności — trudno wytłumaczalna, bo sprzeczną na przeciw z dziennikarskim profesjonalizmem.

Chodzi mi głównie o wszechogarniający duch pleonazmu. Wyraża się on nie tylko w używaniu tej figury, ale i przez mnogość powtórzeń — począwszy od prostego epizeuksis (*wasze życie to muzyka, muzyka i jeszcze raz muzyka...* [P]), czy poliptotonu (*I cieszę się, że jesteście ciekawe, bo ciekawi żyją pełniej i mądrzej* [D]), na bardziej skomplikowanych skończywszy. Podobieństwo treści cząstek powtarzanych polega na bliskoznaczności sensu stricte, inkluzywności lub gradacji sensów. Niekiedy zdarza się prawdziwe wirtuozerstwo: *To właśnie oni wnieśli nieco ekspresji, humoru i groteski w smutną, mroczną i metafizyczną sztukę twórców kościelnych i opozycyjnych.* [M] — powtórzenie wg wzoru: 3+3+2 z odwróconą gradacją w pierwszej, a właściwą — w drugiej trójce.

W omawianych czasopismach — uogólniając — zaznacza się skłonność do ozdobnej składni (*Taki mały krzyż przy polnej drodze [...]. Powiedziałbyś, że zbyt prosty, skromny, by świętości być znakiem* [Dr]; *Na wyspie występuje kilkanaście odmian cyprysów i ogromnie dużo drzew oliwkowych, i te kolorowe kwiaty... zupełnie jak w raju* [B]). Towarzyszą jej zwykle leksykalne środki stylistyczne, począwszy do stałych (*chłopiec waszych marzeń, słodki chłopak* [D]), zdobniczych (*powłóczyście spojrzenie, promienny uśmiech* [D]), czy złożonych (*złotomiodowy brząz* [J]) epitetów, a na rozwiniętych metaforach skończywszy. Najpopularniejsze są wszelkiego typu ożywienia (*GRZECH — czyli zło, jest bardzo przebiegły. Stara się, żeby granica między nim a dobrem była niezauważalna* [DrJ]), ale zdarzają się hiperbolizacje (*Runął już mit, który od wielu lat towarzyszył podkładowi, że zatyka pory skóry* [J]) synekdochy, metonimie i inne, niekiedy w całkiem złym guście (*mężczyźni są „biedni”, bo zawsze muszą, gdyż ich ciała rozrywane są gejzerami pożądań* [J]).

Wszystko to sprawia, że język omawianych pism, poza tym, że pragnie im nadać światowy — lub swojski charakter, że z mniejszym lub większym powodzeniem pragnie je zbliżyć do swego czytelnika, że pragnie stać się sprawnym i sugestywnym narzędziem przekazu określonej (lub każdej możliwej) ideologii oraz dostarczyć rozrywkowego relaksu — jest też po prostu pstry.

Literatura

D. Abrahams Roger: Złożone relacje prostych form, *Pamiętnik Literacki* 1979, z. 2, s. 321–342.

E. Bobrowska: Obraz oddziaływania mass mediów na młodzież, w: Strykowski W. [red.], *Media a edukacja*, Poznań 1998, s. 269–277.

J. Bralczyk: *Język na sprzedaż*, Warszawa 1996.

B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka: *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997.

S. Dziki, W. Chorążki, J. Maczuga, P. Płaneta: *Katalog mediów polskich*, Kraków 1998.

J. Jarowiecki: Zmiany w prasie dla dzieci i młodzieży w Polsce w latach 1989-1995, [w:] J. Jarowiecki, *Studia nad prasą polską XIX i XX wieku*, Kraków 1997.

W. Kajtoch: Świat prasy alternatywnej w zwierciadle jej słownictwa, Kraków 1999.

A. Magdoń: Duch zabawy w mediach, *Zeszyty Prasoznawcze* 1995, nr 3–4, s. 7–16.

G. Majkowska, H. Satkiewicz: Język w mediach, [w:] W. Pisarek [red.], *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, Kraków 1999, s. 252–261.

J. Szocki: Prasa dla dzieci i młodzieży. Czytelnictwo i funkcja, *Zeszyty Prasoznawcze* 1996, nr 3–4, s. 115–123.

H. Zgólkowa: Język subkultur młodzieżowych [w:] W. Pisarek [red.], *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, Kraków 1999, s. 181–196.

JAN WOLSKI

**OFICYNA
PO CZĘŚCI KONTYNENTOWA**

Zycie na emigracji, jak każde inne, ma swoje wzloty i upadki, wewnętrzne zdarzenia i cezury, swoistą dynamikę, podlega najprzeróżniejszym wpływom i samo wywiera naciski, broni starych, ustalonych już form i kształtuje nowe, słowem — poza oderwaniem od kraju ojczystego — ma wszelkie cechy każdego, mniej lub bardziej „normalnego”, życia.

W naturalny sposób występują tarcia między odmiennymi poglądami na rzeczywistość, konflikty między pokoleniami, spory na gruncie ideowym, różnice w uznawanych wzorcach etycznych i estetycznych.

Polemiki, walka i przywiązanie do preferowanych i manifestowanych ideałów w obrębie literatury emigracyjnej oparte najczęściej na różnicach międzypokoleniowych, a więc i odmienności indywidualnych doświadczeń, miały w istocie silny wydźwięk polityczny.

Syntetyzujące spojrzenia na polską literaturę emigracyjną XX wieku¹ wyróżniają w niej najczęściej dwa antagonistycznie nastawione wobec siebie ośrodki, londyński i paryski. Pierwszy konserwatywny, skupiony na walce o zachowanie wzorca „prawdziwej polskości”, dawnych, sprawdzonych zasad i drugi nowoczesny, zainteresowany „nadwiślańskim eksperymentem”, postrzegający sprawy Polski jako część polityki europejskiej i światowej. Pogląd to oczywiście schematyczny i dość uproszczony, bo nie daje właściwie wglądu w szczegóły emigracyjnej codzienności. W zasadzie też nic albo niewiele mówi o różnorodnych i wielokierunkowych poszukiwaniach artystycznych i literackich polskiej diaspory. „Podział emigracji na dwie frakcje — konserwatywną (Londyn) i liberalną (Paryż), mając u swoich podstaw stosunek do programów ideologicznych, szybko stał się podziałem o wyraźnie artystycznej proveniencji”² — konstatuje, zastanawiając się nad kształtem doktry-

¹ Np. Maria Danilewicz Zielińska: *Szkice o literaturze emigracyjnej*. Wrocław 1993; *Literatura emigracyjna 1939-1989*. Tom 1–2. Katowice 1993, 1996.

² Marian Kisiel: *Z historii współczesnych doktryn literackich*. Polrealizm. (W:) *Literatura emigracyjna 1939-1989*. Tom 2. Katowice 1996, s. 236.

ny „polrealizmu” Marian Kisiel. Jego zdaniem to stosunek do niej stał się kryterium takiego właśnie dwubiegunowego wyznaczenia centrów myślowych. Ale dostrzega także, iż jakby trzecią drogę postępowania wyznaczyło środowisko młodych poetów z kręgu *Kontynentów*. Podkreśla ich przełomowe znaczenie w dotychczasowej recepcji emigracji londyńskiej. Szkoda tylko, że nie wspomina innych, niekiedy może mniej dynamicznych, ale co najmniej równie istotnych zjawisk, jak choćby działalność *Oficyny Poetów*. Spojrzenie to jest usprawiedliwione ćwierćwiecznym wycinkiem czasowym, od roku 1945 począwszy, jakim zajmuje się badacz.

Znakiem nowocześniejszego i bardziej wszechstronnego podejścia do tych zagadnień wydaje się zestawienie, jakiego dokonał Marek Pytasz, sporządzając „Kilka notatek z dziejów polskiego życia literackiego na obczyźnie”³. Zawiera ono bowiem ustawiony w jednej linii ciąg pism literackich wychodzących w Londynie, a mianowicie *Wiadomości*, *Kontynenty* i *Oficynę Poetów*.

Londyn w czasie II wojny światowej, a i jeszcze długo po jej zakończeniu, stanowił największe skupisko Polaków w Wielkiej Brytanii. Od połowy 1940 roku stał się nieoficjalną stolicą tych, których wojna rozrzuciła po całym świecie. Oczywiście jest więc także i to, że z czasem zaczęły się kształtować najprzeróżniejsze środowiska. Wraz z ich krzepnięciem, pojawiały się pisma, będące swoistymi trybunami, na których ośrodki te mogły przedstawiać swoje poglądy, budować platformy wymiany myśli, aktywizować działalność.

W liczącej 150 tysięcy osób emigracji polskiej w Anglii stosunkowo wysoki procent stanowiła inteligencja⁴ — ustala Paweł Kądziała. Przypomina, że wśród tej liczby znalazło się „blisko tysiąc osób tzw. elity artystycznej (literatów, dziennikarzy, aktorów, artystów)”. A więc znaczny potencjał intelektualny. Słusznie zauważa dalej, iż „dla samej higieny psychicznej należało za wszelką cenę stworzyć infrastrukturę polskich instytucji kulturalnych, namiastkę życia choć trochę przypominającą międzywojenną Warszawę”.

Wśród przyczyn powołania do życia licznych i różnorodnych placówek kulturalnych w Londynie wymienia względy sentymentalno-psychologiczne („odetchnąć Polską”), aspekt patriotyczno-polityczny („świadczanie o krzywdzie politycznej Polski”), dbałość o ochronę i o rozwój suwerennej kultury polskiej, niezbędną utrwalanie i przekazywanie wiedzy o przeszłości ojczyzny i o jej dziejach najnowszych, wreszcie potrzebę wewnętrznej integracji i utrzymania więzi narodowej.

Najwcześniej pojawiły się wydawnictwa rządowe i wojskowe, np. *Polska Walcząca*, *Orzeł Biały* czy *Dziennik Żołnierza* połączony później w jeden organizm z *Dziennikiem Polskim*, następnie pisma partii politycznych, jak *Robotnik*, *Myśl Polska* czy *Jutro Polski*. Wśród pism artystycznych, takich, które poświęcały się literaturze czy szeroko rozumianej kulturze — dodajmy: ilo-

³ Marek Pytasz: *Wiadomości, Kontynenty, Oficyna Poetów*. (W:) *Wiadomości i okolice*. Szkice i wspomnienia. Red. i oprac. Mirosław A. Supruniuk. Toruń 1996.

⁴ Paweł Kądziała: *Instytucje polskiego życia kulturalnego w Londynie*. (W:) *Warszawa nad Tamizą. Z dziejów polskiej emigracji politycznej po drugiej wojnie światowej*, pod red. Andrzeja Friszkego. Warszawa 1994, s. 141.

ściowo najmniej licznych — bez wątpienia najważniejsze były *Wiadomości*. Obok nich warto pamiętać o wydawanym między 1942 a 1946 rokiem miesięczniku *Nowa Polska*, prowadzonym przez Antoniego Słonimskiego. W piśmie publikowało wielu pisarzy, a pod koniec jego istnienia pojawiali się na łamach *Nowej Polski* prawie wyłącznie pisarze krajowi.

Po wojnie zmieniła się sytuacja polityczna. Jej konsekwencją były gwałtowne i daleko idące przemiany w polskiej diasporze. Nie ominęły, rzecz jasna, także środowisk pisarskich. Przełom lat czterdziestych i pięćdziesiątych to czas wchodzenia do literatury nowego pokolenia twórców. Okazało się ono na tyle samodzielne i dynamiczne, by podjąć skuteczną próbę stworzenia własnego, niezależnego od dotychczasowych hierarchii, środowiska intelektualnego, wyposażonego we własne pisma⁵.

Początki ich działalności to typowa sytuacja środowisk młodzieżowych, w których znajdują się ludzie próbujący pisać, usiłujący sprawdzać swoje zapatrywania, wizje i uczucia w formie języka pisanego. Zapewne miały tam miejsce jakieś wymiany wierszy, wspólne dyskusje, poszukiwania kontaktów, pragnienie ocen, aż do pierwszej, może nawet nieśmiałej, myśli będącej konsekwencją aktualnego stanu, o potrzebie stworzenia jakiejś trwalszej formy wymiany poglądów, zbudowania forum, które mogłoby prezentować dokonania artystyczne, które równocześnie mogłyby oddziaływać na czytelnika, manifestować i lansować swój punkt widzenia w określonych kwestiach.

Pierwszym szerszym forum, na którym młodzi pisarze mogli się pokazać publicznie, był dodatek zatytułowany *Życie Akademickie* do katolickiego miesięcznika (wcześniej tygodnika) społeczno-kulturalnego *Życie*, całkowicie od niego niezależny, ukazujący się między 1949 a 1954 rokiem. Wokół tego właśnie 4–6-stronicowego pisma poczęła gromadzić się grupa piszących osób, poszukujących możliwości budowy własnego środowiska intelektualnego. Pismo — to dobrze znane fakty — rozwijało się i ewoluowało, ulegało kolejnym przekształceniom, by poprzez *Merkuriusza Polskiego*, *Merkuriusza Polskiego* — *Życie Akademickie*, *Kontynenty* — *Nowy Mercuriusz* przejść ostatecznie w 1958 roku w pismo całkowicie i w pełni literackie *Kontynenty*. W styczniu 1959 roku ukazał się jego pierwszy numer. Kolejnymi redaktorami naczelnymi byli: Adam Czerniawski (styczeń-grudzień 1959), Bogdan Czaykowski (styczeń 1960-maj 1962), Florian Śmieja (czerwiec 1962-kwiecień 1964) i Zbigniew Grabowski (maj 1964-grudzień 1966). Pod kierownictwem tego ostatniego nie było to już jednak pismo grupy poetyckiej, jej podstawowego trzonu, który obok wymienionych już Czerniawskiego, Czaykowskiego i Śmiei współtworzyli: Andrzej Busza, Jan Darowski, Janusz Ihnatowicz, Zygmunt Ławrynowicz, Jerzy S. Sito i Bolesław Taborski.

⁵ O historii środowiska, jego pism, twórczości współtworzących je osób pisali m.in.: Bolesław T a b o r s k i: *Młodsza literatura emigracji w perspektywie ćwierćwiecza. Pamiętnik Literacki* (Londyn) 1983, t. VI; Marian K i s i e l: *Bunt i satyra. Poeci z Kontynentów wobec fantazmatów polskości. Zarys.* (W:) *Mity, stereotypy, konwencje*, pod red. Barbary Gutowskiej, Mariana Kisiela i Ewy Tutaj. Katowice 1995; Zbigniew A n d r e s: *Londyńskie Kontynenty wobec Października.* (W:) *Październik '56. Odwilż i przełom w życiu literackim i kulturalnym Polski*, Kraków 1996.

Powołanie tej grupy do istnienia było wynikiem sytuacji. I to zdecydowało właśnie o kształcie i zamierzeniach młodych twórców (młodych stażem pisarskim, choć nie zawsze wiekiem), ludzi z ambicjami literackimi. Niewątpliwie faktem, który grupę wykrystalizował, był stosunek jej współtwórców do kraju, ich miejsce i pozycja na emigracji. W sposób zdecydowany ukierunkował jej działania Październik '56 i związane z nim nadzieje. Ale konieczność podejmowania i utrzymywania kontaktów z ojczyzną dostrzegano wcześniej. Była też oczywiście silna frakcja opowiadająca się zdecydowanie i jednoznacznie przeciwko takim kontaktom. Młodzi londyńczycy ogromnie interesowali się krajem. Była to nie tylko potrzeba kontaktów literackich, ciekawość, ale i obserwowane przez nich wśród rówieśników, postępujące wynaradawianie się, spowodowane, ich zdaniem, brakiem kontaktu z Polską. Sytuacja była nie do pozadroszczenia. Z jednej bowiem strony kraj odcinał się od emigracji, a z drugiej — władze emigracyjne zakazywały z nim kontaktów. Wydaje się, że dla młodszego pokolenia większy problem i powód do zmartwień stanowiło zagrożenie wynaradowienia niż skomunizowania. Postulowali więc nawiązywanie kontaktów z ojczyzną. Współpraca, poznanie i zrozumienie mogą — jak uważali — przyczynić się także do przekazania obiektywnej opinii o Polsce za granicą.

Podobne myśli pojawiały się także w innym środowisku. W styczniowym numerze paryskiej *Kultury* z 1956 Paweł Hostowiec pisał: „Nikt nie zaprzeczy, że emigrantom — choćby dla ich nauki (...) konieczny jest kontakt z krajem. Bez tego kontaktu staliby się w krótkim czasie nie tyle emigrantami, ile cudzoziemcami”⁶.

Londyńska grupa młodych twórców to przede wszystkim pisarze i poeci. Stąd niebagatelne dla nich znaczenie miał ich dostęp do czytelnika, czytelnika polskiego, a taki znajdował się przede wszystkim w kraju.

Opublikowana przez *Kresy* w 1991 roku rozmowa z Bolesławem Taborskim nosi znamieny tytuł: „Czytelnicy poezji są w kraju”. Przeczytać w niej możemy między innymi takie zdanie: „(...) choć zadebiutowałem w Londynie tomikiem «Czasy mijania» w 1957 r., dość wcześnie doszedłem do wniosku, że czytelnicy poezji są w pierwszym rzędzie w Polsce”⁷.

Powojenne pokolenie pisarzy zgrupowane wokół pisma *Kontynenty* wypracowało swój własny model emigracji otwartej. Opowiadało się za stałą łącznością z narodem polskim, jego codziennym życiem i bieżącymi problemami, odsuwało na bok czy wręcz nie podejmowało dyskusji na temat własnych racji politycznych, wreszcie rozgraniczało rząd oraz ustrój od pojedynczego obywatela, co powodowało, że bycie mieszkańcem Polski nie musiało oznaczać bycia komunistą.

Wspomniany już Bolesław Taborski w artykule „Clerkowie zdradzeni” ostro zaatakował zachowawcze środowisko londyńskie: „Emigracja jest pseudo-

⁶ Paweł Hostowiec (Jerzy Stempowski): Dziennik podróży po moim pokoju w okresie odprężenia. *Kultura* (Paryż) 1956, nr 1 (99).

⁷ Czytelnicy poezji są w kraju. Rozmowa z Bolesławem Taborskim. *Kresy* 1991, nr 8.

-społeczeństwem, z natury swej statycznym, nie podlegającym przemianom, mogącym jedynie bronić coraz bardziej uszczuplającego się stanu posiadania”.⁸

I dalej: „W literaturze i publicystyce emigracyjnej panuje zaduch, atmosfera wręcz talmudystyczna (...) Każde spojrzenie niezależne, otwarte, choćby z możliwie sprawiedliwym rozłożeniem światła i cieni, piętnowane jest jako oportunizm i fellow-travellerstwo. Oportunizm względem czego? Moim zdaniem oportunizm jest właśnie schlebaniem gustom i poglądom otoczenia. Natomiast formułowanie niezależnych sądów w przekonaniu, że są prawdziwe, bez względu na to, czy to się komuś spodoba, czy narazi piszącego na ostracyzm, jest obowiązkiem pisarza”.

Na koniec dodaje jeszcze z pewnym wyrzutem, że: „Uczciwie i niezależnie myślący pisarz zasługuje na pewną dozę zaufania i szacunku, a nie na zazwyczaj”.

Młodzi londyńscy poeci odczuwali przede wszystkim wielką potrzebę zachowania niezależności. Z trudem i powoli udawało im się zdobywać emigracyjnego czytelnika, a ich pismo docierało także do pozalondyńskich środowisk. Jego charakter i oblicze kształtowała literatura, ale nie stroniła przecież od kwestii politycznych i społecznych. Dokonywało ocen spraw w kraju i na emigracji. Wyraźnie jednak unikało jakichś deklaracji politycznych. Niemniej łatwo można zauważyć, że w piśmie dominowała poezja, wiele miejsca zajmowała krytyka, i to nie tylko literacka, publicystyka zaś w porównaniu z wcześniejszym *Merkuriuszem*, była znacznie łagodniejsza. W miarę upływu lat i dojrzenia twórców stawało się ono bardziej refleksyjne, zawierało więcej podsumowań, rozrachunków, precyzowano wcześniejsze sądy. Stopniowo *Kontynenty*, znak grupowej jedności, przekształcając się w forum dla poszczególnych jednostek.

Jan Darowski w rozmowie z Markiem Pytaszem tak po latach ocenił rolę i znaczenie pisma: „*Kontynenty* pozostały raczej tylko piękną nadzieją lub intencją, jeśli kto woli, niż spełnieniem pisma. W najlepszym wypadku były warsztatem, który — prócz krytyki literackiej — doszedł do dojrzałych rezultatów dopiero po zwinięciu pisma”⁹.

Zaś nieco dalej uzupełnił: „*Kontynenty* (...) nie były jakimś ideałem pisma, ale z pewnością były piękną szkołą intelektualnej odwagi i dumy. I także szacunku dla cudzej iskiereki”.

W ciągu pięciu lat istnienia pisma *Kontynenty* (a siedmiu, jeżeli uwzględnić redakcję Grabowskiego) oprócz twórczości członków grupy pojawiły się utwory wielu pisarzy emigracyjnych, np. Jana Brzękowskiego, Józefa Bujnowskiego, Wacława Iwaniuka, Czesława Miłosza, Mariana Pankowskiego oraz pisarzy krajowych, np. Tadeusza Chrzanowskiego, Bohdana Drozdowskiego, Juliana Przybosa, Jarosława Marka Rymkiewicza, a także środowiskowe kolumny poetów wrocławskich (Tymoteusz Karpowicz, Urszula Kozioł, Jacek Łukasiewicz), toruńskich (Kazimierz Jułga, Krystyna Karpińska, Jerzy Z. Ma-

⁸ Bolesław T a b o r s k i: Clerkowie zdradzeni. *Kontynenty* — *Nowy Merkuriusz* 1959, nr 9.

⁹ Rower jako wzór przyszłej literatury. Z Janem Darowskim rozmawia Marek Pytasz. (W:) Londyn-Toronto-Vancouver. Rozmowy z pisarzami emigracyjnymi. Lublin 1993.

ciejewski) czy bydgoskich (Jan Górec-Rosiński, Kazimierz Hoffman, Krzysztof Nowicki).

Oczywiście autorzy *Kontynentów* równocześnie publikowali także w pismach emigracyjnych czy periodykach angielskich. W końcu język opanowali znakomicie — jako studenci angielskich i irlandzkich uniwersytetów.

W maju 1962 roku wyszedł ostatni wspólnie redagowany zeszyt pisma. Grupa dosłownie rozjechała się po świecie, a każdy z jej współtwórców poszedł własną zawodową i artystyczną drogą. „Przypisywano nam motywy polityczne, zwłaszcza kiedy nastąpił Październik 1956 roku. Ale widzę dzisiaj z perspektywy czasu, że był to taki zwykły spór międzypokoleniowy. No a później, cóż, skamandryci wymarli, my się zestarzeliliśmy. Sytuacja się zmieniła po 1968 roku, kiedy na emigracji znalazło się wielu pisarzy, którzy wtedy opuścili Polskę i jak gdyby polityczność literatury emigracyjnej znów nabrzmiała. To wszystko w radykalny sposób zmieniło się po 1989 roku. Ten podział na kraj i emigrację właściwie się zatarł, tak że nie można już mówić o środowisku, lecz o poszczególnych pisarzach”¹⁰ — powiedział w październiku 1995 roku Bolesław Taborski.

Wróćmy jednak do wcześniejszych wydarzeń. W 1966 roku ukazał się w Londynie sygnałny numer kwartalnika *Oficina Poetów*, pierwszego pisma na emigracji o wyłącznie literackim charakterze. Jej założyciele i wydawcy, Krystyna i Czesław Bednarczykowie, z pomysłem stworzenia pisma literackiego nosili się już w 1949 roku — jak ustalają to Marek Pytasz i Teresa Pastwa¹¹. Pismo miało kształt niezwykle. Redaktorzy stawiali sobie wysokie wymagania artystyczne. Każdy element był ważny, od tekstu począwszy, poprzez układ graficzny, jakość ozdóbek, zamieszczanych reprodukcji aż po krój i wielkość używanej czcionki oraz papier. Wszystkie części tworzyć miały — i tworzyły, dodajmy koniecznie — harmonijną całość. W 1980 roku wyszedł numer 57. Niestety okazał się ostatnim.

Otwartość to podstawowa cecha nowego kwartalnika. O żadnym z etapów działalności pisma nie da się powiedzieć, by było ono reprezentacją jakiegokolwiek grupy, orientacji artystycznej czy pokolenia. Inną, niezwykle ważną i charakterystyczną cechą było zainteresowanie literaturą polską, lecz bez rozdzielania na krajową i emigracyjną. Czesław Bednarczyk w liście do Józefy Radzymińskiej, najprawdopodobniej z 1967 roku, tak pisał: „Założeniem moim jest i dążę do tego, by w naszym kwartalniku wszyscy wartościowi pisarze, przede wszystkim poeci, obojętnie z Kraju, czy poza jego granicami mieszkający, byli zamieszczani. Jesteśmy jednej krwi, by powiedzieć patetycznie. I sztuka, poezja, jest jedna. (...) Dobroć, serdeczność, przyjacielskość i wartość utworów jest naszym założeniem głównym i jedynym. Staram się wykryć nowych, mających coś do powiedzenia. Wolno mi się to udaje. Ale jestem optymistą”¹².

¹⁰ Świat nie może być chaosem. Z Bolesławem Taborskim rozmawia Janusz Koryl. Rzeszów, październik 1995. Rozmowa nie publikowana.

¹¹ Marek Pytasz, Teresa Pastwa: *Oficina pod mostem. Edytor* 1991, nr 1.

¹² Józefa Radzymińska: *Twórca Oficyny Poetów i Malarzy. (W:) tejeż, Książki i przyjaźnie. Warszawa 1984, s. 151–152.*

Prymat sztuki nad polityką, przekonanie o jedności literatury polskiej bez względu na miejsce jej powstania, pragnienie zespolenia sztuki słowa ze sztukami plastycznymi to podstawy, których konsekwentne realizowanie spowodowało, że *Oficyna Poetów* stała się na gruncie polskim zjawiskiem bez precedensu.

Tym, co jednych autorów przyciągało do pisma, innych zaś skłaniało do zajmowania wobec niego stanowiska co najmniej obojętnego, jeżeli nie wręcz wrogiego, była oczywiście jego otwartość. Realizowana zarówno w wymiarze literackim, jak i, co też jest nie bez znaczenia, politycznym. To zapewne jeden z tych istotnych czynników, który wpłynął na środowisko pisarzy powoli średniego już pokolenia współtworzących *Kontynenty* i zachęcił do podjęcia z nim współpracy. Zakończenie ich działalności przypadło na okres wykluwania się *Oficyny Poetów*. Twórcy, którzy osiągnęli już własną samodzielność, stanęli na swoich nogach, pragnęli nowych możliwości druku, przedstawiania najświeższych i indywidualnych dokonań twórczych, dalszego kontaktu z czytelnikami. Już w pierwszym numerze kwartalnika znajdujemy osiem wierszy Zygmunta Ławrynowicza. Sam, po latach, tak oto pisał w liście o swych kontaktach z *Oficyną*: „Byłem związany z pismem od pierwszego numeru. Dlaczego? Bo byłem potrzebny Bednarczykom, którzy chcieli wydawać pismo, a nie bardzo wiedzieli, jak się zabrać do tego. Z mojej strony była to próba zorganizowana poważnego organu literackiego. Nieuniknionym biegiem rzeczy pojawiły się konflikty i spory”¹³.

Niestety nie udało się piszącemu te słowa dociec, czego owe spory dotyczyły.

Z kolei Florian Śmieja, którego wiersze pojawiły się od drugiego numeru począwszy, utrzymuje, iż „W *Oficynie* drukowałem, bo mieliśmy nadzieję, że Bednarczyk będzie kontynuował wydawanie *Kontynentów*. Kiedy kierowany własnymi ambicjami i planami zainicjował firmową *Oficynę Poetów*, skorzystaliśmy chętnie z jej łamów”¹⁴.

Nieco dalej dodaje: „Z odległości czasu widzę, że nie wykorzystałem w pełni szansy, jaką *Oficyna* dawała, hojnie szafując miejscem”.

Przywołajmy tu jeszcze głos Bogdana Czaykowskiego (zaczął pięcioma wierszami w szóstym numerze): „*Oficyna* była po części kontynentowa, a w każdym razie drukowała nas na prawo i lewo”¹⁵.

I rzeczywiście, statystycznie rzecz ujmując, współtwórcy grupy *Kontynentów* pojawiali się na łamach *Oficyny Poetów* dość często. Choć sporadycznie drukował Andrzej Busza, bo tylko w dwóch numerach pomieścił cztery wiersze (3 i 1), Bogdan Czaykowski wiersze zamieścił w trzech numerach, Adam Czerniawski i Jan Darowski w czterech, Janusz Ihnatowicz i Zygmunt Ławrynowicz w pięciu, Mieczysław Paszkiewicz w sześciu, w dziewięciu obecni byli Florian Śmieja i Bolesław Taborski.

¹³ List Zygmunta Ławrynowicza do autora szkicu z 14 V 1986 r.

¹⁴ List Floriana Śmiei do autora szkicu z 21 III 1997 r.

¹⁵ List Bogdana Czaykowskiego do autora szkicu z 11 V 1987 r.

Bardzo aktywnie kontynentowcy zajmowali się krytyką literacką. Najczęściej swe omówienia i recenzje drukował Czerniawski, bo aż siedemnaście razy, m.in. na temat twórczości Cypriana Kamila Norwida, Wacława Iwaniu-ka, Stanisława Grochowiaka, Zbigniewa Herberta, Henryka Grynberga, Jacka Łukasiewicza, pisał o malarstwie i filozofii. Dużo pisywał Paszkiewicz (obecny w czternastu numerach). Będąc z wykształcenia historykiem sztuki, podejmował na ogół wątki i tematy z zakresu malarstwa i rzeźby. Czaykowski napisał ważny szkic o poetyce Tadeusza Peipera. Cztery razy pojawił się Darowski. Tyle samo razy Ławrynowicz, który pisał m.in. o Robinsonie Jeffersie i Giuseppe Ungarettim. Śmieja drukował w dwóch numerach, Taborski zaś w pięciu, przybliżając np. sylwetkę Jerzego Zawieyskiego czy Harolda Pintera, pisząc o poetyckich przekładach Czesława Miłosza i książce Jerzego Pietrkiewicza.

Trzeba także powiedzieć o licznych przekładach na język polski. Poza walem poznawczym, jaki zawierało dostarczenie czytelnikowi polskiemu licznych tekstów poetów angielskich, hiszpańskich, włoskich i francuskich, była ich — często podkreślana — wysoka jakość artystyczna. Tłumaczyli: Busza, Czaykowski, Darowski, Ławrynowicz z włoskiego i francuskiego, Śmieja z hiszpańskiego i Taborski. Czerniawski tłumaczył głównie na angielski. W *Oficynie* pojawiały się jego przekłady Norwida. Warto tu może dodać raz jeszcze, iż znajomość języka angielskiego w tej grupie była (i jest) znakomita i większość włada nim równie dobrze jak polskim, dlatego pisze i przekłada „w obie strony”, z angielskiego na polski i z polskiego na angielski. Mają niewątpliwie ogromne zasługi w zaprezentowaniu i i uprzestępnieniu Zachodowi, poprzez swe studia i tłumaczenia, kultury polskiej, zwłaszcza kultury literackiej.

I wreszcie proza. Była jej na łamach *Oficyny* znikoma ilość, bo też i twórcy grupy to przede wszystkim poeci. Niewielkie jej próbki, które należałoby raczej nazwać prozą artystyczną w odróżnieniu od narracyjnej, zamieścili Czerniawski (dwa razy), Darowski (jeden) i Ławrynowicz (jeden).

Oczywiście te dość suche dane liczbowe nie mówią nic o wartości artystycznej samych tekstów. Nie to jest też przedmiotem moich rozważań. Daje jednak — jak miemam — fragmentaryczny wgląd w jeden z rozdziałów emigracyjnego życia literackiego. Dotyczy epizodu, którego przypomnienie wydaje mi się pomocne i użyteczne w pełniejszym jego zilustrowaniu.

„Obraz tego życia jest bowiem dziś rysowany jeszcze nadto w y b i ó r c z o, i nadto s t a t y c z n i e (podkr. autora — przyp. J. W.), bez uszczegółowionego rozpoznania różnych wewnętrznych sporów i tarć, sprzecznych interesów i kryzysów, a i wreszcie bez dostatecznej orientacji pośród inicjatyw i przedsięwzięć zarówno tych uwieńczonych powodzeniem, jak i tych, które pozostały tylko w sferze projektów. Wiedza nasza w tej mierze z konieczności niejako pozostaje ułomna i pełna luk”¹⁶.

¹⁶ Janusz K r y s z a k: Czesław Miłosz i *Zeszyty Kalifornijskie*. (W:) tegoż, *Rzeczywistość trzecia*. Bydgoszcz 1997, s. 86.

Ta trafna diagnoza znawcy literatury emigracyjnej Janusza Kryszaka może stanowić istotną dyrektywę badawczą. Próba spojrzenia na taki wycinek życia emigranckiego polskiej literatury, jak kontakty poetów z kręgu *Kontynentów* z *Oficyną Poetów* są takim śladem literackiej i ludzkiej codzienności w Londynie sprzed lat.

Grupa występujących przez pewien czas wspólnie oryginalnych twórców odcisnęła swój wyraźny i specyficzny ślad w literaturze polskiej. Podobieństwo zdań na temat istoty literatury, poglądów dotyczących życia, tradycji i współczesności, wreszcie polityki i sztucznego w gruncie rzeczy podziału na literaturę krajową i emigracyjną, pozwoliły im połączyć wysiłki i zdobyć się na wydawanie własnych pism. Po ich upadku to oni w znacznej mierze zasilili łamy *Oficyny Poetów*. Ten wybór nie był przypadkowy. Dziesięć lat po zamknięciu *Kontynentów* Adam Czerniawski snuł następujące przypuszczenia: „Jest *Oficina*, której w dużej mierze przyświecają cele bliskie sercom wielu członków byłej redakcji *Kontynentów*. Wyobrażam sobie, że gdyby po okresie burzy i naporu *Kontynenty* przetrwały w rękach pierwotnej redakcji, byłyby dziś bardzo podobne do *Oficyny*”¹⁷.

Co pozostawiam bez komentarza.

¹⁷ Adam Czerniawski: *Kontynenty*: koniec po raz ostatni. Maszynopis datowany 1976. W posiadaniu autora szkicu.

WALERY PISAREK

RETORYKI DZIŚ W POLSCE

Czytając program tej konferencji¹, zapewne przynajmniej niektórzy z nas się dziwili, że retorykę można tak szeroko rozumieć. Jeżeli takie wrażenie odniosła choć jedna osoba, tytuł mego wystąpienia, sugerujący istnienie co najmniej dwóch retoryk, chociaż w jej oczach znajdzie usprawiedliwienie. Nie będę się jednak bronił, jeżeli ktokolwiek mi zarzuci nadużycie terminologiczne i powie, że retoryka jest jedna, tylko ma różne odmiany.

Prawdopodobnie zgadzamy się wszyscy co do tego,

- że retoryka jest nie tylko sztuką, ale i nauką;
- że jest jedną z najstarszych nauk;
- że już dwa i pół tysiąca lat temu uzyskała taką dojrzałość, iż niektóre jej ówczesne twierdzenia powtarzane są do dziś bądź jako elementy wiedzy naukowej, bądź jako zalecenia praktyczne;
- że była jedną z siedmiu nauk wyzwolonych²;
- że w Europie przez wieki uważano ją za bardzo ważny składnik podstawowego wykształcenia, a w średniowiecznej szkole była razem z gramatyką i logiką jednym z trzech przedmiotów *trivium*, czyli nauczania trywialnego³, po którym następowało *quadrivium* (arytmetyka, geometria, astronomia);
- że dla Arystotelesa była narzędziem sprawiedliwości, bo właściwie użyta miałyby prowadzić do znalezienia prawdy i przekonania do niej innych ludzi⁴;

¹ Publikowany tekst otwierał konferencję „Retoryka dziś — teoria i praktyka”, która odbywała się w Krakowie w dniach 22–23 listopada 1999 r.; jej organizatorami było Podyplomowe Studium Retoryki w Instytucie Filologii Polskiej UJ i Studium Homiletyczne w Instytucie Liturgicznym PAT.

² Pojęcie siedmiu nauk lub sztuk wyzwolonych pochodzi od rzymskiego pisarza z V wieku n.e. Marcejanusa Capelli, autora alegoryczno-encyklopedycznego utworu „O zaślubinach Filologii z Merkurym”. W tym utworze panna młoda dostała w upominku od Apolla siedem służebnic. Jedną z nich była właśnie Retoryka. A więc już przed 15 wiekami retoryka stała się służebnicą małżonki boga handlu. Czy można się dziwić, że dziś służy reklamie?

³ Wbrew temu W. Kopaliński podaje, że na trivium składała się gramatyka, arytmetyka i geometria, a dopiero quadrivium obejmowało — retorykę, dialektykę, astronomię i muzykę. Zob. „Słownik mitów i tradycji kultury”, Warszawa 1985, s. 1064.

⁴ W rzeczywistości jest raczej sztuką znajdowania przekonującego wyrazu dla tego, co osoba przekonująca za prawdę uważa; Arystotelesowska definicja retoryki jako sztuki znajdowania prawdy można uznać za świetny przykład perswazyjnego zastosowania retoryki do kształtowania przychylnego stosunku do niej.

- że według Kwintyliana była „królową wszelkich rzeczy”, „najcenniejszym darem bogów”;
- że była jednak bodaj od początku uważana za dar trochę dwuznaczny, bo podobnie jak później propaganda nie zawsze się cieszyła dobrą opinią⁵;
- że i później oceniano ją krytycznie⁶.
Zgodni jesteśmy także zapewne co do tego,
- że status nauki „trywialnej” utraciła retoryka mniej więcej dwieście lat temu;
- że w ostatnich kilkudziesięciu latach daje się zauważyć odrodzenie zainteresowania retoryką⁷;
- że wiąże się ten fakt z ukazaniem się w Chicago w r. 1936 książki Ivora Armstronga Richardsa „The Philosophy of Rhetoric”, w latach nam bliższych z ukazaniem się we Francji prac belgijskiego uczonego Chaima Perelmana⁸, a w Niemczech — Heinricha Lausberga⁹ i Josepha Kopperschmidta¹⁰;
- że prace te reprezentują tzw. „retorykę nową” albo „nowoczesną”¹¹, która w przeciwieństwie do starej miałaby swoje sądy opierać w większym stopniu na podstawach empirycznych, a nawet przede wszystkim eksperymentalnych, jeśliby do jej podstaw zaliczyć badania nad perswazją Carla I. Hovlanda, całej jego szkoły z Yale¹² i jego kontynuatorów¹³.

Czymże jest dziś retoryka? Jak oddzielić w sferze refleksji i badań nad używaniem języka to, co „jest” retoryką od tego, co nią nie jest? A jakie kryterium w tym oddzielaniu retoryki od nieretoryki zastosować: nominalne czy realne? A więc czy należy za retorykę uważać wszystko to (ale i tylko to), co nazywane jest retoryką przez samych autorów? Czy też może uznać za reprezentatywne dla współczesnej szeroko rozumianej retoryki te wszystkie prace, które — dajmy na to — w uzasadniony sposób przywołują lub chociaż mogłyby przywołać któreś z retorycznych dzieł Platona, Arystotelesa, Cycerona lub Kwintyliana. W pierwszym przypadku polską współczesną literaturę

⁵ Jak wiadomo, przyczynili się do tego sofisci, którzy podejmowali się dowieść prawdziwości każdego sądu; to między innymi przez nich i ich spadkobierców określenie: To retoryka! zawiera negatywną ocenę wypowiedzi.

⁶ Tadeusz Pszczółowski („Umiejętność przekonywania i dyskusji” Warszawa 1963, s. 25) przytacza opinię Gotfrieda Leibniza, a więc z przełomu wieku XVII i XVIII, że retoryka służy „tylko do podsuwania fałszywych idei, do podniesienia uczuć i do zwodzenia zdolności sądenia, tak iż jest to tylko zwykłe mydlenie oczu. A jednak właśnie tę oszukańczą sztukę stawia się na pierwszym miejscu i obdarza nagrodami. To dlatego, że ludzie bynajmniej nie troszczą się o prawdę, a bardzo lubią zwodzić i być zwodzonymi”.

⁷ Przejawy i przyczyny wzrostu zainteresowania retoryką omawiał m.in. M. Głowinski: Retoryka dawniej i dziś. Wprowadzenie. *Pamiętnik Literacki* 1977, z. 1, s. 201 i nast. Zob. też. J. Lichajski: Retoryka. Przegląd współczesnych szkół i metod badawczych. (w:) B. Otwinowska (red.): Retoryka a literatura. Wrocław 1984.

⁸ C. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca: La nouvelle rhétorique. Traité de l’argumentation. Paris 1958.

⁹ H. Lausberg: Handbuch der literarischen Rhetorik. München 1960.

¹⁰ J. Kopperschmidt: Allgemeine Rhetorik. Stuttgart 1973.

¹¹ C. Brooks, R. P. Warren: Modern Rhetoric. New York 1970.

¹² Por. np. C. I. Hovland, A. A. Lumsdaine, F. D. Sheffield: Experiments in Mass Communication. Princeton 1949. C. I. Hovland, I. L. Janis, H. H. Kelley: Communication and Persuasion. New Haven 1953.

¹³ Np. K. E. Andersen: Persuasion. Theory and Practice. Boston 1971.

retoryczną reprezentowałyby obok zbiorowych tomów Małgorzaty Frankowskiej-Terleckiej¹⁴ i Barbary Otwinowskiej¹⁵ oraz książek i prac Jakuba Liचाńskiego¹⁶, Zdzisława Nanowskiego¹⁷, Zdzisława Rynducha¹⁸, czy Stefana Zabłockiego¹⁹, jak i prace, których nie można uważać za kontynuację retoryki klasycznej, prace, dla których klasyczna retoryka była raczej ogólną inspiracją, jeżeli nawet nie metaforą²⁰.

Ale o kontynuacji tradycji retoryki świadczą także publikacje nie mające ani w tytule, ani w podtytule wyrazów „retoryka” czy „retoryczny”²¹. Należą tu liczne prace z zakresu homiletyki i katechezy, m.in. Mariana Rzeszewskiego²² i Leszka Kuca²³, a także znane książki Tadeusza Pszczołowskiego²⁴ i Witolda Marciszewskiego²⁵.

Pamiętamy też,

- że w Polsce w r. 1990 ukazały się niezależnie od siebie dwie należące do najznakomitszych (z różnych zresztą względów) pozycji we współczesnej polskiej literaturze retorycznej, które na pewno będą w czasie naszej konferencji wielokrotnie przywoływane, to znaczy książki Mirosława Korolki²⁶ i Jerzego Ziomek²⁷.

Oba dzieła już samymi tytułami afiszują swoją deskryptywność. Ziomek pisze wprost: „Opisowa (retoryka) znaczy w tym kontekście tyle, co przedstawiona w opisie systematycznym i synchronicznym, a więc nie historyczna i oczywiście nie normatywna”²⁸. I nieco dalej: „Poniekąd trudniejsze jest odróżnienie ujęcia opisowego od normatywnego, a to dlatego, że cała tradycja refleksji retorycznej nastawiona była na przepis, w tym więc sensie była dogmatycz-

¹⁴ M. Frankowska-Terlecka (red.): *Retoryka w XVI stuleciu*. Wrocław 1988.

¹⁵ B. Otwinowska (red.): *Retoryka a literatura*. Wrocław 1984.

¹⁶ J. Liचाński: *Retoryka od średniowiecza do baroku. Teoria i praktyka*. Warszawa 1992.

¹⁷ Z. Nanowski: *Retoryka i poetyka w szkołach Komisji Edukacji Narodowej*. Wrocław 1962.

¹⁸ Z. Rynduch: *Nauka o stylach w retorykach polskich XVII wieku*. Gdańsk 1967.

¹⁹ S. Zabłocki: *Spory o retorykę w XVI wieku a twórczość Mikołaja Reja*. *Prace Literackie* [1970], t. 11-12.

²⁰ Tu zaliczyłbym np. J. Lalewicz: *Przemawianie publiczne — retoryka*. (w:) *Komunikacja językowa i literatura*. Wrocław 1975. A. Piłtrus: *Retoryka we współczesnej krytycznej i operacyjnej teorii reklamy*. (w:) *„Ze świata reklamy”* Kraków 1999. W. Piłsarek: *Retoryka dziennikarska*. Kraków 1970. M. Piłaczecki: *Retoryka rewolucji. Techniki literackiej perswazji w prozie o roku 1905*. (w:) *Literatura polska wobec rewolucji*. Warszawa 1971, a z najnowszych publikacji: K. Buczak-Sawczyńska: *Retoryczne strategie ataku i obrony jako elementy dialogu w debatach prezydenckich*. *Zeszyty Prasoznawcze* 1999, nr 1-2, s. 91-100.

²¹ Np. W. Miódunka: *Proces opracowywania tekstu w różnych odmianach współczesnej polszczyzny*. (w:) Z. Kurzowa, W. Śliwiński (red.): *Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej)*. Kraków 1994.

²² M. Rzeszewski: *Kaznodziejstwo. Zagadnienia wybrane*. Warszawa 1957.

²³ L. Kuc (red.): *Praktyka przepowiadania słowa Bożego*. Warszawa 1973.

²⁴ T. Pszczołowski: *Umiejętność przekonywania i dyskusji*. Warszawa 1962.

²⁵ W. Marciszewski: *Sztuka dyskutowania*. Warszawa 1971.

²⁶ M. Korolko: *Sztuka retoryki*. Przewodnik encyklopedyczny. Warszawa 1990.

²⁷ J. Ziomek: *Retoryka opisowa*. Wrocław 1990.

na i doradczą. Trudno jednak sobie dzisiaj wyobrazić podręcznik sztuki oratorskiej [...]”²⁹.

Nie minęło więcej niż kilka lat, a na polskim rynku księgarskim — pomijając tłumaczenia — pojawiło się co najmniej kilkanaście podręczników, prawda że różnej wartości i nie ściśle sztuki oratorskiej, ale podręczników przekonywania i negocjacji, jak publikacje Adama P. Ygnasika³⁰, Jana Waszkiewicza³¹, Andrzeja Wiszniewskiego³².

Niechęć Ziomek do normatywności retoryki nie jest czymś wyjątkowym wśród badaczy polskich. Wydawać by się mogło, że formułowanie przez jakąś dyscyplinę praktycznych zaleceń, praktycznych wskazówek, jak osiągać zamierzony cel, świadczy o jej dojrzałości. Nie jest to jednak oczywiście dla wszystkich. Oto znamienny cytat z rozprawy „Tekst” Teresy Dobrzyńskiej:

Najdawniejszych antecedensów [...] tekstologii lingwistycznej [...] niektórzy uczeni szukają w obrębie starożytnej retoryki, która stanowiła zbiór reguł dotyczących układania i wygłaszania mów sądowych i politycznych, a więc przekazywała pewną wiedzę na temat sposobu użycia języka w wypowiedzi i struktury komunikatów mówionych. W traktatach retorycznych poruszane były kwestie powtarzania pewnych elementów językowych w tekście [...] norm gatunkowych, zasad kompozycji — w tym sposobów rozpoczynania i kończenia różnego typu tekstów. Obserwacje te nie osiągnęły jednak wystarczającego poziomu ogólności, by można było mówić, że dotyczą struktury tekstu w ogóle. Nie doprowadziły do wyłonienia pojęcia „tekst”. Ponadto towarzyszyła im silna tendencja normatywna, miały więc charakter przednaukowy³³.

Aby się przeciwstawić degradacji retoryki do roli narzędzia używanego głównie w niecnym celu zabiegali jej starożytni teoretycy o etyczną rzetelność retoryki o zgodność rerum i verborum, o połączenie prawdy, piękna i dobra nie tylko zresztą w wypowiedziach retorycznych, ale i w osobie samego mówcy, którym ma być VIR BONUS DICENDI PERITUS. Orator est vir bonus — według Katona, ale podobnie wcześniej u Platona, Arystotelesa, Kwintyliana i Cyncerona.

Nowa retoryka w ostatnim półwieczu także podnosi czynnik jakości mówcy, a raczej szerzej „źródła informacji” jako jeden z najważniejszych warunków skuteczności przekazu, wskutek czego czynnik ten stosunkowo często jest przedmiotem badań³⁴. Stwierdza się empiryczne, że szczerłość, szlachetność, mądrość, uroda mają wielką moc perswazyjną. Tyle że nikt nie sprawdza, czy

²⁸ J. Ziomek, jw., s. 5.

²⁹ Jw., s. 5-6.

³⁰ A. P. Ygnasik: *Sztuka przekonywania. Jak rozmawiać, sprzedawać, negocjować?* Warszawa 1994.

³¹ J. Waszkiewicz: *Jak Polak z Polakiem. Szkice o kulturze negocjowania.* Warszawa 1997.

³² A. Wiszniewski: *Jak przekonująco mówić i przemawiać.* Warszawa 1994.

³³ T. Dobrzyńska: *Tekst. (w:) „Współczesny język polski”* pod red. J. Bartmińskiego. Wrocław 1993, s. 302.

³⁴ Zainicjował je C.I. Hovland pracą C. I. Hovland, W. Weiss: *The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. Public Opinion Quarterly* 1951, s. 635-650. Por. też: S. Mika: *Badania nad wiarygodnością nadawców. Przekazy i Opinie* 1975, nr 2, s. 7-17. W. Pisarek: *Zaufanie do dziennikarzy i prasy. Zeszyty Prasoznawcze* 1984, nr 4, s. 5-22.

mówca jest rzeczywiście szczerzy, szlachetny, mądry itd., ale tylko, czy za takiego jest uważany.

Wróćmy do pytania o współczesną treść pojęcia retoryki. W jej wielkim polu semantycznym znaleźć się mogą jako jej współczesne potomstwo³⁵ tak różne pojęcia, jak:

- perswazja, przekonywanie, argumentacja, negocjacje, erystyka;
- propaganda, agitacja, demagogia, manipulacja, indoktrynacja, pranie mózgu, dezinformacja;
- promocja, reklama, marketing, public relations, akwizycja, copywriting;
- propagowanie, popularyzacja, upowszechnianie;
- wychowywanie, pedagogika, uczenie, formacja, socjotechnika;
- krasnomówstwo, przemawianie, przemowa, przemówienie, oratorstwo;
- kaznodziejstwo, homiletyka, katecheza, przepowiadanie, eklezjastyka;
- pragmatyka, pragmalingwistyka, gramatyka tekstu, tekstologia językoznawcza;
- stylistyka, topika (loci communes), metaforyka, poetyka.

Bodaj ze wszystkich tych nazw mieszczących się w polu semantycznym RETORYKA (a powyższy ich rejestr nie jest oczywiście pełny) najbliższa RETORYCE jest PERSWAZJA, a raczej SZTUKA PERSWAZJI. Świadczą o tym m.in. tytuły prac omawiających retorykę klasyczną. Oto Teresa Kostkiewiczowa swojej retorycznej analizie publicystyki oświeceniowej daje tytuł „Z zagadnień perswazji w prozie publicystycznej polskiego Oświecenia” (*Pamiętnik Literacki* 1987, nr 3). Poczucie bliskości tych dwóch nazw nie ogranicza się do języka polskiego; oto książka George’a Kennedy’ego o retoryce klasycznej nosi tytuł „Art of Persuasion in Grece” (Princeton 1963).

Czy w tym wielkim polu retoryka ma szansę na status hiperonimu? Rzecz wątpliwa. Prędzej w którejś części tego obszernego pola. Czymże bowiem współcześnie jest retoryka? Co stanowi jej istotę?

Według Kwintyliana była „nauką lub sztuką biegłego mówienia”. Według Arystotelesa „umiejętnością wynajdywania możliwych sposobów przekonywania w odniesieniu do każdego przedmiotu”. Bogaty repertuar (nazwijmy go klasycznym) tych „sposobów przekonywania”, czyli retorycznych sposobów perswazji, oferuje topika jako podstawowa część retoryki. Pytając więc o jej współczesnych spadkobierców, stajemy wobec problemu, co daje większe prawo do powoływania się na retoryczną proweniencję, czy kontynuacja starożytnej f u n k c j i retoryki, czyli „wynajdywanie sposobów przekonywania”, czy też kontynuacja jej starożytnej f o r m y, tzn. posługiwania się klasycznym repertuarem sposobów treściowo-formalnej organizacji wypowiedzi nawet bez intencji przekonywania kogokolwiek do czegokolwiek.

W wielkim uproszczeniu cały problem zakresu zainteresowania współczesnych retoryk można by przedstawić graficznie tak:

³⁵ T. Pszczołowski zaczyna swoją przywołaną już wyżej książkę „Umiejętność przekonywania i dyskusji” od zaznajomienia czytelnika „z historią sztuki przekonywania”, tzn. w praktyce „z dyscyplinami, które zajmowały się jej teorią i praktyką”: sofistyką, retoryką, erystyką, dialektyką i logiką.

		Komunikacja publicznaa operująca głównie	
		topiką klasyczną	innymi sposobami argumentacji
Komunikacja publiczna*	w celu perswazji	Retoryka klasyczna	Retoryka nowa (nowoczesna)
	bez celu perswazji	Poetyka klasyczna	Nieretoryczne zachowania komunikacyjne

Zgodnie z logiką tej tabeli, odpowiadając na pytanie o współczesny zakres retoryki, proponuję odróżnienie retoryki w węższym znaczeniu, czyli retoryki klasycznej, od retoryki w znaczeniu szerszym, obejmującym wszelkie (tzn. nie tylko słowne) perswazyjne zachowania symboliczne, tzn. właśnie różne retoryki albo różne jej odmiany.

Wysunięcie kryterium perswazyjności na pierwszy plan w tej uproszczonej klasyfikacji wynika z przeświadczenia, że retoryka z natury rzeczy nie jest nauką opisową, ani nawet nie jest nauką normatywną, ale jest nauką preskryptywną, bo jej główny sens to — powtórzmy na koniec jeszcze raz jej Arystotelesowską definicję: — WYNAJDYWANIE RÓŻNYCH SPOSOBÓW PRZEKONYWANIA.

* Określenia *publiczna* używam tu w znaczeniu bliskim określenia *oficjalna* w interpretacji Bogusława Dunaja; zob. B. D u n a j: Kategoria oficjalności, (w:) Z. Kurzowa, W. Śliwiński (red.), jw., s. 23–32.

MARIA GMEREK-RAJCHEL

KAMPANIA WYBORCZA DO SAMORZĄDÓW '98 W OTV WROCŁAW

Dnia 11 października 1998 roku odbyły się pierwsze w Polsce trójstopniowe wybory samorządowe: do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw. Odbywały się one w czasie przygotowań do wprowadzenia w życie reformy samorządowej, która zaczynając obowiązywać niespełna trzy miesiące później (1 I 1999 r.), nadała krajowi nowy podział terytorialny a także nowy kształt ustrojowy*.

Kampania informacyjna rządu na temat reform administracyjnych w Polsce, która się rozpoczęła tuż przed kampanią wyborczą, na czas tej ostatniej została wstrzymana. Od 26 września do 10 października 1998 roku (kampania wyborcza) informacje dotyczące zmian przekazywały — prowadząc kampanię — komitety wyborcze, ugrupowania polityczne, partie, kandydaci. W takiej sytuacji trudno społeczeństwu — odbiorcom przekazów — odróżnić fakty od interpretacji, a mediom — przekaznikom — wywiązać się właściwie z misji przekazania społeczeństwu rzetelnej i obiektywnej informacji. Uwaga ta dotyczy przede wszystkim mediów publicznych (radio i telewizja), na które szereg aktów prawnych nakłada określone obowiązki wobec odbiorców i komitetów wyborczych. Publicznej radiofonii i telewizji poświęcony jest odrębny rozdział ustawy o radiofonii i telewizji. Precyzuje on między innymi powinności mediów publicznych, wśród których najbardziej istotne w okolicznościach kampanii wyborczej pozostają: rzetelne ukazywanie całej różnorodności wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą, sprzyjanie swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej, umożliwianie obywatelom i ich organizacjom uczestniczenia w życiu publicznym przez przedstawianie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli krytyki społecznej¹.

* Analiza z przebiegu kampanii wyborczej została przeprowadzona na zlecenie Biura Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

¹ Ustawa z 29 grudnia 1992 o radiofonii i telewizji. Dz.U. z 29 stycznia 1993 r. Art. 21.2.

Dodatkowo ustawa zobowiązuje publiczną radiofonię i telewizję do rozpowszechniania w swoich programach audycji wyborczych partii politycznych i innych organizacji uczestniczących w wyborach do samorządu terytorialnego (przepis ten dotyczy także wyborów do Sejmu i Senatu oraz odpowiednio do wyborów na urząd prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej)². Zasady emitowania tych audycji precyzują następnie: ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw oraz odrębne rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, którą zobowiązały do jego wydania zarówno ustawa o radiofonii i telewizji, jak i ordynacja wyborcza. Ordynacja reguluje zasady prowadzenia kampanii wyborczej we wszystkich jej aspektach. Telewizji publicznej dotyczą fragmenty na temat kampanii w mediach w ogóle oraz w mediach publicznych, a jej terenowych oddziałów artykuły 76 i 78 (niniejszej analizie nie podlegają odpłatnie rozpowszechniane audycje wyborcze, o których także wspomina ustawa — ordynacja wyborcza). Łączny czas nieodpłatnego rozpowszechniania audycji wyborczych począwszy od 15 dnia przed wyborami do czasu zakończenia kampanii wyborczej w regionalnym programie Telewizji Polskiej wynosi 15 godzin, a jego podziału dokonuje się proporcjonalnie do liczby zarejestrowanych list kandydatów w okręgach, na obszarze emitowania audycji wyborczych³. Istotny jest także zapis precyzujący pojęcie nieodpłatnego rozpowszechniania.

W myśl ordynacji wyborczej oznacza ono zarówno rejestrację i emisje wystąpień przedstawicieli komitetów wyborczych bądź kandydatów, jak i rejestrację i emisje audycji wyborczych przygotowanych przez komitety wyborcze⁴. Szczegółowy tryb postępowania w sprawie nieodpłatnych audycji wyborczych reguluje wspomniane już rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Chodzi tu o obowiązujące terminy, zawartość wniosków o przydział nieodpłatnego czasu antenowego, sposób emitowania audycji wyborczych, losowania ich kolejności w blokach, sposób informowania publiczności o terminach emisji bloków wyborczych, czas korzystania ze studia nadawcy przez komitet wyborczy w celu zarejestrowania swojej audycji, itp.

Obszary emitowania programów regionalnych Telewizji Polskiej określa załącznik do rozporządzenia. Telewizji wrocławskiej przypadło 8 okręgów wyborczych z Dolnego Śląska oraz jeden z zachodniej Opolszczyzny. Na emitowanie audycji wyborczych z obszaru sąsiedniego zezwala KRRiT na wniosek zainteresowanych komitetów wyborczych, jeżeli jest to uzasadnione lepszym odbiorem programu⁵.

² Tamże. Art. 24.

³ Ustawa z dnia 16 lipca 1998 r. — ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw. Dz.U. z 27 lipca 1998 r. Art. 76.2. i 76.4.

⁴ Tamże. Art. 76.3.

⁵ Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 1 września 1998 r. w sprawie trybu postępowania w zakresie podziału nieodpłatnego czasu emisyjnego, przygotowania i emisji oraz informowania o terminach emisji audycji wyborczych przed wyborami do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw. Dz.U. z 10 września 1998 r.

Badania empiryczne

Analiza kampanii wyborczej 1998 w Ośrodku TV Wrocław została przeprowadzona na podstawie monitoringu emitowanych w czasie jej trwania audycji informacyjnych i publicystycznych. Monitoringowi podlegały również nieodpłatne audycje wyborcze, jednak tylko w celu zmierzenia czasu antenowego, który nadawca udostępnił komitetom wyborczym, partiom i kandydatom. Ilościowo-jakościowa analiza miała na celu zbadanie skali i rangi obecności tematyki wyborczej na antenie OTV Wrocław oraz dostępu do anteny i warunków, jakie nadawca publiczny zapewnił politykom na wszystkich trzech szczeblach samorządów lokalnych.

Dodatkowo monitoringowi podlegał cały program telewizji emitowany w czasie trwania ciszy wyborczej, tj. 44 godziny przed zamknięciem lokali wyborczych. Celem rejestracji tej części programu było udokumentowanie sposobu przestrzegania ciszy wyborczej.

Od 26 IX do 9 X 1998 r. Telewizja Polska we Wrocławiu nadała 15 godzin i 20 minut nieodpłatnych audycji wyborczych pod nazwą: Studio Komitetów Wyborczych.

Zarówno skala obecności, jak i ranga problematyki wyborczej na antenie OTV Wrocław były niskie. Blok wyborczy w serwisie nie został ani razu formalnie wyodrębniony. Nie nadano ani jednej audycji publicystycznej w całości poświęconej wyborom samorządowym. Oprócz Studia Komitetów Wyborczych i dwóch krótkich relacji w serwisie OTV Wrocław nie udostępnił anteny komitetom i kandydatom. Nie przygotował też na czas kampanii własnych audycji wyborczych. Wstrzymał też emisję dwóch cyklicznych audycji publicystycznych, w których się można było spodziewać podjęcia bezpośredniej tematyki wyborczej.

Od 26 IX do 9 X niepełna 10,4% informacji przekazywanych w serwisach dotyczyło wyborów, z tego bezpośrednio odnosiło się do nich 7,9%. Czas poświęcony wyborom bezpośrednio zajęł 6,6% łącznego czasu serwisów nadanych podczas kampanii.

Najwięcej czasu Ośrodek TV Wrocław poświęcił wyborom w pierwszych dniach kampanii. Liczba informacji wyborczych w serwisach malała w miarę zbliżania się dnia wyborów. Wyjątkiem był czwartek 8 X, kiedy na rynku informacji pojawiły się dwie wyborcze afery. Nadawca poświęcił im w sumie 4 z 17 przekazów nadanych w serwisie tego dnia, a informacja o zaskarżeniu Zarządu Miasta Świdnicy przez lokalny komitet wyborczy, jako jedyny przekaz na temat wyborów, zajęła pierwszą pozycję w serwisie. Na drugiej pozycji przekazano informacje o włamaniu do sztabu Wyborczego AWS w Wałbrzychu.

Wcześniej (28 IX) wysoką, drugą lokatę miała inna wyborcza afera: sfałszowanie podpisów do Obwodowej Komisji Wyborczej w Świebodzicach. Poza tymi dwoma przypadkami, w czołówce informacji w serwisach znalazły się dwa niedzielne festyny wyborcze: 27 IX (2. pozycja) i 4 X (3. pozycja). Obie niedziele nie obfitowały w inne wydarzenia.

Pozostałe bezpośrednie przekazy wyborcze (prezentacja komitetów, procedury wyborcze) zajmowały zdecydowanie dalsze pozycje w serwisach: od szóstej do dziewiątej.

W audycjach publicystycznych bezpośrednio o wyborach mówiono także niewiele i tylko przy okazji ogólnej oceny przebiegu kampanii wyborczej. Ta ocena była pretekstem do kolejnego — trzeciego — wyemitowania materiału dotyczącego afery sfałszowanych podpisów pod kandydaturami do Obwodowych Komisji Wyborczych w Świebodzicach. Tym sposobem afera ta była najczęściej przekazywaną informacją wyborczą w OTV Wrocław w ciągu dwóch tygodni kampanii. Oprócz tego przekazu, nadawca określił szczebel wyborów tylko w jednej informacji bezpośredniej: na temat okręgów, w których wybory miały się nie odbyć z racji zgłoszenia po jednym tylko kandydacie. Niektórych z tych kandydatów (właściwie już radnych i w taki sposób przedstawionych przez dziennikarza) zaprezentowano w dwóch przekazach wyborczych, w serwisach informacyjnych. Były to jednocześnie jedyne przekazy jawnie dotyczące osób — kandydatów, zarówno w serwisach, jak i publicystyce.

W pozostałych przekazach dotyczących wyborów bezpośrednio nadawca nie określał szczebla wyborów. W przekazach pośrednich mówiono jedynie o wyborach do rad gmin przy okazji prezentacji gminnych problemów, oczekiwania na rozwiązanie tych problemów po wyborach, przez nowe władze gminy.

OTV Wrocław unikał bezpośredniej, merytorycznej prezentacji programów wyborczych, kandydatów, komitetów wyborczych. W ogóle nie było tego typu przekazów w audycjach publicystycznych. Znalazła się w nich jedna informacja, z kategorii kampanii negatywnej. Ani przedstawiciele komitetów wyborczych, ani kandydaci nie brali udziału w sposób jawny w audycjach publicystycznych.

W serwisach informacyjnych w dwóch merytorycznych, bezpośrednich przekazach zdołały przedstawić swoje programy komitety: Unii Wolności i Klubu Samorządowego Wrocławianie. Krótkie relacje (kolejno: 49 sek. i 36 sek.) z konferencji prasowych obu sztabów wyborczych OTV Wrocław nadał w serwisie 1 X na dalszych (6. i 7.) pozycjach, bez wypowiedzi przedstawicieli komitetów. Zarówno serwis jak i publicystykę bieżącą zdominował tego dnia premier Jerzy Buzek i jego spotkanie z dziennikarzami.

Część komitetów wystąpiła na antenie OTV Wrocław w relacjach na temat przebiegu kampanii. Dotyczyły one festynów wyborczych w niedzielę: 28 września (SLD, AWS, Ruch Patriotyczny Ojczyzna, Unia Wolności) oraz 4 października (AWS, Unia Wolności, Inicjatywa Wyborcza Pomost, Przymierze Społeczne, Sojusz dla Oławy).

W niedzielę 4 X redakcja programów informacyjnych ogłosiła ciszę wyborczą, co według słów prezentera oznaczało zaprzestanie relacji z konferencji prasowych komitetów wyborczych oraz ze spotkań wyborczych. Istotnie takich przekazów w ciągu ostatnich pięciu dni kampanii nie było. Komitetami, które w tym czasie wystąpiły w Faktach, na wysokich pozycjach, wraz

z wypowiedziami przedstawicieli były: Nasza Świdnica Alternatywna, który oskarżył Zarząd Miasta Świdnicy o wykorzystanie pieniędzy podatników na cele wyborcze, oraz AWS, do którego sztabu włamano się w Wałbrzychu.

Innych komitetów wyborczych Ośrodek TV Wrocław nie przedstawiał na swojej antenie w czasie dwóch tygodni kampanii.

Informacje dotyczące procedur wyborczych pojawiły się w serwisach dwukrotnie, obie w drugim tygodniu kampanii, na ostatnich pozycjach. Jednak pretekstem do zaistnienia tych przekazów na antenie były problemy: brak lokalu wyborczego w jednym z okręgów 2 dni przed wyborami i rozważanie na temat powodów kandydowania.

Zachowawczość OTV Wrocław w sposobie prezentowania tematów wyborczych spowodowała — widoczne przede wszystkim w serwisach informacyjnych — wysunięcie na pierwszy plan informacji związanych z aferami wyborczymi. Nadawca nadał im wyższą rangę niż innym przekazom umieszczając je wśród pierwszych informacji w serwisie, podając wystąpienia przedstawicieli komitetów, wnikliwie traktując temat.

Rangę wyższą niż merytoryczne przekazy wyborcze miały też informacje dotyczące polityków, liderów, ministrów, którzy w pierwszych dniach października odwiedzili Dolny Śląsk: premier Jerzy Buzek, wicepremier Janusz Tomaszewski, Marian Krzaklewski, Józef Wiaderny, ministrowie ochrony środowiska i pełnomocnik premiera ds. współpracy z organizacjami pozarządowymi, i wreszcie Jerzy Widzyk, który 3 dni przed wyborami przywiózł satysfakcjonującą sumę pieniędzy gminom poszkodowanym w powodzi w 1997 r. Przewodniczący NSZZ Solidarność oceniał w Faktach kampanię wyborczą. Wypowiedzi premiera (w Faktach i publicystyce bieżącej) i wicepremiera (w publicystyce bieżącej), zdominowały: reforma samorządowa, kształt ustrojowy państwa.

Prezentacja wyników sondażu wyborczego znalazła się na 4. pozycji w serwisie informacyjnym. W przekazie poinformowano o popularności partii politycznych, komitetów wyborczych, kryteriach oceny kandydatów i ugrupowań przez respondentów. Nie podano w nim informacji dotyczących rodzaju i wielkości próby, błędu pomiaru i rodzaju sondażu. Wyniki wszystkich partii przedstawiono w ten sam sposób, obiektywnie.

OTV Wrocław nie prowadził wyraźnej kryptoreklamy wyborczej, nie złamał obowiązujących przepisów. Realizując misję poinformowania społeczności lokalnych o kandydatach i programach wyborczych ograniczył się właściwie do wyemitowania nieodpłatnych audycji wyborczych w wymaganym przez ordynację wyborczą wymiarze czasu.

Obok filmów instruktażowych, znanych także z anteny ogólnopolskiej i nadawanych bezpośrednio po Studiu Komitetów Wyborczych, nie było na antenie Ośrodka TV przekazów na temat instruktażu wyborczego.

Tematyka wyborcza w serwisach informacyjnych i publicystyce

Blok wyborczy w serwisie informacyjnym OTV Wrocław nie był formalnie wyodrębniany, co pozwalałoby przypuszczać, iż nadawca przyznaje tema-

tyce wyborczej szczególną rangę. Na 241 przekazów podanych w serwisach informacyjnych wrocławskiej telewizji publicznej w czasie trwania kampanii wyborczej 25, czyli niewiele ponad 10%, dotyczyło wyborów. Bezpośrednio tematykę wyborczą podejmowało 19 przekazów informacyjnych (niespełna 8%), a pośrednio 6 (2,5%).

Tabela 1. Udział przekazów wyborczych w serwisach informacyjnych OTV Wrocław

Data	Liczba przekazów w serwisie	Liczba przekazów dot. wyborów	Liczba przekazów dot. wyborów		Udział procentowy przekazów dot. wyborów		
			B	P	B+P	B	P
26 IX	21	2	1	1	9,52	4,76	4,76
27 IX	13	1	1	0	1,3	1,3	0
28 IX	18	5	3	2	27,77	16,66	11,11
29 IX	16	2	1	1	12,5	6,25	6,25
30 IX	16	0			0		
1 X	21	2	2	0	9,52	9,52	0
2 X	20	1	1	0	5,0	5,0	0
3 X	16	1	0	1	6,25		6,25
4 X	19	2	2	0	10,52	10,52	0
5 X	17	0			0		
6 X	14	1	1	0	7,14	7,14	0
7 X	19	0			0		
8 X	17	6	6	0	35,29	35,29	0
9 X	14	2	1	1	14,28	7,14	7,14
Ogółem	241	25	19	6	10,37	7,88	2,49

Wyraźne zwiększenie udziału tematyki wyborczej w serwisach informacyjnych nastąpiło 28 września i 7 października przede wszystkim z powodu doniesień o wyborczych aferach. Pozostawienie w Faktach tylko merytorycznych informacji wyborczych pozostawiłoby procentowy udział przekazów wyborczych w tej audycji na poziomie nie większym niż 10%, czyli po jednej do dwóch w każdym z wymienionych dni. Jednak do wiadomości o wynikach sondażu wyborczego OBOP 28 października dołączyły informacje o aferze sfałszowanych podpisów pod kandydaturami do obwodowych komisji wyborczych przez Komitet Wyborczy Nasze Świebodzice, konflikcie władz jednej z podwrocławskich gmin z mieszkańcami, pokazanym w kontekście wyboru nowego samorządu. Na trzy dni przed wyborami wrocławska telewizja publiczna na pierwszej pozycji w audycji informacyjnej podała wiadomość o zaskarżeniu do sądu Zarządu Miasta Świdnicy przez lokalny komitet wyborczy, a na dalszej pozycji o włamaniu do siedziby komitetu wyborczego AWS w Wałbrzychu. Podsumowując kolejne tygodnie kampanii, można zauważyć, że liczba bezpośrednich przekazów wyborczych nieznacznie wzrasta wraz ze zbliżaniem się dnia wyborów, w przeciwieństwie do przekazów pośrednich, których ilość maleje o połowę.

Zmniejszanie się pośrednich przekazów wyborczych i zwiększanie bezpośrednich w drugim tygodniu kampanii wystąpiło także w publicystyce. W tym przypadku jednak maleje ranga tematyki wyborczej w miarę zbliżania się wyborów, gdyż liczba tematów wyborczych podejmowanych przez publicystów zmniejsza się w drugim tygodniu prawie o połowę.

Tymczasem w audycjach informacyjnych rangę wyborów w kolejnych tygodniach podnosi również średnia pozycja w serwisie pierwszego przekazu dotyczącego wyborów bezpośrednio. Z blisko czwartej w pierwszym tygodniu kampanii średnia ta wzrasta do drugiej w tygodniu przedwyborczym.

W tygodniu poprzedzającym dzień wyborów informacje na ich temat w serwisach informacyjnych są krótsze niż w pierwszym tygodniu kampanii. Czas poświęcany bezpośrednio wyborom w tych audycjach maleje, choć wzrasta liczba przekazów wyborczych. Procentowy udział czasowy tych przekazów w łącznym czasie stałych audycji informacyjnych w pierwszym tygodniu kampanii wynosi 6,9%, w drugim 5,6%. Ogółem z ponad 364 minut czasu serwisów, nadawca poświęcił 24 minuty na bezpośrednio przekazy wyborcze, co stanowi 6,6% udziału bezpośredniej tematyki wyborczej w czasie wrocławskich Faktów. Procent ten był największy 28 września i 8 października, co idzie w parze z liczbą przekazów wyborczych w audycjach informacyjnych, a wiąże się z pojawieniem się w obiegu informacji o wyborczych aferach.

Tabela 2. Długość bezpośrednich przekazów wyborczych w audycjach informacyjnych OTV Wrocław i ich udział w czasie serwisów informacyjnych

Data	Liczba przekazów w serwisie	Liczba przekazów dot. wyborów	Liczba przekazów dot. wyborów		Udział procentowy przekazów dot. wyborów		
			B	P	B+P	B	P
26 IX	21	2	1	1	9,52	4,76	4,76
27 IX	13	1	1	0	1,3	1,3	0
28 IX	18	5	3	2	27,77	16,66	11,11
29 IX	16	2	1	1	12,5	6,25	6,25
30 IX	16	0			0		
1 X	21	2	2	0	9,52	9,52	0
2 X	20	1	1	0	5,0	5,0	0
3 X	16	1	0	1	6,25		6,25
4 X	19	2	2	0	10,52	10,52	0
5 X	17	0			0		
6 X	14	1	1	0	7,14	7,14	0
7 X	19	0			0		

W emitowanych podczas kampanii przez OTV Wrocław audycjach publicystycznych udział czasowy tematyki wyborczej jest mniejszy niż w dziennikach. Łącznie z 263 minut poświęconych w omawianym czasie publicystyce bieżącej, 8 minut i 10 sekund dotyczyło bezpośrednio wyborów samorządowych. Temat ten zajął w pierwszym tygodniu zaledwie 0,5% czasu publicy-

styki. Była to 30-sekundowa ogólna ocena przebiegu aktualnej kampanii wyborczej przez eksperta politologa w audycji Fakty Refleks. Jeden z tematów drugiego tygodnia dotyczył również ogólnej oceny aktualnej kampanii wyborczej, a podjęto go w audycji Zderzenia. Także w niej podano nieco skróconą wersję materiału emitowanego wcześniej w serwisach, dotyczącego „afery podrobionych podpisów” w Świebodzicach. W drugim tygodniu kampanii udział przekazów wyborczych w czasie publicystyki wzrósł do 3,18%.

Trudno analizować przebieg kampanii w OTV Wrocław pod kątem propagacji przekazów dotyczących wyborów poszczególnych szczebli, ponieważ nadawca najczęściej go nie określał. W dziennikach szczebel wyborów sprecyzowano tylko w pięciu informacjach. Wszystkie dotyczyły wyborów szczebla gminnego: przy okazji kłopotów aktualnych władz gmin przedstawianych w kontekście wyborów samorządowych, konfliktu władz z mieszkańcami gminy w kontekście rychłej zmiany tychże władz, afery („sfalszowane podpisy”), w jednym przypadku kryptoreklamy wyborczej oraz w informacji o radnych okręgów, w których głosowanie miało się nie odbyć z racji zgłoszenia jednego kandydata. W publicystyce szczebel wyborów samorządowych sprecyzowany był tylko przy okazji omawiania afery podrobionych podpisów.

Rodzaj przekazywanych informacji wyborczych i merytoryczność kampanii

W ciągu dwóch tygodni kampanii w serwisach informacyjnych wrocławskiej telewizji publicznej pojawiło się pięć przekazów dotyczących partii politycznych, siedem dotyczących komitetów wyborczych, po dwa na temat procedur wyborczych i instruktażu oraz programów wyborczych partii, komitetów i kandydatów, trzy przekazy relacjonujące przebieg kampanii, jeden sondaż wyborczy.

Tymczasem w audycjach publicystycznych w ogóle nie prezentowano merytorycznie programów wyborczych komitetów, partii politycznych ani kandydatów, procedur i instruktażu. Tu pojawiły się 2 przekazy dotyczące przebiegu kampanii oraz 3 przekazy pośrednie kategorii: inne. Konkretnie dotyczyły one prezentacji stosunku do reformy samorządowej i kształtu ustrojowego państwa. Ze względu na sposób ujęcia tematów związanych z wyborami w publicystyce odnotować można jeden przypadek kampanii negatywnej oraz dwukrotne informowanie o kampanii przez pryzmat konfliktów społecznych.

W Faktach ponadto pojawiły się informacje odnoszące się do wyborów samorządowych w sposób niejawny. Jedna z nich dotyczyła partii politycznej, 8 razy w niewyborczej roli pojawiali się na antenie kandydaci, prezentujący się jako aktualni samorządowcy, gospodarze terenu lub strony konfliktu. Tylko raz nadawca dokonał pewnego naruszenia zasad, przedstawiając kandydata w informacji dotyczącej wyborów bezpośrednio wyłącznie jako oficera Wojska Polskiego. Dodatkowo bohaterami ośmiu przekazów byli w serwisach aktywni członkowie rządu, odwiedzający Dolny Śląsk w czasie trwania kampanii wyborczej, oraz działacze NSZZ Solidarność (4 przekazy) i OPZZ (1).

Równowaga dostępu komitetów wyborczych i kandydatów do anteny

Ponieważ w czasie kampanii publicyści wrocławskiego OTV nie udostępniili anteny komitetom wyborczym, w ich audycjach tylko niektórzy przedstawiciele komitetów, partii i kandydaci mieli okazję prezentować swoje stanowiska, występując w rolach niewyborczych. Trzykrotnie wystąpili przedstawiciele AWS, dwukrotnie — Unii Wolności.

Więcej komitetów wyborczych prezentowało się w audycjach informacyjnych. Hierarchia komitetów według ilości poświęconego im w Faktach czasu wygląda następująco: Nasze Świebodzice — 180 sek. (czas w całości poświęcony aferze sfałszowanych podpisów), Nasza Świdnica Alternatywna — 134 sek. (całość na temat sprawy sądowej dotyczącej wyborów), AWS — 126,5 sek. (w tym 60 sek. na temat włamania do siedziby sztabu wyborczego), Unia Wolności — 115 sek., SLD, Ruch Patriotyczny Ojczyzna — po 39,5 sek., Klub Samorządowy Wrocławianie — 36 sek., Inicjatywa Wyborcza Pomost, Przymierze Społeczne, Sojusz dla Oławy — po 27 sek. Czołowe miejsce w tej hierarchii zajmują więc „aferzyści”, a jej rzeczywistym liderem jest Unia Wolności. Należy natomiast zwrócić uwagę na fakt, że nie wystąpił w dziennikach ośrodka komitet wyborczy Wrocław 200 Plus, który ostatecznie wybory wygrał.

Równowaga w sposobie prezentacji komitetów wyborczych i kandydatów

W audycjach publicystycznych można jedynie przeanalizować równowagę w sposobie prezentacji komitetów wyborczych i kandydatów w kategoriach kryptoreklamy i kampanii negatywnej, a także wizerunku jaki dziennikarz stworzył przedmiotowi przekazu. Stanowisko urzędnika, kandydata Unii Wolności wobec bieżących zagadnień, publicysta przedstawił w sposób zrównoważony. Pozytywny wizerunek stworzył autor przekazu komitetowi wyborczemu AWS, którego reprezentant wypowiadał się na temat węzłowych zagadnień polityki państwa. Wreszcie trzeci przekaz w negatywny sposób przedstawił aferalny fragment kampanii komitetu wyborczego Nasze Świebodzice.

Analiza czasu publicystyki emitowanej w czasie kampanii do wyborów samorządowych '98 w efekcie pozwala na kilka dalszych wniosków. 10,3% czasu audycji publicystyki bieżącej nadawca poświęcił przedstawicielom rządu. Nie wystąpili w publicystyce przedstawiciele lokalnego (zwycięskiego) komitetu wyborczego Wrocław 2000 Plus ani Sojuszu Lewicy Demokratycznej, który wystawił na terenie zasięgu OTV Wrocław najwięcej kandydatów. Akcja Wyborcza Solidarność zajęła 9,6% czasu audycji publicystyki bieżącej. Wszystkie przekazy prezentowały stanowiska polityków, nie-kandydatów, wobec węzłowych zagadnień polityki państwa, ustroju samorządowego, reformy samorządowej. Natomiast czas Unii Wolności w całej publicystyce to niecałe 2% (1,99).

W serwisach informacyjnych nadawca nie kreował pozytywnych lub negatywnych wizerunków komitetów kandydatów. Stosunek komitetu wyborczego do innych komitetów zaprezentowano tylko w przypadku konfliktowej sprawy Naszej Świdnicy Alternatywnej. Krótko przedstawiono programy wyborcze Unii Wolności i Klubu Samorządowego Wrocławianie. Najczęściej informowano o przebiegu kampanii wyborczej komitetów: AWS i Unia Wolności — po trzy przekazy, Przymierze Społeczne, Inicjatywa Wyborcza Pomost, Sojusz dla Oławy — po dwa, SLD i Ruch Patriotyczny Ojczyzna — po jednym przekazie.

Zakończenie

Podsumowując analizę przebiegu kampanii wyborczej do samorządu terytorialnego w 1998 r. w OTV Wrocław można pokusić się na stwierdzenie, że telewizja ta zaprezentowała postawę bezpiecznej zachowawczości. Nadawca wywiązał się z minimum swoich obowiązków, nie czyniąc dodatkowego wysiłku w kierunku przybliżenia odbiorcom procedur wyborczych, zaprezentowania kandydatów, partii, komitetów. Dostarczaniu informacji i dokonywaniu bezstronnej analizy wydarzeń i procesów zachodzących w całym kraju, aby umożliwić widzom świadome uczestnictwo w życiu społecznym a społeczeństwu świadome kierowanie swoim losem⁶ służyły właściwie jedynie nieodpłatne audycje wyborcze — autorstwa komitetów wyborczych. Powyborcze rozważania na temat programu tej telewizji mogłyby toczyć się wokół zapisu z „Zasad etycznych dziennikarstwa w Telewizji Publicznej”: zadaniem i rolą dziennikarza jest realizacja prawa każdego człowieka do informacji oraz do udziału w debacie publicznej znajdującej swój wyraz w programie telewizyjnym⁷. Trudno realizować takie zadanie ogłaszając ciszę wyborczą w programie informacyjnym na tydzień przed szczególnie ważnymi, bo poprzedzającymi kilka istotnych dla kraju reform, trójstopniowymi wyborami samorządowymi.

⁶ Telewizja Polska — Spółka Akcyjna. Misja Telewizji Polskiej S.A. jako nadawcy publicznego. Warszawa, 1994.

⁷ Ośrodek Szkolenia i Analiz Programowych TVP S.A. Zasady etyczne dziennikarstwa w Telewizji Publicznej (informacja, publicystyka, dokument). Warszawa 1996.

MARCIN HABRYŃ

POLSKIE MEDIA KATOLICKIE 1989–1999

Radiofonia, telewizja, agencja informacyjna, Internet

Dwie formuły katolickiej radiofonii

Pierwsze próby z katolicką rozgłośnią radiową przeprowadzono w Niepokalanowie jeszcze przed wojną¹, jednak okupacja kraju i powojenna sytuacja polityczna praktycznie odcięły Kościół katolicki w Polsce od dostępu do mediów elektronicznych. W 1980 roku wprowadzono na antenę Polskiego Radia regularne transmisje Mszy św., co było jednym z postulatów strajkujących robotników Wybrzeża.

Monopol państwa w dziedzinie mediów elektronicznych zakończył się 17 maja 1989 roku, kiedy Sejm uchwalił Ustawę o stosunku Państwa do Kościoła katolickiego w PRL. Rozdział ósmy tej ustawy dotyczy dostępu Kościoła do środków masowego przekazu. Kościół uzyskał prawo do emitowania w państwowych mediach Mszy św. w niedziele i święta oraz własnych programów (tzw. „okienek”), w szczególności „religijno-moralnych, społecznych i kulturalnych”. Najistotniejszą zmianą było jednak przyznanie Kościołowi prawa do „zakładania i używania urządzeń radiokomunikacyjnych przeznaczonych do nadawania programów radiofonicznych i telewizyjnych oraz do uzyskiwania na ten cel niezbędnych częstotliwości”².

Prawdziwy rozwój katolickiej radiofonii w Polsce nastąpił na początku lat dziewięćdziesiątych. Przyznano szereg częstotliwości i zaczęły powstawać rozgłoszenie tworzone przez lokalne instytucje kościelne. Były to stacje o bardzo różnej formule, od pobożnościowej, typowo modlitewnej, aż do szybkiej, muzyczno-informacyjnej, zbliżonej do radia komercyjnego.

¹ Jerzy Łojek: „Dzieje prasy polskiej”, s. 115.

² Ustawa z 17 maja 1989 r. O stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w PRL, Dz. U. nr 29/1989 r. poz. 154, późniejsze zmiany: Dz. U. nr 51/1990 r. poz. 297, Dz. U. nr 55/1990 r. poz. 321, Dz. U. nr 86/1990 r. poz. 504, Dz. U. nr 95/1991 r. poz. 425, Dz. U. nr 107/1991 r. poz. 459, Dz. U. nr 7/1993 r. poz. 34, Dz. U. nr 1/1994 r. poz. 3.

Ustawa przyznała prawo do zakładania rozgłośni radiowych wszystkim kościelnym osobom prawnym. Z tego powodu pod względem statusu instytucji posiadających koncesję dzisiejszą radiofonii katolicką można podzielić na trzy grupy: radiostacje diecezjalne, radiostacje parafialne i radiostacje zakonne (lokalne oraz ogólnopolska sieć Radia Maryja).

Tabela 1. Podział koncesji radiowych ze względu na charakter instytucji posiadających koncesję oraz ze względu na dopuszczalność audycji reklamowych w programie rozgłośni

Podmioty kościelne	Koncesje w pełni dopuszczające reklamę	Koncesje ograniczające reklamę do 2 proc.	Koncesje wykluczające reklamę	Koncesje ogółem
Diecezje	34	7	1	42
Zakony	–	–	3	3
Parafie	1	–	1	2
Razem	35	7	5	47

Źródło: Witryna KRRiTV www.krritv.gov.pl 15 września 1999 r.

Według danych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w Polsce działają obecnie 42 radiostacje diecezjalne. W radiofonii kościelnej przeważają stacje małej mocy, choć są też nieliczne stacje dużej mocy. Najpotężniejsze nadajniki posiadają: siedleckie Katolickie Radio Podlasia — 120 kW, co daje zasięg około 100 km, Radio Plus Gdańsk — 60 kW, Radio Plus Tarnów — 30 kW, Radio Plus Szczecin — 15 kW.

Radiostacje parafialne działają w Polsce w dwóch miejscowościach: w Zbroszy Dużej (woj. mazowieckie) oraz w Pasłęku (woj. warmińsko-mazurskie). Ograniczają się one do nadawania krótkich lokalnych programów informacyjno-religijnych, przez resztę czasu retransmitując program ogólnopolski Radia Maryja. Ich zasięg z uwagi na niewielką moc nadajników jest ograniczony praktycznie do kilku kilometrów.

Radiostacje zakonne nadają dwa programy o zasięgu lokalnym: Radio Jasna Góra (oo. Paulinów z Częstochowy) i Radio Niepokalanów (oo. Franciszkanów z Niepokalanowa). To ostatnie radio otrzymało w II procesie koncesyjnym dodatkową radiostację z lokalizacją w Łodzi³.

Model diecezjalny

19 VII 1993 roku w celu usprawnienia działalności rozgłośni diecezjalnych powstało Ogólnopolskie Stowarzyszenie Rozgłośni Katolickich „VOX”⁴. Organizacja ta miała reprezentować rozgłosnie katolickie wobec KRRiTV, nadawać za pośrednictwem satelity serwisy przygotowywane przez KAI, koordy-

³ Informacje zaczerpnięte z oficjalnej witryny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji www.krrtv.gov.pl 15 września 1999 r.

⁴ Marek G l o g i e r: „Katolickie media w Polsce po 1989 roku”, *Zeszyty Prasoznawcze* 1994, nr 3–4, s. 77.

nować wymianę programów i pośredniczyć w pertraktacjach o prawie autorskim⁵.

Przyszłość rozgłośni diecezjalnych nakreślił ówczesny sekretarz generalny Episkopatu Polski bp Tadeusz Pieronek w lutym 1996 roku, zapowiadając połączenie około 40 kościelnych rozgłośni lokalnych w ogólnopolską sieć, która byłaby alternatywą dla Radia Maryja⁶. W grudniu 1997 roku 16 rozgłośni diecezjalnych zawarło porozumienie programowe.

Do obsługi porozumienia powołana została Spółka Producentka „Plus”⁷. Jej prezesem został ks. Ireneusz Sokalski (dyrektor szczecińskiego „Radia AS”), pierwszym wiceprezesem Waldemar Gasper (szef Redakcji Rozrywki i Publicystyki Kulturalnej TVP za prezesury Wiesława Walendziaka), a drugim — Jacek Rusiecki (dyrektor gdańskiego Radia Plus)⁸. Dyrektorem programowym został Marek Budzisz, wcześniej m.in. szef działu gospodarczego *Życia*, a dyrektorem artystycznym Jan Pospieszalski.

Od 1 września 1998 roku „Plus” nadaje własne serwisy informacyjne i programy publicystyczne z centralnego studia w warszawskiej siedzibie Episkopatu Polski. Do lokalnych stacji docierają one za pośrednictwem satelity. Docelowo wspólne audycje mają wypełnić nie więcej niż 49 procent czasu antenowego stacji diecezjalnych.

Dziennikarską kadrę radia wsparły znane nazwiska: Adam Pawłowicz, Piotr Semka, Jacek Łęski, Rafał Ziemkiewicz, Bogdan Rymanowski czy Robert Tekieli. Na antenie gości również teolog Jacek Salij OP.

Udziałowcami „Plusa” są Episkopat Polski i diecezje (właściciele zrzeszonych w sieci rozgłośni). Pieniądze na rozruch sieci (3 mln dolarów według wiceprezesa spółki Jacka Rusieckiego) pochodzą od episkopatów USA, Polski oraz Stowarzyszenia „VOX”. Spółka miała się utrzymywać ze sprzedaży audycji i reklam⁹. Od 1 IX 1998 roku rozgłoszenie sieci (było ich wtedy 22) występują pod wspólną nazwą Radio Plus¹⁰. Spółka prowadziła również rozmowy z kolejnymi 20 stacjami diecezjalnymi oraz prywatnymi, zainteresowanymi przystąpieniem do porozumienia programowego i zakupem całości lub części oferty programowej¹¹.

Od początku czerwca 1998 roku stacje, które przystąpiły do porozumienia, rozpoczęły zmieniać nazwy. W trakcie etapu przejściowego niektóre stacje posługiwały się łączoną nazwą (Radio As Plus, Plus Radio Józef). Od 1 września 1998 roku większość z nich zmieniła nazwę na Radio PLUS. Na początku listopada 1999 r. już wszystkie stacje (było ich wtedy 25) używają ujednoczonej nazwy Radio PLUS i mają wspólny znak graficzny.

⁵ Ilza K o w o l: „Kościół katolicki i media katolickie”, (w:) „Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995”, Kraków 1996, s. 107–108.

⁶ „O mediach katolickich”, *Gazeta Wyborcza* nr 42, 19 II 1996 r., s. 2.

⁷ „Katolicka sieć”, *Gazeta Wyborcza*, nr 239, 13 X 1997 r.

⁸ „Władze Plusa”, *Gazeta Wyborcza* nr 273, 24 XI 1997 r., s. 30.

⁹ Magdalena J a r c o: „Plus zaczął produkować”, *Gazeta Wyborcza* nr 150, 29 VI 1998 r., s. 28.

¹⁰ „Radiowa zmiana na Plus”, *Gazeta na Pomorzu* nr 204, 1 IX 1998 r., s. 2.

¹¹ Informacje zaczerpnięte z witryny internetowej www.pluspolska.pl 15 września 1999 r.

W styczniu 1999 roku w trakcie spotkania przedstawicieli Episkopatu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji bp Zygmunt Kamiński — przewodniczący Rady Nadzorczej Spółki Producentkiej Plus — informował Krajową Radę o koncepcji i zamierzeniach integracyjnych pod nazwą Radio Plus. Biskup podkreślał, że Radio Plus nie jest odrębnym podmiotem, ale znakiem firmowym spółki producenckiej, przekazującej swoje programy do rozgłośni diecezjalnych.

Biskup wyjaśnił, że przyczyny podjęcia tej inicjatywy są przede wszystkim natury finansowej. Sytuacja rynkowa wymusza integrację, która przy niewielkich środkach własnych nadawców diecezjalnych pozwala tworzyć centralnie wysokiej jakości programy — przede wszystkim informacyjne i publicystyczne. Za pośrednictwem sieci łatwiej też zdobywać poważnych reklamodawców. Spółka działa, nie naruszając przepisów ustawy o radiofonii i telewizji, na mocy umów zawieranych z poszczególnymi diecezjami. Na podstawie tych umów radiostacje diecezjalne mogą swobodnie wybierać proponowane im materiały oraz przesuwac je dowolnie w czasie. Proponowane stacjom materiały nie przekraczały 35 procent czasu nadawania lokalnej rozgłośni, a docelowo nie miały przekroczyć 49 procent.

Dominować miał więc nadal program tworzony w diecezji. „Kościołowi zależy na utrzymaniu lokalnego charakteru stacji należącej do diecezji. W chwili obecnej nie planuje się utworzenia sieci centralnej rozpinanej jedynie na programy lokalne” — konkludował bp Kamiński. Na pytanie, czy przyjęto kierunek na komercjalizację radiostacji diecezjalnych, biskup odpowiedział, że niewątpliwie rynek wymusza pewne rozwiązania, a bp Jan Chrapek dodał, iż gdyby istniała formuła nadawców społecznych — radiofonia kościelna najchętniej widziałaby się w tej kategorii¹².

Na początku listopada 1999 r. „Plus” transmitował swoje programy za pośrednictwem satelity do 26 stacji lokalnych umiejscowionych w Szczecinie, Gdańsku, Krakowie, Gliwicach, Warszawie, Warszawie-Pradze, Kielcach, Łowiczu, Legnicy, Ciechanowie, Łodzi, Lublinie, Gorzowie, Płocku, Tarnowie, Gnieźnie, Bydgoszczy, Lipianach, Głogowie, Opolu, Gryficach, Katowicach, Elblągu, Zielonej Górze, Łomży i Radomiu. Wspólny program Radia „Plus” wypełniał 30–40 proc. czasu antenowego rozgłośni lokalnych. Radio nadawało na 75 proc. terytorium kraju. Według badania audytorium radiowego, jakie przeprowadził OBOP w sierpniu 1999 r., zasięg tygodniowy Porozumienia Programowego „Plus” wynosił 7,1 proc., co plasowało sieć na siódmym miejscu w Polsce¹³.

12 Relacja z siódmego spotkania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z reprezentacją Konferencji Episkopatu Polski 19 I 1999 r., *Biuletyn Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji*, 1999 nr 1.

13 Wyniki badania audytorium radiowego przeprowadzone przez Ośrodek Badania Opinii Publicznej w dniach 26 VII–22 VIII 1999 r. Do badania wylosowano 3725 gospodarstw domowych, zrealizowano je w 2375 gospodarstwach. Udział wzięło 3116 respondentów; *Press* 1999 nr 10, s. 89.

Tabela 2. Poprzednie nazwy rozgłośni zrzeszonych w Porozumieniu Programowym „Plus”

Lp.	Lokalizacja	Właściciel koncesji	Dawna nazwa	Nowa nazwa	Częstotliwość (MHz)
1.	Szczecin	Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska	Katolickie Radio AS	Radio PLUS Szczecin	88,9
2.	Lublin	Archidiecezja Lubelska	Katolickie Radio Lublin	Radio PLUS Lublin	87,9
3.	Gdańsk	Archidiecezja Gdańska	Plus Gdańsk (wcześniej Radio Plus)	Radio PLUS Gdańsk	101,7
4.	Gorzów	Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska	Radio Gorzów	Radio PLUS Gorzów	100,7
5.	Kraków	Archidiecezja Krakowska	Plus Kraków (wcześniej Radio Mariackie)	Radio PLUS Kraków	106,1
6.	Płock	Diecezja Płocka	Katolickie Radio Płock	Radio PLUS Płock	104,3
7.	Gliwice	Diecezja Gliwicka	Katolickie Radio Plus	Radio PLUS Gliwice	89,3; 96,1
8.	Tarnów	Diecezja Tarnowska	Radio Dobra Nowina	Radio PLUS Tarnów	103,6
9.	Warszawa	Archidiecezja Warszawska	Radio Józef	Radio PLUS Warszawa	96,5
10.	Gniezno	Archidiecezja Gnieźnieńska	Katolickie Radio Archidiecezji Gnieźnieńskiej św. Wojciech	Radio PLUS Gniezno	89,5
11.	Warszawa-Praga	Diecezja Warszawsko-Praska	Katolickie Radio Warszawa	Radio PLUS Praga	106,2
12.	Bydgoszcz	Archidiecezja Gnieźnieńska	Św. Wojciech Bydgoszcz	Radio PLUS Bydgoszcz	101,2
13.	Kielce	Diecezja Kielecka	Jedność Kielce	Radio PLUS Kielce	71,95; 107,9
14.	Lipiany	Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska	Katolickie Radio FM-Lipiany	Radio PLUS Lipiany	104,3
15.	Łowicz	Diecezja Łowicka	Katolickie Radio Viktoria — Rozgłośnia Diecezji Łowickiej	Radio PLUS Łowicz	93,8; 95,7; 103,5
16.	Głogów	Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska	Radio Głogów	Radio PLUS Głogów	107,3
17.	Legnica	Diecezja Legnicka	Katolickie Radio Legnica	Radio PLUS Legnica	94,9; 102,6
18.	Opole	Diecezja Opolska	Radio Góra św. Anny	Radio PLUS Opole	105,7; 107,9
19.	Ciechanów	Diecezja Płocka	Katolickie Radio Ciechanów	Radio PLUS Ciechanów	103,9
20.	Gryfice	Archidiecezja Szczecińsko-Kamieńska	Katolickie Radio FM-Gryfice	Radio PLUS Gryfice	90,7
21.	Łódź	Archidiecezja Łódzka	Katolicka Rozgłośnia Radiowa Archidiecezji Łódzkiej — Radio Emaus	Radio PLUS Łódź	100,4
22.	Katowice	Archidiecezja Katowicka	Radio Arka	Radio PLUS Katowice	107,6
23.	Zielona Góra	Diecezja Zielonogórsko-Gorzowska	Diecezjalne Radio Nadzieja	Radio PLUS Zielona Góra	91,7
24.	Łomża	prywatna — Sławomir Borowy	Radio Łomża	Radio PLUS Łomża	88,8
25.	Elbląg	Diecezja Elbląska	Radio Bis	Radio PLUS Elbląg	102,3
26.	Radom	Miasto Radom — rozgłośnia samorząd.	Radio Radom	Radio PLUS Radom	106,9

Źródło danych: Radio Plus, stan na 18 listopada 1999 r.

Model Radia Maryja

„Tu Radio Maryja — katolicki głos w naszych domach. Niech będzie pochwalony Jezus Chrystus i Maryja zawsze Dziewica” — tymi słowami wita codziennie od 8 grudnia 1991 roku swoich słuchaczy budząca najwięcej kontrowersji, a jednocześnie jedna z najczęściej słuchanych stacji radiowych w Polsce. Rozgłośnia powstała z inicjatywy zgromadzenia oo. Redemptorystów. Jej centrala mieści się w Toruniu. Od początku pracuje w Radiu Maryja dwóch kapłanów z tego zgromadzenia: o. Tadeusz Rydzyk — założyciel i dyrektor Radia Maryja oraz o. Jan Mikrut¹⁴.

Historia rozgłośni sięga lutego 1990 roku. Właśnie wtedy o. Tadeusz Rydzyk postanowił stworzyć radio, którego zadaniem miało być „niesienie Polakom ewangelicznej nadziei”. Zamierzenie spotkało się z aprobatą ówczesnego prowincjała redemptorystów w Polsce o. Leszka Gajdy, który wyraził zgodę na podjęcie starań o radio. W czerwcu 1991 roku Radio Maryja otrzymało pierwsze pozwolenia na stacje nadawcze w Toruniu i Bydgoszczy, a już 8 grudnia rozpoczęło nadawanie. W 1993 roku radio otrzymało pozwolenie na kolejne 13 stacji nadawczych, a także na łącza satelitarne. W niedługim czasie zainstalowano naziemną stację satelitarną. Od tej pory sygnał Radia Maryja jest słyszalny na terenie całej Europy¹⁵.

W czerwcu 1994 roku radio otrzymało koncesję od Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Zezwolenie obejmowało 29 stacji w górnym paśmie UKF i 14 w dolnym, a także dodatkowe częstotliwości w 60 miejscach Polski, co miało sprawić, że rozgłośnia będzie odbierana na jednej trzeciej obszaru kraju. Koncesja przyznana została na 7 lat, czyli maksymalnie długi określony ustawą czas. Dokument przewidywał, że program rozgłośni będzie nadawany codziennie nie krócej niż 18 godzin i ma mieć charakter społeczno-religijny. Wnioskodawcy zadeklarowali, że radio nie będzie nadawało reklam. Koncesja przewidywała też rozwój radia — docelowo miało ono objąć swym zasięgiem 80 procent terenu kraju¹⁶.

Od października 1994 Radio Maryja nadawało swój program na obszar Ameryki Północnej i Środkowej za pośrednictwem satelity Galaxy¹⁷. W lipcu 1995 rozgłośnia rozpoczęła próby z przekazem sygnału za pośrednictwem satelity Hot Bird na obszar całej Europy. W sierpniu ruszył próbny program na falach krótkich dla Polaków na Wschodzie, od Litwy, Białorusi i Ukrainy po Kazachstan¹⁸.

Według danych KRRiTV sieć dysponowała 109 częstotliwościami radiowymi, w tym 38 w dolnym zakresie UKF, zlokalizowanymi w 30 ówczesnych województwach oraz 71 w górnym zakresie UKF w 39 województwach. Pier-

¹⁴ Informacje zaczerpnięte z oficjalnej witryny Radia Maryja www.radiomaryja.pl 15 września 1999 r.

¹⁵ Informacje zaczerpnięte z witryny Radia Maryja www.radiomaryja.pl 15 września 1999 r.

¹⁶ Ewa K a s z u b a: „Koncesja dla Radia Maryja”, *Rzeczpospolita*, 26 VI 1994 r.

¹⁷ Dariusz C z o ł g o w s k i, Mikołaj L i z u t, Dominika W i e ł o w i e y s k a: „Młot na liberałów”, *Gazeta Wyborcza* nr 286, 9 XII 1996 r., s. 7.

¹⁸ Informacje z witryny Radia Maryja www.radiomaryja.pl 15 września 1999 r.

wotnie koncesja stacji przewidywała instalacje prawie wyłącznie nadajników małej mocy. Wynikało to z decyzji Radia, które deklarowało, że chce rozwijać swą sieć w oparciu o stacje małej mocy. Później rozgłośnia zmieniła stanowisko i wystąpiła o przyznanie jej również stacji dużej mocy. Stało się to jednak już wtedy, gdy większość takich częstotliwości była rozdzielona.

W rezultacie radio to posiada 36 stacji większej mocy (od 1 do 120 kW). Łączne pokrycie sieci wynosi jednak tylko około 40 proc. powierzchni kraju oraz około połowy ludności kraju. Do pełnego przewidzianego projektem (dotyczy on tylko górnego zakresu fal ultrakrótkich) pokrycia 71% powierzchni kraju oraz 83% ludności kraju brakuje 22 stacji małej i dużej mocy¹⁹.

Radio Maryja nadaje ze studia w Toruniu całodobowy program o charakterze religijno-modlitewnym. Audycje rozgłośni oparte są na trzech zasadach: modlitwie, katechezie i na kontakcie ze słuchaczami²⁰. W ramówce stacji znajdują się modlitwy różańcowe, nowenny, koronki, medytacje i transmisje Mszy św. Audycje informacyjne wypełniają serwisy Radia Watykańskiego i własne informacje. Publicystyka na antenie Radia Maryja to przede wszystkim audycje nastawione na telefoniczny kontakt i reakcje słuchaczy (najważniejsza to „Rozmowy niedokończone”), ale także korespondencje, felietony i rozmowy z gośćmi w studiu.

W każdy poniedziałek Radio Maryja odwiedza jedną z parafii w Polsce, skąd transmitowany jest program na żywo. Ponadto radio transmituje wszelkie uroczystości kościelne zarówno z kraju, jak i zagranicą²¹. Oferta muzyczna składa się z muzyki religijnej, spokojnej muzyki rozrywkowej, muzyki filmowej i klasycznej oraz pieśni i piosenek²².

Radio Maryja tworzy także zręby koncernu medialnego. Od lutego 1998 ukazuje się sześć razy w tygodniu *Nasz Dziennik*, wydawany przez spółkę Spes, związaną z Radiem Maryja. *Nasz Dziennik* zajął miejsce jedyne katolickiego dziennika po *Słowie — Dzienniku katolickim*²³. Według sondażu prze-

¹⁹ Informacje z witryny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji www.krrtv.gov 15 września 1999 r.; 4 listopada 1999 r. Polska Agencja Prasowa poinformowała o zakończeniu przez Ministerstwo Łączności prac nad nowym projektem ogólnopolskiej sieci stacji nadawczych Radia Maryja: „(...) Na początku października ok. 100 tys. słuchaczy Radia Maryja uczestniczyło w Częstochowie w pielgrzymce, mającej na celu obronę Radia zagrożonego — według organizatorów protestu — likwidacją. Protest słuchaczy związany był z — jak twierdzili organizatorzy — niezrealizowaniem przez Krajową Radę obietnicy, dotyczącej umożliwienia Radu nadawania na 80 proc. terytorium kraju. Plan przygotowany przez resort łączności, na zlecenie KRRiTV, umożliwił «pokrycie» ponad 92 proc. kraju sygnałem stacji i dotarcie do nieco ponad 96 proc. ludzi. Plan przewiduje, że Radio Maryja będzie miało do dyspozycji 118 częstotliwości, przy czym częstotliwości tzw. dolnego zakresu, czyli poniżej 74 MHz (które, na mocy umów międzynarodowych mają zamilknąć na początku roku) w dużej mierze pokrywają się z zasięgami «górnymi». Oznacza to, że ci słuchacze, którzy słuchają Radia Maryja na dolnych zakresach, nadal będą go mogli słuchać, gdyż w tych rejonach przygotowano nowe, górne częstotliwości. Srebro [minister łączności — przyp. M. H.] na konferencji powiadomił też o wydaniu rozporządzenia, dzięki któremu stacje będą mogły nadawać na dolnych częstotliwościach tak długo, jak długo nie dostaną częstotliwości w górnych. Sprawa ta dotyczy kilku lokalnych nadawców i Radia Maryja”.

²⁰ Informacje z witryny Radia Maryja www.radiomaryja.pl 15 września 1999 r.

²¹ Ibidem.

²² Informacje z witryny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji www.krrtv.gov 15 września 1999 r.

²³ „Gazeta Środowisk Radia Maryja”, *Rzeczpospolita*, 28 I 1998 r.

prowadzonego przez SMG/KRC Poland w sierpniu 1999 r. czytelnictwo *Naszego Dziennika* wynosiło 1,7 proc, co umieszczało go na 24. miejscu w kraju²⁴.

Rozgłośnia od początku istnienia budzi spore emocje. Aktywnie uczestniczy w różnego rodzaju kampaniach: politycznych, akcjach zbierania podpisów, wysyłania listów itp. Rozgłośnia włącza się także w kampanie wyborcze, niezadko bez przebiegania w środkach. Latem 1995 roku szef radia o. Tadeusz Rydzik obwiniał w telewizyjnym „Pulsie Dnia” kandydata Unii Wolności na prezydenta Jacka Kuronia o zbrodnie stalinizmu, łącznie z Katyniem i wywózkami na Sybir²⁵. Na antenie rozgłośni padały oskarżenia pod adresem Hanny Gronkiewicz-Waltz o to, że „jest Żydówką i wyszła za mąż dopiero niedawno”²⁶.

W reakcji na te słowa Komisja Episkopatu ds. Środków Społecznego Przekazu napisała w specjalnym oświadczeniu, że w trakcie kampanii wyborczej „niektóre media katolickie, np. Radio Maryja, stały się, niestety, narzędziem rozpowszechniania nieprawdy, a czasem nawet pomówień dotyczących kandydatów. Sekretariat Episkopatu, przynaglany opiniami środowisk katolickich, (...) zwrócił się do odpowiedzialnych za to Radio z prośbą o sprostowanie nieprawdziwych informacji. Z bólem stwierdzamy, że jak dotąd, brak na te prośby pozytywnych reakcji”²⁷. Sekretarz Episkopatu bp Pieronek powiedział, że ma sporo pretensji co do formy Radia Maryja, zwłaszcza do „języka czasami niechrześcijańskiego i nieuczciwego”²⁸. Rok później na konferencji prasowej w sierpniu 1996 roku o. Rydzik odpowiadając na pytania dziennikarzy powiedział, że nie przypomina sobie, aby jakkolwiek biskup krytykował jego Radio²⁹.

W listopadzie 1997 roku o. Rydzik został wezwany przez toruńską prokuraturę do złożenia wyjaśnień w sprawie lżenia na antenie rozgłośni naczelnych organów państwa. Doniesienie o przestępstwie złożyli posłowie dotknięci stwierdzeniem dyrektora rozgłośni, że parlamentarzystom głosującym za liberalizacją ustawy o dopuszczalności przerywania ciąży należałoby „ogolić głowę, jak prostytutkom zadającym się z Niemcami”.

O. Rydzik, który przebywał wtedy w Stanach Zjednoczonych, oświadczył, że nie stawia się na wezwanie prokuratury. W oficjalnym oświadczeniu napisał m.in.: „Poczynania prokuratury odczytuję jako prześladowania ludzi, którzy nie popełnili żadnego przestępstwa, a jedynie czynią wszystko, by służyć Panu Bogu, Kościołowi i Polsce”³⁰.

Taka postawa dyrektora Radia Maryja stała się przedmiotem obrad Konferencji Episkopatu Polski, która zebrała się w ostatnich dniach listopada na

²⁴ Wyniki badania czytelnictwa przeprowadzone przez SMG/KRC Poland w sierpniu 1999 r. Próba 3092 osób. Błąd statystyczny (dla N=3092) wynosi 1,78 proc. *Press* 1999 nr 10, s. 90.

²⁵ Dariusz Czółgowski, Mikołaj Lizut, Dominika Wielowieyska: op. cit.

²⁶ Jarosław Makowski: „Niepokorni synowie Kościoła”, *Tygodnik Powszechny*, tekst zaczerpnięty z witryny www.opoka.org.pl.

²⁷ Jarosław Makowski: op. cit.

²⁸ Dariusz Czółgowski, Mikołaj Lizut, Dominika Wielowieyska, op. cit.

²⁹ Dominika Wielowieyska: „Chcą zniszczyć Radio”, *Gazeta Wyborcza*, nr 190, 16 VIII 1996 r., s. 3.

³⁰ Jarosław Makowski: op. cit.

Jasnej Górze. Bp Tadeusz Pieronek powiedział wtedy dziennikarzom, że wezwanie ks. Rydzka do złożenia wyjaśnień w prokuraturze nie może być traktowane jako prześladowanie Kościoła.

Jasnogórskie obrady zaowocowały listem prymasa Polski kard. Józefa Glempa do przełożonego o. Rydzka, prowincjała redemptorystów o. Edwarda Nocunia. Prymas zawarł w nim swoje zastrzeżenia dotyczące pracy kierownictwa Radia Maryja: „metodycznych uchybień współpracy kościelnego Radia Maryja z hierarchią Kościoła, w tym także z własnymi przełożonymi, i posługiwanie się hałaśliwą metodą walki”. W innym miejscu prymas napisał: „Sam słuchałem wypowiedzi Ojca Rydzka wieczorem dnia 24 listopada br. i byłem upokorzony pychą, z jaką mówił o ministrze spraw wewnętrznych i administracji”. Prymas prosił również o. Nocunia o „opiekę nad składem personalnym kierownictwa Radia Maryja, aby nie powstawały błędy po prostu z ludzkiego przemęczenia”³¹.

Publiczny apel Prymasa nie doczekał się zadowolającej reakcji. Prowincjał redemptorystów oświadczył w odpowiedzi na list: „Przekazuję naszemu współbratu, o. Tadeuszowi Rydzkowi, wyrazy braterskiej solidarności, co czynię z radością, pozdrawiając w Chrystusie Odkupicielu. Sursum corda!”.

26 I 1998 roku sekretarz Episkopatu bp Tadeusz Pieronek udzielił toruńskiej rozgłośni wywiadu, w którym podkreślając ważną rolę Radia Maryja w ewangelizacji, jednocześnie ostro skrytykował wieczorną audycję stacji „Rozmowy niedokończone”. Zdaniem biskupa są one konfliktogenne i prowadzone w zły sposób, mieszają Kościół w politykę. „Radio, które posługuje się hasłem «Katolicki głos w twoim domu» i opowiada się za jakąś skrajną opcją polityczną (...), musi sobie zdawać sprawę, że to nie jest radio katolickie, tylko partyjne — stwierdził bp Pieronek. — Katolicki głos jest wtedy, kiedy głosimy Dobrą Nowinę, czyli Ewangelię”. Przed emisją i po emisji osoba prowadząca program oświadczyła, że wywiad jest nadany na polecenie sekretarza Episkopatu³².

Według badania audytorium radiowego, jakie przeprowadził OBOP w sierpniu 1999 r., zasięg tygodniowy Radia Maryja wynosił 15,7 proc., co plasowało rozgłoszenie na czwartym miejscu w Polsce³³.

Telewizja Niepokalanów

W pierwszym procesie koncesyjnym Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wniosek oo. Franciszkanów o ogólnopolską koncesję telewizyjną został odrzu-

³¹ List Prymasa Polski do prowincjała redemptorystów w sprawie o. Rydzka i Radia Maryja, Jasna Góra, 25 listopada 1997 r. Tekst zaczerpnięty z serwisu www.mateusz.pl.

³² Mikołaj L i z u t: „Sami do mnie przyszli”. *Gazeta Wyborcza* nr 22, 27 I 1998 r., s. 5.

³³ Wyniki badania audytorium radiowego przeprowadzone przez Ośrodek Badania Opinii Publicznej w dniach 26 VII–22 VIII 1999 r. Do badania wylosowano 3725 gospodarstw domowych, zrealizowano je w 2375 gospodarstwach. Udział wzięło 3116 respondentów. *Press* 1999 nr 10, s. 89.

cony z powodu nieprzekonywających źródeł finansowania (wnioskodawcy po-woływali się na ofiarność wiernych)³⁴.

Telewizja Niepokalanów, należąca do Prowincji Zakonu Braci Mniejszych Konwentualnych, 12 grudnia 1994 r. uzyskała jedynie lokalną koncesję na nadawanie programu ze stacji nadawczej w Bartnikach koło Sochaczewa³⁵. Próby nadajnika rozpoczęto w listopadzie 1995 roku, a 13 stycznia 1996 roku zaczęto emitować sygnał z planszą informacyjną. 20 stycznia ruszył trzygodzinny blok programowy, powtarzany trzykrotnie w godzinach od 9 do 22.

W niedzielę 28 stycznia 1996 roku przeprowadzono w polskich kościołach zbiórkę na tacę z przeznaczeniem dla telewizji katolickiej. Choć Konferencja Episkopatu postanowiła, że będzie wspomagać telewizję w początkowym okresie, to jednak bp Tadeusz Pieronek zaznaczył, że TV Niepokalanów „musi stanąć na własnych nogach”. Pomoc w sprzeczcie zadeklarowali biskupi amerykańscy. Telewizja uzyskała też prawa do retransmisji programów Eternal World TV Network, nadającej słynne audycje Matki Angeliki, oraz podpisała umowę z włoską stacją Tele Pace, która jest producentem watykańskiego serwisu telewizyjnego. Repertuar filmowy stacja czerpać miała z filmoteki zgromadzonej przez Katolickie Stowarzyszenie Filmowe.

Jeszcze przed oficjalnym otwarciem stacji Franciszkanie wystąpili do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z wnioskiem o rozszerzenie koncesji na 19 stacji lokalnych (w ten sposób zasięg telewizji powiększyłby się do około 30 procent terytorium kraju) i prawo do przeznaczenia 2 procent czasu antenowego na reklamę (w pierwszym wniosku koncesyjnym nie było mowy o nadawaniu reklam). Miałyby być to reklama „selektywna i uczciwa, nie mająca nic wspólnego z antywartościami”.

TV Niepokalanów od samego początku prócz emisji naziemnej docierała także do odbiorców na terenie Warszawy za pośrednictwem sieci kablowej Aster City³⁶.

Początkowo, ze względu na bardzo ograniczony zasięg, obejmujący jedynie okolice Skierniewic, nadawany program miał charakter próbny. Nadaje program religijno-społeczny przez średnio 7 godzin na dobę. Ramowy program TV Niepokalanów był dosyć zróżnicowany: zawierał audycje informacyjne (dotyczące wydarzeń religijnych w Polsce i za granicą), religijne (modlitwy, czytanie Ewangelii, prezentacja kalendarza liturgicznego), sportowe (transmisje międzyparafialnych imprez sportowych, stały cykl wspólnych ćwiczeń gimnastycznych), muzyczne (teledyski, prezentacja zespołów w cyklu *Ewangelizacja muzyką*), filmy (fabularne, dokumentalne), audycje dla dzieci (bajki, filmy, muzyka). Przerwy między audycjami wypełniały plansze o charakterze religijnym.

³⁴ Motywy nieprzyznania Telewizji Niepokalanów ogólnopolskiej koncesji telewizyjnej przedstawia Maciej Iłowiecki w rozmowie z reporterką *Rzeczpospolitej*: Beata Modrzejewska: „Koncesja nie jest na wieczność”, *Rzeczpospolita*, 29 I 1994 r., por. Andrzej Kaczyński: „Ukazywać pokłady dobra”, *Rzeczpospolita*, 10 II 1996 r.

³⁵ Informacje zaczerpnięte z oficjalnej witryny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji www.krrtv.gov 15 września 1999 r.

³⁶ Andrzej Kaczyński: „Ukazywać pokłady dobra”, *Rzeczpospolita*, 10 II 1996 r.

W II procesie koncesyjnym Telewizja Niepokalanów otrzymała częstotliwości w Łodzi, w Krakowie i w Opolu. Nieco później przydzielono jej też kanał w Warszawie.

Franciszkańska stacja miała pełne poparcie kościelnej hierarchii. Już w 1995 r. Telewizja Niepokalanów została uznana przez Episkopat za jedyną ogólnopolską telewizję katolicką³⁷. W marcu 1998 roku bp Marian Błażej Kruszyłowicz, asystent Konferencji Episkopatu Polski do spraw Telewizji Niepokalanów, zapowiadał: „Będziemy dążyć do tego, aby Telewizja Niepokalanów objęła swoim zasięgiem połowę terytorium naszego kraju”³⁸.

W listopadzie 1997 roku powstała spółka producencka „Telewizja Familijna”, która ma się zająć produkcją programów dla TV Niepokalanów. Tworzyli ją dziennikarze związani wcześniej z TVP — Cezary Michalski i Waldemar Gasper (wiceprezes spółki „Plus”). Nowi autorzy koncepcji programowej zapowiadali stworzenie telewizji rodzinnej, przyjaznej dla widza, bez wulgaryzmów i eksponowania przemocy. Programy religijne miałyby się w niej przeplatać ze świeckimi. W ofercie stacji znalazłyby się transmisje Mszy św. z parafii w różnych regionach Polski, audycje publicystyczne, serwisy informacyjne, kreskówki, filmy fabularne, wideoklipy i relacje z koncertów rockowych. W maju 1998 roku Cezary Michalski wyjawiał, że liczy na zdobycie 6–10 proc. rynku w ciągu 3–4 lat (TN według OBOP-u obejmowała w tym czasie swoim zasięgiem 2,5 proc. ludności Polski, a jej tygodniowa oglądalność nie przekraczała 1 proc.)³⁹.

Na powstanie i rozwój TV Niepokalanów do połowy 1998 roku wydano 9 mln złotych, z czego 2 mln pochodziły z ogólnopolskiej kolektki. Pewne kwoty przekazał też Ojciec Święty, Episkopat Włoch, zakony franciszkańskie i prywatni ofiarodawcy z kraju i zagranicy⁴⁰.

Realizacja tak ambitnego programu jak projekt „Telewizji Familijnej” wymagała dużych pieniędzy. Miały one pochodzić m.in. z reklam i od inwestorów zainteresowanych kupnem udziałów w założonej przez oo. Franciszkanów spółce „Telewizja Familijna”. Jak informował w maju 1998 roku prezes telewizji o. Sylwester Bartoszewski, trwały negocjacje z poważnymi firmami polskimi i zagranicznymi. W grę miał wchodzić zastrzyk kapitału rzędu 50 mln dolarów⁴¹. Te rozmowy nie doprowadziły jednak do żadnych rozstrzygnięć, skoro w styczniu 1999 roku bp Marian Błażej Kruszyłowicz na omawianym już spotkaniu przedstawicieli Episkopatu z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji określił sytuację TV Niepokalanów jako bardzo trudną. Jako powód biskup podawał zbyt małą liczbę stacji nadawczych przyznanych tej telewizji, co utrudniało jej znalezienie poważnych partnerów finansowych. Z braku środków telewizja nie uruchomiła nadawania na przyznanych jej w II procesie

³⁷ Informacje zaczerpnięte z oficjalnej witryny TV Niepokalanów www.tn.com.pl 15 września 1999r.

³⁸ „Niepokalanów chce pół Polski”, *Gazeta Wyborcza*, nr 63, 16 III 1998 r., s. 31.

³⁹ Magdalena J a r c o: „Familijny Niepokalanów”, *Gazeta Wyborcza*, 11 V 1998 r., s. 31.

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Ibidem.

koncesyjnym częstotliwościach w Łodzi, Krakowie i Opolu, nie sfinalizowane zostały również pertraktacje o wydzierżawienie transpondera do przekazu satelitarnego. Nadal trwały poszukiwania partnerów do spółki „Telewizja Familijna”, mającej stanowić finansowe i producenckie zaplecze Telewizji Niepokalanów⁴².

W połowie sierpnia 1999 roku *Rzeczpospolita* poinformowała, że rozmowy z ewentualnymi inwestorami zainteresowanymi udziałem w „Telewizji Familijnej” są bliskie sfinalizowania. Zainteresowanie projektem wykazały duże firmy z udziałem skarbu państwa (KGHM Polska Miedź, Polski Koncern Naftowy, Polskie Sieci Elektroenergetyczne), które inwestują już w branżę telekomunikacyjną (wszystkie one są udziałowcami firmy Polkomtel czyli Plus GSM). Do projektu, według informacji dziennika, prawdopodobnie przyłączy się również Powszechny Zakład Ubezpieczeń oraz Prokom, który posiada znaczną część udziałów w Agencji Reklamowej Plus, współpracującej z Radiem Plus. Miały toczyć się również rozmowy z dwoma międzynarodowymi koncernami medialnymi.

Waldemar Gasper, kierujący pracami nad powołaniem Telewizji Familijnej, w wywiadzie dla *Rzeczpospolitej* potwierdził istnienie grupy sześciu lub siedmiu potencjalnych inwestorów. Gasper nie podał żadnych konkretnych nazw, wyjaśnił jedynie, że w grę wchodzi jeden medialny koncern europejski, jeden pozaeuropejski i firmy polskie. Pozycję dominującą w tym przedsięwzięciu miałby mieć zakon franciszkanów jako właściciel koncesji, ale układ decyzyjny ma być zrównoważony. Franciszkanie będą decydowali o kształcie oferty programowej, natomiast inwestorzy będą mieli ścisły nadzór nad finansami⁴³.

Tabela 3. Nadajniki TV Niepokalanów w połowie września 1999 r.

Lokalizacja nadajnika	Kanał	Moc nadajnika	Zasięg
Bartniki k. Skierniewic	52	1 kW	ok. 70 km
Warszawa (Pałac Kultury i Nauki)	41	1 kW	ok. 100 km

Źródło: Witryna internetowa TV Niepokalanów www.tn.com.pl.

Poza nadajnikami naziemnymi w połowie września 1999 r. program Telewizji Niepokalanów był emitowany przez operatorów lokalnych stacji kablowych. W zasięgu stacji mieszkało ok. 4 200 000 osób.

Telewizja nadawała 11 godzin programu (od 9 rano do 22). Na codzienną ramówkę składały się głównie audycje religijne, blok programów dziecięcych, kalendarz liturgiczny oraz programy informacyjne (Tydzień w Kościele i Wiadomości Watykańskie). Program kończył się wieczornym różańcem i Apelem Jasnogórskim. Bogatszą ofertę kierowała Telewizja Niepokalanów do widzów

⁴² Relacja z siódmego spotkania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z reprezentacją Konferencji Episkopatu Polski 19 I 1999 r., *Biuletyn Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji*, 1999 nr 1.

⁴³ Rafał Kasprów, „Biznes i franciszkanie”, *Rzeczpospolita*, 14 VIII 1999 r.

w soboty. Magazyn niepełnosprawnych „U Pana Boga za piecem”, serial turystyczno-krajoznawczy, serial przyrodniczy, dziesięciominutowe „Wiadomości Regionalne” o 18, Muzyczne Okienko i Koncert Życzeń, to dodatkowe pozycje sobotniego programu TN⁴⁴.

Katolicka Agencja Informacyjna

Przed wojną, w latach 1927–1939, działała w Polsce Katolicka Agencja Prasowa (KAP), którą kierowali dwaj znani duchowni: ks. Józef Gawlina, późniejszy biskup polowy, a po nim ks. Zygmunt Kaczyński, po wojnie redaktor *Tygodnika Warszawskiego*. Powstała w 1993 roku Katolicka Agencja Informacyjna (KAI) nawiązuje bezpośrednio do tradycji swojej poprzedniczki.

Pomysł utworzenia agencji Episkopat Polski zaakceptował pod koniec 1991 roku⁴⁵. Potrzebę utworzenia KAI bp Józef Życiński, który prowadził przygotowania do jej powstania⁴⁶, tłumaczył tym, że „W polskich środkach przekazu dziennikarze często popełniają żenujące gafy informując o Kościele”. Od strony dziennikarskiej agencję organizowali Marcin Preciszewski, były kierownik działu religijnego *Spotkań*, oraz dwaj redaktorzy miesięcznika *Powściągliwość i Praca* — Łukasz Małachowski i Tomasz Królak.

Agencja powstała dzięki wsparciu Kościoła katolickiego w USA. Pomocy merytorycznej m.in. przy szkoleniu dziennikarzy udzieliła największa i najstarsza katolicka agencja informacyjna w USA — Catholic News Service (CNS). Biuro Pomocy Kościołowi Katolickiemu w Europie Środkowej i Wschodniej, działające przy Episkopacie USA, wyasygnowało na potrzeby KAI pół miliona dolarów⁴⁷.

1 XII 1993 roku uroczystego otwarcia agencji dokonał kardynał Józef Glemp. KAI była pierwszą tego typu instytucją w Europie Środkowej i Wschodniej, a 21. katolicką agencją prasową na świecie⁴⁸.

Codzienny serwis elektroniczny KAI zawiera kilkadziesiąt informacji o życiu religijnym w Polsce i na świecie. Korzystanie z serwisu w Internecie możliwe jest po wykupieniu abonamentu. Skrót wiadomości dostępny jest dla wszystkich.

KAI przygotowuje również serwisy w wersji drukowanej. Dwa razy w tygodniu ukazuje się *Biuletyn Prasowy*, rozsyłany do wszystkich większych redakcji w kraju i za granicą. Najczęściej kojarzoną z agencją publikacją jest popularny *Biuletyn KAI*, adresowany do szerokiego kręgu odbiorców. *Biuletyn* i przeznaczony do rozwieszania w przykościelnych gablotach plakat informacyjny *Życie Kościoła* docierają do co drugiej parafii w Polsce. Raz w roku agencja opracowuje *Kalendarium*, w którym zamieszcza podsumowania i opracowania tematyczne.

⁴⁴ Informacje zaczerpnięte z oficjalnej witryny TV Niepokalanów www.tn.com.pl 15 września 1999 r.

⁴⁵ Marek Głogier: op. cit., s. 69.

⁴⁶ Grzegorz Polak: „Katolickie mass media”, *Gazeta Wyborcza*, nr 146, 23 VI 1992 r., s. 2.

⁴⁷ Grzegorz Polak: „O Kościele bez gaf”, *Gazeta Wyborcza*, nr 56, 8 III 1993 r., s. 5.

⁴⁸ Marek Głogier: op. cit., s. 69.

KAI jest także organizatorem konferencji prasowych poświęconych wydarzeniom religijnym. Agencja współpracuje również z telewizją publiczną, przygotowując popularny katolicki magazyn informacyjny *Czasy*. Od listopada 1997 r. przygotowuje dla sekcji polskiej Radia Watykańskiego codzienny serwis informacyjny *Dwie minuty dla KAI*.

KAI jest obecnie drugą co do wielkości katolicką agencją katolicką w Europie, największą na terenie Europy Środkowo-Wschodniej. W połowie września 1999 roku KAI posiadała korespondentów kilkudziesięciu miastach w Polsce i w siedemnastu poza granicami kraju (głównie w stolicach europejskich)⁴⁹.

Powstała według wzorów amerykańskiej CNS agencja jest instytucją niezależną od hierarchii kościelnej, chociaż przez polski Episkopat finansowaną i reprezentującą jego interesy⁵⁰. Prace KAI koordynuje Rada Programowa, którą tworzą: abp Józef Życiński (przewodniczący), biskupi Tadeusz Pieronek (wiceprzewodniczący), Jan Chrapek, Stanisław Gądecki i Jan Tyrawa. Prezesem zarządu agencji i jej redaktorem naczelnym jest od początku Marcin Przeciszewski⁵¹.

Agencja według oficjalnych deklaracji opiera swoje działanie na trzech zasadach:

1. Niezależność — KAI nie jest organem Episkopatu. Agencję tworzą dziennikarze świeccy, którzy swoją rolę postrzegają jako służbę Kościołowi.

2. Profesjonalizm — KAI respektuje klasyczne zasady warsztatu dziennikarskiego, jak: wiarygodność, bezstronność i unikanie mieszania informacji z komentarzem.

3. Uniwersalizm — KAI adresuje swoje serwisy zarówno do odbiorcy kościelnego, jak i szeroko pojętych mediów świeckich.

Problemem KAI jest brak pieniędzy. W marcu 1998 o swojej dramatycznej sytuacji finansowej agencja poinformowała Konferencję Episkopatu. Aby pokryć 25-procentowy deficyt, biskupi zobowiązali wszystkie parafie liczące ponad tysiąc wiernych do prenumerowania cotygodniowego *Biuletynu KAI*.

W ocenie szefa agencji podstawowym źródłem tych kłopotów jest zła kondycja ekonomiczna polskich mediów katolickich, które są naturalnym zapleczem KAI. Pod koniec maja 1998 roku te media były winne agencji 100 tysięcy złotych. Deficytowy okazał się serwis codzienny, który miał wtedy ponad 90 prenumeratorów, w tym około 30 kurii diecezjalnych, 25 redakcji świeckich; reszta to media katolickie. Dalszych 150 redakcji korzystało z biuletynu wydawanego dwa razy w tygodniu. Dochodowym przedsięwzięciem okazał się natomiast *Biuletyn KAI*, który miał w maju 1998 roku 4600 prenumeratorów, a także cotygodniowy plakat *Życie Kościoła*.

Ze względu na swoistość pracy agencji informacyjnej, szczególnie katolickiej, dwudziestopięcioprocentowy deficyt KAI jest bardzo dobrym wynikiem. KAI przynosi mniejsze straty niż inne duże katolickie agencje w Europie:

⁴⁹ Informacje zaczerpnięte z witryny www.kai.pl 15 września 1999 r.

⁵⁰ Marek Glogier: op. cit., s. 69.

⁵¹ Informacje zaczerpnięte z witryny www.kai.pl 15 września 1999 r.

niemiecka Katholische Nachrichten Agentur (KNA), austriacka „Kathpress” (obie mają 50-procentowy deficyt). Agencje ukraińska, chorwacka, a także działająca w Moskwie agencja ekumeniczna odnotowują ponad 80-procentowe straty. Jediną samowystarczalną katolicką agencją prasową na świecie jest amerykańska CNS⁵².

Kościół w Internecie

W latach dziewięćdziesiątych, w wyniku upowszechnienia się urządzeń komputerowych i rozwoju ogólnoświatowej sieci Internet, w szybkim tempie zaczęły powstawać cyfrowe wersje drukowanych i audiowizualnych mediów, rozpowszechniane przy pomocy sieci. Katolickie środki społecznego przekazu nie zostały w tyle i w ciągu kilku lat praktycznie wszystkie katolickie media wzbogaciły swą ofertę o wydania komputerowe w postaci stron WWW. Również prymas Polski, poszczególne diecezje, zgromadzenia zakonne, seminaria duchowne, a nawet parafie mają swoje strony w Internecie.

Jednak możliwości stwarzane przez te technologie nie były od razu wykorzystywane powszechnie. 7 listopada 1997 roku odbyło się w Gliwicach pod patronatem miejscowego biskupa Jana Wieczorka ogólnopolskie seminarium „Kościół w Polsce a Internet. Nowa misja”, którego uczestnicy zastanawiali się, jak wykorzystać możliwości Internetu do popularyzacji nauki Kościoła. Podczas seminarium zapowiedziano powstanie serwisu *Opoka*, który miał być początkowo katalogiem adresów stron zgodnych z nauką Kościoła. Według twórcy serwisu WWW gliwickiej kurii ks. Janusza Gnata z Internetu korzystało w tym czasie w Polsce jedynie ok. 50 księży, a kilkunastu z nich posiadało własne strony⁵³. Pomysł utworzenia *Opoki* uzyskał akceptację Konferencji Episkopatu Polski 12 marca 1998 roku⁵⁴, która 5 czerwca 1998 roku w Pelplinie powołała Fundację Internetową „Opoka”⁵⁵. Zadaniem Fundacji jest służenie Kościołowi katolickiemu w Polsce w tworzeniu systemu wymiany informacji oraz utworzenie oficjalnej strony WWW.

Prace fundacji nadzoruje rada złożona z biskupów: Piotra Libery, Wiktora Skworca, Jana Tyrawy i Jana Wieczorka, który jest jej przewodniczącym. Prezesem zarządu został ks. dr Józef Kloch, wykładowca zastosowań informatyki w Wyższym Seminarium Duchownym w Tarnowie. Fundacja mieści się w warszawskiej siedzibie Episkopatu Polski.

Zawartość *Opoki* to przede wszystkim obszerna baza danych teleadresowych, dotyczących instytucji kościelnych i związanych z Kościołem, bieżące informacje z życia Kościoła, oficjalne dokumenty oraz teksty udostępnione

⁵² Ewa Czackowska: „Deficyt, który jest sukcesem”, *Rzeczpospolita*, 27 V 1998 r.

⁵³ Tomasz Bienias: „Kościół w sieci”, *Gazeta w Katowicach*, nr 261, 8–9 XI 1997 r., s. 2.

⁵⁴ Mikołaj Lizut: „Kościół w Internecie”, *Gazeta Wyborcza*, nr 61, 13 III 1998, s. 1–3; zob. także: Mikołaj Lizut, „E.WWW.angelizacja”, *Gazeta Wyborcza*, nr 61, 13 III 1998 s. 3; Ewa Czackowska, „Opoka połączy Kościół”, *Rzeczpospolita*, 13 III 1998 r.

⁵⁵ „Nie pracuj w dzień święty”, *Gazeta Wyborcza*, 6–7 VI 1998 r., s. 5.

przez współpracujące z serwisem czasopisma (*L'Osservatore Romano*, *Kronika Rzymska*, *Powiernik Rodzin*, *Zagadnienia Filozoficzne w Nauce*, *Znak*, *Tygodnik Powszechny*) oraz wydawnictwa (Edycja Świętego Pawła, Wydawnictwo Kairos, Wydawnictwo m). Ponadto strony zawierają dźwiękowe archiwa informacji Radia Watykańskiego i obszerną dokumentację dźwiękową papieskich pielgrzymek do Polski. Sponsorami serwisu są Optimus SA, Bank Pekao SA oraz nowosądecka Wyższa Szkoła Biznesu⁵⁶.

Zupełnie spontanicznie i „oddolnie” powstał serwis *Mateusz — chrześcijański serwer WWW* (aktualny adres: www.mateusz.pl). Ta strona, uznawana za jedno z najciekawszych miejsc polskiego Internetu, istnieje od 29 maja 1996 roku. *Mateusza* stworzyli społecznie Andrzej Rozkrut za Szczecina i Krzysztof Jurek z Bydgoszczy. Redakcję serwisu tworzą obecnie o. Wojciech Jędrzejewski OP, Krzysztof Jurek i Andrzej Rozkrut, który jednocześnie zajmuje się sprawami technicznymi, oraz kilku współpracowników. Już w 1997 roku strony były odwiedzane 40 tysięcy razy. Ogólna liczba odwiedzin w połowie września 1999 roku przekroczyła 430 tysięcy. Prócz udostępniania materiałów pisanych specjalnie dla niego, serwis zawiera również największy w Polsce katalog odnośników do religijnych stron WWW (ponad 1200) oraz archiwum kilkuset materiałów tekstowych, dźwiękowych, a także programów telewizyjnych, które można oglądać na ekranie komputera (m.in. cykl „Rozmowy na koniec wieku”). Ponadto, korzystając z możliwości natychmiastowej korespondencji, jakie stwarza Internet, autorzy *Mateusza* często inicjują dyskusje, w których może zabrać głos każdy odwiedzający.

Ciekawym eksperymentem autorów serwisu było zorganizowanie w 1997 roku internetowych rekolekcji wielkopostnych, które poprowadził z Rzymu jezuita, ks. Dariusz Kowalczyk. Strona rekolekcji była odwiedzana około 6 tysięcy razy. Teksty rozważań wraz z reakcjami internautów z całego świata wydano później w formie książkowej⁵⁷.

Własne strony internetowe posiada Prymas Polski, większość diecezji, zgromadzenia zakonne, seminaria duchowne, a także parafie. Katolicka Agencja Informacyjna za pośrednictwem strony WWW udostępnia także swój serwis informacyjny.

Swoje serwery posiadają również katolickie rozgłośnie radiowe i Telewizja Niepokalanów. Zazwyczaj publikowane są tam ramówki programów, składy zespołów redakcyjnych, informacje techniczne, mapy zasięgu nadajników itp. W większości przypadków (Radio Maryja i poszczególne rozgłośnie diecezjalne) za pośrednictwem formatu Real Audio można słuchać na żywo audycji tych stacji właściwie niezależnie od miejsca pobytu słuchacza. Uzależnione jest to jedynie od prędkości połączenia komputera odbiorcy z Internetem. Radio Plus na swojej głównej stronie WWW nadaje również obraz z kamery umieszczonej w warszawskim studio. Odwiedzający ten serwis mają więc możliwość nie tylko słuchania audycji radiowych, ale również oglądania dziennikarzy te audycje prowadzących.

⁵⁶ Informacje zaczerpnięte z witryny www.opoka.org.pl 15 września 1999 r.

⁵⁷ Dariusz K o w a l c y k: „Poszukując Boga w komputerze”, Kraków 1998, s. 5.

TOMASZ ŁUKASZCZYK

CZYTELNICY ELEKTRONICZNEJ WERSJI KOMPUTERÓW I BIURA

Globalna sieć komputerowa Internet zaczyna być przez coraz więcej osób na całym świecie postrzegana jako medium nowe, szybkie, bogate w aktualne informacje, a nie nowinka techniczna czy jeszcze jedno narzędzie służące do rozrywkowego spędzania czasu. Wielu internautów po zapoznaniu się z ogromem zasobów sieci przestaje korzystać z tradycyjnych mediów. Największą część dotychczasowego audytorium Internet odebrał telewizji: tłumaczy się to tym, iż odbiór telewizji jest bierny, a korzystanie z zasobów sieciowych w pełni aktywne. Internauci prócz wyboru tematyki odwiedzanych stron mogą cały czas decydować o pogłębianiu wiedzy o określonym zagadnieniu. Sprzyja temu powiązanie odnośnikami (ang. links) poszczególnych stron WWW, serwisów sieciowych, informacji przesyłanych pocztą elektroniczną czy wiadomości umieszczonych w listach usenetowych.

Internet odniósł w 1998 roku spektakularny sukces. Po raz pierwszy wykażał swą wyższość nad tradycyjnymi mediami (prasą, radiem i telewizją) w ciągłej rywalizacji o prymat w przekazie informacji. Udowodnił, że ma atrybuty, dzięki którym tradycyjne media nie mają szans z nim konkurować¹. Na tak wyraźne zwycięstwo musiał czekać równe 30 lat², tyle bowiem minęło od

¹ Najważniejsze wydarzenia w Internecie w roku 1998 w opinii dziennikarzy prasy komputerowej. *Internet. Magazyn Użytkowników Sieci Internet*, grudzień 1998, s. 21; Marek Jaślan, redaktor naczelny // WWW Magazynu Internetowego: „Przypomnijmy, że wybuchła ona [afera zippergate — T.Ł.], gdy rewelacje na temat stosunków między Billem Clintonem a Moniką Lewinsky znalazły się w sieci na stronie <http://www.drudgereport.com>. Kilka miesięcy później raport prokuratora Kennetha Starra, dotyczący tej sprawy, został opublikowany właśnie w Internecie. Tym samym Internet dobitnie zaznaczył swe miejsce u boku tradycyjnych mediów. Uświadomiło to wielu ludziom, że częstokroć jest to lepsze medium niż gazeta czy nawet telewizja. Obszerny raport Starra trudno byłoby bowiem opublikować na łamach gazety, jeszcze trudniej przedstawić wszystkie zawarte tam informacje w radiu czy telewizji. Także zasięg rozprzestrzeniania tych informacji przemawiał za Internetem. [...] każdy, kto miał dostęp do sieci, w każdym zakątku świata, kiedy tylko chciał, mógł szczegółowo zapoznać się z jego treścią [...] generalnie Internet sprawdził się w tym przypadku jako narzędzie rozpowszechniania informacji”.

² Zob. m.in.: T. B i e n i a s: Internet, Kraków 1998, s. 17–18; SMS: L-O-G..., „Komputer” (dodatek *Gazety Wyborczej*) z 8 XII 1998, s. 12; M. K u c h c i a k: Geneza i rozwój Internetu, <http://www.ccs.pl/~mkc/internet/genroz.html>, 1996; J. R a f a: Sieć sieci cz. 1, *PC Kurier* 1995, nr 15, s. 83.

słynnego eksperymentu (połączenia pierwszych węzłów sieci Arpanet, która stała się początkiem dzisiejszego Internetu), podczas którego uczeni z Uniwersytetu Kalifornijskiego w Los Angeles (UCLA) połączyli się z Instytutem Stanforda (SRI)³.

Choć Internet przestał dawno być eksperymentem naukowym, a stał się nowym medium o wielkiej sile przekazu, to w polskojęzycznej literaturze naukowej globalna sieć komputerowa nie jest tak postrzegana. Polscy naukowcy nie stanowią w tym względzie wyjątku. Jedyne badacze anglojęzyczni i skandynawscy uznali zgodnie Internet za nowe medium o masowym zasięgu⁴.

W czerwcu 1998 roku było witryn polskich mediów tradycyjnych ponad 1000, a nowych tytułów przybywa kilka z każdym tygodniem. Poniżej przedstawię badania ankietowe nad odbiorem publikacji elektronicznych dostępnych w Internecie.

Postanowiłem zająć się Internetem, ponieważ wbrew wielu opiniom jest to bardzo bogate źródło wiedzy. Wprawdzie skutek bardzo szybkiego rozwoju tej globalnej sieci komputerowej obok informacji wartościowych pojawiło w niej się mnóstwo danych o charakterze rozrywkowym, a dotarcie do zasobów wiedzy nie jest proste, jednak teraz, po czterech latach aktywnego korzystania z Internetu, nie wyobrażam sobie, aby można było się obyć bez tego „oceanu danych”. Umberto Eco, znany z oryginalnego spojrzenia na sprawy komunikowania masowego oraz oddziaływania mediów, stwierdził: „Człowiek ma trzy cechy charakterystyczne: to jedyne zwierzę, które się śmieje, jedyne, które mówi, i jedyne, które wie, że umrze. Tym, żeby się śmiał, zajmuje się telewizja, tym, że mówi — semiotyka, a tym, że wie, że umrze — Kościół”⁵. Obserwując rozwój globalnej sieci komputerowej oraz wykorzystanie jej do celów naukowo-poznawczych, można stwierdzić, że medium edukującym te dziwne „zwierzęta” staje się Internet.

Zdecydowanie najlepiej zaraz po firmach komputerowych, ściśle związanych z rozwojem i działalnością globalnej sieci komputerowej, rozwinął się rynek mediów internetowych. Szybkość, z jaką dostarczają wielkich dawek wiadomości (nie zawsze potrzebnych czy wartościowych) zmienia psychikę, styl czytania oraz przyzwyczajenia odbiorców.

W pracy tej, traktującej o polskich mediach w Internecie, ich rozwoju i odbiorze, przedstawię swoje badania ankietowe prenumeratorów dodatku „Komputery i Biuro” do *Gazety Wyborczej*. Celem badań było ustalenie popularności mediów sieciowych, poznanie, co czytelnicy w tych periodykach szczegól-

³ Opis tej próby znaleźć można w sieci pod adresem — <http://www.internetvalley.com>. Oto fragment raportu z tego eksperymentu: „Plan nie miał precedensu: profesor Kleinrock i jego mała grupa studentów próbowali się zalogować na komputerze SRI. Mieli wpisać «login» i zobaczyć, czy litery pojawiają się na odległym monitorze. — Zadzwoniliśmy do ludzi w Stanfordzie — wspomina Kleinrock. — Napisaliśmy «L» i zapytaliśmy: — Widzicie «L»? — Tak, widzimy «L» — usłyszeliśmy w odpowiedzi. Napisaliśmy «O» i zapytaliśmy: — Widzicie «O»? — Tak, widzimy «O». Wtedy napisaliśmy «G» i system się zawiesił”.

⁴ Zob. m.in.: M. Morris, C. Ogan: The Internet as mass medium. *Journal of Communication* zima 1996, nr 46, s. 39–49; R. Cailia: A little history, <http://www.w3.org/pub/WWW/History.html>.

⁵ Mieć wiele dusz. Wywiad Umberto Eco udzielony Miładzie Jędrysik i Michałowi Cichemu. *Gazeta Wyborcza* z 2 III 1996, s. 14.

nie cenią, co ich drażni i co chcieliby zmienić. Na przykładzie dodatku „Komputery i Biuro” starałem się ustalić wynik dotychczasowej rywalizacji między wydaniem papierowym a internetowym tego periodyku.

Pytania opracowanej przeze mnie ankiety dotyczyły nie tylko mediów internetowych i ich odbioru przez respondentów, ale również czytelnictwa prasy tradycyjnej — w ten sposób powstały dwa rankingi popularności prasy drukowanej (czytanej stale oraz dorywczo).

Obraz czytelnika polskiej prasy elektronicznej

Badania ankietowe miały na celu poznanie odbiorców polskich periodyków elektronicznych, a nie polskiej społeczności sieciowej. Początkowo zamierzałem przeprowadzić badania odbiorców internetowych wydań dziewięciu polskich dzienników, ale ostatecznie rozsyłanie ankiety przy użyciu poczty elektronicznej zakończyłem na dodatku do *Gazety Wyborczej* „Komputery i Biuro” (KiB), ukazującym się co wtorek. Mimo że większość gazet, do których się zwróciłem, była przychylna moim planom, musiałem ograniczyć do jednego tytułu rozsyłanie ankiet — było to spowodowane olbrzymim odzewem ze strony respondentów KiB. Na wysłane 2002 ankiety otrzymałem aż 861 wypełnionych (stanowi to ponad 43 procent). Ze względu na ograniczony czas, jaki mogłem poświęcić na analizę wypełnionych ankiet, zrezygnowałem z wysyłania kolejnych ankiet do czytelników pozostałych gazet (np. *Rzeczpospolita* dysponuje bazą ponad 20 tys. adresów e-mailowych swych czytelników, co przy założeniu podobnego odzewu oznaczałoby odesłanie ponad ośmiu tysięcy wypełnionych ankiet).

Opis metody badawczej

Akcję badawczą przeprowadziłem na przełomie października i listopada 1998 roku. Narzędziem, jakiego użyłem, była ankieta, która prócz metryczki zawierała szesnaście pytań dotyczących różnych zagadnień, związanych z czytelnictwem prasy elektronicznej, a także kilka pytań sprawdzających stosunek respondentów do prasy drukowanej.

Ankieta została rozesłana do wszystkich (2002) prenumeratorów dodatku „Komputery i Biuro”. Ponieważ korzystałem z bazy danych adresów e-mailowych osób, które same zaprenumerowały elektroniczne wydanie KiB, starałem się uniknąć naruszenia prywatności czytelników gazety. W tym celu skorzystałem z opcji programu pocztowego — „listy dystrybucyjnej” (specjalny plik utworzony przez administratora sieci w krakowskim oddziale *Gazety Wyborczej* dodałem do programu pocztowego. Następnie przekopiowałem ankietę do formularza nowego listu, a w polu adresata podałem plik „listy dystrybucyjnej”). W ten sposób automat rozesłał do 2002 osób moją ankietę, a ja nie zobaczyłem ani jednego nazwiska czy adresu e-mailowego żadnego z pre-

numeratorów KiB. Dopiero ci, którzy zdecydowali się wypełnić ankietę i odesłać ją na moje konto pocztowe, ujawnili swoje dane (zawsze swój adres e-mailowy, a najczęściej też imię i nazwisko). Tylko jedna z 861 osób, które wypełniły i odesłały mi ankietę, obawiała się ujawnić swój adres poczty elektronicznej oraz imię i nazwisko — odesłała mi wypełnioną ankietę w formie wydrukowanych stron. Ankietę w kopercie ze znaczkiem otrzymałem tradycyjną pocztą. Takie postępowanie tłumaczył respondent chęcią zachowania anonimowości.

Każda ankieta zawierała krótki tekst wyjaśniający przyczyny wysłania przeze mnie ankiety. Instrukcje dotyczące sposobu wypełniania ankiety umieściłem kursywą w nawiasach pod każdym pytaniem z osobna.

Pośród wysłanych przeze mnie 2002 ankiet, niewielka część (27 ankiet) nie mogła dotrzeć do adresatów z powodu awarii ich serwerów pocztowych lub błędnego wpisania przez prenumeratorów swego adresu e-mail (w tym drugim przypadku oznacza to, iż osoby te nie otrzymywały w ogóle elektronicznego wydania KiB — automat pocztowy gazety wysyłał w „próżnię” kolejne numery pisma do tych osób).

Charakterystyka badanej grupy

Płeć

Wśród prenumeratorów KiB występuje zdecydowana przewaga mężczyzn (98%) nad kobietami (2%). Choć obserwacja polskich list dyskusyjnych świadczy o liczebnej przewadze mężczyzn nad kobietami, jednak nie jest to przewaga tak przygniatająca.

Wiek

Z sumowania wyników poszczególnych grup wiekowych okazuje się, że czytelnicy elektronicznego wydania KiB to ludzie młodzi. Mimo że dodatek ten ma kolumnę poświęconą w całości grom, to gazeta ta nie cieszy się popularnością wśród uczniów szkół podstawowych. KiB ma tyle samo czytelników w wieku powyżej 60 lat, co poniżej 18.

Trzon prenumeratorów elektronicznego wydania KiB stanowią ludzie w wieku od 19 do 39 lat. Poniżej 15 lat — 0%, 15–18 — 2%, 19–24 — 20%, 25–29 — 20%, 30–39 — 28%, 40–49 — 16%, 50–59 — 12%, 60 i więcej — 2%.

Wysztalcenie

Internauci czytający KiB deklarują w większości wykształcenie wyższe.

Niemal zupełnie brak ludzi z wykształceniem na poziomie szkoły zawodowej, a także o wykształceniu podstawowym. Silną grupę stanowią uczniowie szkół średnich (19 %) oraz studenci (7 %). Wykształcenie podstawowe podawało 4% respondentów, zawodowe i niepełne średnie — nikt, średnie — 19%, niepełne wyższe (szkoła pomaturalna) — 7%, wyższe — 70%.

Zawód

Mimo iż pytanie o zawód było niezbyt precyzyjne — nie pytałem o zawód wykonywany, tylko o „zawód” — to z rodzaju udzielonych odpowiedzi wynika, że ta niedoskonała forma pytania była i tak czytelna dla respondentów (odpowiadali, że są dyrektorami, tłumaczami albo magistrami marketingu i zarządzania czy filologii angielskiej). Żadna z osób, które wypełniły ankietę, nie wpisała więcej niż jeden wykonywany zawód, co pozwala przypuszczać, iż w większości pracują one etatowo w jednej firmie. Pewna grupa respondentów udzieliła odpowiedzi bardzo precyzyjnej, np. „rektor uczelni takiej a takiej” czy „ambasador tu i tu”. W takich przypadkach odpowiedzi bardzo dokładnie dodawałem do grup pokrewnych, np. pracowników naukowych czy dyplomacji.

Analiza odpowiedzi na pytanie o wykształcenie i zawód wskazuje, że deklarujący wykształcenie wyższe podawali stan faktyczny, ponieważ większość wykonywanych przez respondentów zawodów wymaga przynajmniej tytułu magistra. Ponieważ jednak badani podawali bardzo często zawody o wysokim stopniu specjalizacji, w wielu przypadkach nie dało się ich połączyć w grupy zbliżonych do siebie zawodów. Zdecydowałem się dlatego skrócić listę prezentowanych zawodów do pierwszych dziesięciu najczęściej wykonywanych przez badanych.

Niepracujący zawodowo (21%) to: uczniowie 5%, studenci 16%. Pracujący — 79% — podawali zawody (pierwsze dziesięć miejsc na liście): informatyk 8,5%, specjalista 5,9%, pracownik naukowy 5,6%, administrator sieci komputerowej 4,2%, programista 3,6%, dyrektor 3,4%, nauczyciel akademicki 3,4%, asystent 2,9%, menadżer 2,8%, handlowiec 2,2%.

Miejsce zamieszkania

Bardzo interesująco wyglądają wyniki dotyczące miejsca zamieszkania. Pierwsza wersja dodatku „Komputery i Biuro” ukazywała się⁶ w Polsce południowej (w dawnych województwach: katowickim, krakowskim, nowosądeckim, tarnowskim oraz bielsko-bialskim). W innych częściach kraju dodatek

⁶ Mniej więcej od początku 1999 roku *Gazeta Wyborcza* zlikwidowała wszystkie dodatki komputerowe w całym kraju, a na ich miejsce stworzyła dodatek „Komputer”, który redagowany jest w Warszawie, a tworzą go dotychczasowi dziennikarze z całej Polski.

„Komputery i Biuro” miał inną treść, często objętość (znacznie mniej kolumn redakcyjnych), a czasami i tytuł, np. w woj. warszawskim było to „Biuro i Komputer”. Tymczasem wersja elektroniczna bez problemów znalazła czytelników nie tylko w różnych częściach Polski, ale również poza jej granicami. Świadczy to o wielkich możliwościach rozwoju prasy elektronicznej. Ze względu na nieograniczony do danego terytorium jej zasięg, redakcjom przybywa bardzo szybko firm, od których mogą pozyskiwać reklamy. Redakcja KiB nie wykorzystywała tej możliwości, a nawet wyłączyła zupełnie prezentacje reklam i ogłoszeń z wydania papierowego w wersji elektronicznej.

Ponieważ badania były przeprowadzane w 1998 roku, respondenci na pytanie o województwo odpowiadali stosownie do ówczesnego podziału administracyjnego Polski.

Prezentowane poniżej wyniki w punktach „Województwo, region, stan itp.” oraz „Miasto” ograniczone są do dziesięciu województw oraz miast najczęściej podawanych przez badanych. To spowodowało, że około 10 procent prenumeratorów KiB mieszkających za granicą nie zostało uwzględnionych — w przypadku innych krajów wystarczy informacja o nazwie kraju.

Największą popularnością elektroniczny KiB cieszył się w województwie warszawskim (czyli na terenie, gdzie się nie ukazywał jego odpowiednik papierowy). Respondenci z woj. warszawskiego często dopisywali do ankiety uwagi w stylu: „KiB elektroniczny to świetna gazeta, a nie takie byle co, jak u nas”.

Aktualne miejsce zamieszkania (kraj) to oczywiście Polska 37,5%.

W rozbiciu na województwa (dawne) wygląda to następująco (pierwsza dziesiątka): katowickie 21,5%, warszawskie 16,1%, krakowskie 14,9%, gdańskie 3,6%, wrocławskie 3,5%, bydgoskie 3,0%, poznańskie 2,8%, szczecińskie 2,5%, lubelskie 2,4%, łódzkie 2,4%.

Wśród miejscowości pierwsze miejsce zajmuje Warszawa 14,5%, a następnie Kraków 14,4%, Katowice 6,6%, Gliwice 3,4%, Wrocław 3,2%, Bydgoszcz 3,2%, Poznań 2,5%, Szczecin 2,3%, Łódź 2,0% i Gdańsk 1,8%.

Pierwszych dziesięć obcych krajów pochodzenia to Stany Zjednoczone 2,0%, Kanada 1,1%, Australia 1,0%, Niemcy 0,9%, Szwecja 0,6%, Japonia 0,3%, Austria 0,3% oraz po kilka osób: Francja, Wielka Brytania, Ghana, Holandia, Litwa, Portugalia, Słowacja.

Analiza odpowiedzi na pytanie dotyczące źródła wiedzy prenumeratorów o istnieniu wersji elektronicznej KiB świadczy o tym, iż największą rolę w popularyzowaniu tego periodyku odegrały osoby aktywne w lokalnych grupach społecznych. Od nich (w ankiecie: „od znajomych”), aż 37% późniejszych prenumeratorów dowiedziało się o istnieniu KiB w wersji elektronicznej (w wielu przypadkach w ogóle o istnieniu tego tytułu, ponieważ dodatek ten nie docierał do znacznej części Polski, nie mówiąc już o zagranicy).

Drugim źródłem wiedzy o elektronicznej wersji dodatku komputerowego były strony WWW (28%), wyprzedzając papierowe wydanie aż o 5%.

Omówienie ankiety

1. Skąd dowiedział się Pan/Pani, że „Komputery i Biuro” (KiB) są dostępne w wersji elektronicznej?

Fachowego czasopisma o tematyce komputerowej jako źródła informacji o KiB nie podaje nikt, natomiast różne inne źródła — 12%. Są to m.in.: grupa newsowa 4,2%, wykładowca, nauczyciel, gopher, sieć FidoNet, e-mail od Andrzeja Górcbiela, wyszukiwarka, Compuserve forum, Listserver. Kilka osób zwyczajnie nie pamiętało.

2. Dlaczego korzysta Pan/Pani z elektronicznego wydania KiB?

Ponieważ wersja elektroniczna KiB była rozsyłana co tydzień z niedzieli na poniedziałek, a wersja papierowa ukazywała się we wtorki, na pytanie o przy czynę korzystania z elektronicznej wersji dodatku najczęściej, bo 60% respondentów odpowiedziało, iż korzystają z niego ze względu na szybszy dostęp do informacji. Ponieważ respondenci na to pytanie mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi, dlatego podaję wyniki procentowe liczby osób z 861, która udzieliła danej odpowiedzi.

Natomiast spośród odpowiedzi „inna motywacja” zostały wybrane te najczęściej występujące (liczby w nawiasach to ilość tak udzielonych odpowiedzi).

Jako mniejszy koszt zdobycia informacji podało w odpowiedzi 42% respondentów. Gazeta w wersji „papierowej” jest w ich miejscu zamieszkania niedostępna — 30,23%, woli wersję elektroniczną 21%. Inne motywacje (9%), to: możliwość archiwizacji i szybkiego wyszukiwania tekstów 2,1%, wygodniejsze do czytania; z lenistwa — gazeta przychodzi do mnie sama; obszerniejsze wydanie niż papierowe; odnośniki są aktywne i szybko można połączyć się z opisywanymi stronami; nie czytam *GW*, ale sam KiB jest interesujący; aktualne wiadomości (kilka dni wcześniej dociera niż papierowa); brak reklam i ogłoszeń; szybki dostęp do informacji; nie trzeba pamiętać o zakupie.

3. Czy także korzysta Pan/Pani z wydania „papierowego” „KiB”?

Odpowiedzi na to pierwsze pytanie o stosunek prenumeratorów elektronicznej wersji KiB świadczą, że są oni zagorzałymi zwolennikami czytania prasy na monitorze swego komputera — aż 47% respondentów w ogóle nie korzysta z papierowej wersji KiB, a 49% tylko dorywczo. Jeżeli nie czytających w ogóle może tłumaczyć miejsce zamieszkania, do którego wersja papierowa KiB nie dociera, to osoby czytające dorywczo mają możliwość nabyć papierową wersję gazety, ale robią to sporadycznie.

4. Jak często czyta Pan/Pani wydanie elektroniczne KiB?

Pytanie to miało sprawdzić, czy wśród prenumeratorów KiB nie ma osób, które periodyku tego nie czytają. Okazało się, że tylko siedem procent respon-

dentów nie orientuje się, z jaką częstotliwością ukazuje się KiB. Aż 21 procent badanych czyta dodatek komputerowy dwa razy w tygodniu, co świadczy o dużym zainteresowaniu zawartością gazety. Muszę wspomnieć, że aż w kilkunastu ankietach czytelnicy wyrażali oburzenie, że się nie orientuje, z jaką częstotliwością ukazuje się KiB.

5. Gdzie przede wszystkim czyta Pan/Pani wydanie elektroniczne KiB?

Analiza odpowiedzi na to pytanie potwierdziła moje przypuszczenia, że wiele osób nie ma w domu komputera, przy którego pomocy mogłyby odbierać pocztę elektroniczną — 67 procent badanych czyta KiB w pracy, a 33 w domu. Najwięcej zachodu z czytaniem elektronicznej wersji KiB ma 13 prenumeratorów, którzy drukują otrzymany e-mailem KiB, a następnie czytają go w różnych środkach lokomocji. Początkowo przypuszczałem, że może korzystają z przenośnych komputerów, na które kopiują elektroniczny KiB, ale szczegółowa analiza ich ankiet wykazała, że drukują dodatek komputerowy (na pytanie o to, co by zmienili w elektronicznym KiB, pisali, iż format, bo obecnie ciężko się drukuje).

6. Od kiedy czyta Pan/Pani elektroniczne wydanie KiB?

Przeszło połowa respondentów prenumeruje KiB krócej niż rok, a osoby czytające od początku elektroniczną wersję KiB stanowią obecnie 9% wszystkich czytelników dodatku komputerowego. Dwa lata czyta 26%, a 3 lata — 14%.

7. Czy ktoś poza Panem/Panią korzysta z prenumerowanego przez Pana/Panią elektronicznego wydania KiB?

Okazało się, że pytanie o to, czy elektroniczne wydanie KiB prenumerowane przez daną osobę czyta jeszcze ktoś, było trafne. 18 procent badanych przyznało, że nie tylko oni korzystają z KiB prenumerowanego przez siebie. W kilku przypadkach było to powyżej 20 osób (głównie klasy w szkołach średnich).

8. Czy poza elektronicznym KIB prenumeruje Pan/Pani inne krajowe lub zagraniczne gazety wydawane w wersji elektronicznej?

Czytelnikom KiB w większości (74 procent) wystarcza ten tytuł spośród periodyków elektronicznych. Natomiast wśród prenumerujących inne pisma elektroniczne największą popularnością cieszą się *Donosy* (jedno z pierwszych niezależnych polskich pism elektronicznych). Poza nimi są to: *WebKurier*, *Wirtu@l*, *Chip*, *Tygodnik Finansowy*, *Media&Invest*, *Wiadomości dnia polska online*, *Enter*, *//WWW*, *PC Kurier*.

9. Czy prenumeruje Pan / Pani elektroniczne serwisy informacyjne?

Poniższym pytaniem chciałem sprawdzić, jakiego typu informacji poszukują wśród serwisów informacyjnych czytelnicy elektronicznego wydania KiB.

Twierdząco odpowiedziało 72%. Okazało się, że największe zapotrzebowanie istnieje na informacje z branży komputerowej (wynika to zapewne z faktu, iż KiB jest dodatkiem komputerowym, a więc jego czytelnicy interesują się komputerami — stąd taka popularność serwisów o tej tematyce). Pozostałe to serwisy komputerowe, ogólnoinformacyjne, ekonomiczne, polityczne, sportowe, naukowe, medyczne, hobbystyczne, wydawnicze.

10. Jakie gazety lub serwisy informacyjne w wersji WWW (World WideWeb) czyta Pan/Pani czasami?

Ranking popularności gazet i czasopism, jaki powstał z zestawienia odpowiedzi na to pytanie, dobitnie potwierdza opinię, że dzienniki internetowe cieszą się największą popularnością (głównie ze względu na częstość aktualizacji stron — a Internet pozwala przekształcić się dziennikom w nowoczesną agencję informacyjną, która podaje wiadomości kilka razy dziennie). Nieprzypadkowe jest tu trzecie miejsce *Chipa*, ponieważ serwis WWW tego czasopisma jest uaktualniany kilka razy dziennie (dodatkowo wzbogacony o audycje radiowe, które można odsłuchać korzystając z komputera).

Ciekawostką jest dziewiąta pozycja w tym rankingu Onetu (portalu internetowego, a nie gazety czy pisma). Jednak na jego stronach można znaleźć uaktualniane kilkanaście razy dziennie (pokonuje on prasę w rywalizacji o prymat w szybkości informowania) wiadomości ze świata, z kraju, kulturalne, muzyczne, z branży mediów, a także gospodarcze i sportowe. Portal Onet to przykład zupełnie nowego rodzaju medium wśród periodyków elektronicznych (jest on polskim odpowiednikiem portalu Yahoo!, Excite czy Lycosa).

A oto pierwsza dziesiątka:

<i>Rzeczpospolita</i> (http://www.rzeczpospolita.pl)	15,4%
<i>Gazeta Wyborcza</i> (http://www.gazeta.pl)	13,5%
<i>Chip</i> (http://www.chip.pl)	13,2%
<i>CNN</i> (http://www.cnn.com) i <i>CNN Europe</i>	6,5%
<i>SuperExpress</i> (http://www.se.com.pl/)	5,7%
<i>Wprost</i>	4,1%
<i>Dziennik Internetowy PAP</i> (http://www.pap.com.pl/dziennik)	3,5%
<i>Dziennik Polski</i> (http://www.dziennik.krakow.pl/)	3,2%
Onet (http://www.onet.pl)	2,9%
<i>Życie Warszawy</i> (http://www.zw.com.pl/)	2,6%
inne	23,7%

11. Czy są jakieś tematy, które szczególnie interesują Pana/Panią w elektronicznym wydaniu KiB? (jeśli tak, to proszę napisać jakie, nie więcej niż 5)

Pytanie miało sprecyzować zainteresowania czytelników KiB — sędzę, że poniższe wyniki z powodzeniem odzwierciedlać mogą nie tylko tematy, których szukają prenumeratorzy KiB, ale także wszyscy czytelnicy periodyków branży komputerowej. Wśród odpowiedzi policzonych jako „inne” znajdowały

się tematy humanistyczne, np. socjologiczne teksty o społeczności internetowej. Tak więc moich respondentów interesują:

nowości sprzętowe 22,3%, nowości oprogramowania 15,1%, aktualności 10,6%, Internet (w Polsce, na świecie, w biznesie i medycynie) 9,4%, ciekawe programy sharewarowe (kącik shareware) 7,5%, nowe technologie 7,4%, adresy i opisy stron WWW 5,8%, ciekawe strony w sieci 4,5%, nowości techniczne 4,0%, porady i kursy 3,7% i inne 11,6%.

12. Jaka ocenę wystawiłby Pan/Pani elektronicznej wersji KiB?

Ponieważ KiB elektroniczny od powstania w 1994 roku nie zmienił formuły prezentowania tekstów (sam tekst bez polskich znaków), postanowiłem sprawdzić, jakich zmian oczekują jego czytelnicy. Okazało się, że najbardziej im brakuje tego, co czytelników wydania papierowego często drażni — a mianowicie ogłoszeń i reklam. Niewiele mniejsza liczba głosów padła za dodaniem formatu HTML, czyli wersji WWW (pozwala ona na dodawanie grafiki, ustalanie różnych czcionek — generalnie zwiększa czytelność oraz atrakcyjność elektronicznego pisma).

Zupełnie niespodziewanym dla mnie postulatem było „usunięcie gier”, za którym opowiedziały się aż 43 osoby. Tłumaczyć to można wiekiem respondentów (mało jest uczniów szkół podstawowych). Niektórzy z apelujących o usunięcie gier twierdzili, iż poziom tej kolumny jest skandalicznie niski.

Ocena, jaką wystawili prenumerujący KiB temu pismu, powinna sprawić przyjemność dziennikarzom tworzącym go — średnia ocena to 4,2 (w skali 1 do 6).

Nie ma w ogóle czytelników, którzy wystawili ocenę mierną elektronicznemu wydaniu KiB (nikt nie dał „2”). Interesująca jest grupa czytelników, którzy dali pismu najniższą z możliwych not — dopisywali oni często, że prenumerują KiB „z przyzwyczajenia”, „bo zapominają z niego zrezygnować” lub „z nudów”. Mało jest też osób, które wystawiły najwyższą ocenę elektronicznej wersji dodatku komputerowego (7 procent).

13. Co by Pan/Pani zmienił lub dodał do obecnego wydania elektronicznego KiB?

Bardzo mało respondentów miało wyrobione zdanie co do wzorca, do jakiego powinien upodobnić się KiB. Za najciekawsze periodyki, w których kierunku KiB powinien się zbliżać, uznano *Chipa* i *Wirtu@l*.

A oto pragnienia czytelników „KiB” (z życzeniami występowało po kilkadziesiąt osób): dodać ogłoszenia z cennikami na końcu; format HTML (wersję WWW); uzupełnić o grafikę; usunąć gry; więcej informacji; dodać polskie znaki; odnośniki wewnętrzne do artykułów; odnośniki; więcej o oprogramowaniu; więcej opisów stron WWW.

Wśród osób, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie była też grupa zwolenników utrzymania obecnego wyglądu dodatku KiB.

14. *Jeśli ma Pan/Pani wyrobione na ten temat zdanie, to do jakiej innej wersji gazety wydanie elektroniczne KiB powinno być podobne?*

Wyrobione zdanie miało kilkadziesiąt osób. Według nich wzorem (w malejącej kolejności) powinien być: *Chip*, *Wirtu@l*, *WebKurier* (wygląd, nie treść — 8 odpowiedzi), *New York Times*, *OnetPl* (tygodnik emailowy), *Headline-News CNN*, *Linux Journal*, *MSNBC*, *PC Magazine*.

15. *Czy w ostatnich 12 miesiącach brał Pan/Pani udział w różnych akcjach, konkursach czy kampaniach organizowanych przez prenumerowane przez Pana/Panią elektroniczne wydanie KiB lub przez inne instytucje na jej łamach (proszę podać jakie)?*

Postanowiłem sprawdzić, w jakim stopniu pismo elektroniczne wyzwala interakcje. Wyniki okazały się niezwykle mizerne — tylko 36 z 861 osób w ciągu listopada 1997–października 1998 wzięło udział w różnych akcjach i konkursach, o których mowa była w KiB. Tak niski odzew ze strony prenumeratorów elektronicznego wydania KiB może tłumaczyć fakt, iż ani jedna z akcji organizowanych przez redakcję nie była bezpośrednio do nich adresowana. O rzeczywistym stopniu zaangażowania i gotowości do interakcji czytelników elektronicznego wydania dodatku może świadczyć bardzo duża liczba odpowiedzi nadesłanych na moją ankietę (ponad 43 procent). Wymienione zaś akcje, to: darmole; konkurs wydawnictwa Helion; konkursy organizowane przez *Chipa*, rozdawanie shareware, akcja pisania listów do TP SA w sprawie obniżenia ceny impulsów.

16. *Jakie „papierowe” gazety i czasopisma czyta Pan/Pani stale i dorywczo?*

Tym dwuczłonowym pytaniem chciałem sprawdzić przywiązanie czytelników KiB do papierowych gazet i czasopism. Wynik przerósł moje najśmielsze oczekiwania — po zsumowaniu odpowiedzi (każdy respondent mógł podać dowolną liczbę czytanych przez siebie periodyków w wersji drukowanej) okazało się, że tradycyjna prasa polskojęzyczna nie jest zagrożona w żadnym stopniu przez elektroniczne periodyki. Patrząc na tytuły pojawiające się w pierwszych dziesiątkach pism czytanych „stale” oraz „dorywczo”, nasuwa się spostrzeżenie, iż wersje papierowe tytułów, które mają swoje serwisy w Internecie, cieszą się największą popularnością wśród użytkowników globalnej sieci komputerowej.

W pierwszej dziesiątce stale czytanych pism, w malejącej kolejności mieszczą się: *Chip*, *Gazeta Wyborcza*, *PC World Komputer*, *Wprost*, *Polityka*, *PC Kurier*, *Rzeczpospolita*, *Enter*, *Computerworld*, *PC Magazine*.

Trzy tytuły wymieniało kilkunastu respondentów, 55 — od dziesięciu do dwóch. Po jednym stałym czytelniku, w Polsce i za granicą, miało 107 pism.

Wśród gazet i czasopism czytanych dorywczo w pierwszej kolejności wymieniane są przez kilkuset — kilkudziesięciu respondentów te same pisma, co czytane stale. 36 tytułów wymienia od ośmiu do dwóch respondentów, 75 respondentów wymienia wśród czytanych od czasu do czasu jeden tytuł.

*

Badania stanowiły fragment większej pracy, w której udowodniłem, że Internet to nowe medium masowe, a nie tylko nowinka techniczna. Najdobitniej o roli, jaką odgrywa Internet, świadczą wyniki badań, a szczególnie odpowiedź na pytanie: „Czy także korzysta Pan/Pani z wydania «papierowego» KiB?”. Odpowiedź „Tak, stale” wybrało zaledwie 5 procent respondentów. Natomiast „Dorywczo” 49 proc. i „Nie korzystam” 47 procent. Wyniki te świetnie ilustrują pozycję globalnej sieci komputerowej wśród ludzi z niej korzystających — większość z nich traktuje ją jako najlepsze i najszybsze źródło informacji.

W trakcie pisania tej pracy w Internecie została przekroczona niewyobrażalna dla przeciętnego człowieka liczba dostępnych stron WWW — na początku maja 1999 było ich ponad 180 mln⁷.

Globalna sieć komputerowa Internet coraz mocniej zagnieżdża się w świadomości społeczeństwa polskiego — bardzo często staje się tematem dyskusji. Niezwykle rzadko pojawiają się już artykuły w prasie drukowanej, które informują czym jest Sieć. Od zimy 1998 r. nawet w pismach kobiecych (np. *Cosmopolitan*) pojawiły się stałe rubryki omawiające ciekawe witryny internetowe.

Korzystając z gościnności *Zeszytów Prasoznawczych* chciałem przestrzec wszystkich zamierzających badać różne aspekty działania i rozwoju Internetu — globalna sieć komputerowa zmienia się tak szybko, że bez pomocy kilkuosobowego zespołu badawczego nie da się wykonać analizy zjawisk w niej zachodzących. Jest tego jedna, dosyć banalna przyczyna — badanie Sieci w pojedynkę oznacza długotrwałą pracę, a to z kolei spowoduje, iż wyniki badań w momencie ich publikowania będą nieaktualne.

W tym miejscu chciałbym jeszcze raz podziękować wszystkim, których pomoc przyczyniła się do powstania tej pracy w tak krótkim czasie.

⁷ Dane te pochodzą z poważnego serwisu zajmującego się badaniem Internetu — <http://www.cyberatlas.com>.

USTAWA O JĘZYKU POLSKIM

W Dzienniku Ustaw RP nr 90 z 8 listopada 1999 r. poz. 999, ukazała się Ustawa o języku polskim, która wejdzie w życie w maju 2000 roku, tzn. w sześć miesięcy od dnia jej ogłoszenia.

USTAWA z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim

Parlament Rzeczypospolitej Polskiej:

— zważywszy, że język polski stanowi podstawowy element narodowej tożsamości i jest dobrem narodowej kultury,

— zważywszy na doświadczenie historii, kiedy walka zaborców i okupantów z językiem polskim była narzędziem wynaradawiania,

— uznając konieczność ochrony tożsamości narodowej w procesie globalizacji,

— uznając, że polska kultura stanowi wkład w budowę wspólnej, różnorodnej kulturowo Europy, a zachowanie tej kultury i jej rozwój jest możliwy tylko poprzez ochronę języka polskiego,

— uznając tę ochronę za obowiązek wszystkich organów i instytucji publicznych Rzeczypospolitej Polskiej i powinność jej obywateli

uchwała niniejszą ustawę.

Rozdział 1 Przepisy ogólne

Art. 1. Przepisy ustawy dotyczą ochrony języka polskiego i używania go w działalności publicznej oraz w obrocie prawnym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Art. 2. Ustawa nie narusza:

- 1) przepisów ustaw o stosunku państwa do kościołów i innych związków wyznaniowych, w szczególności dotyczących uprawiania kultu i praktyk religijnych,
- 2) praw mniejszości narodowych i grup etnicznych.

Art. 3. 1. Ochrona języka polskiego polega w szczególności na:

- 1) dbaniu o poprawne używanie języka i doskonaleniu sprawności językowej jego użytkowników oraz na stwarzaniu warunków do właściwego rozwoju języka jako narzędzia międzyludzkiej komunikacji,
- 2) przeciwdziałaniu jego wulgaryzacji,
- 3) szerzeniu wiedzy o nim i jego roli w kulturze,
- 4) upowszechnianiu szacunku dla regionalizmów i gwar, a także przeciwdziałaniu ich zanikowi,
- 5) promocji języka polskiego w świecie,
- 6) wspieraniu nauczania języka polskiego w kraju i za granicą.

2. Do ochrony języka polskiego są obowiązane wszystkie organy władzy publicznej oraz instytucje i organizacje uczestniczące w życiu publicznym.

3. Minister właściwy do spraw oświaty i wychowania określa, w drodze rozporządzenia, zasady prowadzenia egzaminów państwowych z języka polskiego dla cudzoziemców ubiegających się o urzędowe poświadczenie jego znajomości.

Art. 4. Język polski jest językiem urzędowym:

- 1) konstytucyjnych organów państwa,
- 2) organów jednostek samorządu terytorialnego i podległych im instytucji w zakresie, w jakim wykonują zadania publiczne,
- 3) terenowych organów administracji publicznej,
- 4) instytucji powołanych do realizacji określonych zadań publicznych,
- 5) organów, instytucji i urzędów podległych organom wymienionym w pkt 1 i pkt 3, powołanych w celu realizacji zadań tych organów, a także organów państwowych osób prawnych w zakresie, w jakim wykonują zadania publiczne,
- 6) organów samorządu innego niż samorząd terytorialny oraz organów organizacji społecznych, zawodowych, spółdzielczych i innych podmiotów wykonujących zadania publiczne.

Rozdział 2

Ochrona prawna języka polskiego w życiu publicznym

Art. 5. 1. Podmioty wykonujące zadania publiczne na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej dokonują wszelkich czynności urzędowych w języku polskim, chyba że przepisy szczególne stanowią inaczej.

2. Przepis ust. 1 stosuje się odpowiednio do oświadczeń składanych organom, o których mowa w art. 4.

Art. 6. Umowy międzynarodowe zawierane przez Rzeczpospolitą Polską powinny mieć polską wersję językową, stanowiącą podstawę wykładni, chyba że przepisy szczególne stanowią inaczej.

Art. 7. 1. Języka polskiego używa się w obrocie prawnym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej pomiędzy podmiotami polskimi oraz gdy jedną ze stron jest podmiot polski. Dotyczy to w szczególności nazewnictwa towarów i usług, ofert, reklamy, instrukcji obsługi, informacji o właściwościach towarów i usług, warunków gwarancji, faktur, rachunków i pokwitowań.

2. Podmiotem polskim w rozumieniu ustawy jest:

- 1) osoba fizyczna mająca miejsce zamieszkania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej,
- 2) osoba prawna lub jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej — prowadząca działalność na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

3. Posługiwanie się w obrocie prawnym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej wyłącznie obcojęzycznymi określeniami, z wyjątkiem nazw własnych, jest zakazane.

4. Obcojęzyczne opisy towarów i usług oraz obcojęzyczne oferty i reklamy wprowadzane do obrotu prawnego, o którym mowa w ust. 1, muszą jednocześnie mieć polską wersję językową.

5. Kontrolę wykonywania obowiązków, o których mowa w ust. 1, 3 i 4, sprawuje Inspekcja Handlowa oraz Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Art. 8. 1. Jeżeli stroną umowy, której wykonanie ma nastąpić na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, jest podmiot polski, umowę sporządza się w języku polskim.

2. Umowa sporządzona w języku polskim może mieć wersję lub wersje obcojęzyczne. Jeżeli strony nie postanowiły inaczej, podstawą wykładni takiej umowy jest jej wersja polskojęzyczna.

3. Do umów zawartych z naruszeniem ust. 1 i 2 stosuje się odpowiednio art. 74 § 1 zdanie pierwsze oraz art. 74 § 2 Kodeksu cywilnego; umowa sporządzona w języku obcym nie stanowi uprawdopodobnienia faktu dokonania czynności prawnej, o którym mowa w art. 74 § 2 Kodeksu cywilnego.

Art. 9. Język polski jest językiem nauczania oraz językiem egzaminów i prac dyplomowych w szkołach publicznych i niepublicznych wszystkich typów, w państwowych i niepaństwowych szkołach wyższych oraz w placówkach oświatowych i innych instytucjach edukacyjnych, chyba że przepisy szczególne stanowią inaczej.

Art. 10. 1. Napisy i informacje w urzędach i instytucjach użyteczności publicznej, a także przeznaczone do odbioru publicznego oraz w środkach transportu publicznego sporządza się w języku polskim.

2. Nazwom i tekstom w języku polskim mogą towarzyszyć wersje w przekładzie na język obcy w wypadkach i granicach określonych w rozporządzeniu ministra właściwego do spraw administracji publicznej.

Art. 11. Przepisy art. 5–7 oraz art. 9 i art. 10 nie dotyczą:

- 1) nazw własnych,
- 2) obcojęzycznych dzienników, czasopism, książek oraz programów komputerowych, z wyjątkiem ich opisów i instrukcji,
- 3) działalności dydaktycznej i naukowej szkół wyższych, szkół i klas z obcym językiem wykładowym lub dwujęzycznych, nauczycielskich kolegiów języków obcych, a także nauczania innych przedmiotów, jeżeli jest to zgodne z przepisami szczególnymi,
- 4) twórczości naukowej i artystycznej,
- 5) zwyczajowo stosowanej terminologii naukowej i technicznej,
- 6) znaków towarowych, nazw handlowych oraz oznaczeń pochodzenia towarów i usług.

Rozdział 3 Rada Języka Polskiego i jej kompetencje

Art. 12. 1. Instytucją opiniodawczo-doradczą w sprawach używania języka polskiego jest Rada Języka Polskiego, zwana dalej Radą, działająca jako komitet problemowy w rozumieniu art. 34 ustawy z dnia 25 kwietnia 1997 r. o Polskiej Akademii Nauk (Dz.U. Nr 75, poz. 469 i Nr 141, poz. 943).

2. Nie rzadziej niż co dwa lata Rada przedstawi Sejmowi i Senatowi sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego w rozumieniu art. 3.

Art. 13. 1. Rada, na wniosek ministra właściwego do spraw kultury, ministra właściwego do spraw oświaty i wychowania, Prezesa Polskiej Akademii Nauk lub z własnej inicjatywy wyraża, w drodze uchwały, opinie o używaniu języka polskiego w działalności publicznej i obrocie prawnym oraz ustala zasady ortografii i interpunkcji języka polskiego.

2. Towarzystwa naukowe, stowarzyszenia twórców i szkoły wyższe mogą zwracać się do Rady w sprawach używania języka polskiego.

Art. 14. 1. Każdy organ, o którym mowa w art. 4, może zasięgnąć opinii Rady w wypadku wystąpienia w toku czynności urzędowych istotnych wątpliwości dotyczących użycia języka polskiego.

2. Producent, importer oraz dystrybutor towaru lub usługi, dla których w języku polskim brak jest odpowiedniej nazwy, może wystąpić z wnioskiem do Rady o udzielenie opinii co do odpowiedniej formy językowej dla oznaczenia tego towaru lub usługi.

Rozdział 4 Przepisy karne

Art. 15. 1. Kto w obrocie prawnym na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej stosuje wyłącznie obcojęzyczne nazewnictwo towarów i usług, ofert, reklam, instrukcji obsługi, informacji o właściwościach towarów i usług, warunków gwarancji faktur, rachunku i pokwitowań, z pominięciem polskiej wersji językowej, podlega karze grzywny.

2. W razie ukarania za wykroczenia, o których mowa w ust. 1, można orzec nawiązkę nie wyższą niż 100 000 złotych z przeznaczeniem na Fundusz Promocji Twórczości ustanowiony na podstawie art. 111 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. Nr 24, poz. 83 i Nr 43, poz. 170 oraz z 1997 r. Nr 43, poz. 272 i Nr 88, poz. 554).

Rozdział 5 Zmiany w przepisach obowiązujących i przepisy końcowe

Art. 16. W ustawie z dnia 26 stycznia 1984 r. - Prawo prasowe (Dz.U. Nr 5, poz. 24, z 1988 r. Nr 41, poz. 324, z 1989 r. Nr 34, poz. 187, z 1990 r. Nr 29, poz. 173, z 1991 r. Nr 100, poz. 442, z 1996 r. Nr 114, poz. 542 oraz z 1997 r. Nr 88, poz. 554 i Nr 121, poz. 770) wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 12 w ust. 1 w pkt 2 kropkę na końcu zastępuje się przecinkiem oraz dodaje pkt 3 w brzmieniu:

„3) dbać o poprawność języka i unikać używania wulgaryzmów.”;

2) w art. 25 w ust. 4 dodaje się zdanie drugie w brzmieniu:

„Jest również obowiązany do dbania o poprawność języka materiałów prasowych oraz przeciwdziałania jego wulgaryzacji.”.

Art. 17. W ustawie z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 1993 r. Nr 7 poz. 34, z 1995 r. Nr 66, poz. 335 i Nr 142, poz. 701, z 1996 r. Nr 106, poz. 496 oraz z 1997 r. Nr 88, poz. 554 i Nr 121, poz. 770) wprowadza się następujące zmiany:

1) w art. 18 dodaje się ust. 5 w brzmieniu:

„5. Nadawcy dbają o poprawność języka swoich programów i przeciwdziałają jego wulgaryzacji.”;

2) w art. 21 w ust. 1 dodaje się pkt 6a w brzmieniu:

„6a) upowszechnianie wiedzy o języku polskim,”.

Art. 18. Traci moc dekret z dnia 30 listopada 1945 r. o języku państwowym i języku urzędowania rządowych i samorządowych władz administracyjnych (Dz.U. Nr 57, poz. 324).

Art. 19. Ustawa wchodzi w życie po upływie 6 miesięcy od dnia ogłoszenia.

Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej: *A. Kwaśniewski*

PRASA LWOWA I KRAKOWA

KRAKÓW — LWÓW. Książki, czasopisma, biblioteki XIX i XX wieku. Tom IV, pod redakcją Jerzego Jarowieckiego. Wydawnictwo Naukowe WSP. Kraków 1999. S. 426, nlb. 6.

Obszerny tom zawiera teksty 30 referatów i komunikatów przedstawionych podczas IV Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej pt. „Książki, czasopisma, biblioteki Krakowa i Lwowa XIX i XX wieku” (4–5 XI 1997); 12 z nich dotyczy czasopiśmiennictwa; dominuje tematyka prasy krakowskiej (6) i aspekt historyczny (6). W przeważającej mierze publikacje są rezultatem prac naukowych wykonywanych w Instytucie Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej Akademii Pedagogicznej.

Dotychczasową lukę w opracowaniach dotyczących prasy lwowskiej wypełniło obszernie studium Jerzego J a r o w i e c k i e g o na temat typologii i statystyki prasy lwowskiej w latach 1864–1939, a więc w najbardziej istotnych okresach dziejów prasy tego środowiska. Poczynając od połowy XIX w. działalność wydawnicza we Lwowie wykazuje gwałtowny rozwój. Na przełomie wieków, a zwłaszcza w okresie poprzedzającym wybuch I wojny światowej Lwów staje się na ziemiach polskich czołowym ośrodkiem wydawniczym; np. w latach 1900–1914 corocznie ukazywało się od 8 do 12 dzienników (1910–1912). W przeciwieństwie do środowiska warszawskiego, we Lwowie nie wykształtowały się tygodniki społeczno-kulturalne, polityczne (typu *Przeglądu Tygodniowego*). Związane jest to z austriackim prawem praso-

wym, które nie ułatwiało prowadzenia tego rodzaju działalności. We Lwowie wytworzone zostało natomiast na przełomie stuleci istotne centrum wydawnicze czasopism naukowych. Ożywioną działalność wydawniczą załamały wydarzenia wojenne. Z 248 czasopism w 1912 r. w trzy lata później na rynku wydawniczym pozostało tylko 138 tytułów, zaś w 1919 r. — 119.

Dawnej pozycji środowisko to nie odzyskało już nigdy (wiąże się to m.in. z utratą dawnego statusu, który zajmował Lwów w monarchii austriackiej), mimo dużej aktywności wydawniczej w okresie międzywojennym. Pod względem tempa wzrostu działalności wydawniczej Lwów ustępował — wg wyliczeń Jarowieckiego — Poznaniowi, Warszawie i Wilnu.

Autor — uwzględniając strukturę narodowościową i językową — w rozmaitych przekrojach (m.in. częstotliwości, żywotności, tematyki) podejmuje szczegółową charakterystykę tej prasy, zaznaczając, iż jej ilość, możliwość oddziaływania, spełniane funkcje były uzależnione od wielu czynników. Nie wszystkie z nich zostały dostatecznie rozpoznane. Wiele dziś wiemy o warunkach politycznych, prawno-ustrojowych i demograficznych; do szczegółowego opisania pozostają nadal kwestie gospodarcze, kulturalne i techniczne.

Kontynuacją rozważań Jarowieckiego jest rozprawa Grażyny W r o n y, dotycząca czasopism naukowych w międzywojniu. Autorka szczegółowo analizuje 50 tytułów (wśród nich znajduje się 15 tytułów sprzed 1918 r.). Wydawcą większości z nich (33) były towarzystwa (stowarzyszenia) naukowe; szkoły wyższe wydawały 4 tytuły, biblioteki, muzea — 3. Wśród lwowskich czasopism naukowych dominowały czasopisma humanistyczne — 27

tytułów (nauki historyczne — 10, filozoficzne — 6, teologia oraz prawo i ekonomia — po 3 tytuły; księgoznawstwo i pedagogika — po 2 tytuły, etnografia — 1).

Henryka K r a m a r z omówiła działalność publicystyczno-dziennikarską Tadeusza Rutowskiego (1852–1918) — dziennikarza zaliczanego do grona „romantycznych, wrażliwych pozytywistów, którzy mierzyli siły na zamiary”. Postać godna obszernej biografii, tym bardziej, iż jego publicystyka — jak podkreśla autorka — „stanowi frapującą lekturę historyczną, która wciąga w ogień polemik i dyskusji, ukazujących polaryzowanie się centrowych poglądów i postaw Polskiego Stronnictwa Demokratycznego”. T. Rutowskiego spotykamy w Krakowie jako jednego z założycieli i współredaktorów liberalno-demokratycznej *Reformy* (1882; następnie *Nowa Reforma*); od 1884 r. — we Lwowie, gdzie prowadził ożywioną i intensywną działalność wydawniczo-publicystyczną, szczególnie na łamach *Słowa Polskiego*. Przymiotnik „krakowskie” *Słowo Polskie* traktować musimy jako przykry błąd redakcyjny lub niefortunny lapsus autorki.

Sześć kolejnych rozpraw dotyczy środowiska krakowskiego; dwie z nich odnoszą się do czasów współczesnych.

W finezyjnym i erudycyjnym szkicu zatytułowanym „Arcyapostol cywilizacji *Przekroju*” Jerzy S. O s s o w s k i omawia znany (lecz dotąd nieanalizowany naukowo szerzej) rozdział z dziejów popularnego magazynu — współpracę Konstantego Ildefonsa Gałczyńskiego z tym tygodnikiem. Braku wyważonej oceny, sine ira et studio, nie zastępują gorące opinie krytyków. J. S. Ossowski — chyba jeden z pierwszych — próbuje w tej ocenie odstąpić od dotychczasowych zabiegów „obrachunkowych”. Stąd pod jego konstatacjami podpiszą się i ci, którzy w twórczości literackiej poszukują wzruszenia, wrażliwości na dobro i piękno. „Od spraw publicznych «idei i wiary» uciekał [K.I.G.] w prywatne, subiektywne utopie spraw ludzkich, ciepła rodzinnego, prostych wzruszeń, zachwyty nad sztuką, kolorystyką przyrody i barwami świata. W moim przekonaniu właśnie to przemawianie głosem spraw ludzkich, zrozumiałym, serdecznym, przerywanym przez wzruszenie, zapewnia mu trwałe przymierze z czytelnikami w smutnym i barbarzyńskim wieku XX”.

1996

Próbie charakterystyki statystyczno-typologicznej prasy krakowskiej w 1966 r. w rozmaitych aspektach przedstawił Władysław K o l a s a. Studium jest przykładem solidnego opracowania, godnego rozszerzenia na inne regiony. Porównując opracowania odnoszące się do innych podobnych regionów moglibyśmy szczegółowo określić charakter krakowskiego środowiska. Brak tego rodzaju opracowań powoduje, iż wszelkie oceny krakowskiego rynku prasowo-wydawniczego musimy przyjmować z pewną dozą krytycyzmu, z niektórymi zaś polemizować. Autor pisze, iż krakowskie czasopiśmiennictwo cechuje „wszechstronność przejawiająca się w tematycznej różnorodności”, dodając: „jednocześnie brak znamion prasy centralnej, czyli wysokonakładowych pism opinii i dzienników o zasięgu ogólnokrajowym”. Z pierwszą częścią stwierdzenia się zgodzę, z drugą zaś — nie. Posiada przecież Kraków i *Tygodnik Powszechny*, i *Przekrój*, zaś w okresie powojennym (nie licząc gazet sportowych) żaden ośrodek nie powołał (i chyba nie próbował) dziennika ogólnokrajowego. Wyliczenia swe autor oparł na danych zaczerpniętych z *Katalogu mediów polskich*, uzupełnionych plonem własnych kwerend; żałować trzeba, iż w aneksie nie znalazł się wykaz pism pominiętych (niedostrzeżonych?) w *Katalogu*. W egzemplifikacji wywodów spotkał się kilka błędnych informacji (przekłamanie technik komputerowych?). Trudno np. za krakowski uznać magazyn *Rezydencje* czy ewangelickie *Słowo i Myśl*, *Lekarz Rodzinny* chyba nie był pismem naukowym. *FilmPro* — nie był pismem naukowym, zaś *Easy Rider* — fachowym; trudno do grupy pism społeczno-kulturalnych zaliczać *Więści*.

Cztery dalsze rozprawy dotyczą problematyki historycznej. Ewa W ó j c i k opisuje *Kalendarz Ilustrowanego Kuriera Codziennego* (i mało znany epizod — próby kontynuacji tego wydawnictwa po roku 1939). Równie dziewiczy temat podejmuje Adam B a ñ d o — próbę analizy dodatku do *Ilustrowanego Kuriera Codziennego* — *Kuriera Literacko-Naukowego*. Artykuł przeczytałam z dużym zadowoleniem i z wywodami autora prawie że się zgadzam całkowicie. Ale skąd się wzięła próba porównywania tego pisma z czasopismami dla młodzieży? Bardziej pouczające i kształcające byłoby porównanie *KL-N* — typowego przecież magazynu kulturalnego, np. z *Wiadomościami Literackimi* czy też z *Tygodni-*

kiem *Ilustrowanym*. Do artykułu wkradło się kilka przykrych błędów literowych, szczególnie w nazwiskach. Np. winno być: Kazimierz Sosnowski — nie Sosnkowski; Jola Fuchsozna — nie Fuschówna; Juliusz Pagaczewski — nie Juliusz Pogaczewski.

Alfred T o c z e k omawia ostatni (1920–1934) krakowski okres *Czasu*, który w czasie swej prosperity tworzył w Krakowie ważne środowisko intelektualne. Autor szczegółowo charakteryzuje zespoły redakcyjne i kręgi współpracowników, wśród których znajduje wielu przedstawicieli elit intelektualnych i artystokratycznych.

Krzysztof W o ź n i a k o w s k i zajął się nie omawianym dotąd szerzej aspektem współpracy Eugeniusza Kolanki z prasą gadzinową (m.in. *Gazeta Lwowska*, *Ilustrowany Kurier Polski*); na łamach tych pism (i innych) opublikował 63 wiersze i fraszki oraz 4 humoreski. Z początku dominowała tematyka antyradziecka; gdy zorientował się, iż znalazł się w nie dość zręcznej pozycji, zrezygnował z tematyki politycznej i „wtopił się w główny nurt tolerowanego przez Niemców polskiego wierszopisarstwa Generalnego Gubernatorstwa”.

Tom zamykają 2 raporty Władysława K o l a s y i Andrzeja C h l i p a c k i e g o na temat bujnie rozwijającego się tzw. „czasopiśmiennictwa kresowego” (W. Kolasa rejestruje ich aż 77 tytułów). Piszę „tzw. czasopiśmiennictwo kresowe”, gdyż w polskim nazewnictwie prasowym określenie „czasopisma kresowe” odnosi się do grupy czasopism ukazujących się na kresach. Dla nazwania pism omawianych przez Kolasę (cenić trzeba docieklivość autora w rejestracji tych przedsięwzięć) — ukazujących się w różnych miejscowościach (często poza granicami kraju) — najważniejsze wydaje się określenie „czasopisma dotyczące kresów”. Są to często pisma wydawane przez grupy ziomkowskie (lub ludzi z nimi sympatyzujących), ale termin „czasopismo ziomkowskie” ma już ustalone (utrwalone) znaczenie, i to najczęściej o wymowie pejoratywnej. Może je zastąpić innym określeniem — „czasopisma małych ojczyzn” — w odniesieniu do programów wydawniczych (intencji) wielu z tych pism byłoby ono adekwatne. Dziwnie mnie zaskoczyło (w publikacji Chlipackiego) podawanie czasu ukazowania się *Gazety Lwowskiej* na lata 1811–1944 bez żadnego komentarza.

Sylwester Dziki

STARA I MŁODA PRASA

STARA I MŁODA PRASA. Przyczynek do historii literatury ojczystej 1866–1872. Kartki ze wspomnień Eksdziennikarza [Walerzy Przyborowski? Julian Kaliszewski?]. Przygotowała do druku i posłowiem opatrzyła Dobrosława Ś w i e r c z y Ń s k a. Instytut Badań Literackich PAN. Warszawa 1998. S. 208 + nlb.

„Stara i młoda prasa” wydana pod pseudonimem przed stu laty (1896) w Krakowie w drukarni W. L. Anczyca należała (i należy chyba) do tych publikacji, do których sięga każdy autor piszący o literaturze (zwłaszcza prasie) warszawskiego pozytywizmu. I każdy z nich bezkrytycznie jej autorstwo przypisywał Waleremu Przyborowskiemu (1845–1913). Tak też postąpił Adam Bar w swoim „Słowniku pseudonimów i kryptonimów pisarzy polskich” (Kraków 1936), a jeszcze wcześniej Gabriel Korbut w swojej „Literaturze polskiej...” (Warszawa 1931, t. 4, s. 142). Problemu autorstwa „Starej i młodej prasy” nie dostrzegali również autorzy biogramu (Stefan Kieniewicz, Gertruda Skotnicka) w „Polskim słowniku biograficznym” (t. 29: 1986, s. 81). Wątpliwości te zauważa „Słownik pseudonimów pisarzy polskich” pod red. Edmunda Jankowskiego (Wrocław 1994). W zespole opracowującym „Słownik” autorka — D. Świerczyńska — była redaktorką działu pozytywizmu. Pozornie więc żaden z tych autorów nie popełniał większego błędu — miał przecież do dyspozycji dostateczną i poważną bazę dokumentacyjną.

Dopiero przed 11 laty Dobrosława Świerczyńska na łamach *Pamiętnika Literackiego* (79: 1988 z. 3, s. 171–202) opublikowała wnikliwą publikację pt. „Walerzy Przyborowski czy Eksdziennikarz? Rozważania o autorstwie «Starej i młodej prasy»” (nieznacznie zmodyfikowana wersja tego artykułu została wykorzystana przez autorkę jako Posłowie w omawianej tu publikacji).

Mimo iż od ukazania się tej publikacji upłynęło aż 11 lat, nikt nie podjął polemiki z autorką. A więc sprawę autorstwa „Starej i młodej prasy” można uważać za rozstrzygniętą? Daleki jestem od takiego kategorycznego stwierdzenia, tym bardziej że potwierdzenia te-

go nie znalazłem w publikacjach autorki. Zaś na karcie tytułowej omawianej publikacji znajdują się 2 nazwiska, oczywiście że ze znamiem zapytania.

W trakcie lektury tego wnikliwego tekstu mogłem, z jednej strony, zrekonstruować swój sąd na temat wątplych podstaw, na podstawie których przypisywano autorstwo publikacji Przyborowskiemu. Z drugiej zaś poznawałem szeroko rozbudowane wywody mogące udowodnić, iż rzeczywistym autorem może być inny, dziś zapomniany warszawski eksliterat, eksdziennikarz Julian Gaudenty Napoleon Kaliszewski (1845?–1909), znany pod pseudonimem Klin. Nie miejsce tu nawet w wyborze przytaczać te wywody. Wykorzystując różne podejścia do próby ustalenia rzeczywistego autorstwa „Starej i młodej prasy” (m.in. porównywanie sylwetki Kaliszewskiego z informacjami zawartymi w tej książce i opiniami współczesnych), autorka w pewnym miejscu pisze: „niektóre partie «Starej i młodej prasy» przypominają publicystykę Jeske-Choińskiego, inne — prace Chmielowskiego (...), jeszcze inne robią wrażenie, jakby wyszły spod pióra Świętochowskiego lub Wiślickiego; ale nie Przyborowskiego” (s. 183). Ciekawe, oczywiście opinia ta nie przesądza o możliwości poszukiwania dalszych autorów. Może to jedynie dowodzić, iż Eksdziennikarz dość swobodnie poczynił sobie z dorobkiem obcych autorów. Swoje rozważania autorka kończy następującą konstatacją: „Powyższe rozważania są — o ile wiem — pierwszą pracą dotyczącą autorstwa «Starej i młodej prasy». Dotąd nie udowodniono autorstwa Przyborowskiego, ale i zasadniczo nie kwestionowano go. Staralam się zgromadzić ważniejsze w moim przekonaniu argumenty, właśnie kwestionujące relację: Eksdziennikarz = Przyborowski, a sugerujące rozwiązanie: Eksdziennikarz = Kaliszewski. Czy zabiegi te były właściwe, pokażą — być może — dyskusja oraz dalsze badania” (*Pamiętnik Literacki*, op. cit., s. 202).

*

XIX-wieczna edycja „Starej i młodej prasy” była raczej książką trudno dostępną dla czytelnika, z uwagi na drobiazgowo bogactwo faktograficzne i — często — zbyt subiektywne oceny, w dużych fragmentach nieczytelna.

Stąd słowa uznania dla wydawcy, który udostępnił nam ten interesujący dokument. Słowa uznania należą się wreszcie autorce tej edycji, która książkę uzupełniła erudycyjnymi przypisami. Książka ta stała się pozycją czytelną nie tylko dla początkującego badacza, ale i studenta.

Józef Waluś

PRASA OKUPOWANEGO LWOWA

Agnieszka C ie ś l i k o w a: PRASA OKUPOWANEGO LWOWA. Wydawnictwo Meriton, Warszawa 1997. S. 335, nlb 16.

W ostatnich latach obserwujemy ożywienie badań nad prasą lwowską, tematyką pomijaną do pierwszych lat 90., traktowaną jako swoiste tabu. Jedną z prób przełamania owych przemilczeń jest recenzowana książka. Praca A. Cieslikowej — mimo takich czy innych uwag krytycznych — w polskim piśmiennictwie zajmie trwałą pozycję. Dla mnie osobiście publikacja była przede wszystkim wyśmienitą okazją do poszerzenia horyzontów poznawczych, rzadziej podniętą do podejmowania polemik w stylu — ja to bym zrobił tak...

Wprowadzeniem do książki jest rozdział zatytułowany „Fuius Troes, fuit Ilium”; sensu tego tytułu nie rozumiem. Czy ma on być skrótem wergiliuszowskiego „Fuius Troes, fuit Ilium et magna gloria Dardanidum”? Jeśli tak, to okres możliwości dziennikarstwa lwowskiego, lwowskiego ośrodka prasowo-wydawniczego skończył się nie w roku 1939, lecz w latach I wojny światowej. Po odzyskaniu niepodległości w 1918 r. Lwów był jednym z kilku ośrodków; wyprzedzały go inne (Kraków, Katowice, Poznań). Do 1918 r. Lwów — obok Warszawy (przede wszystkim) — był czołowym centrum polskiego dziennikarstwa; tu zaczęła się m.in. kształtować nowoczesna myśl pra-

soznawcza, nowoczesne czasopiśmiennictwo naukowe (m.in. *Pamiętnik Literacki*, *Kwartalnik Historyczny*, *Lud*, *Sywan*, *Szkola*, *Ruch Filozoficzny*, *Czasopismo Techniczne* i in.). Po 1918 r. prasa lwowska wyraźnie obsługiwała tylko region. W skali ogólnokrajowej Lwów liczył się jedynie jako centrum czasopiśmiennictwa naukowego. Do wymienionych powyżej tytułów zaliczyć trzeba również m.in. *Czasopismo Geograficzne*, *Przegląd Humanistyczny*, *Przegląd Klasyczny*, *Przegląd Teologiczny*. Tego aspektu autorka nie dostrzegła. Aktywność tego ośrodka między wojnami próbuje charakteryzować przy pomocy kryterium ilościowego (wielości tytułów). Jest prawdą, że w latach 1918–1939 we Lwowie ukazały się aż 1173 tytuły; ale wśród nich są 82 jednodniówki, 693 tytuły ukazywały się b. nieregularnie bądź były krótkotrwałe (311 tytułów nie ukazywało się dłużej niż 1 rok). Tylko 66 tytułów ukazywało się ponad 20 lat.

W rozdziale tym, który ma być syntezą dziennikarstwa lwowskiego okresu międzywojennego, autorka główną uwagę poświęciła charakterystyce bazy drukarskiej i miejscowemu dziennikom. Wyliczono tu 6 dzienników, które ukazywały się w 1939 r.: *Dziennik Polski* (1935–1939; 30 tys. egz.), *Gazeta Lwowska* (1811–1939; b. niestabilny nakład, niektóre źródła podają wręcz 2–3 tys. egz.), *Słowo Narodowe* (1937–1939; 10 tys. egz.), *Ilustrowany Ekspres Poranny* (1930–1939; 5 tys. egz.), *Wiek Nowy* (1901–1939; od 1500 do 6 tys. egz.). Pomyłkowo autorka umieściła tu *Ilustrowany Goniec Poranny* (1933–1936) zamiast *Ilustrowanego Gońca Wieczornego* (1934–1939; 6 tys. egz.). W dziejach lwowskich dzienników czołową rolę odgrywał *Kurier Lwowski* (1883–1935; zlikwidowany przez władze fiskalne; na jego gruzach powstał *Dziennik Polski*), a także *Gazeta Lwowska* (1811–1939; wraz z dodatkiem — doskonałym miesięcznikiem *Przewodnikiem Naukowym i Literackim*; 1872–1917). W okresie międzywojennym ich znaczenie było marginalne, a zwłaszcza *Gazety Lwowskiej*, której autorka chce nadać (dla lat międzywojennych) charakter pisma urzędowego (od 1921 r. skarb państwa wydzierżawił to pismo spółce akcyjnej).

Razi mnie używanie neologizmu „załwowski wydanie”.

Bardziej poprawna (choć lakoniczna) wydaje się chaakterystyka działalności wydawniczej grup ukraińskich (3 dzienniki o łącznym nakładzie 80 tys. egz.), żydowskich (m.in. dziennik *Chwila*) i niemieckich.

Dla czytelnika b. interesujące są rozdziały kolejne. W rozdziale II omówiona została prasa (zarówno w języku polskim, jak i ukraińskim) w okresie okupacji radzieckiej (wrzesień 1939– lipiec 1941). Czołowe pisma w języku polskim (*Nowe Widnokreği*, *Almanach Literacki*) znany z innych obszerniejszych opracowań; wiele uwagi autorka poświęciła *Czerwonemu Sztandarowi* (interesujący zestaw autorów publikujących na tych łamach) wypełnionemu materiałami oficjalnymi (komentowanie zasad partyjnych i państwowych), a także zdominowanemu „natrętną propagandą, grubiańskim wycieczkom przeciw podbitej Polsce (według autorów pisma, „Pańskiej Polszy” — przyp. S.D.), przedstawianej jako dom niewoli zarówno własnych mas pracujących, jak i mniejszości narodowych. Rozdział II należy w tej publikacji do najobszerniejszych (83 strony) i do b. ciekawych — nie dla prasoznawcy, lecz dla każdego, który pragnie poznać dzieje życia naukowego, a zwłaszcza kulturalnego. Oczywiście, że większość informacji nie jest zaczerpnięta z relacji prasowych, lecz z literatury wspomnieniowej.

Mimo iż tematyka lokalna (lwowska) była traktowana marginalnie (autorka podaje, iż na łamach *Czerwonego Sztandaru* ukazało się ok. 250 wiadomości), udało się w miarę dokładnie odtworzyć realia życia codziennego lwowian, łącznie z informacjami o płacach (profesor zarabiał 1800 rubli miesięcznie, asystent 300 rubli) i cenach podstawowych usług i towarów (kilogram wiewprzowiny — do 60 rubli, chleb — 3–4 ruble).

Najistotniejszym, moim zdaniem, jest w tej pracy rozdział III (Bez cenzury i bez imperium) poświęcony polskiej prasie konspiracyjnej. Autorce udało się — jednej z pierwszych — zgromadzić informacje aż o 77 tytułach i omówić je. Dla przykładu podam, iż L. Dobroszycki w „Centralnym katalogu polskiej prasy konspiracyjnej” zarejestrował 33 tytuły (tyleż tytułów odnotowuje S. Lewandowska w „Polskiej prasie konspiracyjno-politycznej 1939–1940”); J. Jarowiecki w IV tomie „Historii

prasy polskiej” odnotowuje jeszcze mniej tytułów, dopiero w dalszych studiach wylicza 44 tytuły. Informacje o poszczególnych pismach są różne; jedne lakoniczne; inne — mniej lub bardziej wyczerpujące. To nie jest zarzut pod adresem autorki. Wynika to z trudności dotarcia do odpowiednich źródeł.

Nie zadowalają — mimo wszystko — lakoniczne informacje o najpopularniejszym piśmie *Słowie Polskim* (próbującym nawiązywać do tradycji przedwojennego dziennika) czy też informacje o skomplikowanych dziejach wydawniczych *Walki*. Pobieźnie scharakteryzowana została zawartość tych pism, a zwłaszcza jej związków z realiami lwowskimi.

Mimo tych uwag krytycznych, rozdział III należy do najbardziej odkrywczych w pracy A. Cieślakowej; jego mankamentem jest brak zestawienia bibliograficznego tej prasy. W ogóle w pracy brak jest indeksu prasy — dla recenzenta jest to wręcz sytuacja katastrofalna. Dodać trzeba, iż w rozdziale tym autorka omówiła również konspiracyjne czasopiśmiennictwo ukraińskie z lat okupacji hitlerowskiej, a także po wkroczeniu do Lwowa Armii Czerwonej; istnienie nielegalnej prasy ukraińskiej zostało przerwane w latach 1947–1948 przez Wojsko Polskie i organa bezpieczeństwa. Sporadycznie działalność wydawniczą w ograniczonym zakresie kontynuowano jeszcze w 1950 r. Celem prasy ukraińskiej było „krzepienie ducha bojowego i podsyćcie uczuć zemsty przez stałe przypominanie krzywd zaznanych od Polaków, Niemców i bolszewików — trzech największych wrogów Ukrainy. Najłatwiejszym, a więc najłatwiejszym do pokonania wrogiem była polska ludność cywilna (...)”.

Rozdział IV (Miasto w strefie cudzej wojny) poświęcony prasie gadzinowej, a więc głównie *Gazecie Lwowskiej* (która wcześniej doczekała się dogłębnych studiów W. Wójcik i C. Hryciuka) oraz *Lwiwskim Wistom* (a także kilkunastu innym gadzinówkom ukraińskim, wydawanym głównie przez terenowe władze administracyjne w ponad 20 miejscowościach). Główna uwaga autorki skupiona została na charakterystyce dominujących na łamach *Gazety Lwowskiej* treści kulturalnych (w 1942 r. 664 wiadomości kulturalnych; w *Nowym Kurierze Warszawskim* — 539; w *Gońcu Krakowskim* — 401). W 1943 r. na łamach *Gazety* ukazało się 1069 pozycji; No-

wy *Kurier Warszawski* ma 398 pozycji. Duży udział w tej publicystyce miał zarówno Stanisław Wasylewski, jak też Tadeusz Krzyżewski (m.in. cykl „Stary romantyczny Lwów”, „Osobliwości dawnego Lwowa”). Drukowano również utwory z literatury klasycznej (m.in. fragmenty „Chłopów”, „Popiołów”, „Pana Tadeusza” i wielu innych uznanych twórców), artykuły o wybitnych Polakach. To wyraźne kokietowanie Polaków (szczególnie od 1943 r.) mogło mieć ukryte intencje w propagandzie hitlerowskiej; mogło to służyć podsycaniu animozji polsko-ukraińskich (*Gazeta Lwowska* programowo nie dostrzegała kwestii ukraińskich), bądź — co jest bardzo prawdopodobne — poszukiwaniu wśród Polaków sprzymierzeńców w obronie wspaniałej kultury wytworzonej przez polską społeczność, której może grozić zagłada ze strony wojsk radzieckich. Pisanie o polskości Galicji Wschodniej na złość Ukraińcom miało zdaniem Wasylewskiego stanowić jeden ze „sloganów hitlerowskiej propagandy o kulturalnej misji Niemców na Wschodzie”. W przeciwieństwie do dziennika ukraińskiego *Lwiwski Wist*, *Gazeta Lwowska* nie mogła rozpatrywać rzeczywistych problemów społeczności polskiej. Była ona przecież integralnym elementem propagandy hitlerowskiej, z chęcią urabiania opinii dla własnych celów. I w tym miejscu podkreślę, iż w błąd nie mogły wprowadzić czytelnika nawet najbardziej wyszukane frazesy. Typu: „Pojawiają się coraz to inne objawy tego nowego, odmieniającego się życia. Ukazanie się polskiego dziennika [...] niemal dwóch lat znajdujemy słowo polskie niezatrute jadem bolszewizmu, jest to dla nas właśnie jednym z tych objawów. Naprzód w imię Boga!” (z art. wstępnego).

Ostatni (V) rozdział (Dole i niedole Lwówiaków w ogłoszeniach drobnych) jest szczegółową analizą ogłoszeń w obu dziennikach „... ogłoszenia drobne zajmowały niekiedy większą część gazety. Dominowały wśród nich propozycje kupna, sprzedaży i zamiany różnych dóbr. Dla wielu stanowiły jedyny bodziec do zakupu dziennika”. W sumie stanowić ona mogą interesujący punkt wyjścia do opisu rzeczywistego obrazu życia codziennego, Próby takie podejmowali już wcześniejsi badacze (np. S. Lewandowska, G. Hryciuk czy też Cz. Bakunowicz).

Sylwester Dziki

MEDIA
I SPOŁECZEŃSTWO
OBYWATELSKIE

Colin Sparks: COMMUNISM, CAPITALISM AND THE MASS MEDIA. London 1998.

W rozważaniach o polskiej opozycji solidarnościowej w latach osiemdziesiątych pojawiały się echa koncepcji społeczeństwa obywatelskiego, budowy równoległych struktur, które miały m.in. zapewnić obywatelom wolność słowa. Cenzura i ograniczenia dostępu obywateli do mediów były odbierane jako jedne z głównych ograniczeń systemów komunistycznych. Opozycja w większości z tych krajów postulowała więc uwolnienie mediów. To, co stało się w państwach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989 r. jest przedmiotem zainteresowania nie tylko ekonomistów, ale także badaczy komunikowania masowego.

Colin Sparks publikował i w Polsce, w tym w *Zeszytach Prasoznawczych*, rozważania poświęcone transformacji mediów w państwach Europy Środkowo-Wschodniej i jej uwarunkowaniom. W ostatniej swej książce podsumowuje wyniki badań, którymi objął państwa grupy wszechradzkiej: Polskę, Czechy, Słowację i Węgry. Główne pytanie, jakie zadaje sobie w pracy, dotyczy zmian po 1989 r. i ich związku z wcześniej głoszonymi koncepcjami otwarcia mediów i dostępu do nich wszystkich grup społecznych. Główny akcent autor kładzie na przemiany na rynku telewizji; jest to w tej chwili bezsprzecznie najważniejszy środek masowego przekazu, zarówno dla socjalizacji obywateli, jak i dla kampanii politycznych. Można także przypuszczać, że dla anglojęzycznego autora najłatwiej dostępne były właśnie materiały dotyczące telewizji. Kusząca jest także perspektywa przeanalizowania sytuacji telewizji publicznych w wymienionych państwach. Media publiczne w demokracjach zachodnich uznaje się ciągle za niezbędny element demokracji. Przeniesienie idei mediów publicznych do państw w okresie transformacji nie dało jednak oczekiwanych skutków.

Autor rozpoczyna rozważania od wskazania związku między swymi badaniami a teorią komunikowania i mediów. Zwraca uwagę, że teorie te na ogół odwołują się do doświadczeń

amerykańskich bądź brytyjskich i na ich podstawie prowadzą do uogólnień. Upadek komunizmu wskazał jednak na zapotrzebowanie na podjęcie badań w tzw. krajach wszechradzkich, co umożliwi zmierzenie istniejących teorii mediów z wschodnioeuropejską rzeczywistością oraz zbadanie związków między mediami a procesami demokratyzacji.

Książka wychodzi od teorii komunikowania, autor zwraca zresztą uwagę, że skupi się głównie na telewizji, a jedynie pobocznie radiu. Sparks w swej analizie uważa marksizm na nęcącą podstawę dla analizy rzeczywistości i kuszącą perspektywę wyzwolenia ludzkości. Zadaje jednocześnie pytanie, powtarzające się w książce, czy rok 1989 oznacza koniec wszelkich alternatywnych modeli rozwoju społeczeństwa, alternatywnych wobec kapitalizmu. Swoje podejście nazywa krytycznymi studiami nad mediami masowymi, które stanowią zaledwie część „critical project”, „krytycznego projektu”, przez który rozumie wszelkie intelektualne i społeczne — a więc rzeczywiste — wysiłki podjęte dla przeprowadzenia krytyki istniejącego świata i pokazania, że ludzkie życie może być lepsze i odmienne. Autor zauważa poważny kryzys „krytycznych projektów” po 1989 r., gdyż rok ten pokazał, że socjalizm, jak mówi stary już dowcip, jest najdłuższą drogą od kapitalizmu do kapitalizmu. Autor nie kryje jednak rozczarowania takim wnioskiem z eksperymentu XX wieku.

Colin Sparks zajmuje się mediami i myślę, że wielu czytelników sięgnie do jego najnowszej publikacji, aby poznać przemiany w Europie Środkowo-Wschodniej w mediach po 1989 r. Sam autor jednak wskazuje czytelnikowi, że nie znajdzie on w tej książce terminarzy kolejnych uchwał, dotyczących polityki medialnej, a raczej konfrontację środkowo-europejskiej rzeczywistości medialnej z założeniami i koncepcjami, które były zaczątkiem zmian. Nie ulega jednak wątpliwości, że analizowanie mediów, kształtu systemu medialnego niesie ze sobą możliwość uzyskania wielu odpowiedzi na pytania dotyczące funkcjonowania społeczeństwa i realizowania jego praw w okresie transformacji.

Sparks konfrontuje zmiany w państwach wszechradzkich z koncepcją „społeczeństwa obywatelskiego” — „civil society”. Zwraca uwagę, że podobna, choć nienazwana koncepcja pojawiła się u Adama Michnika, w jego pismach w połowie lat siedemdziesiątych. Mi-

chnik zaproponował wówczas budowę struktur alternatywnych, jako strategię przeciwko komunizmowi. Poza oficjalnymi organizacjami miały powstawać alternatywne struktury, np. wydawnictwa, można dodać, że częściowo miało to miejsce. Sparks twierdzi, że idea ta, autorstwa inteligencji, nie zyskała wielkiego poparcia, bo robotnicy wybrali walki uliczne z policją i strajki, ale te dwa nurty — tworzenia alternatywnych struktur i robotniczych protestów — funkcjonowały równolegle. Idee dotyczące mediów zakładały jednak, że muszą one być radykalnie restrukturyzowane i demokratyzowane. Zakładano, że media powinny być niezależne od partii komunistycznej i postulowano wprowadzenie „prawdziwej kontroli publicznej” nad mediami. Sparks poświęca cały rozdział koncepcji społeczeństwa obywatelskiego i stwierdza, że koncepcja ta w państwach Wyszehradu została sprowadzona do idei społeczeństwa burżuazyjnego i prywatnej własności, także w dziedzinie mediów. Prywatyzacja wszystkich dziedzin działalności medialnej nie zyskała jednak tylu zwolenników, aby wprowadzić ją w życie: część radia i telewizji przekształcono w media publiczne.

Jeden z rozdziałów poświęcony jest właśnie mediom publicznym i wszędzie przeciągającym się procesom legislacyjnym. Tylko tłem dla przemian w telewizji są w książce Sparksa zmiany dotyczące prasy. Autor zwraca uwagę, że we wszystkich analizowanych państwach doszło do niemal całkowitej prywatyzacji prasy, aczkolwiek w wielu przypadkach procesy te dalekie były od legalnych procedur. Często przywoływanym przykładem jest przejęcie przez koncern Axela Springera siedmiu gazet regionalnych, należących do Węgierskiej Socjalistycznej Partii Robotniczej. Koncern ten zaproponował redaktorom przejęcie ich gazet przy niewielkiej zmianie tytułu, w zamian oferował gwarancje zatrudnienia i inwestycje. W praktyce niemiecki wydawca nie zapłacił nic za przejęte gazety, dopiero spowodowany tym skandal nakłonił koncern do wypłacenia WSPR 200 mln forintów. Sparks w te swych rozważań wskazuje na międzynarodowe uwarunkowania transformacji mediów i na nieudane próby obrony przed ekspansją zagranicznych koncernów medialnych. Autor konkluduje, że nawet w tych państwach, gdzie — jak w Czechach, Słowenii i Polsce — część prasy pozostała w rękach dziennikarzy, nawet tam proces prywatyzacji nie wzmocnił społeczeństwa obywatelskiego.

Sparks wskazuje, że reprezentacja społeczeństwa w organach telewizji publicznych bardziej sprzyja idei społeczeństwa obywatelskiego, aczkolwiek większość tych organów zdominowana jest przez elity, w najlepszym przypadku, jak w Niemczech, są to partie sprawujące władzę. Model mediów publicznych przyjęty w państwach wyszehradzkich nie jest dziełem przypadku: wynika on zdaniem Sparksa, m.in. z aktywności doradców z Unii Europejskiej oraz z faktu, iż dla wielu krajowych doradców do spraw prawa i polityki medialnej znane wzory zachodnie były oczywistymi rozwiązaniami. Popularne we wczesnej fazie dyskusji nad zarządzaniem mediami były zwłaszcza koncepcje rad radiowo-telewizyjnych, wzorowane na rozwiązaniach niemieckich. W radach tych w Niemczech zasiadają nie tylko przedstawiciele partii politycznych, ale także organizacji pozarządowych. Można odnieść jednak wrażenie, że w Europie Środkowej zbyt idealistycznie widziano funkcjonowanie tych gremiów, zdominowanych najczęściej przez rządzące partie, zgodnie z zasadą „podziału łupów”. Próby wzmocnienia wpływu pozarządowych organizacji na media publiczne widać m.in. na Węgrzech w czasie przygotowywania ustawy o radiu i telewizji. Podobnie można zakwalifikować pierwsze polskie propozycje powołania tzw. samorządowej części radia i telewizji. Takie koncepcje, proponujące powołanie trzech sektorów mediów elektronicznych: publicznego, państwowego i samorządowego, są bardzo typowe dla wczesnego okresu transformacji i wywodzą się z chęci zapewnienia wszystkim częściom społeczeństwa dostępu do mediów.

Wnioski autora dotyczące realizacji idei społeczeństwa obywatelskiego w zarządzaniu mediami są bardzo pesymistyczne. Idea ta została bowiem dość szybko odrzucona, nawet w Polsce, gdzie rozwijała ją teoretycznie opozycja, już przy obradach Okrągłego Stołu okazało się, że media będą kontrolowane przez elity i tak jest do tej pory. Społeczeństwo — obywatele — nie ma większego dostępu do mediów niż przed 1989 r., idee reprezentacji społeczeństwa obywatelskiego w mediach zastąpiła idea pluralizmu elit, ich wymiany. Sparks dochodzi do wniosku, że idea społeczeństwa obywatelskiego została sprowadzona do kapitalistycznej prywatnej własności i związanej z nim wizji społeczeństwa burżuazyjnego. Media stały się areną silnej walki

politycznej, znanej przecież także autorowi z własnego zachodniego podwórka, ale w o wiele większym natężeniu.

Jednym z przedmiotów analizy Sparks czyni przedłużające się uchwalanie prawa medialnego. Uważa, że jednym z powodów tego zjawiska były dążenia rządów lub rządzących partii do zapewnienia sobie kontroli nad mediami. Także przedstawiciele mediów byli zainteresowani w utrzymaniu jak najdłużej swych wpływów. Inną grupą zainteresowaną w przedłużaniu się procedur legislacyjnych byli prywatni przedsiębiorcy, inwestujący na rynku mediów. Doskonałym przykładem ilustrującym to zjawisko, wykorzystywanym nie tylko przez Sparksa, są węgierskie „wojny medialne”, trwające 6 lat, do uchwalenia w grudniu 1995 r. ustawy radiowo-telewizyjnej.

Sparks zdaje sobie sprawę z trudności zdefiniowania tego, co należy rozumieć przez służbę publiczną mediów i w związku z tym wskazuje na dwa niezbędne warunki: media powinny być niezależne od rządu, a ich program powinny cechować pluralizm treści. Warunkiem niezbędnym, warunkującym niezależność mediów publicznych jest dla Sparksa również niezależność i stabilność ekonomiczna mediów publicznych. Wnioski Sparksa w tych kwestiach również nie są optymistyczne, bo wynika z nich, że interwencje rządów w działalność mediów publicznych są bardzo częste, co widać zresztą gołym okiem nie tylko w Polsce. Sparks rozróżnia trzy różne typy interwencji politycznej w mediach: strukturalną, okazjonalną i rutynową. Interwencja strukturalna wynika z konstrukcji prawa medialnego i dokonuje jej rząd przez zarządzenia i mianowanie osób zarządzających mediami. Interwencja okazjonalna to naciski polityczne, kierowane przez polityków np. w formie rozmów telefonicznych (słynny telefon rządowy na biurko prezesa telewizji), interwencja rutynowa, najczęściej w przeciwieństwie do poprzednich ukryta, odbywa się dzięki przyjętym w danym środowisku zwyczajom i praktykom i prowadzi do samoograniczenia i samocenzury.

Wątek finansowy w rozważaniach Sparksa prowadzi do niepokojących wniosków, mówiących o uzależnieniu mediów publicznych od reklamy, a jednocześnie o rosnącej konkurencji między mediami publicznymi i prywatnymi.

Książka Sparksa, jak sam autor na wstępie zwraca uwagę, pokazuje media jako element

procesu transformacji, analizę systemu medialnego jako fragmentu analizy przemian społecznych. Autor uprzedza czytelnika, że część jego rozważań, dotyczących „krytycznego projektu” czy koncepcji „społeczeństwa obywatelskiego” zostanie prawdopodobnie pominięta przez osoby, zainteresowane wyłącznie transformacją mediów. „Medialne” fragmenty książki nie wyjaśnią jednak czytelnikowi wszystkich zawartych w niej wątków.

Trzeba stwierdzić, że dążenia autora do generalizacji, do skonfrontowania teorii z rzeczywistością mediów okresu transformacji wypadają negatywnie dla teorii. Autor wielokrotnie zwraca uwagę na nieprzydatność systematyzacji typu „czterech teorii prasy”. Systemy medialne, jakie powstały po 1989 r. w państwach grupy wyszehradzkiej, nie przystają do dotychczas sformułowanych systematyzacji. Celem Sparksa nie było jednak systematyzowanie mediów. Cenne jest wskazanie na główne, wspólne tendencje w procesie ich transformacji. Należy przypuszczać, że książka Sparksa ułatwi dalsze badania nad tą kwestią, zwłaszcza te podejmowane przez autorów spoza krajów regionu. „Communism, Capitalism and the Mass Media” daje bowiem podstawy do rozważań teoretycznych opartych na szerszych niż, jak sam autor to zauważa — doświadczeniach angielskich lub amerykańskich.

Beata Ocieпка

KAMPANIE POLITYCZNE

William L. Benoit, Joseph R. Blaney, P. M. Pier: CAMPAIGN'96: A FUNCTIONAL ANALYSIS OF ACCLAMATING, AND DEFENDING. Praeger, Westport, CT, London 1998. S. 268.

Świętujące w tym roku pięćdziesiątą rocznicę powstania amerykańskie wydawnictwo Praeger od roku 1988 wydaje serię poświęconą komunikowaniu politycznemu. Wśród ukazujących się w tej serii prac poczesne miejsce zajmują pozycje dotyczące kampanii politycznych ze szczególnym uwzględnieniem wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych. I właśnie ostatniej amerykańskiej

kampanii prezydenckiej poświęcona jest omawiana publikacja.

Praca składa się z piętnastu rozdziałów podzielonych na pięć części i poprzedzonych wprowadzeniem. Na szczególną uwagę zasługuje pierwsza, teoretyczna część książki, w której Benoit, Blaney i Pier nakreślają podstawy teorii funkcjonalnej, wyjaśniają metodę badawczą oraz procedury analizy. Autorzy rozpoczynają od pozornie banalnych założeń, takich jak: „kandydaci muszą odróżnić się od swoich oponentów” czy „kandydat musi przekonać większość (lub wielu) obywateli, którzy głosują w wyborach”, i w oparciu o nie wysnuwają wnioski ważne dla kampanii wyborczych (s. 3–19). A wszystko po to, aby wykazać zasadność podjęcia analizy dyskursu kampanii z uwagi na jego główne funkcje, to jest pochwałę, atak i obronę. Za pochwałę uznają wypowiedzi przedstawiające kandydata w korzystnym świetle, za atak — stwierdzenia ukazujące oponenta lub oponentów w świetle niekorzystnym, a za obronę — te wypowiedzi, które mają na celu naprawę reputacji nadzarpniętej atakiem ze strony kontrkandydatów.

Analiza ma dać odpowiedź na pytania o to, jak często kandydaci wykorzystują trzy funkcje dyskursu kampanii oraz czy więcej wypowiedzi związanych jest z zagadnieniami dotyczącymi polityki, czy z osobą kandydata (ten problem wydaje się szczególnie interesujący biorąc pod uwagę niedawne afery związane z Billem Clintonem i ich wpływ na początkowy etap kampanii prezydenckiej 2000). Kolejnym zadaniem, które wyznaczają sobie autorzy, jest stwierdzenie, czy celem wypowiedzi pochwalnych, atakujących i obronnych są kandydaci czy reprezentowane przez nich partie. Następnie zajmują się tym, w jaki sposób kandydaci rozwijają swoje wypowiedzi, jakie strategie wykorzystują do „dopracowania” pochwały, ataku i obrony. Ostatnie pytanie badawcze dotyczy tego, którzy kandydaci poświęcali najwięcej uwagi sprawom uznawanym za najistotniejsze przez wyborców.

Dalsze trzy części publikacji poświęcone są analizie poszczególnych form komunikacyjnych z kolejnych etapów kampanii 1996. Część druga dotyczy republikańskich prawyborów (Bill Clinton był pierwszym od czasów Franklina D. Roosevelta urzędującym prezydentem z ramienia Partii Demokratycznej, który walcząc o drugą kadencję, nie miał prze-

ciwników), trzecia — konwencji nominacyjnych obu partii, a czwarta — wyborów generalnych. Benoit, Blaney i Pier analizują różnorodne formy komunikacyjne, takie jak debaty, telewizyjne spoty reklamowe, wystąpienia radiowe i telewizyjne oraz przemówienia wygłaszane w trakcie konwencji. Zwraca uwagę rozległość badanego materiału, i choć autorzy sami przyznają, że ich analiza nie uwzględni niektórych form (m.in. stron internetowych i reklam radiowych), to udało im się zebrać i poddać analizie niezwykle bogaty materiał. Wyniki swych analiz — zawsze poprzedzone rzetelnym przeglądem wcześniejszych studiów dotyczących badanej formy — autorzy przedstawiają tabelarycznie, bogato ilustrując odpowiednimi przykładami i omawiają. Starają się wyjaśnić przyczyny, dla których poszczególne kandydaci lub też mówcy występujący w ich imieniu angażowali się w dyskurs pochwalny, atakujący czy obronny oraz co miało wpływ na wybór obiektu wypowiedzi zakwalifikowanych jako atak, obrona czy pochwała. Wskazują też, które z dostępnych opcji — potencjalnie mogące przynieść kandydatom korzyści — nie zostały wykorzystane. Zauważają na przykład, że w prawyborach republikańskich duża ilość wypowiedzi negatywnych skierowana była przeciwko innemu republikanowi i wyrażają zdziwienie faktem, że ataków nie kierowano przeciwko demokracji Clintonowi. Atak na urzędującego prezydenta z Partii Demokratycznej mógłby bowiem, zdaniem autorów, zwiększać sympatię wyborców preferujących Partię Republikańską do osoby taki atak wyrażającej.

Autorzy nie próbują zabrać głosu w dyskusji, która ma na celu osądzanie wypowiedzi atakujących z punktu widzenia ich słuszności i rzetelności. Stwierdzają, że pojawiają się one w dyskursie kampanii i podejmują próbę ich opisanie, choć przyznają, że istnieje zagrożenie, iż wypowiedzi takie mogą być przez kandydatów niewłaściwie wykorzystywane, nadużywane czy też celowo mylące.

Analiza przemówień wygłaszanych na konwencjach nominacyjnych republikańców i demokratów pokazuje, że omawiany przez innych badawczy (pisali o tym m.in. Trent i Friedenberg w „Political Campaign Communication: Principles and Practices”) ogólny trend spadku autorytetu partii politycznych przy jednoczesnym wzroście znaczenia poszczególnych kandydatów wywiera wpływ na

retorykę kampanii (więcej wypowiedzi pochwalnych i atakujących dotyczy samych kandydatów, a nie ich partii). Z analizy wynikają wnioski będące potwierdzeniem przekonań teoretyków i praktyków retoryki klasycznej. Amerykańscy badacze stwierdzają, że mniej jest wypowiedzi krytykujących ideały wyznawane przez oponentów czy ich ogólne cele polityczne (s. 125, 155 i in.). Wzniosłe ideały i nie nakreślone szczegółowo cele łatwiej wykorzystać do pochwały własnej osoby niż do ataku na przeciwnika, gdyż są one powszechnie postrzegane jako pozytywne.

Przyjęte przez autorów podejście ma również bardzo istotne znaczenie przy analizie spotów reklamowych. Benoit, Blaney i Pier zauważają, że wyniki ich badań znacznie odbiegają od wyników analiz wcześniejszych (s. 85, 158 i in.), co przypisują — między innymi — przyjęciu innej metody badawczej. Przede wszystkim autorzy odrzucają tradycyjny podział na reklamy pozytywne i negatywne, a każdą z reklam telewizyjnych dzielą na poszczególne wypowiedzi, spełniające jedną z trzech funkcji. Takie ujęcie wydaje się rzeczywiście bardziej słuszne, gdyż niektóre z filmów reklamowych trudno jednoznacznie zaklasyfikować jako pozytywne lub negatywne, jako że często zawierają one zarówno elementy pochwały własnej osoby, jak i krytyki kontrkandydatów.

Część ostatnia książki porządkuje i rozwija wnioski płynące z całości. Najciekawszy wydaje się zbudowany na ich podstawie postulat analizowania dyskursu publicznego z uwagi na cztery czynniki, to jest cel, sytuację, osobę i medium (rozumiane jako forma komunikowania, np. debata, przemówienie czy spot reklamowy). Propozycja ta jest próbą takiego rozszerzenia analiz dokonywanych w ramach *genre criticism*, które uwzględniałoby wymienione czynniki.

Omawiana praca adresowana jest do specjalistów w dziedzinie komunikowania politycznego i jako taka może rozczarować osoby szukające w niej ogólnego opisu kampanii prezydenckiej. Wspomnianych ekspertów zaś nie rozczaruje, wyjawia bowiem głęboką znajomość literatury przedmiotu i chęć nawiązania dyskusji merytorycznej. Dyskusję taką w wielu punktach nawiązuje, a najistotniejszym z nich wydaje się zaproponowanie innego niż dotychczasowe podejście do reklam. Politycy mówią dużo, a wielu badaczy opisuje ich wy-

powiedzi. Ale mówcy nie układają swoich wystąpień w taki sposób, aby ułatwić pracę tym, którzy zechcą analizować ich komunikaty. Co więcej, w czasie kampanii wyborcy wystawieni są na różnorodne informacje z wielu źródeł. Tym cenniejsza wydaje się publikacja, której autorzy starają się ująć we wspólne ramy tak wiele rozmaitych form komunikowania, które pojawiły się w amerykańskiej kampanii prezydenckiej w roku 1996.

Katarzyna Buczak-Sawczyńska

MEDIA I KOMUNIKOWANIE MASOWE

Tomasz G o b a n - K l a s : MEDIA I KOMUNIKOWANIE MASOWE. TEORIE I ANALIZY PRASY, RADIA, TELEWIZJI I INTERNETU. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków 1999. S. 336.

Recenzowana książka jest — jak pisze w słowie wstępnym jej autor — w istocie nowym opracowaniem tematu, któremu poświęcił napisaną w czasie pracy w OBP swą rozprawę habilitacyjną „Komunikowanie masowe”, opublikowaną w r. 1978 jako XII tom Ośrodkowej wydawniczej serii A Biblioteki Wiedzy o Prasie. Ów tom opatrzony był podtytułem „Zarys problematyki socjologicznej”, który — o ile pamiętam — miał uspić ewentualną podejrzliwość członków Rady Wydziału Filozoficzno-Historycznego co do tego, czy ta na wskroś prasoznawcza praca może stanowić podstawę habilitacji socjologicznej. Przeszło dwie dekady wchodziło „Komunikowanie masowe” do kanonu lektur na różnych kierunkach studiów w różnych uniwersytetach, a na studiach dziennikarskich służyło do tego roku jako podręcznik akademicki. Służyło zresztą coraz mniej skutecznie i to nie tyle dlatego, że pewne partie książki się zdezaktualizowały, ale przede wszystkim dlatego, że już od kilkunastu lat jest ona całkowicie wyczerpana, a w czytelniach uniwersyteckich w znacznym stopniu zacytana. Trzeba tu bowiem podkreślić, że do dziś pozostało „Komunikowanie masowe” Gobana-Klasa w Polsce jedyną (no, może z wyjątkiem „Badań masowego komunikowania” Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego

oraz „Między manipulacją a poznaniem” Macieja Mrozowskiego) pozycją na tym poziomie i o takiej szerokości spojrzenia. I nadal, tak jak przed 20 laty, trudno by było w roku 1999 do napisania podobnego dzieła znaleźć autora bardziej kompetentnego niż Tomasz Goban-Klas. Trudno też wskazać książkę z dziedziny nauk społecznych bardziej potrzebną dla celów dydaktycznych niż to nowe opracowanie starego tematu.

Uaktualnienie „Komunikowania masowego” sprzed 20 lat było niezbędne. Nie ulega bowiem wątpliwości, że jak pisze autor we wstępie do „Mediów i komunikowania masowego”, nie tylko postęp w dziedzinie badań i teorii komunikowania i mediów, ale także zmiana badanej sfery zjawisk wymaga przygotowywania nowych podręczników i nowych ujęć problematyki. Słusznie w tym przetwarzaniu starego tekstu postawił sobie oprócz tego samego celu ogólnego („zaznajomić studentów i szerszą publiczność czytelniczą z teoriami oraz analizą komunikowania i mediów masowych”) trzy nowe cele szczegółowe: (1.) aktualizację stanu teorii i badań, (2.) rozszerzenie pola zainteresowań badawczych zgodnie z poszerzaniem się sfery komunikacji społecznej oraz (3.) wyjaśnienie nowych pojęć i prezentację nowej problematyki. Cele te, sprowadzające się w gruncie rzeczy do pierwszego, tzn. do aktualizacji starej wersji — udało się autorowi (choć w różnym stopniu w różnych jej wątkach) osiągnąć.

To, co w pierwotnej wersji rozprawy było dobre, zmieniło się niewiele. Tak na przykład z grubsza zachowany został dawny podział książki na cztery części poprzedzone „Wprowadzeniem” a uzupełnione krótkim, sześciostrońnicowym „Zakończeniem”. Ale już kolejność tych czterech części trochę się zmieniła: dawna część druga (Podstawowe pojęcia i modele) stała się częścią pierwszą, a pierwsza (Początki i rozwój badań) — drugą. Dawna zaś część czwarta (Analiza procesu komunikowania masowego) o lekko zmienionym tytule (na Analiza funkcjonowania mediów masowych) jest częścią trzecią, a dawna trzecia (Komunikowanie masowe a system społeczny) — czwartą. Zmiana ta przyczyniła się do udoskonalenia konstrukcji książki.

Nie wszystkie zmiany, wprowadzone przez autora, uważam za pożądane i szczęśliwe. Do tych — według mnie — nie najszcześniejszych należy ta, z której jest on prawdopo-

dobnie najbardziej zadowolony, a mianowicie ujęte w ramki definicje i charakterystyki ważniejszych pojęć i kategorii, zaadaptowane z trzeciego wydania z r. 1994 podręcznika Denisa McQuaila „Mass Communication Theory. An Introduction”, zdaniem Tomasza Gobana-Klasa — najlepszego w świecie. Żeby nie być gołosłownym, weźmy zestawienia medialnych cech książki i gazety ze str. 18 i 19: tam „technika odbijania czcionek” oraz „wiele kopii” to cechy „książki”, ale nie „gazety”. Z kolei dwie czy trzy strony dalej sprzeciw budzi łączne ujęcie charakterystyki radia i telewizji.

Pozostały w nowej wersji zdezaktualizowane fragmenty. Oto w podrozdziale „Nowe perspektywy” rozdziału „Aktualne tendencje” można się zapoznać z odkryciami sprzed 30 lat Wilbura Schramma, Marshalla McLuhana, Abrahama Molesa, Edgara Morina. Pewnie, że dla prasoznawcy Schramm, McLuhan, Moles i Morin pozostaną wiecznie żywi, ale przedstawiać koncepcje sprzed bez mała pół wieku w kategoriach „nowych perspektyw” to lekka przesada.

W cennie, bo bardzo bogatej (około 800 pozycji!) bibliografii razi pominięcie (także w tekście książki) co najmniej kilku ważnych krajowych książek. Tak więc kiedy się w Polsce omawia klasyfikację doktryn prasowych m.in. według klasycznej „zimnowojennej” pracy Sieberta, Petersona i Schramma „Four Theories of the Press”, nie można przemilczeć książki Henryka Jabłońskiego „Opinia publiczna, parlament, prasa”. Za niewybaczalny błąd uważam też pominięcie tak w tekście książki (w okolicach strony 180), jak i w bibliografii książki Bolesława Garlickiego „Selekcja informacji w dziennikarstwie”, moim zdaniem jednej z najlepszych książek na ten temat. Niektórych cytowanych lub przywołanych tekstów nie ma w bibliografii. Za błąd sztuki uważam pomijanie informacji o autorach przekładów cytowanych dzieł (szczególnie rażące: brak informacji o autorze przekładu urywka z „Dzwonnika z Notre Dame” oraz o tłumaczu „Sterników świadomości”).

Gdybym był redaktorem tej książki, starałbym się przekonać autora do niestosowności wprowadzenia w podtytule książki Internetu do szeregu, którego poprzedzającymi członami jest prasa, radio i telewizja. To prawda, że Internet liczbą użytkowników i krajów góruje nad takimi sieciami, jak Compuserve, America Online,

Prodigy, nie zmienia to jednak jego statusu formalnego tylko jednej z wielu sieci.

Książka wygląda bardzo przyzwoicie i czyta się ją na ogół z przyjemnością. Staranności redakcyjnej — zwłaszcza jeśli chodzi o nazwiska bohaterów — nigdy jednak nie ma zbyt wiele; w „Mediach i komunikowaniu masowym” Riesman jest Reismanem, Denis — Dennisem, Windahl — Windhalem, Rupert Murdoch — Robertem Murdockiem, Ullamajja Kivikuru dostała od autora imię na A. Ze swej strony przysięgam, że nie napisałem artykułu „Telewizja w systemie k o m u n i o w a n i a masowego”, co mi imputuje bibliografia.

To wszystko drobiazgi, które przecież nie podważają oczywistości opinii, że bez „Mediów i komunikowania masowego” nie obejdzie się w Polsce nikt, kto jako badacz, wykładowca lub student interesuje się współczesną publiczną komunikacją medialną.

Walery Pisarek

PODRECZNIK
RETORYKI
DZIENNIKARSKIEJ

Janina Fras: *DZIENNIKARSKI WARSZTAT JĘZYKOWY* Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999. S. 139.

Recenzowana pozycja jest kompetentnym i wyrosłym z pedagogicznej praktyki skryptyem, przeznaczonym dla studentów dziennikarstwa (tu: najprawdopodobniej specjalizacji na naukach politycznych). W zamiśle autorki ma służyć do ćwiczeń z przedmiotu „dziennikarski warsztat językowy”, drugiego po kulturze języka polskiego przedmiotu językoznawczego, z którym zetkną się jej studenci (wykład z „dziennikarskiego warsztatu...” miałby m.in. omawiać językowe cechy dzieł klasyków dziennikarstwa).

Autorka zakłada, że przedmiot ma wykształcić nie znajomość teoretycznych zagadnień retoryki, lecz „umiejętność celowego stosowania konkretnych środków językowych (gramatycznych i słownikowych)” (s. 9), która przyda się dziennikarzowi bez względu na polityczny profil pisma, z którym mu przyjdzie współpracować („Jako pracownik najemny

musi więc dziennikarz wśród swych umiejętności zawodowych mieć i takie, które pozwolą mu o tym samym fakcie napisać z kilku różnych punktów widzenia, z wyrażeniem diametralnie różnych emocji włącznie.” [s. 8]). Zresztą odwołuje się niekiedy do innej pozycji, która teoretycznej wiedzy miałaby studentom dostarczyć, tj. „Teorii i praktyki propagandy” Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Janiny Fras, Beaty Ociepki (Wrocław 1997)*.

Praca składa się z pięciu rozdziałów. Pierwszy, „Język i styl wypowiedzi dziennikarskiej”, wprowadza klasyczną definicję stylu („określony dobór środków językowych [...] i ich szczególnej organizacji”), a następnie prezentuje: stylizację, pastisz, parodię, figury (instrumentacja głoskowa, gra słów, kalambur, powtórzenia, paralelizmy, zestawianie synonimów i antonimów), tropy (metafora oraz jej popularne odmiany, jak personifikacja, animizacja, metonimia, porównanie, ironia). Omówienie każdego ze środków stylistycznych zawiera zwięzłą definicję, analizę przykładów i wskazanie, do czego dany środek w tekstach przeważnie służy. Janina Fras nie jest przy tym nadmierną entuzjastką chwytów i ozdób retorycznych; proponuje dziennikarzom, aby trzymali się sformułowanych przez H. P. Grice’a zasad pragmatycznej stosowności (czyli: współdziałania, ilości, jakości, odniesienia, sposobu). Wszystko w danym tekście ma służyć jego głównemu celowi, ilość niesionej informacji ma odpowiadać możliwościom tekstu — nie być ani za duża, ani za mała, trzeba pisać prawdę, na temat i zrozumiale.

Drugi rozdział traktuje o „informacyjności tekstu dziennikarskiego” i „języku współczesnych tekstów prasowych”. Autorka uważa, że choć z wyjątkiem tekstów najprostszych (sygnał, wzmianka, notatka, relacja, itd.), trudno dziś mówić o w pełni neutralnym języku informacji, wciąż należy do niego dążyć, rezerwując dla publicystyki środki językowe pozwalające w pełni oddać stosunek autora do omawianego przedmiotu. W związku z tym uświadamia przyszłym dziennikarzom, że, dobierając słowa, chcąc nie chcąc można przekazać nie tylko informację o fakcie, ale i swój stosunek do niego (chodzi o wyrazy prymarnie wartościujące, wtórnie lub opisowo wartościujące — w sposób stały lub konotacyjny). Jeśli chodzi o cechy charakterystyczne języka

* Zob. recenzję w ZP 1999 nr 1–2, s. 218. *Red.*

współczesnej prasy, dostrzega w nim autorka dwie tendencje: „do internacjonalizacji i intelektualizacji słownictwa” oraz „do wewnętrznego ujednoczenia języka, zniesienia np. różnicy między oficjalnością a potocznością” (s. 45). Mocą pierwszej następuje inwazja terminów specjalistycznych, internacjonalizmów i anglicyzmów (Fras — za Janem Miodkiem — nie uważa tego procesu za groźny), mocą drugiej — inwazja potocyzmów i wulgaryzmów, stanowiąca reakcję na sztuczność języka poprzedniej epoki i świadcząca o chęci zbliżenia się do czytelnika, ale w sposób niebezpiecznie zubożająca język, zakłócająca relację między tym, co w nim wysokie, a co codzienne, niskie. Autorka przestrzega także przed banałem i sztafą, proponując dla ich uniknięcia środek zalecany jeszcze przez „Retorykę dziennikarską” Walerego Pisarka — wyobrażenie sobie konkretnego odbiorcy tekstu. Przywołuje za to udane przykłady zastosowania patosu czy emfazy (list Emila Zoli w obronie Alfreda Dreyfusa).

W rozdziale trzecim („Podstawy warsztatu pisarskiego”) mowa najpierw o zmianach znaczenia zdań, które zachodzą w zależności od przyjętego szyku wyrazów, a następnie o istocie, funkcji i rodzajach akapitów (wstępny, tranzytywny, końcowy). Autorka przedstawia typologię lidów (streszczający, pojedynczy, dramatyczny, lid-cytat, opisowy, prognozujący, pytający, hasłowy, anegdotyczny) oraz rozmaite możliwości zakończenia tekstu. Następnie podane są reguły komponowania opisów, tworzenia definicji, dokonywania porównań (całościowo lub przemiennie), streszczania. Treść tego rozdziału uważam za szczególnie pożyteczną, ponieważ z tą problematyką (z pogranicza kompozycji i logiki) adept dziennikarstwa ani nie zetknął się w szkole średniej, ani (wyjąwszy kwestię lidu) nie zetknął przy okazji omawiania gatunków dziennikarskich. Opanowanie zaś wymienionych tu pojęć może mu pomóc w zrozumieniu i racjonalizowaniu recept pisania, o których usłyszy od praktyków na seminariach warsztatowych.

Rozdział czwarty „Język podstawowych gatunków dziennikarskich” omawia gatunki (informacyjne, publicystyczne, z pogranicza dziennikarstwa i literatury faktu) od sygnału po różne rodzaje dzienników, wskazując, jakie ukształtowanie języka jest dla nich właściwe.

Rozdział piąty, „Nagłówek tekstu dziennikarskiego” uczy, jak formułować tytuły te-

któw. Zgodnie z tradycyjnym ujęciem Pisarka, tytuł ma być zwięzłym wskazaniem na istotę informacji (w tekście informacyjnym) lub na opinię o danym wydarzeniu (w artykule publicystycznym). Podano tu także przykłady tytułów zbyt zwięzłych, nie pasujących do treści, a także zwrócono uwagę na panujące w tej dziedzinie mody.

O dużej metodycznej wartości recenzowanej pracy decyduje przede wszystkim zaopatrzenie każdego rozdziału w ćwiczenia (niejednokrotnie część ćwiczeniowa objętościowo równa jest teoretycznej), pozwalające na praktyczne opanowanie (bądź sprawdzenie opanowania) umiejętności. Żądają one od studenta np. wykonania danej czynności pisarskiej różnymi technikami, osiągnięcia zbieżnych lub przeciwstawnych celów przy posłużeniu się różnymi chwytami retorycznymi czy odmianami stylizacji. Ćwiczeniom towarzyszy — mówiąc krótko — nacisk na to, aby student, pisząc teksty, nauczył się świadomie posługiwać narzędziami, które oferuje mu język.

Ale nie każdy student i nie każdego rodzaju teksty... Janina Fras opowiada się za dziennikarstwem wyważonym: nie napastliwym, ale i nie niez zaangażowanym (brak więc przykładów zaczerpniętych z felietonistyki Nowaczyńskiego; chywy erystyczne tygodnika *Nie* także nie zostały omówione). Normą jest dla niej *Gazeta Wyborcza*, skąd pochodzi duża część przykładów. Autorka uważa też zawód dziennikarza za zajęcie raczej zbliżone do polityki. W związku z tym, przysły redaktor *Bravo*, *Dziatkowca* czy *Dziewczyn* mieć będzie tylko ogólnie rozumianą korzyść z opanowania treści jej podręcznika; rozstrzygnięcia swoich specyficznych problemów ani gotowych wzorów postępowania niewiele w nim znajdzie. Mam także za złe autorce parę stwierdzeń pochopnych, jak na przykład zaliczenie kontaminacji frazeologizmów do niedostatków stylu, a nie do zwykłych błędów językowych, które powinno się omawiać w ramach przedmiotu „kultura języka” (s. 53), albo stwierdzenie, że komentarz redakcyjny kształtuje się jako gatunek w prasie polskiej dopiero po 1989 roku, gdyż przedtem „napisanie komentarza redakcyjnego było właściwie niemożliwe (cenzura, nadzór partyjny)” (s. 84). Czyżby komentarze *Trybuny Ludu* nie odzwierciedlały stanowiska kierownictwa jej redakcji?! A mówiąc poważnie: nieszczerłość lub szczerłość wypowiedziana się w danym ga-

tunku nie ma nic wspólnego z przestrzeganiem jego reguł.

Osobiście nie redukowałbym też tak bardzo treści teoretycznych podręcznika. Studenci dziennikarstwa znani są co prawda z niechęci do teorii, ale np. brak pełniejszego wprowadzenia zagadnienia aktu mowy nie pozwolił autorce na jasne ujęcie kryteriów podziału na gatunki informacyjne i publicystyczne. Brakuje mi też paru pozycji w bibliografii. Najbardziej — „Anatomii reportażu” Jacka Maziarzkiego, książki już starej (1966), ale najpóźniej jak dotąd opisującej różne, stosowane w reportażu techniki narracyjne.

Inaczej mówiąc, gdybym to ja pisał ten podręcznik — zrobiłbym to trochę (ale tylko: trochę) inaczej. Niemniej nie napisałem. A ponieważ „Dziennikarski warsztat językowy” Janiny Frasz jest książką, której użyteczność trudno przecenić, zapewne sam się nią posłużę w mojej pracy dydaktycznej.

Wojciech Kajtoch

PRASOZNAWSTWO NA PRZEŁOMIE

Jewgienij A. Kornilow: *ŽURNALISTIKA NA RUBIEŽE TYSJACZELETIJ*. Donskoj Izdatielskij Dom. Rostow - na - Donu. 1999. s. 223.

Książka jest zbiorem różnorodnych prac autora (profesora Uniwersytetu Rostowskiego, dziekana Wydziału Filologii i Dziennikarstwa) napisanych w ostatnim 25-leciu. Jest próbą — jak sam pisze — analizy różnych aspektów dziennikarstwa, istotnych w epoce tworzenia się społeczeństw informacyjnych, oraz próbą zwrócenia uwagi na tendencje i problemy badawcze tej dziedziny na przełomie stuleci i tysiącleci. Podkreśla, iż do książki włączone zostały tylko te prace (artykuły), które zachowały aktualność i znaczenie merytoryczne i metodologiczne (po zakończeniu każdego rozdziału podany jest rok jego napisania, co ma istotne znaczenie dla czytelnika, każdy rozdział zawiera także dość obszerną bibliografię). Większość artykułów została

opublikowana wcześniej w rosyjskich i zagranicznych czasopismach naukowych, takich jak: *Filologiczeskij Wiestnik RGU*, *Wiestnik Moskowskogo Uniwersiteta*, *Publizistik* (Bonn), *Zeszyty Prasoznawcze* (Kraków), *Akcenty* (Woroneż).

Książka składa się z trzech zasadniczych części. Część pierwsza („Problemy metodologii badań”: 3 rozdziały-artykuły) poświęcona jest metodologicznym problemom badań dziennikarstwa (m.in. omówione jest zagadnienie klasyfikacji w historii i teorii dziennikarstwa oraz problemy typologiczne, w tym główne pojęcia i kategorie). Część druga („System, typologia i współczesna prasa”: 8 rozdziałów-artykułów) zawiera analizę niektórych elementów systemu medialnego Rosji, np. prasy lokalnej, telewizji regionalnej, prasy bulwarowej, prasy Północnego Kaukazu, regionu dońskiego oraz dotyczy szerszych zagadnień teoretycznych, np. omawia rolę dziennikarstwa w zmieniającym się świecie, socjokulturowe modele dziennikarstwa, czy też wewnętrzne problemy zawodu dziennikarskiego. Część trzecia („Globalizacja procesów informacyjnych i dziennikarstwa”: 5 rozdziałów-artykułów) analizuje takie zagadnienia, jak: „świat z kosmosu”, nowy język nowej telewizji, infosfera i dziennikarstwo przyszłości. W sumie publikowane szkice komponują się w całość, chociaż nie da się uniknąć wrażenia pewnego eklektyzmu, co jednak jest trudne do uniknięcia, biorąc pod uwagę duży rozrzut czasowo-tematyczno-przestrzenny oraz złożoność samego przedmiotu rozważań — dziennikarstwa przełomu wieków. Polski prasoznawca sięga po książkę Kornilowa z zainteresowaniem, gdyż na ogół mało wiemy o samym dziennikarstwie rosyjskim i może jeszcze mniej o teoretyczno-metodologicznej refleksji nad nim (często pisząc na ten temat bazujemy na źródłach niemieckich lub amerykańskich).

Książka w dużym stopniu ma charakter rozważań teoretycznych. Widać, iż w tej dziedzinie autor stara się być niezwykle dociekliwy i precyzyjny, traktuje metodologię badań dziennikarstwa jako kategorię (dyscyplinę) naukową, a nie tylko jako analizę sposobów postępowania badawczego czy zespół określonych procedur. Znaczenie metodologii, dla autora, polega na tym, iż nie jest ona „przywiązana” do konkretnego materiału i może służyć studiowaniu i poznawaniu różnych okresów,

sytuacji, typów, procesów społecznych. Jest poza tym stabilna i w określonej mierze inercyjna (w stosunku do określonych metod i procedur), jest rezultatem procesu kolektywnego, gdzie każdy badacz wnosi coś nowego do jej kształtowania (s. 8). Innym istotnym polem dociekań autora (aczkolwiek pokrewnym) są problemy typologiczne, co notabene, nieobce jest także polskim badaczom zjawisk i obiektów medialnych. Dla Kornilowa problemy typologiczne prowadzą się w istocie do problemów klasyfikacyjnych. Typologię bowiem na gruncie medioznawstwa należałoby — jego zdaniem — określić jako rodzaj systematyzacji, klasyfikację przedmiotów (czytaj: obiektów medialnych) lub zjawisk według określonych cech. W szerszym znaczeniu, klasyfikacja odzwierciedla stosunki między różnymi typami przedmiotów i zjawisk. Klasyfikacja jest (oprócz wartości samoistnej) środkiem (metodą) badania i poznawania ogólnych i specyficznych cech (stron) zjawisk i przedmiotów. Klasyfikacyjny podział zjawisk prasowych (medialnych) jest istotą ich systematyzacji. Naukowy charakter ma jednak tylko klasyfikacja oparta na wewnętrznych prawidłowościach rozpatrywanych zjawisk, przeprowadzona według logicznych prawideł. Podstawą tych prawidłowości jest rozczłonkowanie różnego rodzaju przedmiotów na klasy według ich najbardziej istotnych cech, przy czym podział ten dokonuje się na podstawie tych samych kryteriów i powinien uwzględniać wszystkie elementy zjawiska (wszystkie przedmioty). Istotą operacji klasyfikacyjno-typologicznych jest znalezienie głównej, najważniejszej cechy jako podstawy podziałów. W przypadku zjawisk medialnych niejako naturalnie zainteresowania badaczy skupiły się na treści. W dalszej kolejności zaczęto brać pod uwagę takie cechy jak: charakter instytucjonalny i organizacyjny wydawnictwa, kryteria funkcjonalne, stopień profesjonalizacji, cechy językowe, cechy terytorialno-geograficzne i czytelnicze (odbiorcze) (s. 44).

Pozostając jeszcze przy problemach metodologicznych, zauważmy, iż ważne dla Kornilowa jest „podejście historyczne” do badań dziennikarstwa, które samo w sobie ma dwa wymiary i kierunki: synchroniczny (poznawanie i zestawianie faktów dziennikarstwa z punktu widzenia uwarunkowań społeczno-politycznych) i diachroniczny (poznawanie i zestawianie faktów dziennikarstwa z punktu

widzenia wewnętrznego jego rozwoju i wewnętrznych uwarunkowań i okoliczności) (s. 15). Z podejściem tym wiąże się też „zasada historyzmu”, która nakazuje rozpatrywanie przedmiotów i zjawisk medialnych w ich rozwoju, ruchu, w aspekcie zmian ich dotyczących.

Powyższe uwagi oddają charakter rozważań zawartych w części pierwszej. Część druga ma charakter mniej ogólny i dotyczy w większym stopniu konkretnych zagadnień dziennikarskich i medialnych. Można tutaj wydzielić dwa główne kierunki rozważań: analizę ogólnych tendencji rozwoju mediów i dziennikarstwa na przełomie wieków oraz analizę konkretnych typów z naciskiem na prasę (media) lokalną i regionalną. Sposób opisu w nurcie pierwszym polega na przeciwstawianiu sobie określonych tendencji, charakterystycznych dla epoki. I tak, tendencji globalizacji, autor przeciwstawia jednoczesną tendencję do regionalizacji, a więc ogólnoświatowy charakter informacji (funkcjonowanie gazet ogólnoświatowych, Internet, system satelitarny) nie wyklucza tendencji do „lokalizacji” i rozwoju mediów lokalnych, którym w warunkach rosyjskich towarzyszy decentralizacja w głównych sferach: politycznej, ekonomicznej, kulturalnej. Inną tendencją rozwojową jest powstawanie i funkcjonowanie — obok prasy tzw. „oficjalnej” (prasa wydawnictw państwowych, wydawnictw partyjnych, związkowych, spółdzielczych, prasy prywatnej) — także prasy „nieformalnej” („samizdat”). Prasa „nieformalna”, zwana także alternatywną, ma różnorodny charakter: polityczny, ideologiczny, kulturalny, religijny, ekologiczny, itp. (w 1989 roku wychodziło 512 rosyjskojęzycznych pism alternatywnych). Na ogół nie podlegają one żadnej kontroli, działają także poza systemem prawnym (rejestracją).

Kolejną tendencją jest rozwój — obok prasy „jakościowej” — także rozwój prasy „bulwarowej”. Jeżeli, jak zauważa autor, w prasie „jakościowej” każdy materiał ma swoje zadania i spełnia określony poziom profesjonalizmu, to w prasie bulwarowej dąży się głównie do poruszenia czytelnika sensacjami, zaskakuje się go nieoczekiwaną tematyką, domysłami, publikacjami niezgodnymi z dobrymi obyczajami i etyką dziennikarską. Operuje się w znacznej mierze fotografią jako środkiem wyrazu. Dwie ostatnie tendencje, na któ-

re wskazuje Kornilow, to funkcjonowanie obok prasy demokratycznej także prasy totalitarnej. Demokratyczny model dziennikarstwa odzwierciedla pluralizm społeczeństwa. Model ten charakterystyczny jest dla krajów demokratycznych z rozwiniętą wolnością prasy. Totalny model dziennikarstwa charakteryzuje się monopolem ideologicznym, istnieniem środków represji, unifikacją form i metod. Wydarzenia współczesne pokazują, że model totalitarny jest rezultatem nie tylko dyktatur politycznych czy monopoli ideologicznego, lecz jest także wynikiem dyktatu struktur finansowych i kryminalnych (s. 82). Dziennikarstwo współczesne to jednocześnie dziennikarstwo prasowe i audiowizualne (to ostatnie jest produktem XX wieku). Każdy z tych modeli realizuje swoje funkcje: prasa — analityczne i serwisowe, radio i telewizja — informacyjne i kulturalno-rekreacyjne, każdy z modeli rozwija się w warunkach konkurencji. Wydzielone tutaj tendencje i modele stanowią, według autora, punkt wyjścia do dalszych analiz i typologii.

Drugi nurt tej części książki dotyczy mediów lokalnych (regionalnych). Jest to dziedzina, którą autor interesuje się od dawna (swoje doświadczenia w tym względzie omawiał wielokrotnie podczas kilkunastu pobytów naukowo-dydaktycznego w Uniwersytecie Śląskim). W warunkach rosyjskich pojęcie „prasa lokalna” (miestnaja priessa) obejmuje szereg niezwykle zróżnicowanych zjawisk. Pod koniec lat osiemdziesiątych z 8515 gazet mających 198 mln egz. jednorazowego nakładu, tylko 31 miało charakter „centralny” (wszechzwiązkowy). Jednorazowy nakład wszystkich gazet „miestnych” różnych typów wynosił ponad 102 mln egz. (sądzę, że do prasy lokalnej sensu stricto nie można kwalifikować — w warunkach rosyjskich — wszystkich gazet nie mających ogólnokrajowego charakteru, ale raczej tylko pisma miejskie, obwodowe, rejonowe, zakładowe i środowiskowe). Rosyjski medioznawca wyznacza kilka „zadań” prasie lokalnej (w szerszym rozumieniu): „zadania ogólne” — wyzwalanie aktywności społecznej zbiorowości terytorialnych; „zadania socjalno-psychologiczne” — tworzenie więzi społecznych i związków mikrokomunikacyjnych wśród grup społecznych, załóg pracowniczych, społeczności lokalnych, sąsiadów itp.; „zadania kulturalno-etniczne” — zachowywanie i rozwój

narodowego charakteru kultury, samoświadomości etnicznej, kultywowanie obyczajów, odrębności językowych i tradycji. Wszystko to dzieje się dzięki działalności informacyjnej tej prasy, która stanowi pewną przeciwwagę dla inwazji kultury masowej i informacji globalnej.

Interesujących danych empirycznych dostarcza rozdział poświęcony społecznemu odbiorowi telewizji regionalnej w Stawropolu (studium przypadku — badania 1997 roku). Deficyt badań tego typu jest ogromny w warunkach szybkiej decentralizacji telewizji, zwłaszcza wobec kryzysu ekonomicznego, który ogranicza obiektywną rolę prasy drukowanej (transport, druk, możliwości nabywcze ludności). Realizacja badań „Stawropol — TR: efektywność działalności, perspektywy rozwoju” pokazała duże zróżnicowanie zachowań odbiorczych ludności objętej zasięgiem nadawczym. Tylko 16% ogląda regularnie (dziennie) programy, a 48% — raz w ciągu tygodnia. Reszta ma kontakt rzadszy lub w ogóle nie ogląda programów tejże prywatnej telekompanii. Oprócz motywów poznawczych, wśród oglądających istotne znaczenie mają motywy rozrywkowe. Najaktywniejszymi odbiorcami tej telewizji są lokalne (regionalne) elity polityczno-administracyjne, intelektualne oraz biznesowe. Najczęstszy kontakt deklarują mieszkańcy większych miast kraju stawropolskiego. Zdecydowanie gorzej odbiór wygląda na wsi, gdzie potencjalnym odbiorcom często brakuje odpowiedniego sprzętu. Ponadto respondenci wyrażali na ogół sceptycyzm co do możliwości wpływania tejże telewizji na bieg spraw w regionie oraz uważali często programy za tendencyjne, nie reprezentujące ich interesów. Mimo tych niedostatków „początkowego okresu” autorzy badań widzą możliwości dalszego rozwoju tego typu mediów, co jednak jest zależne od rozwiązania ogólnego kryzysu społeczno-gospodarczego oraz pokonania tendencji globalizacyjnych.

W części trzeciej, której motywem przewodnim jest „globalizacja” w jej różnych aspektach, autor zwraca uwagę na ogólnie znane fakty i procesy. Obiektywną konsekwencją globalizacji jest — jego zdaniem — „integracja zachodniej i wschodniej cywilizacji”, powstawanie państw bardziej otwartego typu, tworzenie się globalnych związków ekonomicznych i politycznych oraz powstanie „światowej przestrzeni informacyjnej”, w któ-

rej zdarzają się szanse rozwoju kulturalnego i przezwycięzania różnic między bogatą Północą a biednym Południem. Globalizacja może jednak, jak sądzi autor, doprowadzić do nowej konfrontacji już narastającej w świecie — „gwiazdnych wojen” systemów informacyjnych (s. 220).

Badacze polscy, często bazujący na zachodniej literaturze nie dostrzegają w całej pełni tego, co dzieje się za wschodnią granicą. Toteż celowe wydaje się zwrócenie uwagi na jedną z ostatnich pozycji tego obszaru, obrazującą w pewnym stopniu kierunki poszukiwań empirycznych i refleksji teoretycznej. W swej warstwie poznawczej książka Kornilowa zawiera dwojakiego typu informacje: rzeczy nowe i rzeczy stare, znane badaczom mediów i masowego komunikowania. Niewątpliwie ciekawe są rozważania natury teoretyczno-metodologicznej oraz te fakty, które się odnoszą bezpośrednio do rzeczywistości rosyjskiej, ale trudno zaprzeczyć, że rozdziały (artykuły) napisane w latach osiemdziesiątych są nieaktualne, tchną duchem (i terminologią) tamtej epoki. W krótkiej recenzji pominęliśmy niektóre bardzo szczegółowe rozważania autora poświęcone np. historii prasy regionów Rosji lub prasy bulwarowej. Pomimo tych zastrzeżeń mam, iż książka Kornilowa może być pomocna zarówno w działalności naukowej, jak i nauczaniu dziennikarstwa.

Stanisław Michalczyk

Z PSYCHOLOGII REKLAMY

Anna J a c h n i s, Jan F. T e r e l a k:
PSYCHOLOGIA KONSUMENTA I REKLAMY. Oficyna Wydawnicza „Branta”, Bydgoszcz 1998. S. 408.

Dorobek psychologii współczesnej, szczególnie psychologii społecznej i teorii osobowości, wzbogacony o doświadczenia praktyki rekla-

my oraz jej teorii skutecznego oddziaływania na publiczność, legły u podstaw interesującej propozycji wydawniczej, mającej charakter wręcz podręcznikowy, dwojga autorów, pracowników naukowych Katedry Psychologii i Stresu Akademii Teologii Katolickiej: Anny Jachnis i Jana F. Terelaka pt. „Psychologia konsumenta i reklamy”. Prócz bogatej dawki koncepcji związanych z teoriami psychologicznymi, praca zawiera liczne omówienia badań eksperymentalnych oraz przykładów zaczerpniętych z reklam w mediach polskich. Autorzy zwracają szczególną uwagę na badania zwrotne, których celem jest ocena skuteczności w stosunku do konsumentów użytkowanych form reklamy. Sama reklama jest rozumiana przez autorów jako szczególna forma marketingu, odkrywająca skutecznie prawidłowości zachowań konsumenckich.

Logika wywodów Jachnis i Terelaka jest tak pomyślana, że stopniowo, jakby „po spirali”, przedstawiają wiedzę nt. oddziaływania reklamy na zachowania klienta najpierw pomyślanego jako izolowane indywiduum, następnie istotę społeczną, tzn. członka rodziny, grupy towarzyskiej, wiekowej, płciowej, zawodowej, członka warstwy, klasy społecznej, gminy wyznaniowej czy nawet danego kręgu kulturowego.

Szczególną wagę przywiązują autorzy do teoriopoznawczych procesów percepcji, które może stymulować w aktach postrzegania konsumenta całokształt zabiegów reklamowych. Ekspozycja przy tym emocjonalną strukturę poznania, przyjmując słusznie, że właśnie emocje najskuteczniej wiążą ludzi z postrzeganymi rzeczami i zjawiskami. Podpowiadają, iż wielorakość satysfakcji w związku z postrzeganymi produktami oraz usługami stanowi główną siłę oddziaływania reklamy na konsumenta, jeśli ma ona z nią równoległy przebieg, to faktycznie wymiernie zwiększa postawy prokonsumenckie. Dlatego — w ich opinii — jest tak ważne ciągłe badanie form i skuteczność akcji reklamowych. Bardzo istotne dla powodzenia działań reklamowych jest — według Jachnis i Terelaka — takie przygotowanie kampanii reklamowych, by wpisywały się w scenariusz i specyfikę oddziaływania mediów w komunikowaniu społecznym i skutecznie wykorzystywały przywództwo liderów życia publicznego, politycznego oraz kulturalnego.

Autorzy starają się opisać stosunek reklama — konsument z punktu widzenia szeroko pojmowanego marketingu, rozumiejąc go jako „(...) planowanie i realizowanie koncepcji produktu, ceny, kanałów dystrybucji i promocji w celu doprowadzenia do wymiany zapewniającej satysfakcję nabywcom i zysk przedsiębiorstwom. (...) Tak rozumiana promocja — jako ważny element marketingu — jest kompozycją formy i sposobów społecznej komunikacji z konsumentem (nabywcą). Kompozycja ta składa się z «reklamy», «aktywizacji sprzedaży», «merchandisingu», «public relations», «sprzedaży osobistej i promocji sprzedaży». Wszystkie te elementy mają na względzie po pierwsze konsumenta» (s. 16).

Ciekawe analizy przeprowadzają autorzy w związku np. z wrażliwością konsumentów na modę i innowacyjność, wyróżniając następujące typy konsumentów: innowacyjnych, autoinnowacyjnych, konserwatywnych i autokonserwatywnych, uzasadniających swe wybory we własnych systemach wartości lub grup społecznych, z którymi się identyfikują.

Jachnis i Terelak proponują więc rozumienie oddziaływania marketingowego na konsumenta, w którego centrum znajduje się cały arsenał środków i strategii reklamowych, widziany w całokształcie komunikowania społecznego w ramach danego społeczeństwa i dominującej tam kultury wraz z eksponowanymi przez nią systemami wartości. Jest to więc holistyczne ujęcie tego tak ważnego w społeczeństwie wolnorynkowym i liberalnym zjawiska. Uprzytomnia tę prawdę, że każde zjawisko społeczne stanowi jakby strukturę w ramach większych i mniejszych całości, będąc zarazem elementem sieciowych powiązań, których poznanie i planowanie musi mieć charakter naukowo przygotowany.

Książka ta, choć jest adresowana przede wszystkim do studentów i badaczy społecznych i psychologicznych aspektów tej części komunikowania społecznego, gdzie główny element przekazu ma charakter perswazyjny, jest także rzetelnym kompendium wiedzy, przydatnym dla ludzi związanych profesjonalnie z funkcjonowaniem mediów w infosferze.

Ignacy S. Fiut

W KRĘGU REKLAMY

Andrzej Stanisław Barczak, Andrzej Piłtrus (red.): ZE ŚWIATA REKLAMY. Prace Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1999, zeszyt 1. S. 122.

Zainteresowanie reklamą nie słabnie nie tylko w kręgach biznesu, ale i w placówkach naukowych, które podejmują badania empiryczne i teoretyczne nad tymi częściami komunikowania społecznego i kultury, gdzie odgrywa ona rolę kluczową. Rezultatem takich poszukiwań jest właśnie praca krakowskich badaczy z Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Zawiera ona 10 rozpraw na temat różnych aspektów reklamy ze szczególnym uwzględnieniem jej specyfiki w społeczeństwie polskim.

Łukasz A. Pleśnar w artykule pt. „Baśniowy świat reklamy” omawia w oparciu o rodzime przykłady często spotykane typy przemiany fabuł reklamowych w tradycyjne typy baśniowej narracji, np. „brzydkiego kaczątka”, „szarego na złote”, „animujące przedmioty” itp. Zbigniew Nęcki, Izabela Sowa, Jerzy Rosiński przedstawiają rezultaty badań nad wpływem koloru i zapachu na efektywność reklamy w kontekście konformistycznych i innowacyjnych zachowań konsumentów. Ich praca nosi tytuł „Psychologia w reklamie” i prócz opisu przeprowadzonych eksperymentów omawia inne ciekawe badania na zbliżone tematy.

Andrzej Piłtrus natomiast poświęca swój artykuł pt. „Retoryka we współczesnej krytycznej i operacyjnej teorii reklamy” analizie teorii zapośredniczania w utworze reklamowym narracji słowem i obrazem w specyficzne figury retoryczne, których celem jest aktywizowanie zainteresowań publiczności i włączanie jej w dyskurs reklamowy. Wiesław Godzic zaś w szkicu teoretycznym pt. „Reklama (lokalna) i kultura (globalna)” próbuje dokonać wglądu w stosunki pomiędzy lokalnymi rynkami reklamy na świecie i także w Polsce a światowymi tendencjami reklamowymi w globalizującej się kulturze. „Tak więc — pisze Godzic, objaśniając istotę współczesnych tendencji w jej rozwoju — reklama jest

przede wszystkim pochodną niepokoju lub niepewności jej producentów; z kolei zasadniczą dysproporcja (asymetria władzy — jak to ujmują) między silnymi klientami i szukającymi zleceń agencjami prowadzi do napięć znaczeń świata przedstawionego. Można ująć to tak: przemysł reklamowy, pełniący funkcję rzekomego eksperta w kwestii pragnień konsumentów i ich przyszłych wyborów, sprzedaje sam siebie klientom (producentom towarów) po to także, aby zmniejszyć ich niepewność i niejasność na obszarze wszelkiej niewiadomej, czyli społecznych nastrojów i wyborów” (s. 52). Podobnym tropem badawczym podąża Anna L u b e c k a w artykule pt. „Jak reklama tworzy i odzwierciedla kulturę?”, w którym zwraca uwagę nie tylko na świadome, ale i nieświadome jej segmenty, wpływające na zmiany kulturowe, np. wśród kobiet, które szczególnie nastawione są na poszukiwanie w niej nowych wzorców kształtowania własnego wyglądu i osobowości. Ukazuje także ogromny obszar powiązań o charakterze sprzężeń zwrotnych między kulturą i jej historią a zabiegami twórców reklamy.

Dalsze części tej zbiorowej pracy mają charakter bardziej pragmatyczny i składają się na nie artykuły eksponujące strategiczne podejście do działalności reklamowo-marketingowej. Michał B a r a n w szkicu pt. „Tworzenie przekazu reklamowego na potrzeby zarządzania strategicznego” wgląda w proces poszukiwania i umacniania przez przedsiębiorstwo miejsca na rynku przy pomocy kampanii reklamowej. Antoni W o n t o r c z y k rozważa w artykule pt. „Najważniejsze zagadnienia kryptoreklamy politycznej” kwestię reklamy politycznej i jej otoczenia, która w ustroju demokratycznym ciągle się pojawia w formie „skrywania się za czymś innym” w związku z nieustannymi elekcjami na stanowiska i urzędy publiczne. Autor analizuje więc te czynniki, które kreują „aktora politycznego” i do których właśnie należą różnorodne formy jego kryptoreklamy, np. hołdowanie przez niego określonym zasadom, wartościom, umiejętnością pozyskiwania sobie fachowców, ludzi kompetentnych i budowa właściwego *image'u* politycznego, by przyciągnąć ku sobie tę największą część elektoratu, która stanowi jego „milczącą większość”. Kolejna rozprawka w zbiorze, autorstwa Sabiny Barbary C i s e k pt. „Reklama usług bibliotecznych i informacyjnych”, w której próbuje badaczka wskazać

wpływ zmian transformacyjnych o charakterze ustrojowym i informatycznym na udostępnianie i informowanie, opisuje kreację nowego typ bibliotekarstwa, zmuszającego bibliotekarzy do rozwoju usług reklamowych o posiadanych zbiorach książkowych oraz informacjach opartych głównie na Internecie. Szansę wideoklipu jako przyszłości reklamy analizuje Małgorzata L i s o w s k a - M a g d z i a r z w artykule pt. „Muzyczny wideoklip — reklama przyszłości”, gatunek przekazu, który upowszechniła w wymiarze globalnym przede wszystkim MTV. Nazywa go trafnie *product placement*, wskazując, że jego głównym celem w przeciążonym konkurującymi ofertami w świecie reklamy jest takie przyciągnięcie publiczności, która podczas oglądania go jakby wyłącza się z tempa życia codziennego i odpoczywa, a nawet bawi się, co wróży tej formie przekazu reklamowego właśnie przyszłość.

Wszystkie przedstawione tu prace krakowskich badaczy reklamy w aspekcie kulturowym i komercyjnym stanowią ciekawy i inspirujący wkład w rozwój rodzimej refleksji naukowej nad tą formą kreacji świadomości społecznej. Warto je zalecić zarówno twórcom reklamy, studentom i potencjalnym odbiorcom usług reklamowych. Szkoda jednak, że autorzy nie skorzystali z licznych badań i opracowań Ośrodka Badań Prasoznawczych, szczególnie związanych z relacją pomiędzy reklamą a komunikowaniem przez media, a uwzględniających swoistość rodzimego rynku komunikowania społecznego.

Igor Mostowicz

KSIĄŻKA — 10 LAT PO TRANSFORMACJI

Łukasz G o ł ę b i e w s k i: RYNEK KSIĄŻKI W POLSCE, EDYCJA 1999. Wydawnictwo Magazyn Literacki, Warszawa 1999. S. 272.

Od kilku lat media alarmują opinię publiczną, że ok. 50% Polek i Polaków w ciągu roku nie przeczytało ani jednej książki. Jaki mechanizm kryje się za tym stanem rzeczy, widziany od strony rynku książki, skrupulatnie przedstawia Łukasz Gołębiewski w interesującej

pracy pt. „Rynek książki w Polsce, edycja 1999”. Prócz więc ekspansji mediów wizualnych, głównie telewizji i Internetu, oraz zubożenia szerokich rzeszy inteligencji, transformacja ustrojowa doprowadziła do głębokiej zmiany struktury wydawniczej książki w Polsce, co musiało mieć też decydujący wpływ na zmianę parametrów czytelniczych publiczności. Praca Gołębiewskiego nie jest opracowaniem typowo bibliotekoznawczym, lecz stanowi ciekawy sposób oglądu sytuacji książki w Polsce z perspektywy wydawniczej oraz komercyjno-kapitałowej. Ukazuje bowiem mozaikę instytucji wydawniczych, ich zamożność, podstawy prawne, zaplecze edytorskie oraz udziały w rynku sprzedaży. Uwzględnia także geografie wydawniczą książki, co daje wgląd w pojemność i rezerwy rodzimego rynku książki.

W kolejnych rozdziałach autor omawia genezę i sytuację 50 największych wydawnictw, dystrybucję oraz jej rodzaje, nowe media uczestniczące w prezentacji książki oraz zamieszcza rozmowy z dyrektorami największych i najbardziej renomowanych wydawnictw. Na końcu został zamieszczony obszerny aneks, na który składają się: I. Informacje o najważniejszych instytucjach i organizacjach zajmujących się książką, II. Informacje o najważniejszych imprezach targowych, III. Informacje i najważniejszych czasopismach oraz dodatkach do gazet poświęconych książce i IV. Kodeks stosunków wydawniczo-księgarskich. Aneks zamyka „Wykaz tekstów źródłowych”, w którym zamieszczono dane o najważniejszych artykułach w 1999 roku w prasie fachowej i codziennej oraz informacja o Polskim Funduszu Literatury i jego możliwościach wspierania inicjatyw wydawniczych.

„W Polsce zarejestrowanych — pisze Gołębiewski — jest ok. 134 000 wydawnictw książkowych. Według najnowszych badań Centrum Informacji o Książce aktywnie działa 2850 oficyn. Zważywszy na stosunkowo niski poziom zakupów książki przez społeczeństwo polskie (ok. 2,5 książki rocznie na statystycznego Polaka) — wydawnictw jest zdecydowanie za dużo. (...) Wzrost dotyczy bowiem przede wszystkim największych — pozostali muszą dzielić pomiędzy sobą coraz mniejszy wycinek rynku. W 1998 roku na 19 wydawnictw przypadł wzrost sprzedaży książek o 230 mln złotych — niemal cały wzrost wypracowany przez branżę edytorską. Znacznie

mniejszą kwotą podzielić się musiało ok. 150 małych oficyn (s. 15). Widać więc jasno, że «z dużej chmury mały deszcz»”. Ta liczba wydawnictw przyczynia się bowiem do nadprodukcji i ogromnej konkurencji, czemu nie towarzyszy odpowiednio wysoki wzrost sprzedaży. Autor szacuje, że w Polsce jest 19 dużych wydawnictw mających 63% udziału w rynku, 100–200 wydawnictw średnich z udziałem 32%, ok. 1500 wydawnictw małych z udziałem 4% oraz 6–10 tys. wydawnictw nieaktywnych, mających tylko 1% udziału w rynku polskiej książki. Natomiast udział czterech największych wydawnictw (tj. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, grup PWN, Bertelsmann Media i Reader's Digest), wynosi aż 36,5 % udziału w rynku i ciągle wzrasta. Także liczba wydawanych tytułów nie idzie w parze z zyskami wydawnictw. Duże wydawnictwa — np. Reader's Digest — w roku 1996 zarobiły na dwóch tytułach więcej niż PIW i Czytelnik razem wzięte w tym samym roku. Ogólna liczba wydawanych tytułów w roku 1995 wynosiła ok. 16 000, zaś w roku 1998 już 24 000. W roku 1995 sprzedano w Polsce książek za 580 mln zł, natomiast w roku 1998 już za 1500 mln zł. Jeśli idzie o geograficzne rozmieszczenie wydawnictw, to w województwie mazowieckim jest ich 4327 (38,8%), w małopolskim 1060 (9,5%), w wielkopolskim 843 (7,6%), zaś najmniej w świętokrzyskim — 117 (1,6%) i warmińsko-mazurskim — 161 (1,5%). Wszystkie te dane i jeszcze setki innych zawiera ta ciekawa praca, będąca jakby raportem o stanie polskiej książki 10 lat po transformacji ustrojowej. Daje ona więc istotny wgląd w procesy komunikowania społecznego i medialnego oraz towarzyszące im trendy, które zbliżają Polskę powoli do kręgu krajów typowo europejskich.

Interesująco przedstawił autor dynamikę sprzedaży książek w latach 1990–1998. W roku 1990 wzrosła ona o 13%, w 1991 — aż o 82%, co łączy o z efektem upadku cenzury i nadrabianiem wynikłych z faktu jej funkcjonowania braków wydawniczych. Natomiast w roku 1992 spadła ona o 18%, a w 1993 o 16%, co wiązało się przede wszystkim z upadkiem Składnicy Księgarskiej, która nie mogła udźwignąć nierentownej nadprodukcji. Od 1994 roku rozpoczął się wzrost sprzedaży o 23%, w 1995 o 24%, w 1996 o 30%, w 1997 o 21% i w 1998 o 11%. Ten efekt pozytywny wiąże się przede wszystkim z powstaniem no-

wej sieci dystrybucji, tj. ok. 550 hurtowni na terenie całego kraju oraz nowej strategii wydawniczej zarówno pod względem oferty tytułów, jak i nakładów. W tym okresie rozpoczęło się też naukowe podejście do produkcji oraz sprzedaży książki, biorące pod uwagę gusty czytelnicze i możliwości finansowe czytelników zamiast poprzednich, żywiołowych procesów. Prócz tradycyjnej sprzedaży w księgarniach i kioskach powstały nowe formy dystrybucji, tj. sprzedaż wysyłkowa, z udziałem akwizytorów, w supermarketach i przy kościołach. Wiele wydawnictw założyło witryny internetowe, gdzie oprócz oferty znajdują się informacje o formach sprzedaży i cenach.

Praca Gołębiowskiego jest ważnym i w zdecydowanym stopniu nowoczesnym podejściem do kwestii książki polskiej po transformacji ustrojowej w 1989 roku. Ukazuje ona — choć w wielu przypadkach tylko prawdopodobny — obraz wydarzeń, które doprowadziły do tak wielorakiej i różnorodnej oferty jej podaży.

Ignacy S. Fiut

PUBLIZISTIK

Rocznik 44 (1999), zeszyty 1, 2. S. 267 + nlb.

Nie tylko prawników zainteresuje przegląd orzecznictwa Trybunału Konstytucyjnego RFN w sprawach istotnych dla komunikowania społecznego — umocnienia radio- i wizjofonii prywatnej, wolności opinii i wypowiedzi (m.in. liberalizacji swobody artystycznej na pograniczu pornografii), wynikających z rosnącego znaczenia ustawodawstwa Unii Europejskiej i in. (autor Mathias S c h w a r z, s. 1–34).

Christiane E i l d e r s i Werner W i r t h przedstawili eksperymentalne badania nad znaczeniem dziennikarskich wiadomości dla odbiorców. Badaniem przedłożono krótkie skonstruowane wiadomości z różnymi elementami informacji. Szczególnie dobrze zapamiętano wiadomości o dużej doniosłości in-

formacyjnej: spersonifikowane, dotyczące osobistości o wysokim statusie, zaskakujące (s. 35–37).

Prof. Manfred R ü h l ogłosił studium o publikowaniu w przekroju historycznym. Już w Mezopotamii i starym Egipcie powstawały systemy komunikowania społecznego. Współcześnie wyraża się ono w multimedialnej kulturze komunikowania. Społeczna funkcja prasoznawstwa (Publizistik) sprowadza się do ubezpieczenia i rozwijania kultury komunikowania (s. 58–74).

W numerze 1 mamy m.in. informację o powołaniu przy uniwersytecie w Dortmundzie Naukowego Ośrodka Dziennikarstwa Europejskiego. Pierwszy impuls dał w 1991 r. Erich Brost (zmarły 1995), za reżimu hitlerowskiego emigrant w Polsce, Szwecji i W. Brytanii. Założony przez niego Instytut Dziennikarstwa objął problematykę Europy Zachodniej, Środkowej i Wschodniej. Na czele Kuratorium Instytutu stoi znany prasoznawca, prof. Kurt Koszyk. 20 października 1998 spadkobiercy E. Brosta założyli fundację, mającą od roku akademickiego 1999/2000 finansować międzynarodowe działania Naukowego Ośrodka Dziennikarstwa Europejskiego (współpracę z ośrodkami zagranicznymi, badania, seminaria, kształcenie zawodowe i in.). Jako dyrektor-założyciel został powołany Gerd G. Kopper. (Skądinąd wiadomo, że Ośrodek w Dortmundzie nawiązał już współpracę z SDP, Ośrodkiem Badań Prasoznawczych UJ w Krakowie i in.)

Kluczowy problem prasoznawczy: kto czyta gazetę? — podejmują w nrze 2 Klaus S c h ö n b a c h, Edmund L a u f i Wolfram P e i s e r. Coroczne analizy AWA (Allensbacher Werbeträger-Analyse) nie przynoszą zaskakujących wyników: brak istotnych cech socjodemograficznych, które by odróżniały czytelników i nie czytających dzienników. Gazeta codzienna wciąż jawi się jako medium uniwersalne, wykorzystywane przez (prawie) wszystkich — chociaż krąg odbiorców się zmniejsza (s. 131–148).

Dyrektor Instytutu im. H. Bredowa w Hamburgu, Otfried J a r r e n podjął problem regulacji mediów w powstającym społeczeństwie informacyjnym, w którym tracą na znaczeniu formy regulacji państw narodowych (s. 149–164). Rudolf S t ö b e r przedstawił *Provinzial-Correspondenz* — największe czasopismo polityczne w Niemczech lat 1863–

1884 (s. 165–184). Thomas G a z l i g (rzecznik prasowy Towarzystwa Badań Biotechnologicznych) zanalizował wykorzystanie komunikatów kilku ministerstw Dolnej Saksonii w 2 dziennikach regionalnych. Najczęściej wykorzystywano materiały o szerszym zasięgu, związane z aktualnymi tematami, donoszące o wyrządzonych szkodach, niepowodzeniach, częściowo też o wydarzeniach lokalnych (s. 185–199).

Językoznawca i redaktor szwajcarskiej rozgłośni DRS, Thomas K r o p f, zaproponował alternatywę dla znanego „modelu piramidy” budowania informacji radiowej: lid — źródło — szczegóły — tło. Autor uważa, iż ten schemat nie spełnia zamierzonego celu — zrozumienia przez odbiorcę treści „od razu”. Proponuje model alternatywny, gdzie informacja radiowa zaczyna się od nawiązania do „prawdzy” i powszechnego zainteresowania odbiorców; to, co nowe w wiadomości, rozwija ją i ułatwia jej zrozumienie. Czyli: na czoło wysuwa się w wiadomości jej z r o z u m i e n i e, podporządkowując mu aspekty t r e ś c i o w e — nowość, aktualność itd. (s. 200–216).

Z działu personalistów dowiadujemy się o zgonie wybitnego medioznawcy, Franza Ronnebergera (1913–1999), emerytowanego profesora nauk politycznych i komunikowania Uniwersytetu w Erlangen-Norymberdze, „makroteoretyka i pioniera medioznawstwa interdyscyplinarnego”.

Paweł Dubiel

Rocznik Historii Prasy Polskiej

1999, T. 2, z. 1.

Ukazał się tom drugi *Rocznika Historii Prasy Polskiej*. W dziale Artykuły i rozprawy pierwszy zamieszczono tekst Jacka L a c h e n d r y, który przedstawia wnikliwą charakterystykę statystyczną prasy województwa krakowskiego w latach 1918–1939.

Autor ustalił, że na terenie ówczesnego województwa ukazywały się 264 czasopisma, co stanowiło 2% wszystkich wydawnictw pra-

sowych w Polsce; zaznaczył jednak, że nie jest to liczba ostateczna.

Ilościowy rozwój prasy podzielił autora na pięć etapów.

Lata 1918–1921 to pierwszy etap, charakteryzujący się wzrostem liczby pism z 7 do 34. Drugi — lata 1922–1923 — cechuje się załamaniem tendencji wzrostowej i spadkiem liczby pism do 24. Trzeci etap przypada na okres 1924–1928; następuje wzrost do 56 tytułów. W latach 1929–1934 (czwarty etap) zauważamy ponowny spadek do 34, a w roku 1934 wzrost do 50 wydawnictw. Od roku następnego do wybuchu wojny (etap piąty) widoczne jest załamanie rozwoju ilościowego prasy i spadek liczby ukazujących się periodyków do 25. Aż 89% inicjatyw podjętych w latach 1918–1937 upadło przed końcem tego okresu, 60% nie przetrwało nawet roku, a tylko 6% istniało dłużej niż 10 lat.

Stan zachowanych źródeł uniemożliwia dokładną analizę nakładów prasy ukazującej się na omawianym terenie. Z obliczeń autora widać, że dominowały pisma tłoczone w ilościach 500–1000 egzemplarzy (np. pisma szkolne, niektóre specjalistyczne). Liczną grupę stanowiły czasopisma wydawane w ilości od 1001 do 5000 egzemplarzy. Były to w większości czasopisma polityczne i specjalistyczne. Grupę pism o nakładach z przedziału 5001–10 000 egzemplarzy i powyżej tej drugiej liczby tworzyły głównie wydawnictwa katolickie. Najsilniejszymi ośrodkami wydawniczymi wówczas były: Tarnów (gdzie przez całe dwudziestolecie ukazało się 30% wszystkich pism), Zakopane (tu ukazało się 11% wszystkich wydawnictw), Nowy Sącz (11% wszystkich wydawnictw), Biała (6% wszystkich wydawnictw).

Artykuł ma bardzo czytelną konstrukcję, lekturę ułatwiają tabelę ilustrujące omawiane zagadnienia.

W artykule pt. „Katolicyzm w ideologii czasopism konspiracyjnych Narodowej Demokracji (1939–1945)”, Jerzy S e n i ó w dowodzi, że prasa Narodowej Demokracji pod okupacją hitlerowską i stalinowską odgrywała ważną rolę w życiu narodu polskiego. Jej ideologia (ogólnie rzecz ujmując) miała następujące cele: osiągnięcie potęgi narodu i sprawnie funkcjonującego państwa na gruncie solidaryzmu narodowego; nastawienie nacjonalistyczne, a czasem wyraźnie antysemickie. Podstawą dla ideologii politycznej tej partii była

religia katolicka, która miała nadać państwu oblicze katolicko-narodowe.

W październiku 1939 Stronnictwo Narodowe podjęło działalność konspiracyjną i uznało *Walkę* za swój oficjalny organ prasowy o charakterze informacyjno-politycznym. Do tej grupy czasopism zaliczyć można tytuły: *Polak* i *Polska Gazeta Codzienna pod Okupacją*.

W grupie pism tzw. polityczno-programowych znalazły się między innymi *Sprawy Narodu* i *Wychowanie Narodu*. Następnie secesyjna Grupa Wielka Polska wydawała własne organy prasowe zatytułowane *Wielka Polska* i *Narodowa Agencja Prasowa*. W konkluzji autor stwierdza, że wszystkie czasopisma konspiracyjne Narodowej Demokracji propagowały ideologię opartą na filozofii św. Tomasza z Akwinu oraz zawierały treści religijne. Artykuły zamieszczane na łamach analizowanych czasopism autor dzieli na trzy grupy: popularno-naukowe i światopoglądowe, popularne oraz ideologiczne łączące Boga z narodem.

W tytule artykułu autor zaznaczył, że jest to część I, należy zatem oczekiwać w kolejnych tomach *Rocznika Historii Prasy Polskiej* kontynuacji.

Następny artykuł pióra Krzysztofa Woźniaka o w s k i e g o poświęcony jest *Wiadomościom Polskim* 1944–1945 — ostatniej polskojęzycznej gazdinówce Trzeciej Rzeszy.

Autor przedstawia obszerną analizę *Wiadomości Polskich*, które wydawane były jako tygodnik w Plauen (Saksonia) w nakładzie 100 000 egzemplarzy, przeznaczony dla robotników przymusowych w Niemczech. Anonimowi redaktorzy (z którymi współpracowali kolaboranci Feliks Burdecki i Jan Emil Skiwski) perfidnie wykorzystali likwidację emigracyjnego tygodnika londyńskiego i podszycali się pod tradycję *Wiadomości Polskich Politycznych i Literackich*. Zachęcając do przeczytania tego artykułu, należy zwrócić uwagę, iż bardzo poważną objętościowo część każdego numeru tygodnika z Plauen zajmował apolityczny dział kulturalno-rozrywkowy, obejmujący regularnie 2–3 strony. Publikowano w nim teksty literackie (nowelki, anegdoty, wiersze), felietony, publikacje popularno-naukowe i ciekawostki z różnych dziedzin wiedzy, porady praktyczne i rozrywki umysłowe. Był to ostatni hitlerowski periodyk propagandowy w języku polskim ukazujący się do końca marca 1945 roku.

„Czerwony sztandar na jońskie kolumnie. Z dziejów *Nowej Kultury* (1950–1963)” to tytuł artykułu Tomasza Mielczarka. Autor po przeanalizowaniu zawartości pisma oraz dokumentów archiwalnych stwierdza, że choć w tygodniku dominowały treści literackie i publicystyczne, podawano je przez pryzmat ideologii socjalistycznej. Czasopismo to przeżyło kilka wyraźnie zaznaczonych okresów. W latach 1950–1955 stało się trybuną socrealizmu, w latach 1956–1957 współtworzyło przemiany społeczne (tzw. polski październik), po 1958 przybrało postać teoretyczno-socjologiczną, by paść łupem partyjnej frakcji uosabianej przez Mieczysława Moczarę. Na łamach *Nowej Kultury* problemy literackie zajmowały 33,4% powierzchni pisma, publicystyka 20,9%, a co wydaje się najważniejsze, było ono miejscem wielu debiutów i stwarzało możliwości druku wielu pisarzom. Jak wykazały sondaże redakcyjne, odbiorcami pisma była głównie inteligencja. Tygodnik wychodził w przeciętnym nakładzie 20–40 tys. egzemplarzy.

W dziale Materiały i miscellanea zamieszczono Bibliografię publikacji o prasie za rok 1996, którą sporządził Władysław Kolaszka. Zebrany materiał został podzielony przez autora według stworzonej ad hoc klasyfikacji: 1. Opracowania ogólne; 2. Metodologia badań, Ośrodki badawcze; 3. Bibliografie (3.1. Bibliografie ogólne, 3.2. Bibliografie czasopism, 3.3. Bibliografie zawartości czasopism); 4. Poszczególne tytuły; 5. Typy czasopism; 6. Prasa wg regionów i miejscowości; 7. Ludzie prasy; 8. Inne zagadnienia w wyborze (w tym 8.1. Dziennikarstwo; 8.2. Prawo prasowe; 8.3. Socjologia i psychologia prasy; 8.4. Język prasy; 8.5. Agencje prasowe; 8.6. Ekonomia prasy. Kolportaż. Wydawcy).

W dziale Przeglądy i recenzje omówione zostały następujące książki:

Zbigniewa Anculewicz: *Kurier Warszawski* w latach 1821–1868 (Jerzy Jarowiecki); Andrzeja Notkowskiego: Pod znakiem trzech strzał. Prasa Polskiej Partii Socjalistycznej w latach 1918–1939 (Alfred Toczek); Elżbiety Ciborskiej: Dziennikarze z władzą (nie zawsze) w parze (Jerzy Myśliński); Mieczysława F. Rakowskiego: Dzienniki polityczne 1958–1962 (Tomasz Mielczarek).

Na końcu wydawnictwa znajduje się dział Kronika, w której Sylwester Dziki przedstawił sylwetkę i dorobek naukowy Jerzego

Jarowieckiego (z okazji sześćdziesięcioletnia urodzin i 40 lat pracy na niwie prasoznawczej); Ryszard Ergotowski odnotował mały jubileusz: wydanie dwudziestego numeru *Zbliżeń Annährungen*, czasopisma wydawanego przez Uniwersytet Wrocławski, które poświęcone jest sprawom polsko-niemieckim, sąsiedzkiemu współżyciu, wzajemnemu lepszemu zrozumieniu, bliższemu poznaniu. Stanisław Skórka przedstawił sprawozdanie z konferencji międzynarodowej na temat „Media a edukacja” zorganizowanej przez Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu, a ściślej Wydział Studiów Edukacyjnych i Zakład Technologii Kształcenia (18–21 kwietnia 1988); Zofia Sokół zamieściła sprawozdanie z seminarium naukowego Poetyka i pragmatyka gatunków dziennikarskich,

którego organizatorami byli: Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ oraz Studium Dziennikarskie WSP w Krakowie i Rzeszowie, Studium Zarządzania Informacją i Mediami Wyższej Szkoły Zarządzania w Rzeszowie, działającej od roku akademickiego 1997/98 pod auspicjami Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie (Rzeszów 2 X 1998); Marek Glogier przedstawił działalność Komisji Prasoznawczej PAN w latach 1996–1998.

Zeszyt 1 drugiego tomu *Rocznika Historii Prasy Polskiej* liczy 211 stron, zawiera streszczenia w języku polskim i angielskim, słowa kluczowe i abstrakty, identyfikacje autorów, a więc ich adresy domowe, adresy instytucji.

Bożena Pietrzyk

Pamięci Iana Connella

Z opóźnieniem doszła do Krakowa smutna wiadomość o tragicznej śmierci Iana Connella, brytyjskiego medioznawcy, członka zespołu współpracowników zagranicznych *Zeszytów Prasoznawczych*.

Ian Connell pochodził z Glasgow. Urodzony w rodzinie robotniczej, wychowywał się i dorastał w środowisku lewicowym, a nawet przez pewien czas był członkiem Komunistycznej Partii Wielkiej Brytanii. Ani pochodzenie, ani orientacja polityczna nie ułatwiały mu kariery akademickiej, którą — jak czytam w kwartalniku *Javnost-The Public* — zawdzięczał wyłącznie osobistym talentom i ciężkiej pracy. W latach siedemdziesiątych należał do znakomitej grupy wybitnie uzdolnionych doktorantów skupionych wokół Stuarta Halla, dyrektora Ośrodka Współczesnych Studiów Kulturalnych Uniwersytetu Birmingham. W tym kręgu wyniesione z domu sympatie lewicowe Connella dojrzały i znalazły możliwości naukowej ekspresji w ramach koncepcji i systemu pojęciowo-terminologicznego krytycznej szkoły kulturoznawczych badań nad mediami.

Uzyskawszy doktorat w Birmingham, przez pewien czas był I. Connell związany z Ośrodkiem Badań Komunikowania Masowego Uniwersytetu w Leicester, następnie przeszedł na Uniwersytet w Coventry, w którym stworzył studia licencjackie na tamtejszym kierunku kulturoznawczym. Kolejnym miejscem pracy Connella stał się Uniwersytet Wolverhampton, w którym objął stanowisko dyrektora ds. badań Szkoły Nauk Humanistycznych i Społecznych. W tym charakterze gościł w Ośrodku Badań Prasoznawczych i ucze-

stniczył w listopadzie 1994 r. w konferencji „Etyka mediów — Obraz świata w mediach”. W Krakowie w kręgu nielicznych przyjaciół i osób, które miały okazję się z Nim zetknąć, pozostawił po sobie wspomnienie człowieka ogromnej wiedzy, wrażliwości i wielkiej kultury osobistej.

Doświadczenia badawcze zdobyte w Birmingham zaowocowały po latach pracami, poświęconymi zawartości i odbiorowi brytyjskich mediów masowych, zwłaszcza telewizji i prasy, jak np. „Tales from Tellyland: The popular press and television in Britain” [w: W. Dahlgren, C. Sparks (red.): „Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age” (1991)], „Personalities in the popular media” [w: W. Dahlgren, C. Sparks (red.): „Journalism and Popular Culture” (1992)]. Trzy lata później ukazało się studium Connella (napisane razem z D. Galasińskim) „Opowieści dziennikarskie: Na przykładzie *Guardiana* i *Gazety Wyborczej* (*Zeszyty Prasoznawcze* 1995, nr 3–4), a w r. 1996 krytyczny artykuł o rządowych wtykach w Internecie: „On-line Government: Democratic Regeneration or Degeneration” [w: Z. Bajka, J. Mikułowski Pomorski (red.): „Valeriana. Eseje o komunikowaniu między ludźmi”]. Connell publikował też w ukazującym się w Lublanie kwartalniku Euricomu *Javnost-The Public*. Tu też w poświęconym Connellowi numerze ukazała się jego ostatnia praca o naturze kultury popularnej.

Zeszyty Prasoznawcze i Ośrodek Badań Prasoznawczych żegnają Iana Connella jako swego Przyjaciela.

Walery Pisarek

III Forum Kultury Słowa

Zorganizowane przez Radę Języka Polskiego, Wydział I Nauk Społecznych PAN, Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Kultury i Sztuki, Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Uniwersytet w Białymstoku III Forum Kultury Słowa odbyło się w Białymstoku w dniach 30 września — 2 października 1999. Jego formalnymi uczestnikami było ponad 100 osób, wśród których oprócz pracowników ponad 20 wyższych uczelni i instytutów PAN z Bydgoszczy, Katowic, Krakowa, Lublina, Łodzi, Olsztyna, Opola, Poznania, Rzeszowa, Warszawy i Zielonej Góry, znajdowali się dziennikarze i redaktorzy gazet i czasopism, publicznych i niepublicznych stacji radiowych i telewizyjnych. Najpilniejsi z uczestników konferencji mogli wysłuchać 25 referatów i ponad 80 głosów w dyskusji. Części obrad słuchali także uczniowie i studenci z Białegostoku, wskutek czego audytorium niektórych referatów liczyło kilkadziesiąt osób.

Zarówno referaty, jak i nawiązujące do nich wypowiedzi w dyskusji poświęcone były różnym aspektom użycia języka w prasie, radiu, telewizji i komputerowych sieciach informatycznych. Tak w referatach, jak i w dyskusji podkreślano duże i ciągle rosnące znaczenie oferty medialnej tak pod względem tematyki i orientacji programowej, jak i pod względem środków wyrazu i formy.

Znaczna część wygłoszonych referatów i głosów w dyskusji wspierała przekonanie, że media w celu przyciągnięcia i trzymania odbiorcy niekiedy ponad miarę korzystają z zasobów leksykalnych i sposobów organizacji gramatyczno-stylistycznej tekstu, właściwych swobodnej mowie potocznej. Do kategorii 'potoczności' rozumianej bądź językowo-stylistycznie, bądź antropologicznie odwoływano się zarówno w opisach języka w mediach, jak też w jego ocenach. Obie orientacje występowały zresztą w większości wypowiedzi. Media — jak mówiono — chcąc pozyskać uwagę, zainteresowanie i aprobatę jak najliczniejszej publiczności, opisują wydarzenia negatywne, zjawiska przemocy, agresji, wulgarności za pomocą rażąco dosadnych środków językowych. Prezentacja w mediach rzeczywistych przejawów agresji, wulgarności i rela-

tywizmu aksjologicznego umacnia ich miejsce w życiu społecznym, co z kolei usprawiedliwia wzmoczone zainteresowanie mediów tymi niepożądanymi zjawiskami. Tak działa spirala wulgaryzacji rzeczywistości medialnej. Zwraćano w związku z tym uwagę, że kryterium liczby czytelników, słuchaczy i widzów nie może być — zwłaszcza w mediach publicznych — głównym kryterium oceny wypowiedzi i jej obecności w ofercie medialnej. Podkreślano, że media, zajmując coraz więcej miejsca i czasu w życiu społecznym i prywatnym Polaków, wywierają coraz większy wpływ na ich zachowania komunikacyjne. W kilku referatach i kilkunastu głosach w dyskusji wysunął się na czoło wątek leksykalnych, semantycznych i frazeologicznych zapożyczeń (głównie angielskich, ale i orientalnych) w języku mediów. Rozróżniano zapożyczenia uzasadnione, a nawet pożądane, i nieuzasadnione; wykazywano przy tym, że media są tylko przekaznikiem zapożyczeń, a nie ich źródłem. Stosunkowo mniej uwagi poświęcono innym błędom językowym w dziennikarskich wypowiedziach prasowych, radiowych i telewizyjnych.

Do pojęć kluczy III Forum Kultury Słowa — oprócz tytułowego 'języka w mediach' — należały: potoczność, wulgaryzacja, agresja, zapożyczenia, perswazja, erystyka, manipulacja, fatyczność, spontaniczność, edukacja, mediatyzacja.

Referaty i dyskusje narzuciły uczestnikom konferencji właściwą mediom negatywną orientację. Wprawdzie przejawów agresji i wulgarności nie było wiele ani w czasie obrad, ani w kuluarach, ale tak jak media interesują się raczej wydarzeniami niepomysłnymi niż pomysłnymi, raczej niedobrymi ludźmi niż dobrymi, tak i referenci i dyskutanci więcej czasu i słów poświęcili niepożądanym cechom języka w mediach niż zasługom mediów w krzewieniu wzorowej polszczyzny.

Komisja Wnioskowa III Forum Kultury Słowa zebrała wiele wniosków do Rady Języka Polskiego. Znaczna ich część dotyczyła problematyki i miejsca obrad IV Forum. Proponowano, by zajęło się ono językiem kościołów, polityki, reklamy, publicznej perswazji, potoczną odmianą polszczyzny, perspektywami rozwoju polszczyzny w XXI wieku i pol-

szczyzną w sieciach informatycznych. Jako miejsce obrad następnej konferencji wymienia Gdańsk, Poznań i Szczecin. Prezydium Rady Języka Polskiego przyjęło wstępnie, że IV Forum Kultury Słowa odbędzie się jesienią 2001 r., a poświęcone będzie językowi publicznej perswazji. Wszystkie referaty i ważniejsze głosy dyskusji III Forum wyda Rada Języka Polskiego w tomie, który pod redakcją J. Bralczyka i K. Mosiołek-Kłosińskiej ukaże się w połowie 2000 r.

Uczestnicy białostockiego Forum zobowiązali Radę Języka Polskiego, by systematycznie obserwowała polszczyznę w prasie, ra-

diu i telewizji oraz żeby dokonała krytycznego przeglądu programów edukacji językowej studentów dziennikarstwa w państwowych i niepaństwowych placówkach kształcących i doszkalających kadry dla mediów.

Rzeczywista rola społeczna III Forum Kultury Słowa — jak w poźegnalnym wystąpieniu powiedział przewodniczący RJP — będzie jednak zależała przede wszystkim od dziennikarzy i publicystów, którzy myśli wyrażone na tej konferencji rozgłosili i będą rozgłaszali za pomocą dostępnych im mediów.

wp

Badania nad masowym komunikowaniem w Europie Środkowej i Południowej

Uniwersytet w Lipsku był gospodarzem międzynarodowej konferencji medioznawczej, która przez dwa dni (29–30 października 1999 r.) obradowała w lipskim Domu Książki (Haus des Buches). Uczestnicy sesji — badacze i teoretycy masowego komunikowania z Bułgarii, Czech, Chorwacji, Estonii, Jugosławii, Polski, Rosji, Rumunii, Słowenii oraz Niemiec — przedstawiali i analizowali stan badań nad środkami masowej informacji w poszczególnych postkomunistycznych krajach Europy Środkowej i Południowej w latach 1989–1999. W toku dyskusji starano się również, zgodnie z intencją organizatorów konferencji, wyznaczyć wspólne problemy badawcze, w tym zwłaszcza kwestie terminologiczne i metodologiczne.

Obrady otworzyło wystąpienie Jana Jiraka z Czech, który podkreślił, iż w rozpatrywanym okresie głównym czeskim ośrodkiem medioznawczym był i pozostał Uniwersytet Karola w Pradze, który zarówno kształcił dziennikarzy, jak i prowadzi badania, głównie odbioru mediów. Zbigniew Oniszczuk z Polski zwrócił uwagę na fakt, iż dorobek polskiego medioznawstwa w latach 90-tych był kształtowany przez dwa główne nurty badawcze, tworzone z jednej strony przez uni-

zji. Peter Valdemar z Estonii zaakcentował, iż w jego kraju już od lat 80. medioznawstwo koncentrowało się na trzech zasadniczych kierunkach badawczych: monitoringu mediów, badaniach ich odbioru oraz analizie zawartości. Andriej Richter z Rosji wskazał na konieczność wnikliwej analizy prawnych aspektów przemian w sferze masowego komunikowania w krajach postkomunistycznych, zwłaszcza w takich jak Rosja, w której musiano tworzyć prawo prasowe od zera. Rosen Milew z Bułgarii omówił, na przykładzie redagowanego przez siebie pisma „Balkan Media”, znaczenie czasopism medioznawczych w upowszechnianiu wyników badań i wymianie badawczych doświadczeń. Mario Plenković i Vlasta Kuciš z Chorwacji przedstawili osiągnięcia naukowe uniwersytetu w Zagrzebiu, który już od lat 70. prowadził badania odbioru prasy, radia i telewizji, często przy użyciu metod wypracowanych przez zachodnioeuropejskich badaczy. Również Miroslav Radoković z Jugosławii uwypuklił rolę uniwersytetu w Belgradzie w wykorzystywaniu dorobku zachodnich medioznawców w badaniach nad masowym komunikowaniem w latach 80. i 90.

Drugi dzień konferencji został podzielony na dwie części: ośrodek naukowy, a z drugiej strony przez komercyjne firmy badawcze, które obok marketingu, reklamy czy public relations — zajmowały się także regularnymi badaniami czytelnictwa prasy oraz odbioru radia i telewi-

ni dwie r
odbywała
wych. zaj
ni kształ
oraz histo

py Środkowej i Południowej. Szczególne zainteresowanie budziła praca dwóch pierwszych zespołów. Drogę do zawodu dziennikarza w Rumunii, Polsce i Rosji ukazały kolejno Daniela Frumusani, Ilza Kowol oraz Nina Bojkowa. Natomiast sprawy kształcenia i funkcjonowania public relations w Bułgarii i Słowenii omówione zostały w referatach Minki Zlatevej i Dejana Vericica. Druga część, popołudniowa, zdominowana została przez dyskusję panelową, w której udział wzięła większość za-

granicznych uczestników sesji. W jej toku wyraźnie podkreślono niezbędność ponadnarodowej koordynacji badań nad masowym komunikowaniem, ujednoczenia terminologii i metodologii badawczej oraz poszerzenia możliwości publikowania i wymiany rezultatów pracy naukowej, jako podstawowych czynników rozwoju medjoznawstwa w europejskich krajach postkomunistycznych.

Zbigniew Oniszczyk

„Transnational Communication in Europe: Practice and Research — International Congress”

Berlin, 28–31 października 1999

Europejskie Stowarzyszenie Public Relations (Confédération Européenne des Relations Publiques — CERP) i Wolny Uniwersytet w Berlinie zorganizowały kongres pt. „Transnational Communication in Europe”, dla podsumowania stanu badań i wyników działalności praktycznej w dziedzinie public relations (PR) i różnorodnych kampanii informacyjnych i promocyjnych na rzecz Unii Europejskiej lub realizowanych na jej obszarze. Wybrany na miejsce spotkania Berlin był dobrym symbolem dla tematyki obrad. Kongres rozpoczął się w Przedstawicielstwie Komisji Europejskiej w Berlinie, tuż przy Bramie Brandenburskiej. Podzielony Berlin był przez długie lata symbolem barier w komunikowaniu międzynarodowym, teraz często służy za przykład komunikowania międzykulturowego. Liczna obecność Turków i przedstawicieli wielu innych narodowości mieszkających w tym mieście to jeden z wymiarów jego wielokulturowości. Wymiar drugi to relacje między mieszkańcami wschodniego i zachodniego Berlina. Do dziś są jeszcze berlińscy, który nie byli nigdy po drugiej stronie nieistniejącego już muru. Mur to także symbol podziału Europy na Wschód i Zachód.

Kongres w Berlinie poświęcony był barierom i mostom w komunikowaniu ponadnarodowym, przekraczającym granice, barierom językowym i kulturowym. Celem kongresu było także zetknięcie praktyków i teoretyków komunikowania międzynarodowego, zarówno

z państw Unii Europejskiej, jak i Europy Środkowej oraz Szwajcarii.

Główne sesje kongresu poświęcono ocenie i efektywności kampanii komunikacyjnych i informacyjnych w Europie, istnieniu lub nieistnieniu europejskiej publiczności masowej, kulturze i stereotypom jako zagadnieniu ważnym w komunikowaniu, sile komunikowania i informacji, lobbyingowi.

Przez trzy dni obrad przewijał się temat Europy jako przestrzeni komunikacyjnej, jej tożsamości i wizerunku. Wielu znakomitych referentów próbowało udzielić odpowiedzi na pytanie, czy Europa istnieje jako wspólny obszar komunikowania wielokulturowej publiczności. Z otwierającego obrady referatu Axela R. B u n z a (Komisja Europejska) można było wywnioskować wskazówki dla instytucji europejskich. Powinny one uwzględniać przede wszystkim fakt, że jeśli w ogóle można mówić o społeczeństwie europejskim, to wyróżniającą je już dziś cechą jest medialność: Europejczycy to społeczeństwo medialne. Unia Europejska nie przewiduje natomiast wspólnej polityki informacyjnej. Państwa członkowskie i instytucje europejskie nadal działają na własną rękę i brak jest nawet działań koordynujących. Nieskoordynowane działania prowadzą do niezadowolających wyników kampanii informacyjnych, o czym przekonywał w swoim wystąpieniu Hans B r u n m a y r, austriacki dyplomata, obecnie zasiadający w Radzie Europy. Dwóch dyplomatów w pierwszej otwie-

rającej sesji zarysowało negatywny wizerunek działań komunikacyjnych na rzecz jednoczącej się Europy. Axel R. Bunz zaryzykował tezę, iż Europa ma negatywny wizerunek wśród obywateli, ale jednocześnie jest uwielbiana przez swych urzędników. Informacje o chaosie informacyjnym w strukturach Unii i braku koordynacji w poszczególnych państwach członkowskich dla polskiego ucha były pozytywnym elementem. Brak koordynacji w polskiej polityce informacyjnej na temat wchodzenia Polski do UE oraz brak koordynacji w promocji Polski między innymi w krajach UE jest, jak się okazuje, cechą typową dla Unii; czyżby więc Polska w tej dziedzinie osiągnęła już poziom pozwalający nam równać się z prymusami Unii? Ciekawym akcentem pierwszego dnia obrad były informacje Klausa Löfflera, szefa biura informacyjnego Parlamentu Europejskiego w Berlinie. K. Löffler relacjonował kampanię poświęconą wprowadzeniu euro. Kampania ta została pomyślana na lata 1996–2002. Pierwsza faza została zakończona w 1998 r. Obecnie trwa faza druga, faza ostatnia to bezpośrednio wprowadzenie waluty na rynki europejskie. Z punktu widzenia Europy jako przestrzeni komunikacyjnej kampania ta pokazała, że w pierwszych dwóch fazach konieczna była decentralizacja działań, gdyż różnice kulturowe między państwami są zbyt duże, aby wykorzystywać te same symbole w promowaniu wspólnej waluty.

W drugim dniu obrad referaty wprowadzające nawiązywały do habermasowskiej koncepcji sfery publicznej. Jürgen Gerhards z Uniwersytetu Lipskiego przedstawił swe wnioski dotyczące umiędzynarodowienia sfery publicznej. Wnioski te sprowadzały się do zamknięcia kategorii sfery publicznej w granicach państw narodowych. Gerhards uznaje termin globalizacji za silnie związany z „euroizacją” lub „OECD-izacją”. Posługując się kryterium liczby artykułów na tematy międzynarodowe Gerhards zdefiniował europejskie sfery publiczne jako narodowe, a nie ponadnarodowe. Pozostałe referaty wprowadzające to Hansa-Henninga Horstmana o brakach w międzynarodowym komunikowaniu w polityce europejskiej i klasyczny już niemal referat Ulricha Saxera, wyjaśniający uwarunkowania wielokulturowej koegzystencji w Szwajcarii, a zwłaszcza przyczyny pokoju wewnętrznego mimo wielu różnic kulturowych.

Saxer posłużył się przy tym wielokrotnie powtarzanym sloganem, iż Szwajcarię można traktować jak laboratorium wielojęzyczności, ale język jest także w tym państwie środkiem odgraniczania się. Od połowy lat osiemdziesiątych także w Szwajcarii przybrała na sile negatywna stereotypizacja innych grup językowych. Według Saxera w Szwajcarii widać ich oddalenie się od siebie. Rozważania na temat szwajcarskiego pokoju językowego były nie tylko związane z tematem kongresu, ale stanowiły doskonałą oprawę dla wielojęzycznych obrad. Niemiecki, francuski i angielski były w czasie dyskusji równouprawnione, z czego też korzystali referenci wygłaszając krótkie wystąpienia w trzech językach, co nie zawsze jednak przyczyniało się do lepszego zrozumienia. Mimo tematyki kongresu nie znalazł w obradach miejsca problem języka globalnego lub języka europejskiego, co jak wskazywał Ulrich Saxer, nie jest tylko przedmiotem zainteresowania lingwistów, ale ma także znaczenie polityczne i społeczne.

Następująca po referatach sesja poświęcona została ocenie efektywności kampanii komunikacyjnych w Europie. W sesji tej szczególne zainteresowanie wzbudził referat Paula Noblego i Toma Watsona, poświęcony sposobom oceny efektów działań PR w skali europejskiej. Tematyka oceny efektów działań PR jest żywo dyskutowana, niezależnie od przedmiotu kampanii PR. Nie mniej ciekawe problemy postawiono w sesji drugiej, która miała odpowiedzieć na pytanie, czy istnieje już publiczność europejska. Uczestnicy tej sesji, wykorzystując m.in. badania Eurobarometru, analizę treści zawartości portugalskich gazet w okresie kryzysu wokół choroby „szalonych krów” oraz analizę debat prasowych w gazetach duńskich i hiszpańskich, a także analizę przekazów prasowych dotyczących unii monetarnej w pięciu krajach europejskich, doszli do sprzecznych wniosków. Generalnie jednak autorzy badań szczegółowych wskazali, że nie można obecnie mówić o europejskiej sferze publicznej, m.in. dlatego, iż nie towarzyszy jej powstawaniu wspólny europejski system medialny. Bardziej uprawniony jest wobec tego termin ponadnarodowa sfera publiczna w Europie.

W pierwszym referacie sesji sobotniej Stephan Russemohl zastanawiał się nad granicami europejskiego dziennikarstwa. Nie można go jednak określić teryto-

rialnie, pozostaje także bez odpowiedzi pytanie, czy w ogóle go potrzebujemy. Ważnym uzupełnieniem rozważań o europejskim dziennikarstwie były uwagi Grahama L a n c a s t e r a, przewodniczącego jednej z czterech największych grup PR w Europie, RSCG International Communication o międzynarodowych public relations. Z wypowiedzi praktyka wynika, że nie ma modeli, wzorów działania w dziedzinie PR na arenie międzynarodowej. Wiele zależy tu od wiedzy, umiejętności pracowników agencji. Międzynarodowe PR utrudnia niedodefiniowanie „europejskiej publiczności”. Następnym referent Klaus Peter J o h a n s - s e n zdecydowanie przeciwstawił się tezie o istnieniu europejskiej publiczności. Pierwszą cechą członków takiej publiczności jest ich narodowość, kulturowa przynależność definiowana w obszarze zdecydowanie mniejszym niż Europa. Potwierdził tym samym wcześniej zaprezentowane tezy K. Löfflera, dotyczące kampanii informacyjnej towarzyszącej wprowadzaniu euro.

Sesja trzecia skoncentrowana była na pojęciach wizerunku, stereotypów i tożsamości. Sesję rozpoczął Michael K u n c z i k, autor znanej książki „Images of nations and international public relations”, wprowadzając pojęcie wizerunku (image). Dalsze rozważania nad związkiem między wizerunkiem, reputacją i tożsamością przedstawił Joachim S c h w a l b a c h.

Sesja czwarta została zaś poświęcona lobbyingowi na obszarze Europy. W ramach tej sesji referenci zwrócili m.in. uwagę na wykorzystanie nowych mediów w public relations, zwłaszcza w sytuacjach kryzysowych oraz w docieraniu z informacją do dziennikarzy.

Ideą kongresu była także wymiana doświadczeń grup roboczych, które zebrały się drugiego dnia po południu. Jedna z nich pracuje nad wspólnym słownikiem terminów związanych z komunikowaniem, druga definiuje pojęcie public relations. Celem grupy trzeciej było zebranie informacji o literaturze poświęconej PR w Europie i jednocześnie porównanie rozwoju teorii PR. Grupa czwarta zajmowała się edukacją uniwersytecką w dziedzinie zarządzania i komunikowania.

Kongres zorganizowany przez CERP i Wolny Uniwersytet w Berlinie ominął wiele

niedogodności typowych dla takich spotkań. Po pierwsze, organizatorom udało się połączyć koncepcje teoretyków z doświadczeniami praktyków. W wielu przypadkach te konfrontacje prowadziły do wniosku, iż w dziedzinie public relations i szerzej komunikowania na arenie międzynarodowej szczególnie trudno jest przeprowadzić rzetelne badania nad skutecznością kampanii informacyjnych i promocyjnych i ocenić efektywność PR. Podobnie teoretycy wskazywali na metodologiczne trudności związane z dobieraniem materiału do badań nad trudno definiowalną jakością „europejskiej sfery publicznej”. Kongres mniej zajmował się przepływem informacji i — poza stereotypami — barierami w tym przepływie, bardziej natomiast skupiał się na zdefiniowaniu nadawcy i odbiorcy w komunikowaniu międzynarodowym w Europie oraz wartości, łączących publiczność europejską. Koncepcja kongresu zawężała jednak Europę do obszaru Unii Europejskiej. Uczestnicy dyskusji analizowali zarówno stan obecny, jak i perspektywy integracji europejskiej w jej wymiarze komunikacyjnym. Wydaje się, że ciekawym uzupełnieniem kongresu byłoby przedstawienie w sesjach rozwoju zarówno PR jak i badań nad komunikowaniem w wymiarze międzynarodowym w krajach spoza Unii Europejskiej, ale starających się o pełne członkostwo. W ten sposób obraz barier w komunikowaniu ponadnarodowym i powstawaniu europejskiej sfery publicznej byłby pełniejszy. Takie elementy pojawiły się jedynie na spotkaniach grup roboczych.

Zaletą kongresu było także jego sprawne zorganizowanie przez reprezentującą FUB Barbarę Baerns. Barbara Baerns, profesor Wolnego Uniwersytetu w Berlinie, dyrektor Centrum Badań nad Public Relations na Wydziale Nauk Politycznych i Społecznych prowadziła także obrady trzeciego dnia i z wielkim urokiem pełniła funkcję gospodarza kongresu. Organizatorzy wprowadzili wiele elementów nieformalnych spotkań na tle powstających w Berlinie nowych budowli. Kongres dał więc możliwość zarówno wymiany informacji podsumowujących badania jak i nawiązania nowych kontaktów.

Beata Ocieпка

Zagadnienia czasopiśmiennictwa na V Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Książki, czasopisma, biblioteki Krakowa i Lwowa XIX i XX wieku”

W dniach 3–4 XI 1999 roku Instytut Bibliotekoznawstwa i Informatyki Akademii Pedagogicznej w Krakowie zorganizował piątą już konferencję poświęconą problematyce książek, czasopism i bibliotek Krakowa i Lwowa XIX i XX wieku. Pierwsze tego typu spotkanie odbyło się 7–8 maja 1986 roku w ramach obchodów 40-lecia krakowskiej Wyższej Szkoły Pedagogicznej i połączono je ze zjazdem absolwentów studiów bibliotekoznawczych tej uczelni. Kolejne konferencje odbywały się zawsze w listopadzie w latach: 1991, 1994 i 1997.

Wśród dużej liczby uczestników znaleźli się przedstawiciele 14 ośrodków akademickich i naukowych w Polsce, w tym: z Wrocławia, Warszawy, Torunia, Łodzi, Kielc, Bydgoszczy, Opola, Rzeszowa, Lublina i Krakowa. Nie zabrakło także gości z zagranicy: z BN im. W. Stefanyka NAN Ukrainy oraz CPAH we Lwowie; nie dojechała niestety zapowiadzana wcześniej reprezentantka Uniwersytetu Przykarpackiego w Iwano-Frankowsku.

Podobnie jak w ubiegłych latach, konferencja służyła prezentacji osiągnięć naukowych, będących wynikiem badań dziejów książki i prasy, życia i kultury literackiej, czytelnictwa i recepcji oraz funkcjonowania bibliotek na obszarze historycznej Galicji w ostatnich dwóch stuleciach.

Obrady, poza plenarnymi, odbywały się w dwóch zespołach roboczych: bibliologicznym i prasoznawczym, którym przewodniczyli profesorowie Maria Konopka oraz Krzysztof Woźniakowski.

Uczestnictwo w konferencji zgłosiły 64 osoby, wśród których duży procent stanowił gospodarze sesji — pracownicy Instytutu Bibliotekoznawstwa i Informatyki AP w Krakowie, od lat żywo interesujący się poruszaną problematyką.

Podczas obrad plenarnych przedstawiono 2 referaty dotyczące prasy dwudziestolecia międzywojennego. Dr Grażyna W r o n a (Instytut Bibliotekoznawstwa AP) od lat zajmująca się badaniem periodyków naukowych w Polsce, przybliżyła słuchaczom 10 czo-

pism z grupy nauk ścisłych, ukazujących się w Krakowie i Lwowie w latach 1918–1939. Z podanej liczby tytułów — 7 wychodziło w Krakowie: 4 astronomiczne i 3 matematyczne, a zaledwie 3 we Lwowie: 2 chemiczne oraz 1 matematyczne. Wspólną cechą obu ośrodków był brak periodyków z dziedziny fizyki. Do najbardziej reprezentatywnych tytułów referentka zaliczyła: *Acta Astronomica*, *Rocznik Polskiego Towarzystwa Matematycznego*, *Studia Mathematica* oraz *Przemysł Chemiczny*.

Dr Sylwester D z i k i (Instytut Bibliotekoznawstwa AP), charakteryzując czasopisma „dużego miasteczka” i „małej stolicy” na początku XX wieku, omówił — na tle kryzysu prasy warszawskiej — rozwój ilościowy i jakościowy dzienników Lwowa i Krakowa. W pierwszym z tych ośrodków ukazywało się przeciętnie 8–9, a nawet 11 dzienników, a czołową rolę odgrywało stojące na wysokim poziomie *Słowo Polskie*, mające dwa wydania dziennie o jednorazowym nakładzie 12 tys. egzemplarzy. W tym samym czasie w Krakowie wychodziło 5–7 dzienników, między innymi popularny i masowy *Ilustrowany Kurier Codzienny* Mariana Dąbrowskiego. We lwowskim środowisku uniwersyteckim autor referatu upatruje pierwocin zinstytucjonalizowanych badań prasowych.

W sekcji czasopiśmienniczej wygłoszono 22 referaty i komunikaty bardzo zróżnicowane pod względem ujęcia tematu, zakresu chronologicznego i metodologii badań. Na podkreślenie zasługuje kilka udanych debiutów, co znalazło potwierdzenie w ożywionej dyskusji, kończącej każdy blok wystąpień.

Przeważała tematyka krakowska, jednak 8 referatów dotyczyło Lwowa i jego okolic w XIX i XX wieku. Znalazły się tutaj wystąpienia informujące o działających na tych ziemiach ośrodkach wydawniczych i kulturalnych, bibliotekach oświatowych oraz wydawanych czasopismach i elementarzach szkolnych.

Szczególnie interesujące okazały się referaty monograficzne, często dotyczące pojedynczych tytułów czasopism.

Do tej grupy wystąpień można zaliczyć komunikat prof. dr hab. Grażyny G z e l l i

(Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu), która przedstawiła monografię *Dzwonka* — lwowskiego pisma dla ludu, ukazującego się w latach 1859–1869. Jego nakładcą i drukarzem był Edward Winiarz, zaś kolejnymi redaktorami: Bruno Bielawski, Juliusz Starkel, Bernard Kalicki, Władysław Łoziński i Stanisław Nowiński. Referentka podkreśliła umoralniający charakter periodyku, wpływający na polityczną i społeczną świadomość chłopów. W tym celu pismo zamieszczało legendy, przypowieści i gawędy związane z historią Polski, krótkie utwory wierszowane oraz żywoty świętych.

Nieco bardziej współczesnym czasopismem zajął się mgr Michał Rogoż (Instytut Bibliotekoznawstwa AP), który prześledził drogę popularnonaukowego *Filomaty*, ukazującego się w latach 1929–1996 najpierw we Lwowie, a później w Krakowie. Jego założycielem był profesor Uniwersytetu Jana Kazimierza — Ryszard Gansiniec. Celem pisma było wychowanie młodego pokolenia Polaków w poszanowaniu takich ideałów, jak ojczyzna, nauka i cnota oraz ukształtowanie nawyku samorealizacji połączonego z rozwojem duchowym. Wysoka wartość poznawcza *Filomaty* została doceniona przez Ministerstwo WRiOP, które zatwierdziło go do użytku szkolnego jako pomoc naukową dla uczniów gimnazjów typu humanistycznego i klasycznego. Po II wojnie światowej periodyk został wznowiony w Krakowie, jednak powoli tracił już znaczenie, stojąc przed koniecznością ciągłego obniżania nakładów.

Ujęciem statystycznym i ilościowym charakteryzowało się natomiast wystąpienie dra Czesława Michalskiego (AP w Krakowie) traktujące o prasie sportowej Lwowa. Mówca przedstawił historię kultury fizycznej na kresach wschodnich, zwracając szczególną uwagę na duże zasługi Towarzystwa Gimnastycznego „Sokół” i jego organu prasowego *Przewodnik Gimnastyczny*. W referacie poświęcono również wiele miejsca innym periodykom sportowym, do których można zaliczyć lwowskie *Koło*, *Gazetę Sportową* czy *Sport*. Warto także przypomnieć, że we Lwowie zostało utworzone pierwsze stowarzyszenie dziennikarzy sportowych, a w 1925 roku ogólnopolski Związek Dziennikarzy i Publicystów Sportowych.

Dr hab. Zofia Sokół (Biblioteka Główna WSP w Rzeszowie) przybliżyła nam postać

Tomasza Kulczyckiego — redaktora i wydawcy *Dziennika Mód Paryskich*, krawca z zawodu, a z zamiłowania mecenasa kultury. Autorka, opierając się na źródłach archiwalnych dotyczących tej postaci oraz analizie 9 tomów dziennika, starała się przedstawić jak najbogatszy wizerunek krawca-wydawcy. Ukazała go jako społecznika pełniącego we Lwowie wiele odpowiedzialnych funkcji, propozytywistę i rzecznika rozwoju przemysłu w Galicji, ze szczególnym uwzględnieniem rzemiosła krawieckiego.

Z dużym zainteresowaniem spotkało się wystąpienie dra Kazimierza Karolczaka (Instytut Historii AP w Krakowie) dotyczące zagranicznych biur informacyjno-prasowych Lwowskiej Rady Narodowej. Placówki te powstały przed I wojną światową w Paryżu (1907), Rzymie (1911), Londynie (1913) i Rapperswilu (1913). Ich zadaniem było informowanie opinii publicznej o sytuacji na ziemiach polskich oraz pozyskiwanie sympatii społeczeństw zachodnich dla dążeń narodu polskiego. Działania koncentrowano z jednej strony na informowaniu, a z drugiej na publikowaniu, odnosząc to zarówno do życia kulturalnego jak i politycznego. Przygotowywano i rozsyłano komunikaty do prasy, zamieszczano artykuły o Polsce w liczących się czasopismach oraz wydawano broszury i książki przedstawiające aktualne problemy ludności polskiej i prowadzonej wobec niej polityki rządów państw zaborczych.

Gorącą dyskusję wzbudził dość kontrowersyjny referat dra Jerzego Seniowa z Krakowa, poruszający problem mniejszości narodowych w ideologii lwowskich czasopism konspiracyjnych Narodowej Demokracji w latach 1939–1945. Z referatu wynika, że program tej partii sprowadzał się do solidaryzmu narodowego i nacjonalizmu, który charakteryzował się między innymi negatywnym stosunkiem do mniejszości narodowych, szczególnie do Żydów. Program endecji w okresie wojny i okupacji uległ znacznej radykalizacji, co podsycało ruch niepodległościowy zmierzający do stworzenia samodzielnej Ukrainy.

Wieloletni badacz i znawca Bukowiny dr Jan Bujak (Instytut Bibliotekoznawstwa AP) przedstawił referat dotyczący znaczenia książki, czasopisma i czytelnicy w życiu mieszkających na tym terenie Polaków w XIX i XX wieku. Zwrócił szczególną uwagę na rolę To-

warzystwa Bratniej Pomocy i Czytelni Polskiej w Czerniowcach, będącego macierzą niemal wszystkich następnych organizacji polskich. Wspomniane towarzystwo prowadziło działalność oświatową i kulturalną, uruchamiało liczne czytelnice, zaspokajając tym zapotrzebowanie na polską książkę i czasopisma. Było ono zacznem i wyrazem życia mniejszości polskiej na Bukowinie.

Oryginalną inicjatywą wykazał się mgr Stanisław Skórka (Instytut Bibliotekoznawstwa AP), który przedstawił możliwość zastosowania Internetu w gromadzeniu informacji o lwowskiej prasie, książce i bibliotekach. Referat był połączony z pokazem ukraińskich stron WWW, serwisów i katalogów tematycznych, związanych szczególnie ze Lwowem. Zainteresowani mogli odnotować sobie adresy internetowe, co być może w przyszłości usprawni ich dalsze poszukiwania.

W sekcji czasopiśmienniczej przeważały zdecydowanie tematy związane z Krakowem. W tej grupie wygłoszono 14 referatów, w tym: 5 odnosiło się do XIX i początku XX wieku, również 5 do dwudziestolecia międzywojennego, 1 wystąpienie związane było z okresem okupacji hitlerowskiej oraz 3 podejmowały tematy współczesne.

Czasów najbardziej odległych dotyczył referat prof. dr hab. Józefa Szockiego (Instytut Bibliotekoznawstwa AP), który zajął się czasopismami gromadzonymi przez Józefa Szujskiego (1835–1883). Należał on niewątpliwie do intelektualnej elity Polski, zgromadził zbiór wydawnictw periodycznych, których analiza świadczy o wielostronnych zainteresowaniach właściciela. Badane pisma pochodzą z różnych rejonów kraju: Warszawy, Lwowa i Krakowa, a także spoza ziem polskich, np. Paryża. Większość z nich miała charakter naukowy i popularnonaukowy o tematyce humanistycznej i historycznej, np. *Biblioteka Warszawska*, *Przewodnik Naukowy i Literacki* czy *Biblioteka Ossolińskich*. Posiadał również magazyny kulturalne, np. *Tygodnik Ilustrowany* i *Przegląd Lwowski*, pisma oświatowe i wychowawcze np. *Opiekun Domowy* i *Wieniec* oraz popularne dzienniki, np. *Kurier Warszawski* i krakowski *Czas*.

Prof. J. Szockiemu udało się stworzyć listę 31 tytułów, które były własnością i przedmiotem zainteresowania Szujskiego.

Nieco przewrotnym tytułem opatrzył swoje wystąpienie mgr Grzegorz Paweł Bąbik

(Uniwersytet Warszawski) „Krakowskie Życie i warszawska *Chimera* — dzieje pewnego nieporozumienia”. O jakie nieporozumienie chodzi? Autor starał się dokonać reinterpretacji funkcjonujących w literaturze wizerunków obu pism, porównując je na różnych płaszczyznach i wykorzystując źródła z epoki. Podkreślił przede wszystkim różnice, wpływające z diametralnie odmiennych warunków, w jakich powstały i funkcjonowały oba periodyki. Pretekstem wystąpienia stała się setna rocznica ukazania się „Confiteor”, jednego z najgłośniejszych manifestów młodego pokolenia, autorstwa Przybyszewskiego, oraz zbliżająca się setna rocznica upadku *Życia* i narodzin *Chimery*.

Z krótkim komunikatem wystąpiła dr Małgorzata Derkacz, (Instytut Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego), w którym zarysowała typy informacji o książce w *Przeglądzie Polskim* — czasopiśmie krakowskich konserwatystów. Szczegółowej analizie popartej przykładami, poddany został dział literacki periodyku, oraz recenzje, artykuły, powieści, liryka i dramat. Analiza treści wybranych tomów pozwoliła autorce na wyodrębnienie kilku typów informacji, wśród których wyróżniła: informację czystą, skomentowaną i zbeletryzowaną.

Z bardzo dobrym przyjęciem spotkał się referat prof. dr hab. Henryki Kramarz (Instytut Bibliotekoznawstwa AP), która zajęła się genezą radykalizmu krakowskiej *Gazety Szkolnej* w krytyce galicyjskiej oświaty ludowej. Redaktorem tego periodyku, ukazującego się w latach 1902–1913, był wieloletni pedagog Stanisław Rosół. Z racji wykonywanego zawodu bardzo dobrze znał środowisko inteligencji nauczycielskiej, jej bolączki i problemy. Dlatego *Gazeta Szkolna* stała się trybuną i organem prasowym tej grupy zawodowej, krytykowała ustawy szkolne, politykę oświatową oraz brak podręczników i innych środków dydaktycznych w galicyjskich szkołach.

Dr Jerzy S. Ossowski (Instytut Bibliotekoznawstwa AP) od lat zajmujący się badaniem twórczości Konstantego Ildefonsa Gałczyńskiego, przybliżył słuchaczom satyrę poety ukazującą się w prasie krakowskiej lat trzydziestych. Wskazał na jego współpracę z tygodnikiem concernu IKC *Wróble na Dachy*, rozwijającą się szczególnie w latach 1930–1931 oraz 1934–1935. W tym okresie Gałczyński z pozycji pisarza na usługach sanacji

(1929-1931) przechodzi do krytyki rządu pułkowników, znakomicie przy tym operując konwencjami satyryczno-groteskowymi.

W kręgu concernu *Ilustrowanego Kuriera Codziennego* znalazły się dwa referaty przedstawicieli AP w Krakowie. Mgr Adam B a ń d o przeszedł drogę *IKC-a* do przekształcenia się w potężny concern wydawniczy, natomiast mgr Ewa B o g d a n o w s k a - S p u ł a przybliżyła słuchaczom krąg współpracowników redaktora naczelnego Mariana Dąbrowskiego. Sukces tego periodyku dokonywał się długofalowo, różnymi metodami, często bezpardonowo, przez eliminowanie z rynku konkurencji. Niewątpliwie, jednym z jego źródeł była szybka i aktualna informacja. Kondycja finansowa i powiązania polityczne *IKC-a* pozwalały na druk najświeższych wiadomości, a wydawca mógł skupić wokół siebie ludzi mających już ustaloną pozycję w świecie nauki, literatury, kultury i sztuki. Dziennikarze współpracujący z Dąbrowskim mieli najczęściej ukończone studia wyższe, brali udział w życiu kulturalnym, gospodarczym i politycznym kraju. To dzięki takim wielkim nazwiskom, jak Karol Irzykowski, Jarosław Iwaszkiewicz, Feliks Jasieński, Tadeusz Sinko, Tadeusz Dobrowolski, Witold Zechenter, Stanisław Ignacy Witkiewicz czy Tadeusz Żeleński Boy concern *IKC-a* stał się najpotężniejszy w II Rzeczypospolitej, a jego wydawnictwa do dnia dzisiejszego pozostają skarbnicą wiedzy o tym okresie.

Mgr Jacek L a c h e n d r o (III Gimnazjum w Brzeszczach) starał się w swoim wystąpieniu udowodnić, że między wojnami w niewielkich miasteczkach woj. krakowskiego ukazywały się nieszablone pisma, których (jak określił w tytule) pozazdrościć mógłby Kraków. Wskazał 12 periodyków, wyróżniających się poziomem, a ze względu na treść i szatę graficzną nie mających odpowiedników w kraju. Już wtedy budziły duże zainteresowanie czytelników i recenzentów, a obecnie stają się przedmiotem badań historyków prasy. Do pism tych zaliczył zakładowe: *Echo Chelmska*, fachowe: *Hasło Ogrodniczo-Rolnicze* z Tarnowa, propagujący Zakopane *Giewont*, katolickie: *Hosanna* i *Homo Dei*, szkolne: *Młody Geograf* ukazujący się w Jaśle oraz *Lot* i *Zew Gór* z Nowego Sącza, literackie: *Czartak* z Wadowic oraz *Wieś, Jej Pieśń*, społeczno-polityczne: *Gazeta Podhalańska* oraz regionalne *Gronie*. Pisma te istniały głównie dzięki

aktywności i talentom redaktorów mieszkających w danej miejscowości.

Wystąpienie prof. dra hab. Jerzego J a r o w i e c k i e g o (Instytut Bibliotekoznawstwa AP) poświęcone było omówieniu *Przeglądu Polskiego*, ukazującego się w Krakowie w latach okupacji hitlerowskiej. Periodek ten, wydawany przez Szare Szeregi od 1940 do 1944 roku, był jednym z najdłużej istniejących pism konspiracyjnych w naszym kraju. Prawdopodobnie wyszło 215 numerów, początkowo pod redakcją Kazimierza Wajdzińskiego, a po jego aresztowaniu — Leszka Guzego. Powielane w różnych miejscach, często w bardzo trudnych warunkach, kolportowane nieodpłatnie, pismo to miało charakter informacyjno-polityczny o rozbudowanej problematyce społeczno-kulturalnej. Kontynuując tradycję *Informacji Radiowych* znaczną część miejsca poświęcało wiadomościom politycznym ze świata, informowaniu o sytuacji na frontach, zamieszczało również komunikaty Kierownictwa Walki Cywilnej, a także liczne wypowiedzi publicystyczne, komentarze polityczne, reportaże z akcji zbrojnych polskiego podziemia, a nawet anegdoty okupacyjne i wiersze.

Problematykę prasy współczesnej przybliżyły 3 referaty dotyczące obecnie ukazujących się pism: *Tygodnika Powszechnego*, *NaGłosu* i *Aury*.

Badaniem zawartości pierwszego z wymienionych tygodników zajął się mgr Władysław K o l a s a (Instytut Bibliotekoznawstwa AP), który zaznaczył, że *Tygodnik Powszechny* stanowi jeden z najważniejszych rozdziałów historii intelektualnej Polaków ostatniego półwiecza. Doczekał się już wielu opracowań i był przedmiotem licznych polemik i kontrowersji. Referent jednocześnie przypomniał, że okres po 1989 roku wyraźnie różni się od czasów PRL, w których *Tygodnik* był jedynym legalnym pismem opozycyjnym w całym bloku państw satelickich ZSRR.

W swej historii grał zarówno rolę polityczną jak i formacyjną. Głosił katolicyzm otwarty, posoborowy, nawoływał do dialogu i pojednania. Jednocześnie był trybuną myśli odważnych i często kontrowersyjnych — niestety niepopularnych. Przełom 1989 stworzył sytuację krańcowo odmienną, a uprawiany od lat model pisma stracił rację bytu. Wkrótce *Tygodnik* aktywnie włączył się w budowanie nowego ładu politycznego, przybierał coraz bardziej łagodny oblicze, aż do

śmierci J. Turowicza w 1999 roku. Nowym redaktorem pisma został wieloletni współpracownik — ks. Adam Boniecki.

Dr Henryk Czubała (Instytut Bibliotekoznawstwa AP) w referacie pt.: „*NaGłos* — strategię krytycznoliterackiej” przedstawił dominujący w czasopiśmie model krytyki literackiej. Przedmiotem analizy w kontekście hermeneutyki fenomenologicznej stały się przede wszystkim sposoby czytania literatury oraz pojmowania roli pisarza.

Zupełnie odmiennym typem czasopisma współczesnego zajęła się mgr Maria Stundnicka-Gibert (Bibl. Gł. AWF w Krakowie). Zainteresowanie jej wzbudziła *Aura* — miesięcznik Naczelnej Organizacji Technicznej poświęcony kształtowaniu i ochronie środowiska. Został on powołany do życia w 1973 roku jako jedyne pismo ujmujące problemy środowiska w skali kraju i wspólnoty socjalistycznej. Od pierwszego numeru redakcja zapraszała do współpracy wybitnych naukowców i fachowców z różnych dziedzin wiedzy i nauki. Redakcja tworząc profil *Aury* wzięła za punkt wyjścia podstawowe komponenty środowiska: powietrze, wodę i glebę. Niedługo potem wprowadzono także takie tematy jak: hałas, wibracje, zdrowie, wypoczynek i turystyka. Obecnie miesięcznik spełnia istotną rolę w upowszechnianiu edukacji ekologicznej, szczególnie wśród dzieci i młodzieży, dla których wydawany jest Dodatek ekologiczny dla szkół.

Referentka swoje wystąpienie wzbogaciła prezentacją dużej liczby numerów *Aury*, które zainteresowały słuchaczy.

W sekcji czasopiśmienniczej zostały ponadto wygłoszone 2 referaty nie związane bezpośrednio z prasą, lecz poruszające tematy szeroko rozumianej kultury literackiej. Dr Bożena Pietrzyk (Instytut Bibliotekoznawstwa AP) przedstawiła życie i twórczość Antoiny Domańskiej, autorki licznych powieści historycznych, a mgr Małgorzata Ptasńska (WSP w Kielcach) zajęła się udziałem prof. Juliana Kleintera i Karola Huberta Rostworowskiego w pracach Polskiej Akademii Literatury.

Konferencję zakończyły obrady plenarne, trwające do późna wieczór, na których podsumowano spotkania poszczególnych sekcji. Wzorem lat ubiegłych gospodarze planują wydanie materiałów konferencyjnych w postaci książkowej w Wydawnictwie Naukowym AP w Krakowie¹.

Wanda Matras

¹ Dotąd ukazały się już 4 tomy wydawnictwa: Książki, czasopisma, biblioteki Krakowa XIX i XX wieku. Materiały z Sesji Naukowej odbytej w dniach 6–7 marca 1986 r., red. R. Ergetowski, Kraków 1988; Książki, czasopisma, biblioteki Krakowa i Lwowa XIX i XX wieku, red. J. Jarowiecki, Kraków 1993; Kraków-Lwów: książki, czasopisma i biblioteki XIX i XX w., red. J. Jarowiecki, Kraków 1996; Kraków-Lwów: książki, czasopisma i biblioteki XIX i XX w., red. J. Jarowiecki, Kraków 1999.

SUMMARY

Paweł P ł a n e t a: KOSOVO ON THE WEB

An attempt to describe the state of affairs of world information at the end of the century constitutes one of the most important tasks for researchers of mass communication. Priority should be given to a reconstruction of media influence on traditional forms of communication such as the press, radio and television. The global electronic network and digital information have redefined and intensified the traditional functions of the media, for they have brought about changes in the ways the new media 'convey' news, entertain, carry advertisements, or disseminate propaganda.

The conflict in Kosovo has proved that nowadays we are faced with totally new challenges. This conflict falls beyond the scope of traditional definitions of war and peace, while the military and politicians argue as to whether this was in fact a war at all or merely, for instance, a 'crisis'. One is able to admit that in the case of Kosovo we are dealing with the first war fought in the name of 'common values' i.e. of human rights. However, the conflict in Kosovo has shown that nowadays nobody — including politicians — is able to stop the outflow of information from the war zone or battlefield; that global information networks have become the global instrument for propaganda. Former 'techno-optimists' are totally bewildered and alarmed by the fact that 'the most democratic' of current media has so easily begun to use totally undemocratic methods: for better or worse we find ourselves in the era of propaganda.

In the 1930s the Institute for Propaganda Analysis presented a thorough study on successful ways of recognising propaganda. In the information war over Kosovo these traditional forms of persuasion were the most often applied, and the Internet was used as a global channel of propaganda, especially by the various political agents. Political persuasion appeared in the USIA on-line services and in the reports of the Yugoslavian news agency Tanjug, as well as in various materials offered in the Internet by other sources (the Serbian Network Srpska-Mreza, Amnesty International, the Media Center Pristina, the Kosovo Crisis Center Alb Net, the Kosovo Information Center). Propaganda messages were also published on private WWW pages, and were presented in newsgroups devoted to the Balkan events.

According to the author of the article the reports on Kosovo that appeared in the Internet were mostly unreliable and superficial, often untrue and, despite the fact that the nature of the Kosovo conflict was complex the propaganda and interpretations that predominated in the Internet were simplifications of the actual situation.

Lech M. N i j a k o w s k i: VIOLENCE AS COMMUNICATION. THE PRINCIPLES OF JOURNALISTIC WORK IN CRISIS SITUATIONS

The aim of the article is an analysis of the events which took place in Słupsk, Poland in 1998, where, following the death of a football fan, there broke out several days' of rioting. These events are discussed within the context of a code of *Principles of the work of journalists* in crisis situations which was formulated by Polish journalists in the discussion that followed the above mentioned events.

The article consists of two parts: empirical analyses (based on indirect evidence: press reports, shorthand notes taken during a sitting of the Administration and Home Affairs Committee, surveys of public opinion) and theoretical reflection. The first part leads to conclusions concer-

ning the communicative aspect of violence, and the conflict in the events under discussion, whereas the second part constitutes a more precise theoretical systemisation of, as well as definition of, *direct violence*, *indirect violence* and *symbolic violence*. According to the article's main premise violence may, and in some cases even has to be regarded as a communicative activity. For a citizen who is deprived of access to the traditional media finds social violence to be an available medium to convey words of protest. The proposed model of interaction in conflict situations is supposed to verify the assumptions which constitute the base of principles regulating the behaviour of journalists in crisis situations, for instance, during riots.

The article is based on a dissertation written in 1999 as part of individual interdisciplinary studies in the humanities at Warsaw University under the academic guidance of Professor Roch Sulima of the Institute of Polish Culture in Warsaw.

Sylwester D z i k i: THE FIVE HUNDRED YEAR REVIVAL OF ALMAE MATRIS IN THE LIGHT OF THE THEN POLISH PRESS

The author reconstructs on the basis of an analysis of the content of the Polish press of various political orientations, published in 1900, the image of the 500 year upholding of the Jagiellonian University.

The newspapers and periodicals, particularly from Cracow, paid then great attention to the preparations for the anniversary, and sympathetically and warmly informed of the festivities themselves. The celebrations were for Polish journalists primarily a national demonstration of Polishness — the first and only such event in divided and subjugated Poland, and was therefore equally an important political event. In numerous press reports there is often reference to a free Poland, although the organisers of the event did their utmost to play down, more or less convincingly, the political aspects of the festivities.

A few critical elements in press reports resulted from the clash of two different political orientations (conservative and liberal-democratic) possibly for the first time in such an intensified form in the history of the Polish press. Critical elements in no way, however, weakened or diminished the atmosphere of those 'momentous days'.

Wojciech K a j t o c h: COOL, NO DOUBT! THE CULTURE OF LANGUAGE, STYLE AND PERSUASION IN YOUNG PEOPLES MAGAZINES

The work deals with the comparative characteristics of the language used in six Polish magazines for young people: *Bravo*, *Popcorn*, *Jestem*, *Machina*, *Dziewczyna*, and *Droga*. The most significant language features are discussed frequent mistakes (orthographical, lexical, grammatical, phraseological, syntactical); the styles characteristic for the introduction of certain subjects; vocabulary used to emphasise the specific nature of the given magazine (words derived from English, colloquialisms, clichés, youth slang); classic and non-classic methods of persuasion; rhetorical figures of an amusing and ornamental character. The text also discusses the nature of the language of *Bravo*, *Dziewczyna*, *Popcorn* which is supposed to satisfy the readers' sense of snobbery, and superficially refers to youth slang: the language of which is filled with a certain degree of enhanced persuasion leaving the reader susceptible to all (including commercial) suggestion and quasi-aesthetic wordiness. What characterises *Droga* is that the magazine contains, among other things, many classic rhetorical figures of speech for persuasion for political purposes. The language of *Machina* is related to the tradition of the alternative press (fanzines).

Jan W o l s k i: OFICYNA IN PART CONTINENTAL

The article compares two post-war literary Polish emigré journals: *Kontynenty* and *Oficina Poetów*. Basing himself on unpublished materials, letters and talks with writers, the author

attempts to show that to a certain degree the potential and editorial expertise of the first of these journals were to find their continuation in the second. Besides which in placing the history of both periodicals against a wider backcloth of emigré cultural life he characterises the traits of both papers emphasising first and foremost their openness to artistic phenomena on both sides of the 'Iron Curtain', and the preference shown to matters of aesthetics in relation to those of politics.

Walery P i s a r e k: RHETORICS TODAY IN POLAND

The words *rhetoric*, *rhetorical* cover today in Poland various communicative forms of behaviour while various branches of learning are interested in these said forms. According to Aristotle the substance of rhetoric is to be found in the discovery of means of persuasion. From whose definition the author takes the position that the concept of rhetoric is made up of two elements: these said 'means', i.e. firstly the classic repertoire of linguistic ways (topic) as well as the aim of convincing, i.e. the intention of persuasion (of the sender).

In taking these two criteria into account the author divides public communicative behaviour into four types: 1) classic rhetoric, i.e. persuasive communication based on a classic topic; 2) classic poetics, i.e. non-persuasive communication based on a classic topic; 3) new, contemporary rhetoric, i.e. persuasive communication employing various means of expression 4) non-rhetorical communicative behaviour, i.e. non-persuasive communication employing various means of expression.

The text opened the conference 'Rhetoric Today — Theory and Practice' which took place in Cracow during the 22nd–23rd of November 1999.

Maria G m e r e k - R a j c h e l: THE 1998 LOCAL ELECTION CAMPAIGN ON WROCLAW LOCAL TELEVISION

In the 1998 election campaign for local government the Wrocław local television centre presented an attitude of comfortable indifference. The broadcaster fulfilled hardly the minimum of its obligations, neither acquainting the viewer with the electoral procedure, nor presenting the relationships of candidates, parties, committees. Information and relatively unbiased analysis of the events and processes taking place in the whole country were provided only gratuitously by the party political broadcasts of the parties themselves.

Marcin H a b r y ń: NEW ELEMENTS IN THE POLISH CATHOLIC MASS MEDIA SYSTEM 1989–1999. RADIO, TELEVISION, PRESS AGENCY, INTERNET

The history of the origin and development of the Catholic mass media in Poland which arose during the ten years of transformation (1989–1999).

Following the abolition of legal limitations in 1989, Catholic radio in Poland developed in two different ways. Firstly according to the 'diocesan model', where development was based on integration and cooperation between the local (diocesan) broadcasting stations set up in the early 1990s. This trend was topped in 1997 by the establishment on the part of various diocesan stations of a production company 'Plus' to produce joint programmes.

The second approach described in the article is that of 'Radio Maria'. This broadcasting station, covering the whole of Poland, was founded (1991) and is managed by a Redemptorist, Father Tadeusz Rydzyk. Radio Maria has a large and loyal audience, though the political involvement of the station has been a constant source of conflict between the station and some Polish bishops.

The television station, Telewizja Niepokalanów belongs to the Franciscan Order. It broadcasts programmes via two local transmitters, and is available to local CATV subscribers. The

station enjoys the full support of the Polish Episcopate, and since 1995 it has the status of 'the only Catholic television station serving the whole of Poland'.

The Catholic Press Agency (Katolicka Agencja Informacyjna — KAI) is the biggest Catholic press agency in Eastern and Central Europe, and the second biggest in Europe as a whole. Founded on the example of the American Catholic News Service, KAI is formally independent of the Polish Episcopate, although it represents the interests of the Church. KAI's daily service comprises dozens of news items on religious matters from Poland and abroad.

As an effect of the development and dissemination of new forms of communication technology (such as the Internet) during the 1990s, a number of Catholic WWW sites, containing digital versions of the printed and audio-visual Catholic media, have been set up. Official web sites which belong to various Church institutions in Poland (e.g. the Episcopate, dioceses, orders and convents, theological seminaries and even parishes) are to be found on the Internet.