



studia
medioznawcze

MEDIA STUDIES

y a f e r a c m o
o s r s z a ł o w
i k o d e k s r a
m a n i p u l a c
p n t u i p i l n
e d a r s m d e o
r a p r z e k a z
a l a p i d a r n
t g r a n i c e a
y a o p r a w o k
w z l i p r a s a
h e a e o t n t i

Instytut Dziennikarstwa
Uniwersytetu Warszawskiego

studia medioznawcze

MEDIA STUDIES

numer 4 (47) 2011



Warszawa 2011

RADA REDAKCYJNA

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

REDAKTOR NACZELNY

Marek Jabłonowski

ZASTĘPCA REDAKTORA NACZELNEGO

Mirosława Zygmunt

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Dorota Lewandowska, Dominika Rafalska, Łukasz Szurmiński, Michał Zaremba

ADRES REDAKCJI

„Studia Medioznawcze”

Instytut Dziennikarstwa UW

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

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

PROJEKT GRAFICZNY

Stanisław Małecki

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Zespół

Autorami zdjęć zamieszczonych w numerze są studenci specjalności Fotografia Prasowa, Reklamowa i Wydawnicza Instytutu Dziennikarstwa UW: Katarzyna Bąba, Agnieszka Boryń, Marta Kamińska, Berenika Karolak, Adam Kołakowski, Eliza Miszczyk (okładka), Filip Pelc. Prace zostały przygotowane pod kierunkiem mgr. Sławomira Zwierza.



© Copyright by Instytut Dziennikarstwa UW, 2011

ISSN 1641-0920

Wydawca, na zlecenie Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW,

Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa

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

Sprzedaż i prenumerata:

e-mail: oficyna@aspra.pl

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

Nakład 450 egz.

Spis treści

MEDIA I POLITYKA

ZBIGNIEW ONISZCZUK Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów.
Dwa wymiary wzajemnych relacji 11

TOMASZ GACKOWSKI Czy politycy dotrzymują słowa? Obietnice polityków
i ich realizacja jako przedmiot badań politologiczno-medioznawczych 23

DZIENNIKARZE A PRAWO

MARIA ŁOSZEWSKA-OŁOWSKA Prawo do wizerunku w nauce
i orzecznictwie sądów polskich – analiza wybranych problemów 43

MICHAŁ ZAREMBA „Śledztwo dziennikarskie” a odpowiedzialność
dziennikarza za naruszenie tajemnicy postępowania przygotowawczego 60

MEDIA ZA GRANICĄ

MICHAŁ KACZMARCZYK Prasa w Irlandii Północnej 89

FANI

PIOTR SIUDA Pielgrzymki fanów. Podróże w przestrzeni geograficznej 105
czy podróże symboliczne?

Z KART HISTORII

MACIEJ BIAŁOUS Obraz Wielkiej Brytanii w publicystyce „Wiadomości Polskich”
i „Polski Walczącej” 1940–1945 117

SPRAWOZDANIA Z KONFERENCJI

AGNIESZKA STĘPIŃSKA Sprawozdanie z 61. Dorocznej Konferencji International
Communication Association, Boston, 26–30 maja 2011 roku 139

IWONA WIEŻEL Sprawozdanie z konferencji 1st ACS Summer Institute
on Critical Literacies, Ghent (Belgia), 11–15 lipca 2011 roku 143

RECENZJE

ALICJA JASKIERNIA
Terry Flew *Media globalne*, przekł. Marta Lorek 149

ALICJA JASKIERNIA

Bogusława Dobek-Ostrowska *Polski system medialny na rozdrożu.*

Media w polityce, polityka w mediach 152

WIEŚLAW SONCZYK

Media lokalne w Szczecinie. Raport z badań mediów lokalnych w Szczecinie w 2010 r.,

pod red. Jana Kani i Roberta Cieślaka 155

TOMASZ GACKOWSKI

Ina Martela, Dariusz Rott *Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne –*

wybrane problemy i zagrożenia 159

JOLANTA KUBIK

Agnieszka Wójcińska *Reporterzy bez fikcji. Rozmowy z polskimi reporterami,*

z fot. Jana Brykczyńskiego 161

DARIUSZ ROTT

Małgorzata Lisowska-Magdziarz *Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama*

i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym 165

MAŁGORZATA ADAMIK-SZYSIAK

Jakub Nowak *Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka* 167

KAMIL ŁUCZAJ

Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia,

red. nauk. Mirosław Filiciak i Barbara Giza; *Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej* 169

PAULINA ORŁOWSKA

Konrad Witold Tatarowski *Aksjologia i polityka w pisarstwie i działalności*

Jana Nowaka-Jeziorańskiego 173

ARTYKUŁY, KOMUNIKATY, SPRAWOZDANIA I RECENZJE ZAMIESZCZONE

W NUMERACH 1–4 Z 2011 ROKU 179

Contents

MEDIA AND POLITICS

ZBIGNIEW ONISZCZUK Mediatization of politics and politicization of the media.
Two dimensions of the relationship 11

TOMASZ GACKOWSKI Do politicians keep their word? Political promises
and their realisation as a research object of political science and media studies 23

JOURNALISTS AND LAW

MARIA ŁOSZEWSKA-OŁOWSKA The right to the image in the doctrine
and jurisprudence of Polish courts: analysis of selected problems 43

MICHAŁ ZAREMBA Journalistic investigation and journalistic liability
for the violation of the pre-trial confidentiality 60

MEDIA ABROAD

MICHAŁ KACZMARCZYK The press in Northern Ireland 89

FANS

PIOTR SIUDA Fan pilgrimages. Real or symbolic travelling? 105

FROM THE HISTORY

MACIEJ BIAŁOUS Image of Britain in “Wiadomości Polskie”
and “Polska Walcząca” 1940–1945 117

CONFERENCE REPORTS

AGNIESZKA STĘPIŃSKA Report of the 61st Annual Conference of the International
Communication Association, Boston, May 26–30, 2011 139

IWONA WIEŻEL Report of the Conference of the 1st ACS Summer
Institute on Critical Literacies, Ghent (Belgium), July 11–15, 2011 143

REVIEWS

ALICJA JASKIERNIA
Terry Flew *The Global Media*, transl. by Marta Lorek 149

ALICJA JASKIERNIA

Bogusława Dobek-Ostrowska *The Polish Media System at the Crossroads.*

Media in Politics, Politics in the Media 152

WIEŚLAW SONCZYK

Local Media in Szczecin. Report of the Research on Local Media in Szczecin

in 2010, eds. Jan Kania and Robert Cieślak 155

TOMASZ GACKOWSKI

Ina Martela, Dariusz Rott *The Press Spokesman. Interpersonal Competencies –*

Selected Problems and Threats 159

JOLANTA KUBIK

Agnieszka Wójcińska *Reporters without fiction. Interviews with Polish reporters,*

photographs by Jan Brykczyński 161

DARIUSZ ROTT

Małgorzata Lisowska-Magdziarz *A Back-Seat Passenger. Media, Advertising*

and Education in a Consumer Society 165

MAŁGORZATA ADAMIK-SZYŚIAK

Jakub Nowak *The Activity of Citizens Online. Theories and Practice* 167

KAMIL ŁUCZAJ

Post-Soap. The New Generation of Television Series and the Polish Audience,

eds. Mirosław Filiciak and Barbara Giza; *Series. Political Critique Guide* 169

PAULINA ORŁOWSKA

Konrad Witold Tatarowski *Axiology and Politics in the Writings and Activities*

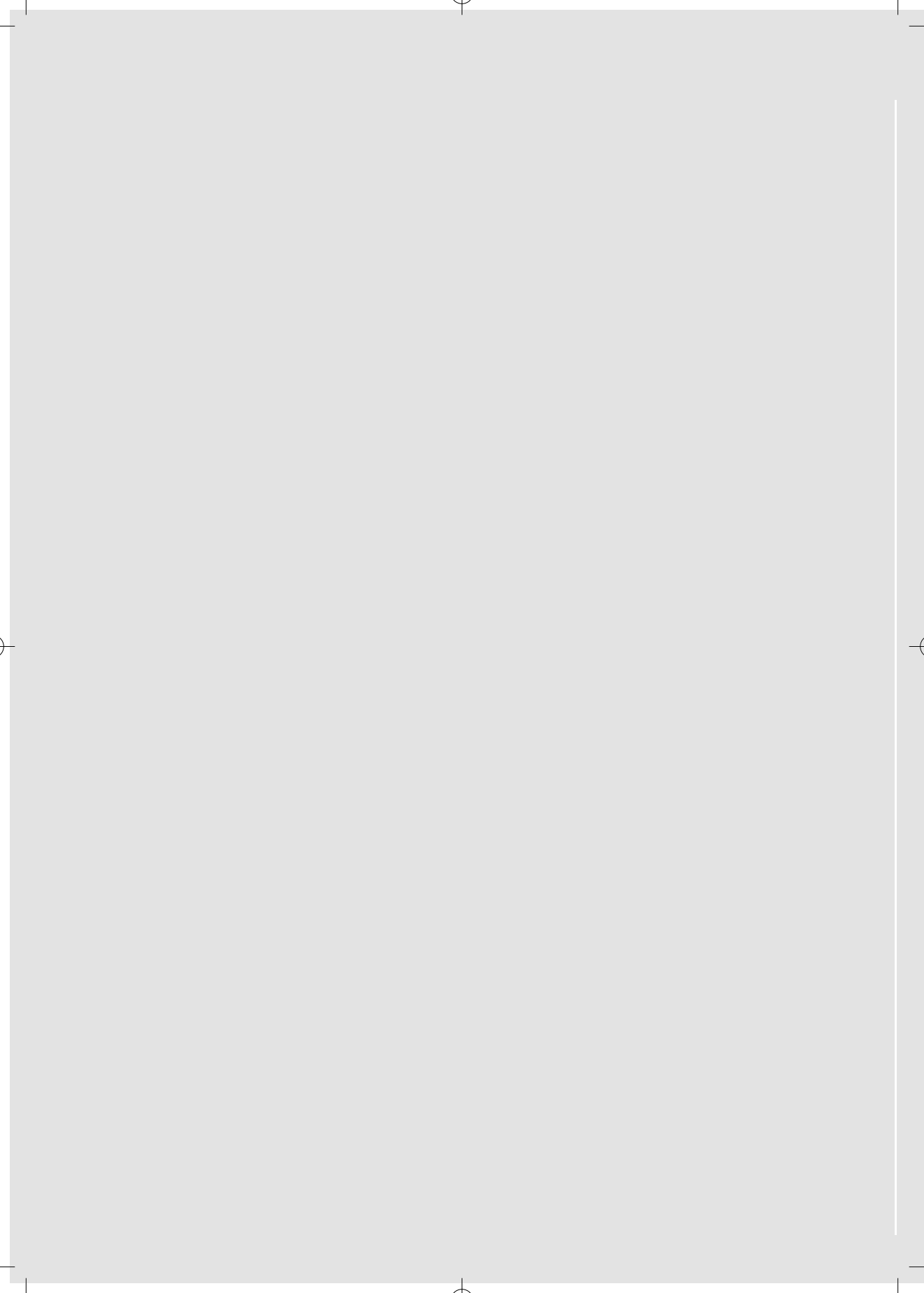
of Jan Nowak-Jeziorański 173

CONTENTS – 2011 186

Media i polityka



Media and politics



Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji

Zbigniew Oniszcuk

Różnorodność powiązań łączących sferę polityki z mediami masowymi

Bardzo ważnymi częściami współczesnego społeczeństwa traktowanego jako system społeczny są jego dwa (sub)systemy: polityczny i medialny. Oba systemy w demokratycznym społeczeństwie są niezależne i autonomiczne, oba mają istotny wpływ na funkcjonowanie innych (pod)systemów społecznych. Znaczenie polityki wynika z faktu, że to system polityczny w stosunku do innych systemów wyróżnia się zdolnością do narzucania własnych, nawet autorytarnych idei i wartości, do konstruowania proceduralnych i instytucjonalnych form funkcjonowania społeczeństwa¹. Z kolei wzrost społecznego znaczenia mediów masowych – odzwierciedlony w procesie mediatyzacji – sprawił, że zmiany w systemie medialnym rzutują na przeobrażenia wewnętrzne w innych systemach społecznych².

Funkcjonowanie obu systemów jest jednakże uzależnione od ich wzajemnych relacji. Fundamentem powiązań jest symbiotyczna zależność obu sfer społecznego działania³. System polityczny potrzebuje bowiem legitymizacji

swojego działania, w której uzyskaniu znaczny udział mają media masowe, upowszechniając i wyjaśniając polityczne decyzje i ich skutki, rejestrując ich społeczny odbiór czy też informując o oczekiwaniach i wymaganiach społeczeństwa wobec swojej reprezentacji politycznej⁴. Natomiast środki masowego komunikowania nie mogą się obyć bez systemu politycznego, będącego dla mediów niewyczerpanym źródłem informacji, opinii i tematów żywo interesujących odbiorców.

Oba obszary społecznej aktywności są zatem skazane na siebie, ale obserwując wzajemne relacje, można w nich dostrzec pierwiastek instrumentalnego traktowania drugiej strony. Oznacza to, że między mediami masowymi a polityką toczy się swoista gra interesów, w której przewagę mają w państwie demokratycznym środki masowego komunikowania. Ich dominacja uwarunkowana jest trzema przesłankami o strukturalnym, psychologicznym i normatywnym charakterze:

– w sensie strukturalnym media masowe mogą, ze względu na swoją specyfikę oddziaływania, jako jedyne zapewnić dotarcie do tak wielkiej zbiorowości odbiorców (potencjalnych wyborców i zwolenników), atrakcyjnej

¹ Zob. M. Kaase, *System demokratyczny i mediatyzacja polityki*, [w:] *Media masowe w systemach demokratycznych. Teoretyczne problemy i praktyczny wymiar komunikowania politycznego*, praca zbiorowa pod red. B. Dobek-Ostrowskiej, Wrocław 2003, s. 43.

² M. Meyen, *Medialisierung*, „Medien und Kommunikationswissenschaft” 2009, H. 1, s. 35.

³ Znaczenie symbiotycznej zależności łączącej sferę polityki z mediami masowymi podkreśla J.W. Adamowski, *Media masowe w kampaniach politycznych*, [w:] *Media masowe w praktyce społecznej*, red. nauk. D. Waniek, J.W. Adamowski, Warszawa 2001, s. 67.

⁴ Zob. Z. Oniszcuk, *Relacje między mediami a systemem politycznym w niemieckiej nauce o komunikowaniu*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3/4, s. 99.

- pod względem liczebności, jak i różnorodności cech społeczno-demograficznych,
- w sensie psychologicznym media mają atut wysokiego stopnia zaufania i wiarygodności w opinii swoich odbiorców, co zwiększa ich społeczny prestiż i znaczenie,
 - w sensie normatywnym środki masowego komunikowania w demokratycznym społeczeństwie są szczególnie ważne w sytuacji konfliktu, kiedy to dążą do legitymizacji swojej niezależnej pozycji w sferze polityki, wolnej od różnych form nacisku i kontroli politycznej⁵.

W niemieckiej politologii i nauce o komunikowaniu zwraca się przy tym szczególną uwagę na to, że dzięki swej wyjątkowej społecznej randze media masowe są użyteczne dla władzy politycznej z trzech powodów: 1) dostarczają systemowi politycznemu niezbędnych informacji o społecznych realiach, 2) oddziałują nieprzerwanie na proces kształtowania się poglądów i postaw społeczeństwa, koncentrując uwagę swoich odbiorców wokół wybranych przez siebie spraw i tematów, 3) zaznajamiają odbiorców z rezultatami politycznych działań i procesów, odpowiednio je interpretując, a czasami wręcz deformując⁶.

Gdyby zatem spojrzeć na relacje łączące sferę polityki z mediami masowymi z perspektywy interesów i celów obu systemów, to można by, wyznaczyć trzy charakterystyczne wzorce, swoiste paradygmaty wzajemnych zależności:

- paradygmat udziału we władzy – gdy media poprzez kontrolę władzy ustawodawczej, wykonawczej i sądowniczej stają się w odbiorze społecznym samodzielną czwartą władzą. Możliwość jej sprawowania uwarunkowana jest niezależnością ekonomiczną mediów oraz ich polityczną autonomią;
- paradygmat instrumentalizacji – w tym wypadku powiązania między polityką a mediami

masowymi zdominowane są przez dążenie do dominacji jednego lub drugiego systemu. Możliwe są zatem dwa podstawowe warianty wzajemnych relacji. W pierwszym występuje przewaga systemu medialnego nad systemem politycznym, media bowiem, a szczególnie telewizja, mają decydujący wpływ na decyzje i działania polityczne. Instytucje polityczne tracą wobec mediów swoją autonomię, media urastają do roli samodzielnej siły politycznej. Wariant drugi akcentuje z kolei dominację sfery polityki i utratę autonomii przez system medialny. Media są traktowane jako narzędzie systemu politycznego wykorzystywane dla realizacji jego celów. Sfera polityki pośrednio lub bezpośrednio kieruje działalnością mediów, w której podstawowe znaczenie uzyskuje komunikowanie perswazyjne. System polityczny chętnie korzysta również z różnych instytucji politycznego public relations;

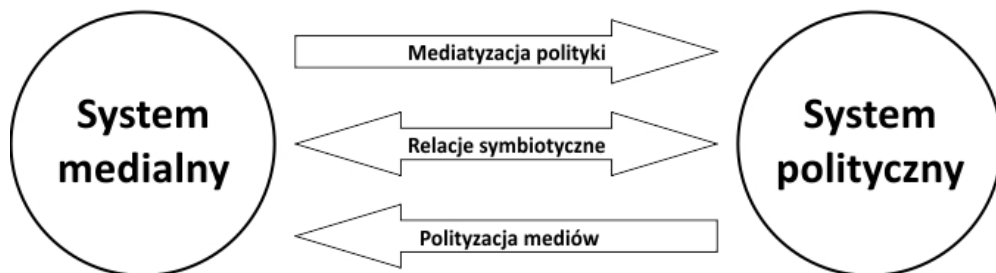
■ paradygmat niezależności i symbiozy – występuje wówczas, gdy system medialny łączy z systemem politycznym sieć różnorodnych wzajemnych interakcji, ingerencji i penetracji, a istniejący układ powiązań jest wypadkową tych działań i procesów. System polityczny jest wręcz skazany na współdziałanie z mediami w zakresie informowania o swoim funkcjonowaniu, a media z kolei czerpią z systemu politycznego fakty i opinie interesujące odbiorców. W ten sposób relacje między mediami masowymi a sferą polityki opierają się na zasadzie współpracy i symbiozy, mającej trwały charakter⁷.

Przytoczone paradygmaty wskazują na to, że można wyróżnić trzy główne rodzaje zależności między systemem medialnym a systemem politycznym: 1) relacje symbiotyczne – oparte na wspólnocie interesów, 2) mediatyzację polityki – związaną z dominacją systemu medialnego oraz 3) polityzację mediów wynikającą

⁵ Por. J. Blumler, M. Gurevitch, *The Crisis of Public Communication*, London–New York 1995, s. 12–13.

⁶ Zob. U. Saxer, *Vorwort*, [w:] *Politik und Kommunikation*, Hrsg. U. Saxer, München 1983, s. 9–16.

⁷ Zob. U. Sarcinelli, *Mediale Politikdarstellung und politisches Handeln: analytische Anmerkungen zu einer notwendigerweise spannungsreichen Beziehung*, [w:] *Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Elektronische Medien in Bundesrepublik Deutschland*, Hrsg. O. Jarren, Opladen 1994, s. 35–50.



Rys. 1. Podstawowe relacje łączące media masowe ze sferą polityki

Źródło: opracowanie własne.

z dążeń systemu politycznego do instrumentalnego ich wykorzystywania (zob. rys. 1).

Z charakteru tych relacji wynika zatem, że system medialny i system polityczny mogą ze sobą zarówno współdziałać, jak i rywalizować. O tym, która z tendencji przeważa, decyduje wiele czynników, ale skutki tego wzajemnego oddziaływania są bardzo ważne dla stabilności każdego demokratycznego systemu społecznego.

Spoleczna istota mediatyzacji

Dla zrozumienia relacji łączących sferę polityki z mediami masowymi zasadnicze znaczenia ma pojęcie mediatyzacji. Terminem tym określa się uniwersalny proces społeczny wywołany rosnącym znaczeniem mediów masowych dla funkcjonowania różnych dziedzin współczesnego społeczeństwa. W swej istocie mediatyzacja oznacza dostosowywanie działań podmiotów ze sfery polityki, gospodarki, kultury, nauki i innych podsystemów społecznych do warunków określonych specyfiką oddziaływania mediów. To dostosowywanie się stanowi gwarancję medialnego zainteresowania i rozgłosu, będących zasadniczą przesłanką osiągnięcia sukcesu w wymiarze społecznym⁸.

Jeśli zaś chodzi o skutki społeczne, to mediatyzacja w dłuższym okresie zmienia wartości i normy występujące w danym społeczeństwie, a w wymiarze krótko- i średnioterminowym jego wyobrażenia o aktualnych problemach społecznych⁹.

W niemieckiej nauce o komunikowaniu proces mediatyzacji¹⁰ jest rozpatrywany z punktu widzenia dwóch głównych perspektyw badawczych¹¹:

- perspektywy socjologicznej – w tym ujęciu mediatyzacja jest procesem „społecznej i kulturowej zmiany”, w ramach którego „kultura, codzienność i tożsamość ludzi przeobrażają się pod wpływem rozwoju mediów”¹². Mediatyzacja prowadzi bowiem do tego, że „różnicuje się i poszerza się komunikacyjne otoczenie ludzi, a wskutek tego coraz więcej osób coraz częściej i w coraz bardziej zróżnicowanymi sposobami wiąże swoje społeczne i komunikacyjne działania z coraz bardziej różnorodnymi mediami”¹³;

- perspektywy komunikologicznej – w ramach której mediatyzacja to przede wszystkim społeczne skutki coraz bardziej zdominowanego przez media masowe procesu komu-

⁸ Por. H.M. Kepplinger, *Was unterscheidet Mediatisierungsforschung von der Medienwirkungsforschung?* „Publizistik” 2008, H. 3, s. 327.

⁹ Zob. tegoż, *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, Kraków 2007, s. 127.

¹⁰ Niemieccy badacze wpływu mediów masowych na funkcjonowanie współczesnego społeczeństwa stosują głównie dwa terminy: „mediatyzacja” (*Mediatisierung*) i „medializacja” (*Medialisierung*), używając ich czasem synonimicznie, a czasem wyraźnie akcentując różnice w zakresie problemowym obu terminów. Zob. M. Meyen, *Medialisierung*, s. 23–38.

¹¹ Tamże, s. 26–27.

¹² Zob. F. Krotz, *Metaprozesse sozialen und kulturellen Wandels und die Medien*, „Medien Journal” 2003, H. 1, s. 7.

¹³ Tamże, s. 13–14.

nikacji publicznej. W takim rozumieniu mediatyzacja powoduje konieczność uwzględnienia przez różne podmioty procesu komunikacji publicznej logiki i specyfiki działania mediów¹⁴.

Jeśli przyjąć więc perspektywę komunikologiczną, to mediatyzacja obejmuje trzy istotne, powiązane ze sobą, problemy: 1) osłabienie lub utratę autonomii przez różne podsystemy społeczne, 2) zmniejszenie funkcjonalnego znaczenia poszczególnych subsystemów społecznych oraz 3) uzależnienie siły i rangi różnych podsystemów społecznych od sfery działania mediów masowych¹⁵. Osłabienie lub utrata autonomii jest bowiem konsekwencją sytuacji, gdy media w sposób znaczący wpływają na proces rekrutacji kadr, gdy warunkują karierę zawodową, gdy rzutują na wykonywanie zawodu w poszczególnych subsystemach społecznych. Zmniejszenie funkcjonalnego znaczenia podsystemów społecznych wynika z tego, że działające w nich jednostki, instytucje czy struktury muszą dostosować się do reguł osiągania sukcesu narzuconych przez media masowe, przez co nie mogą optymalnie i racjonalnie wykonywać swoich zadań. W tym wypadku logika działania poszczególnych podsystemów zostaje podporządkowana logice funkcjonowania mediów. Natomiast uzależnienie siły i mocy różnych podsystemów od sfery działania mediów masowych powoduje, że swoboda podejmowania decyzji w ramach tych podsystemów zostaje ograniczona, media bowiem, poprzez relacjonowanie spraw i wydarzeń, decydują o tym, które decyzje mogą liczyć na społeczną akceptację i zrozumienie, a które nie. Zawęża to pole decyzyjnego manewru, gdyż czasami tylko je-

den wariant rozwiązania problemu może uzyskać medialną legitymizację.

Wszystkie te trzy aspekty mediatyzacji wskazują wyraźnie, że współcześnie pozytywny rozgłos medialny, pozytywny medialny wizerunek ludzi i spraw stał się funkcjonalną przesłanką sukcesu działań prowadzonych w różnych subsystemach społecznych tworzących demokratyczne społeczeństwo.

Mediatyzacja polityki

Jednym z głównych obszarów mediatyzacji jest dziedzina polityki. Mediatyzacja polityki łączy się w istocie rzeczy ze wspomnianym wcześniej paradygmatem instrumentalizacji. Media traktowane są bowiem jako „autonomiczny, konkurencyjny wobec innych ośrodek władzy”¹⁶, dążący do zdominowania sfery polityki. W takim ujęciu mediatyzacja polityki to proces narzucania systemowi politycznemu reguł i logiki działania właściwej środkom komunikowania masowego¹⁷.

Jakie są zatem przesłanki takiego pojmowania mediatyzacji polityki? Otóż w świetle badań można wyróżnić dwa rodzaje przesłanek: pierwsze o charakterze przyczynowym, drugie o charakterze funkcjonalnym¹⁸. Podejście przyczynowe pozwala na ukazanie mechanizmów i źródeł władczej pozycji mediów wobec systemu politycznego, a podejście funkcjonalne wyznacza obszary rosnącego wpływu środków komunikowania masowego na politykę.

Przyjęcie optyki przyczynowej pozwala wyróżnić trzy podstawowe źródła władzy mediów masowych w relacjach z systemem politycznym: 1) organizacja i prowadzenie dyskursu publicznego, 2) kontrola dostępu do informacji, poglądów i interesów obecnych w przekazach medialnych oraz 3) polityczne, gospo-

¹⁴ Zob. J. Westerbarkey, *Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration*, „Publizistik” 1995, H. 2, s. 155; G. Vowe, *Mediatisierung der Politik. Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand*, „Publizistik” 2006, H. 3, s. 441.

¹⁵ Zob. H.M. Kepplinger, *Was unterscheidet...*, s. 327.

¹⁶ J. Street, *Mass media, polityka, demokracja*, Kraków 2006, s. 197.

¹⁷ Zob. M. Meyen, *Medialisierung*, s. 30.

¹⁸ Podejście przyczynowe i funkcjonalne dominuje w niemieckich badaniach nad relacjami zachodzącymi między polityką a mediami masowymi. Zob. W. Schulz, *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006, s. 13–15.

darcze i społeczne znaczenie instytucji i koncernów medialnych dla władzy politycznej i biznesu¹⁹.

Pierwsze z wymienionych źródeł władzy mediów wynika z faktu, że zgodnie z teorią *agenda setting* – to media konstruują hierarchię ważności spraw i problemów, o których dyskutują ich odbiorcy, którymi zajmują się partie polityczne, organizacje społeczne czy instytucje biznesowe. Media sprawują również kontrolę nad przepływem informacji i opinii dotyczących poczynań władzy, co daje mediom możliwość kreowania jej pozytywnego lub negatywnego wizerunku. Media, kierując zainteresowanie odbiorców w stronę polityki, wzmacniają lub osłabiają w sposób stały i ciągły legitymizację władzy politycznej. W tym ujęciu władza mediów polega więc na inicjowaniu i akcentowaniu dyskursu publicznego na wybrane tematy oraz na kształtowaniu obrazu rzeczywistości relacjonowanej zgodnie z medialną logiką.

Z kolei kontrola dostępu do informacji, poglądów i interesów obecnych w przekazach medialnych wiąże się z możliwością selekcji opinii i spraw przedstawianych w różnych mediach. Zgodnie z teorią *gatekeepingu* media mają swój własny, specyficzny zestaw kryteriów selekcji informacji, poglądów czy interesów, uwzględniający przeróżne czynniki, od zainteresowań i potrzeb swoich odbiorców po własne sympatie czy antypatie polityczne. Gdyby jednak pokusić się o nakreślenie najważniejszych czynników tworzących mechanizm selekcji, to można by wymienić na przykład: rutynowe praktyki dziennikarskie, sposoby zdobywania i upowszechniania wiadomości pochodzących z preferowanych źródeł informacji, podział pracy w mediach (rywalizacja między mediami publicznymi a prywatnymi, wewnątrzredakcyjne zmagania między podej-

ściem marketingowym a redaktorskim) czy też ustalanie proporcji między wiadomościami krajowymi a zagranicznymi²⁰.

Trzecie źródło władzy mediów masowych polega na wpływie, jaki instytucje i koncerny medialne (zwłaszcza duże i silne) mogą wywierać na rządy i państwa. Media nie tylko zdobywają i rozpowszechniają informacje i opinie, ale także przysparzają państwu dochodów (podatki) oraz są istotnym miejscem pracy. Świadome swojej siły i znaczenia media masowe, a zwłaszcza ich właściciele i dysponenti (np. Kościół) mogą zatem skutecznie przeciwstawiać się ograniczeniom ich potęgi w postaci regulacji prawnych przeciwdziałających koncentracji medialnej czy ingerujących w treść przekazów medialnych naruszających różne normy etyczne.

Inne aspekty wzajemnych relacji między mediami masowymi a sferą polityki podejmuje natomiast podejście funkcjonalne. Ten punkt widzenia pozwala bowiem wyodrębnić cztery istotne funkcje mediów traktowanych jako ważny ośrodek władzy w demokratycznym społeczeństwie²¹.

Pierwszą z nich jest kontrola poczynań władzy. Ma ona podstawowe znaczenie dla sprawnego funkcjonowania demokratycznego państwa. Media są przecież zasadniczym narzędziem społecznej kontroli decyzji i działań politycznych, chociaż trzeba pamiętać o tym, że zakres tej kontroli jest ograniczony. Wiele spraw z zakresu tzw. rutynowej polityki (np. decyzje proceduralne) nie budzi zainteresowania mediów i ich odbiorców, przez co pozostają domeną gremiów politycznych²².

Drugą funkcję można określić jako definiowanie kryzysów. To media, często pochopnie, nazywają różne zjawiska polityczne, społeczne, gospodarcze czy kulturalne kryzysami, zmuszając tym samym władze do podjęcia

¹⁹ Zaproponowane trzy źródła władzy mediów masowych nawiązują do koncepcji Johna Streeta o trzech formach władzy mediów: władzy dyskursywnej, władzy dostępu i władzy zasobów. Zob. J. Street, *Mass media...*, s. 198–201.

²⁰ Tamże, s. 200.

²¹ Por. W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2006, s. 52.

²² Znaczenie obszaru tzw. rutynowej polityki w relacjach z mediami zaznacza M. Kaase, *System demokratyczny...*, s. 54–55.

określonych działań. Media opisują, na czym kryzys polega, przedstawiają jego przyczyny, przebieg czy skutki, ale nie proponują rozwiązań. Media w tej roli nie wyręczają władzy, tylko ukierunkowują jej działania.

Korygowanie działań władzy uznać można za trzecią funkcję mediów. W sytuacjach kryzysowych stają się one rzecznikiem zmiany działań władzy, co często łączy się z wywieraniem na nią presji w celu ponownej analizy zaistniałej sytuacji. W tym wypadku nacisk mediów może mieć podstawowe znaczenie dla skorygowania decyzji i działań politycznych.

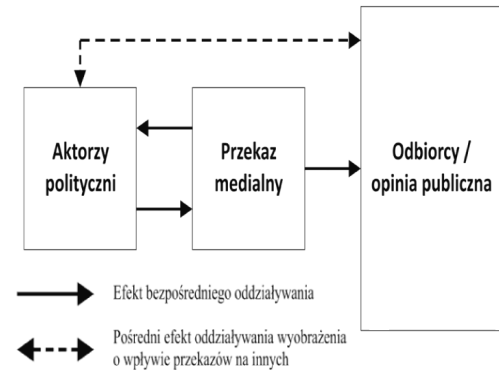
Medialna krytyka poczynań władzy ma często wymiar personalny. Stymulowanie zatem decyzji personalnych można uznać za czwartą funkcję mediów. Jeśli więc opinia publiczna zaakceptuje medialną interpretację kryzysu, władza będzie zmuszona do dokonania zmian personalnych. Próba odwleknięcia decyzji personalnych może prowadzić do spadku zaufania społecznego wobec rządzących, co znajduje swoje odbicie w coraz bardziej negatywnym wizerunku władzy widocznym zwłaszcza w różnych sondażach.

Jak łatwo zauważyć, funkcjonalne znaczenie mediów objawia się szczególnie w warunkach kryzysowych. Jest to konsekwencja faktu, że politycy i inni decydenci ulegają wówczas potrójnemu złudzeniu, wynikającemu z przeceniania roli mediów masowych w sytuacji kryzysowej²³. Po pierwsze, sądzą oni, że media odzwierciedlają rzeczywisty rozkład opinii publicznej, po drugie – że większość społeczeństwa z takim samym zainteresowaniem, co oni sami, odbiera przekazy medialne na temat kryzysu, a po trzecie – że społeczeństwo naprawdę tak mocno reaguje na te przekazy, jak ich środowisko. W rezultacie dochodzi do nieracjonalnych zachowań polityków, raz opierających się żądaniom domniemanej większości, raz panicznie ulegających rzekomej woli opinii publicznej.

Opisane postawy i zachowania polityków można wytłumaczyć mechanizmem podwójnego

oddziaływania mediów masowych na opinie osób będących obiektem medialnych przekazów. Media oddziałują na nie zarówno poprzez bezpośredni efekt samych przekazów, jak i poprzez wyobrazenie sobie przez zainteresowanych, jakie efekty wywierają te przekazy na innych odbiorców (zob. rys. 2)²⁴. Czyni to z polityków obecnych często w medialnych relacjach grupę szczególnie podatną na wpływ mediów masowych. Jednocześnie wzrasta znaczenie grupy doradców i ekspertów medialnych współpracujących z politykami, potrafiących wyjaśnić logikę działania mediów i znaczenie medialnych przekazów.

W ten oto sposób dochodzimy do kwestii głównych skutków mediatyzacji polityki.



Rys. 2. Mechanizm podwójnego oddziaływania przekazów medialnych na aktorów politycznych będących przedmiotem przekazu

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, Kraków 2007, s. 121.

W świetle dorobku niemieckiej nauki o komunikowaniu można podzielić je na dwie podstawowe grupy: po pierwsze – skutki o wymiarze systemowym (istotne dla funkcjonowania systemu politycznego), po drugie – skutki o wymiarze personalnym (ważne dla polityków i innych aktorów politycznych).

Jeśli chodzi o pierwszą grupę skutków, to możemy wymienić pięć istotnych efektów oddziaływania mediów masowych na sferę poli-

²³ Zob. H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki...*, s. 127.

²⁴ Tamże, s. 121.

tyki: 1) wpływ na elity polityczne, 2) wpływ na proces podejmowania decyzji politycznych, 3) zmiany wewnątrz systemu politycznego, 4) kreowanie zewnętrznego wizerunku systemu politycznego, 5) kształtowanie polityki symbolicznej²⁵.

Wpływ mediów na elity polityczne wynika ze szczególnej wrażliwości tej kategorii odbiorców na przekazy medialne. Jak dowodzą badania, polityczni liderzy mają kontakt z przekazami medialnymi już wcześniej wyselekcjonowanymi przez swoich współpracowników²⁶. Wskutek tego do elit dociera zwiększona porcja przekazów interesujących polityków, tworząc wrażenie skoncentrowania opinii publicznej wokół określonych problemów. Jest to często rezultat błędów systemowych, polegających na niewłaściwym wyborze tematów przez współpracowników bądź też tendencyjnej selekcji środków masowego komunikowania, nieuwzględniającej w wystarczającym stopniu mediów prestiżowych i opiniotwórczych.

Wpływ na proces podejmowania decyzji politycznych podyktowany jest faktem, że system polityczny czerpie wiadomości na temat społecznej rzeczywistości przede wszystkim z przekazów medialnych i to one są często podstawą podjęcia określonych decyzji czy działań politycznych²⁷.

Zmiany strukturalne wewnątrz systemu politycznego mogą być także konsekwencją zmian w systemie medialnym. Przykładem może być odnotowane przez niemieckich badaczy zjawis-

sko malejącej roli lokalnych struktur partyjnych, które są w coraz większym stopniu bezpośrednio kierowane przez partyjne centrale wykorzystujące nowoczesne media elektroniczne²⁸.

Kreowanie zewnętrznego wizerunku systemu politycznego stanowi w istocie domenę mediów. To one, docierając do wielkiej rzeszy odbiorców, tworzą obraz instytucji politycznych i samych polityków, wskazując na pluse i minusy ich działania²⁹.

Kształtowanie polityki symbolicznej to medialne stymulowanie polityków i partii politycznych do sięgania po środki perswazyj odwołujące się do argumentacji emocjonalnej. Odwoływanie się do kanonu wartości patriotycznych, do narodowych symboli czy dramatyzowanie wydarzeń prowadzi do pomniejszenia roli racjonalnej debaty politycznej analizującej programy polityczne partii czy ich założenia ideowe³⁰. Polityka symboliczna jest więc traktowana jako skuteczne narzędzie w walce o utrzymanie lub zdobycie władzy politycznej, szczególnie zauważalna i wykorzystywana w okresie kampanii wyborczych³¹.

Wśród skutków o wymiarze systemowym można również zauważyć kilka mających wyraźnie negatywny charakter. Chodzi tu przede wszystkim o sposób wyłaniania elit politycznych, racjonalność procesu politycznego oraz odpowiedzialność za uboczne następstwa decyzji i działań politycznych³². W systemie wyłaniania elit politycznych ważniejsze znaczenie niż kompetencje, wiedza czy doświadczenie

²⁵ Koncepcja ta ma charakter autorski.

²⁶ Szerzej na temat piszą H. Puhe, H.G. Würzberg, *Lust und Frust. Das Informationsverhalten des deutschen Abgeordneten*, Köln 1989 oraz F. Harmgarth, *Wirtschaft und Soziales in der politischen Kommunikation. Eine Studie zur Interaktion von Abgeordneten und Journalisten*, Opladen 1997.

²⁷ Zob. O. Jarren, *Politik und Medien im Wandel: Autonomie, Interdependenz oder Symbiose?*, „Publizistik” 1988, H. 4, s. 619–620.

²⁸ Zob. O. Jarren, M. Bode, *Ereignis- und Medienmanagement politischer Parteien. Kommunikationsstrategien im 'Superwahljahr 1994'*, [w:] *Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und in den USA*, Gütersloh 1996, s. 73.

²⁹ Por. H.M. Kepplinger, H.B. Brosius, S. Dahlen, *Wie das Fernsehen Wahlen beeinflusst. Theoretische Modelle und empirische Analysen*, München 1994.

³⁰ Zob. M. Kaase, *Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik*, [w:] *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*, Hrsg. U. Sarcinelli, Opladen–Wiesbaden 1998, s. 45.

³¹ Por. U. Sarcinelli, *Symbolische Politik. Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland*, Opladen 1987.

³² Zob. H.M. Kepplinger, *Demontaz polityki...*, s. 136.

mają bowiem „predyspozycje medialne”: telegeniczność, wygląd zewnętrzny, umiejętność wykorzystania „mowy ciała” bądź spokój i opanowanie w kontaktach z dziennikarzami. Racjonalność procesu politycznego ustępuje z kolei przed racjonalnością mediów. Medialna specyfika narzuca nierzadko zasady i reguły realizacji politycznych poczynań. W przypadku zaś odpowiedzialności za nieprzewidywane skutki politycznych decyzji i działań normą staje się jej rozmywanie i przerzucanie na politycznych oponentów.

Natomiast mówiąc o skutkach mediatyzacji polityki w wymiarze personalnym, należy zwrócić uwagę przede wszystkim na: 1) stopień znajomości polityków w opinii publicznej³³, 2) społeczny status polityków, ocenianych jako mało wyrazistych urzędników lub politycznych gwiazdorów³⁴, 3) wizerunek charakteru polityków i ich kompetencji³⁵, 4) wpływ różnych aspektów ich medialnego wizerunku na decyzje wyborców³⁶ oraz 5) ocenę moralnej strony konkretnych polityków, co uwidacznia się szczególnie podczas odkrywania przez media uwikłania polityków w różne skandale³⁷. W praktyce społecznej wymienione skutki wzmacniają tendencję postrzegania systemu politycznego przez pryzmat działalności liderów politycznych, będących głównymi „aktorami” medialnych przekazów.

Na podstawie przytoczonych uwag można zatem wysnuć wnioski, że mediatyzacja polityki jest procesem wielowymiarowym, stale przeobrażającym system polityczny. Jest to jednak proces wpisany w ewolucję współczesnej demokracji, która opiera się między innymi na

zasadzie, że to polityka bardziej potrzebuje mediów masowych aniżeli media polityki.

Polityzacja mediów masowych

Termin ‘polityzacja mediów’ nawiązuje do opisanego na wstępie paradygmatu instrumentalizacji wzajemnych powiązań między systemem politycznym a systemem medialnym. W swojej istocie bowiem polityzacja mediów to próby ich zdominowania przez sferę polityki i wykorzystania dla realizacji własnych, nierzadko *stricte* partyjnych, celów. Nie jest to jednak pojęcie wyraziste, co najlepiej oddaje określenie, że polityzacja mediów oznacza „jawne wkraczanie i obecność polityki (we wszystkich jej przejawach i odmianach) w życiu codziennym mediów masowych”³⁸. Stąd też używanie innych terminów odnoszących się do tej problematyki, takich jak upolitycznienie mediów czy też ich upartyjnienie. Pierwszy z nich jest także obarczony brakiem ostrości, może bowiem oznaczać zarówno wywieranie przez sferę polityki presji na działalność mediów, jak i ich nadmierne zaangażowanie w relacjonowanie tematyki politycznej, często z uwypukleniem preferencji partyjnych. Drugi termin – upartyjnienie – zdaje się być najbardziej jednoznaczny, gdyż wyraźnie sugeruje reprezentowanie bądź też podporządkowanie działania mediów masowych interesom określonego ugrupowania politycznego. Upartyjnienie jest również pojęciem osadzonym w teorii systemu medialnego, gdyż występuje w koncepcji powiązań struktur medialnych i politycznych zaproponowanej w roku 1995 przez Jaya G. Blumlera i Michaela Gurevitcha³⁹. Upartyjnienie jest też antonimem pojęcia

³³ Por. B. Peters, „*Öffentlichkeitsselite*” – Bedingungen und Bedeutungen von Prominenz, [w:] *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*, Hrsg. F. Neidhardt, Opladen 1994, s. 191–213.

³⁴ Zob. H.M. Kepplinger, *Politiker als Stars*, [w:] *Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung*, Hrsg. W. Faulstich, H. Korte, München 1997, s. 176–194.

³⁵ Zob. H.M. Kepplinger, H.B. Brosius, S. Dahlen, *Wie das Fernsehen...*

³⁶ Zob. H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki...*, s. 127–128.

³⁷ Zob. T. Geiger, A. Steinbach, *Auswirkungen politischer Skandale auf die Karriere der Skandalisierten*, [w:] *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel*, Hrsg. O. Jarren, H. Schatz, H. Wessler, Opladen 1996, s. 119–133.

³⁸ J.W. Adamowski, *Media masowe...*, s. 68.

³⁹ Zob. B. Dobek-Ostrowska, *Współczesne systemy medialne: zewnętrzne ograniczenia rozwoju*, [w:] *Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa*, pod red. B. Dobek-Ostrowskiej, Wrocław 2007, s. 39–43.

odpartyjnienie mediów, chętnie stosowanego przez ludzi związanych z działalnością środków komunikowania masowego (przedstawiciele gremiów kontrolnych, polityków i dziennikarzy)⁴⁰. Wydaje się zatem, że termin upartyjnienie mediów powinien być częściej wykorzystywany w opracowaniach naukowych, chociaż stosowanie wszystkich wyżej wymienionych ma swoje racjonalne uzasadnienie.

Oprócz kwestii terminologicznych warto sobie także uświadomić, że dążenie do instrumentalnego wykorzystywania mediów przez sferę polityki ma swoje szersze tło polityczne. Polityzację mediów należy bowiem traktować jako element procesu, który Ryszard Herbut łączy z orientacją strategiczną partii politycznych na instytucje państwowe i nazywa ją „kolonizacją administracji publicznej przez rządzące ugrupowania”⁴¹. Zjawisko to szczególnie zauważalne jest w postkomunistycznych krajach europejskich, gdzie z powodu niskiego poziomu identyfikacji elektoratu z partiami i ich słabej bazy członkowskiej wykształcił się dominujący model partii wyborczej. Partie tego typu, chcąc zapewnić sobie wpływ na labilny i niezdecydowany elektorat oraz silną pozycję na rynku politycznym – dążą do przejęcia kontroli nad organami administracji publicznej, samorządami lokalnymi, instytucjami politycznymi czy właśnie mediami masowymi (głównie publicznymi). Mając „swoich” ludzi w tego typu strukturach, mogą wykorzystywać zasoby państwa dla promowania własnej partii, jej liderów i programu, co w fazie procesu decyzyjnego i wyborczego daje istotną przewagę nad konkurentami. Dlatego w krajach postkomunistycznych polityka kadrowa stała się podstawowym instrumentem polityzacji mediów.

Natomiast w praktyce politycznej krajów Europy Zachodniej wykształciło się przekonanie,

że współcześnie istnieją dwa fundamenty władzy politycznej czołowych ugrupowań i ich liderów: sprawne zaplecze partyjne i poparcie opiniotwórczych mediów⁴². Stąd też zasadniczym problemem zachodnich partii politycznych jest stworzenie liczego i dobrze zorganizowanego zaplecza oraz zapewnienie sobie dostępu do tych mediów masowych, które mają istotny wpływ na opinię publiczną. Ta sytuacja rodzi jednocześnie podstawowy dylemat polityki we współczesnej demokracji, jakim jest znalezienie takich form politycznego działania, „które umacniałyby zdolności komunikacyjne w polityce, jednocześnie nie zagrażając zdolnościom podejmowania decyzji”⁴³.

Jakimi zatem sposobami posługują się politycy i partie polityczne, aby poradzić sobie z tym dylematem? Analitycy niemieckiego rynku politycznego wskazują na trzy zasadnicze strategie instrumentalizacji mediów masowych stosowane przez główne podmioty systemu politycznego⁴⁴: 1) wywieranie bezpośredniego lub pośredniego wpływu na relacjonowanie przez media działań i decyzji politycznych, 2) rozbudowę własnych instytucji public relations i dopasowanie ich reguł działania do specyfiki pracy dziennikarskiej, 3) odwracanie medialnej uwagi od niewygodnych problemów w drodze szerszego wykorzystania personalizmu, rytualizacji oraz symboliki działań politycznych.

Jednak, jak wskazują niemieckie doświadczenia, próby instrumentalnego wykorzystywania mediów masowych koncentrują się na ukierunkowywaniu ich uwagi oraz na wywieraniu wpływu na dobór przedstawianych przez media tematów. Wynika to z częstego przeceniania możliwości oddziaływania środków masowego komunikowania, w tym szczególnie telewizji, oraz z chęci współtworzenia kryteriów dziennikarskiej selekcji informacji i opinii⁴⁵.

⁴⁰ Zob. A. Dąbrowska, M. Janicki, *Kanał*, „Polityka” 2011, nr 11, s. 16.

⁴¹ Zob. R. Herbut, *Teoria i praktyka funkcjonowania partii politycznych*, Wrocław 2002, s. 110 i n.

⁴² Zob. H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki...*, s. 132.

⁴³ W. Van den Daele, F. Neidhardt, „Regierung durch Diskussion”. *Über Versuche, mit Argumenten Politik zu machen*, [w:] *Öffentlichkeit...*, s. 48.

⁴⁴ Zob. H. Schatz, *Interessen- und Machtstrukturen im Interaktionsfeld von Massenmedien und Politik*, [w:] *Massenkommunikation und Politik*, Hrsg. H. Schatz, K. Lange, Frankfurt a. M. 1982, s. 6–20.

⁴⁵ Zob. Ch. Holtz-Bacha, *Ablenkung oder Abkehr von der Politik*, Opladen 1990, s. 29.

Jak zatem w praktyce politycy, ich doradcy i współpracownicy czy instytucje politycznego PR-u wpływają na dobór relacjonowanych przez media wydarzeń i spraw? Odpowiedź przynoszą badania empiryczne oparte na analizie treści medialnych przekazów. W ich rezultacie niemieccy badacze wyznaczyli trzy podstawowe kategorie wydarzeń obecnych w medialnych przekazach, a związanych ze sferą polityki: 1) wydarzenia naturalne – przebiegają niezależnie od relacji medialnych, w sposób naturalny, np. głosowania w parlamencie, demonstracje itp., 2) wydarzenia mediatyzowane – do których prawdopodobnie i tak by doszło, bez względu na spodziewany przekaz medialny, jednak z powodu medialnej relacji przyjmują określony charakter, zgodny ze specyfiką pracy środków masowego komunikowania, np. wizyty państwowe, partyjne zjazdy itp., 3) wydarzenia inscenizowane, przygotowane specjalnie pod kątem ich medialnej relacji, czyli nie doszłoby do nich, gdyby nie oczekiwanie na ich medialny rozgłos, np. zwoływane doraźnie konferencje prasowe partii i polityków, telewizyjne orędzia czy polityczne *happenings* itp.⁴⁶

Z przytoczonego zestawienia wynika bardzo wyraźnie, że podstawowym narzędziem instrumentalizacji mediów masowych jest w tym wypadku przygotowywanie wydarzeń inscenizowanych. Za ich pomocą można bowiem wpływać na dobór tematów obecnych w medialnych relacjach, podpowiadając lub wręcz narzucając często własny punkt widzenia. Wydarzenia te można także wykorzystywać zarówno dla podejmowania spraw istotnych społecznie, jak i dla rozpatrywania problemów partykularnych, podyktowanych walką z opozycją lub chęcią odwrócenia uwagi od ważnych, a kłopotliwych dla danej partii zagadnień (tzw. tematy zastępcze). Jednak i wydarzenia mediatyzowane stwarzają dla sfery polityki możliwości ich instrumentalizacji. Ważne wizyty państwowe mogą być bowiem planowane

na czas prezydenckiej lub parlamentarnej kampanii wyborczej, a zjazdy partyjne można podzielić na część dostępną dla mediów, zorganizowaną pod kątem medialnej relacji i wypełnioną medialną ornamentyką (gesty jedności i poparcia, skandowanie haseł itp.) oraz na część zamkniętą, w której omawia się kwestie naprawdę istotne dla danego ugrupowania.

Badania wykazały również, że o ile do lat 80. XX w. w RFN dominowały przekazy medialne dotyczące wydarzeń naturalnych i mediatyzowanych, o tyle od tego czasu wzrosła liczba przekazów mediatyzowanych i inscenizowanych⁴⁷. Oznacza to, że w dobie rosnącego znaczenia mediów elektronicznych, a zwłaszcza telewizji, sfera polityki zintensyfikowała zabiegi zmierzające do zogniskowania uwagi mediów na ważnych dla niej wydarzeniach i sprawach.

Innym, równie znaczącym aspektem polityzacji mediów jest ich uwikłanie w politykę wbrew istniejącym regulacjom prawnym. Dotyczy to przede wszystkim publicznej radiofonii i telewizji. Finansowane przeważnie z abonamentu i dotacji rządowych, kontrolowane przez gremia odpowiedzialne przed parlamentem, media te są szczególnie podatne na polityczne naciski. Powoduje to ich polityczną stronniczość idącą w parze z uprawianiem dziennikarstwa interpretacyjnego, odchodzącego od rzetelnego i obiektywnego omawiania podejmowanych spraw i problemów. Jest to zresztą pewna prawidłowość, gdyż upolitycznienie czy upartyjnienie mediów masowych łączy się z obniżeniem poziomu ich profesjonalizmu. Jest to cena, którą muszą zapłacić media ulegające świadomie bądź nieświadomie wpływom różnych podmiotów systemu politycznego.

Gdyby więc na zakończenie podjąć próbę określenia instrumentarium związanego z polityzacją mediów, to należałoby zwrócić uwagę na następujące działania:

■ kreowanie polityki symbolicznej – umożli-

⁴⁶ Zob. H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki...*, s. 143.

⁴⁷ Zob. G. Schütte, P. Ludes, *Medienvertrauen und Schlüsselbildelebnisse. Eine Analyse von Schlüsselbildern in U.S.-amerikanischen und bundesdeutschen Fernsehnachrichtensendungen*, [w:] *Medien und politischer Prozess...*, s. 220.

wiającej koncentrację uwagi mediów na wizerunku liderów politycznych, na dramatyzowaniu wydarzeń oraz na argumentacji emocjonalnej. Sprzyja to odsuwaniu na dalszy plan poważnych problemów programowych czy ideowych, a także ogranicza racjonalny dyskurs polityczny;

■ prowadzenie polityki personalnej – pozwalającej, jeśli tylko istnieją odpowiednie możliwości lub luki prawne, na obsadzanie ważnych stanowisk kierowniczych w mediach bądź ich gremiach kontrolnych swoimi zwolennikami lub sympatykami. Stanowi to gwarancję reprezentowania stanowiska zgodnego z interesem danej partii w rozpatrywaniu różnych wydarzeń i spraw;

■ ogniskowanie medialnego zainteresowania wokół spraw ważnych lub użytecznych dla celów politycznych – poprzez przygotowywanie wydarzeń inscenizowanych i mediatyzowanych przez coraz bardziej rozbudowywane polityczne instytucje PR;

■ wywieranie bezpośredniej lub pośredniej presji politycznej na media – ukierunkowane na ich polityczne podporządkowanie lub powiązanie z politycznymi celami danego ugrupowania.

Jak więc widać, polityka dysponuje rozległymi możliwościami instrumentalnego wykorzystania mediów masowych dla własnych celów. Jednak w interesie współczesnej demokracji leży zastąpienie paradygmatu instrumentalizacji paradygmatem symbiotycznej współpracy. System polityczny ponosi bowiem odpowiedzialność za rozwój państwa i społeczeństwa. Jego sprawność zależy w dużym stopniu od gotowości i umiejętności naprawy swoich błędów i mankamentów. A w wypracowaniu tej gotowości i umiejętności decydującą rolę odegrać może pluralistyczny system medialny, kontrolujący i oceniający funkcjonowanie sfery polityki.

◀||| Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji

Mediatization of politics and politicization of the media. Two dimensions of the relationship

Zbigniew Oniszczyk

SŁOWA KLUCZOWE

wzajemne relacje, system polityczny, system medialny, mediatyzacja polityki, polityzacja mediów

KEY WORDS

mutual relations, political system, media system, mediatization of politics, politicization of the media

STRESZCZENIE

Artykuł jest poświęcony wzajemnym relacjom łączącym system medialny z systemem politycznym. Rozważania koncentrują się na dwóch szczególnie ważnych wymiarach tych relacji – mediatyzacji polityki i polityzacji mediów – wywodzącym się z paradygmatu dominacji jednego systemu nad drugim. Mediatyzacja polityki polega na narzuceniu systemowi politycznemu reguł i logiki działania właściwej środkom komunikowania masowego, co ogranicza pole manewru podczas podejmowania decyzji i prowadzenia działań politycznych. Z kolei polityzacja mediów (ich upolitycznienie czy upartyjnienie) to próby ich zdominowania przez sferę polityki i instrumentalnego wykorzystania dla realizacji własnych, nierzadko *stricte* partyjnych, celów. W interesie demokracji leży oparcie relacji między sferą polityki a mediami masowymi nie na zasadzie rywalizacji, ale współdziałania, wiele bowiem wzajemnych powiązań ma charakter symbiotyczny, oparty na wspólnocie interesów.

ABSTRACT

The article examines the relations between the media system and the political system. The analysis concentrates on two exceptionally important aspects of these relations: the mediatization of politics and the politicization of mass media. Both aspects are derived from the paradigm of the dominance of one system over the other. Firstly, the mediatization of politics implies imposing rules and logic characteristic of the means of mass communication upon the political system. This narrows the room for maneuver when making decisions and conducting political activities. Secondly, the politicization of the media is an attempt, made by politics, to dominate the realm of mass media and use them instrumentally to achieve its own, often purely partisan, purposes. Hence, it is in the best interest of democracy to build relations between the sphere of politics and the mass media on the principle of cooperation, not rivalry, since various interlinkages are of a symbiotic nature, i.e. based on shared interests.

Czy politycy dotrzymują słowa? Obietnice polityków i ich realizacja jako przedmiot badań politologiczno-medioznawczych

Tomasz Gackowski

Jednym z najważniejszych i najbardziej pożądanых komponentów wizerunku polityka jest prawdomówność, konsekwencja, dotrzymywanie danego słowa. Ten aspekt warunkuje koherentność obrazu, jakim polityk chciałby zjednać sobie wyborców. Dlatego też politycy tak alergicznie reagują na wszelkie zarzuty, w których wytyka się im niekonsekwencję, podważa ich prawdomówność, wreszcie podkopuje ich wiarygodność. Z tej perspektywy wynikałoby, iż politycy powinni przywiązywać szczególną wagę do tego, co mówią i jak mówią, co obiecują i komu, i wreszcie – jak zamierzają dane zobowiązania wypełniać.

Rzeczywistość wydaje się być jednak inna. Nie trzeba być wytrawnym obserwatorem komunikacji politycznej, by zauważyć, jak wiele zbędnych, nieroztropnych czy wręcz szkodliwych dla jakości debaty publicznej słów pada ze strony klasy politycznej. I nie chodzi tu tylko o wypowiedzi kłamliwe czy też populistyczne. Mam na myśli zdania, w których politycy są gotowi powiedzieć, może nie wszystko i nie wszyscy, ale bardzo wielu z nich, w celu przypodobania się jakiejś grupie wyborców. Widać

to wyraźniej w kampanii wyborczej, która *ex definitione* opiera się na hasłach wyborczych, sloganach czy wreszcie obietnicach, stwarzających rzeczywistość postulowaną, idealną, odpowiadającą marzeniom milionów wyborców. To przecież w te bardziej lub mniej przekonujące opowieści o zmieniającej się Polsce wierzą wyborcy oddający głos na swoich polityków, na swoich reformatorów, tych, którzy słowa wcielił w życie, a więc po prostu spełnią złożone obietnice.

Ważkość kwestii składania obietnic przez polityków i ich realizacji w ramach komunikacji politycznej winna skłaniać politologów, socjologów, ale również i medioznawców do tego, by czynić jednym z głównych przedmiotów badań i analiz politologiczno-medioznawczych właśnie zobowiązania polityczne, składane przez polityków obietnice, które stanowią treść umowy społecznej z ich wyborcami, ufającymi, że to właśnie ta partia, ten polityk, po zwycięskich wyborach, dotrzyma danego słowa. Oczywiście, trzeba mieć świadomość, iż równie ważnym, jeśli nie przeważającym, czynnikiem, skłaniającym wyborców do okre-

¹ Zob. B. Michalak, *Czy grozi nam depolityzacja polityki? Przyczynek do rozważań na temat wizji postpolitycznej*, „Studia Polityczne” Nr 25 (2010), s. 129–145. Por. J. Macała, *Sukces postpolityki? Refleksje o wyborach prezydenckich w 2010 r.*, „Studia Politologiczne” Vol. 19 (2011), s. 88–110; G. Ulicka, *Marketing polityczny a treści i postrzeganie polityki*, „Studia Politologiczne” Vol. 16 (2010), s. 11–26; J. Garlicki, *Komunikowanie polityczne – od kampanii wyborczych do kampanii permanentnej*, „Studia Politologiczne” Vol. 16 (2010), s. 26–46; S. Wilkos, *Strategia komunikacji politycznej, jako odpowiednik strategii budowania marki w biznesie*, „Studia Politologiczne” Vol. 16 (2010), s. 63–75.

ślonych decyzji wyborczych jest sam wizerunek pojmowany w kategoriach marketingowych, postpolitycznych¹. Może to tutaj należeć szukać odpowiedzi na ewentualny zarzut o naiwne przypisywanie wyborcom znajomości programów wyborczych partii politycznych oraz składanych obietnic, które i tak pewnie nigdy nie zostaną spełnione. Autor niniejszego tekstu zakłada racjonalność decyzji wyborców, którzy głosują na daną partię, na danego polityka, gdyż jego diagnoza problemów, z jakimi boryka się Polska oraz proponowane remedium (składane obietnice), wydają im się najsluszniesze, najbardziej pragmatyczne, najskuteczniejsze. Gdyby tak nie było, to świadczyłoby, iż wyborcy kierują się przede wszystkim impresjami, wrażeniami na temat wizerunku danej partii, jej wybranych liderów. To zaś oznaczałoby poniekąd triumf opakowania nad zawartością, formy nad treścią, uśmiechu i uścisku dłoni nad merytoryczną, rzetelną dyskusją, wreszcie iluzji nad rzeczywistością, a marzeń nad trzeźwym osądem. Może tutaj skrywa się sedno nowoczesnej komunikacji politycznej, która zaczyna funkcjonować tak, jak seriale rozrywkowe i opery mydlane. Liczą się wizje, nadzieje, marzenia, pragnienia, właśnie wizerunek (obraz idealny, maskujący wady, eksponujący zalety), aniżeli fakty, liczby, zestawienia, zrealizowane i rozliczone programy wyborcze. W takim przypadku rzeczywistość polityczna zostałaby wyparta przez medialny świat przedstawiony polityki. Nie chodzi o to, jak w rzeczy samej jest, ale o to, jak coś/ktos jest postrzegany, to zaś w rzeczy samej nobilituje media i czyni je „władcami umysłów” – na życzenie ogarniętego obywatelską apatią społeczeństwa².

Jeśli powyższa diagnoza jest prawdziwa, to nadzieje związane z jakością debaty publicznej,

jej merytorycznością należałoby pokładać w mediach, w dziennikarzach, którzy swoimi tekstami będą przekonywać wyborców do tego, że obietnice są po to składane, aby zostały spełnione, a programy wyborcze są po to pisane, aby były realizowane, a partie z nich rozliczane. Tutaj widać medioznawczy potencjał i urok zarysowywanej przestrzeni badawczej. Rację ma przecież Bernard Marqueritte, przywołując diagnozę Jacka Fullera, który uważa, iż losy mediów są ściśle powiązane z losami świata polityki: „Tam, gdzie media są słabe, nie cieszą się zaufaniem społecznym albo po prostu nie dają ludziom uczciwych i dogłębnych informacji ułatwiających wyrobienie własnego poglądu, tam też ludzie bardzo szybko przestają się interesować życiem publicznym, przestają myśleć o dobru publicznym, przestają głosować”³.

Taka sytuacja – jak zauważa Davis Merritt – wynika bezpośrednio z jakości dziennikarstwa: „To nie przypadek, że upadek dziennikarstwa i upadek życia publicznego mają miejsce w tym samym czasie. W nowoczesnym społeczeństwie są one współzależne: życie publiczne potrzebuje informacji i wizji, których daje dziennikarstwo, a dziennikarstwo potrzebuje życia publicznego, bo bez niego staje się niepotrzebne”⁴.

W związku z powyższym niniejszy artykuł stanowi próbę zwrócenia uwagi na bardzo konkretny obszar badań politologiczno-medioznawczych – zagadnienie określania obietnic, jakie politycy składają swoim wyborcom, oraz monitorowanie, w jaki sposób je realizują poprzez różne metody z pogranicza wielu dyscyplin naukowych: politologii, medioznawstwa i socjologii – oraz propozycję kilku rozwiązań natury metodologicznej, umożliwiających realizację spójnych, a co za tym idzie – porównywalnych z przyszłymi analizami, badań.

² Stąd też trzeba przyznać rację Gurevitchowi i Blumlerowi, którzy już w latach 90. wieścili kryzys komunikacji publicznej – por. J. Blumler, M. Gurevitch, *The Crisis of Public Communication*, London 1995. Rację ma również Kepplinger, który pisze wprost o demontażu polityki, jej medialnej dewastacji – H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, Kraków 2007.

³ J. Fuller, *News Values. Ideas for information age*, Chicago 1997, [za:] B. Marqueritte, *W poszukiwaniu misji mediów*, [w:] *Media a wyzwania XXI wieku*, pod red. M. Bonikowskiej, Warszawa 2009, s. 253.

⁴ D. Merritt, *Public Journalism and Public Life*, Mahwah–New Jersey 1995, [za:] B. Marqueritte, *W poszukiwaniu misji...*, s. 253.

Kto i jak bada, czy politycy dotrzymują słowa?

Już na wstępie rozważań należy zwrócić uwagę na bardzo ważną dla analiz poświęconych badaniom stopnia realizacji obietnic złożonych przez klasą polityczną publikację pod redakcją Louisa M. Imbeau *Do They Walk like They Talk? Speech and Action and Policy Processes*⁵. Można w niej znaleźć rozliczne studia politologiczne, filozoficzne czy też językowe, które łączy poszukiwanie odpowiedzi na tytułowe pytanie: czy rzeczywiście politycy i tworzone przez nich partie naprawdę mówią to, co myślą, co zamierzają, wreszcie – co będą czynić? Wśród artykułów można znaleźć bardzo przydatny – dla niniejszych rozważań – tekst kanadyjskich badaczy François Pétry’ego oraz Benoît Collette’a⁶, którzy prześledzili anglojęzyczne i francuskojęzyczne publikacje z ostatnich czterdziestu lat w poszukiwaniu prac, w których naukowcy starali się odpowiedzieć na pytanie o to, czy politycy/partie polityczne dotrzymują złożonych obietnic wyborczych i w jakim zakresie. Analiza kanadyjskich naukowców pokazała, z jak wieloma problemami natury metodologicznej (terminologia, kryteria, jasność, powtarzalność, intersubiektywność) przyszło zmierzyć się badaczom rozliczającym klasę polityczną.

Już na początku swojego tekstu Pétry i Collette zwracają uwagę na małą liczbę studiów poświęconych rozliczaniu polityków z ich obietnic⁷. Ponadto, według ich badań i obserwacji niewiele osób (obywateli) w ogóle uważa, iż dotrzymywanie złożonych obietnic przez polityków ma znaczenie⁸. Potwierdzają tym samym przekonanie, które przyszło nam wyrazić we wstępie do niniejszego artykułu. Jednakże, wspierając się na ustaleniach Schedlera, można od polityków, obiecujących wyborcom różne rzeczy, oczekiwać stosowania przynajmniej

trzech kryteriów: 1) realizmu – obietnice wydają się możliwe do realizacji; 2) uczciwości – nie składać obietnic, których od początku nie ma się zamiaru dotrzymywać; 3) kryterium spójności – unikać składania sprzecznych, wykluczających się obietnic⁹. Te kryteria mogą stanowić dobry punkt wyjścia do projektowania badania, mającego na celu zdiagnozowanie skali oraz zakresu obietnic złożonych przez daną partię polityczną.

Kanadyjscy badacze, szukając odpowiedzi na pytanie: dlaczego politycy powinni dotrzymać złożonych wyborcom obietnic, z naiwną szczerością odpowiadają: by nie zawieść swoich wyborców, którzy mogą na nich nie oddać głosu w kolejnych wyborach¹⁰. Jednakże, uzupełniając prostoduszne stwierdzenie obu badaczy, warto zadać kolejne pytanie – skąd pewność, że wyborcy będą pamiętać o obietnicach? I tutaj wchodzimy w sferę medioznawczych zainteresowań badaczy komunikacji politycznej. To media, dziennikarze winni społeczeństwu przypominać obietnice wyborcze, pytać o nie klasę polityczną, wreszcie nieustępliwie rozliczać polityków z ich zobowiązań, które pomogły im przecież zwyciężyć w kampanii wyborczej. Powyższy postulat badawczy rodzi przemożne konsekwencje natury metodologicznej dla badaczy, którzy zechcieliby podjąć się trudu realizacji analiz natury politologiczno-medioznawczej, dedykowanych politykom, ich obietnicom i ich interakcji z dziennikarzami w mediach przed milionami widzów, słuchaczy czy wreszcie czytelników.

Zanim jednak zaproponujemy pewien schemat prowadzenia tego typu projektów badawczych, warto pochylić się na dotychczasowymi studiami, wskazać ich zalety oraz wady, by następnie móc zaproponować adekwatną metodologicznie perspektywę badawczą.

⁵ *Do They Walk like They Talk? Speech and Action and Policy Processes*, ed. L.M. Imbeau, New York 2009.

⁶ F. Pétry, B. Collette, *Measuring How Political Parties Keep Their Promises. A Positive Perspective from Political Science*, [w:] tamże, s. 65–82.

⁷ Tamże, s. 65–66.

⁸ Tamże.

⁹ A. Schedler, *The Normative Force of Electoral Promises*, „Journal of Theoretical Politics” 10 (1998), 2, s. 191–214.

¹⁰ F. Pétry, B. Collette, *Measuring How Political...*, s. 66.

Metodologia badań nad spełnianiem obietnic przez polityków

Pétry i Collette postawili w swoich studiach cztery zasadnicze pytania: 1) jak badać, w jakim zakresie obietnice wyborcze są realizowane przez klasę polityczną? 2) jak badać stopień zgodności między obietnicą a działalnością klasy politycznej? 3) Kiedy wiemy, że obietnica wyborcza została zrealizowana, a kiedy nie? 4) (w odniesieniu do pytania nr 3) w jakim więc zakresie studia nad realizacją obietnic przez polityków są wiarygodne i porównywalne?¹¹.

W poszukiwaniu odpowiedzi na powyższe pytania można wyróżnić – za kanadyjskimi badaczami¹² – trzy możliwe podejścia badawcze: 1) sondaż, czyli zewnętrzną obiektywizację; 2) CMP – Comparative Manifesto Project, czyli ekspozycję w służbie akcji; 3) *pledge method*, czyli zlicz obietnic i szukaj ich spełnienia.

Sondaż, czyli zewnętrzna obiektywizacja

Pierwsze podejście sprowadza się do próby pełnego zobiektywizowania procesu ustalania zobowiązań, jakie poczynili politycy, oraz udzielania wiążącej odpowiedzi na pytanie, czy te obietnice zostały zrealizowane. To respondenci deklarują, co stanowiło obietnicę i w jakim zakresie została ona zrealizowana w proponowanych przez ankiera dziedzinach aktywności politycznej (*policy domains*)¹³. Badacze posługujący się tą metodą szukali korelacji, w której mogliby przypisać określonym zmiennym (obietnicom, o których realizację pytano w sondażu telefonicznym obywateli/wyborców, przywołując działania polityków – inicjatywy ustawodawcze (*policy output* oraz *roll call vote*)) ustalony przez respondentów zakres ich realizacji¹⁴.

Pétry i Collette słusznie zauważają, iż niewątpliwą zaletą tej metody jest jej maksymalna

obiektywizacja, zminimalizowanie badawczej ingerencji do niezbędnego minimum. Wyrażna ekspozycja zewnętrznej wiarygodności i porównywalności, tak zmiennych zależnych, jak i niezależnych. Jednakże, używając tej metody, badacz traci bardzo wiele innych ważnych danych – tzw. *substance of the policies*¹⁵. Do badania potrzebujemy trzech elementów – informacji na temat stanowiska danej partii w różnych kwestiach (ustalamy je na podstawie treści pojawiających się podczas prawyborów – ta metoda jest najpopularniejsza wśród badaczy amerykańskich)¹⁶, po drugie – zestawienia konkretnych inicjatyw legislacyjnych danego ugrupowania, wreszcie po trzecie – badania opinii publicznej na temat stopnia i zakresu realizacji obietnic, będących pochodną zdiagnozowanego stanowiska w rozlicznych sprawach. Jednoznaczność i zewnętrzna obiektywizacja kryteriów stanowią najmocniejszą stroną tej metody.

CMP – Comparative Manifesto Project, czyli ekspozycja w służbie akcji

Druga metoda wychodzi naprzeciw brakom metodologii sondażu opisanej powyżej. Mianowicie, badacze zrzeszeni w projekcie Comparative Manifesto Project, stałej grupie badawczej przy European Consortium of Political Research (ECPR), próbują zestawić dwie zmienne: z jednej strony mierzalny stopień ekspozycji działań rządu w określonych, specyficznych sprawach, z drugiej zaś analizują czas i zaangażowanie zwycięskiej partii w przedstawianie konkretnych problemów jako najważniejszych podczas kampanii wyborczej. Innymi słowy, chodzi o to, by móc zestawić promocję wybranych przez zwycięską partię spraw podczas kampanii wyborczej z rzeczywistymi działaniami ukonstytuowanego później rządu. Celem

¹¹ Tamże, s. 68.

¹² Tamże, s. 68 i n.

¹³ Tamże, s. 68.

¹⁴ Zob. P.T. David, *Party Platforms as National Plans*, „Public Administration Review” 31 (1971), nr 3, s. 303–315; E.J. Ringquist, C. Dasse, *Lies, Damned Lies, and Campaign Promises? Environmental Legislation in the 105th Congress*, „Social Science Quarterly” 85 (2004), nr 2, s. 400–419.

¹⁵ F. Pétry, B. Collette, *Measuring How Political...*, s. 68.

¹⁶ Tamże, s. 69.

projektu badawczego CMP jest rejestrowanie oraz analizowanie treści kampanii wyborczych w demokratycznych krajach, począwszy od końca II wojny światowej. Zebrane w ten sposób dane pozwalają badaczom pozycjonować określone partie polityczne oraz monitorować ich ewolucję od wyborów do wyborów¹⁷. Programy wyborcze partii politycznych są kodowane według ustalonego klucza kategoryzacyjnego, przewidującego różne kategorie polityczne¹⁸. Każda kategoria jest następnie podliczana w celu ustalenia stopnia ekspozycji podczas kampanii wyborczej. Wyniki zestawionych kategorii stanowią podstawę do wyróżnienia określonych obietnic wyborczych danej partii politycznej, które są następnie sprawdzane (stopień ich realizacji) w drugiej części badania – analizie działań rządu w zakresie wyróżnionych zobowiązań. Drugą zmienną jest stopień ekspozycji danych kwestii w corocznym budżecie państwa – w poszczególnych sektorach, które odpowiadają wcześniejszym kategoriom badawczym. Finalny test ma na celu zestawienie wydanych publicznych pieniędzy (analiza rocznego budżetu wyrażona w procencie PKB) na cele najbardziej wyeksponowane przez zwycięską partię podczas kampanii wyborczych

(analiza zawartości programów, haseł, przemówień wyborczych członków zwycięskiej partii).

Tego typu badania były prowadzone w różnych krajach przez różnych badaczy¹⁹. Część z nich udowodniła, iż występuje istotna korelacja między tym, co politycy eksponują podczas wyborów, z tym, na co później rząd zwycięskiej partii wydaje pieniądze²⁰. Trzeba jednak podkreślić – za kanadyjskimi badaczami – iż ważnym ograniczeniem omawianej metodologii jest fakt, iż badacze nie odróżniają w odnotowywanych obietnicach polityków tych sformułowanych pozytywnie od tych wyrażonych poprzez negację lub w ogóle nie poruszonych – pozytywna/negatywna (obojętna) postawa względem określonych kwestii²¹. Praktycy z CMP stoją na stanowisku, iż relewantne w kampanii wyborczej są tylko te kwestie, w których politycy zakładają określone działania – aktywną postawę. Ponadto, metodologia CMP z założenia ignoruje bardzo wiele aspektów aktywności politycznej rządu (eksponując ponad miarę obiektywne zapisy w rocznym budżecie państwa), w których może przejawiać się realizacja obietnic zapowiedzianych podczas kampanii wyborczej przez polityków, np.

¹⁷ A. Volkens, *Manifesto Coding Instructions (Second Revised Edition)*, Berlin 2002, <http://bibliothek.wzb.eu/pdf/2002/iii02-201.pdf> [dostęp: 1.11.2011].

¹⁸ Tamże.

¹⁹ Studia komparatystyczne: H.D. Klingemann, I. Budge, R.I. Hofferbert, *Parties, Policies, and Democracy*, Boulder 1994; Niemcy: R.I. Hofferbert, H.D. Klingemann, *The Policy Impact of Party Programmes and Government Declarations in the Federal Republic of Germany*, „European Journal of Political Research” Vol. 18 (1990), s. 277–304; Kanada: F. Pétry, *The Policy Impact of Canadian Party Programs: Public Expenditure Growth and Contagion from the Left*, „Canadian Public Policy” Vol. 14 (1988), Iss. 4, s. 376–389; tenże, *The Party Agenda Model: Election Programmes and Government Spending in Canada*, „Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique” Vol. 28 (1995), nr 1, s. 51–84; Stany Zjednoczone: I. Budge, R.I. Hofferbert, *Mandates and Policy Outputs: U.S. Party Platforms and Federal Expenditures*, „American Political Science Review” Vol. 84 (1990), nr 1, s. 111–131; Francja: F. Pétry, *Fragile Mandate: Party Programmes and Public Expenditures in the French Fifth Republic*, „European Journal of Political Research” Vol. 20 (1991), s. 149–171; Wielka Brytania: R.I. Hofferbert, I. Budge, *The Party Mandate and the Westminster Model: Election Programmes and Government Spending in Britain, 1948–1985*, „British Journal of Political Science” 22 (1992), nr 2, s. 151–182.

²⁰ I. Budge, R.I. Hofferbert, *Mandates and Policy...*; R.I. Hofferbert, I. Budge, *The Party Mandate...*; H.D. Klingemann, I. Budge, R.I. Hofferbert, *Parties, Policies...* Te ustalenia zostały podważone ze względu na poważne zarzuty natury metodologicznej (błędy przy obliczeniach współczynnika regresji, pominięcie czasu jako ważnego parametru korelacji, brak testu autokorelacji, wreszcie przy uwzględnieniu brakujących czynników korelacja nie daje istotnego statystycznego wyniku, potwierdzającego zakładaną współzależność) – G. King, M. Laver, *Party Platforms, Mandates, and Government Spending*, „The American Political Science Review” Vol. 87 (1993), nr 3, s. 744–750 oraz H. Thome, *Party Mandate Theory and Time-Series Analysis: A Methodological Comment*, „Electoral Studies” Vol. 18 (1999), nr 4, s. 569–585.

²¹ F. Pétry, B. Collette, *Measuring How Political...*, s. 69.

zmiany w prawie, decyzje administracyjne czy też przemówienia, które mogą przecież odpowiadać na potrzebę publicznej debaty nad kwestiami dotąd zaniedbywanymi²².

Pledge method, czyli zlicz obietnic i szukaj ich spełnienia

Ostatnia z wyróżnionych metodologii badań nad obietnicami polityków sprowadza się do jakościowego odnotowywania i zliczania politycznych zobowiązań w trakcie kampanii wyborczej, a następnie monitorowania aktywności rządu zwycięskiej partii w zakresie realizacji tychże obietnic. Ta metoda zdaje się być najpopularniejsza spośród dotychczas omówionych²³. Ważne jest, iż pozwala ona na podawanie stopnia zrealizowanych obietnic w miarach względnych – procentach (co wydatnie ułatwia interpretację), a nie w skomplikowanych współczynnikach regresji, w których podstawiane wartości niejednokrotnie budzą wątpliwości natury metodologicznej. Trzeba jednak podkreślić, że wiarygodność danych uzyskanych na podstawie metodologii zliczania obietnic i ich monitorowania w działaniach rządu obarczona jest skazą subiektywnego kwalifikowania obietnic jako rzeczywistych zobowiązań, a następnie oceniania, czy zostały one zrealizowane. Można więc rzec, że te wyniki są tak mocne, jak kryteria pomocnicze (np. definicje regulatywne) badacza, który w toku analizy próbuje obiektywizować własne wybory i sądy.

Która metodologia jest najlepsza?

Pétry i Collette w omawianym artykule przeanalizowali 21 studiów przypadków (w 18 anglojęzycznych i francuskojęzycznych artykułach z ostatnich czterdziestu lat), których autorzy badali obietnice złożone przez przedstawicieli danej klasy politycznej i czy oraz w jakim

stopniu je zrealizowali. Przed analizą Kanadyjczycy postawili cztery pytania:

■ Czy w danym studium zawarta jest definicja operacyjna „obietnicy wyborczej”? (tak lub nie). Definicja operacyjna musi mieć jasne kryteria, które pozwalają odróżnić, czy coś jest obietnicą, czy też może nie. Ponadto, czy badacz jasno zdefiniował źródła poszukiwania kampanijnych obietnic?

■ Czy w danym studium znajduje się definicja operacyjna „działań rządowych”, a więc politycznej aktywności, zmierzającej do realizacji zaciągniętych zobowiązań wyborczych (*government actions/output*)²⁴. Ważne jest też to, czy badacz jasno wskazał źródła, z których czerpie dane na temat działań rządu?

■ Jaki jest stopień udokumentowania aktywności rządu w zakresie realizacji obietnic wyborczych? (mały/duży). Np. czy spełnienie obietnicy wiąże się tylko ze zmianą prawa, czy też może z premierowskim exposé i innymi oświadczeniami, a może z określonymi zapisami w rocznym budżecie czy też w rocznych sprawozdaniach różnych ministrów?

■ Jak dokładne, precyzyjne jest określenie przez badacza, czy dana obietnica została spełniona? Jak wiele zależy od subiektywnej opinii analityka-kodera?

Powyższe pytania stanowiły kryteria oceny wszystkich studiów poświęconych analizowaniu stopnia realizacji obietnicy przez polityków z różnych krajów. Pétry i Collette piszą w swoim artykule, że zaledwie w pięciu spośród dwudziestu jeden przebadanych analiz autorzy wyszli w swoich metodologicznych wyborach na przeciw tym kryteriom²⁵. Wszystkie te badania zostały opublikowane w ostatnich 12 latach. Jeśli zaś chodzi o pozostałe studia, to Petry i Collette zwrócili uwagę na to, iż w większości

²² Tamże, s. 70.

²³ Tamże. Zob. też: T.J. Royed, *Testing the Mandate Model in Britain and in the United States: Evidence from the Reagan and Thatcher Eras*, „British Journal of Political Science” 26 (1996), nr 1, s. 45–80; T.J. Royed, S.A. Borelli, *Political Parties and Public Policy: Social Welfare Policy from Carter to Bush*, „Polity” 29 (1997), nr 4, s. 39–563; T. J. Royed, S. A. Borelli, *Parties and Economic Policy in the USA. Pledges and Performance, 1976–1992*, „Party Politics” 5 (1999), nr 1, s. 115–127.

²⁴ F. Pétry, B. Collette, *Measuring How Political...*, s. 73.

²⁵ Tamże.

z nich brakowało definicji operacyjnych (co autor uważał za obietnicę? jak mierzył jej spełnienie?) oraz wskazania rzeczywistych źródeł odnotowywania złożonych obietnic oraz źródeł weryfikowania realizacji tych samych zobowiązań. Według kanadyjskich badaczy kryteria przyjmowane przez autorów były dowolne, by nie powiedzieć przypadkowe²⁶.

Pétry i Collette wskazali, iż najlepszą z możliwych, mimo sygnalizowanych ograniczeń związanych ze subiektywizacją większości decyzji badacza, jest trzecia metodologia – *pledge method*²⁷. Jej stosowanie gwarantuje uchwycenie „substancji” politycznych obietnic i stopnia ich realizacji. Jeśli dodamy do tego sumienną obiektywizację decyzji badacza na podstawie przyjętych wcześniej jasnych kryteriów definicji operacyjnych, to wyniki takiego projektu z pewnością zyskują na ich zewnętrznej wiarygodności i komparatystycznej weryfikowalności. Właśnie dlatego niektórzy badacze stosujący *pledge method* niuansowali fundamentalną z perspektywy badania decyzję o tym, czy dana obietnica została spełniona. Np. Gerald Pomper, autor najstarszego – według kwerendy kanadyjskich badaczy – badania poświęconego realizacji obietnic przez rządzących, stworzył typologię realizacji obietnicy rozpiętą na pięcioelementowej osi dyferencjału semantycznego zależnego od podjętych przez rządzących działań na rzecz spełnienia określonej obietnicy:

pełna akcja (uchwalenie prawa) → akcja egzekutywy → nieokreślona akcja (niejednoznaczna akcja egzekutywy lub legislatywy) → niespełnienie obietnicy (porażka – prawo nie weszło w życie) → brak akcji (utrzymanie *status quo*)²⁸.

Tekst Pétry’ego i Collette’a pokazuje, że większość europejskich i amerykańskich naukowców w pracach poświęconych rozliczaniu rządzących z obietnic wyborczych punktem

odniesienia dla tego, czy dana obietnica została zrealizowana, czy nie, uczyniła przede wszystkim liczbę i zakres podjętych przez rząd działań (*actions*) w związku z określoną obietnicą, korelację ekspozycji i zakresu złożonych podczas kampanii wyborczej obietnic z poczynionymi przez rząd nakładami finansowymi czy też informacjami (decyzjami), płynącymi z aktów prawnych zamieszczonych w tamtejszych Dziennikach Ustaw. To w zasadniczy sposób odróżnia zestawiane w publikacji kanadyjskich autorów wyniki i każe zachować dla tego typu porównań właściwy badaczowi dystans naukowy.

Z wniosków studium Pétry’ego i Collette’a wynika, iż partie polityczne spełniają średnio 67 proc. złożonych obietnic wyborczych. Najmniejszą liczbę obietnic spełniła elita polityczna w stanie Wisconsin w przebadanym okresie 1947–1971, bo zaledwie 45 proc.²⁹ Najlepszy wynik odnotowano w Wielkiej Brytanii w przebadanym okresie 1979–1988 – 85 proc. spełnionych obietnic³⁰.

Czwarta droga – *pledge method* na łamach prestiżowych dzienników

Przyjmując ustalenia kanadyjskich badaczy, należałoby jednak zastanowić się, czy istnieje możliwość zaproponowania lepszej metodologii badań procesu składania obietnic przez klasę polityczną, a następnie monitorowania tego, czy i w jaki sposób je spełniają?

Wydaje się, iż dzisiaj badacze tej problematyki – politolodzy, socjolodzy i oczywiście medjoznawcy – mogą zdać się na „czwartą władzę”, a więc na media, które patrzą na ręce rzą-

²⁶ Tamże, s. 73–77.

²⁷ Tamże, s. 77–78.

²⁸ G.M. Pomper, *Elections in America. Control and Influence in Democratic Politics*, New York 1968, *passim*.

²⁹ R.C. Elling, *State Party Platform and State Legislative Performance: A Comparative Analysis*, „American Journal of Political Science” Vol. 23 (1979), nr 2, s. 383–405.

³⁰ T.J. Royed, *Testing the Mandate...*

dzącym i stanowią istotną instancję w strukturach systemu społecznego, mogącą ich rozliczyć w imieniu i na oczach obywateli/wyborców/czytelników/widzów/słuchaczy. Z tej perspektywy to wybrane media byłyby kapitałnymi źródłami do analizowania tego, czy dana partia polityczna, dany rząd wypełnia swoje zobowiązania z kampanii wyborczej. Biorąc pod uwagę fakt, iż media odgrywają w komunikacji politycznej coraz ważniejszą rolę, autor niniejszego tekstu, bazując na metodologii *pledge method*, pokusił się o przeprowadzenie rozbudowanego projektu badawczego, mającego na celu udzielenie odpowiedzi na następujące pytania:

■ Jakie i ile obietnic złożyła w kampanii wyborczej 2007 r. Platforma Obywatelska i Polskie Stronnictwo Ludowe?

■ Jakie i ile obietnic złożyły obie partie, sprawujące od jesieni 2007 r. władzę w okresie stu dni oraz pierwszego roku od zaprzysiężenia gabinetu Donalda Tuska 16 listopada 2007 r.?

■ Z jakich i ilu obietnic koalicja rządząca została rozliczona przez najbardziej opiniotwórcze media w Polsce – „Rzeczpospolitą” i „Gazetę Wyborczą”³¹ – podczas zwyczajowo ważnego momentu w kadencji, jakim zawsze jest

„studniówka” (pierwsze sto dni rządu) oraz 1. rocznica.

Jak ustalono, co PO i PSL obiecało wyborcom?

W kampanii wyborczej 2007 r. politycy, jak zawsze, złożyli wyborcom wiele obietnic. Zwycięskie partie – Platforma Obywatelska i Polskie Stronnictwo Ludowe – publikując na swych stronach programy wyborcze, zaciągnęły liczne zobowiązania³². Uwzględniając sygnalizowane we wstępie do niniejszego artykułu wątpliwości, autor uważa, iż w systemie demokratycznym społeczeństwo może liczyć przede wszystkim na media w kwestii wyegzekwowania od polityków zobowiązań – z dziennikami prestiżowymi takimi jak „Rzeczpospolita” czy „Gazeta Wyborcza” na czele. W mniejszym stopniu na, bądź co bądź, interesowną opozycję. To na dziennikarzach ciąży obowiązek rozliczania, w imię spełnienia oczekiwań czytelników/widzów, polityków z ich kampanijnych, ale również i powyborczych obietnic.

By zbadać, w jaki sposób „Rzeczpospolita” i „Wyborcza” rozliczają polityków z ich obietnic, podjęto się ustalenia, jakie dokładnie obiet-

³¹ Gdzie indziej można znaleźć miejsce na rozliczanie władzy – punkt po punkcie, obietnica po obietnicy – jeśli nie na łamach ogólnopolskich dzienników? W telewizji i radiu nie ma na to czasu, internet rządzi się innymi prawami (zob. L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, *passim*) i do tego wielu polskich wyborców z tego medium jeszcze nie korzysta tak powszechnie i często, jak młode pokolenie (zob. np. *Polski Internet 2008/2009*, http://pliki.gemius.pl/Raporty/2009/02_2009_Polski_internet_2008_2009.pdf [dostęp: 20.02.2011]). Trudno również brać pod uwagę tygodniki, gdyż mają one mniej miejsca w jednym numerze niż dzienniki, które wychodzą sześć razy w tygodniu. Ponadto wiele z czasopism eksponuje coraz bardziej tematy life-stylowe, naukowe i kulturalne, kosztem polityki. Jeśli chodzi o tabloidy, to oczywiście jest, że nie można na nie przerzucać odpowiedzialności za tak ważną funkcję, jak rozliczanie władzy – zresztą to wymaga miejsca i głębszej refleksji, a tego w tabloidach – ze względu na ich formułę i lay-out – zwyczajnie brakuje. Nie można również liczyć na dzienniki branżowe, takie jak „Puls Biznesu”, „Parkiet” czy niegdyś „Gazeta Prawna” (dziś „Dziennik Gazeta Prawna”). Dzienniki branżowe interesują się wycinkiem rzeczywistości społeczno-politycznej – giełdą, ekonomią czy też prawem. Oczywiście, tam gdzie wyraziszty jest np. styk gospodarki z polityką, to podejmują również zagadnienia polityczne, choć jest to ujęcie szczególne i nakierowane na informację branżową, a nie społeczno-polityczną, objaśniającą czytelnikowi sytuację polityczną w kraju. Zresztą, jeśli czytelnik chce dowiedzieć się, co „piszczy” w polityce, to kupuje „Wyborczą” lub „Rzeczpospolitą”, a nie „Puls Biznesu” czy niegdyś „Gazetę Prawną”. Inne są oczekiwania czytelników wspomnianych tytułów. Tak więc do rozliczania rządzących z obietnic wyborczych pozostają tylko dzienniki ogólnopolskie, o największych nakładach i czytelnictwie – czyli „Rzeczpospolita” i „Gazeta Wyborcza”, dalej (niegdyś) „Dziennik Polska Europa Świat”, a obecnie „Dziennik Gazeta Prawna” (choć nie jest to ten sam tytuł, więcej w nim „Gazety Prawnej” niż „Dziennika”, co widać też po składzie redakcji), następnie ogólnopolsko-regionalna efemeryda „Polska. The Times” czy wreszcie „Nasz Dziennik” i już nieistniejąca „Trybuna”.

³² Zob. T. Gardziel, S. Gawroński, *Wybory 2007. Partie, programy, kampania wyborcza*, Rzeszów 2008, *passim*.

nice zostały złożone przez Platformę Obywatelską i Polskie Stronnictwo Ludowe. W tym celu poddano ilościowej oraz jakościowej analizie programy wyborcze zwycięskich partii, na podstawie których stworzono w MS Excelu 2007 obszerny arkusz porównawczy, w którym wynotowano wszystkie obietnice złożone w dokumentach wyborczych PO i PSL. Następnie zestawiono i porównano je z obietnicami złożonymi przez samego Donalda Tuska, już jako szefa rządu koalicyjnego PO–PSL, w sejmowym exposé po zaprzysiężeniu gabinetu przez prezydenta Lecha Kaczyńskiego³³. Na potrzeby niniejszego projektu ukuto badawczą nomenklaturę (definicje operacyjne), która w odczuciu autora pozwoliła uporządkować analizę obietnic wyborczych.

Ze względu na sposób zaciągania zobowiązań przez polityków u wyborców rozróżniono trzy rodzaje obietnic. Są nimi **normatywy**, a więc obietnice złożone w programach wyborczych, deklaracjach programowych oraz w exposé, **deklaratywy**, czyli zobowiązania płynące z prasowych wypowiedzi i wywiadów danych polityków, oraz wreszcie **spekulatywy** czy też **ekspektatywy**, a więc obietnice, co do których dziennikarze uznali, że politycy je złożyli lub powinni złożyć. Na podstawie powyższego rozróżnienia dokonano analizy wszystkich obietnic złożonych przez polityków PO i PSL w programach wyborczych³⁴ oraz wszystkich zobowiązań zaciągniętych na łamach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej” w listopadzie i grudniu

2007 r. w postaci deklaratywów oraz spekulatywów vel ekspektatywów.

Pod tym samym kątem – liczby złożonych obietnic – zostało zanalizowane exposé Donalda Tuska z 23 listopada 2007 r. Należy nadmienić, że za **obietnicę** uznawano **każdą możliwą do samodzielnego wyróżnienia poza zdaniem, w którym występuje, postulowaną zmianę lub zachowanie statusu quo wyrażone w sposób wolicjonalny**. Tak więc w jednym zdaniu można było znaleźć kilka obietnic, które były następnie niezależnie odnotowywane. Na przykład sześć obietnic wyróżniono we fragmencie zdania: „Realizację programu »Study in Poland« oraz zlokalizowanie Europejskiego Instytutu Technologicznego we Wrocławiu, promocję kariery i awansu naukowego młodszej kadry akademickiej przez lepszy system stypendialny oraz większą mobilność międzynarodową, wprowadzenie zasady finansowania wybranych priorytetowych przedsięwzięć badawczych”³⁵.

Często obietnice mają charakter zachodzący na siebie. Niejednokrotnie dotyczyły tej samej kwestii, choć eksponowały jej inny aspekt. I tak na przykład obietnica „taniego państwa” wiąże się z obietnicą „odbiurokratyzowania administracji”, a ta z kolei nawiązuje do obietnicy „uproszczenia systemu prawnego i poprawy jego wewnętrznej spójności i przejrzystości”. Mimo takiego charakteru każda z tych obietnic była w ujęciach sumarycznych traktowana osobno, gdyż uznano, iż próba każdorazowego ustanawiania granicy dla konkretnych obietnic i stwierdzania, że jedna zawiera się w drugiej,

³³ Zob. J.H. Kołodziej, *Komunikowanie wartości politycznych – założenie, cele i metody*, [w:] *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym. Teoria – rynek – społeczeństwo*, pod red. J. Frasa, Toruń 2007, s. 7–24.

³⁴ Analizie zostały poddane dwa programy wyborcze Platformy Obywatelskiej: *Podstawy programu politycznego Platformy Obywatelskiej RP. Polska Obywatelska. By żyło się lepiej*, Warszawa 2007 oraz *Program wyborczy Platformy Obywatelskiej. Polska zasługuje na cud gospodarczy. By żyło się lepiej. Wszystkim!*, Warszawa 2007 wraz z suplementem *Roz. XI Wolni obywatele w bezpiecznym państwie*, www.platforma.org/pl/program/ [dostęp: 24.04.2010]. Polskie Stronnictwo Ludowe w 2007 r. również ogłosiło dwa programy, które zostały poddane badaniu: *Polskie Stronnictwo Ludowe. Razem tworzymy lepszą przyszłość. Narodowe priorytety PSL na lata 2007–2011*, Warszawa 2007 oraz *Polskie Stronnictwo Ludowe. Nadzwyczajny IX Kongres PSL. Stawiamy na normalność – Polska lepszych szans. Deklaracja Polskiego Stronnictwa Ludowego*, Warszawa 15 kwietnia 2007 r., www.psl.org.pl/dokumenty/ [dostęp: 24.04.2010]. Dokumenty programowe PO liczyły łącznie 194 strony, a PSL-u zaledwie 22. Zob. J. Kuciński, *Nowe elementy wizji państwa w dokumentach programowych głównych sił politycznych*, [w:] *Wybory 2007 i media – krajobraz po „IV RP” – wybrane problemy*, pod red. D. Waniek, Warszawa 2009, s. 71–94.

³⁵ *Podstawy programu...*

byłaby daleko idącą ingerencją w intencję nadawcy. Zwłaszcza, że ten zapewne kierował się jakimiś przesłankami, formułując obietnice w taki, a nie inny sposób. Warto też dodać, że obietnice ewidentnie powtarzające się nie były liczone podwójnie, odnotowywano natomiast, że owa obietnica była w toku narracji normatywnej ponawiana, a więc jej ekspozycja jest wyższa względem pozostałych obietnic, które zostały wspomniane tylko raz.

Obietnice „okołowyborcze”

■ Normatywy

W programach wyborczych Platforma Obywatelska złożyła 363 obietnice, a Polskie Stronnictwo Ludowe niemal trzykrotnie mniej, bo 116. Natomiast sam Donald Tusk, będąc już premierem koalicyjnego rządu PO–PSL, w exposé 23 listopada 2007 r. zapowiedział realizację 136 obietnic. Należy odnotować, że w trakcie kodowania obietnic okazało się, że aż 51 razy partie koalicyjne obiecywały to samo. W samym exposé premiera znalazły się 62 obietnice rodem z programów PO oraz 32 obietnice, które można odnaleźć również w programach Polskiego Stronnictwa Ludowego.

■ Deklaratywy

Jeżeli chodzi o deklaratywy to w listopadzie i grudniu 2007 r. członkowie rządu PO–PSL złożyli, w wywiadach z dziennikarzami „Rzeczpospolitej”, łącznie 86 obietnic, z czego aż 47 nowych, niepojawiających się wprost lub w danym aspekcie ani w programach wyborczych obu partii, ani w exposé premiera Tuska. W 36 przypadkach obietnice złożone przez członków rządu potwierdzały deklaracje złożone już we wcześniej zanalizowanych normatywach. Jeśli chodzi o „Gazetę Wyborczą”, to na

jej łamach ministrowie złożyli łącznie aż 122 obietnic, z czego dokładnie połowa znalazła się wcześniej w exposé premiera lub dokumentach programowych partii.

Z powyższych szacunków wynika, że rządzący do złożonych za pośrednictwem normatywów (programów wyborczych oraz exposé) 440 oryginalnych obietnic dołożyli kolejne 88 (47 na łamach „Rzeczpospolitej” i 61 na stronach „Wyborczej, z tym że 20 obietnic wystąpiło jednocześnie w obu tytułach). Tak więc wyborca, który mógł przypuszczać po lekturze programów wyborczych PO i PSL, że więcej raczej już nie można obiecać, gdyż tak wiele kwestii partie polityczne zdążyły poruszyć na kartach swoich dokumentów programowych, odkrywa, iż zwyczajna rozmowa dociekliwego dziennikarza z ministrem może przynieść tuzin nowych zobowiązań.

■ Spekulatywy vel ekspektatywy

Przechodząc do spekulatywów trzeba odnotować, iż podczas kodowania obietnic, o których pisali dziennikarze analizowanych tytułów, niezależnie od cytowanych polityków, naliczono w listopadzie i grudniu 2007 r. w „Rzeczpospolitej” łącznie 88 obietnic, natomiast w „Wyborczej” 87 obietnic. W „Rz” 73 z 88 obietnic stanowiły zobowiązania, które rządzący złożyli w analizowanych wcześniej normatywach i deklaratywach. Wśród spekulatywów vel ekspektatywów w „Rzeczpospolitej” znalazło się 15 nowych obietnic. W przypadku „Gazety” zakodowano zaledwie pięć nowych obietnic w dziennikarskiej, niezależnej od polityków (cytaty lub wywiady), narracji.

Obietnice „studniówkowe”

W „studniówkowym” korpusie tekstów³⁶, na

³⁶ Korpus tekstów „studniówkowych” przypadał na okres lutego i marca 2008 r. Otóż, 24 lutego 2008 r. premier Donald Tusk wygłosił w sejmie exposé, w którym podsumował 100 dni rządów swojego gabinetu i zaprezentował plan na kolejne lata. W związku z tym, aby zbadać dyskurs polityczny tego okresu rządów Donalda Tuska na łamach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej”, który stanowi dla władzy i mediów szczególnie czas perspektywicznej oceny wydarzeń ostatnich miesięcy (odejścia od spraw bieżących na rzecz tekstów podsumowujących), zdecydowano się zakwalifikować do pierwszego korpusu tekstów wszystkie te artykuły, które zawierały następujące sformułowania: „100 dni”, „studniówka”, „sto dni”, „stu dni”, „stu dniach”, „trzy miesiące”, „trzech miesięcy”. I w ten sposób najwcześniejszym tekstem, w którym padło choć jedno z powyższych wyrażení, był w „Rzeczpospolitej” artykuł publicystyczny Piotra Semki *Tusk musi wyjaśnić decyzję Pawlaka* z 2 lutego 2008 r. Podobnie w „Gazecie Wyborczej” pierwszy tekst dotyczący stu dni rządów Donalda Tuska został opublikowany 2 lutego 2008 r. pt. *Reformy? Dziękujemy*. Był to wywiad Witolda Gadomskiego z dr. Tadeuszem Syryjczykiem na temat dokonania rzą-

łamach „Rzeczpospolitej” zakodowano 75 obietnic ogółem, z czego 13 było nowych (17 proc.), wcześniej niezarejestrowanych, a więc tzw. obietnic „studniówkowych”. Z kolei ze stronic „Wyborczej” zakwalifikowano 72 obietnice, z czego aż 21 było nowych (29 proc.) – pojawiły się one po raz pierwszy od zwycięskich wyborów 2007 r. i nie znalazły się w normatywach – programach wyborczych PO i PSL. Warto nadmienić, że oba dzienniki zauważyły niemal taką samą liczbę obietnic, ale były to obietnice różne. Nie za wiele z nich znalazło się zarazem na łamach i „Rzeczpospolitej”, i „Wyborczej”. Ponadto nie każdy minister został zauważony ze swoimi obietnicami przez „Rz” czy też „GW”. To pokazuje, z jak dwoistym obrazem medialnej rzeczywistości obietnic miał do czynienia czytelnik, który czytał równoległe i „Wyborczą”, i „Rzeczpospolitą” w lutym i w marcu 2008 r. (choć, sądząc z danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, zapewne takich osób nie było za wiele). Do tego trzeba dodać, że czytelnik „Wyborczej” dowiedział się więcej o obietnicach np. ministrów Sawickiego czy też Kopacz, ale nie dowiedział się o zobowiązaniach, jakie miał złożyć w mediach Drzewiecki, albo jak wiele rzeczy zade-

klarował sam premier, o czym z kolei dowiedział się czytelnik „Rzeczpospolitej”.

Obietnice rocznicowe

Jeżeli zaś chodzi o zobowiązania poczynione przez polityków w 1. rocznicę rządów Donalda Tuska według badanych dzienników, to w przypadku „Wyborczej” było ich znacznie mniej niż w narracji „studniówkowej”, a w przypadku „Rzeczpospolitej” było ich o ponad 1/3(!) więcej niż po trzech miesiącach rządów koalicji PO–PSL³⁷. Duża liczba obietnic, także zupełnie nowych, w rocznicę na łamach „Rz” wzięła się stąd, iż dziennik zdecydował się poprosić o wywiady niemal wszystkich ministrów rządu PO–PSL, dlatego też przewaga w zobowiązaniach – względem „Wyborczej” – po roku rządów Tuska. W „Rzeczpospolitej” odnotowano aż 106 obietnic, z czego ponad połowa (52 proc.) stanowiły nowo złożone(!). Można więc powiedzieć, że zapraszanie na łamy polityków w celu podsumowania roku rządów wiąże się z ogromnym zagrożeniem, iż ci złożą nowe obietnice, zamiast rozliczać się z już złożonych, zwłaszcza jeśli pozostawi się im dużo swobody wypowiedzi, tak jak w przypadku „Rzeczpospolitej”. Oczy-

du. Teksty zamykające pierwszy korpus badawczy zostały opublikowane w „Rzeczpospolitej” 15 marca 2008 r. pt. *Michał Boni, mózg rządu Platformy* Doroty Kołakowskiej, a w „Gazecie Wyborczej” 12 marca 2008 r. pt. *A Platformie rośnie i rośnie autorstwa* Bogdana Wróblewskiego, kryjącego się pod skrótem WBS. Zasięg chronologiczny pierwszego korpusu badawczego wyniósł sześć tygodni: trzy tygodnie przed „studniówkowym” exposé Tuska i trzy tygodnie po nim. Na łamach „Rzeczpospolitej” opublikowano w tym czasie 98 artykułów spełniających wspomniane kryterium, natomiast w „Gazecie Wyborczej” 95 tekstów, które zaliczono do korpusu pierwszej próby badawczej.

³⁷ Korpus tekstów „rocznicowych” zawierał artykuły opublikowane na łamach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej” w listopadzie i grudniu 2008 r. Wiązało się to z faktem, iż 20 listopada 2008 r. Donald Tusk wygłosił kolejne, już trzecie, exposé, w którym podsumował tym razem rok pracy swojego gabinetu i zaprezentował plany na przyszłość. By zbadać dyskurs polityczny wokół 1. rocznicy rządów Donalda Tuska na łamach dzienników prestiżowych, zdecydowano się zakwalifikować wszystkie teksty, w których padło chociaż raz jedno z następujących sformułowań: „rok rządu”, „rok rządów”, „roku rządów”, „roku rządu”, „pierwszy rok rządów”, „pierwszy rok rządu”, „po roku rządów”, „po dwunastu miesiącach”, „po 12 miesiącach”, „od dwunastu miesięcy”, „od 12 miesięcy”. Pierwszy tekst zakwalifikowany do próby badawczej w „Rzeczpospolitej” pojawił się 3 listopada 2008 r. Był to wywiad Karoliny Bacy i Jakuba Kurasza z Waldemarem Pawlakiem, wicepremierem, ministrem gospodarki w rządzie PO–PSL, pt. *To dobry czas na zakupy akcji*. Z kolei w „Gazecie Wyborczej” tekst zawierający wymienione wyrażenia opublikowano 6 listopada 2008 r. pt. *PO podsumuje rok rządu*, autorstwa Bogdana Wróblewskiego (WBS). Koniec próby dla „Rzeczpospolitej” przypadł na dzień 12 grudnia 2008 r., w którym Dorota Kołakowska opublikowała ostatni tekst, spełniający kryterium badawcze, pt. *Rekonstrukcja na zapleczu*. W „Wyborczej” tym dniem był 4 grudnia 2008 r., w którym znalazły się dwa teksty Marcina Markowskiego (*Orliki przylecą na mikołajki i Pierwszy w Warszawie*). Podobnie jak w przypadku pierwszej próby i tym razem korpus badawczy objął sześć tygodni. Znow, trzy tygodnie przed rocznicowym exposé Tuska i trzy tygodnie po nim. W drugiej próbie badawczej znalazło się 67 tekstów z „Rzeczpospolitej” oraz 48 artykułów z „Gazety Wyborczej”.

wiście, wcale tak nie musiało być, gdyby wywiady zostały przeprowadzone w inny sposób – bardziej rozliczający i drażący kwestie obietnic wyborczych. Jednak wizja cyklu rządowych wywiadów szefostwa „Rzeczpospolitej” była taka, aby pierwsze trzy pytania dotyczyły samooceny tego, co w mniemaniu każdego z ministrów się udało, a co nie, oraz jakie ma on priorytety na najbliższy czas. Tę swobodę politycy koalicji rządzącej kapitalnie przekuli w autopromocję – eksponowali sukcesy, kamuflowali porażki, odsuwali w czasie niezrealizowane obietnice i składali nowe – która pozwoliła na skierowanie rozmowy, a przez to zainteresowania czytających ów wywiad, na wygodne dla rządzących tory. To dało szansę politykom skupiać uwagę dziennikarzy, i w konsekwencji czytelników, na prowadzonej opowieści nie o świecie realnym, lecz postulowanym, jakim ma się dopiero stać. To sprytny zabieg ze strony polityków koalicji rządzącej, świetnie przygotowanych do kontaktów z mediami.

Rozliczenia

Na „studniówkę” oba tytuły rozliczyły rządzących w niemal takim samym stopniu: w „Rzeczpospolitej” zakodowano 75 oryginalnych rozliczeń, w „Wyborczej” o trzy mniej – 72. Na 1. rocznicę w „Rzeczpospolitej” odnotowano 103 rozliczenia, w „Wyborczej” – 86.

Przegląd obu list rozliczeń pokazuje, iż w dyskursie „studniówkowym” „Rzeczpospolita” za co innego niż „Wyborcza” rozliczała rząd. W pierwszym z dzienników pytano o zmiany w mediach publicznych. Według autorów „Rzeczpospolitej” obietnica ich przeprowadzenia przemieniła się w pracę nad ustawą medialną, pozwalającą Platformie Obywatelskiej kontrolować media publiczne i rozdawać koncesje dla nadawców prywatnych. W „Wyborczej” zaś pytano, co z odpolitycznieniem mediów, a więc zmianą obecnej sytuacji. „Rz”

pytała, co z dowodami win i zbrodni, którymi obarczono rządzący Prawa i Sprawiedliwości. W „Wyborczej” zaś akurat tego typu rozliczenie również się pojawiło, ale z zupełnie inną intencją. O ile w „Rz” uważano, że rewanżyzm i rozliczanie rządu PiS przez koalicję PO–PSL jest błędem, tak jak wyborcze straszenie Polaków „kaczymem” i rzekomo pewnymi nadużyciami władzy³⁸, tak w „GW” rozliczano rząd Tuska właśnie z niskiej skuteczności czyszczenia państwa ze stronników Jarosława Kaczyńskiego oraz nieujawniania twardych dowodów nadużyć jego rządu, które na pewno są (!)³⁹.

Warto zaznaczyć, że wśród rozliczeń rządu Donalda Tuska, jakie dokonywały się na łamach dzienników, nierzadko odnotowywano, że nie były one tak na prawdę rozliczeniami *par excellence* (nie dotyczyły bezpośrednio obietnic złożonych *explicite* w normatywach, spekulatywach czy deklaratywach), ale miały charakter medialnego postulatu: co rząd według danego tytułu powinien zrobić, a nie robi lub nie zrobić – w „Rzeczpospolitej” na 100 dni była to np. kwestia odebrania przywilejów emerytalnych byłym oficerom SB, statusu Chorzowa i Krakowa w staraniach o Euro 2012 czy sprawa kupców ze Stadionu Dziesięciolecia.

Okazuje się więc, że media w swojej rozliczającej rząd refleksji skorzystały z okazji, aby wyartykułować konkretne żądania pod adresem władzy, a więc postawić przed rządem PO–PSL sprawy, które – zdaniem dzienników – nie cierpią zwłoki, a są lekceważone przez rządzących. To pokazuje pewną pokrzepiającą obserwację, że media nie tylko bazują na obietnicach, które składają politycy (główni narratorzy spraw politycznych), ale również oczekują od nich zajmowania się sprawami przez nich pomijanymi. Dzienniki patrzą na ręce rządzącym, rozliczają ich, ale również stawiają przed problemami, na które politycy wolą zamykać oczy – zwyczajnie wydają politykom polecenia.

³⁸ Wyjątkiem były teksty Waldemara Kuczyńskiego oraz Jacka Kucharczyka: W. Kuczyński, *PiS-owski wilk nadal niebezpieczny*, „Rzeczpospolita” 20.02.200; J. Kucharczyk, not. K. Baranowska, *Rząd PO nie zawiódł*, „Rzeczpospolita” 19.02.2008.

³⁹ Np. M. Czech, *PO i PiS, czyli pies jeża nie tknie*, „Gazeta Wyborcza” 12.02.2008; A. Kublik, M. Olejnik, *Tusk: trzeba zmienić konstytucję*, wywiad z Donaldem Tuskiem, „Gazeta Wyborcza” 20.02.2008; W. Gadomski, *Rząd nudny i zaskakujący*, „Gazeta Wyborcza” 10.11.2008.

Zrealizowane obietnice

W „studniówkowej” narracji „Rzeczpospolitej” zakodowano spełnienie przez rządzących 43 obietnic (tylko jedna, a raczej zespół kilku rozwiązań przyspieszających prywatyzację, została przypisana bezpośrednio politykowi PO)⁴⁰, z czego na realizację dwóch zwracali uwagę eksperci⁴¹. Z kolei na łamach przychylniejszej władzy „Wyborczej” takich obietnic odnotowano aż 70, z czego 31 proc. pochodziło z cytatów z wypowiedzi polityków PO lub z wywiadów z nimi przeprowadzonymi.

Narracja badanych tytułów wyraźnie różniła się w kwestii odnotowywania zrealizowa-

nych obietnic. „Wyborcza” same projekty, które trafiły do Sejmu, spotkania w celu ustalenia czegoś lub też nawet uszczegółowione plany poczytywała rządzącym za sukces i zrealizowanie obietnicy⁴², w przeciwieństwie do bardziej krytycznej względem koalicji PO–PSL „Rzeczpospolitej”. Ta odnotowywała zazwyczaj realizację zobowiązania dopiero wtedy, gdy zostało ono już przeprowadzone przez ścieżkę legislacyjną, a dane spotkanie na szczeblu międzynarodowym wydało jakieś owoce⁴³. W tym względzie widać, z jednej strony, przychylność „GW” i, z drugiej, dystans w chwalebniu rządu „przed zachodem słońca” przez „Rz”.

⁴⁰ B. Chomątowska, P. Jabłoński, *Koniec drenażu państwowych firm*, wywiad z Aleksandrem Gradem, „Rzeczpospolita” 28.02.2008. Kwestie poruszone w wywiadzie: Projekt ustawy o zmianach w ustawie o komercjalizacji i prywatyzacji – aukcje prywatyzacyjne, ograniczenie zakresu analiz, szersze wykorzystywanie instrumentów rynku regulowanego w prywatyzacji, zniesienie obowiązku występowania do Rady Ministrów o zgodę na sprzedaż akcji lub udziałów w trybie innym niż publiczny w ściśle określonych warunkach, ułatwienia przekazywania akcji samorządom, karta prywatyzacyjna, transparentność, przekazanie większości decyzji dotyczących prywatyzacji ministrowi skarbu.

⁴¹ Jarosław Flis, politolog z Uniwersytetu Jagiellońskiego, mówił o wyłapaniu stosu bubli prawnych przez posła PO Janusza Palikota, a Jacek Kucharczyk, socjolog z Instytut Spraw Publicznych, o sprawnym wygaszeniu strajków i poprawie stosunków międzynarodowych oraz skutecznej pracy komisji „Przyjazne państwo” Janusza Palikota.

⁴² Jako przykłady można wskazać: projekt złożony w sejmie dotyczący możliwości zawieszenia działalności gospodarczej – nowelizacja ustawy o swobodzie działalności gospodarczej („reformatorska pasja Szejnfelda”), gotowy projekt w sejmie nowelizacji ustawy o rachunkowości gospodarczej – uproszczona rachunkowość – powiększony limit z 0,8 mln do 1,2 mln euro, projekt zmian w k.p.c. i uproszczenie postępowania w sprawach gospodarczych, uwolnienie prokuratury spod Ministerstwa Sprawiedliwości – projekt prawie gotowy, skuteczne posprzątanie po PiS-ie w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego (w szczególności w kwestii wydatkowania środków unijnych), przyjęcie przez rząd nowelizacji ustawy o swobodzie gospodarczej, ograniczenie etatów wiceministrów w Ministerstwie Rolnictwa, wystąpienie do Brukseli o zgodę na jednorazowy, interwencyjny skup świń i dopłaty do eksportu wieprzowiny – rozładowanie świńskiej górkę, zmniejszenie (do 90) liczby ustaw wymagających dostosowania prawa polskiego do unijnych dyrektyw, przywrócenie spokoju i zaufania po rządach PiS-u, przygotowanie przez MSWiA projektu ustawy o reformie administracyjnej i samorządowej, a w połowie stycznia przyjęcie przez rząd założeń, zakończenie negocjacji Komisji Europejskiej w sprawie programu operacyjnego „Infrastruktura i środowisko”, odblokowanie wejścia Rosji do OECD – gest dobrej woli, rozmowy w Moskwie o żegludze na Zalewie Wiślanym i rurociągu do polskiej rafinerii na Litwie w Możejkach, zakomunikowanie Stanom Zjednoczonym, że ewentualna umowa o tarczy antyrakietowej będzie dotyczyła również pakietu unowocześniającego polską armię, reforma prokuratury – rozdzielenie plac prokuratury i sędziów – reforma „prawie gotowa”, reforma sądów 24-godzinnych – projekt – dobrowolne poddanie się karze bez rozprawy sądowej, sądy elektroniczne – gotowy projekt, propozycja uregulowania aplikacji prawniczych i modelu kariery sędziowskiej, podpisanie umowy z Eureko zawarciu ugody do czerwca 2008 r., usprawnienie działania i zmiana kadr w ARiMR, rozszerzenie granic specjalnych stref ekonomicznych, zmiany w k.p.c. przyspieszające i upraszczające postępowanie w sprawach gospodarczych (bez odnotowania, iż nad tymi zmianami pracowano już za czasów PiS), nadzorowanie w sposób delikatny śledztwa dotyczącego nadużyć poprzedniego rządu przez min. Cwiąkalskiego.

⁴³ A nawet jeśli „Rz” dostrzegała sukcesy, to pisała nierzadko w następujący sposób (piórem członka kierownictwa redakcji – zastępcy red. naczelnego): „Premier Tusk nie pomylił się w wygłoszonym w czwartek w Sejmie przemówieniu. Rzeczywiście, jego rząd odniósł w pierwszym roku działania trochę sukcesów. Traf jednak chciał, że odniósł nie te, które zapowiadał, iż odniesie. [...] Po pierwsze rząd Donalda Tuska notuje sukcesy w kilku sprawach zainicjowanych przez gabinety Kazimierza Marcinkiewicza i Jarosława Kaczyńskiego. [...] Po drugie ekipa premiera Tuska odnosi sukcesy w sprawach, w których w zasadzie nie mogła dłużej zwlekać z podejmowaniem decyzji, ale oczywiście mogła podjąć decyzje niewłaściwe, czyli niewymagające oparcia się silnym grupom interesów, a tak nie uczyniła”. – P. Gabryel, *Wszystkie cuda Donalda Tuska*, „Rzeczpospolita” 21.11.2008.

Zapewne owa różnica wynika też z faktu, iż „Wyborcza” oddawała w znacznej mierze głos rządzącym, relacjonując nierzadko bardzo literalnie konferencje ministrów, podsumowujących sto dni swoich resortów. To z pewnością wpłynęło na fakt, że aż w 22 (31 proc.) przypadkach o realizacji obietnic czytelnik „Wyborczej” dowiedział się z cytatów z wypowiedzi ministrów lub z wywiadach, jakie politycy koalicji rządzącej udzielili „Gazecie”.

Warto zauważyć, że tak jak w przypadku stu dni koalicji PO–PSL, tak i na 1. rocznicę niejednokrotnie zauważano realizację jakiegoś zobowiązania, by dwa dni później inny publicysta, na tych samych łamach, rozliczał rządzących z niezrealizowania... tej samej obietnicy. To podważa poniekąd wiarygodność rozliczania rządzących przez najbardziej prestiżowe, opiniotwórcze dzienniki.

Na 1. rocznicę w „Rzeczpospolitej” dostrzeżono realizację aż 111 obietnic, z czego jednak autorami chwaleń rząd spostrzeżeń konsekwentnego spełniania obietnic byli w 56 proc. sami zainteresowani – a więc premier oraz ministrowie, którzy udzielili „Rzeczpospolitej” aż 14 wywiadów. Ponadto dziennik cytował również rocznicowe exposé premiera, w którym wyczał on dokonania rządu, a także sami ministrowie na konferencjach prasowych prezentowali swoje osiągnięcia (cytaty) – to także miało wpływ na łączną liczbę „medialnie zrealizowanych” obietnic. W 48 (43 proc.) przypadkach to redaktorzy „Rz”, publicyści oraz eksperci dostrzegli skuteczność rządu. Wynika z tego, iż rządzącym udało się w znacznym stopniu na 1. rocznicę zawłaszczyć dyskurs „Rzeczpospolitej” dzięki wywiadom oraz licznym wypowiedziom mini-

strów, którzy kierowali się zasadą: nie chwałą cię lub nie wiesz, czy zechcą pochwalić, to pochwal się sam.

Z kolei „Wyborcza”, zamieszczając na swoich łamach o 19 tekstów rocznicowych mniej niż „Rz” (67 artykułów), napisała o realizacji 65 obietnic, z czego – w przeciwieństwie do konkurencyjnej „Rzeczpospolitej”, która szeroko otworzyła łamy rządzącym politykom – tylko w 12 przypadkach sami ministrowie i premier chwalili się osiągnięciami. W 82 proc. to redaktorzy „GW”, jej publicyści oraz eksperci dostrzegali skuteczność rządu i chwalili PO–PSL za konsekwentną realizację złożonych zobowiązań. „Wyborcza” przeprowadziła na 1. rocznicę tylko dwa wywiady – z premierem Donaldem Tuskiem⁴⁴ oraz Adamem Szejnfeltem⁴⁵, wiceministrem. To pokazuje, iż gdyby „Rzeczpospolita” nie zdecydowała się na cykl wywiadów z członkami rządu, to na jej łamach znalazłoby się może nawet o połowę mniej stwierdzeń pokazujących, jak rząd realizuje obietnice (albo jeszcze mniej, gdyż wywiady były przecież w narracji „Rz” ważnym elementem, którego publicyści i dziennikarze tego tytułu nie mogli zlekceważyć).

Z kolei „Wyborcza” nie udostępniała łamów rządzącym, ale i tak pochwaliła i wylczyła większą liczbę zrealizowanych obietnic niż „Rzeczpospolita” (choć były to inne zobowiązania). Dziennikarze i eksperci wymienili na stronach „GW” 53 zrealizowane przez rząd obietnice (abstrahując od cytatów i wywiadów, w których sami zainteresowani politycy się chwalili). To pokazuje skalę przychylności „Wyborczej” oraz sceptycyzmu i krytycyzmu „Rzeczpospolitej” względem rządu Donalda Tuska⁴⁶.

⁴⁴ A. Kublik, M. Olejnik, *Po wyborach odblokujemy Polskę*, „Gazeta Wyborcza” 08.11.2008.

⁴⁵ S. Śmigiel, *Robimy rewolucję dla firm*, wywiad z Adamem Szejnfeltem, „Gazeta Wyborcza – Mój Biznes” 25.11.2008.

⁴⁶ Dodać należy, że zdarzały się przypadki, że premier czy minister sam pochwalił się jakąś zrealizowaną obietnicą oraz dany fakt zauważył również dziennikarz lub ekspert. W przypadku, gdy odnotowano, że o danym zrealizowanym zobowiązaniu powiedział raz polityk oraz raz dziennikarz/expert, to zaliczano to na poczet rządowego chwalenia się zrealizowaną obietnicą, a gdy więcej niż raz napisali o danym sukcesie rządu redaktorzy i/lub eksperci, to zaliczano to do grupy zrealizowanych zobowiązań zauważonych przez niepolityków, a więc niezależne media/expertów. Gdy zrealizowane zobowiązanie zauważył dziennikarz/expert, a nie powiedział o nim minister w wywiadzie lub nie został zacytowany na łamach dzienników, gdy o tym mówił, to oczywiście ową realizację obietnicy liczy się na poczet zobowiązań zauważonych i odnotowanych przez niepolityków – dzienniki/expertów.

Podsumowanie

W wyniku badania ustalono, że rząd Donalda Tuska w przyjętych źródłach i okresach złożył 647 obietnic. Jeśli w prosty sposób zsumować łącznie rozliczenia (336) i zrealizowane obietnice (246) „Rz” i „GW” po stu dniach i roku rządów, i podzielić sumę na pół, gdyż około 50 proc. rozliczeń w różnym zakresie pokrywało się z sobą oraz nie każde rozliczenie było rozliczeniem *par excellence*, a część zrealizowanych obietnic znalazła się w obu dziennikach, z kolei część zrealizowanych zobowiązań okazywała się *de facto* quasi-obietnicami (sprawy wynikające z praktyki rządzenia i reagowania na sprawy, które wpływały na bieżąco, a które w obietnicach nie zostały wyartykułowane *explicite*, np. odwilż w stosunkach z Chinami), to okaże się, iż dzienniki rozliczyły rząd w 291 sprawach.

łami dziennikarskimi, przy takim jednakże wytłumaczeniu zakładamy pośrednio, że media hierarchizują obietnice, wybierają te najważniejsze (w imię zasad *gatekeepingu*)⁴⁷, oczywiście przekonane, że czynią to w imieniu społeczeństwa. Kolejne pytanie, jakie należałoby postawić, dotyczy liczby składanych obietnic – dlaczego politycy obiecują tak wiele, skoro media i tak rozliczą ich z kilkudziesięciu wedle nich najważniejszych? Może odpowiedzią jest teoria wszechogarniającego marketingu (ang. *Comprehensive Political Marketing – CPM*)⁴⁸, która nakazuje nigdy nie pozostawiać wrażenia pustki, aktywnie kreować rzeczywistość, choćby pozostała one tylko w sferze życzeń, postulatów, oczekiwań czytelników i dziennikarzy.

Każda z przedstawionych powyżej metod badania charakteru, stopnia i zakresu realizacji obietnic przez elity polityczne opiera się na

Tabela 1. Obietnice, ich rozliczenia i realizacje – rządy koalicji PO–PSL (2007–2008) na łamach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej”

	Obietnice	Rozliczenia	Zrealizowane obietnice
Jesień 2007 (N,D,SvE)*	548	-	-
„Studniówka”	34	147	99
I. rocznica	65	189	147
Ogółem	647	336	246

* Suma normatywów, deklaratywów, sekulatywów vel ekspektatywów.

Źródło: Opracowanie własne.

Przy takich wynikach badania rodzą się kolejne pytania: dlaczego media rozliczyły rząd tylko z 45 proc. spraw, którymi ten deklarował się zająć? Czy to dużo, czy też mało? Media, rzecz jasna, nie mogą pisać o wszystkim, gdyż ogranicza je miejsce i czas pracy nad materia-

zgoła różnych założeniach. W przypadku metody sondażowej badacz zakłada, iż to respondenci-obywatele mają kompetencje do tego, aby racjonalnie rozróżnić obietnice elity politycznej, a następnie ocenić fakt ich realizacji. Badacze z Comparative Manifesto Project za-

⁴⁷ B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2007, s. 33–35; W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 277, 281; D.M. White, *The „gate keeper”: a Case Study in the Selection of News*, „Journalism Quarterly” 3 (1950), s. 383–390; J. Galtung, M.H. Ruga, *The Structure of Foreign News*, „Journal of Peace Research” 1 (1965), s. 64–91; *Individual and routine forces in gatekeeping*, aut. P.J. Shoemaker i in., „Journalism and Mass Media Communication Quarterly” 78 (2001), nr 2, s. 75–89; P.J. Shoemaker, *Gatekeeping*, Newbury Park 1991, *passim*.

⁴⁸ J.H. Kolodziej, *Nowy paradygmat legitymizacji władzy? Wybrane konsekwencje marketingu i mediatyzacji polityki*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2006, nr 1/2, s. 27–29; M. Jaśniok, *Strategie marketingowe na rynku politycznym*, Kraków 2007, s. 29. Por. W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2006, *passim*.

kładają zaś, że programy wyborcze poszczególnych partii politycznych rzeczywiście rzutują na to, co rządząca partia będzie chciała dokonać w trakcie kadencji. Wreszcie zwolennicy *pledge method* są przekonani, iż obietnice, które polityk złożył w trakcie kampanii wyborczej, wyznaczają kierunek jego przyszłych działań. W nich z kolei należy szukać odpowiedzi na pytanie o realizację obietnicy – w zaangażowaniu polityka w daną kwestię, poświęcanym jej czasie i uwadze. Wszystkie te metody mają zalety, ale także poważne ograniczenia. Podobnie jak zaproponowana w niniejszym artykule metoda hybrydowa – łącząca założenia *pledge method* (identyfikacji politycznej substancji obietnic wyborczych oraz racjonalizacji działań elity politycznej w ramach ekspozycji określonych spraw – najlepsze z zaprezentowanych tutaj trzech podejść) z przekonaniem, iż media opiniotwórcze, pełniące ważną rolę w procesie komunikacji politycznej, mogą stanowić dla badacza – w swojej zawartości – ważny punkt odniesienia do analizowania obietnic politycznych, a także stopnia ich realizacji przez elity rządzące. Media jako radar uściślający i weryfikujący rzeczywiste obietnice polityków, jako detektor odnotowujący – w imieniu wyborców-obywateli – zrealizowane zobowiązania, jako sędzia rozliczający rządzących ze słów niedotrzymanych, wreszcie jako inspirator, który – przedstawiając siebie jako depozytariusza woli opinii publicznej – ma możliwość podsuwania politykom różnych rozwiązań czy też nawet wymagania od nich określonych zachowań i posunięć. Powyższe założenia z perspektywy teoretycznej można wstępnie uznać za słuszne, wsparcie ich bowiem praktyką badawczą pokazuje, iż operacjonalizacja tejże metody hybrydowej jest stosunkowo prosta, dzięki czemu niemal każdy badacz może jej dokonać. Wyniki zaś tych badań stawiają przed medioznawcami, politologami oraz socjologami wiele ważnych pytań –

o efektywność komunikacji politycznej, o substancję polityczną obietnic wyborczych, o merytoryczność debaty publicznej skrytej za retorycznymi popisami jej uczestników, wreszcie o społeczny, demokratyczny, ale również zmediatyzowany (zapośredniczony przez media) charakter relacji zachodzących na linii władza – społeczeństwo, politycy – obywatele.

Powyższe pytania i zasygnalizowane odpowiedzi z pewnością nie stanowią kompletnej interpretacji przedstawionych danych, wyników badania. W celu lepszego zrozumienia odkrytych prawidłowości należałoby poświęcić im kolejny artykuł, gdyż na pełną analizę nie ma tu miejsca. Niniejszy natomiast należy traktować jako przyczynek do szerszej dyskusji na temat metodologii oraz przydatności badań politologiczno-medioznawczych poświęconych analizowaniu obietnic składanych przez klasę polityczną oraz stopnia i charakteru ich realizacji. Tego typu projekty badawcze integrują przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych (politologów, socjologów czy medioznawców) wokół tematu, który podejmuje tak fundamentalne kwestie, jak funkcjonalność i teleologiczność kampanii wyborczej oraz jej realny wpływ na późniejsze decyzje rządzących, starających się wywiązać z zaciągniętych przed wyborami zobowiązań. Warto zatem poważnie rozważyć stworzenie polskiego odpowiednika Comparative Manifesto Project, w ramach którego badacze z różnych nauk podjęliby próbę usystematyzowania wiedzy na temat polskich partii politycznych, monitorowania ewolucji ich poglądów oraz składanych przez nie obietnic z wyborów na wybory, wreszcie rozliczania rządzących z wyborczych zobowiązań, które nie zostały spełnione. Wielowektorewa analiza mediów, będących istotnym podmiotem wchodzącym w nieustanne interakcje z klasą polityczną w imieniu i na oczach obywateli/wyborców, winna stanowić jedną z podstaw takiego projektu.

◀||| Czy politycy dotrzymują słowa? Obietnice polityków i ich realizacja jako przedmiot badań politologiczno-medioznawczych

Do politicians keep their word? Political promises and their realisation as a research object of political science and media studies

Tomasz Gackowski

SŁOWA KLUCZOWE

obietnica, program polityczny, komunikacja polityczna, metodologia, rozliczenia

KEY WORDS

promise, political programme, political communication, methodology, revision of campaign promises

STRESZCZENIE

Pytanie o to, czy politycy dotrzymują obietnic składanych obywatelom, jest tak naprawdę pytaniem o funkcjonalność demokracji przedstawicielskiej, o poszanowanie przez elity polityczne potrzeb i aspiracji społeczeństwa, wreszcie o efektywność całego procesu komunikacji politycznej, w której istotną rolę odgrywają media. Poszukiwanie odpowiedzi na to pytanie jest jedną z konstytutywnych cech mediów masowych, zwanych również czwartą władzą. W niniejszym artykule autor, bazując na ustaleniach francuskich, brytyjskich oraz kanadyjskich badaczy, stara się zaproponować określony zespół metod badawczych, które umożliwiłyby znalezienie odpowiedzi na pytanie o to, czy i w jaki sposób określona klasa polityczna spełnia złożone obietnic. Zdaniem autora to właśnie media są (powinny być) podmiotem rozliczającym polityków z ich obietnic w imieniu społeczeństwa. Jeśli powyższe założenie jest słuszne, to metodologia badań nad tym, w jaki sposób zobowiązania polityków przekładają się na polityczną praktykę (pragmatykę rządzenia) w świetle społecznych oczekiwań (surowe oko opinii publicznej), winna być fundamentalnym problemem badawczym dla politologów, socjologów, a także medioznawców. Autor przytacza wyniki projektu badawczego, w którym zanalizował zobowiązania rządu Donalda Tuska z 2007 i 2008 r., oraz zestawia je z treścią artykułów opublikowanych na łamach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej” podczas 100 dni oraz pierwszej rocznicy rządu gabinetu Platformy Obywatelskiej i Polskiego Stronnictwa Ludowego.

ABSTRACT

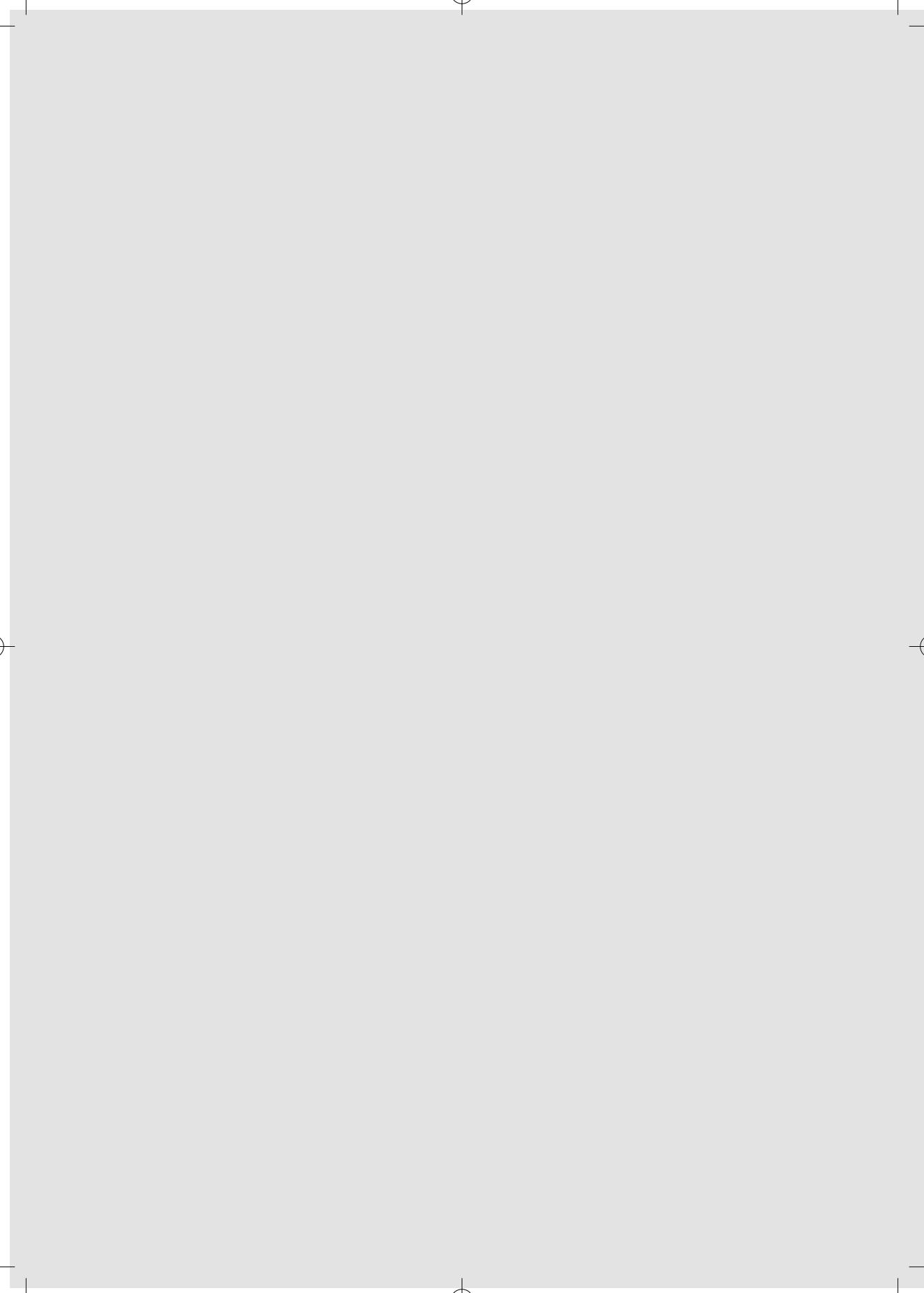
The question whether politicians keep their promises, in fact, concerns the issue of functionality of representative democracy, respect of political elites for the needs and aspirations of society and, finally, the efficiency of the whole process of political communication, in which the media play an important role. Seeking the answer to this question is one of the constitutive features of the mass media, also called the Fourth Estate. On the basis of the findings of French, British and Canadian researchers, this article attempts to propose a particular set of research methods that would allow finding the answer to the question whether and how a particular political class keeps promises. According to the author, it is the media

that are (should be) the entity – acting on behalf of the society – which holds politicians to account for the promises made. If this assumption is correct, then the methodology of research on how political commitments are translated into political practice (pragmatics of governance) in the light of social expectations (public opinion) should be a fundamental research problem for political scientists, sociologists and media experts. The author cites the results of the research project which analyzed the commitments made by Donald Tusk's administration in 2007 and 2008, and compares them with the content of articles published in "Rzeczpospolita" and "Gazeta Wyborcza" during the first 100 days as well as the first anniversary of the government of the Civic Platform (Platforma Obywatelska) and the Polish Peasants' Party (Polskie Stronnictwo Ludowe).

Dziennikarze a prawo



Journalists and law



Prawo do wizerunku w nauce i orzecznictwie sądów polskich – analiza wybranych problemów

Maria Łoszevska-Ołowska

P przedmiot ochrony

Wizerunek to jedno z dóbr osobistych w szczególnie sposób narażone na bezprawne ingerencje w toku działalności prasowej. Ochronę tej wartości zapewnia nie tylko kodeks cywilny¹. Czyni to także ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych², statuując w art. 81 ust. 1 wyraźny zakaz rozpowszechniania wizerunku osoby portretowanej bez jej zgody. O ile więc prawo autorskie odnosi się tylko do kwestii publicznego udostępnienia portretu – w szczególności poprzez jego publikację, to kodeks cywilny chroni go przed innymi jeszcze naruszeniami, do których zalicza się między innymi sporządzenie wizerunku mimo wyraźnego sprzeciwu osoby na nim przedstawionej. Często podkreśla się, iż umieszczenie odpowiedniej regulacji w prawie autorskim stanowi wynik istniejącej w tym zakresie tradycji, wszystkie dotychczasowe ustawy (z 1926 i 1952 r.) zawierały bowiem w tej kwestii podobne przepisy. Jest to jednak tylko jedna z przyczyn.

W dziedzinie dóbr osobistych za zjawisko typowe uznaje się istniejącą konkurencyjność między należącymi do tej grupy dobrami a innymi wartościami, także chronionymi przez obowiązujący system prawny. Tak się dzieje

i w odniesieniu do wizerunku, którego regulację należy postrzegać przez pryzmat dwójakiego rodzaju konfliktów. Pierwszy z nich zachodzi między prawem autora do stworzonego przezeń utworu a prawem osobistym przedstawianego i, jak się wydaje, stanowi rzeczywisty powód umieszczenia przepisów dotyczących rozpowszechniania wizerunku w prawie autorskim³. Kolejny, równie ważny, konflikt rysuje się na tle zetknięcia, w toku działalności prasowej, omawianej wartości z konstytucyjnie zagwarantowanym prawem do informacji. Art. 81 pr. aut.⁴ niewątpliwie rozstrzyga ów spór, określając sytuacje, w których podmiotowe prawo do wizerunku doznaje ograniczeń i to właśnie ze względu na wspomnianą wartość.

Pierwszą kwestią wymagającą wnikliwszej analizy jest próba ustalenia zakresu omawianego pojęcia. W dziedzinie dóbr osobistych dostrzegalna jeszcze szczególnie trudność w definiowaniu poszczególnych dóbr. Wizerunek wydaje się jednak wymykać tej regule, nie stwarzając tak istotnych problemów terminologicznych. Zdaniem Stefana M. Grzybowskiiego wizerunek i portret są w istocie tylko podobiznami tego dobra osobistego, które nazywa on

¹ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r., Dz.U. 1964, nr 16, poz. 93 ze zm.

² Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r., Dz.U. 1994, nr 24, poz. 83 ze zm.

³ Na temat przeniesienia przepisów o wizerunku z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych do kodeksu cywilnego patrz J. Sieńczyło-Chlabicz, *Prawo do wizerunku a komercjalizacja dóbr osobistych*, „Państwo i Prawo” 2007, nr 6, s. 19 i n.

⁴ Pr. aut. – ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

inaczej obrazem fizycznym. Rozumieć należy przez to nie tylko rysy twarzy, ale też wszelkie cechy fizyczne, które indywidualizują osobę, pozwalając ją rozpoznać⁵. Jak jednak zauważyła Elżbieta Wojnicka, pewne pojawiające się trudności terminologiczne dotyczące poprawności pojęcia „wizerunek” schodzą na plan dalszy wobec faktu, iż przedmiot ochrony jest nie-sporny⁶. Analiza pojawiających się w doktrynie definicji wskazuje na daleko idącą zbieżność w jego ujmowaniu. I tak, Wojnicka pod pojęciem wizerunku rozumie dostrzegalne, fizyczne cechy człowieka, tworzące jego wygląd i pozwalające na identyfikację osoby wśród innych ludzi, a pod pojęciem portretu – nośnik materialny, w którym zostaje utrwalony wizerunek⁷. Teresa Grzeszak ujmuje omawiane dobro jako skonkretyzowane ustalenie obrazu fizycznego człowieka, zdatne do zwielokrotnienia i do rozpowszechniania⁸. Zdaniem Janusza Barty i Ryszarda Markiewicza termin ten oznacza wytwór niematerialny, który za pomocą środków plastycznych przedstawia rozpoznawalną podobiznę danej osoby lub osób⁹. Wśród przedstawicieli nauki panuje również jednomyślność co do tego, że rodzajem wizerunku jest karykatura¹⁰.

Kwestie definicyjne zajmują też szczególne miejsce w orzecznictwie. W wyroku Sądu Najwyższego z dnia 20 maja 2004 r. (II CK 330/03) czytamy:

wizerunek poza dostrzegalnymi dla otoczenia cechami fizycznymi, tworzącymi wygląd danej jednostki i pozwalającymi – jak się określa – na

jej identyfikację wśród innych ludzi, może obejmować dodatkowe utrwalone elementy związane z wykonywanym zawodem, jak charakterystyka, ubiór, sposób poruszania się i kontaktowania z otoczeniem¹¹.

W konsekwencji tak rozumiane dobro prawne w opinii wyrażonej przez ten sam sąd w innym rozstrzygnięciu

zbliża je do wyróżnianego we współczesnym piśmiennictwie pojęcia „persony” i „prawa na personie”, przez co należy rozumieć przyznanie ochrony skonkretyzowanemu interesowi osoby sprzeciwiającej się rozpowszechnianiu skojarzeń z nią związanych, w tym nie tylko jej podobizny, ale i nazwiska, charakterystycznego powiedzenia, głosu, itp.¹²

W orzeczeniu tym Sąd Najwyższy nadto podkreśla, iż

wizerunek oznacza obraz fizyczny człowieka, jako przedstawienie jego postaci, a zwłaszcza twarzy, w rozumieniu przenośnym może odnosić się także do takich cech człowieka, których ujawnienie umożliwia jego identyfikację.

Ten aspekt definiowania omawianego pojęcia jawi się jako szczególnie istotny, bo poszerzający krąg sytuacji, w których może zostać udzielona ochrona. Słusznie zostaje zauważone, że taki sposób ujmowania wizerunku ma niezwykle znaczenie w kontekście materiałów reklamowych, wykorzystujących niekiedy podobieństwo aktorów do znanych osób – zwłaszcza celebrytów, popularnych

⁵ S. M. Grzybowski, *Ochrona dóbr osobistych wg przepisów ogólnych prawa cywilnego*, Warszawa 1957, s. 96.

⁶ Tak: E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”. Prace Instytutu Prawa Własności Intelektualnej Z. 56 (1990), s. 106–107.

⁷ Tamże, s. 107.

⁸ Tak w: T. Grzeszak, *Reklama a ochrona dóbr osobistych (naruszenie praw osobistych wykorzystanych w reklamie żyjących osób fizycznych)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2000, nr 2, s. 10.

⁹ Definicja J. Barty i R. Markiewicza zob. w: *Komentarz do ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, aut. J. Barta i in., red. nauk. J. Barta, R. Markiewicz, Warszawa 1995, s. 386.

¹⁰ Tak: tamże, s. 386 i 388; J. Sobczak, *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, Warszawa–Poznań 2000, s. 207; K. Stefaniuk, *Naruszenie prawa do wizerunku przez rozpowszechnienie podobizny*, „Państwo i Prawo” 1970, nr 1; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 117.

¹¹ Wyrok zamieszczony w systemie informacji prawnej Legalis, C.H. Beck.

¹² Wyrok Sądu Najwyższego z 15 października 2009 r., I CSK 72/09, System Informacji Prawnej LEX Omega, Wolters Kluwer Polska, nr 533565 [dalej: LEX].

aktorów czy innych osób z życia publicznego¹³.

Kwestią kluczową, wyłaniającą się na tle wszystkich budowanych definicji, pozostaje rozpoznawalność podmiotu, decydująca o jego identyfikacji, nieutożsamiana wyłącznie z rysami twarzy¹⁴. Na tym tle ciekawe wydaje się rozstrzygnięcie wydane przez sąd apelacyjny w Warszawie 26 listopada 2003 r. (VI Ca 348/03). Sprawa dotyczyła publikacji w programie telewizyjnym materiału zrealizowanego w więzieniu, na którym utrwalono pokazaną z oddalenia sylwetkę przebywającego w zakładzie karnym skazanego. Między sądami pierwszej i drugiej instancji pojawiła się wyraźna rozbieżność w zakresie oceny tego, czy twarz skazanego jest rozpoznawalna. Sąd okręgowy uznał, że nie, bo „natychmiast od momentu jej pokazania jest oddalona”. Sąd nie wykluczył przy tym tego, że osoby najbliższe mogły po tej migawce zorientować się, kim jest osoba z materiału. Przyjął jednak, iż stanowi ona szczegół całości, w materiale pokazano bowiem serię kolejnych zdjęć ukazujących budynek więzienny, jego otoczenie i wnętrze – celem zilustrowania reportażu. Zdania odmiennego był sąd drugiej instancji, w opinii którego więzień jest rozpoznawalny, a dla rozstrzygnięcia sprawy bez znaczenia pozostaje to, czy zidentyfikowały go jedynie osoby najbliższe oraz że jego twarz była w zbliżeniu przez około 10 sekund. Co więcej, właśnie owe 10 sekund w zbliżeniu decyduje o tym, że nie ma mowy o przyjęciu, iż zachodzi wyłączająca bezprawność publikacji wizerunku okoliczność, iż portretowany stanowi jedynie szczegół większej całości. Tezę tę umacnia także to, iż twarz powoda nie była

fragmentem tła ilustrującego funkcjonowanie zakładu karnego, jak np. oddalone zdjęcie okien więziennych czy ogólny rzut na dziedziniec, na którym przebywaliby w tym momencie osadzeni. Stanowiła podkład filmowy odnoszący się

do treści reportażu i specjalnie w tym celu wyeksponowany.

Nie mniej interesujący w analizowanym kontekście jest wyrok Sądu Najwyższego z 27 lutego 2003 r. (IV CKN 1819/00)¹⁵. Sprawa dotyczyła publikacji zdjęcia powoda, którego można było rozpoznać po kurtce, torbie i sylwetce. Zdjęcie to stanowiło ilustrację do publikacji zatytułowanej *W centrum Gdańska biją i okradają*, poświęconej napadom na zagranicznych turystów, kradzieżom samochodów, libacjom i związanym z tym lękiem mieszkańców. W ocenie sądu apelacyjnego (rozpoznającego sprawę w drugiej instancji) postać, przedstawiona na fotografii tyłem, nie podlega rozpoznaniu, co w konkluzji przesądza o stwierdzeniu, iż nie opublikowano wizerunku powoda. Jak czytamy dalej,

nie jest zatem rozpowszechnieniem wizerunku opublikowanie fotografii, na której brak jest cech mogących służyć identyfikacji osoby fizycznej, a osoby bliskie i znajomi uzyskują z innych źródeł (w szczególności na podstawie informacji uzyskanych od pozostałych uczestników sfotografowanego zdarzenia) wiedzę, co do tego kogo dana fotografia przedstawia.

Zgadając się z tym zdaniem, Sąd Najwyższy dodał, iż

znaczenie wtórne w tym względzie miałyby już cechy pozwalające na identyfikację przez czytelników prasy osoby sfotografowanej. Nie miałby zatem znaczenia sposób fotograficznego ujęcia danej osoby fizycznej (np. przedstawienie jej sylwetki z przodu, z tyłu lub z profilu; fotografia całej postaci lub tylko niektórych jej fragmentów, sfotografowanie charakterystycznych cech ubioru lub zachowania się osoby fizycznej i in.). Rozpoznawalność (możliwość identyfikacji osoby fizycznej) na opublikowanej w prasie fotografii musiałaby mieć charakter bardziej uniwersalny (powszechny)

¹³ Patrz na ten temat m.in. J. Sieńczyło-Chlabicz, *Prawo do wizerunku...*, s. 19–34. Także J. Barta, R. Markiewicz, *Media a dobra osobiste*, Warszawa 2009, s. 114 i n.

¹⁴ Odnosnie do rozpoznawalności patrz m.in. wyrok sądu apelacyjnego w Warszawie z 10 czerwca 2008 r., VI ACa 1648/07.

¹⁵ OSP 2004/6/75.

w dwojakim przynajmniej znaczeniu. Po pierwsze, nie mogłaby się ograniczać tylko do wąskiego kręgu osób najbliższych i znajomych rozpoznanej osoby. Po wtóre, źródłem takiego rozpoznania powinien być już sam sposób fotograficznego ujęcia, pozwalający na identyfikację (ustalenie tożsamości) osoby sfotografowanej.

W kontekście definicyjnym warto też zauważyć, że o ile w samym języku prawniczym słowo „wizerunek” rozumiane w sposób zaprezentowany powyżej utożsamiane jest z podobizną i niekiedy innymi elementami identyfikującymi daną osobę, to w znaczeniu potocznym termin ten jest dość często utożsamiany z renomą, dobrą sławą, czyli czią w jej zewnętrznym aspekcie. Kwestia ta miewa swoje reminiscencje w orzecznictwie. W wyroku Sądu Najwyższego z 7 października 2009 r. (III CSK 39/09)¹⁶ czytamy, iż

jest oczywiste, że wizerunek, który został wymieniony w art. 23 [kodeksu cywilnego] jako jedno z dóbr osobistych człowieka, oznacza podobiznę człowieka utwaloną jako portret, fotografia lub w innej postaci. Wizerunku w tym znaczeniu nie posiada osoba prawna, która jest bytem abstrakcyjnym i nonsensem byłoby przypisanie takiego znaczenia pojęciu „wizerunek” w odniesieniu do osoby prawnej.

Nie ulega wątpliwości, iż choć art. 43 k.c. nakazuje odpowiednie stosowanie przepisów o ochronie dóbr osobistych osób fizycznych do osób prawnych, wobec tej drugiej kategorii podmiotów ochrona wizerunku w sensie dosłownym, czyli takim, w jakim mowa jest o nim w art. 23 k.c., jest nieaktualna. Przywołany wyrok tezę tę potwierdza. Wizerunek jest więc typowym przykładem wartości przynależnej wyłącznie człowiekowi.

Naruszenie prawa do wizerunku

Zgoda jako okoliczność uchylająca bezprawność jego rozpowszechnienia

Jak wspomniano wcześniej, wizerunek chroniony jest zarówno przepisami kodeksu cywilnego, jak i ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Pierwszy z aktów normatywnych zapewnia ochronę przed wszelkimi naruszeniami; drugi zaś ogranicza ją do rozpowszechniania podobizny bez zgody portretowanego. Jeśli więc dojdzie do bezprawnego publicznego udostępnienia wizerunku, podstawą do dochodzenia roszczeń może być każda z regulacji, przy czym pokrzywdzony winien dokonać wyboru.

Jako najczęstsze przypadki naruszenia omawianego prawa wskazuje się: bezprawne sporządzenie portretu oraz jego rozpowszechnienie, głównie w postaci fotografii. W kontekście działalności prasy zwłaszcza druga z sytuacji zasługuje na głębszą analizę.

Jeśli chodzi o utrwalanie czyjejs podobizny, przyjmuje się, iż jest ono niedozwolone, jeśli nastąpiło pomimo wyraźnego sprzeciwu danej osoby. Analogicznie sprawa kształtuje się, gdy portretowanie odbywa się w sytuacjach objętych sferą prywatną. Pojawiło się jednak pytanie, czy bezprawne jest także sporządzenie wizerunku bez wiedzy portretowanego, poza wskazanymi wyżej przypadkami? I tu doktryna opowiedziała się za dopuszczeniem takiej możliwości¹⁷.

W działalności prasowej naruszenie prawa do wizerunku następuje zwykle w wyniku jego rozpowszechnienia. Zgodnie z przyjętymi poglądami, już sam fakt udostępnienia portretu szerszemu gronu osób bez zgody zainteresowanego stanowi ingerencję w sferę przysługującego mu prawa podmiotowego. Zarówno nauka,

¹⁶ LEX nr 532155.

¹⁷ *Komentarz do ustawy...*, s. 358; M. Czajkowska-Dąbrowska, *Glosa do wyroku sądu apelacyjnego w Warszawie z 13 stycznia 1999 r.*, „Orzecznictwo Sądów Polskich” 2000, nr 9, s. 470; A. Kopff, *Koncepcja praw do intymności i do prywatności życia osobistego (zagadnienia konstrukcyjne)*, „Studia Cywilistyczne” T. 20 (1972), s. 37; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 108–109. Sytuacja ta wydaje się o tyle ciekawa, że dość powszechnie przyjmuje się, iż naruszenie lub zagrożenie prawa do wizerunku może mieć miejsce tylko wtedy, gdy działania zostają podjęte bez zgody uprawnionego. W tym jednak konkretnym przypadku nie uznaje się za bezprawne sporządzenie wizerunku bez wiedzy (a więc i bez zgody) danej osoby, tak jakby domniemywano przyzwolenie lub braku wiedzy w tym zakresie nie utożsamiano ze sprzeciwem.

jak i orzecznictwo podkreślają przy tym, iż ochrona przysługuje w takiej sytuacji niezależnie od tego, czy doszło do naruszenia innych dóbr osobistych, takich jak dobre imię, godność czy prywatność¹⁸. Oznacza to, iż tak jak przy prawie do odosobnienia, samo podjęte działanie bez zgody uprawnionego winno przesądzać o naruszeniu. Dodatkowe zaś konsekwencje, jakie w związku z tym faktem zaistniały, mogą wskazywać na to, że także inne dobra osobiste doznały uszczerbku. Potwierdza to zresztą tezę, iż wzajemnie krzyżujące się zakresy dóbr osobistych to kolejne typowe zjawisko, z jakim spotykamy się w dziedzinie dóbr osobistych, do których zaliczamy także wizerunek.

W doktrynie dominuje pogląd, że o naruszeniu prawa do wizerunku możemy mówić dopiero wtedy, gdy jego rozpowszechnienie następuje bez zezwolenia portretowanego. Zatem zgoda traktowana jest jako okoliczność wyłączająca nie tyle bezprawność, co sam fakt naruszenia¹⁹, a ustalając warunki, jakim powinna odpowiadać, podkreśla się, iż ma być niewątpliwa, wyraźna i szczegółowa. Wszystkie wymienione określenia, choć nie są tożsame, pozostają jednak w bliskim związku. Rozważmy, co oznaczają w praktyce. Przede wszystkim poza sporem musi pozostawać fakt, że doszło do udzielenia zgody. Stąd też uczynienie tego w formie pisemnej czy nawet aktu notarialnego – choć za wystarczające uznaje się już ustne zezwolenie – będzie ze względów dowodowych rozwiązaniem korzystnym²⁰. W razie procesu o ochronę wizerunku, naruszonego bezprawną publikacją, to na pozwanych (zwykle wydawcy i redaktorze naczelnym) spoczywa ciężar wykazania, iż działali za aprobatą portretowanego. W jednej ze spraw prasowych powód zwrócił nawet uwagę, iż od dziennikarza jako profesjo-

nalisty należy oczekiwać podjęcia starań o uzyskanie zgody pisemnej (sąd nie zajął się jednak tą kwestią bliżej). Niewątpliwość udzielenia zgody oznacza coś więcej. Powszechnie przyjmuje się, iż uprawniony winien znać i akceptować warunki rozpowszechnienia. Przyzwolenie odnosi się bowiem do publikacji wizerunku w określonych okolicznościach obejmujących czas, miejsce publikacji, towarzyszący jej komentarz itp.²¹ W tym kontekście szczególnie ciekawe wydaje się orzeczenie sądu apelacyjnego w Katowicach z 14 marca 2001 r.²² W jednym z miesięczników zajmujących się problematyką inwestycji, finansów i nieruchomości, w specjalnym dziale promocyjnym, w którym umieszczane są teksty przybliżające konsumentom zagadnienia związane z usługami i towarami, pojawiło się zdjęcie powodów, odpoczywającego na ławce w Łazienkach starszego małżeństwa. Reporterka, zanim je wykonała, spytała o zgodę, informując jednocześnie, że wizerunek będzie stanowił ilustrację artykułu o emerytach. Ostatecznie stało się inaczej – zdjęcie umieszczono wraz z materiałem reklamującym ubezpieczenia na życie. W tej sytuacji małżeństwo wystąpiło o ochronę prawa do wizerunku. W przedmiotowej sprawie bezsporne było, iż zgody na sfotografowanie i publikację udzielono, a wątpliwości dotyczyły zakresu zezwolenia. Sąd pierwszej instancji powództwo oddalił, tym samym uznając roszczenia powodów za nieuzasadnione. Odmienne ustosunkował się do tego zagadnienia sąd apelacyjny. Przede wszystkim podkreślił, iż istnienia zgody i jej zakresu nie domniemywa się. Pozwany ma obowiązek wykazać, że uzyskał zgodę uprawnionego na rozpowszechnianie i to w oznaczonych warunkach. Zdaniem sądu zdjęcie wykorzystano w sposób odmienny, niż

¹⁸ Patrz między innymi wyrok Sądu Najwyższego z 13 stycznia 1999 r., I ACa 1089/98, LEX nr 39415.

¹⁹ S. Grzybowski, *Ochrona dóbr...*, s. 96; K. Stefaniuk, *Naruszenie prawa...*, s. 66; A. Szpunar, *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1979, s. 106; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 109.

²⁰ Patrz: R. Golać, *Ochrona wizerunku w prawie cywilnym*, „Gazeta Prawna” 1996, nr 10; J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 204.

²¹ *Komentarz do ustawy...*, s. 387; K. Grzybczyk, *Naruszenie dobra osobistego w reklamie*, „Rejent” 1999, nr 9, s. 128; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 11; K. Kurosz, *Glosa do wyroku sądu apelacyjnego w Warszawie z 14 marca 2001*, „Rejent” 2000, nr 1, s. 104; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 110 i n.

²² „Orzecznictwo Sądów Apelacyjnych” 2001, nr 5, poz. 27.

wynikało z ustaleń, a zgoda na samą publikację jest niewystarczająca. Dla uwolnienia się od odpowiedzialności konieczne jest udowodnienie, iż istniała aprobatą na wykorzystanie zdjęć dla celów reklamowych. Tego jednak pozwani nie uczynili. W tej sprawie jeszcze jedno wymaga podkreślenia. Jak wynika z ustaleń, reporterka od początku wiedziała, jakie będzie przeznaczenie zdjęcia i nie poinformowała o tym powodów w należyty i zrozumiały sposób. Jej zachowanie dalece odbiegło od zachowania wymogu szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych. Z przywołanego rozstrzygnięcia można więc wnioskować aprobatę sądu dla lansowanej coraz powszechniej tezy, iż art. 81 pr. aut. daje osobie portretowanej uprawnienie do decydowania o każdym – a więc nie tylko pierwszym – rozpowszechnieniu wizerunku²³. Jak sugeruje Teresa Grzeszak, zaprezentowane stanowisko może wiązać się z faktem, iż kolejne rozpowszechniania mają zwykle miejsce w innym kontekście²⁴.

Nad problemem tym warto zatrzymać się na dłuższą chwilę. W przypadkach naruszenia czci w działalności prasowej wielokrotnie przewija się wątek umieszczenia wypowiedzi, która rzeczywiście miała miejsce, w zupełnie innym, nowym kontekście, co w konsekwencji może przesądzać o bezprawności ingerencji w dobre imię uprawnionego podmiotu. Analiza problematyki wizerunku może zatem dowieść, iż zagadnienie to jest aktualne także w odniesieniu do omawianego dobra i wiąże się ze szczególnością zgody. Zaczniemy jednak od wyjaśnienia, czy wyrażona aprobatą uprawnienia do kolejnej publikacji. I tu należy odróżnić dwa przypadki. Pierwszy z nich dotyczy następnego rozpowszechnienia, przy czym dokonanego w tych samych warunkach. W wyroku Sądu Najwyższego z 2 lutego 1967 r. czytamy, iż

z chwilą, gdy została wyrażona zgoda na publikację, a samo zdjęcie opublikowane, dopuszczalna jest dalsza publikacja czy to przez to samo, czy też przez inne czasopisma. [...]. Jednakże dalsza publikacja jest dopuszczalna pod warunkiem wskazania źródła oraz bez wprowadzania zmian w przedrukowanej fotografii. Wynika więc stąd, że cudze zdjęcie raz opublikowane może być dalej publikowane tylko z powołaniem okoliczności, w jakich zostało wykonane i opublikowane po raz pierwszy²⁵.

Zaprezentowane stanowisko, podobnie jak uzasadniająca je argumentacja, spotkało się jednak ze sprzeciwem części przedstawicieli nauki²⁶. I tak, między innymi, Elżbieta Wojnicka podkreślała, iż powoływanie się na dozwolony użytek, uprawniający do kolejnego rozpowszechnienia, nie jest w tej sytuacji jasne. Nawet jeśli mielibyśmy na uwadze przedruk prasowy, konieczne byłoby ustalenie, czy zasadne jest rozpowszechnianie wizerunku bez ponownej zgody. Jeśli nie zachodzą okoliczności wskazane w art. 24 § 2 pr. aut. (obecnie 81 ust. 2 pr. aut.)²⁷ uzyskanie zezwolenia należy więc uznać za niezbędne. Ten tok rozumowania wydaje się przekonujący. Dalsza publikacja oznacza bowiem ingerencję nie tylko w uprawnienia autora podobizny, ale i osoby portretowanej. O ile w pierwszym przypadku istnieje możliwość powołania się na przepisy o dozwolonym użytku, stanowiące w istocie ustawowe ograniczenie praw autorskich, o tyle w odniesieniu do portretowanego jest to chybione i niejasne. Zgoda osoby portretowanej okaże się niezbędna, chyba że zajdą okoliczności wyłączające konieczność jej uzyskania, tj. fotografia przedstawia osobę powszechnie znaną w związku z pełnieniem funkcji publicznych lub też chodzi o wizerunek osoby stanowiącej jedynie szczegół całości, takiej jak krajobraz, publiczna impreza czy zgromadzenie (art. 81

²³ Patrz m.in.: *Komentarz do ustawy...*, s. 386–387; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 11; E. Wojnicka, *Ochrona autorskich dóbr osobistych*, Łódź 1997, s. 112.

²⁴ T. Grzeszak, *Reklama...*

²⁵ I CR 496/66, OSNC, nr 9 z 1967, poz. 161.

²⁶ *Komentarz do ustawy...*, s. 386–387; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 11; E. Wojnicka, *Ochrona autorskich...*, s. 112.

²⁷ Orzeczenie to było wydane pod rządami poprzedniej ustawy o prawie autorskim, w której odpowiednikiem dzisiejszego art. 81 ust. 2 był art. 24 § 2.

ust. 2 pr. aut.)²⁸. Nie może przy tym umknąć regulacja art. 25 ust. 1 pkt 1 pr. aut., z której wynika, iż dopuszczalne jest bez zgody autora dalsze rozpowszechnianie w celach informacyjnych w prasie drukowanej, radiu i telewizji aktualnej fotografii reporterskiej, która jakże często jest wizerunkiem jakiejś osoby. W moim przekonaniu należy stanąć na stanowisku, iż stanowi to przypadek, w którym dozwolone jest dalsze publikowanie, bez konieczności uzyskiwania zgody portretowanego, o ile fotografia ma charakter reporterski²⁹, spełnia wymóg aktualności, a jej dalsze upublicznianie ma wyłącznie charakter informacyjny (w szczególności nie obejmuje więc celów reklamowych). Portretowany mógłby zatem zgłaszać swoje ewentualne roszczenia jedynie przeciwko autorowi (gdy ten nie uzyskał zezwolenia), nie zaś przeciwko pozostałym podmiotom rozpowszechniającym zdjęcie. Wobec faktu, że dozwolony użytek stanowi ograniczenie praw twórcy (tym zaś nie jest osoba fotografowana) należy żałować, iż ustawodawca nie odniósł się do poruszonej kwestii w art. 81 pr. aut., zwłaszcza, że jest to jeden i ten sam akt prawny, a powstająca kolizja dotyczy już nie tylko relacji twórca a portretowany; konflikt obejmuje bowiem i prawo do informacji.

Kwestia kolejnego rozpowszechnienia wizerunku, w odmiennych niż przy pierwszym upublicznieniu okolicznościach, to następne istotne, rozważane w orzecznictwie zagadnienie. Było ono między innymi przedmiotem, cytowanego powyżej, wyroku Sądu Najwyższego z 2 lutego 1967 r. (I CR 496/66) wydanego na tle następującej sytuacji. Powódka została sfotografowana podczas zabawy sylwestrowej. Zdjęcie przedstawiało ją i jej męża. Kilka lat później ta sama fotografia ukazała się na okładce czasopisma wraz z załączonym do niej cytatem z wiersza Majakowskiego *będzie miłość czy nie, wielka czy mała*. Kobieta, której małżeństwo właśnie się rozpadło, wniosła powództwo o ochronę wizerunku, argumentując,

iż udzieliła zgody w przekonaniu, że będzie to publikacja jednorazowa, dotycząca ogółu bawiących się osób. Decyzja sądu pierwszej instancji nie była dla niej pomyślna, uznał on bowiem, iż zgody nie obwarowano żadnymi warunkami i oddalił powództwo. Odmienne stanowisko zajął Sąd Najwyższy, podkreślając, iż cel publikacji uległ zasadniczej zmianie. Wizerunek został użyty jako szata graficzna czasopisma, a więc jako swego rodzaju „ozdobnik”.

W tym kontekście ciekawe wydają się także te rozstrzygnięcia sądowe, które dotyczyły wykorzystania wizerunku dla celów reklamowych. Jeden z takich wyroków został wydany przez sąd apelacyjny w Katowicach 14 marca 2001 r. (I ACa 51/01) i był już wcześniej przywołany (publikacja zdjęcia pary starszych ludzi w piśmie wraz z materiałem reklamującym ubezpieczenia na życie). Wyrażając zgodę na rozpowszechnienie fotografii, małżonkowie byli przekonani, iż – jak ich zapewniono – będzie ona stanowiła ilustrację artykułu o emerytach. Uprzednio podkreślałam, że fakt udzielenia zgody był zdaniem sądów obu instancji niewątpliwy. Przedmiotem sporu stał się jednak jej zakres. Sąd okręgowy, zasadniczo przychylając się do twierdzenia, iż udział w reklamie wymaga wyraźnej aprobaty (zainteresowany ma świadomość, iż portret będzie wykorzystany w takim celu i aprobuje go), nie uznał, aby w tym konkretnym przypadku zdjęcie posłużyło jako reklama firm ubezpieczeniowych. W konkluzji czytamy:

zdjęcia, tak jak i logo firm służyło przekazowi graficznemu treści artykułu, stanowiło symboliczny przekaz zawartej w nim treści słownej. Skoro pozwani rozpowszechnili wizerunek powodów za ich zezwoleniem (art. 81 ust. 1 pr. aut.) – powództwo podlegało oddaleniu.

Od wyroku wniesiono apelację. Rozpatrując ją sąd drugiej instancji wyraźnie podkreślił – za Bartą i Markiewiczem – iż zgoda nie dotyczy „abstrakcyjnego” rozpowszechniania, lecz

²⁸ Odmienne stanowisko zajął K. Stefaniuk, *Naruszenie prawa...*, s. 69.

²⁹ R. Sarbiński, *Fotografia reporterska w prawie autorskim – pojęcie, przestanki ochrony i ewolucja uregulowania*, „Przeгляд Ustawodawstwa Gospodarczego” 2002, nr 1, s. 14 i n.

odnosi się do konkretnych, znanych portretowanemu warunków rozpowszechniania, obejmujących czas, miejsce, towarzyszący komentarz itp. W tym konkretnym przypadku powodowie wyrazili swoją aprobatę, żywiąc przekonanie, iż fotografia ukaże się, zgodnie z zapewnieniem dziennikarki, razem z materiałem o życiu emerytów. Tak się jednak nie stało. Zatem rozpowszechnienie nastąpiło poza granicami przyzwolenia i to niezależnie od uznania, iż publikacja miała charakter reklamowy. Jednak i tą kwestią zajął się sąd apelacyjny, stwierdzając, iż reklamą jest rozpowszechnianie wiadomości o usługach i towarach w celu wpływania na kształtowanie się popytu. W tym znaczeniu zdjęcie starszego małżeństwa, wzbudzające pozytywne skojarzenia i umieszczone przy nazwach towarzystw ubezpieczeniowych (oferujących między innymi ubezpieczenia na życie), stanowiło materiał promocyjny. Konkludując, należy stwierdzić, iż uprawnione jest następujące wnioskowanie: po pierwsze – zarówno przy pierwszej, jak i kolejnej publikacji konieczne jest, co do zasady, uzyskanie zgody; po drugie – rozpowszechnienie winno nastąpić w granicach udzielonego zezwolenia, a więc między innymi w celu wiadomym osobie portretowanej; po trzecie – zmiana celu czy kontekstu publikacji wymaga odrębnej zgody; po czwarte – w razie wątpliwości ciężar udowodnienia (zarówno uzyskania zgody, jak i jej zakresu) spoczywa na rozpowszechniającym. Okoliczności tych się nie domniemywa. Dziennikarze muszą więc pamiętać, że ryzyko rozpowszechniania wizerunku spada na nich i w razie sporu będą udowadniać, iż na działanie w oznaczonych granicach mieli wyraźne przyzwolenie. Stąd już płynie prosty wniosek – nie należy zatajać przed fotografowanym rzeczywistego przeznaczenia wizerunku, a warto natomiast zabiegać o uzyskanie zgody, w której będą wyraźnie i jednoznacznie określone warunki publicznego udostępniania.

Do podobnych wniosków prowadzi analiza wyroku Sądu Najwyższego z 16 kwietnia 2004 r. (I CK 495/03)³⁰. Orzeczenie to zapadło na tle następującej sprawy. W jednym z numerów czasopisma „Marie Claire” opublikowano wywiad ze znaną aktorką. Był on opatrzony pozowanymi zdjęciami, które zamieszczono także na okładce. W ramach akcji reklamowej, zachęcającej do nabycia tego numeru magazynu, okładka z fotografią (w formie plakatu) została wywieszona na przystankach autobusowych. Jak ustalił sąd, z kobietą nie podpisano umowy na wykorzystanie wizerunku, sesja zdjęciowa oparta była na ustnych ustaleniach, które nie dotyczyły wykorzystania zdjęć na okładce. Co więcej, zgoda udzielona na opatrzenie nimi wywiadu, po wstępnej akceptacji, została wycofana, co zdaniem sądu wiązało wydawcę. W orzeczeniu tym Sąd Najwyższy zwraca także uwagę na to, iż umieszczenie zdjęć na okładce stanowi „odrębną postać rozpowszechnienia, ze względu na dostępność dla odbiorców przed nabyciem egzemplarza czasopisma”. Także w orzeczeniu Sądu Najwyższego z 8 stycznia 2004 r. (I CK 40/03)³¹ pojawia się kwestia wyrażenia zgody na konkretne rozpowszechnienie. Sprawa dotyczyła wykorzystania zdjęcia powódki w szczególnym, nieznanym jej w chwili pozwania i otrzymywania za nie wynagrodzenia, kontekście. Wprawdzie powódka udzieliła przyzwolenia na publikację bez ograniczeń, ale zgodą tą nie objęto opatrywania zdjęć napisami. Dodać należy w tym miejscu, iż zdjęcie wykorzystano do reklamy tzw. sekstelefonu, umieszczając przy nim napisy zachęcające do korzystania z usług audiotekstowych.

W świetle tych rozstrzygnięć dość zaskakujące wydaje się orzeczenie sądu apelacyjnego w Łodzi z 28 sierpnia 1996 r.³² Sprawa dotyczyła następującej sytuacji. Powód będący lekarzem pełniącym dyżury w pogotowiu, uczestniczył w różnych szkoleniach i pozorowanych akcjach z zakresu ratownictwa. Jedna

³⁰ Glosa 2005/1/54.

³¹ LEX nr 560838.

³² I ACr 341/96; „Orzecznictwo Sądów Polskich” 1997, nr 2, poz. 42.

z nich odbyła się z udziałem fotografów i kamer filmowych. Podczas tej akcji pewna firma udostępniła nieodpłatnie i w celach promocyjnych swój sprzęt. Był to system łączności, instalowany pod hełmami. Następnie redakcja pisma „Ratownictwo Polskie” umożliwiła wspomnianej firmie publikację artykułu sponsorowanego, którego ilustracją było zdjęcie powoda zrobione podczas opisanej akcji. Pomijając w tej chwili kwestię tego, czy ów wizerunek stanowił szczegół całości (co zdaniem sądu pierwszej instancji nie budziło wątpliwości i stanowiło wystarczającą podstawę do wykorzystania fotografii w celach reklamowych), sąd apelacyjny z samego uczestnictwa w akcji wywodził, iż roszczenia powoda są bezzasadne. Jednak szczególnie niepokojące wydaje się podtrzymane twierdzenie sądu, iż skoro wizerunek stanowił szczegół całości, „strona pozwana nie miała obowiązku uzyskania zezwolenia powoda na publikację zdjęcia w celach reklamowych”³³.

Ani z kodeksu cywilnego, ani z prawa autorskiego nie można wywodzić domniemania zgody na rozpowszechnianie wizerunku (chyba że portretowany uzyskał zapłatę za pozowanie). Domniemania takiego nie stwarza tym bardziej fakt, iż portretowany nie sprzeciwiał się uprzednio publikacji jego wizerunku w różnego rodzaju czasopiśmie³⁴. Za interesujące należy zatem uznać orzeczenie sądu apelacyjnego w Warszawie z 3 kwietnia 1997 r.³⁵ odnoszące się między innymi do sposobu udzielania zgody. Powództwo w tej sprawie zostało wytoczone w związku z publikacją artykułu prasowego, przygotowanego z okazji Dnia Ludzi Bezdomnych. Dwójka dziennikarzy, zbierających materiały, udała się do jednego z ośrodków, w którym przebywają osoby borykające się z tym problemem. Tam przedstawiono im kobietę, której fakty z życia osobistego znalazły się następnie w artykule, opatrzonym nadto zdjęciami powódki. Według ustaleń sądu

pierwszej instancji, dziennikarze nie uzyskali zgody na wspomnianą publikację. Jej istnienie nie powinno budzić wątpliwości. Przy czym osoba zainteresowana nie musi wyrażać głośno swojego sprzeciwu, a jego braku nie należy utożsamiać z przyzwoleniem. Pomijając w tej chwili okoliczności, w których doszło do sfotografowania, samą tezę należy uznać za niezwykle trafną. Od wspomnianego wyroku sądu, uwzględniającego powództwo w całości, wniesiono apelację. Sąd odwoławczy zwrócił uwagę, iż istnienie oraz sposób wyrażenia zgody stanowią w przytoczonej sprawie punkt sporny. Z zebranego materiału dowodowego wynika, iż powódka wiedziała, że rozmawia z dziennikarzami, co więcej, miała świadomość, w jakim celu robione są zdjęcia. Dlatego też starała się wyglądać jak najlepiej. Wskazuje na to między innymi poprawianie fryzury i pozowanie do części zdjęć. W konsekwencji sąd doszedł do wniosku, iż poprzez czynne uczestnictwo w fotografowaniu, świadomość celu tej czynności i przyszłego wykorzystania, powódka wyraziła zgodę. Nie stało się to wprawdzie wprost, ale pośrednio – poprzez tzw. czynności konkludentne. Istnienie przyzwolenia jest jednak niewątpliwe, co w relacjach z prasą może okazać się niebywale ważne.

Reasumując, należy przyjąć, że zgoda – nietraktowana jako czynność prawna – może przybrać różnorodną formę³⁶. Na pewno, jeśli jest pisemna, upraszcza wykazanie tego, że została udzielona. Wydaje się jednak, że nie potrzeba do tego jakiegoś szczególnego oświadczenia sporządzonego na kartce papieru; taki charakter może mieć na przykład przyzwolenie wyraźnie wnioskowane z korespondencji mailowej. Zgodnie z orzecznictwem przyjąć także należy, że kontekst sytuacyjny, w jakim dochodzi do udzielenia zgody (np. spotkanie na ulicy dziennikarza przedstawiającego się i informującego, dla jakiej stacji telewizyjnej lub radiowej robi sondę uliczną), także wyczerpuje

³³ Patrz na ten temat: T. Grzeszak, *Glosa do wyroku sądu apelacyjnego w Łodzi z 28 sierpnia 1996 r.*, „Monitor Prawniczy” 1997, nr 8, s. 318 i n.

³⁴ Wyrok SN z 27 kwietnia 1977 r., I CR 127/77, niepublikowany.

³⁵ I ACa 148/97, „Wokanda” 1998, nr 4.

³⁶ Na ten temat także wyrok Sądu Najwyższego z 16 grudnia 2009 r. I CSK 160/09, LEX nr 566088.

przesłanki jej uzyskania, jeśli po takiej informacji rozmówca przystępuje do udzielenia odpowiedzi na zadane pytanie, a rozpowszechnienie wizerunku następuje w celu informacyjnym. W końcu, w części przypadków, zgoda stanowić będzie element umowy, która wówczas określa, poza innymi kwestiami, także warunki rozpowszechniania wizerunku i wypłatę wynagrodzenia³⁷.

Należy też dodać, iż przyzwolenie może zostać cofnięte. Kwestii tej szczególną uwagę poświęcił Sąd Najwyższy w przywołanym już kilkakrotnie wyroku z 16 kwietnia 2004 r. (I CK 495/03). Czytamy w nim między innymi, iż zgodę jako rodzaj zezwolenia traktuje się w sposób zbliżony do oświadczeń woli, z tym że może być ono cofnięte: „Motywy tego sprzeciwu nie są decydujące dla jego skuteczności, skoro decydowanie o wykorzystaniu dobra osobistego należy do uprawnionego”. W sprawie tej, co ciekawe, nie doszło do zawarcia, typowej dla sytuacji udzielania wywiadów dla magazynów kobiecych, umowy na wykorzystanie wizerunku, a zgoda na pozwanie oraz późniejsza autoryzacja zdjęć dotyczyła ich wykorzystania jako ilustracji do artykułu, nie było zaś mowy o okładce. W świetle ustaleń i opinii sądów przyzwolenie to zostało zresztą skutecznie cofnięte³⁸.

Art. 24 kodeksu cywilnego chroni nie tylko przed bezprawnym naruszeniem wizerunku, ale także przed jego zagrożeniem. Kwestii tej dotyczyły rozważania zawarte w orzeczeniu Sądu Najwyższego z 3 września 1998 r.³⁹ Zdaniem sądu okoliczności, na tle których doszło do wytoczenia powództwa, są niesporne. Do domu powoda – artysty rzeźbiarza, przybyła dziennikarka wraz z redakcyjnym fotografem. Wykonał on 14 zdjęć przedstawiających powoda w otoczeniu rzeźb jego autorstwa. Fotografie miały stanowić ilustrację do przygotowywanego o powodzie materiału prasowego. Dziennikarka nie zapewniła jednak powoda, że arty-

kuł wraz ze zdjęciami, na których także on się znajduje, zostanie na pewno wydrukowany. Do publikacji istotnie nie doszło, a mężczyzna wystąpił o ochronę prawa do wizerunku, zagrożenia dla tego dobra upatrując w fakcie pozostawiania zdjęć w archiwum redakcji. Zdaniem Sądu Najwyższego, brak jest podstaw do takiego twierdzenia. Art. 81 ustawy o prawie autorskim wymaga zgody na rozpowszechnianie wizerunku. Dowody wskazywały, że została ona udzielona – powód zgodził się na publikację przedstawiających go zdjęć jedynie razem z artykułem. Zatem opublikowanie ich w innym kontekście stanowiłoby naruszenie prawa powoda do wizerunku. Ponieważ jednak do publikacji nie doszło, nie ma mowy o naruszeniu prawa do wizerunku, a

z samego faktu pozostawiania zdjęć w archiwum redakcji nie wynika zagrożenie naruszenia prawa powoda do wizerunku przez opublikowanie przedstawiających go zdjęć w okolicznościach nie objętych jego zgodą. [...] Zagrożenie naruszenia dobra osobistego wymaga skonkretyzowania. Ogólnikowe wskazanie hipotetycznej jedynie możliwości naruszenia danego dobra nie wystarcza.

Pozostałe okoliczności wyłączające bezprawność rozpowszechniania wizerunku

W jednym z orzeczeń Sądu Najwyższego czytamy: „opublikowanie zdjęcia w prasie może stanowić naruszenie prawa do wizerunku. Publikacja fotografii określonej osoby jest dopuszczalna tylko za jej zgodą”⁴⁰. Teza ta wyraża ogólną zasadę, od której przewidziano wyjątki, przede wszystkim w art. 81 ust. 2 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. W istocie stanowią one kompromis między omawianą wartością a obywatelskim prawem do informowania, urzeczywistnianym za pośrednictwem środków masowej komunikacji. Podobny charakter ma regulacja zawarta w art. 13 prawa

³⁷ Wniosek taki można sformułować na podstawie przywoływanego wcześniej wyroku Sądu Najwyższego z 16 kwietnia 2004 r., I CK 495/03, dotyczącego publikacji zdjęcia na okładce czasopisma „Marie Claire”.

³⁸ Patrz na ten temat polemicznie T. Grzeszak, *Gwiazda na okładce*, „Glosa” 2005, nr 1, s. 63–64.

³⁹ I CKN 818/87, „Orzecznictwo Sądu Najwyższego”. Izba Cywilna 1999, nr 1, poz. 21.

⁴⁰ Wyrok Sądu Najwyższego z 26 stycznia 1982 r., I CR 411/81, LEX nr 8392.

prasowego. Prawo do informacji to jednak nie jedyna racja, która przemawia za tym, aby ustawodawca przewidział i inne sytuacje dopuszczające rozpowszechnienie wizerunku bez zgody portretowanego. Należą do nich nadto przypadki przewidziane ustawą o sporcie kwalifikowanym oraz ustawą o Policji.

Bezspornie, mówiąc o okolicznościach wyłączających bezprawność naruszenia wizerunku, należy rozpocząć od regulacji pomieszczonej w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Pierwsza, określona w art. 81 okoliczność, z którą nie wiąże się konieczność uzyskiwania zgody portretowanego, dotyczy osób powszechnie znanych, o ile wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nie funkcji publicznych, w szczególności: politycznych, społecznych czy zawodowych. W doktrynie dość często podkreśla się, iż pojęcie „osoby powszechnie znanej” nie jest wystarczająco precyzyjne; istotna rola przypadać więc będzie w tym zakresie orzecznictwu. Na podstawie istniejących rozstrzygnięć można pokusić się o tezę, iż orzecznictwo podążyło drogą wskazaną przez Bartę i Markiewicza, którzy, formułując swój pogląd w tej materii w roku 1995, nie wykluczali, iż sądy będą dokonywać relatywizacji, mając na uwadze krąg odbiorców rozpowszechnionego wizerunku⁴¹. W konsekwencji akceptacja tego stanowiska miała oznaczać, iż umieszczenie w prasie lokalnej zdjęcia osoby powszechnie znanej na danym obszarze pozostaje w granicach dozwolenia, ale już opublikowanie go w gazecie o zasięgu ogólnopolskim może stanowić bezprawną ingerencję⁴². Należy też dodać, iż pojęcie „osoba powszechnie znana” nie jest synoni-

miczne wobec pojęcia „funkcjonariusza publicznego” czy „osoby pełniącej funkcję publiczną”. Zakresy pojęciowe tych terminów mogą, ale nie muszą się pokrywać⁴³. W szczególności osobą powszechnie znaną są funkcjonariusze tacy jak Prezes Rady Ministrów czy Marszałek Sejmu, wiele innych jednak nie jest znanych szerszej opinii publicznej. Podobnie część aktorów czy sportowców niebędących funkcjonariuszami publicznymi jest powszechnie znana. W jednym z wyroków Sądu Najwyższego czytamy, iż

w wyniku realizacji zadań przez związki sportowe członkowie kadry narodowej mogą występować w reprezentacji kraju, przez co stają się osobami powszechnie znanymi, a dzięki temu ich wizerunki nie tylko nie doznają uszczerbku, ale przeciwnie, zyskują na popularności⁴⁴. [W innym zaś], że do osób powszechnie znanych można zaliczyć takie osoby, które wprost lub w sposób dorozumiany godzą się na podawanie do publicznej wiadomości wiedzy o swoim życiu, w tym także osoby prowadzące działalność gospodarczą lub społeczną. Są to osoby, które uczestniczą w życiu publicznym. Uczestnictwem w życiu publicznym jest branie udziału w charakterze eksperta w posiedzeniach komisji sejmowych, skoro relacje z takich posiedzeń przekazywane są do publicznej wiadomości⁴⁵.

Ten ostatni wyrok zdaje się sugerować, iż pojęcie „osoby powszechnie znanej” może podlegać interpretacji rozszerzającej w związku z wykonywaną aktywnością publiczną.

Do tego, aby można było udostępnić szerszemu gronu wizerunek osoby powszechnie znanej, konieczne jest nadto spełnienie dodatkowych

⁴¹ Patrz na ten temat: *Komentarz do ustawy...*, s. 387–388. Por.: J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 206. Dopuszcza on rozpowszechnienie takiego wizerunku także w prasie centralnej, oczywiście przy spełnieniu pozostałych kryteriów przewidzianych w art. 81 ust. 2 pr. aut.

⁴² Tak *Komentarz do ustawy...*, s. 387–388 oraz J. Barta, R. Markiewicz, *Media a dobra osobiste*, Warszawa 2009, s. 110. Patrz także wyrok Sądu Najwyższego z 12 września 2001 r. V CKN 440/00; OSNC 2002, nr 5, poz. 68; wyrok sądu apelacyjnego w Poznaniu z 30 kwietnia 2008 r., I ACa 245/08, LEX nr 466419.

⁴³ Wyrok Sądu Najwyższego z 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, „Orzecznictwo Sądu Najwyższego”. Izba Cywilna 2010, nr 7/8.

⁴⁴ Wyrok Sądu Najwyższego z 5 czerwca 2009 r., I CSK 465/08, LEX nr 510611.

⁴⁵ Tak: J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 207. W sytuacji tego rodzaju zachodzi bowiem przesłanka bezpośredniego związku między sferą prywatną a wspomnianą działalnością, która zgodnie z art. 14 ust. 6 prawa prasowego wyłącza bezprawność naruszenia prawa do prywatności.

przesłanek. Pierwszą z nich jest to, aby podobna przedstawiała wspomnianą osobę w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych czy zawodowych. Tym samym rozwiązanie to wyklucza publikację zdjęć bez zgody uprawnionego między innymi w warunkach objętych sferą prywatności. W nauce zgłaszane są jednak postulaty, aby ze względu na jawność życia publicznego dopuszczać publikacje wizerunków osób powszechnie znanych także wtedy, gdy nie występują one w charakterze osób urzędowych (ale z wykluczeniem sytuacji intymnych)⁴⁶. Zatem samo ustalenie, iż jakaś osoba jest powszechnie znana, nie stanowi wystarczającej podstawy do tego, aby opublikować jej podobiznę. Ustawodawca wyraźnie stanowi, iż wizerunek ma być wykonany w związku z pełnioną przez ten podmiot funkcją publiczną. W każdym przypadku należy rozważyć, czy zostały spełnione obydwie przesłanki, unikając w tej kwestii nadmiernego generalizowania. Na tym tle ciekawy pozostaje wyrok Sądu Najwyższego z 12 września 2001 r. (V CKN 440/00)⁴⁷ zapadły na kanwie następującej sprawy. W jednej z gazet, obok artykułu zatytułowanego *Co chce prezes ukryć przed spółdzielcami*, zamieszczono zdjęcia prezesa spółdzielni mieszkaniowej. Wizerunek powoda (opublikowany bez jego zgody) stanowił fragment wykonanej przed laty fotografii, na której był on uwidoczniiony w towarzystwie dwóch innych mężczyzn podczas dostępnego dla prasy posiedzenia Komitetu Obywatelskiego „Solidarność”. Dla Sądu Najwyższego kwestią podstawową było rozważenie, czy w przedmiotowej sprawie nie zachodzi jedna z okoliczności wyłączających bezprawność, a konkretnie, czy zdjęcie nie zostało wykonane osobie powszechnie znanej w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych (art. 81 ust. 2 pkt 1 pr. aut.). Zdaniem sądu

krąg osób powszechnie znanych zależał będzie od takich okoliczności, jak sprawowanie – na

różnych szczeblach – funkcji politycznych, społecznych, zawodowych, popularności poza własnym środowiskiem ze względu na działalność zawodową, sportową, amatorską. Nie jest też wykluczone, wiązanie „powszechnego znania” danej osoby z kręgiem odbiorców, do których adresowana jest forma rozpowszechniania wizerunku, np. gazeta lokalna. Są zatem różne zakresy pojęcia „powszechnego znania”, związane z jednej strony z terytorium, na którym żyją ludzie, znający określoną osobę [...], a z drugiej – z rodzajem funkcji publicznej, pełnionej przez tę osobę.

W konkluzji sąd doszedł do przekonania, iż powód jako prezes Spółdzielni Mieszkaniowej, w zasobach której mieszka połowa miasta, jest osobą powszechnie znaną dla odbiorców gazety, w której opublikowano zdjęcie. Organ orzekający nie odnalazł jednak drugiej, koniecznej przesłanki kontratypu. Z okoliczności sprawy jednoznacznie wynika, iż zdjęcia nie wykonano w związku z pełnieniem przez powoda funkcji prezesa Spółdzielni (dzięki której stał się osobą powszechnie znaną i z którą związany był artykuł), a zrobiono je wiele lat wcześniej, w czasach, kiedy był członkiem Prezydium Komitetu Obywatelskiego „Solidarność”. Wobec niespełnienia kolejnego, ustawowego wymogu, publikację, zdaniem Sądu Najwyższego, należało więc uznać za bezprawną. Na wyrok ten powoływał się pozwany wydawca, w procesie o naruszenie prawa do wizerunku, innego prezesa spółdzielni mieszkaniowej, podnosząc, iż także ten prezes, *per analogiam*, jak w poprzedniej sprawie, jest osobą powszechnie znaną. Sąd apelacyjny w Poznaniu w wyroku z 30 kwietnia 2008 r. (I ACA 245/08)⁴⁸ pogląd ten uznał za nietrafny. Czytamy w nim:

powoda, jako prezesa zarządu Spółdzielni Mieszkaniowej „K” w Z. nie można uznać za osobę powszechnie znaną w rozumieniu powołanego przepisu [tj. art. 81 ust. 2 pkt 1 pr. aut.] w sytuacji, gdy kierowana przez niego spółdzielnia

⁴⁶ OSNC 2002/5/68.

⁴⁷ LEX nr 466419.

⁴⁸ Tak: *Komentarz do ustawy...*, s. 388; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 12; E. Wojnicka, *Ochrona autorskich...*, s. 116.

jest jedną z wielu spółdzielni mieszkaniowych na terenie miasta.

Dalej sąd podkreśla, iż pozwany wydawca, powołując się na wyrok Sądu Najwyższego z 12 września 2001 r.

pomija fakt, że pogląd ten został odniesiony do osoby, która pełniła funkcję w jedynej spółdzielni na terenie miasta, do której bez mała należała połowa jego mieszkańców. Tymczasem w niniejszej sprawie jak to już wykazano wyżej powód jest prezesem jednej z wielu spółdzielni mieszkaniowych położonych na terenie dużego miasta. Skarżący pomija nadto fakt, że opublikowany wizerunek nie został wykonany w związku z pełnioną przez niego funkcją prezesa.

Kolejne, ostatnie już kryterium rozpowszechniania wizerunku osoby powszechnie znanej bez jej zgody stanowi informacyjny cel publikacji. Warunek ten nie jest wprawdzie zapisany w ustawie, ale zdaniem przedstawicieli doktryny wynika z wykładni celowościowej omawianej regulacji⁴⁹. W konsekwencji jego brak (nawet przy zaistnieniu pozostałych przesłanek) skutkować będzie bezprawnością wszelkich działań, które wiążą się z rozpowszechnianiem podobizny osoby powszechnie znanej, zwłaszcza jeśli wizerunek wykorzystano dla celów czysto handlowych czy reklamowych⁵⁰. Dzisiaj podejście to, w związku z dokonującą się komercjalizacją dóbr osobistych, zyskuje coraz bardziej na znaczeniu⁵¹.

Podobnie sytuacja kształtuje się w odniesieniu do drugiej z okoliczności wyłączających bezprawność naruszenia, wskazanej w art. 81 ust. 2 pr. aut. Zgodnie z przywołaną regulacją, zezwolenia nie wymaga upublicznienie podobizny osoby stanowiącej jedynie szczegół łałości,

takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza. Biorąc pod uwagę działalność mediów zajmujących się relacjonowaniem i sprawozdawczością różnego rodzaju wydarzeń, rozwiązanie to wydaje się całkowicie oczywiste i uzasadnione. Trzeba jednak pamiętać o dwóch warunkach. Pierwszym z nich jest to, aby osoba znajdująca się na fotografii rzeczywiście stanowiła fragment jakiegoś szerszego spektrum, co wyklucza takie zabiegi, jak kadrowanie⁵², wyeksponowanie czy powiększenie podobizny. Na pewno jednak realizacja tego zapisu nie wymaga przedstawienia postaci w sposób całkowicie uniemożliwiający jej rozpoznanie. Wracając do sprawy, już wyżej przywołanej, związanej z publikacją wizerunku skazanego, osadzonego w zakładzie karnym, sąd apelacyjny w Warszawie podkreślił, iż twarz

powoda właśnie ze względu na 10 sekundowe zbliżenie nie może być uznana za element krajobrazu, szczegół łałości. Nie była ona bowiem fragmentem tła ilustrującego funkcjonowanie zakładu karnego, jak np. oddalone zdjęcie okien więziennych czy ogólny rzut na dziedziniec, na którym przebywaliby w tym momencie osadzeni. Stanowiła podkład filmowy odnoszący się do treści reportażu i specjalnie w tym celu wyeksponowany. Takie ujęcie twarzy powoda za kratami nie jest efektem działalności dokumentalnej, sprawozdawczej, czy informacyjnej. Powód nie został sfilmowany niejako przy okazji utrwalenia, np. akcji ratunkowej, pracy zakładu karnego, szpitala, czy krajobrazu przyrody – jako element, który trudno byłoby pominąć, ale jako osoba osadzona w tym konkretnym zakładzie karnym⁵³.

Drugą przesłankę stanowi informacyjne lub artystyczne przeznaczenie wizerunku⁵⁴. Tezę tę wyraźnie potwierdził sąd apelacyjny w Warszawie w wyroku z 13 stycznia 1999 r.⁵⁵,

⁴⁹ Patrz: wyrok Sądu Najwyższego z 27 kwietnia 1977 r., I Cr 127/77, niepublikowany.

⁵⁰ Patrz na ten temat: M. Czajkowska-Dąbrowska, *Glosa do wyroku...*; T. Grzeszak, *Glosa do wyroku...*; tejsze, *Reklama...*

⁵¹ T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 12; J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 209–210. Patrz także wyrok Sądu Najwyższego z 12 września 2002 r., V CKN 440/00.

⁵² Wyrok Sądu Najwyższego z 26 listopada 2003 r., VI ACa 348/03.

⁵³ Patrz: T. Grzeszak, *Glosa do wyroku...*, s. 318 oraz tejsze, *Reklama...*, s. 12.

⁵⁴ I ACa 1089/98, „Wokanda” 2000, nr 3.

⁵⁵ Patrz: T. Grzeszak, *Glosa do wyroku...*, s. 318.

podkreślając, iż nawet wtedy, gdy osoba stanowi szczegół całości, zezwolenie będzie konieczne, jeśli wizerunek wykorzystuje się nie w celach informacyjnych, a jako czołówkę programu (zresztą wykonaną przez firmę zewnętrzną wobec emitującego audycję). W tym kontekście niezrozumiale wydaje się, przywołane uprzednio, orzeczenie sądu apelacyjnego w Łodzi z 28 sierpnia 1996 r., w którym uznano, iż użycie w celach reklamowych wizerunku osoby stanowiącej szczegół całości mieści się w granicach dozwolenia przewidzianego art. 81 ust. 2 pr. aut.⁵⁶

Art. 81 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych jest powszechnie przyjmowany jako podstawowy zapis regulujący dopuszczalne wyjątki, uprawniające do dozwolonego rozpowszechnienia wizerunku osoby portretowanej. Nie jest to jednak jedyna regulacja, jaką w kontekście omawianego tematu powinno się przywołać. Podobne znaczenie ma bowiem art. 13 ustawy o prawie prasowym, który w ust. 3 na ręce prokuratora prowadzącego postępowanie przygotowawcze lub sądu prowadzącego postępowanie sądowe przekazuje możliwość udzielenia zgody na publikację wizerunku podejrzanego lub oskarżonego, tworząc tym samym kolejną okoliczność wyłączającą bezprawność naruszenia wizerunku⁵⁷. Przepis ten stanowi bowiem uzupełnienie listy sytuacji, w których, przy braku zgody osoby przedstawionej na wizerunku, publikacja jest legalna. Racje przemawiające za wprowadzeniem tego, kolejnego już wyjątku, od ogólnej reguły zakładającej zakaz publikacji wizerunku bez zezwolenia portretowanego, nie ograniczają się do celu informacyjnego publikacji. Mają też związek z dobrem wymiaru sprawiedliwości, niekiedy bowiem, zwłaszcza na etapie postępowania przygotowawczego, opublikowanie zdjęcia podejrzanego może być pomocne w ustaleniu świadków czy kolejnych ofiar.

Szczególny charakter mają także regulacje zawarte w ustawie o Policji, odnoszące się do wykonywania i umieszczania w tzw. albumach policyjnych zdjęć sygnalitycznych – utrwalających podobizny podejrzanych⁵⁸ oraz zapisy zawarte w ustawie o sporcie kwalifikowanym⁵⁹. Ten ostatni akt normatywny w art. 33 ust. 1 zawiera następujący zapis:

członek kadry narodowej udostępnia na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez regulaminy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danej dyscyplinie sportu. Z ustępu drugiego wynika zaś, iż zawodnik przed zakwalifikowaniem do kadry narodowej wyraża zgodę na rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju w rozumieniu art. 81 ust. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Wykładnia cytowanego przepisu stała się przedmiotem rozważań Sądu Najwyższego w wyroku z 16 grudnia 2009 roku (I CSK 160/09)⁶⁰ wydanym w związku ze sporem między piłkarzem wchodzącym w skład reprezentacji polski a Telewizją Polską, która wykorzystała jego wizerunek do kampanii reklamowej własnych produktów, na mocy umowy zawartej między Telewizją Polską a Polskim Związkiem Piłki Nożnej. Zdaniem sądu

ze spełnieniem hipotezy tego przepisu, tj. zakwalifikowaniem zawodnika do kadry narodowej, ustawodawca powiazał powstanie na rzecz polskiego związku sportowego prawa do wykorzystania wizerunku kadrowicza w stroju reprezentacji kraju. Treścią tego prawa jest więc możliwość samodzielnego wykorzystywania przez polski związek sportowy wizerunku zawodnika w stroju reprezentanta do własnych ce-

⁵⁶ Szerzej na ten temat M. Łoszevska-Ołowska, *Relacje prasowe z przebiegu procesu karnego – wybrane aspekty prawne*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 2, s. 129 i n.

⁵⁷ Patrz na ten temat wyrok Sądu Najwyższego z 4 czerwca 2003 r., I CKN 480/01, LEX nr 137619.

⁵⁸ Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r., Dz.U. 2005, nr 155, poz. 1298 ze zm.

⁵⁹ LEX nr 566088.

⁶⁰ Por. J. Barta, R. Markiewicz, *Media a dobra...*, s. 113–114.

łów gospodarczych. Korelatem tego uprawnienia jest obowiązek znoszenia przez kadrowicza sytuacji, w której jego wizerunek w stroju reprezentanta kraju może być przedmiotem wykorzystania przez jego federację sportową na zasadach wyłączności.

Dalej czytamy, iż

udostępnianie wizerunku jest czymś więcej niż wyrażeniem zgody w rozumieniu art. 81 pr. aut., zatem wola zawodnika przynależności do reprezentacji kraju jest równoznaczna z jego zgodą na wykorzystanie wizerunku w granicach określonych w art. 33 ust. 1 ustawy [o sporcie kwalifikowanym]. Z wykładni językowej tego przepisu wynika, że zawodnik udostępnia na zasadach wyłączności polskiemu związkowi sportowemu, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju, przy czym zakres jego wykorzystania ustawodawca pozostawił do określenia związkowi sportowemu w wewnętrznych aktach organizacyjnych. Oznacza to, że zawodnik nie może bez zgody polskiego związku sportowego upoważnić osób trzecich do wykorzystywania wizerunku w stroju reprezentacyjnym.

Ten obszerny cytat pozwala na wyprowadzenie kilku wniosków. Po pierwsze – wraz z przynależnością do reprezentacji powstaje domniemanie zgody na wykorzystanie wizerunku w stroju reprezentacyjnym. Jeśli nawet kwestie te nie są regulowane aktem powołania do reprezentacji, taki wniosek Sąd Najwyższy wyprowadza z treści art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym. Po drugie – zgoda na publikację, tożsama ze zgodą na bycie członkiem kadr narodowej, nie wymaga żadnej formy szczególnej i odrębności w zakresie jej wyrażania. Po trzecie – przepis ten dotyczy jedynie wizerunku zawodnika, będącego członkiem reprezentacji, w stroju reprezentacji. Po czwarte – eliminuje możliwość sprzeciwu zawodnika w zakresie dysponowania jego wizerunkiem we wspomnianym stroju. Analizując treść przywołane-

go przepisu, można zastanawiać się, czy stanowi on kolejną okoliczność wyłączającą bezprawność naruszenia wizerunku. Niezależnie od zajętego stanowiska w tej materii, bezsprzecznie rozszerza on krąg sytuacji, w których pomimo braku jednoznacznie wyrażonej zgody osoby portretowanej prawo pozwala na rozpowszechnienie jej wizerunku i to także w celach typowo gospodarczych⁶¹.

Podsumowując te niekiedy wybiórcze uwagi na temat tego, czym jest wizerunek i jakie okoliczności uchylają bezprawność jego rozpowszechnienia (zwłaszcza zaś publikacji), należy zwrócić uwagę na sam, dość skomplikowany, sposób postrzegania tego szczególnego dobra osobistego. Choć stanowi on wartość stwarzającą stosunkowo najmniejsze problemy definicyjne (w zestawieniu z innymi dobrami osobistymi), są to jednak pozory. Dobro to możemy bowiem postrzegać w kilku dość charakterystycznych aspektach. *Sensu stricto* – wizerunek stanowi rozpoznawalną podobiznę danej osoby fizycznej i w takim też znaczeniu był on traktowany w niniejszej publikacji. *Sensu lato* – bywa on utożsamiany z renomą, dobrą sławą, czyli z innym dobrem osobistym, jakim jest cześć człowieka. Ten sposób posługiwania się analizowanym terminem pozostaje właściwy dla języka potocznego i innych niż prawo dziedzin nauki.

Jeśli z pojęciem wizerunku utożsamiamy rozpoznawalną podobiznę danej osoby fizycznej, to ochronę można ograniczyć wyłącznie do sytuacji, kiedy zawiera ona rozpoznawalne rysy twarzy (czy sylwetki), ale też można spojrzeć na to szerzej i uznać, iż ochroną objęte jest wszystko to, co służy identyfikacji osoby i ma związek nie tylko z jej wyglądem, ale też sposobem poruszania się, mimiką twarzy, gestami itp.

W końcu, mówiąc o wizerunku, musimy sobie zdawać sprawę z tego, iż z jednej strony jest to samodzielnie chronione dobro, doznające uszczerbku różnorakimi publikacjami, bez

⁶¹ Patrz między innymi wyrok Sądu Najwyższego z 16 kwietnia 2004 r., I CK 495/03.

⁶² Patrz między innymi wyrok Sądu Najwyższego z 4 stycznia 2008 r., I CSK 319/07, wyrok Sądu Najwyższego z 8 stycznia 2004 r., I CK 40/03, wyrok sądu apelacyjnego w Poznaniu z 30 kwietnia 2008 r. (I ACa 245/08).

związku z naruszaniem innych wartości⁶², z drugiej zaś – fakt samego naruszenia prawa do wizerunku (poprzez publikację zdjęcia bez zgody przedstawianego podmiotu) schodzi niekiedy na plan dalszy w sytuacjach, w których zdjęcie jest tym, co odsłania personalia (jest jak podanie imienia i nazwiska w formie graficznej), ale istotę naruszenia prawa stanowi rozbudowana reszta publikacji lub nawet krótki komentarz o charakterze pomawiającym lub ingerującym w prywatność⁶³. W takich sytuacjach, gdyby nie zdjęcie, mogłoby niekiedy, z braku identyfikacji, nie dojść do naruszenia dobrego imienia konkretnego podmiotu. Powodowie, występując wówczas do sądów, zwykle na kwestię naruszenia prawa do wizerunku zwracają uwagę w dalszej kolejności, skupiając się przede wszystkim na naruszeniu czci. Po wtóre – bywa też niekiedy tak, że sama fotografia zawiera treść, która ma charakter dyskredytujący lub ingerujący w prywatność. Obraz służy zatem zilustrowaniu np. okoliczności z życia osobistego lub rodzinnego, stanowiąc płaszczyznę, za pośrednictwem której uszczerbku doznają pozostałe wartości. Oglądając fotografię, ocenia się, czy to, co na niej jest przedstawione, stanowi naruszenia innych jeszcze dóbr. Może więc to być cykl zdjęć, właściwie pozbawiony komentarza.

Niniejsza publikacja nie wyczerpuje niezwykle bogatej problematyki związanej

z ochroną wizerunku w polskim prawie i orzecznictwie sądów krajowych. Jest jedynie próbą odniesienia się do kilku, istotnych z punktu widzenia ochrony tego dobra, kwestii. Między innymi, poza zakresem rozważań pozostało istotne zagadnienie szczególnego statusu wykorzystywanych w kampaniach wyborczych wizerunków polityków. Celem opracowania było przede wszystkim przedstawienie tego, jak postrzegane (definiowane) jest to dobro, co stanowi jego naruszenie, czym jest zgoda i jakie inne okoliczności mogą usprawiedliwiać sięgnięcie po cudzy wizerunek bez obawy naruszania prawa. Kwestie te nie mogą być omawiane z pominięciem, jakże istotnego, ale niekiedy zawierającego sprzeczności, orzecznictwa sądów polskich. Stąd też uwaga została skupiona w głównej mierze na aktualnym dorobku judykatury. Warto też podkreślić, iż w omawianej dziedzinie zyskiwać będzie coraz bardziej na znaczeniu postępująca komercjalizacja prawa do wizerunku, związana z możliwościami jego gospodarczej eksploatacji. Problem ten nie został może dostatecznie mocno wyeksponowany w opracowaniu, co nie oznacza umniejszania jego rangi na tle analizowanego tematu. Poza obszarem rozważań pozostała też kwestia roszczeń zgłaszanych przez podmioty, których prawo do wizerunku zostało naruszone.

◀||| Prawo do wizerunku w nauce i orzecznictwie sądów polskich – analiza wybranych problemów

The right to the image in the doctrine and jurisprudence of Polish courts: analysis of selected problems

Maria Łoszevska-Ołowska

SŁOWA KLUCZOWE

wizerunek, podobizna, rozpowszechnianie, zgoda, osoba powszechnie znana, szczegół większej całości

KEY WORDS

image, representation, dissemination, consent, well-known person, detail of a larger whole

STRESZCZENIE

Wizerunek to jedno z dóbr osobistych w szczególności narażone na naruszenia nie tylko w toku działalności prasowej, ale też i reklamowej. Sposób definiowania tego pojęcia jest zasługą zarówno nauki, jak i orzecznictwa. Podobnie rzecz się ma, gdy chodzi o określanie warunków, jakie spełniać ma zgoda, uchylająca bezprawność rozpowszechnienia podobizny oraz innych okoliczności usprawiedliwiających publikację wizerunku pomimo braku przyzwolenia osoby portretowanej. Artykuł, ukazując prawo w działaniu i opierając się na rozstrzygnięciach sądów, określa granice prawa do wizerunku i wyznacza zakres jego dozwolonej eksploatacji.

ABSTRACT

The image is one of the personal rights particularly vulnerable to violations in the course of both the press activity and advertising actions. The manner in which this concept is defined stems from the attainments of the doctrine and jurisprudence. On the basis of the aforementioned sources, the legislator has determined the conditions that must be met by the institution of consent repealing unlawful dissemination of image and other circumstances justifying the publication of image, despite the lack of consent of the person portrayed. The article, presenting various legal measures and relying on decisions of the courts, indicates the boundaries of the right to the image and determines the acceptable scope of its use.

„Śledztwo dziennikarskie” a odpowiedzialność dziennikarza za naruszenie tajemnicy postępowania przygotowawczego

Michał Zaremba

Dyskusja dotycząca odpowiedzialności karnej dziennikarzy zdominowana jest przez problematykę związaną z przestępstwem zniesławienia. Ten czyn zabroniony jest też najlepiej znany środowisku dziennikarskiemu. Od czasu do czasu środki masowego przekazu przypominają jednak o istnieniu innego rodzaju przestępstw popełnianych materiałem prasowym. Dzieje się tak najczęściej wtedy, gdy problem ten dotknie konkretnego dziennikarza. Takim mniej znanym przestępstwem jest na przykład czyn przewidziany w art. 241 k.k., polegający na rozpowszechnieniu wiadomości z postępowania przygotowawczego, zanim zostały one ujawnione w procesie (§ 1) lub na rozpowszechnieniu wiadomości z niejawnego rozprawy sądowej (§ 2). W ostatnich latach media ogólnopolskie wspominały o tym przepisie głównie w związku z relacjonowaniem postępowania przeciwko Krzysztofowi Skórzyńskiemu z TVN24 i Mariuszowi Gierszewskiemu z Radia ZET, którym krakowska prokuratura zarzuciła ujawnienie protokołu ze śledztwa. Postępo-

wanie przeciwko dziennikarzom zakończyło się ostatecznie umorzeniem z uwagi na znikomą szkodliwość społeczną¹. Inną sprawą, może mniej nagłośnioną, ale bardziej znamioną, była sprawa dziennikarza tygodnika „Fakty i Mity” Marka Szenborna, który w artykule *Troska ze szczególnym okrucieństwem* ujawnił szczegóły zabójstwa księdza w Blachowni. Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia 19 kwietnia 2010 r. umorzył warunkowo postępowanie karne przeciwko oskarżonemu, stwierdzając w ustnym uzasadnieniu, iż czyn Szenborna obiektywnie wypełnił znamiona przestępstwa z art. 241 k.k., mimo że w czasie procesu prokuratura nie wykazała, aby publikacja oskarżonego rzeczywiście zaszkodziła prowadzonemu postępowaniu przygotowawczemu czy też naruszyła interes osobisty sprawcy zbrodni².

Pod wpływem takich doniesień i związanej z nimi presji opinii publicznej i środowisk medialnych, a także Fundacji Helsińskiej³, Ministerstwo Sprawiedliwości przygotowało założenia nowelizacji art. 241 § 1 k.k.⁴, przewidu-

¹ *Dziennikarze Krzysztof Skórzyński i Mariusz Gierszewski wreszcie mogą odetchnąć sobie z ulgą*, „Gazeta Wyborcza” 19.03.2010.

² Zdaniem sądu mogła ona nawet przysłużyć się sądowi rozpatrującemu sprawę zabójstwa, por. *M. Szenborn – ujawnienie tajemnicy śledztwa*, www.hfhrpol.pl/waw.pl/obserwatorium/index.php?option=com_content&view=article&id=2193&Itemid=105 [dostęp: 14.10.2011].

³ *Stanowisko Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka dotyczące postępowania wobec M. Gierszewskiego i K. Skórzyńskiego*, www.hfhr.org.pl/obserwatorium/images/Gierszewski%20i%20Skorzynski.pdf [dostęp: 14.10.2011].

⁴ *Założenia projektu ustawy o zmianie ustawy – kodeks karny (projekt z dnia 30 czerwca 2010 r.)*, s. 17.

jące jego liberalizację, tak by działania przysyłych naśladowców Skórzyńskiego, Gierszewskiego czy Szenborna mogły zostać uznane za w pełni legalne. Mimo iż ostatecznie propozycja ta została odrzucona przez rząd, zasługuje ona na odnotowanie jako ważny głos w debacie publicznej poświęconej odpowiedzialności prawnej prasy. Poza tym ministerialna inicjatywa stanowi też dobry pretekst do omówienia i podsumowania dotychczasowej praktyki stosowania wspomnianego przepisu karnego.

Przestępstwo ujawnienia tajemnicy postępowania w świetle dokumentów Rady Europy i orzecznictwie Europejskiego Trybunału w Strasburgu

Podstawowe znaczenie dla odpowiedzialności dziennikarzy za naruszenie tajemnicy śledztwa ma oczywiście art. 10 Europejskiej Konwencji Praw Człowieka, gwarantujący wolność ekspresji. Orzecznictwo zapadłe w związku ze stosowaniem tego przepisu w sprawach dotyczących ujawnienia takiej tajemnicy zostanie omówione poniżej. W tym miejscu wypada natomiast wspomnieć o dwóch niewiążących aktach Rady Europy, a mianowicie o deklaracji Komitetu Ministrów RE z 26 września 2007 r. o ochronie i wspieraniu dziennikarstwa śledczego oraz o rekomendacji Komitetu Ministrów RE z 10 lipca 2003 r. o relacjonowaniu przez media informacji o postępowaniach karnych. Pierwszy z tych dokumentów deklaruje poparcie Ministrów dla dziennikarstwa śledczego i nawołuje do chronienia dziennikarzy przed zarzutami o bezprawne pozyskanie lub ujawnienie informacji, które nie zasługują na prawną ochronę (pkt III ii). Z kolei rekomendacja przewiduje ogólne zasady dotyczące relacjonowania przebiegu postępowań karnych. Pierwsza z nich stwierdza, iż opinia publiczna winna być informowana o działalności wymiaru sprawiedliwości i organów ścigania. Wiąże się z tym swoboda relacjonowania i komento-

wania tej działalności przez media, jak i powinność przekazywania tych informacji przez wspomniane organy. Ograniczenia tej swobody i powinności wynikać mogą z domniemania niewinności oraz konieczności zagwarantowania tajemnicy śledztwa i właściwego przebiegu postępowania⁵. Natomiast Zasada VI wyraźnie wskazuje, że w przypadku długo trwających postępowań informacje o ważniejszych czynnościach winny być udostępniane regularnie. Rekomendacja nakazuje też rzeczywistą realizację prawa dziennikarzy do śledzenia rozpraw sądowych oraz wglądu do orzeczeń sądowych.

Wydaje się, że zasady zawarte w cytowanej rekomendacji mogą, na równi z przytoczonym poniżej orzecznictwem Trybunału Europejskiego, wpływać na ocenę, czy zasadne jest karanie dziennikarzy za ujawnienie „tajemnicy śledztwa”. Nie jest bowiem bez znaczenia, czy organy ścigania wywiązywały się ze wskazanych powyżej powinności informacyjnych, czy też stosowały embargo na informacje. Skutkiem takiego embargo musi być przecież, po pierwsze, zachęta do publikacji przecieków, po drugie, utrata przez śledczych kontroli nad zakresem ujawnianych informacji.

Po raz pierwszy Trybunał badał słuszność ukarania dziennikarza za ujawnienie zawartości akt postępowania karnego, rozpatrując sprawę *Tourancheau i July przeciwko Francji*. Skarżącymi w tej sprawie byli wydawca dziennika „Liberation” oraz dziennikarz tego pisma, który w swoich artykułach przedstawił okoliczności popełnienia przez parę nastolatków zabójstwa. Publikacje te zawierały, między innymi, cytaty z opinii biegłych oraz z innych dokumentów akt sądowych, spisane, jak twierdził autor, z notatek sporządzonych przez jedną z osób oskarżonych o zabójstwo. Tym samym, zdaniem francuskich sądów, doszło do popełnienia przestępstwa z art. 38 § 1 ustawy o wolności prasy, zakazującego rozpowszechnienia treści aktu oskarżenia i innych dokumentów z akt, zanim zostaną one zaprezentowane podczas jawnej rozprawy sądowej. W uzasadnieniu

⁵ Ciekawe jest, iż Zasada 10 różnicuje obowiązki informacyjne, w zależności od tego, czy w sprawie orzekają ławy przysięgłych i ławnicy, czy sędziowie zawodowi.

swojego wyroku z 24 listopada 2005 r. Trybunał uznał, iż skazanie wnioskodawców miało na celu zagwarantowanie praw oskarżonych do rzetelnego procesu (w tym domniemania niewinności) oraz zapewnienie wolnego od nacisków zewnętrznych funkcjonowania organów sądowych. Powołując się na wcześniejsze swoje orzeczenia, sąd strasburski podkreślił, iż dopuszczalne jest prowadzenie debaty na temat funkcjonowania wymiaru sprawiedliwości, w tym konkretnym przypadku jednak nie było interesu publicznego w relacjonowaniu tego procesu. Poza tym, zdaniem sędziów, sporna publikacja była jednostronna, ponieważ opowiadała się po stronie jednego z oskarżonych, obciążając drugiego. Skład sądzący odnotował też, iż zastosowany przepis karny nie zakazuje publikowania informacji na temat procesu, lecz jedynie dosłownego cytowania zawartości akt sprawy. Nie jest to więc ograniczenie zbyt daleko idące. Biorąc pod uwagę te okoliczności oraz stosunkowo łagodną sankcję (10 000 franków), czworo sędziów składu sądzącego uznało, iż w sprawie tej istniała społeczna przemożna potrzeba (*pressing social need*) ukarania skarżących, a więc nie doszło do naruszenia ich prawa do wolności wypowiedzi.

Pozostała trójka sędziów zgłosiła *votum separatum*, w którym, jak się wydaje trafnie, zakwestionowali oni główne tezy uzasadnienia takiego rozstrzygnięcia. Przede wszystkim stwierdzili, powołując się na postanowienia cytowanej powyżej rekomendacji Rady Europy, iż opinia publiczna miała prawo zaznajomić się z faktami dotyczącymi tej zbrodni. Poza tym autorzy zdania odrębnego wskazali, że skarżący zostali skazani na podstawie przepisu, który nie odnosi się do treści publikacji ani jej skutków. Tymczasem już w sprawie *Du Roy i Malaurie przeciwko Francji*⁶ Trybunał wyraził zastrzeżenia wobec regulacji o tak generalnym i absolutnym charakterze. Wybór takiej a nie innej podstawy prawnej skazania sprawił też, iż nie było potrzeby badania obiektywizmu publi-

kacji (który zresztą, zdaniem cytowanych sędziów, został dochowany). Ponadto, uwzględniając umiarkowany ton publikacji oraz upływ czasu między ich ukazaniem się a terminami rozpraw, było mało prawdopodobne, by teksty te zaszkodziły rzetelności procesu. Wreszcie, odwołanie się w tekście artykułów do treści źródeł zwiększało wiarygodność relacji.

Kolejna sprawa przed Trybunałem dotycząca ujawnienia dokumentów z akt śledztwa również dotyczyła Francji⁷, jednak w tym przypadku skarżący (autorzy książki) nie zostali ukarani na podstawie wspomnianego powyżej art. 38 § 1 ustawy o wolności prasy, ale na podstawie przepisu kodeksu karnego o przestępstwie paserstwa w formie świadomego odniesienia korzyści z przestępstwa (w tym przypadku przestępstwa ujawnienia tajemnicy służbowej i zawodowej). Zarzewiem konfliktu w tej sprawie była publikacja książki poświęconej głośnej aferze podsłuchowej, w której to książce zamieszczone zostały, między innymi, transkrypcje podsłuchów. Oskarżeni dziennikarze utrzymywali, iż materiały te krążyły w środowisku dziennikarskim jeszcze przed wszczęciem postępowania sądowego. Sądy francuskie przyjęły jednak, iż skarżący musieli wiedzieć, iż dokumenty te pochodziły z przestępstwa i, w konsekwencji, każdy z nich został skazany na karę grzywny w wysokości po około 7600 euro (dodatkowo zasądzono od nich solidarnie 7600 euro odszkodowania). Tak jak w poprzednio omówionej sprawie, Trybunał Europejski wskazał na konflikt między prawem opinii publicznej do wiedzy na temat funkcjonowania sądów oraz ochroną tychże przed naciskami i prawem oskarżonego do rzetelnego procesu. Tym razem jednak sędziowie nie tylko jednomyślnie uznali pierwszeństwo tej pierwszej wartości, ale nawet wskazali, że właściwe relacjonowanie procesów służy realizacji zasady publiczności rozprawy przewidzianej w art. 6 ust. 1 Konwencji⁸. Bezdyskusyjne było też dla składu sądzącego, że proces dotyczył zdarzeń,

⁶ Wyrok z 3.10.2000 r., § 35.

⁷ *Dupuis przeciwko Francji*, wyrok z 7.06.2007 r.

⁸ Z powołaniem na *Worm przeciwko Austrii*, wyrok z 29.08.1997 r., § 50.

które wywołały powszechne poruszenie i oburzenie w społeczeństwie francuskim. Istotny był również status skarżonego w sprawie – będącego osobą z bliskiego otoczenia prezydenta François Mitterranda. Poza tym wyrok skazujący w sprawie podsłuchowej zapadł dopiero po niespełna dziesięciu latach od publikacji książki, nie mogła więc mieć ona wpływu na prawa oskarżonego. Nie bez znaczenia był też fakt, iż opublikowane dane były już częściowo publicznie dostępne⁹. Wreszcie, wykraczając poza okoliczności tej konkretnej sprawy, Trybunał podkreślił, iż wymaga najwyższej uwagi ocena konieczności ukarania dziennikarzy, którzy, realizując swoją misję „psów łańcuchowych” demokracji, wykorzystują informacje uzyskane z naruszeniem tajemnicy postępowania karnego lub zawodowej¹⁰. Odwołując się do swoich wcześniejszych orzeczeń¹¹, organ ten przypomniał, że dziennikarze winni działać w dobrej wierze i na podstawie wiarygodnych i dokładnych źródeł, a książka skarżących spełniała te wymogi.

Ponownie zasadność powołania się w konkretnej sprawie na argumenty leżące u podstaw konstrukcji tajemnicy postępowania karnego rozważył Trybunał w sprawie *Campos przeciwko Portugalii*¹². Ten konkretny przypadek związany był z publikacją przez skazanego dziennikarza fragmentów aktu oskarżenia zarzucającego jednemu z polityków oszustwa podatkowe. Po pierwsze, sędziowie strasburscy nie podzielili stanowiska rządu portugalskiego, iż publikacja ta była w stanie utrudnić śledztwo, które na tym etapie nadal mogło zostać wznowione. W opinii Trybunału teza ta była

zbyt słabo uzasadniona, zwłaszcza że sąd portugalski wprost stwierdził, iż rozpowszechnienie dokumentu nie zaszkodziło temu postępowaniu. Większą wagę przywiązał sądzący skład do kwestii wpływu zachowania wnioskodawcy na rzetelność procesu. Jednak zdaniem sędziów, treść spornego artykułu nie podważała domniemania niewinności oskarżonego polityka, a jedynie prezentowała zarzuty prokuratorские. Poza tym, jak odnotowano w uzasadnieniu, w sprawie polityka orzekali sędziowie zawodowi, bardziej odporni na naciski niż ławnicy. Co bardzo istotne, Trybunał wprost odrzucił tezę rządu portugalskiego, iż dziennikarza obciąża też i to, że mógł odczekać z publikacją dokumentu do momentu, w którym ustawał z mocy prawa stan tajemnicy. Jak stwierdził skład sądzący, rolą dziennikarzy śledczych jest rzetelne informowanie opinii publicznej o problemach takich jak ten opisany w spornej publikacji, tak wcześnie jak tylko informacje owe wejdą w posiadanie dziennikarzy¹³, szczególnie jeśli dokumenty te stanowią źródło, na którym dziennikarze opierają swoje twierdzenia¹⁴. Biorąc pod uwagę wszystkie zaprezentowane powyżej okoliczności, nie może dziwić, że sędziowie strasburscy jednomyślnie przyznali rację skarżącemu dziennikarzowi.

Niemal dwa lata po wydaniu wyroku w sprawie *Campos przeciwko Portugalii* Trybunał miał okazję ponownie rozstrzygnąć sprawę wnioskodawcy z tego kraju skazanego za to samo przestępstwo¹⁵. I tym razem powodem skazania była publikacja dotycząca polityka, jednak teraz chodziło o zarzut molestowania seksualnego. Postępowanie w tej sprawie zo-

⁹ Z powołaniem na wyroki w sprawach *Weber przeciwko Szwajcarii* (wyrok z 22.05.1990 r., § 51) oraz *Vereniging Weekblad Bluf! przeciwko Holandii* (wyrok z 9.02.1995 r., § 41).

¹⁰ § 46 (“The Court further considers that it is necessary to take the greatest care in assessing the need, in a democratic society, to punish journalists for using information obtained through a breach of the secrecy of an investigation or a breach of professional confidence when those journalists are contributing to a public debate of such importance and are thereby playing their role as »watchdogs« of democracy.”).

¹¹ Wyrok z 27.03.1996 r., sprawa *Goodwin przeciwko Zjednoczonemu Królestwu*, § 39; wyrok z 21.01.1991 r., sprawa *Fressoz i Roire przeciwko Francji*, § 54; wyrok z 25.06.2001 r., sprawa *Colombani i inni przeciwko Francji*, § 65.

¹² Wyrok z 24.04.2008 r.

¹³ Z powołaniem na sprawę *Cumpănă Mazăre przeciwko Rumunii*, wyrok z 17.12.2004 r., § 96.

¹⁴ Z powołaniem na sprawę *Dupuis przeciwko Francji*, § 46.

¹⁵ Sprawa *Laranjeira Marques da Silva przeciwko Portugalii*, wyrok z 19.01.2010 r.

stało umorzone, co sprowokowało dziennikarza do zamieszczenia krytycznych artykułów na temat okoliczności zajścia. Podobnie jak w poprzedniej sprawie Trybunał wziął pod uwagę, iż w sprawę zamieszana była osoba publiczna, a zachowanie dziennikarza w niczym nie zaszkodziło przebiegowi śledztwa. W konsekwencji wszyscy sędziowie uznali, iż doszło do naruszenia art. 10 konwencji.

W sposób najbardziej ogólny Trybunał Europejski wypowiedział się na temat dopuszczalności ograniczenia wolności wypowiedzi ze względu na ochronę tajemnic w uzasadnieniu wyroku zapadłego w sprawie *Stoll przeciwko Szwajcarii*¹⁶. Rozstrzygnięcie to być może zapoczątkuje linię orzeczniczą trybunału, ponieważ w jego uzasadnieniu Wielka Izba sformułowała test, który może znajdować zastosowanie we wszystkich przypadkach, kiedy skarżący domaga się stwierdzenia naruszenia konwencji na skutek pociągnięcia do odpowiedzialności za naruszenie tajemnicy prawnie chronionej. Sprawa, o której mowa, dotyczyła publikacji jednej ze szwajcarskich gazet zdradzającej treść poufnego raportu autorstwa ambasadora tego kraju w USA. Raport ów był poświęcony strategii rządu szwajcarskiego wobec roszczeń Światowego Kongresu Żydów kierowanych do szwajcarskich banków w związku z lokatami bankowymi pozostawionymi przez ofiary Holokaustu. Autor tej publikacji, skazany przez sądy krajowe za przestępstwo ujawnienia tajemnicy procesu decyzyjnego, domagał się od trybunału stwierdzenia naruszenia art. 10 konwencji europejskiej. W pierwszej instancji organ ten orzekł na korzyść Stolla¹⁷, jednak Wielka Izba przyznała rację rządowi szwajcarskiemu¹⁸. W uzasadnieniu wyroku Trybunał podkreślił, iż karanie dziennikarzy za tego typu publikacje może zniechęcić prasę do przekazywania informacji o sprawach budzą-

cych publiczną troskę, dlatego każdy przypadek takiego skazania winien być rozpatrywany przy uwzględnieniu następujących okoliczności: (a) interesy „uwikłane” w sprawę, (b) kompleksowość analizy dokonanej przez sądy krajowe, (c) zachowanie się wnioskodawcy oraz (d) adekwatność sankcji.

Najbardziej złożony jest ten pierwszy aspekt, ponieważ wymaga on identyfikacji i wyważenia wartości przemawiających za lub przeciwko rozpowszechnieniu informacji. W tym konkretnym przypadku sędziowie uznali, iż zachodzi konflikt interesów o charakterze publicznym. Z jednej strony był to interes opinii publicznej w zaznajomieniu się z treścią raportu dotyczącego kwestii, która budziła wówczas wielkie kontrowersje w społeczeństwie szwajcarskim. Z drugiej – interes rządu szwajcarskiego zainteresowanego pomyślnym zakończeniem trudnych i ważnych negocjacji. Wielka Izba przyznała, że sporny artykuł zawierał ważne dla debaty publicznej informacje, podkreślono jednak też, iż możliwość zachowania poufności jest niezwykle istotna dla prawidłowego działania dyplomacji. Ten fragment uzasadnienia zakończyła konkluzja, iż wspomniana poufność nie wymaga ochrony bez względu na cenę, w szczególności nie może ona uniemożliwiać debaty na temat polityki zagranicznej.

W kolejnych paragrafach sędziowie rozważyli konsekwencje publikacji, a zwłaszcza to, czy jej skutkiem mogła być „poważna szkoda” (*considerable damage*) oraz to, czy zwłoka w rozpowszechnieniu informacji pozbawiałaby je wartości. Zwrócono uwagę, że ze względu na treść raportu (propozycje strategii negocjacyjnych), jak i jego specyficzną formę („konfrontacyjne” słownictwo) ujawnienie go mogło poważnie utrudnić negocjacje, a zatem wywołać wspomnianą szkodę.

¹⁶ Odrębna linia orzecznicza ukształtowała się w odniesieniu do przypadków rozpowszechnienia informacji poufnych, które były już wcześniej dostępne, por. wyrok z 26.11.1991 r., sprawa *Observer i Guardian przeciwko Zjednoczonemu Królestwu*, § 69; wyrok z 9.02.1995 r., sprawa *Vereniging Weekblad Bluf! przeciwko Holandii*, §§ 43 et seq.; wyrok z 29.10.1995 r., sprawa *Open Door i Dublin Well Woman przeciwko Irlandii*, § 76; wyrok z 21.01.1999 r., sprawa *Fressoz i Roire przeciwko Francji*, § 53; wyrok z 18.05.2004 r., sprawa *Editions Plon przeciwko Francji*, § 53.

¹⁷ Wyrok z 25.04.2006 r., za rozstrzygnięciem głosowało 4 sędziów, a 3 było przeciwko.

¹⁸ Wyrok z 10.12.2007 r.; za rozstrzygnięciem głosowało 12 sędziów, a 5 było przeciwko.

Następnie Wielka Izba zbadała, czy sądy szwajcarskie rozważyły wszelkie okoliczności sprawy, czy też tylko poprzestały na ustaleniu formalnego statusu spornych informacji jako tajemnicy. Ostatecznie organ ten skonstatował, że taka wszechstronna analiza została przeprowadzona, mimo iż przepis art. 293 szwajcarskiego Kodeksu karnego, na podstawie którego skazano skarżącego, operuje wyłącznie formalnym pojęciem tajemnicy. Trybunał podkreślił też, że Szwajcarski Sąd Federalny dopuścił możliwość uwolnienia od odpowiedzialności osoby, której czyn wypełnia znamiona wysłowne w powołanym przepisie, na podstawie ekstraordynaryjnej przesłanki ochrony uzasadnionego interesu (*extra-legal justification of protection of legitimate interests*), jednakże, zdaniem tego sądu, w tej akurat sprawie konstrukcja ta nie znajdowała zastosowania.

Rozważając z kolei zachowanie się dziennikarza, sędziowie uwzględnili sposób wejścia przez niego w posiadanie raportu oraz rzetelność opartego na nim artykułu. Badając tę pierwszą okoliczność, trybunał odnotował, iż władze szwajcarskie nigdy nie zarzuciły Stollowi, iż naruszył prawa, uzyskując ten dokument. Fakt ten, zdaniem Wielkiej Izby, nie mógł mieć jednak rozstrzygającego znaczenia. Ponadto w uzasadnieniu zaznaczono, że dziennikarz musiał zdawać sobie sprawę, iż poufne dane przekazano mu z naruszeniem przepisów. Samą publikację skarżącego Trybunał określił jak tendencyjną, powierzchowną i prowokacyjną w formie. Jeśli chodzi o dolegliwość kary, to grzywnę w wysokości 800 franków szwajcarskich (około 480 euro) sędziowie strasburscy uznali za stosunkowo łagodną. Podsumowując, po zastosowaniu sformułowanego przez siebie czteroelementowego testu, Wielka Izba doszła do wniosku, że w sprawie Stolla Szwajcaria nie naruszyła art. 10 konwencji.

Z rozstrzygnięciem tym nie zgodziło się pięcioro sędziów. Argumenty przeciwko wyrokowi przedstawione zostały w opinii sędziego V. Zagrebelsky’ego, do której przyłączyła się pozostała czwórka. Autor *votum separatum* zarzucił przede wszystkim większości, iż zbyt łatwo przyjęła tezę o negatywnych skutkach publikacji, a co za tym idzie – błędnie oceniła doniosłość interesu w zachowaniu poufności tajemnicy. Zdaniem cytowanego sędziego nie można było w tej sprawie mówić o przemożnej potrzebie (*pressing social need*) ograniczenia wolności słowa, zwłaszcza biorąc pod uwagę „wąski margines swobody państw” w tym zakresie, w przypadku gdy chodzi o wypowiedzi dotyczące spraw o publicznym znaczeniu. W tym sensie krytykowany wyrok odbiega od utrwalonej linii orzeczniczej Trybunału¹⁹. Wreszcie, sędzia Zagrebelsky uznał zastrzeżenia swoich kolegów pod adresem rzetelności tekstu za bezprzedmiotowe, jako dotyczące kwestii zniesławienia, a nie ujawnienia prawnie chronionej tajemnicy.

Podzielające te krytyczne uwagi, można wyrazić przypuszczenie, że „test Stolla” będzie wykorzystywany przez Trybunał w przyszłości i to w odniesieniu do przypadków ujawnienia różnych rodzajów tajemnic²⁰. Przemawia za tym chociażby abstrakcyjny sposób ujęcia przesłanek tej konstrukcji. Przesłanka (b), czyli kompleksowość analizy dokonanej przez sądy krajowe, wskazuje, iż test, o którym mowa, Trybunał sformułował jako wskazówkę sam dla siebie. Nic nie stoi jednak na przeszkodzie, a nawet jest to zalecane, by pozostałe przesłanki stosowały w tego typu sprawach również sądy krajowe. Pozwoliłoby to uniknąć w przyszłości skutecznego kwestionowania ich decyzji w postępowaniu przed sądem w Strasburgu. Składowi sądu krajowego może jednak utrudniać przeprowadzenie wszechstronnej

¹⁹ Por. np. wyrok z 7.10.1976 r., sprawa *Handyside przeciwko Zjednoczonemu Królestwu*, § 48; wyrok z 26.04.1979 r., sprawa *Sunday Times przeciwko Zjednoczonemu Królestwu*, § 59; wyrok z 8.07.1986 r., sprawa *Lingens przeciwko Austrii*, §§ 39–41; wyrok z 26.11.1991 r., sprawa *Observer and Guardian przeciwko Zjednoczonemu Królestwu*, § 59; wyrok z 25.08.1998 r., sprawa *Hertel przeciwko Szwajcarii*, § 46; wyrok z 15.02.2005 r., sprawa *Steel i Morris przeciwko Zjednoczonemu Królestwu*, § 87.

²⁰ Trzeba jednak zarazem odnotować, że w powołanej powyżej sprawie *Campos przeciwko Portugalii* tak się nie stało.

analizy formalistyczne ujęcie znamion danego czynu zabronionego, tak jak to miało miejsce w przypadku art. 293 szwajcarskiego Kodeksu karnego czy rozważanego w niniejszym artykule art. 241 rodzimego Kodeksu karnego. Przykład sprawy Stolla dowodzi, że nie jest to przeszkoda nie do pokonania, można jednak na razie tylko spekulować, czy Trybunał Europejski uznałby możliwość zastosowania instytucji znikomej szkodliwości społecznej za właściwy „wentyl bezpieczeństwa” dla oskarżonych.

Interpretacja art. 241 k.k. w nauce prawa i orzecznictwie sądów i prokuratur

Treść art. 241 k.k. nie budzi w nauce większych kontrowersji. Jako przedmiot ochrony, zgodnie z tytułem rozdziału, w którym przepis ten jest umiejscowiony, wskazuje się dobro wymiaru sprawiedliwości. Jak na przykład stwierdza Ryszard A. Stefański: „przedwczesne ujawnienie wiadomości z dochodzenia lub śledztwa może utrudnić lub uniemożliwić realizację celów tego postępowania, a mianowicie ustalenia, czy został popełniony czyn zabroniony i czy stanowi on przestępstwo, wykrycie i w razie potrzeby ujęcie sprawcy oraz wyjaśnienie okoliczności sprawy”²¹. W przypadku przestępstwa z § 2 takim dobrem jest ponadto interes, dla którego nastąpiło wyłączenie jaw-

ności rozprawy²². W literaturze podkreśla się, iż czyny zabronione z art. 241 k.k. mają charakter powszechny (może je popełnić każda osoba)²³, formalny (wystąpienie negatywnych skutków zakazanego czynu nie jest znamieniem przestępstwa)²⁴ i umyślny²⁵. Przedmiotem rozpowszechnienia, o których mowa w § 1 mają być wiadomości²⁶ z postępowania przygotowawczego, a zatem nie są nimi informacje o fakcie popełnienia przestępstwa ani informacja ogólna o toczącym się postępowaniu²⁷. W orzecznictwie i w nauce prawa zauważa się ponadto, iż:

- „Pod pojęcie »wiadomości z dochodzenia lub śledztwa« nie podpadają wszystkie okoliczności ujawnione w dochodzeniu lub śledztwie, lecz tylko te, które mają związek z przedmiotem dochodzenia lub śledztwa, tzn. z postępowaniem zmierzającym do wykrycia okoliczności i sprawców konkretnego przestępstwa”²⁸;
- „Owe wiadomości dotyczą zarówno ustaleń faktycznych, jak i rozstrzygnięć podejmowanych na ich podstawie. Mowa tu nie tylko o orzeczeniach kończących postępowanie, lecz również o decyzjach podejmowanych w jego trakcie, np. w odniesieniu do przeprowadzanych dowodów, stosowanych środków zapobiegawczych itp. Bez znaczenia przy tym jest fakt, że niektóre decyzje

²¹ R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania wiadomości z postępowania karnego (art. 241 k.k.)*, „Prokuratura i Prawo” 2001, nr 5, s. 15–16.

²² *Kodeks karny. Część szczególna. Komentarz do art. 117–277 kodeksu karnego*, aut. G. Bogdan i in., pod red. A. Zolla, Kraków 1999, s. 836; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 16.

²³ R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 15; M. Szewczyk, *Komentarz do art. 241 kodeksu karnego*, [w:] *Kodeks karny. Część szczególna. T. 2: Komentarz do art. 117–277 k.k.*, aut. A. Barczak-Oplustil i in., red. A. Zoll, Kraków 2006, System Informacji Prawnej LEX, Wolters Kluwer Polska [dalej: LEX], pkt 3.

²⁴ B. Kunicka-Michalska, *Przestępstwa przeciwko ochronie informacji i wymiarowi sprawiedliwości. Rozdział XXX i XXXIII Kodeksu karnego. Komentarz*, Warszawa 2000, s. 161; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 17.

²⁵ R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 18; M. Szewczyk, *Komentarz do art. 241...*, LEX, pkt 16. Zdaniem jednak B. Kunickiej-Michalskiej, art. 241 wymaga zamiaru bezpośredniego po stronie sprawcy, por. też, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 166.

²⁶ Zdaniem R.A. Stefańskiego, może nim być też pojedyncza wiadomość, por. tegoż, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 18.

²⁷ B. Kunicka-Michalska, *Ochrona tajemnicy w kodeksie karnym*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici” Nr 89, Prawo 16 (1978), s. 99–100; też, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 163–164; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 21.

²⁸ Wyrok SN z 9.05.1933 r., 4 K 242/33, „Zbiór Orzeczeń Sądu Najwyższego” 1933, poz. 138, cyt. za: R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 20.

w toku śledztwa lub dochodzenia podejmuje sąd.”²⁹;

- muszą to być informacje istotne³⁰;
- nie są nimi informacje publicznie dostępne³¹, jak również plotki i pogłoski³².

Niezwykle istotne w kontekście tematu niniejszego artykułu jest to, iż źródłem wiadomości winny być akta sprawy, osoby prowadzące lub nadzorujące postępowanie, ewentualnie jakiegokolwiek osoby mające urzędowy kontakt ze sprawą³³. Nie są więc takimi wiadomościami „informacje posiadane przez osobę występującą w postępowaniu w charakterze oskarżonego lub świadka, ale posiadane przez nią jeszcze przed wystąpieniem w tej roli, np. co do przebiegu przestępstwa, chociażby w wyniku tej czynności zostały inkorporowane do materiałów dochodzenia lub śledztwa”³⁴. Do wiadomości takich należy jednak zaliczyć informacje, o których taka osoba dowiedziała się w czasie przesłuchania lub konfrontacji³⁵.

Zaprezentowany pogląd przyjmowany był przez sądy już na gruncie art. 255 k.k. z 1969 r., czego przykładem może być wyrok Sądu Rejonowego dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie z 3 stycznia 1994 r.:

Orzekając o zarzucie pierwszym aktu oskarżenia Sąd musiał rozstrzygnąć problem czy dziennikarzowi wolno samodzielnie zdobywać infor-

macje, równoległe do toczącego się śledztwa oraz czy wolno korzystać z informacji osób trzecich niepowiązanych z danym postępowaniem karnym. Sąd uznał, że na oba pytania należy odpowiedzieć twierdząco. Dziennikarz może zbierać informacje na własną rękę niezależnie od działań organów ścigania pod warunkiem, że nie korzysta z materiałów dochodzenia prowadzonego przez te organy. [...] Popelnienie przestępstwa z art. 255 kodeksu karnego może mieć miejsce także wtedy, gdy informacje nie pochodzą bezpośrednio z materiałów procesowych, ale uzyskane zostały od osób związanych z postępowaniem przygotowawczym, w szczególności od osób prowadzących to postępowanie, świadków przesłuchanych w jego toku, biegłych wydających opinie czy nawet osób podejrzanych. W tym drugim wypadku jednakże do przypisania sprawcy choćby zamiaru ewentualnego wymagane jest co najmniej ażeby miał on świadomość, że konkretni informatorzy występują w określonych rolach procesowych w postępowaniu przygotowawczym³⁶.

Takie samo podejście reprezentują aktualnie prokuratury, stosując obecnie obowiązujący kodeks. Uczyniła tak na przykład Prokuratura Rejonowa w Żaganiu:

Rozpowszechniane wiadomości muszą pochodzić z akt tego postępowania przygotowawczego, od osób je prowadzących lub urzędowo z nimi współdziałających (np. policjanta, czy pra-

²⁹ E. Jarzęcka-Siwik, *Ograniczenie dostępu do informacji publicznej o przebiegu postępowania karnego*, „Prokuratura i Prawo” 2005, nr 3, s. 78.

³⁰ O. Górniok, S. Hoc, S. M. Przyjemski, *Kodeks karny. Komentarz*. T. 3: (art. 117–363), Gdańsk 1999, s. 278; E. Jarzęcka-Siwik, *Ograniczenie dostępu...*, s. 86.

³¹ Wyrok SN z 20.09.1932 r., II K 663/32, „Zbiór Orzeczeń Sądu Najwyższego” 1932, poz. 213, cyt. za: R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 21.

³² B. Kunicka-Michalska, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 162; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 21. Zdaniem tego ostatniego autora, jeżeli osoba rozpowszechniająca takie fałszywe pogłoski wierzy w ich prawdziwość, dopuszcza się nieudolnego usiłowania, tamże.

³³ S. Waltoś, *Karnoprocesowa problematyka sprawozdawczości prasowej w Polsce*, [w:] *Relacje o przestępstwach i procesach karnych w prasie codziennej w Niemczech i w Polsce*, pod red. D. Döllinga. K.H. Gössla i S. Waltosia, Kraków 1997, s. 30.

³⁴ L. Gardocki, *Prawo karne*, Warszawa 1998, s. 278; też B. Kunicka-Michalska, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 166; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 20. Jak wynika z powyższych uwag, art. 241 k.k. tylko wyjątkowo może posłużyć jako sankcja karna za naruszenie art. 13 ust. 2 pr. pras., tak np. postanowienie PR dla Wrocławia-Śródmieścia o umorzeniu postępowania, grudzień 2005 r., 3 Ds. 173/05.

³⁵ L. Gardocki, *Prawo karne*, s. 278; tak też rzeczniczka Prokuratora Generalnego M. Wilkosz-Śliwa, cyt. za: P. Łukasik, *Śledzeni śledczy*, www.press.pl/press/pokaz.php?id=97 [dostęp: 13.10.2011].

³⁶ II K 970/93/S.

ownika administracyjnego organu ścigania). Osoby uczestniczące w postępowaniu przygotowawczym w charakterze świadków, pokrzywdzonych lub podejrzanym, nie popełniają przestępstwa z art. 241 kk, jeżeli ujawniają informacje znane im skądinąd, niż z toczącego się postępowania, nawet jeżeli zostały one potem do tego postępowania włączone. Nie jest również rozpowszechnianiem w rozumieniu art. 241 § 1 kk czynienie publicznymi wiadomości, które są wprawdzie objęte postępowaniem przygotowawczym, lecz które sprawca powziął z innych źródeł, niż materiały postępowania przygotowawczego, co w szczególności może dotyczyć prowadzonego na własną rękę tzw. śledztwa dziennikarskiego. [...] Brak jest podstaw do odmówienia W. [oskarżonemu dziennikarzowi – dopisek M.Z.] wiarygodności, bowiem w ramach „dziennikarskiego śledztwa” mógł on przeprowadzić rozmowy z nieokreśloną liczbą informatorów, posiadających wiedzę o rzekomo negatywnym zachowaniu A. Istnieje możliwość, że W. przeprowadzał rozmowy z osobami, które występowały w charakterze świadków w śledztwie związanym z osobą A. lub też z innych źródeł posiadały określone wiadomości³⁷.

oraz Prokuratura Okręgowa w Kielcach:

Nadto wyniki przeprowadzonych czynności wskazują, że informacje publikowane w mediach mogą pochodzić od osób uczestniczących w wymienionych postępowaniach w charakterze świadków lub pokrzywdzonych, które to osoby „nie popełniają przestępstwa z art. 241 § 1 kk jeżeli ujawniają informacje znane im skądinąd niż z toczącego się postępowania nawet, jeżeli zostały one potem do tego postępowania włączone” (komentarz do kodeksu karnego pod redakcją prof. Andrzeja Zolla, wyd. Zakamycze 1999, str. 847)³⁸.

Przez postępowanie przygotowawcze należy rozumieć nie tylko samo śledztwo i dochodzenie, ale i czynności w niezbędnym zakresie ure-

gulowane w art. 308 k.p.k., poprzedzające niekiedy formalne wszczęcie postępowania przygotowawczego *sensu stricto*³⁹. Zakaz rozpowszechniania dotyczy też informacji o czynnościach sądu w takim postępowaniu, na przykład zastosowania tymczasowego aresztu⁴⁰.

Art. 241 § 1 k.k. zabrania rozpowszechniania wiadomości, zanim nie zostaną one ujawnione w postępowaniu sądowym. Ujawnienie to może mieć miejsce zarówno podczas rozprawy, jak i postępowania niejawnego⁴¹. Jak się wydaje, dla części tych danych takim momentem jest odczytanie aktu oskarżenia. Wynika to z art. 332. § 1 k.p.k., zgodnie z treścią którego akt ten powinien zawierać między innymi: 1) imię i nazwisko oskarżonego, inne dane o jego osobie oraz dane o zastosowaniu środka zapobiegawczego, 2) dokładne określenie zarzucanego oskarżonemu czynu ze wskazaniem czasu, miejsca, sposobu i okoliczności jego popełnienia oraz skutków, a zwłaszcza wysokości powstałej szkody, 3) wskazanie przepisów ustawy karnej, pod które zarzucany czyn podpada oraz 4) uzasadnienie oskarżenia.

Stosownie do treści § 2 powołanego artykułu, „w uzasadnieniu należy przytoczyć fakty i dowody, na których oskarżenie się opiera, a w miarę potrzeby wyjaśnić podstawę prawną oskarżenia i omówić okoliczności, na które powołuje się oskarżony w swej obronie”.

W doktrynie brak jest chyba wypowiedzi dotyczących możliwości zastosowania analizowanej regulacji art. 241 § 1 k.k. do przypadków rozpowszechnienia wiadomości z postępowań przygotowawczych umorzonych. Literalna interpretacja tego przepisu prowadziłaby do wniosku, że bez uzyskania wymaganej zgody czyn taki stanowi przestępstwo, gdyż nie doszło do ujawnienia tych danych w postępowaniu sądowym. Jednak, biorąc pod uwagę wykładnię funkcjonalną i systemową, należy przyjąć trafność przeciwnej tezy, z uwagi na

³⁷ Postanowienie o umorzeniu śledztwa z 22.06.2005 r., 1 Ds 176/05.

³⁸ Postanowienie o umorzeniu śledztwa z 3.10.2001 r., VI Ds. 6/01/S.

³⁹ R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 26–27; M. Szewczyk, *Komentarz do art. 241...*, LEX, pkt 9.

⁴⁰ B. Kunicka-Michalska, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 165.

⁴¹ R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 22; E. Jarzęcka-Siwik, *Ograniczenie dostępu...*, s. 87.

brak zagrożenia dla przedmiotu ochrony, czyli dobra wymiaru sprawiedliwości. Takie właśnie stanowisko zajął Sąd Rejonowy w Mogilnie w sprawie Marka Hołaka, dziennikarza „Pałuk i Ziemi Mogileńskiej”:

Postępowanie przygotowawcze kończy się z chwilą przekazania aktu oskarżenia do sądu lub umorzenia postępowania [...]. W przedmiotowej sprawie zdaniem Sądu nie zostały zrealizowane znamiona występku z art. 241 paragraf 1 kk. W momencie opublikowania treści zeznań świadków [...] postępowanie przygotowawcze było już prawomocnie zakończone, a więc nie było już przedmiotem ochrony przestępstwa z art. 241 paragraf 1 kk. Po prawomocnym umorzeniu śledztwa nie ma już możliwości utrudnienia lub uniemożliwienia postępowania karnego⁴².

Jeszcze mocniejsze podstawy ma pogląd dopuszczający rozpowszechnianie informacji z postępowania przygotowawczego w sytuacji, gdy oskarżony skorzystał z instytucji skazania bez rozprawy lub bez postępowania dowodowego.

Nawet jeśli odrzuci się stanowisko, iż zakres zastosowania art. 241 § 1 k.k. nie obejmuje rozpowszechniania wiadomości z postępowania umorzonego lub zakończonego ostatecznie skazaniem bez rozprawy lub postępowania dowodowego, jest oczywiste, że w przypadkach takich brak szkodliwości czynu lub jest

ona znikoma, a więc działanie takie nie stanowi przestępstwa.

Przed formalnym ujawnieniem wiadomości w postępowaniu sądowym możliwe jest ich rozpowszechnienie po uzyskaniu odpowiedniej zgody. W opinii przedstawicieli doktryny prawa w postępowaniu przygotowawczym zezwolenie takie może wydać prokurator jako „gospodarz” tego postępowania⁴³. W tym sensie błędem było umorzenie postępowania przez Prokuraturę Rejonową Kielce-Wschód z uwagi na brak znamion czynu zabronionego, w sytuacji, gdy źródłem informacji dziennikarza była wypowiedź rzecznika prasowego Prokuratury o charakterze „rutynowej informacji udzielanej w tego rodzaju sprawach”⁴⁴. Tym bardziej wiadomości takich nie mogą przekazywać policjanci prowadzący sprawę czy rzecznicy prasowi policji.

Sporne jest, czy na etapie postępowania sądowego kompetencja ta przysługuje prezesowi sądu⁴⁵ czy też składowi sędziemu⁴⁶. Nie ma wszakże wątpliwości w nauce i w orzecznictwie, że wspomniana zgoda na udostępnienie akt nie jest równoznaczna z zezwoleniem, o którym mowa w art. 241 § 1 k.k.⁴⁷ Podobnie, nie ma wątpliwości, że zezwolenie to może odnosić się tylko do wybranych wiadomości⁴⁸.

Istnieje natomiast rozbieżność co do tego, czy czynność ta może przybrać formę ustną, czy też musi mieć formę pisemną. Za pierwszą opcję opowiedział się Stanisław Waltoś⁴⁹.

⁴² Wyrok z 15.01.2007 r., utrzymany w mocy wyrok SO w Bydgoszczy z 19.02.2007 r., cyt. za: R. Wolek, *Zwycięstwo dziennikarza Pałuk przed sądem po oskarżeniu przez prokuraturę*, „Pałuki i Ziemia Mogileńska” 2007, nr 8, http://paluki.tygodnik.pl/artykuly/zobacz/1143/402/Bez_kary_za_informowanie.html [dostęp: 11.10.2011].

⁴³ A. Marek, *Komentarz do kodeksu karnego. Część szczególna*, Warszawa 2000, s. 232; R.A. Stefański, *Przebieg postępowania przygotowawczego*, s. 24–25; E. Jarzęcka-Siwik, *Ograniczenie dostępu*, s. 88.

⁴⁴ Postanowienie z 22.06.2005 r., 1 Ds. 1875/05/S,

⁴⁵ Tak uchwała SN (w składzie siedmiu sędziów) z 21.06.1983 r., VI KZP 7/83, OSNKW 1983, nr 12, poz. 95.

⁴⁶ R.A. Stefański, *Przebieg postępowania przygotowawczego*, s. 25.

⁴⁷ Tak uchwała SN (w składzie siedmiu sędziów) z 21.06.1983 r., VI KZP 7/83, OSNKW 1983, nr 12, poz. 95. Można się jednak zastanawiać, czy w przypadku, gdy dziennikarz lub inna osoba nie zostanie pouczonej o tej okoliczności, nie zachodzi usprawiedliwiony błąd co do bezprawności wyłączający winę (przypomnijmy, że zgodnie z art. 362 k.p.k. „przewodniczący poucza obecnych o obowiązku zachowania w tajemnicy okoliczności ujawnionych na rozprawie toczącej się z wyłączeniem jawności i uprzedza o skutkach niedopełnienia tego obowiązku”). Tego typu stan faktyczny zaistniał w nierozstrzygniętej jeszcze przez sąd sprawie Leszka Kraskowskiego, M. Wyszynska, *Leszek Kraskowski z zarzutem rozpowszechniania informacji ze śledztwa*, www.press.pl/newsy/prasa-pokaz/22925,Leszek-Kraskowski-z-zarzutem-rozpowszechniania-informacji-ze-sledztwa [dostęp: 14.10.2011].

⁴⁸ R.A. Stefański, *Przebieg postępowania przygotowawczego*, s. 25.

⁴⁹ S. Waltoś, *Karnoprocesowa problematyka*, s. 30; podobnie O. Górniok, S. Hoc, S.M. Przyjemski, *Kodeks karny*, s. 279.

Z kolei zdaniem Stefańskiego, zezwolenie to powinno przybrać formę postanowienia⁵⁰.

Wiadomość, co do której wydano zezwolenie na jej rozpowszechnienie, trafia w ten sposób do domeny publicznej, czyli może ją upublicznic każda osoba, a nie tylko adresat zezwolenia⁵¹.

W przeciwieństwie do wiadomości z postępowania przygotowawczego, wiadomości z rozprawy sądowej prowadzonej z wyłączeniem jawności objęte są tajemnicą niepodlegającą uchyleniu i nieograniczoną w czasie⁵². Przyjmuje się, że art. 241 § 2 k.k. chroni zarówno informacje z rozprawy niejawnej w procesie karnym, jak i rozprawy przy drzwiach zamkniętych w procesie cywilnym⁵³. Nie jest natomiast przestępstwem rozpowszechnianie danych ujawnionych podczas niejawnego posiedzenia, o ile oczywiście dane te nie podlegają ochronie na podstawie art. 241 § 1 k.k.⁵⁴

Co do zasady doktryna prawa nie kwestionuje możliwości prowadzenia „śledztw dziennikarskich”, o ile nie wiąże się z tym naruszenie przepisów prawa, w tym przedstawionych powyżej zakazów wynikających z art. 241 k.k.⁵⁵ Podkreśla się wprawdzie, że czynności takie mogą sposzyc sprawców przestępstw, umożliwić zacieranie śladów przestępstwa oraz narażać ofiarę lub świadka na niebezpieczeństwo utraty zdrowia lub życia⁵⁶. Wskazuje się ponadto, że „wywiady” dziennikarskie ze świadkami lub podejrzanymi w ramach prowadzonych śledztw rodzą niebezpieczeństwo, że dziennikarz może wywierać nacisk na te osoby,

by złożyły zeznania lub wyjaśnienia przed organami wymiaru sprawiedliwości w określonym kierunku, a rozpowszechnianie wyników śledztw dziennikarskich może wpływać na zeznania świadków, sugerujących się treścią materiałów prasowych⁵⁷.

Odnotowywane są jednak też i zalety takich przedsięwzięć. Szczególnie mocno i trafnie pozytywne aspekty „śledztw dziennikarskich” akcentuje E. Jarzęcka-Siwik:

Zatem, o dostępie do nich, powinny – poza regulami dotyczącymi ochrony prywatności i tajemnic ustawowych – decydować również inne względy, takie jak np. przejrzystość życia publicznego (zwłaszcza, gdy stroną procesu jest osoba pełniąca funkcję publiczną), potrzeba ujawnienia mechanizmów działań o dużym ładunku społecznej szkodliwości lub gdy przestępczy proceder wymierzony jest w podstawowe interesy państwa. Ważne są także względy prewencji ogólnej oraz potrzeba publicznego wyjaśnienia okoliczności zdarzenia bulwersującego opinię publiczną. Czasami bardziej szkodliwe będzie utrzymywanie tajemnicy w odniesieniu do przebiegu postępowania niż prowadzenie go przy drzwiach otwartych⁵⁸.

Odnosząc się już konkretnie do „sprawy Rywina”, autorka ta stwierdza:

Obserwując rozwój wydarzeń w sprawie tzw. afery Rywina, trzeba stwierdzić, że wcześniejsze wydanie zezwolenia na upublicznienie informacji zawartych w aktach śledztwa pozwoli-

⁵⁰ R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 26.

⁵¹ B. Kunicka-Michalska, *Ochrona tajemnicy...*, s. 99–100; też, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 165–166; J. Sobczak, *Ustawa prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 1999, s. 198–199; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 24.

⁵² R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 17, 29.

⁵³ *Kodeks karny. Część szczególna...*, s. 837; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 27–28.

⁵⁴ B. Kunicka-Michalska, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 163; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 30.

⁵⁵ Por. M. Stanowska, *Udostępnianie dziennikarzowi akt sądowych i prokuratorskich*, „Przegląd Sądowy” 2001, nr 10, s. 69 i n; E. Jarzęcka-Siwik, *Ograniczenie dostępu...*, s. 86; M. Kędzińska, „Śledztwo dziennikarskie” – wybrane zagadnienia, „Prokuratura i Prawo” 2007, nr 4, s. 47; M. Szewczyk, *Komentarz do art. 241...*, LEX, pkt 14.

⁵⁶ S. Waltoś, *Karnoprocesowa problematyka...*, s. 30–31; R.A. Stefański przywołuje przykład rozpowszechnienia informacji o zabezpieczeniu na miejscu przestępstwa śladów butów, co może sprawić, iż ostrzeżeni w ten sposób sprawcy zniszczą ów dowód – por. tegoż, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 16.

⁵⁷ M. Kędzińska, „Śledztwo dziennikarskie”..., s. 55.

⁵⁸ E. Jarzęcka-Siwik, *Ograniczenie dostępu...*, s. 85.

loby uniknąć wielu konfliktów i trudności. Przede wszystkim wiadomo było, że tak nagłośniona sprawa nie cierpi tajemnic. Po pierwsze dlatego, że w interesie przesłuchiwanego leży jawność postępowania, po drugie dlatego, żeby nie dezawuować poczynań organu prowadzącego postępowanie. Dodatkowo, tam, gdzie nie ma rzetelnej i źródłowej informacji, wszelkiego rodzaju domysły i sugestie zaczynają być traktowane jako dowód⁵⁹.

E. Jarzęcka-Siwik usprawiedliwia również publikację niektórych „przecieków”:

Z tego samego punktu widzenia należałoby spojrzeć na powszechne już teraz zjawisko „przecieków” do prasy informacji z postępowania przygotowawczego, które dotyczy działań osób pełniących funkcje publiczne. Obiegowa opinia jest taka, że póki sprawą nie zajmie się prasa, właściwe organy państwowe działają opieszale lub wręcz nie robią nic. To jest dobitny przykład, jaką rzeczywistą siłą oddziaływania ma jawność. Przyjmując, że to właśnie „prasowa informacja o sprawie” stała się akceleratorem spowolnionych do tej pory reakcji władz publicznych, można postawić pytanie o granice sekretu oraz, czy ma on służyć „dobru postępowania”, czy też może innym celem. Wystarczy wskazać tu tzw. aferę starachowicką, albo ujawnienie zeznań świadka koronnego, z których wynikało, że politycy piastujący wysokie stanowiska państwowe otrzymywali pożyczki od członków gangu pruszkowskiego⁶⁰.

Podobny argument formułuje też adwokat Jerzy Naumann:

Media zastępują dziś w Polsce nie najlepiej działające organy ścigania. Często policja obawiając się procesowej porażki, ale mając bogate materiały operacyjne, przekazuje je prasie, żeby uruchomić przez to np. prawidłową pracę prokuratury⁶¹.

Nie wnikając na razie w tym miejscu w zasadność tej argumentacji, można stwierdzić, iż

częściową i pośrednią „odpowiedzialność” za przypadki naruszenia zakazu z art. 241 k.k. ponoszą same organy ścigania, poprzez niewłaściwą politykę informowania społeczeństwa o swoich działaniach. Trzeba jednak równocześnie uczciwie przyznać, że poprzez swój nadmierny formalizm przepisy prawne, w tym zwłaszcza art. 241 k.k. i art. 13 ust. 2 pr. pras., nie ułatwiają prowadzenia takiej polityki. Chodzi tu zwłaszcza o praktyczne ubezwłasnowolnienie rzeczników prasowych policji. Warto w tym kontekście wspomnieć o rozesłanym do prokuratur i komend policji piśmie Ministerstwa Sprawiedliwości z 29 maja 2008 r., przypominającym, iż na etapie postępowania przygotowawczego jedynie prokurator, i to w drodze zarządzenia, może wyrazić zgodę na ujawnienie danych osobowych lub wizerunku podejrzanego.

Art. 241 w statystykach przestępczości

Z przedstawionych przez Ministerstwo Sprawiedliwości danych statystycznych wynika, że w okresie 1999–2008 r. za przestępstwa z art. 241 k.k. prawomocnie skazano łącznie 21 osób, w tym z art. 241 § 1 k.k. – 15 osób⁶².

Dla oceny dolegliwości analizowanej regulacji istotna jest również ogólna liczba prowadzonych postępowań. Uzasadnienie do *Założeń projektu* stwierdza, iż przedstawienie tej danej nie jest możliwe z uwagi na brak stosownych danych statystycznych⁶³. Możliwe jest jednak uzyskanie takiej informacji na podstawie odpowiedzi Prokuratur Apelacyjnych na zapytanie Zastępcy Prokuratora Generalnego „o prowadzone w latach 2001–2005 postępowania przygotowawcze przeciwko dziennikarzom, w związku z ujawnionymi przez nich aferami korupcyjnymi i demaskowaniem patologii społecznych oraz o postępowaniach przygotowawczych i wyjaśniających, których przedmiotem

⁵⁹ Tamże, s. 94–95.

⁶⁰ Tamże, s. 96.

⁶¹ Cyt. za: S. Mizerski, *Trafiony, uwalony*, „Polityka” 2004, nr 49.

⁶² *Założenia projektu...*, s. 17.

⁶³ Tamże, s. 18.

Tabela 1. Liczba skazanych z art. 241 § 1 k.k. w latach 1999–2008⁶⁴

Rok	Liczba skazanych/kara
1999	1 osoba skazana na karę ograniczenia wolności
2000	4 osoby skazane, w tym 1 na samoistną karę grzywny, 3 na karę pozbawienia wolności
2001	3 osoby skazane na karę pozbawienia wolności z warunkowym zawieszeniem jej wykonania
2002	1 osoba skazana na karę ograniczenia wolności
2003	4 osoby skazane, w tym 2 na samoistną karę grzywny, 2 na karę pozbawienia wolności
2004	brak skazań
2005	1 osoba skazana na samoistną karę grzywny
2006	1 osoba skazana na karę pozbawienia wolności z warunkowym zawieszeniem jej wykonania
2007	brak skazań
2008	brak skazań

były zarzuty podnoszone w związku z publikacjami prasowymi⁶⁵. Jak wynika z tychże sprawozdań, w okresie tym, w związku z rozpowszechnieniem przez dziennikarza danych z postępowania przygotowawczego, zostało wydanych sześć postanowień o odmowie wszczęcia postępowania⁶⁶ oraz trzynaście postanowień o umorzeniu postępowania. Podstawą umorzenia było: w dwóch przypadkach brak danych dostatecznie uzasadniających podejrzenie popełnienia przestępstwa (art. 17 § 1 pkt 1 k.p.k.)⁶⁷, w ośmiu przypadkach stwierdzenie, iż czyn nie zawiera znamion czynu zabronionego (art. 17 § 1 pkt 2 k.p.k.)⁶⁸; w dwóch przypadkach znikoma szkodliwość społeczna

(art. 17 § 1 pkt 2 k.p.k.)⁶⁹, w jednym niewykrycie sprawcy⁷⁰. W jednym przypadku to sąd umorzył postępowanie ze względu na znikomą szkodliwość społeczną⁷¹.

W omawianym okresie toczył się nadal proces przez Sądem Rejonowym dla miasta stołecznego Warszawy w sprawie o sygn. 1 Ds. 4/02/05/S⁷² oraz postępowanie Prokuratury Rejonowej Warszawa-Śródmieście o sygn. 4 D 1664/05/I.

Dla porównania – w tym samym przedziale czasowym toczyło się i zakończyło umorzeniem osiem spraw z art. 241 § 2. Jako podstawa umorzeniach w tych sprawach wskazana została: w trzech przypadkach stwierdzenie, iż

⁶⁴ Tamże.

⁶⁵ Pismo z 14.03.2006 r., sygn. III 076/7/2006.

⁶⁶ Postanowienie PO w Warszawie z 2.08.2001 r., V Ds. 193/01; postanowienie PO w Warszawie z 4.12.2003 r., V Ds. 276/03; postanowienie PR Katowice Centrum-Zachód z 23.12.2004 r., 1 Ds. 897/04; postanowienie PO w Toruniu z 28.10.2003 r., V Ds. 26/03; postanowienie PR dla Kraków-Śródmieście Zachód z 29.08.2005 r., 4 Ds. 176/05 (utrzymane w mocy postanowienia SR dla Krakowa-Śródmieścia z 13.12.2005 r.); postanowienie PR Bydgoszcz-Południe z 6.02.2006 r., Ds. 175/06.

⁶⁷ Postanowienie PR Warszawa-Wola z 27.02.2004 r., 1 Ds. 477/03/I; postanowienie PR Bydgoszcz-Północ z 24.11.2005 r., 4 Ds. 173/04.

⁶⁸ Postanowienie PO w Warszawie z 1.03.2002 r., V Ds. 257/01; postanowienie PR Katowice Centrum-Zachód z 9.12.2002 r., 2 Ds. 2462/02 (utrzymany w mocy wyrok SR w Tychach z 14.07.2003 r., II Ko 131/03); postanowienie PO w Warszawie z 16.12.2003 r., V Ds. 317/03; postanowienie PR w Koninie z 29.09.2004 r., II Ds. 24/04; postanowienie PR Grudziądz z 21.01.2005 r., 2 Ds. 176/04; postanowienie PR w Żaganiu z 22.06.2005 r., 1 Ds. 176/05; postanowienie PR Kielce-Wschód w Kielcach z 22.06.2005 r., 1 Ds. 1875/05/S; postanowienie PR dla Wrocławia-Śródmieścia z grudnia 2005 r., 3 Ds. 173/05.

⁶⁹ Postanowienie PR w Międzyrzeczu o sygn. Ds. 1626/02 (potwierdził to SR w Międzyrzeczu postanowieniem z 16.09.2003 r.); postanowienie PO w Koninie z 31.03.2005 r., II Ds. 14/05.

⁷⁰ Postanowienie PO w Sieradzu z 29.06.2005 r., Ds. 27/05.

⁷¹ Wyrok SR w Wadowicach z 15.11.2004 r., II K 459/01, sygn. postępowania przygotowawczego prowadzonego przez PR w Wadowicach – 1 Ds. 173/01/S.

⁷² Sygn. postępowania przygotowawczego prowadzonego przez PR w Tarnobrzegu – 1 Ds. 4/02/05/S.

czyn nie zawiera znamion czynu zabronionego (art. 17 § 1 pkt 2 k.p.k.)⁷³, w dwóch przypadkach znikoma szkodliwość społeczna (art. 17 § 1 pkt 2 k.p.k.)⁷⁴.

Jak widać, między danymi z *Założeń* a informacjami prokuratur występują duże rozbieżności, wynikające prawdopodobnie z faktu, iż dane o skazaniach odnoszą się nie tylko do dziennikarzy, a wspomniane informacje dotyczą przede wszystkim spraw, w które zamieszana była prasa. Nie można też oczywiście wykluczyć pomyłek urzędników sądowych sporządzających te dokumenty. To, czy liczbę prowadzonych spraw uzna się za małą, czy dużą, zależy oczywiście od kryterium tej oceny. W porównaniu z liczbą publikacji na temat śledztw i dochodzeń, liczba ta jest oczywiście znikoma. Nie robi też wrażenia, jeśli zestawimy ją z liczbą osób skazanych prawomocnie w tym samym okresie za przestępstwo z art. 212 § 2 k.k. (łącznie 199 osób)⁷⁵. Biorąc jednak pod uwagę stosunkowo niewielki krąg dziennikarzy śledczych w Polsce, ryzyko związane z uwikłaniem w tego typu sprawę okazuje się dosyć znaczne.

Nie wydaje się zasadne przypisywanie jakiegos większego znaczenia proporcjom postępowań umorzonych ze względu na brak stwierdzenia znamion przestępstwa z art. 241 § 1 oraz z uwagi na znikomą szkodliwość społeczną (co mogłoby sugerować, że prokuratura badała szkody spowodowane publikacją i korzyści z niej wynikające). Prawdopodobnie, przesłanka z art. 17 § 1 pkt 2 k.p.k. była po prostu badana jako pierwsza i jej wystąpienie powodowało zbędność dalszych ustaleń. O wiele bardziej znamienny jest fakt, iż co najmniej 11 z tych 22 procedur (6+13+1+1+1) zostało zainicjowanych zawiadomieniem bądź to podmiotu

tu poszkodowanego lub jego pełnomocnika (osiem przypadków), bądź sądu (trzy przypadki). Uwzględniając ten fakt oraz sposób zakończenia tych postępowań, można sformułować tezę, iż organy ścigania bardzo niechętnie korzystają z analizowanego instrumentu prawnego. Powody takiego stanu rzeczy mogą być dwa. Pierwszy z nich to przekonanie o znaczeniu wolności słowa i, równocześnie, zrozumienie dla specyfiki funkcjonowania prasy. Nie można też wykluczyć obawy przed reakcją mediów na próby pociągnięcia do odpowiedzialności ich przedstawiciela. Drugą przyczyną może być niechęć do ścigania funkcjonariuszy policji i aparatu sprawiedliwości będących informatorami prasy. Oczywiście jest bowiem, iż wszczęcie postępowania przeciwko dziennikarzowi musi lub powinno łączyć się z próbą ustalenia podmiotu, który był źródłem „przecieku” i, ewentualnie, wyjaśnieniem kwestii prawidłowości sprawowania nadzoru nad tą osobą i kontroli bezpieczeństwa obiegu informacji w danej jednostce, w której doszło do takiego „przecieku”⁷⁶. Praktyka działania korporacji zawodowych wskazuje, iż tego rodzaju patologie zwalczane są raczej w sposób nieformalny i niejawnym. Jednym z następstw działania takiej solidarności korporacyjnej jest, w tym przypadku, pośrednio, faktyczne poszerzenie zakresu wolności prasy. Naturalnie oba ze wskazanych powodów nie wykluczają się wzajemnie.

Praktyka ścigania przestępstw z art. 241 k.k.

Typowe postępowanie w sprawie z art. 241 § 1 k.k. przebiega zazwyczaj w ten sposób, iż organy ścigania ustalają krąg osób mających dostęp do akt sprawy, której okoliczności

⁷³ Postanowienie PO w Kielcach z 3.10.2001 r., VI Ds. 6/01/S; postanowienie PR dla Wrocławia-Śródmieścia z grudnia 2003 r., Ds. 5064/03; postanowienie PR Warszawa-Ochota z 23.01.2004 r., 4 Ds. 3371/03.

⁷⁴ Postanowienie PR Warszawa-Śródmieście z 31.05.2004 r., 1 Ds. 448/04/III; postanowienie PR Warszawa-Wola z 28.02.2006 r., 2 Ds. 441/03/IV. W trzech sprawach autorowi nie udało się ustalić przyczyny umorzenia – postanowienie PR Bydgoszcz-Północ z 8.06.2004 r., 1 Ds. 5936/03; postanowienie PR w Golubiu-Dobrzyniu z 30.06.2004 r., Ds. 279/04; postanowienie PR Warszawa-Ochota z 27.07.2004 r., 4 Ds. 1183/04.

⁷⁵ *Założenia projektu...*, s. 17.

⁷⁶ Por. wyrok Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości z 19.12.2006 r., sprawa *Radio Twist przeciwko Słowacji*.

zostały nagłośnione. Zazwyczaj grono takich osób jest dosyć liczne, ponieważ obejmuje nie tylko pracowników policji, prokuratury i sądu rozpatrującego wnioski o zastosowanie tymczasowego aresztu, ale i podejrzanego/oskarżonego oraz jego obrońców. Następnie osoby te są przesłuchiwane, co z reguły okazuje się czynnością jałową. Przykładem sprawy, w której prokuratura wyjątkowo skrupulatnie potraktowała podejrzenie „przecieku”, była sprawa dotycząca publikacji, w których ujawniono treść zeznań świadka koronnego „Masy”.

Umarzając postępowanie, Prokuratura Okręgowa w Kielcach stwierdziła co następuje:

W toku śledztwa dokonano między innymi przeglądu publikacji prasowych zawartych w dziennikach: „Rzeczpospolita”, „Życie”, „Życie Warszawy”, „Super Express”, „Trybuna” i „Gazecie Wyborczej” oraz w czasopiśmie „Polityka” i „Wprost”, które ukazały się w okresie od [...] do [...], w celu ustalenia czy i w jakim zakresie znajdują się tam informacje na temat wspomnianych postępowań. Dokonano następnie analizy zakresu i przedmiotu treści publikacji prasowych zawartych w poszczególnych dziennikach i czasopiśmie. Ustalono jakie osoby miały dostęp do akt wymienionych postępowań z racji wykonywanych obowiązków służbowych. Przeprowadzono oględziny akt [...] i przesłuchano w charakterze świadków prokuratorów i innych pracowników Prokuratury Okręgowej w Olsztynie oraz pracowników Sądu Rejonowego w Olsztynie zaangażowanych w prowadzenie czynności w ramach tego postępowania. [...] Uzyskano wykazy połączeń telefonicznych wykonanych przez rzecznika prasowego Komendy Stołecznej Policji w Warszawie oraz osób, z którymi kontaktował się wymieniony. [...] Autorzy tych artykułów prasowych jako źródło swoich informacji wskazali rzeczników prasowych Prokuratury Okręgowej w Warszawie, Olsztynie, Komendy Głównej Policji, anonimowych funkcjonariuszy Policji i innych anonimowych rozmówców. [...] Analiza publikacji prasowych wskazywała na to, że ich autorzy powołując się na źródła informacji

wskazują osoby zaangażowane w prowadzenie konkretnych postępowań przygotowawczych lub ich uczestników. Nadto powyższa analiza wskazywała, że publikacje te zawierają informacje mogące teoretycznie pochodzić ze wskazanych postępowań przygotowawczych. Zawarte w artykułach prasowych wiadomości dotyczyły bowiem określonego w ogólny sposób przedmiotu tych postępowań przygotowawczych, ich zakresu przedmiotowego i podmiotowego, a nawet odwoływały się do treści dokonywanych ustaleń w zakresie stanu faktycznego. Wyniki prowadzonego postępowania nie doprowadziły jednak do stwierdzenia w żadnym przypadku nieuprawnionego udostępnienia akt postępowania przygotowawczego osobie postronnej lub do uzasadnienia podejrzenia, iż prowadzący postępowanie lub też osoby z nimi współdziałające ujawniły bez zezwolenia wiadomości z postępowania przygotowawczego czy też naruszyły obowiązek zachowania tajemnicy służbowej. Przeprowadzone czynności procesowe, w tym wyniki przesłuchań osób prowadzących postępowania objęte zakresem śledztwa wskazują, że źródła informacji z jakich korzystano przy opracowaniu treści artykułów prasowych dotyczących poszczególnych postępowań mają charakter kompilacyjny (są wynikiem wnioskowania na temat informacji uzyskanych podczas obecności na miejscach zdarzeń, informacji przekazywanych w trakcie konferencji prasowych, śledzenia rozpraw sądowych, relacji rozpytywanych przez siebie uczestników lub świadków zdarzeń) i rozbieżny z danymi zawartymi w aktach postępowań przygotowawczych. Nadto wyniki przeprowadzonych czynności wskazują, że informacje publikowane w mediach mogą pochodzić od osób uczestniczących w wymienionych postępowaniach w charakterze świadków lub pokrzywdzonych [...] ⁷⁷.

Jak już wcześniej była mowa, przestępstwo z art. 241 § 1 k.k. jest przestępstwem umyślnym. Sprawca musi więc być świadomy tego, iż rozpowszechniane przez niego wiadomości pochodzą z postępowania karnego. Badając tę okoliczność, organy ścigania potrafią być zadziwiająco tolerancyjne. Dowodzi tego treść posta-

⁷⁷ Postanowienie z 3.10.2001 r., VI Ds. 6/01/S.

nowienia Prokuratury Okręgowej w Koninie z 29 września 2004 r. o umorzeniu śledztwa:

Przesłuchana w charakterze świadka autorka artykułu – Monika F. zeznała, iż treść rozmów opublikowanych w dniu 5^o6 czerwca 2004 r. w dzienniku „Rzeczpospolita” otrzymała na początku czerwca 2004 r. w ten sposób, iż w skrzynce na listy jej mieszkania w Poznaniu znalazła imienną kopertę z dwiema kartkami. Na każdej z nich wypisana była rozmowa. Koperta nie była podpisana, ale opatrzona była znaczkiem i pieczętką urzędu pocztowego. Z uwagi na fakt, iż dziennikarka otrzymuje szereg korespondencji na adres imienny, w tym przesyłki adresowane do niej na adres „Rzeczpospolitej” w Warszawie, które są następnie przesyłane do Poznania wyrzuciła ona kopertę a treść rozmów wierne przepisała do komputera a następnie w emailu przesała do redakcji w Warszawie wraz z krótkim komentarzem. Świadek zeznała, iż przekazując materiał do druku nie wiedziała czy rozmowy te są dowodem w sprawie i czy zostały załączone do akt śledztwa, gdyż z uwagi na dobro śledztwa nikt nie informował jej o tym. Kartki z treścią spaliła w piecu i nie zastanawiała się w jaki sposób uzyskano treść tych rozmów, przy czym uważała ona że są one prawdziwe. Pisząc artykuł i przedstawiając w nim opisane powyżej rozmowy zeznała, iż liczyła, że może przyczynić się on do wyjaśnienia sprawy. Nie proponowała „komuś z organów ścigania że udostępni treść tych rozmów gdyż uważała, że organy te są w ich posiadaniu i gdy będą chciały to z nich skorzystają”. [...] Ponadto w świetle zebranego materiału dowodowego, w tym zeznań świadka Moniki F. nie sposób dowolnie uznać, iż działała ona w zamiarze bezpośrednim lub choćby ewentualnym, albowiem brak jest dowodów świadczących o tym, iż chociażby przewidywała możliwość popełnienia przestępstwa z art. 241 k.k. i na to się godziła⁷⁸.

Oczywista trudność w ustaleniu tożsamości informatora dziennikarza wynika z faktu, iż dane

te podlegają ochronie na podstawie przepisów o ochronie tajemnicy dziennikarskiej. Przesłanki dopuszczalności przesłuchania dziennikarza na tę okoliczność, i równocześnie wykorzystania takich zeznań jako dowodu w procesie⁷⁹, określa art. 180 § 2–4 k.p.k. Wykorzystanie takiego środka dowodowego w sprawach z art. 241 k.k. jest niemożliwe już z tego względu, że przestępstwo owo nie jest wymienione w art. 240 k.k., do którego to przepisu odsyła art. 180 § 4 k.p.k., wskazujący czyny, których musi dotyczyć informacja, by w ogóle wchodziło w grę zwolnienie z tajemnicy. Zdarza się, że organy ścigania próbują obchodzić wskazany zakaz dowodowy, występując do operatorów telefonicznych o przekazanie billingów rozmów dziennikarzy. Jak się wydaje, praktyka ta pozostaje w sprzeczności z art. 226 k.p.k., który „w kwestii wykorzystania dokumentów zawierających informacje niejawne lub tajemnicę zawodową, jako dowodów w postępowaniu karnym” nakazuje odpowiednie (przy uwzględnieniu treści jak i celu) stosowanie zakazów i ograniczeń określonych w art. 180 § 2–4 k.p.k.

Odrębnego rozważenia wymaga problematyka zbiegu przestępstwa z art. 241 k.k. z innymi czynami zabronionymi. Przedtem jednak warto odnotować ciekawą sprawę prowadzoną przez Prokuraturę Okręgową w Sieradzu, a dotyczącą rozpowszechnienia wiadomości ze śledztwa w artykule podpisanym pseudonimem HOD. W ramach tego postępowania wyodrębnione zostały trzy wątki. Pierwsze dwa dotyczyły autora artykułu i jego informatora, którzy dopuścili się, odpowiednio, sprawstwa czynu z 241 k.k. i pomocnictwa w tym czynie. Postępowanie w tym zakresie zostało umorzone 29 czerwca 2005 r. z powodu niewykrycia sprawców⁸⁰. Trzeci wątek postępowania odnosił się do zarzutu „nieumyślnego dopuszczenia przez Redaktora naczelnego do opublikowania materiału prasowego zawierającego

⁷⁸ V Ds. 24/04.

⁷⁹ Por. S. Zabłocki, *Problem „samozwolnienia się” dziennikarza z tajemnicy anonimatu*, [w:] *Reforma prawa karnego. Propozycje i komentarze. Księga pamiątkowa profesor Barbary Kunickiej-Michalskiej*, red. nauk. J. Jakubowska-Hara, C. Nowak, J. Skupiński, Warszawa 2008, s. 464–478 oraz literaturę tam przytoczoną.

⁸⁰ Ds. 27/05.

wiadomości z postępowania przygotowawczego, a tym samym ujawnienie wbrew przepisom ustawy informacji uzyskanych w związku z wykonywaną pracą, tj. o przestępstwo z art. 49a Pr. pras. i art. 266 par. 1 w zw. z art. 11 par. 2 k.k.”. Postępowanie w tej kwestii zostało umorzone 31 października 2005 r. ze względu na brak dostatecznych danych uzasadniających podejrzenie popełnienia przestępstwa⁸¹. Ponieważ spraw z art. 49a pr. pras. jest niezwykle mało, pożyteczne będzie chyba przytoczenie obszernego fragmentu uzasadnienia tego postanowienia:

Każda z przesłuchanych osób zeznała, że nie miała świadomości bezprawności pozyskania materiału do opublikowania, a nadto, że obowiązek zgodnego z prawem pozyskania materiału prasowego spoczywa na dziennikarzu, który go dostarcza. Stąd też nie ma procedur badania zgodnego z prawem pozyskania materiału. W przedmiotowej sprawie brak jest podstaw do przyjęcia, że dopuszczenie do opublikowania materiału prasowego przez Redaktora Naczelnego wiąże się z uchybieniem przez niego obowiązującym procedurom, bo tylko takie zachowanie może być oceniane w ramach art. 49a Prawa Prasowego jako przepisu blankietowego. Zgodnie z treścią tego przepisu dopuszczenie do opublikowania musiałyby oznaczać naruszenie procedur przy opublikowaniu materiału prasowego przez lekkomyślność lub niedbalstwo i świadomość braku zgody Prokuratury na publikację. W obowiązującym teoretycznie i praktycznie procesie pozyskiwania zgody Prokuratury brak jest przepisów wskazujących na tylko pisemne jej pozyskiwanie. Praktyka wskazuje wręcz, że publikowanie materiałów z akt sprawy odbywa się również poprzez ustnie wyrażone zgody. W przedmiotowej sprawie brak jest dowodu na to, że Redaktor Naczelny Dziennika Łódzkiego był świadomy, że takiej zgody pod żadną postacią nie ma. To samo dotyczy jego Zastępcy i Kierownika Działu Krajowego. Sąd odmówił przesłuchania Redaktora Naczelnego i jednocześnie zablokował możliwość ustalenia poprzez przesłuchanie danych personalnych redaktora – autora opublikowanego materiału. Uniemożliwia to dowiedzenie, że Redaktor Naczelny Dziennika Łódzkiego miał świadomość co do braku zgody

Prokuratury na publikację. W tym przypadku, przy braku materiału dowodowego, okoliczności tych nie można domniemywać.

Zdarza się w sprawach dotyczących art. 241 k.k., iż organy ścigania rozpatrują również zasadność zastosowania art. 239 k.k., typizującego przestępstwo poplecznictwa (pomocy przestępcy po dokonaniu przestępstwa). Sytuacja taka miała właśnie miejsce w sprawie opisywanej powyżej. Jak stwierdziła Prokuratura Okręgowa w Sieradzu w swoim drugim postanowieniu:

W przedmiotowej sprawie nie ma podstaw do przyjęcia, iż bezprawne rozpowszechnienie wiadomości z postępowania przygotowawczego należy również kwalifikować z art. 239 k.k., ponieważ skutki w postaci utrudnienia lub udaremnienia postępowania nie nastąpiły.

Z kolei Prokuratura Okręgowa w Kielcach orzekła w postanowieniu z 3 października 2001 r., iż:

W przedmiotowej sprawie w sposób realny uprawdopodobniono, że źródłami informacji mogą być osoby wywodzące się z kręgu podejrzanych pozostających na wolności, którzy przekazując dziennikarzowi różnorodne, przeważnie fabularyzowane wiadomości, mieli na celu korzystne dla siebie komplikowanie stanu faktycznego i kierunkowanie podejrzeń w stronę grup konkurencyjnych. Przy przestępstwie poplecznictwa (art. 239 § 1 kk) konieczne jest jednak wykazanie jego sprawcy zamiaru umożliwienia innej osobie uniknięcia odpowiedzialności karnej. Udowodnienie np. dziennikarzowi takiego zamiaru, jeżeli pominąć by nawet zakaz dowodowy wynikający z przepisów prawa, napotyka na przeszkodę w postaci zasad wynikających z prawa prasowego, zezwalającego na przypisaną mediom publicznym funkcję informacyjną rozumianą jako powinność informowania opinii społecznej o tzw. sprawach bulwersujących opinię publiczną. Gwarancje związane z wykonywaniem zawodu dziennikarza nakazują szczególnie umiar ze strony organów ścigania w próbach pozyskiwania od przedstawicieli tej grupy zawodowej

⁸¹ Ds. 81/05.

przydatnych dla postępowania dowodów przy czym należy mieć na uwadze wspomniany wcześniej zakaz zwolnienia dziennikarza z obowiązku zachowania tajemnicy w odniesieniu do danych osób udzielających mu informacji, o ile osoby te zastrzegły nie ujawnianie ich danych⁸².

Taki zbieg przepisów dopuszcza również doktryna prawa⁸³. Wydaje się jednak, iż czyn z art. 241 § 1 k.k. stanowi szczególny przypadek czynu z art. 239 § 1 k.k., a więc mamy tu do czynienia z pozornym zbiegiem przepisów. Jeśli chodzi o etap poprzedzający publikację, to można wyrazić pogląd, iż podejmowanie przez dziennikarzy czynności wyjaśniających nie stanowi samo w sobie czynu wypełniającego znamiona przestępstwa poplecznictwa⁸⁴. Sam fakt, iż działanie to jest obiektywnie korzystne dla sprawcy, nie oznacza jeszcze bowiem, że można je zakwalifikować jako udzielanie „pomocy”, o którym mowa w art. 239 § 1 k.k. Stanowisko takie, jak się wydaje, zajął Sąd Najwyższy w wyroku z 25 lutego 1973 r.:

Do bytu przestępstwa poplecznictwa [...] konieczna jest świadomość sprawcy o popełnieniu przestępstwa przez osobę, której pomaga uniknąć odpowiedzialności karnej oraz zamiar utrudnienia lub udaremnienia w jakikolwiek sposób postępowania karnego przeciwko tej osobie zarówno przed jego wszczęciem, jak i w każdym stadium toczącego się już procesu⁸⁵.

Postulat ścisłego interpretowania pojęcia „pomaga” zgłosiła Barbara Kunicka-Michalska⁸⁶. Dosyć niejasno wypowiedzi się natomiast na ten temat Maria Szewczyk, ponieważ najpierw stwierdza ona, iż „nie jest przestępstwem zbieranie i rozpowszechnianie informacji dotyczą-

cych postępowania przygotowawczego, ale uzyskanych w inny sposób, np. przez prowadzenie tzw. prywatnego śledztwa”, po czym następnie dodaje, że „takie zachowanie może jednak w pewnych sytuacjach być postrzegane jako poplecznictwo, jeżeli powoduje utrudnianie lub udaremnianie prowadzonego postępowania”. Autorka ta nie podaje jednak przykładów takich sytuacji ani nie precyzuje, co to znaczy, że wspomniane zachowania „mogą być postrzegane jako poplecznictwo”⁸⁷.

Zdaniem Stefańskiego możliwy jest również zbieg art. 241 k.k. i 212 k.k.⁸⁸, mało jednak prawdopodobne, by w konkretnym orzeczeniu dokonano takiej kwalifikacji prawnej, ponieważ przestępstwo z art. 241 k.k. ma charakter publicznoskargowy, natomiast zniesławienie ścigane jest z reguły z oskarżenia prywatnego⁸⁹. Rozpowszechnienie wiadomości z postępowania przygotowawczego dotyczących jakiejś rozpoznawalnej w materiale prasowym osoby bardzo często może być uznane za pomawianie jej „o takie postępowanie lub właściwości, które mogą poniżyć ją w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania potrzebnego dla danego stanowiska, zawodu lub rodzaju działalności”. Jest to zwłaszcza oczywiste w sytuacji, gdy wiadomości te dotyczą osoby podejrzanej czy podejrzanego. To, czy dziennikarz uniknie odpowiedzialności, zależy oczywiście od tego, czy spełnione będą przesłanki zastosowania kontratypu z art. 213 § 2 k.k. lub konstrukcji błędu co do tego kontratypu. Rozstrzygnięcie tego typu spraw sprawia sądom problemy, jeżeli równocześnie toczy się jeszcze postępowanie karne mające na celu zbadanie zasadności zarzutów karnych wobec osoby pomówionej. Jeżeli postępowania

⁸² VI Ds. 6/01/S.

⁸³ J. Szamrej, *Przestępstwo poplecznictwa w polskim prawie karnym*, Warszawa 1977, s. 112; L. Gardocki, *Prawo karne...*, s. 278; J. Sobczak, *Dziennikarz – sprawozdawca sądowy. Prawa i obowiązki*, Warszawa 2000, s. 154; R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 33.

⁸⁴ Por. M. Zaremba, *Prawo prasowe. Ujęcie praktyczne*, Warszawa 2007, s. 136–137.

⁸⁵ I KR 340/72; OSNKW 1973, nr 7/8, poz. 98.

⁸⁶ B. Kunicka-Michalska, *Przestępstwa przeciwko ochronie...*, s. 124.

⁸⁷ M. Szewczyk, *Komentarz do art. 239 kodeksu karnego*, [w:] *Kodeks karny. Część szczególna...*, LEX, pkt 8.

⁸⁸ R.A. Stefański, *Przestępstwo rozpowszechniania...*, s. 33.

⁸⁹ Przykładem takiej sprawy może być sprawa przed SR dla Łodzi-Śródmieścia zakończona wyrokiem z 19.12.2005 r. uniewinniającym oskarżonego od obu zarzutów (sygn. VI K 366/03).

nie to już się zakończyło, można przypuszczać, że będzie ono miało znaczny wpływ na wynik procesu przeciwko dziennikarzowi. Problematyki tej nie trzeba jednak szczegółowo omawiać w niniejszym artykule. Warto wszakże zwrócić uwagę na ten aspekt spraw o zniesławienie, który wiąże się z wykorzystaniem przez oskarżonego o to przestępstwo ustaleń poczynionych w jakimś śledztwie lub dochodzeniu.

Niezwykłe często jest tak, że w tekstach czy innych materiałach „śledczych” ich autor odwołuje się do wyników czynności postępowania przygotowawczego i to nawet jeżeli ono jeszcze trwa albo zakończyło się umorzeniem. W tej sytuacji jest mało prawdopodobne, by dziennikarz mógł dowieść prawdziwości – sformułowanych przez siebie i opartych wyłącznie na tych ustaleniach – krytycznych zarzutów, tak by skorzystać z kontratyku z art. 213 § 2 k.k. Może jednak starać się wykazać, iż dotarcie do tych dowodów i ich wskazanie w tekście świadczy o tym, że dopuścił się zniesławienia „w usprawiedliwionym błędnym przekonaniu”, iż napisał prawdę, czyli że zachodzi owa okoliczność wyłączająca winę (art. 29 k.k. w zw. z art. 213 § 2 k.k.).

Nie jest wszakże oczywiste, że taka linia obrony okaże się skuteczna, ponieważ oskarżony dziennikarz może mieć problemy z udowodnieniem, iż wskazane jako źródło informacji ustalenia organów śledczych faktycznie miały miejsce. Trudności te wynikają z istnienia zakazów dowodowych, podobnych do tych, jakie chronią tajemnicę dziennikarską. I tak, zgodnie z art. 179 § 1 k.p.k.,

osoby obowiązane do zachowania w tajemnicy informacji niejawnych o klauzuli tajności „tajne” lub „ściśle tajne” [np. tożsamości świadka anonimowego – dopisek M.Z.] mogą być przesłuchane co do okoliczności, na które rozciąga się ten obowiązek, tylko po zwolnieniu tych osób od obowiązku zachowania tajemnicy przez uprawniony organ przełożony⁹⁰.

Łatwiej jest uzyskać zeznania od osób obowiązanych do zachowania tajemnicy informacji niejawnych o klauzuli tajności „zastrzeżone” lub „poufne” lub tajemnicy związanej z wykonywaniem zawodu lub funkcji (w tym tajemnicy postępowania karnego), ponieważ w przypadku odmowy ich złożenia sąd może zwolnić te osoby od obowiązku zachowania tajemnicy (art. 180 § 1 k.k.). Zasady te, zgodnie z dobrze nam już znanym art. 226 k.p.k., stosuje się odpowiednio do dokumentów (np. akt sprawy) zawierających wspomniane tajemnice. Jak widać, los dziennikarza zależeć będzie od tego, czy przekona sąd do przeprowadzenia dowodu z zeznań osób prowadzących relacjonowane postępowanie lub z dokumentów zawartych w aktach sprawy. Nie jest to oczywiste, ponieważ sąd może odmówić uwzględnienia takiego wniosku dowodowego, jeżeli mogłoby to utrudnić owo śledztwo lub dochodzenie. Prawdopodobnie można liczyć na bardziej przychylne nastawienie sądu, jeśli dziennikarz dysponuje kopiami dokumentów z akt, dokumentującymi dokonanie jakichś istotnych ustaleń. Być może nawet kopie te okażą się dla składu orzekającego dostatecznym dowodem na to, iż błąd dziennikarza był usprawiedliwiony. Gorzej, jeśli źródłem wiedzy dziennikarza na temat tych ustaleń jest anonimowy informator, a najgorzej, jeżeli w treści swojej publikacji autor w ogóle nie wskazał źródeł potwierdzających zarzuty i próbuje to dopiero uczynić w procesie⁹¹.

Jeszcze niekorzystniej pod tym względem wygląda sytuacja autora publikacji „śledczej”, jeżeli podmiot poszkodowany skorzysta z drogi cywilnej, a nie karnej i pozwie tego autora (i/lub jego wydawcę) o naruszenie dobrego imienia. Wówczas wykazanie szczególnej staranności zawodowej (stanowiącej okoliczność wyłączającą bezprawność tego deliktu) okaże się jeszcze trudniejsze, ponieważ w postępowaniu cywilnym zakazy dowodowe mają bardziej restrykcyjny charakter.

⁹⁰ Stosownie do § 2 tego artykułu „Zwolnienia wolno odmówić tylko wtedy, gdyby złożenie zeznania wyrządzić mogło poważną szkodę państwu”.

⁹¹ Por. na ten temat M. Zaremba, *Prawo prasowe...*, s. 192–193, 336–337.

Stosownie bowiem do treści art. 259 pkt 2 k.p.c., świadkami nie mogą być wojskowi i urzędnicy niezwolnieni od zachowania w tajemnicy informacji niejawnych o klauzuli „zastrzeżone” lub „poufne”, jeżeli ich zeznanie miałyby być połączone z jej naruszeniem. Poza tym, na mocy art. 261 § 2 k.p.c., świadek może odmówić odpowiedzi na zadane mu pytanie, jeżeli zeznanie miałyby być połączone z pogwałceniem istotnej tajemnicy zawodowej. Osoby, które jako świadkowie mogłyby odmówić zeznań, mogą również odmówić przedstawienia sądowi dokumentu obejmującego treść takich ewentualnych zeznań (art. 248 § 2 k.p.c.)⁹². Zwolnione z takiego obowiązku są również osoby dysponujące dokumentami zawierającymi informacje niejawne (art. 248 § 2 k.p.c.).

Z powyższych rozważań wynika, iż przedstawiciele prasy ponoszą również i takie ryzyko, że ze względów prawnych nie będą w stanie dowieść swoich racji w procesie, przy czym istotne znaczenie będzie miał rodzaj prowadzonego przeciwko nim postępowania. Sądy winny jednak mieć na uwadze, by, poprzez nadmierny formalizm dowodowy, nie naruszyć konstytucyjnej i konwencyjnej wolności eks-

presji oskarżonego czy pozwanego dziennikarza. Niedopuszczalna byłaby na przykład odmowa włączenia do materiału dowodowego wspomnianych powyżej kserokopii dokumentów z akt z tego powodu, iż zostały one uzyskane z naruszeniem przepisów prawa. Wniosek taki jasno wynika z wyroku Trybunału Europejskiego w sprawie *Brunet-Lecomte i Tanant przeciwko Francji*, w którym organ ten potwierdził, iż prasa może opierać swoje publikacje na poufnych raportach publicznych⁹³. W tej konkretnie sprawie skarżącymi byli dwaj francuscy dziennikarze skazani za zniesławienie, mimo że podstawę dla rozpowszechnionych przez nich informacji stanowiły dane z raportu komisji nadzoru bankowego oraz wewnętrznego raportu bankowego. Rozpoznający skargę sędziowie strasburscy nie mieli wątpliwości, że w tym przypadku doszło do naruszenia art. 10 konwencji. Natomiast w sprawie *Torres, Merville, Polanco, Polanco przeciwko Hiszpanii* Trybunał przyjął za sądem hiszpańskim, iż kwestia, w jaki sposób dziennikarz wszedł w posiadanie źródła z informacjami (dyskietek komputerowych) nie powinna być brana pod uwagę w cywilnym procesie o naruszenie dobrego imienia, zwłaszcza że kwestia

⁹² Warto w tym miejscu odnotować, że w opinii sądów: „Nie istnieje taki środek dowodowy jak dowód z akt sprawy, środkiem dowodowym są wyłącznie konkretne dokumenty znajdujące się w aktach danej sprawy. Skarżący nie wskazali zaś, które dokumenty z akt [...] mają stanowić środek dowodowy, z którego zamierzają skorzystać, co wykluczyło pozytywne rozpoznanie przedmiotowego wniosku” (wyrok SA w Warszawie z 8.11.2006 r., VI ACa 343/2006, „Lex Polonica”; tak też wyrok SA w Warszawie z 23.02.2006 r., I ACa 890/2005, „Lex Polonica” oraz powoływany w nim wyrok SN z 11.12.1967 r. II PR 155/67, niepublik.; wyrok SA w Warszawie z 5.06.2006 r., VI ACa 1331/2005, „Lex Polonica”). Podobne stwierdzenie zawiera wyrok Sądu Najwyższego z 17 czerwca 2004 r.: „[...] należy zauważyć, że wniosek »o przeprowadzenie dowodu z akt Prokuratury Okręgowej we Wrocławiu w sprawie VI D, 76/00« został sformułowany wadliwie. Nie sprecyzowano w nim ani dostatecznie skonkretyzowanej tezy dowodowej, za taką bowiem nie może być uznane stwierdzenie, że jest to dowód »dla wykazania prawdziwości artykułu«, ani nie wskazano konkretnych dowodów zebranych w postępowaniu przygotowawczym i znajdujących odzwierciedlenie w aktach tego postępowania” (V CK 580/03, niepublik.). Przeciwnie stanowisko w tej ważnej kwestii wyraził chyba jedynie Sąd Najwyższy w wyroku z 14 maja 2003 r.: „Zasadnie skarżący kwestionują prawidłowość stanowiska Sądu Apelacyjnego, który zaaprobował nieuwzględnienie przez Sąd pierwszej instancji innych wniosków pozwanych zmierzających do przeprowadzenia określonych dowodów i wniosków o ich przeprowadzenie. Dotyczy to w szczególności odmowy zażądania akt sprawy Prokuratury Okręgowej w Warszawie Ds. 151/97 dlatego, że pozwani nie wskazali, jakie dowody zostały przez Prokuraturę w tej sprawie przeprowadzone. Jednakże w sytuacji, gdy pozwani nie byli stroną postępowania prowadzonego przez Prokuraturę i nie mają możliwości wglądu w akta prowadzonej przezeń sprawy, wymaganie od nich sformułowania prawidłowej tezy dowodowej bez znajomości tych akt jest żądaniem dokonania czynności niemożliwej. Zażądanie wymienionych akt sprawy, której przedmiotem były okoliczności będące okolicznościami istotnymi w rozpoznawanej sprawie, jest uzasadnione dążeniem do pełnego jej wyjaśnienia, bez zamykania pozwanym drogi do skorzystania z dowodów na okoliczności, których obowiązek udowodnienia na nich spoczywa” (I CKN 463/01, OSP 2004, z. 2, poz. 22).

⁹³ Wyrok z 8.10.2009 r., § 62.

ta nigdy nie zostało zbadana w odrębnym postępowaniu⁹⁴.

Teoretycznie możliwe jest postawienie dziennikarzowi ujawniającemu wiadomości z postępowania przygotowawczego nie tylko zarzutu przestępstwa z art. 241 § 1 k.k., ale i podżegania do przestępstwa z art. 266 § 2 k.k. (ujawnienie przez funkcjonariusza publicznego informacji niejawniej o klauzuli „zastrzeżone” lub „poufne” lub „informacji, którą uzyskał w związku z wykonywaniem czynności służbowych, a której ujawnienie może narazić na szkodę prawnie chroniony interes”). W tym celu konieczne byłoby jednak ustalenie tożsamości informatora dziennikarza, ponieważ źródłem jego informacji niekoniecznie musi być wspomniany funkcjonariusz. Poza tym, nagabywanie urzędników i innych osób o informacje jest nieodłącznym elementem pracy dziennikarza. Dlatego wykorzystywanie przez organy ścigania konstrukcji podżegania do przestępstwa ujawnienia tajemnicy budzi wątpliwości natury konstytucyjnej i konwencyjnej. Przykładowo, Sąd Rejonowy w Warszawie umorzył postanowieniem z 17 lutego 2004 r., ze względu na znikomą szkodliwość społeczną czynu, postępowanie karne przeciwko dziennikarce „Życia Warszawy” oskarżonej o podżeganie pracownika sieci telefonii komórkowej do ujawnienia informacji stanowiących tajemnicę telekomunikacyjną. Jak podkreślił ten sąd w uzasadnieniu, podejmując swoją decyzję, „[...] miał również na uwadze specyfikę pracy dziennikarza, która polega na zdobywaniu informacji oraz fundamentalne znaczenie wolności prasy w demokratycznym państwie prawa”⁹⁵. W kwestii tej wypowiedzieli się również sędziowie Trybunału w Strasburgu. W wyroku z 17 grudnia 2004 r. podkreślili oni mianowicie, iż „[...] środki zastosowane przez wnioskodawców w celu uzyskania dokumentu,

o którym mowa, pozostają w granicach swobody poszukiwań właściwej dla praktyki ich [skarżących dziennikarzy – dopisek M.Z.] zawodu”⁹⁶. Obszerniej problem ten jednak został omówiony przy okazji rozstrzygnięcia sprawy *Dammann przeciwko Szwajcarii*⁹⁷. Początkiem sporu było w tym przypadku telefoniczne zapytanie skierowane przez dziennikarza do asystenta prokuratora dotyczące przeszłości kryminalnej osób podejrzewanych o dokonanie głośnego rabunku. Trybunału nie przekonał argument sądów szwajcarskich, iż dziennikarz ten winien był wiedzieć, iż pyta o dane objęte tajemnicą. Skład sądzący podkreślił natomiast, że owe informacje nie zostały opublikowane, skarżący nie stosował podstępu, groźby ani innych nieuczciwych metod dla uzyskania odpowiedzi, a państwo winno odpowiednio przeszkolić swój personel, by zabezpieczyć się przed tego typu wypadkami. Przyznając jednomyślnie rację skarżącemu, sędziowie podkreślili równocześnie, że etap prowadzenia śledztwa dziennikarskiego, jako szczególnie narażony na ryzyko prawne, winien podlegać szczególnie uważnej kontroli Trybunału⁹⁸.

Czyn wypełniający znamiona art. 241 § 1 k.k. może niekiedy wypełniać też znamiona art. 49 ust. 1 ustawy o ochronie danych osobowych, o ile rozpowszechniane wiadomości z postępowania przygotowawczego zawierają dane osobowe w rozumieniu tej ustawy oraz art. 13 ust. 2 pr. pras. Czasami też powoływany jest w takich okolicznościach art. 266 § 1 k.k., penalizujący ujawnienie tzw. tajemnicy prywatnej lub zawodowej⁹⁹. Innym przepisem, który może pozostawać w zbiegu, jest art. 265 § 1 i 3 k.k. typizujący przestępstwo umyślnego i nieumyślnego ujawnienia informacji niejawniej o klauzuli tajności „tajne” lub „ściśle tajne”. Tajemnicę tego typu stanowią bowiem dane dotyczące tożsamości świadka anonimowe-

⁹⁴ Wyrok z 21.09.2010 r., § 51.

⁹⁵ Wyrok SR w Warszawie z 17.02.2004 r., V K 11/04, niepublik.

⁹⁶ Sprawa *Cumpănă i Mazăre przeciwko Rumunii*.

⁹⁷ Wyrok z 25.04.2006 r.

⁹⁸ Por. § 52 z powołaniem na wyrok z 26.11.1991 r. w sprawie *Sunday Times przeciwko Zjednoczonemu Królestwu* (nr 2), § 51.

⁹⁹ Postanowienie PR w Chełmie z 20.10.2005 r. o umorzeniu postępowania, I Ds. 2199/05.

go¹⁰⁰ oraz niektóre informacje związane z osobą świadka koronnego¹⁰¹.

Propozycja Ministerstwa Sprawiedliwości zmiany treści art. 241 § 1 k.k.

Postulowana przez Ministerstwo Sprawiedliwości zmiana art. 241 Kodeksu karnego miała polegać na:

[...] skonstruowaniu kontratyapu przewidzianego w nowym dodanym przepisie, przy wykorzystaniu pojęć normatywnych występujących w aktualnym stanie prawnym jako znamiona typów przestępstw, znamiona kontratyapu oraz przesłanki stosowania instytucji prawa procesowego.

Jak czytamy w *Założeniach*:

Posłużenie się normatywnymi określeniami występującymi w obowiązujących przepisach, posiadającymi ugruntowaną wykładnię, powinno usunąć niebezpieczeństwo zaistnienia wątpliwości co do zakresu kontratyapu, ułatwiając stosowanie projektowanego przepisu. Przy określeniu znamion ustawowych kontratyapu proponuje się zatem zastosować znamię:

– „obrony społecznie uzasadnionego interesu” występujące w art. 213 k.k., określającym kontratyap dozwolonej krytyki, a które to znamię oceniane będzie w kontekście celu, jaki przyświecał działaniu sprawcy;

– „utrudnienia postępowania karnego” występujące w art. 239 § 1 k.k. statuujące przestępstwo tzw. poplecznictwa oraz w art. 258 § 1 pkt 2 Kodeksu postępowania karnego, stanowiące element opisu szczególnej podstawy zastosowania tymczasowego aresztowania;

– „narażenie na szkodę prawnie chronionego interesu uczestnika postępowania”, występujące w opisie typu przestępstwa ujawnienia tajemnicy służbowej, określonego w art. 266 § 2 k.k.

Znamiona w postaci „utrudnienia postępowania karnego” oraz „narażenia na szkodę prawnie chronionego interesu uczestnika postępo-

wania” będą stanowiły negatywne przesłanki, a więc które nie będą mogły zaistnieć, aby możliwe było zastosowanie instytucji kontratyapu¹⁰².

Projektowany kontratyap dotyczyć miał wyłącznie przestępstwa określonego w art. 241 § 1 k.k. Pozostawienie poza zakresem zastosowania tej konstrukcji zastosowania zachowania opisanego w art. 241 § 2 k.k. uzasadnia się to tym, że

[...] art. 241 § 1 k.k. chroni inne wiadomości niż w art. 241 § 2 k.k., zaś decyzja o objęciu tych wiadomości szczególną ochroną udzielana nie jest kontekstowo, z uwagi na fazę procesu karnego (rozprawa sądowa jest bowiem co do zasady jawna), lecz ze względów przedmiotowych, odnoszących się do charakteru lub szczególnego znaczenia chronionych wartości, także w kontekście ich relacji do istotnego interesu prywatnego¹⁰³.

Oprócz założeń nowelizacji, dokument prezentuje także wyniki konsultacji w środowisku prawniczym. Sądy i prokuratury, dokonując oceny projektowanych regulacji, miały prezentować podzielone stanowiska w zakresie zasadności proponowanych zmian. Część osób wypowiadających się pozytywnie odebrała projektowane regulacje, podnosząc m.in., że zmiana treści art. 241 k.k. jest zasadna z uwagi na zbyt szerokie określenie znamienia „wiadomości z postępowania przygotowawczego”. Wskazano, że w praktyce doniesienia medialne dotyczące spraw karnych zawierają często wiele informacji z postępowania przygotowawczego, których ujawnienie w żaden sposób nie szkodzi postępowaniu karnemu, a realizuje jedynie cele informacyjne, zagwarantowane przepisami Konstytucji. Dlatego też ponoszenie odpowiedzialności karnej w zależności od wpływu na fakt ujawnienia wiadomości na dalszy tok postępowania, albo też na interes jego uczestników, ocenione zostało jako pozytywna zmiana, zasługująca na aprobatę¹⁰⁴.

¹⁰⁰ Por. art. 184 k.p.k.

¹⁰¹ Por. art. 23 ustawy z 25.06.1997 r. o świadku koronnym, T. jedn. Dz.U. 2007, nr 36, poz. 232, ze zm.

¹⁰² *Założenia projektu...*, s. 9–10.

¹⁰³ Tamże, s. 10.

¹⁰⁴ Tamże, s. 12–13.

Uwagi krytyczne sądów i prokuratur sprowadzały się do zarzutu, że obecny zakres zastosowania art. 241 k.k. nie wydaje się zbyt szeroki oraz że wskazywane incydentalnie w środkach masowego przekazu przykłady spraw dotyczących jego stosowania mogą znaleźć rozwiązanie na gruncie obowiązujących przepisów¹⁰⁵.

Jak wynika z dokumentu,

[...] wątpliwości budziła również propozycja użycia w zakresie nowelizacji art. 241 k.k. pojęć normatywnych o nieostrym charakterze, występujących co prawda w aktualnym stanie prawnym, ale w tym wypadku połączonych z odmienną materią. Proponowane przesłanki negatywne w postaci „utrudnienia postępowania karnego” oraz „narażenie na szkodę prawnie chronionego interesu uczestnika postępowania” spowodują, że występki z art. 241 k.k. należące do kategorii przestępstw formalnych, stanie się w istocie przestępstwem skutkowym, gdyż każdorazowo koniecznym będzie ustalenie, czy ujawnienie wiadomości w negatywny sposób wpłynęło na tok postępowania lub interesy jego uczestników. Wskazano ponadto na niebezpieczeństwo, że proponowana zmiana stałaby się poważnym problemem interpretacyjnym i zburzyła spójność obecnie obowiązujących regulacji¹⁰⁶.

Autorzy *Założeń* odpierają te zarzuty, stwierdzając, iż:

W zakresie projektowanej nowelizacji art. 241 §1 k.k. wskazać ponadto należy, że proponowane w projektowanej regulacji kryteria są jasne, które oczywiście podlegać będą ocenie organu postępowania karnego. W tym zakresie nie różni się jednak proponowany kontratyp od pozostałych instytucji, w tym istniejących już kontratypów w systemie prawa karnego. Nie można zatem podzielić poglądu, że proponowana zmiana w zakresie art. 241 k.k. stanie się poważnym problemem interpretacyjnym i zburzy spójność obecnie obowiązujących regulacji¹⁰⁷.

Dodać też można, że w przeciwieństwie do wielu innych sytuacji, w których dziennikarz może mieć wątpliwości co do zgodności z prawem treści zawartych w materiale prasowym, w razie obaw co do dopuszczalności rozpowszechnienia wiadomości z postępowania przygotowawczego, możliwe jest zasięgnięcie opinii podmiotu prowadzącego to postępowanie.

Jednoznacznie negatywne stanowisko na temat projektu wyraziła Krajowa Rada Sądownictwa. Zdaniem Rady proponowana zmiana art. 241 § 1 k.k., obejmująca stworzenie instytucji kontratypu, mogłaby utrudnić prowadzenie postępowania przygotowawczego i naraziłaby na szkodę prawnie chroniony interes uczestników postępowania:

Podczas prowadzonego postępowania przygotowawczego, szczególnie w początkowej jego fazie możliwa jest tego typu sytuacja, że trudno będzie jednoznacznie określić, czy dana okoliczność ujawniona w tym postępowaniu ma związek z przedmiotem postępowania przygotowawczego. Poinformowanie opinii publicznej o pewnej okoliczności, która początkowo była uważana za nieprzydatną dla postępowania, a później okazała się istotna może utrudnić prowadzenie tego postępowania karnego i narazić na szkodę prawnie chronione interesy uczestników postępowania¹⁰⁸.

Zdaniem ministerstwa, argument ten jest jednak o tyle nietrafiony, że

[...] obawa o możliwości wystąpienia dopiero na późniejszym etapie postępowania przygotowawczego sytuacji, w której dojdzie do jego utrudnienia bądź naruszenia prawnie chronionego interesu jego uczestnika wskutek wcześniejszego ujawnienia określonej wiadomości jest aktualna również do obecnego stanu prawnego¹⁰⁹.

Rację mają również autorzy *Założeń*, stwierdzając, że stosunkowo niewielka liczba skazań

¹⁰⁵ Tamże, s. 13.

¹⁰⁶ Tamże, s. 13–14.

¹⁰⁷ Tamże, s. 14.

¹⁰⁸ Tamże, s. 15–16.

¹⁰⁹ Tamże, s. 16.

za czyn z art. 241 § 1 k.k. nie może prowadzić do wniosku o niecelowości wprowadzenia projektowanych zmian:

Debata publiczna jasno bowiem wskazuje, że nawet jedno nieuzasadnione dobrem publicznym skazanie z tego przepisu podważa podstawy, na których opiera się demokratyczne państwo. Wskazuje na tę okoliczność, m.in. Helsińska Fundacja Praw Człowieka, która w pełni popiera proponowane zmiany¹¹⁰.

Za proponowaną zmianą przemawia również fakt, iż trudno jest wskazać konkretne przykłady sytuacji, w której ukaranie dziennikarza miałyby sens. Jak stwierdził chociażby były Prokurator Generalny Stanisław Iwanicki – „Nie znam przypadku, by dziennikarskie śledztwo pomogło w ucieczce przestępcy lub gmatwało śledztwo”¹¹¹. Również były rzecznik Komendy Głównej Policji Paweł Biedziak przyznał, że przez prawie sześć lat nie spotkał się z taką sytuacją¹¹².

Równocześnie, przepis o którym mowa, może być wykorzystywany jako instrument zastraszania. Potwierdza to S. Iwanicki: „Dziennikarz, który równolegle prowadzi swoje śledztwo i ma lepsze wyniki, może irytować. Można go więc przesłuchać, sprawdzić billing, a nuż się wystraszy [...]. Nie znam dziennikarza zajmującego się działką śledczą, który nie miałby jakichś przejść z prokuraturą”¹¹³. Znane są przypadki, kiedy na dziennikarza opisującego jakąś sprawę spada prawdziwy deszcz zarzutów. Dla przykładu, autorom głośnego artykułu *Sędzia do wynajęcia* zarzucono dokonanie przestępstw z art. 235 k.k. (kierowanie, przez tworzenie fałszywych dowodów lub inne podstępne zabiegi, przeciwko określonej osobie ścigania o przestępstwo, wykrocze-

nie, wykroczenie skarbowe lub przewinienie dyscyplinarne), art. 241 § 2 k.k., art. 49 ust. 2 ustawy o ochronie danych osobowych (poprzez bezprawne przetwarzanie danych osobowych, w tym przypadku dotyczących stanu zdrowia, kodu genetycznego i nałogu palenia papierosów), art. 49 pr. pras. w związku z art. 14 ust. 2 pr. pras. (naruszenie obowiązków związanych autoryzacją) oraz art. 49 pr. pras. w związku z art. 14 ust. 6 pr. pras. (publikacja informacji dotyczących prywatnej sfery życia)¹¹⁴. W podobnej sprawie – dotyczącej serii artykułów poświęconych innemu sędziemu – Prokuratura Rejonowa w Golubiu-Dobrzyniu badała łącznie dwadzieścia zarzutów obejmujących czyny z art. 266 § 1 k.k. i art. 49 pr. pras. w związku z art. 15 ust. 2 pkt 2 pr. pras. (naruszenie przez dziennikarza obowiązku zachowania w tajemnicy wszelkich informacji, których ujawnienie mogłoby naruszać chronione prawem interesy osób trzecich) oraz art. 241 § 2 k.k.¹¹⁵

Podsumowanie

Przepis art. 241 k.k. winien być analizowany nie tylko przy uwzględnieniu jego treści i celu. Konieczne jest jeszcze jego odniesienie do innych przepisów wyznaczających granicę swobody relacjonowania postępowań karnych. Wadliwość istniejących rozwiązań prawnych najlepiej obrazuje przykład dotyczący zatrzymania i zastosowania tymczasowego aresztu wobec jakiejś osoby pełniącej ważne funkcje publiczne, np. burmistrza. Miasto pozbawione jest gospodarza, jednak dziennikarze nie mogą o tym poinformować do momentu uzyskania formalnej zgody właściwego prokuratora, co wymaga uprzedniego złożenia wniosku (art. 13 ust. 2–3 pr. pras.). Nie jest bowiem tak, jak często wydaje się dziennikarzom, iż podanie pierw-

¹¹⁰ Tamże, s. 18.

¹¹¹ P. Łukasik, *Śledzeni...*

¹¹² Tamże.

¹¹³ Tamże.

¹¹⁴ Śledztwo w tej sprawie, prowadzone przez PR Warszawa-Ochota, zostało umorzono postanowieniem z 27.07.2004 r. (sygn. 4 Ds. 1183/04), częściowo ze względu na brak znamion czynu zabronionego, częściowo z uwagi na przedawnienie.

¹¹⁵ Sprawa zakończyła się umorzeniem postanowieniem z 16.04.2003 r. i (po uchyleniu w części tego postanowienia przez SR w Kwidzynie) postanowieniem z 30.06.2004 r., sygn. Ds. 279/04.

szej litery nazwiska stanowi cudowną receptę na wyłączenie zakazu z art. 13 ust. 2 pr. pras., o ile tożsamość podejrzanego lub oskarżonego można ustalić na podstawie innych danych zawartych w materiale prasowym (np. podanie funkcji)¹¹⁶. Takie samo zezwolenie konieczne jest do uzyskania wglądu do akt i ujawnienia ich zawartości (odpowiednio art. 156 § 5 k.p.k. i art. 241 § 1 k.k.). Jeżeli sprawa trafi już do sądu, a wcześniej zgoda na ujawnienie danych osobowych nie została wyrażona, przedstawiciele prasy muszą się o nią zwrócić do sądu (którym jest właściwy do rozpatrzenia sprawy skład orzekający, por. art. 13 ust. 3 pr. pras.)¹¹⁷. Sąd ten jest również władny do rozpatrzenia wniosku o zezwolenie „na dokonywanie za pomocą aparatury utrwałeni obrazu i dźwięku z przebiegu rozprawy” (art. 357 § 1 k.p.k.). Adresatem wniosków o udostępnienie akt oraz o wyrażenie zgody na rozpowszechnienie wiadomości z postępowania przygotowawczego jest już jednak nie skład orzekający, ale prezes sądu (odpowiednio art. 156 § 1 k.p.k. i art. 241 k.k.)¹¹⁸.

Dziennikarz pragnący w sposób rzetelny realizować swoją misję informowania o sprawach publicznego zainteresowania napotyka więc trzy rodzaje przeszkód: po pierwsze, przepisy uzależniają rozpowszechnienie informacji od uzyskania bardzo uznaniowej zgody organu państwa; po drugie, zgoda ta winna przybrać prawnie określoną formę – zarządzenia lub postanowienia, co wymaga złożenia pisemnego wniosku; po trzecie, konieczne zezwolenia są wydawane przez różne organy w odrębnych procedurach i terminach. Postulowana nowelizacja powinna stanowić zatem tylko pierwszy etap prac związanych z uporządkowaniem aktualnego stanu prawnego. Co najmniej tak samo ważne wydaje się dostosowanie art. 13 ust. 2 i 3 pr. pras. do standardów wynikających z orzecznictwa Trybunału Europejskiego¹¹⁹. Proponowana w *Założeniach projektu ustawy o zmianie ustawy – kodeks karny* treść art. 241 § 1 k.k. może w tym celu służyć jako wzór do naśladowania i inspiracja.

¹¹⁶ Por. wyrok SN z 18.03.2008 r. IV CSK 474/2007, OSNC 2009, nr 6, poz. 87.

¹¹⁷ Uchwała SN z 22.02.1990 r., V KZP 30/89, OSNKW 1990, nr 4/6, poz. 11; wyrok SA w Gdańsku z 14.02.2008 r., I ACa 1335/07.

¹¹⁸ Por. uchwałę SN cytowaną w przypisie poprzedzającym.

¹¹⁹ Por. na ten temat M. Zaremba, *Prawo prasowe...*, s. 124–125.

◀||| „Śledztwo dziennikarskie” a odpowiedzialność dziennikarza za naruszenie tajemnicy postępowania przygotowawczego

Journalistic investigation and journalistic liability for the violation of the pre-trial confidentiality

Michał Zaremba

SŁOWA KLUCZOWE

dziennikarstwo śledcze, tajemnica postępowania karnego, tajemnica śledztwa, odpowiedzialność prawna mediów, sprawozdawczość sądowa

KEY WORDS

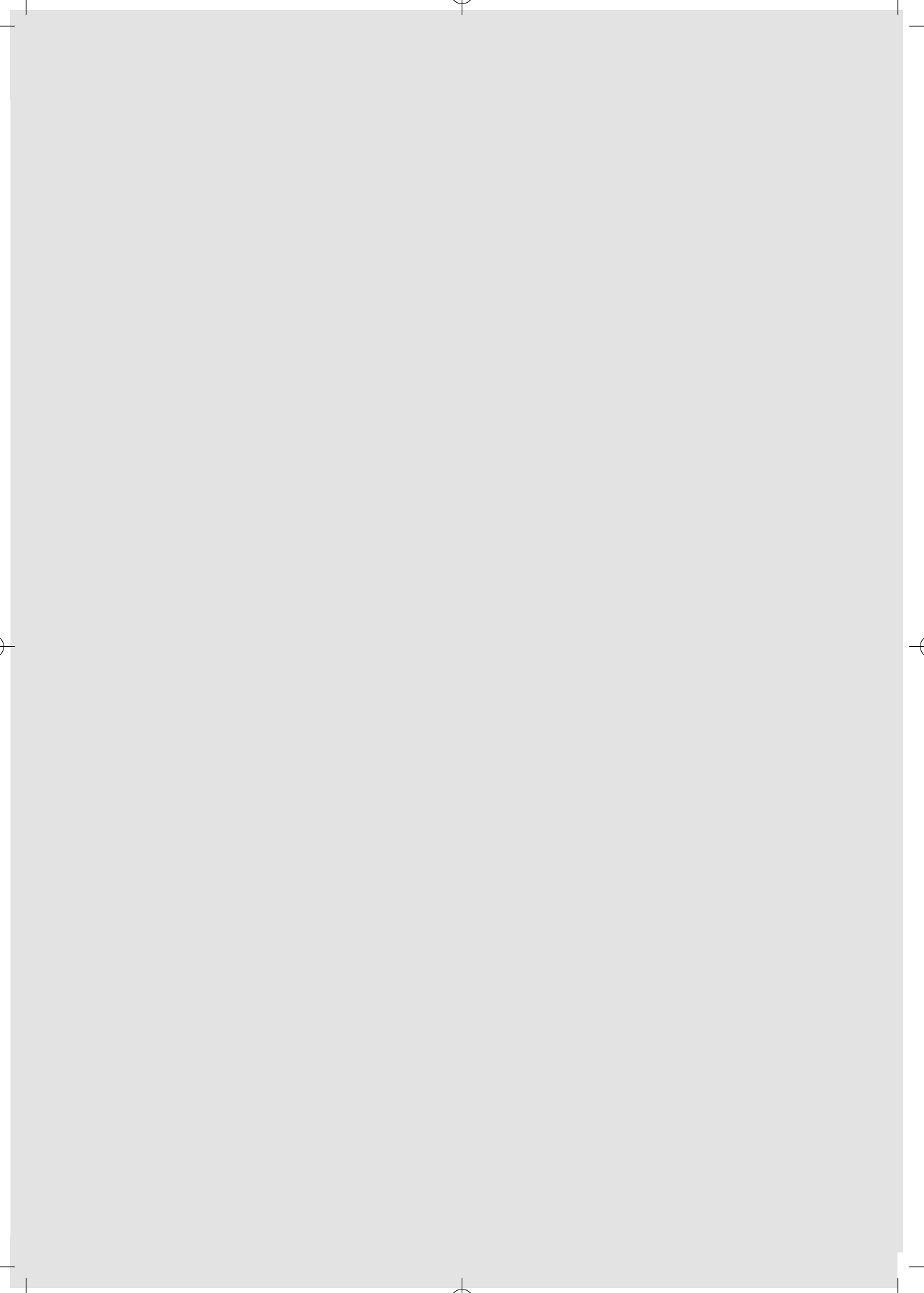
investigative journalism, confidentiality in criminal proceedings, investigation confidentiality, legal responsibility of the media, court reporting

STRESZCZENIE

Inspirację dla napisania niniejszego artykułu stanowi rządowy projekt liberalizacji art. 241 Kodeksu karnego, penalizującego ujawnienie wiadomości z postępowania karnego. Przepis ten bywa stosunkowo często stosowany wobec dziennikarzy śledczych, dlatego zakaz w nim przewidziany stanowi istotne ograniczenia wolności słowa i prasy. W publikacji przedstawione zostały poglądy nauki prawa na temat owej regulacji, jak również praktyka jej stosowania przez organy wymiaru sprawiedliwości. Zaprezentowane zostały również poglądy Europejskiego Trybunału Praw Człowieka na temat swobody informowania przez media o przebiegu postępowań karnych. Przeprowadzona analiza dostatecznie uzasadnia, zdaniem autora, zasadność planowanej nowelizacji.

ABSTRACT

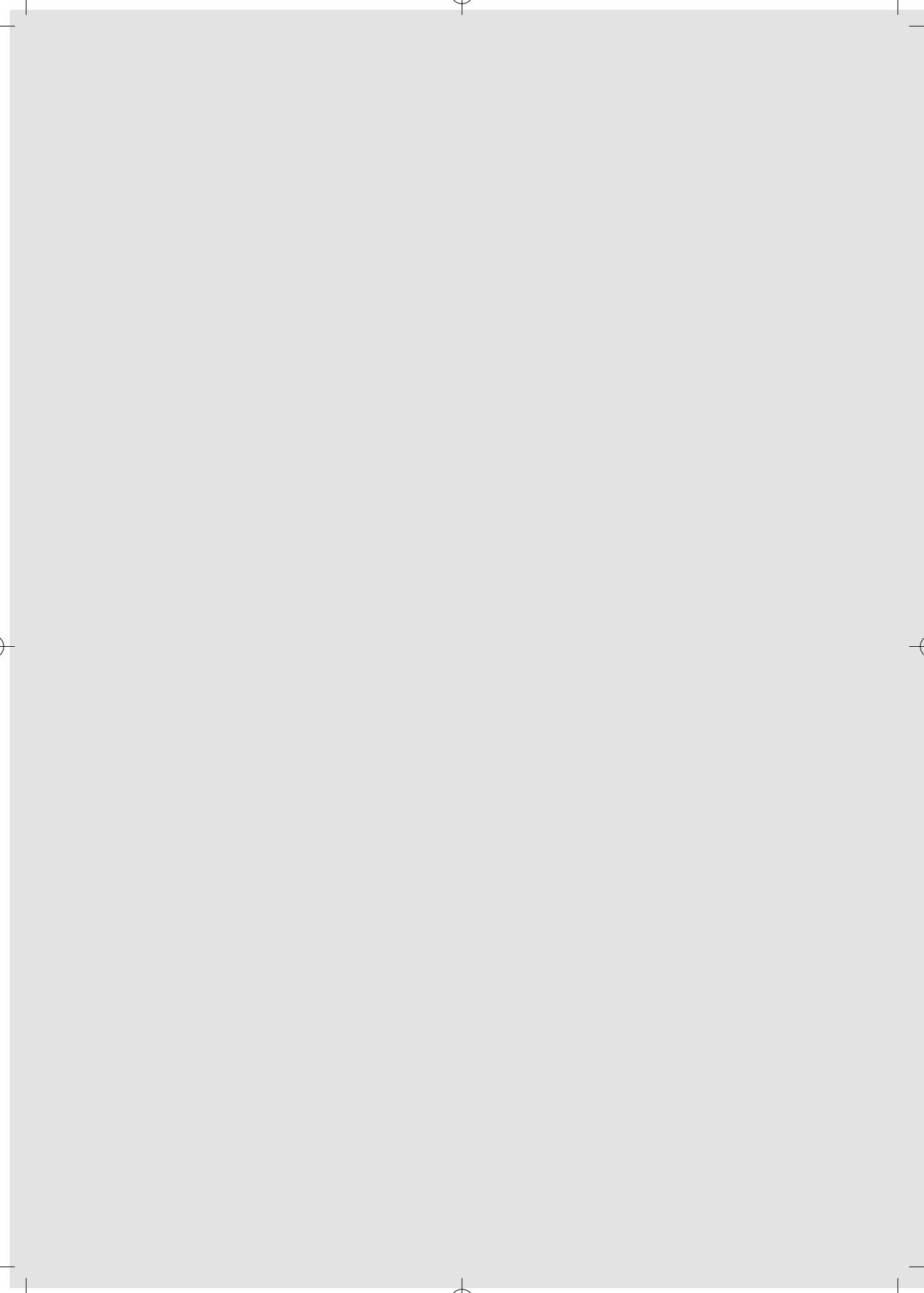
The inspiration for this article was the government's project of liberalizing Article 241 of the Penal Code that punishes the disclosure of information concerning criminal proceedings. This provision is relatively often applied to investigative journalists. Therefore, the ban it contains is considered to be a significant limitation of freedom of speech and the press. The article presents the views of the doctrine on this regulation as well as the practice of its application by judicial authorities. The author also quotes the opinions of the European Court of Human Rights relating to the media right to inform about the progress of criminal proceedings. The analysis herein conducted adequately justifies, according to the author, the relevance of the proposed amendment.



Media za granicą



Media abroad



Prasa w Irlandii Północnej

Michał Kaczmarczyk

Irlandia Północna jest autonomiczną częścią Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej, leżącą w północno-wschodniej części wyspy Irlandii. Zajmuje obszar 14 121 km kw., obejmując sześć z dziewięciu hrabstw należących do historycznej prowincji Ulster: Antrim, Armagh, Down, Fermanagh, Londonderry i Tyrone. W maju 1921 r. protestancka społeczność zamieszkująca Ulster, złożona w większości z potomków średniowiecznych angielskich osadników, ogłosiła niezależność od Irlandii. Siedem miesięcy później, na mocy tzw. traktatu londyńskiego (6 grudnia 1921 r.) Wielka Brytania uznała niepodległość Irlandii, nadając jej status brytyjskiego dominium. Decyzję o sześciu północnych hrabstwach odłożono w czasie, ale stały się one całkowicie zależne od Wielkiej Brytanii. W 1925 r. ostatecznie potwierdzono wcześniejsze ustalenia graniczne, dzięki czemu Irlandia Północna została częścią Korony.

Irlandia Północna wytworzyła własną specyfikę polityczną, społeczną i kulturalną. Posiada autonomiczny parlament (Zgromadzenie Północnoirlandzkie), składający się ze 108 członków wybieranych w wyborach powszechnych, własny rząd oraz system partyjny. Wiele obszarów życia społecznego regulują odrębne, obowiązujące wyłącznie w Irlandii Północnej przepisy prawne. Dotyczy to m.in. spraw rolnictwa, ochrony środowiska, edukacji, opieki zdrowotnej, kultury i sztuki. Autonomiczność Irlandii Północnej znajduje odzwierciedlenie także w specyfice systemu medialnego tej czę-

ści Zjednoczonego Królestwa. W artykule podjęta zostanie próba określenia i analizy tych cech rynku prasowego Ulsteru, które odróżniają go od systemu brytyjskiego, oraz specyfiki prasy północnoirlandzkiej. Specyfika ta przejawia się przede wszystkim w: 1) wysokim stopniu paralelizmu politycznego i silnym zaangażowaniu ideologicznym północnoirlandzkich dzienników ogólnokrajowych i periodyków lokalnych, 2) rezygnacji z charakterystycznego dla Wielkiej Brytanii i Republiki Irlandii stylu dziennikarskiego określanego jako „dyskurs oparty na faktach”, 3) silnej pozycji rynkowej prasy partyjnej, 4) „irlandocentryzmie” w opisywaniu zjawisk i problemów politycznych, kulturowych czy społecznych, 5) restrykcyjnych uregulowaniach prawnych, określających w przeszłości (w okresie nasilenia konfliktu północnoirlandzkiego) zakres swobody działalności mediów.

Oprócz charakterystyki różnic między prasą północnoirlandzką i brytyjską, artykuł przedstawia kształt rynku mediów drukowanych ukazujących się na terenie Irlandii Północnej z uwzględnieniem segmentu prasy codziennej, czasopism oraz prasy lokalnej. Przywołane w tekście przykłady poszczególnych tytułów mają na celu nie tylko potwierdzenie postawionych na wstępie hipotez, ale także ukazanie struktury rynku prasowego, dokonanie przeglądu obecnych na nim podmiotów – ich orientacji politycznej, składów redakcji, wysokości nakładów czasopism itp. Zagadnienia te nigdy wcześniej nie zostały opisane

w polskiej literaturze przedmiotu, artykuł może zatem stanowić źródło wiedzy o wybranych tytułach dla badaczy brytyjskich i irlandzkich mediów masowych, punkt wyjścia dla dalszych, bardziej uogólnionych analiz medialnych i politologicznych, odnoszących się np. do kwestii politycznego zaangażowania prasy północnoirlandzkiej w konflikt i proces pokojowy.

Podjęte w artykule analizy dotyczą największych pod względem nakładu i pozycji rynkowej (a co za tym idzie – roli w dyskursie publicznym) dzienników ogólnokrajowych oraz pism lokalnych. Wyznaczając zakres podmiotowy analizy, autor oparł się na danych o zasięgu, nakładach i sprzedaży pism opublikowanych w raporcie Audit Bureau of Circulations – brytyjskiej instytucji kontrolującej nakłady prasy. Do analizy wybrano tytuły reprezentatywne dla poszczególnych segmentów rynku (m.in. prasa opinii, prasa gospodarza). Kryterium doboru w tym przypadku stanowiła pozycja rynkowa poszczególnych pism, określona na podstawie zasięgu i nakładu. Chociaż zasięg chronologiczny dokonanej w artykule analizy prasy Ulsteru obejmuje lata 1970–2010, autor koncentruje się przede wszystkim na współczesnym obliczu systemu medialnego Irlandii Północnej, uwzględniając w badaniach niemal wyłącznie tytuły ukazujące się obecnie (problematyka historii prasy północnoirlandzkiej, w tym zagadnienia roli politycznej nieistniejących już gazet i czasopism, zostanie podjęta w odrębnym opracowaniu).

Specyfika prasy w Irlandii Północnej

Północnoirlandzkie środki masowego przekazu pozostają w orbicie wpływów dwóch krajowych systemów medialnych: brytyjskiego i irlandzkiego. Oba systemy zaliczane są do liberalnego (północnoatlantyckiego) modelu mediów, charakterystycznego także dla takich krajów, jak Stany Zjednoczone i Kanada. Ten model systemu medialnego charakteryzuje się przede wszystkim wczesnym rozwojem i sil-

nym ugruntowaniem zasady wolności prasy, długą tradycją prasy masowej, dominacją gazet komercyjnych nad misyjnymi, wysokim profesjonalizmem dziennikarstwa oraz niskim stopniem paralelizmu politycznego (rozumianego jako siła powiązań między mediami a otoczeniem politycznym)¹. Model północnoatlantycki w postaci najbardziej zbliżonej do wariantu idealnego występuje w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii. Media Irlandii Północnej, zaliczane do grupy systemów liberalnych, mają większość cech modelu brytyjskiego. Należy jednak zauważyć, iż system prasowy Irlandii Północnej wykazuje istotne różnice w stosunku do klasycznego modelu liberalnego. Wynikają one zarówno z wpływów zjawisk medialnych właściwych dla Republiki Irlandii (której system medialny odbiega od modelu brytyjskiego), jak również charakterystycznych dla Irlandii Północnej czynników historycznych i politycznych, przesądzających o specyfice tego regionu, także w jego wymiarze medialnym. Najważniejszą cechą północnoirlandzkiej prasy codziennej o charakterze informacyjno-publicystycznym jest jej wyraźne sprofilowanie polityczne. Linia redakcyjna poszczególnych tytułów jest oficjalnie deklarowana i odpowiada jednemu z dwóch głównych obozów politycznych Irlandii Północnej.

Sytuację polityczną w Ulsterze determinują przede wszystkim stosunki demograficzno-narodowościowe i wyznaniowe. Podziały na scenie politycznej – głębokie i trwałe – wyznaczają przynależność do jednej z dwóch grup etnicznych – irlandzkiej lub angielskiej oraz jednej z dwóch grup wyznaniowych – katolickiej lub protestanckiej. Obie grupy mają własną wizję przyszłych losów prowincji oraz, a może nawet przede wszystkim, odrębny stosunek do przeszłości, zwłaszcza dziejów wzajemnych stosunków między Wielką Brytanią a Irlandią. Narodowość i wyznanie najczęściej określają w Ulsterze orientację polityczną (choć obecnie – w dobie integracji europejskiej i postępującego procesu pokojowego – tego rodzaju

¹ D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 75.

podziały zaczynają stopniowo tracić na znaczeniu)². Życie publiczne w Irlandii Północnej jest zatem silnie determinowane religijnie i politycznie oraz – co istotne – wyraźnie spolaryzowane. Wpływa to na charakter dyskursu publicznego, w tym dyskursu medialnego. Problemy wyznaczające podziały polityczne na scenie północnoirlandzkiej, wśród których najważniejszy jest stosunek do pozostania prowincji w granicach Zjednoczonego Królestwa, wywołują spory programowe i ideologiczne także na łamach mediów, które zazwyczaj jasno określają swój profil polityczny. Dotyczy to zwłaszcza prasy codziennej. Północnoirlandzkie dzienniki reprezentują zwykle jeden z dwóch głównych obozów politycznych Ulsteru, odpowiadających podziałom narodowościowym i religijnym: obóz unionistów (lojalistów), domagających się zacieśniania związków prowincji z Wielką Brytanią lub obóz nacjonalistów, opowiadających się za przyłączeniem Irlandii Północnej do Republiki Irlandii. Cechą systemu prasowego Ulsteru jest przeto wysoki stopień paralelizmu politycznego – najważniejsze gazety echuje silne zaangażowanie ideologiczne, a ich linia redakcyjna jest oficjalnie deklarowana. Zjawisko to było szczególnie widoczne w okresie konfliktu północnoirlandzkiego (*troubles*), trwającego od końca lat 60. XX w. do podpisania Porozumienia Wielkopiątkowego w Belfaście w 1998 r.³ Historyczne linie programowe północnoir-

landzkich dzienników decydują o ich tożsamości również współcześnie.

Północnoirlandzkie gazety codzienne obiegają znacząco od standardów wypracowanych w mediach krajów modelu liberalnego, w tym Wielkiej Brytanii. Analiza zawartości największych dzienników Ulsteru pozwala wykazać inny styl uprawianego tam dziennikarstwa. W klasycznym modelu północnoatlantyckim gazety o profilu ogólnym reprezentują styl określany jako „dyskurs ukierunkowany na fakty”, kładąc nacisk na informację i rezygnując z retoryki politycznej. Nawet dzienniki utożsamiane z określoną linią programową dbają o obiektywizm wypowiedzi dziennikarskiej, oddzielając informację od komentarzy⁴. Jak zauważa Jean Chalaby, począwszy od lat 50. XIX w. dziennikarze angloamerykańscy utrzymują, że ich styl jest neutralny i obiektywny. Nie przyznają się do żadnych powiązań czy preferencji politycznych⁵. Północnoirlandzka prasa codzienna, bez względu na to, jaki nacisk kładzie na informację, pozostawia dziennikarzom wiele miejsca na wyrażanie własnych opinii, choć zwykle zbieżnych z linią programową redakcji. Dotyczy to wszystkich szczebli systemu prasowego – od gazet lokalnych po krajowe. W Ulsterze nawet niewielkie gazety prowincjonalne często jawnie określają swoje preferencje polityczne i stanowią trybunę wyrażania haseł unionistycznych lub nacjonalistycznych.

Wysoki wskaźnik paralelizmu politycznego w Irlandii Północnej znajduje odzwierciedlenie

² P. Ruta, *System partyjny Irlandii Północnej*, Katowice 2008 [praca magisterska obroniona w Instytucie Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego].

³ Porozumienie pokojowe z Wielkiego Piątku (ang. Good Friday Agreement) przyjęte zostało 10 kwietnia 1998 r. w Belfaście, z udziałem rządów Wielkiej Brytanii i Irlandii oraz ośmiu z dziesięciu głównych partii Irlandii Północnej (reprezentujących zarówno społeczności katolików, jak i protestantów). Dokument określał zasady procesu pokojowego. Przewidywał m.in., że Irlandia Północna pozostanie częścią Wielkiej Brytanii, ale w przyszłości społeczeństwo będzie miało prawo zdecydować większością głosów o zjednoczeniu wyspy. Ugrupowania polityczne Irlandii Północnej zadeklarowały wolę korzystania wyłącznie z pokojowych i demokratycznych sposobów działania. Na mocy porozumienia utworzone zostały nowe instytucje polityczne autonomicznej prowincji, m.in. Zgromadzenie Irlandii Północnej oraz rząd z ministrami mianowanymi według siły ich ugrupowań w parlamencie. Dokument przewidywał ponadto, że w ciągu dwóch lat działające w Ulsterze organizacje paramilitarne zostaną rozbrojone, a także w ciągu dwóch lat, na mocy amnestii, więzienia opuszczą skazani związani z ugrupowaniami paramilitarnymi przestrzegającymi zawieszenia broni. Głównymi twórcami porozumienia byli John Hume i David Trimble, którzy w 1998 r. otrzymali za nie pokojową Nagrodę Nobla.

⁴ P. Ruta, *System partyjny...*, s. 210.

⁵ J. Chalaby, *Journalism as an Anglo-American Invention. A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism 1830s–1920s*, „European Journal of Communication” Vol. 11 (1996), nr 3, s. 303–326.

także w silniejszej niż w innych liberalnych modelach mediów pozycji rynkowej prasy partyjnej. Najważniejszą rolę wśród tytułów tego typu odgrywa organ prasowy nacjonalistycznej Sinn Féin „An Phoblacht”, ukazujący się od 1970 r. zarówno w Republice Irlandii, jak i Irlandii Północnej. Tygodnik, kierowany obecnie przez Johna Hedgesa, koncentrował się początkowo na problematyce historycznej i politycznej, ze szczególnym uwzględnieniem kwestii konfliktu w Ulsterze. Czasopismo wyrażało główne postulaty ideowe Sinn Féin, które w 1972 r. zostały zawarte w dokumencie *Nowa Irlandia*. „Punktem jej wyjścia stało się wysunięcie idei utworzenia federacji obejmującej obszar całej Irlandii i mającej stworzyć instytucjonalne ramy ustanowienia trwałego pokoju opartego na sprawiedliwości. [...] Niezbędnymi przesłankami pomyślnego rozpoczęcia wcielenia tej idei w życie miałyby stać się: ogłoszenie przez rząd brytyjski [...] daty wycofania swojej armii i administracji z Irlandii, a następnie uwolnienie wszystkich więźniów politycznych.”⁶ Tygodnik „An Phoblacht” jest obecnie na rynku do dziś. Przez trzydzieści lat działalności pismo zmieniało swój profil, włączyło się w działalność na rzecz umacniania procesu pokojowego w Ulsterze, stało się wyrazicielem poglądów bardziej umiarkowanych. Obecnie w tygodniku dominuje publicystyka nad informacją, pismo koncentruje się na drukowaniu komentarzy i artykułów problemowych dotyczących bieżącego życia politycznego Irlandii i Irlandii Północnej. Średnia sprzedaż „An Phoblacht” wynosi 15 000 egz.

Wśród partii republikańskich swoje czasopismo pn. „Unity” wydaje również Komunistyczna Partia Irlandii, niewielkie ugrupowanie marksistowskie, działające – podobnie jak Sinn Féin – w Republice Irlandii i Ulsterze, gdzie ma stabilne grono zwolenników, głównie wśród robotników Belfastu. Wydawany w stolicy Irlandii Północnej tygodnik „Unity” adresowany jest przede wszystkim do członków

związków zawodowych. W przeszłości czasopismo aktywnie włączało się w walkę o prawa obywatelskie w Ulsterze, dziś zamieszcza przede wszystkim publicystykę polityczną, gospodarczą i artykuły historyczne.

Oprócz determinowanej zjawiskami o charakterze politycznym specyfiki prasy północnoirlandzkiej, należy zwrócić uwagę na jeszcze jedną cechę periodyków Ulsteru odróżniających je od prasy brytyjskiej, tym razem mającą podłoże geograficzne. Różnica ta, którą można określić jako swoisty „irlandocentryzm”, dotyczy tematyki tekstów prasowych i optyki analizowania prezentowanych w nich zagadnień. Analiza zawartości materiałów dziennikarskich ukazujących się w największych północnoirlandzkich gazetach pozwala dostrzec, iż sprawy i zjawiska polityczne, kulturowe czy społeczne, nawet te o charakterze międzynarodowym, często prezentowane i komentowane są przez pryzmat i w odniesieniu do Irlandii Północnej. Związek tematu z Wyspą i jej mieszkańcami wyznacza granice zainteresowania nim reportera, komentatora, felietonisty czy korespondenta. Gazety ogólnokrajowe wiele uwagi poświęcają problematyce lokalnej i regionalnej, koncentrują się na zagadnieniach interesujących „zwykłego Irlandczyka”, nie unikają treści popularnych⁷. Pod tym względem dzienniki północnoirlandzkie przypominają prasę wydawaną w Republice Irlandii, której „irlandocentryzm” interesująco scharakteryzował Wojciech Walczak: „Początkowo podczas przeglądania tutejszej prasy nie potrafiłem nazwać rodzącego się przeczucia, że coś jest inaczej niż w Polsce, że pisze się w inny sposób, że artykuły w prasie mają inny wymiar. [...] W końcu zrozumiałem. Otóż gdy tu jestem, czuję, że to nie na Zielonej Wyspie dzieje się świat, nie w Irlandii swoje stronicę zapisuje teraz historia, a w dodatku Irlandczycy nie potrafią uchwycić wydarzeń i procesów, to wszystko jest zbyt odległe, dzieje się, ale zbyt daleko stąd, by mogło być ważne, mieć wartość i nale-

⁶ W. Konarski, *Pragmatycy i idealści. Rodowód, typologia i ewolucja ugrupowań politycznych nacjonalizmu irlandzkiego*, Pułtusk–Warszawa 2001, s. 270.

⁷ Tamże, s. 54.

żyte znaczenie. Irlandczycy żyją na wyspie. Od reszty świata dzieli ich morze i nie jest to jedynie przeszkoda geograficzna. Morze jest w świadomości. W tutejszym patrzeniu na świat czuć wyspę. Podobnie jest z Anglikami i gdy mówi się o Anglikach, często pewne sprawy zrzuca się na karby wyspiarskości. O wyspie należy pamiętać także, gdy mówi się o Irlandczykach”⁸.

Analizując różnice między prasą Irlandii Północnej a mediami drukowanymi krajów zaliczanych do klasycznego modelu liberalnego, należy wskazać jeszcze jedną specyficzną cechę systemu prasowego Ulsteru, tym razem o charakterze historycznym. Prasę Irlandii Północnej od modelu północnoatlantyckiego odróżniały w przeszłości bardziej restrykcyjne uregulowania prawne, określające zakres swobody działalności środków masowego przekazu. Jednym z najbardziej charakterystycznych rysów północnoatlantyckiego modelu medialnego jest – o czym już była mowa – silne ugruntowanie zasady wolności prasy. O zjawisku tym – w odniesieniu do systemu medialnego Wielkiej Brytanii – pisze Janusz W. Adamowski: „Termin »Wolna prasa« oznacza dla Brytyjczyków przede wszystkim media wolne od jakiegokolwiek formy kontroli ze strony władzy państwowej i poddane głównie grze sił wolnego rynku, czyli popytowi i podaży. [...] Tym zapewne też należy tłumaczyć tradycyjną niejako w Zjednoczonym Królestwie niechęć do prowadzenia polityki medialnej (co przejawia się w określeniu Policy of no Policy, tj. »polityka żadnej polityki«), nieobecność skodyfikowanych form prawnego nadzoru nad prasą drukowaną oraz brak sympatii wobec jakiegokolwiek instytucji (choćby tylko w domyśle) mających za cel swego działania ograniczenie swobody wypowiedzi mediów [...]”⁹. Cechą charakterystyczną liberalnego modelu mediów masowych jest zatem brak ustawowych regulacji ograniczających swobodę dzia-

łalności mediów, w szczególności zaś prasy, która działa na zasadzie samoregulacji. W okresie konfliktu w Irlandii Północnej, która w czasach *troubles* zmagala się z aktami terroryzmu, standardy te zostały w Wielkiej Brytanii naruszone. Skutki tego naruszenia odczuły – co naturalne – przede wszystkim media Ulsteru. W 1978 r. parlament przyjął, odnoszący się do sytuacji w Irlandii Północnej i dotyczący m.in. dziennikarzy, Emergency Provisions (Northern Ireland) Act. W art. 22 ustawa zabraniała gromadzenia, rejestrowania i ujawniania jakiegokolwiek informacji, które mogłyby być użyteczne dla terrorystów. Zakres materiałów, których dotyczył przepis art. 22, określony został bardzo szeroko i obejmował np. fotografie wojska, policji, przedstawicieli wymiaru sprawiedliwości i służby więziennej. Emergency Provisions (Northern Ireland) Act 1978 zakazywał ponadto gromadzenia lub rejestrowania jakiegokolwiek informacji, które mogłyby być wykorzystywane przez terrorystów dla dokonywania aktów przemocy, bądź też posiadania jakiegokolwiek dokumentu zawierającego takie informacje. Z kolei na mocy przepisów Prevention of Terrorism (Temporary Provisions) Act 1989 policja i wojsko uzyskały na terenie Irlandii Północnej prawo do przesłuchiwania każdej osoby w związku z zamachem bombowym lub innym incydentem narazającym ludzkie życie. Przesłuchiwany nie miał w takiej sytuacji prawa do odmowy zeznań czy powoływania się na tajemnicę dziennikarską. Bezpośredniej cenzurze podlegały także wszystkie relacje telewizyjne z Irlandii Północnej¹⁰. Nie ulega wątpliwości, iż regulacje te miały głębokie uzasadnienie i zostały wprowadzone w interesie społecznym, z troski o bezpieczeństwo publiczne. Stanowiły jednak rzadko spotykane w systemach liberalnych ograniczenie wolności mediów, charakterystyczne dla objętej konfliktem polityczno-religijnym Irlandii Północnej.

⁸ Tamże.

⁹ J.W. Adamowski, *Czwarty stan. Media masowe w pejzażu społecznym Wielkiej Brytanii*, Warszawa 2006, s. 304–305.

¹⁰ B.H. Bładocha, *Wolność słowa w systemie medialnym Wielkiej Brytanii*, Toruń 2003, s. 231–233.

Dzienniki

Wśród dzienników porannych najsilniejszą pozycję na rynku prasowym Irlandii Północnej zajmują „Irish News” i „News Letter”. Pierwsza z gazet ma tradycje dziewiętnastowieczne – założona została w sierpniu 1891 r. w Belfaście. Dziennik postrzegany jest jako sympatyzujący z irlandzkim nacjonalizmem. Wynika to zarówno z jego obecnej linii programowej, jak i tradycji historycznych. Współcześnie profil „Irish News” bliski jest poglądom północnoirlandzkiej Socjaldemokratycznej Partii Pracy (SDLP) – jednej z dwóch głównych partii nacjonalistycznych Ulsteru. Dziennik, podobnie jak SDLP, głosi program budowy państwa wcielającego w życie zasadę sprawiedliwości społecznej i gwarantującego szerokie osłony socjalne, dostrzega także konieczność pilnego rozwiązania najbardziej palących problemów społecznych Ulsteru (np. bezdomności). W kwestii gospodarczej „Irish News” postuluje ograniczony interwencjonizm państwowy przy zachowaniu zasad wolnego rynku. Republikański charakter gazety to również konsekwencja jej drogi historycznej – w okresach zaostrzania się konfliktu w Ulsterze, zwłaszcza na przełomie lat 60. i 70. XX w., dziennik zdecydowanie opowiadał się po stronie ugrupowań republikańskich, propagując jednocześnie metodę niestosowania przemocy w dążeniu do osiągnięcia celów narodowych i odcinając się od działań terrorystycznych Irlandzkiej Armii Republikańskiej. Gazeta poparła także Porozumienie Wielkopiątkowe z 10 kwietnia 1998 r., popularyzując jego główne ustalenia i zachęcając partie polityczne Ulsteru do poparcia dokumentu i partycypacji w realizacji jego postanowień (udział w wyborach do Zgromadzenia Irlandii Północnej, rozbrojenie organizacji paramilitarnych). Także współcześnie na łamach „Irish News” nie brakuje haseł głoszących konieczność definitywnego pojednania między lojalistami i nacjonalistami.

Wydawcą dziennika „Irish News” jest spółka Northern Media Group, funkcję jej redaktora naczelnego pełni Noel Doran. W 2009 r. gazeta sprzedawała się w nakładzie blisko 46 800 egz.¹¹ Szczególną popularnością cieszy się również wersja online dziennika, która oferuje usługę multimedialną INTV – możliwość oglądania materiałów filmowych, w których publicyści „Irish News” komentują bieżące wydarzenia polityczne i gospodarcze Ulsteru.

Druga z najważniejszych gazet Irlandii Północnej – „News Letter” – powstała w 1737 r. i jest najstarszym na świecie dziennikiem redagowanym w języku angielskim¹². „News Letter” jest wyrazicielem poglądów unionistycznych – optuje za utrzymaniem związków wszystkich części Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej. Postrzegana jest jako trybuna różnych partii i ugrupowań lojalistycznych, a w szczególności Demokratycznej Partii Unionistów – największej i najbardziej bezkompromisowej spośród partii unionistycznych Irlandii Północnej.

W Irlandii unioniści to przeciwnicy idei północnoirlandzkiej niepodległości, a właściwie przyłączenia Ulsteru do Republiki Irlandii. „Na odłączenie od Zjednoczonego Królestwa i jakiegokolwiek związku z Republiką unioniści zdecydowanie się nie zgadzają. Ten właśnie opór jest być może najważniejszym elementem autodefinicji omawianej grupy. Ilustracją tego sposobu myślenia może być wypowiedź Michaela McGimpseya: »Jak można mówić o niepodległości Irlandii Północnej, Irlandia Północna nie jest krajem, Irlandia Północna jest prowincją Irlandii i jest prowincją należącą do Zjednoczonego Królestwa i uważam, że mówienie o narodowej tożsamości, czy zbiorowej tożsamości, czy rasowej tożsamości, czy tożsamości kulturowej w tym miejscu jest nonsensem. Mamy swój własny, charakterystyczny

¹¹ *The Island of Ireland Report 2009*, Audit Bureau of Circulations, Berkhamsted 2009, s. 5, www.mii.ie/uploads/ABCIslandofIrelandJUNE2009.pdf [dostęp: 1.10.2011].

¹² Podczas jednej z wizyt w Irlandii Północnej królowa Elżbieta, odnosząc się do długowieczności gazety, stwierdziła, iż jest to „osiągnięcie, z którego ludność Irlandii Północnej może dumna”. Nawiązaniem do tej wypowiedzi jest obecne hasło promocyjne dziennika „»News Letter« – duma Irlandii Północnej”.

etos, prawda, ale czerpie on głównie z tego co irlandzkie i z tego co brytyjskie, do tego stopnia, że niepodległość uważam za nonsens. «Unioniści są zatem sukcesorami tych, którzy w dziewiętnastym wieku nie zgadzali się na home rule»¹³ – pisze Kacper Szulecki. Tego rodzaju poglądy stanowią najbardziej charakterystyczny rys linii redakcyjnej „News Letter”. W gazecie dominują treści polityczne i społeczne, reprezentuje ona poglądy konserwatywne. Dziennik ma także rozbudowany dział sportowy, nie unika ponadto tematyki religijnej, będąc trybuną północnoirlandzkiego ruchu protestanckiego. Wydaje mutacje lokalne, adresowane do mieszkańców Belfastu.

„News Letter” rozchodzi się w nakładzie ponad 25 000 egz.¹⁴ Wydawcą gazety jest spółka Johnston Publishing. Funkcję redaktora naczelnego pisma pełni Darwin Templeton.

Północnoirlandzkie popołudniówki reprezentuje „Belfast Telegraph”. Dziennik ukazuje się od 1 września 1870 r., pierwotnie jako „Belfast Evening Telegraph” (pod obecnym tytułem od 1918 r.). Gazetę założyli bracia William i George Bairdowie – twórcy słynnej, działającej od 1862 r. w Irlandii Północnej, kompanii prasowo-poligraficznej W&G Baird. Debiut gazety zbiegł się z wydarzeniami politycznymi, którymi w owym czasie żyła opinia publiczna Europy – wojną francusko-pruską. 18 sierpnia 1870 r. doszło do najkrwawszej bitwy kampanii, pod Saint-Privat-la-Montagne i Gravelotte, która zakończyła się zwycięstwem Prus i przesądziła o wyniku całej wojny. Pierwszy numer „Belfast Evening Telegraph” liczył cztery strony i poświęcony był przede wszystkim analizie wydarzeń wojennych oraz tematyce lokalnej.

Popołudniówka „Belfast Telegraph” jest obecnie najlepiej sprzedającą się gazetą w Irlandii Północnej. Dzielne rozpowszechnianie płat-

ne pisma sięga ponad 71 000 egz.¹⁵ Gazeta reprezentuje poglądy konserwatywne, bliskie unionistom. Prowadzi rozbudowany dział publicystyczny zawierający komentarze, felietony, analizy polityczne oraz artykuły historyczne. Od marca 2005 r. ukazuje się poranne, kompaktowe wydanie dziennika – „Belfast Telegraph:am”, dostępne od poniedziałku do piątku. Pismo jest sprofilowane bardziej informacyjne (na jego łamach dominują newsy i wzmianki), zawiera więcej informacji kulturalnych oraz treści rozrywkowych, w tym publikacje na temat gwiazd show-biznesu czy sportu. W każdy poniedziałek wraz z „Belfast Telegraph” ukazuje się adresowany do przedsiębiorców dodatek ekonomiczny „Business Telegraph” oraz 16-stronicowy dodatek sportowy „Goal Flash”, a wydanie sobotnie uzupełnia drukowany w pełnym kolorze 64-stronicowy dodatek „Weekend”, zawierający głównie artykuły o tematyce kulturalnej, rozrywkowej i podróżniczej. Dziennik ma także dodatek telewizyjny oraz dodatki ogłoszeniowe. Do lipca 2008 r. „Belfast Telegraph” wydawał dodatek sportowy „Ireland’s Saturday Night”, który po raz pierwszy ukazał się w 1894 r. jako „Ulster Saturday Night”. W XX w. „Ireland’s Saturday Night” – przede wszystkim dzięki swojej aktualności – był najpopularniejszą gazetą sportową w Irlandii Północnej, która koncentrując się przede wszystkim na piłce nożnej, dostarczała bieżących informacji sportowych już następnego dnia po zakończeniu rozgrywek. Od początku trzeciego tysiąclecia gazeta zaczęła tracić swoją pozycję, przegrywając rywalizację z serwisami internetowymi¹⁶. Wydawca rozważał możliwość zreformowania pisma w kierunku publicystycznego magazynu sportowego, ostatecznie zdecydował jednak o likwidacji dodatku. Jego ostatni numer ukazał się 26 lipca 2008 r.¹⁷

¹³ K. Szulecki, *Pojęcie unionizmu*, www.e-polityka.pl/a.2595.d.59.Pojecie_unionizmu.html [dostęp: 13.01.2010].

¹⁴ *The Island of Ireland...*, s. 5.

¹⁵ Tamże.

¹⁶ F. O’Connor, *March of time kills off venerable Northern newspaper*, www.irishtimes.com/newspaper/opinion/2008/0724/1216741024858.html [dostęp: 10.01.2010].

¹⁷ *Sports paper crosses finish line*, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/northern_ireland/7513921.stm [dostęp: 10.01.2010].

Redaktorem naczelnym „Belfast Telegraph” od września 2009 r. jest Mike Gilson, wcześniej redaktor „Peterborough Evening Telegraph” i „Scotsman”. Zastąpił on na tym stanowisku Martina Lindsaya¹⁸. Wydawcą dziennika jest kompania medialna Independent News and Media.

Czasopisma

Północnoirlandzki rynek czasopism jest stosunkowo słabo rozwinięty – funkcjonuje na nim zaledwie kilka tytułów wydawanych w Ulsterze i podkreślających swój północnoirlandzki charakter. Ograniczona liczba czasopism wynika przede wszystkim z silnej pozycji rynkowej dzienników, które – podobnie jak w Republice Irlandii – realizują zarówno funkcje informacyjne, jak i publicystyczne (kształtowanie opinii, wyjaśnianie, interpretowanie oraz komentowanie znaczenia i sensu wydarzeń, kontrola władzy), edukacyjne, korelacyjne (popieranie ustalonych norm i autorytetów, socjalizacja, koordynowanie działań społecznych), mobilizacyjne czy rozrywkowe, w wielu krajach wypełniane przede wszystkim przez czasopisma. Powodem ograniczonej oferty pism o periodyczności innej niż codzienna jest także silna konkurencja ze strony magazynów brytyjskich i – w mniejszym stopniu – irlandzkich (wydawanych w Republice Irlandii). Wiele z nich, jak np. „Economist” czy „Spectator”, jest dostępnych w większości punktów dystrybucji prasy w Irlandii Północnej i cieszy się w niej znacznym powodzeniem.

Najbardziej prestiżowym czasopismem północnoirlandzkim jest „Fortnight” – centrowy miesięcznik opinii ukazujący się od 1970 r. i wydawany przez spółkę Fortnight Publications Ltd. W pierwszych latach istnienia misją pisma była działalność na rzecz procesu pokojowego w Ulsterze. Obecnie magazyn, o profilu publicystycznym, poświęcony jest przede wszystkim tematyce politycznej i kulturalnej. Pismo cieszy się wysokim prestiżem w środo-

wisku północnoirlandzkich elit (przywódca Sinn Féin Gerry Adams stwierdził np., że „miesiąc bez »Fortnight« stałby się dwa razy dłuższy”¹⁹). „Fortnight” drukuje komentarze polityczne, felietony, artykuły problemowe oraz recenzje. Wiele uwagi poświęca promocji wysokiej jakości dóbr i usług kulturalnych oraz prezentacji sylwetek irlandzkich pisarzy, nierzadko debiutantów, którzy dzięki publikacji w „Fortnight” zyskują popularność w środowisku artystycznym. Jako czasopismo uczestniczące w polityce kulturalnej Ulsteru „Fortnight” jest dotowany przez północnoirlandzką Radę Sztuki (Arts Council) – organizację zajmującą się wspieraniem i promocją twórczości artystycznej. Z miesięcznikiem związanych było wielu znanych publicystów i działaczy politycznych z Irlandii, m.in. David Trimble, polityk Ulster Unionist Party, współtwórca północnoirlandzkiego porozumienia pokojowego, laureat Pokojowej Nagrody Nobla, Newton Emerson, komentator polityczny i satyryk, Tom Hadden, profesor prawa i etyki na Uniwersytecie Królowej w Belfaście, Andy Pollak, obecnie dyrektor Centrum Studiów Transgranicznych w Armagh, Robin Wilson, doradca Rady Europy, założyciel Democratic Dialogue, instytucji badawczej i eksperckiej zajmującej się problematyką pokoju i demokracji w Irlandii Północnej, Malachi O’Doherty, publicysta BBC, „Irish Times”, „Guardian”, „Sunday Times”, „Observer” i „Scotsman”, czy Martyn Turner, angielski rysownik, karykaturzysta i pisarz.

Prasę na temat stylów życia reprezentują w Irlandii Północnej ukazujący się od 1966 r. miesięcznik „Ulster Tatler” oraz wydawany od 1984 r. miesięcznik „Northern Woman”. „Ulster Tatler” porusza problematykę społeczną i kulturalną, jest źródłem informacji na temat nowości i trendów obowiązujących w szeroko rozumianej modzie. „Ulster Tatler” ma interesujący dział reportażu (piszą tu m.in. Ian Hill, Lara Salmon i Emma-Louise Johnston) oraz dział literacki prowadzony przez znanego

¹⁸ P. McNally, *Belfast Telegraph editor Martin Lindsay to retire*, www.pressgazette.co.uk/story.asp?storycode=43939 [dostęp: 11.01.2010].

¹⁹ Fortnight Magazine, www.fortnight.org [dostęp: 10.01.2010].

irlandzkiego pisarza Glenna Pattersona²⁰. Oprócz tematyki społecznej i kulturalnej pismo porusza również problematykę ekonomiczną, prezentując przedsiębiorstwa i ludzi biznesu będących na terenie Irlandii Północnej liderami w swoich branżach. „Ulster Tatler” sprzedaje się w nakładzie ponad 10 000 egz. Redaktorem naczelnym miesięcznika jest Chris Sherry. Pismo wydaje spółka Ulster Journals Ltd, która jest ponadto właścicielem magazynów „Ulster Bride” (poświęconego modzie ślubnej), „Ulster Tatler Interiors” (o charakterze wnętrzarskim) oraz „Perspective Magazine” (poświęconego architekturze).

Miesięcznik „Northern Woman” koncentruje się przede wszystkim na tematyce mody, urody, zdrowego stylu życia i podróży. Drukuje porady kosmetyczne, kulinarne, artykuły medyczne oraz poświęcone fitness. Magazyn wydaje spółka Greer Publications²¹, jej redaktorem naczelnym jest Lyn Palmer.

Od 1988 r. w Irlandii Północnej ukazuje się magazyn gospodarczy „Ulster Business”, także wydawany przez Greer Publications. Czasopismo jest adresowane przede wszystkim do praktyków biznesu – menadżerów średniego i wyższego szczebla, ale także ekonomistów czy studentów zarządzania. Zawiera analizy i prognozy gospodarcze, materiały o tematyce prawnej, a także publikacje poświęcone problemom rynku pracy. Redaktorem naczelnym magazynu jest znany dziennikarz ekonomiczny David Elliott, który wcześniej pracował m.in. dla Dow Jones Newswires.

Oprócz „Ulster Business” i „Northern Woman” w portfolio Greer Publications znajdują się liczne czasopisma specjalistyczne: „Ulster Grocer” (branża spożywcza), „Hospitality Review NI” (branża hotelarska), „Garage Trader” i „CarSport” (branża motoryzacyjna), „Specify” (branża budowlana) oraz „Industrial & Manufacturing Engineer” (pismo adresowane do inżynierów).

Bieżących informacji o ofercie instytucji kultury, klubów i pubów w Irlandii Północnej, ze szczególnym uwzględnieniem jej stolicy, dostarcza magazyn „Go Belfast”, ukazujący się od maja 2006 r. Drukuje on repertuary popularnych miejsc rozrywki, zapowiedzi i relacje z imprez, zamieszcza wywiady z gwiazdami show-businessu, sportu, recenzje popularnych płyt i filmów oraz informacje na temat nowości w modzie. Wydawcą pisma jest Penton Publications Ltd.

Prasę dla licznej w Irlandii Północnej grupy zawodowej rolników reprezentuje tygodnik „Farm Week”. Dostarcza on informacji na temat technologii rolniczych, agroturystyki, weterynarii, ochrony środowiska czy polityki rolnej państwa i Unii Europejskiej. Pismo, wydawane przez Farmweek Ltd, sprzedaje się w nakładzie ponad 10 500 egz. Funkcję redaktora naczelnego tygodnika pełni Robert Irwin.

Wśród pozostałych czasopism wydawanych w Irlandii Północnej wymienić należy m.in.: miesięcznik gospodarczy „AgendaNi” (wydawca: BMF Business Services), miesięcznik branży hotelarsko-gastronomicznej „Licensed & Catering News” (wydawca: Penton Publications Ltd), kwartalnik wnętrzarski „Irish Kitchens” (wydawca: Bayview Publishing Ltd), magazyn poświęcony modzie ślubnej „Ireland’s Wedding Journal” (wydawca: Penton Publications Ltd) czy tygodnik ogłoszeniowy „Auto Trader – Northern Ireland” (wydawca: Trader Publishing Ltd).

Prasa lokalna i regionalna

W Irlandii Północnej istnieje dobrze rozwinięty system prasy lokalnej i regionalnej. Na terenie hrabstw Ulsteru ukazuje się kilkadziesiąt jej tytułów. Dominują wśród nich tygodniki i miesięczniki. W stolicy prasę lokalną reprezentują przede wszystkim tytuły z portfolio spółki Belfast Media Group: „Andersonstown News” (obejmuje swoim zasięgiem rejon zachodniego

²⁰ G. Patterson (1961–) jest autorem popularnych, niel tłumaczonych na język polski, powieści: *Burning Your Own* (1988), *Fat Lad* (1992), *Black Night at Big Thunder Mountain* (1995), *The International* (1999), *Number 5* (2003), *That Which Was* (2004) i *The Third Party* (2007).

²¹ Northern Woman, www.northernwoman.co.uk/about [dostęp: 12.01.2010].

Belfastu), „South Belfast News” (ukazuje się w południowej części miasta) oraz „North Belfast News” (obejmuje północne dzielnice Belfastu). Periodyki BMG mają charakter informacyjno-publicystyczny – drukują przede wszystkim newsy dotyczące problematyki politycznej, społecznej i kulturalnej miasta oraz komentarze i felietony działaczy lokalnych. Tytuły Belfast Media Group osiągają łączny nakład ponad 34 000 egz. (liderem sprzedaży jest czwartkowe wydanie „Andersonstown News” – 14 376 egz.).²²

Do pism lokalnych osiągających najwyższą sprzedaż egzemplarzową poza Belfastem należą: „Newry Reporter”, „Derry Journal”, „Fermanagh Herald”, „Impartial Reporter” i „Donegal News”.

Tygodnik „Newry Reporter” powstał w listopadzie 1867 r. z inicjatywy Jamesa Burnsa, właściciela zakładów drukarskich w Monaghan. Od 1947 r. ukazuje się w każdy czwartek (dawniej kolportowany był także w soboty). Redakcja mieści się w Newry w hrabstwie Down, na południowym wschodzie Irlandii Północnej, ale tygodnik zawiera informacje lokalne dotyczące trzech hrabstw: Down, Armagh i Louth. W piśmie dominuje tematyka społeczna, wiele uwagi poświęca się edukacji i lokalnym wydarzeniom sportowym, prowadzi także rubrykę dotyczącą historii Newry. Pismo jest bogato ilustrowane, ma rozbudowany dział fotoreporterski, w którym zamieszczane są zdjęcia z lokalnych wydarzeń (np. uroczystości szkolnych, imprez kulturalnych). Tygodnik, wydawany przez Edward Hodgett Ltd, osiąga sprzedaż na poziomie ponad 13 500 egz.²³

Informacji lokalnych dla mieszkańców hrabstwa Londonderry w Irlandii Północnej oraz Hrabstwa Donegal w Republice Irlandii dostarcza „Derry Journal”, ukazujący się dwa razy w tygodniu: we wtorki i piątki. „Derry Journal” jest drugą, po „News Letter”, najstarszą gazetą w Irlandii Północnej. Pierwszy nu-

mer periodyku, zatytułowanego wówczas „Londonderry Journal”, ukazał się 3 czerwca 1772 r. – liczył cztery strony i wydawany był w środę oraz w sobotę. W XIX w. przez krótki czas wychodził jako dziennik. W pierwszym okresie działalności „Derry Journal” adresował swój przekaz przede wszystkim do społeczności protestanckiej Derry, reprezentując interesy lojalistów. Zmiana linii redakcyjnej nastąpiła w 1829 r., gdy gazeta poparła Akt Emancypacji Katolików (Catholic Emancipation Act) – ustawę brytyjską znoszącą Test Act z 1673 r., który wprowadził znaczne ograniczenia praw ludności katolickiej. „Derry Journal” opowiedział się wówczas po stronie obozu irlandzkiego polityka Daniela O’Connella, który – stojąc na czele Stowarzyszenia Katolickiego (Catholic Association) – dążył do równouprawnienia katolików i protestantów, przywrócenia im pełnych praw obywatelskich i publicznych, a zwłaszcza prawa do sprawowania urzędów państwowych oraz prawa do zasiadania w parlamencie. W proteście przeciwko zmianie polityki „Derry Journal” z redakcji odszedł ówczesny wydawca periodyku William Wallen, który założył konkurencyjny tytuł „Londonderry Sentinel”, ukazujący się do dziś. Nacjonalistyczna polityka redakcji stanowiła przyczynę kilkakrotnego zawieszania pisma przez władze protestanckie (m.in. w czerwcu 1940 r.).

Współcześnie „Derry Journal” łączy tematykę lokalną dotyczącą hrabstwa i miasta Derry (obecnie drugiego co do wielkości miasta Irlandii Północnej) z wiadomościami poświęconymi życiu politycznemu i społecznemu Republiki Irlandii. Pismo, kierowane przez Martina McGinleya, reprezentuje profil umiarkowanie nacjonalistyczny. Z redakcją związanych jest kilku popularnych północnoirlandzkich publicystów, m.in. Norman Hamill, Eamonn McCann, Claire Allan, Paul Fleming i Donna Pryce. Gazeta sprzedaje się w nakładzie 19 181 egz. (wydanie piątkowe) i 17 310 egz. (wydanie

²² Oprócz gazet lokalnych dla mieszkańców Belfastu spółka BMG wydaje także adresowany do społeczności irlandzkiej w Stanach Zjednoczonych tygodnik „Irish Echo” (redakcja pisma mieści się w Nowym Jorku) oraz ukazujący się w Republice Irlandii tygodnik lokalny „Cavan Echo”. Periodyk obejmuje swoim zasięgiem jedno z trzech hrabstw prowincji Ulster, które nie są częścią Irlandii Północnej.

²³ *The Island of Ireland...*, s. 5.

wtorkowe)²⁴. Jej wydawcą jest spółka Derry Journal Newspapers, będąca częścią holdingu Johnston Press.

Kolejnym tytułem o silnej pozycji na rynku prasy regionalnej w Irlandii Północnej jest „Fermanagh Herald” – tygodnik obejmujący swoim zasięgiem hrabstwo Fermanagh w północnej części wyspy. Pismo ukazuje się od 1902 r. jako jeden z tytułów prasowych kompanii medialnej North West of Ireland Printing and Publishing. Tygodnik ma charakter informacyjno-rozrywkowy – drukuje wiadomości lokalne (polityka, sport, edukacja, kultura, kronika kryminalna), porady dla rolników i gospodyń domowych, zamieszcza krzyżówki oraz konkursy dla czytelników. Czasopismo osiąga nakład 13 169 egz. i ma najlepsze wyniki sprzedaży spośród wszystkich periodyków w portfolio swojego wydawcy²⁵. Największym konkurentem „Fermanagh Herald” jest tygodnik „Impartial Reporter”, obecny na rynku od 1825 r. Periodyk dociera do mieszkańców całego hrabstwa Fermanagh i południowego Tyrone, jest także dystrybuowany na obszarze Republiki Irlandii. W 2008 r. tygodnik „Impartial Reporter” otrzymał tytuł Gazety Lokalnej Roku, przyznawany przez zespół prestiżowego bloga publicystycznego Slugger O’Toole, zajmującego się komentowaniem życia politycznego i monitorowaniem procesów demokratycznych w Irlandii Północnej²⁶.

Drugim, obok „Fermanagh Herald”, najbardziej poczytnym tytułem North West of Ireland Printing and Publishing jest dwudniak „Donegal News”, którego piątkowe wydanie rozchodzi się w nakładzie 11 541 egz.²⁷ Czasopismo ukazuje się od 1902 r. i jest kolportowane w hrabstwie Donegal na północnym zachodzie Irlandii. „Donegal News” ma charakter bardziej opiniotwórczy niż „Fermanagh Herald” – oprócz sprawozdań z lokalnych imprez i wydarzeń sportowych zamieszcza wywiady, artykuły

problemowe, komentarze i felietony dotyczące problematyki lokalnej. Popularnością wśród jego czytelników cieszy się rubryka „Local notes” zawierająca informacje na temat urodzeń, zgonów i małżeństw zawartych w Donegal. „Donegal News” prowadzi kolumnę w języku gaelickim „Scéal Eile”, adresowaną do irlandzkojęzycznej społeczności hrabstwa. Pismo reprezentuje poglądy nacjonalistyczne. Oprócz „Fermanagh Herald” i „Donegal News” North West of Ireland Printing and Publishing wydaje także cztery tygodniki obejmujące swoim zasięgiem hrabstwo Tyrone: „Ulster Herald” (ukazuje się od 1901 r.), „Strabane Chronicle” (od 1896 r.), „Tyrone Herald” (od 2004 r.) i „Gaelic Life” (od 2007 r.).

Koncerty prasowe

Rynek prasowy Irlandii Północnej cechuje wysoki stopień koncentracji. Pod tym względem nie różni się on istotnie od rynku brytyjskiego, który – jak pisze Janusz W. Adamowski – mimo dość rygorystycznego ustawodawstwa antymonopolowego uznać trzeba za silnie skoncentrowany, zarówno w segmencie prasy drukowanej, jak i w kategorii elektronicznych środków przekazu²⁸. W Ulsterze najsilniejszą pozycję wśród wydawców prasy osiągnęły duże koncerty medialne, zarówno rodzime, które swą aktywność gospodarczą ograniczają wyłącznie lub niemal wyłącznie do obszaru Irlandii Północnej, jak i te spoza Ulsteru, prowadzące działalność na terenie całej Wielkiej Brytanii czy Republiki Irlandii i traktujące rynek prasowy Irlandii Północnej jako jeden z wielu rynków docelowych. Największe, najbardziej poczytne tytuły północnoirlandzkich gazet i czasopism na wszystkich poziomach systemu prasowego, nie wyłączając lokalnego, należą do magnatów medialnych, którzy – dążąc do osiągnięcia tzw. korzyści ze skali – inicjują procesy koncentracyjne, zarówno w wymiarze

²⁴ Tamże.

²⁵ Tamże.

²⁶ M. Fealty, *The winners of 2008 inaugural Awards*, <http://sluggerawards.com/2008/10/14/and-the-winners-for-2008> [dostęp: 5.12.2009].

²⁷ *The Island of Ireland...*, s. 5.

²⁸ J.W. Adamowski, *Czwarty stan...*, s. 289.

poziomym (w obrębie tego samego segmentu rynku), jak i pionowym (między różnymi sektorami systemu medialnego). Egzemplifikacją tego ostatniego wymiaru konsolidacji medialnej są m.in. coraz częściej obserwowane w Irlandii Północnej przejęcia tytułów czasopism lokalnych i regionalnych, dokonywane przez duże koncerny prasowe działające na szczeblu krajowym.

Do największych wydawców prasowych w Północnej Irlandii należą: Northern Media Group, Johnston Press i Independent News and Media. Ich własnością są trzy najważniejsze północnoirlandzkie dzienniki: „Irish News”, „News Letter” oraz „Belfast Telegraph”. Wydawca pierwszego z tytułów – Northern Media Group – to konsorcjum, w skład którego, oprócz największej północnoirlandzkiej gazety codziennej, wchodzi spółki Alpha Newspapers i River Media, wydające czasopisma lokalne, a także sieć lokalnych rozgłośni radiowych Q Radio Network. Alpha Newspapers wydaje szesnaście tytułów czasopism prowincjonalnych w Ulsterze („Ballyclare Gazette”, „Carrickfergus Advertiser”, „County Down Outlook”, „Newry Democrat”, „Strabane Weekly News”, „The Leader”, „Tyrone Courier”, „Ulster Gazette”, „Limavady Northern Constitution”, „Tyrone Constitution”, „Antrim Guardian”, „Ballymena Guardian”, „Ballycastle Chronicle”, „Ballymoney Chronicle”, „Coleraine Chronicle”, „Limavady Chronicle”) oraz dwa w Republice Irlandii („Midland Tribune”, „Tullamore Tribune”). Z kolei River Media jest właścicielem czterech periodyków lokalnych w Republice Irlandii („Letterkenny Post”, „Finn Valley Post”, „Inish Times”, „Kildare Post”) oraz trzech w Irlandii Północnej („Derry News”, „County Derry Post”, „Donegal Post”). Sieć Q Radio Network skupia natomiast sześć rozgłośni lokalnych nadających na obszarze Ulsteru (Q102.9, Q101, Q97, Q107, Q106 i Q100.5).

W ostatnich latach swoją pozycję na rynku prasowo-wydawniczym Irlandii Północnej

umocnił koncern Johnston Press z Edynburga w Szkocji, czwarty co do wielkości wydawca prasy lokalnej w Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej (12,2 proc. udziałów w rynku)²⁹. Założony w 1767 r. w Falkirk koncern wydaje ponad 300 gazet i czasopism, z których wiele wypracowało sobie pozycję lidera na rynkach lokalnych. Firma określa swoją misję jako „służenie lokalnej społeczności poprzez zaspokajanie [...] potrzeb na lokalne wiadomości i usługi reklamowe za pośrednictwem wielu mediów, w tym mediów drukowanych i cyfrowych, które działają wspólnie na różnych poziomach rynku”³⁰. Od 1988 r. spółka notowana jest na Londyńskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Na północnoirlandzkim rynku prasowym Johnston Press działa poprzez swoje spółki holdingowe: Johnston Publishing i Derry Journal Newspapers. Johnston Publishing – oprócz dziennika „News Letter” – wydaje osiemnaście tytułów czasopism lokalnych („Ballymena Times”, „Ballymoney and Moyle Times”, „Coleraine Times”, „Dromore Leader”, „Larne Times”, „Londonderry Sentinel”, „Lurgan Mail”, „Mid Ulster Mail”, „Portadown Times”, „Tyrone Times”, „Ulster Star”, „Banbridge & District Weekender”, „Belfast News”, „Craigavon Echo”, „East Antrim Advertiser”, „Lisburn Echo”, „Mid Ulster Echo”, „North West Echo”). Spółka Derry Journal Newspapers wydaje natomiast cztery czasopisma lokalne w Irlandii Północnej („City News”, „Donegal Democrat”, „Derry Journal” i „Sunday Journal”) oraz dwie w Republice Irlandii („Donegal People’s Press” i „Letterkenny People”).

Independent News and Media – wydawca południówki „Belfast Telegraph” – to największy południowoirlandzki koncern prasowy, do którego należy 200 tytułów gazet i czasopism (o łącznym nakładzie przekraczającym 33 mln egz.) i 130 rozgłośni radiowych. Koncern został założony w 1904 r. pod nazwą Independent Newspapers Limited przez Wiliama Martina Murphy’ego, wydawcę dziennika

²⁹ J.W. Adamowski, *Brytyjskie lokalne i regionalne środki przekazu. Zarys problematyki*, [w:] *Regionalne i lokalne środki przekazu*, red. J.W. Adamowski, K. Wolny-Zmorzyński, Warszawa 2007, s. 180.

³⁰ M. Kaczmarczyk, *System medialny Irlandii. Zarys problematyki*, Sosnowiec–Katowice 2009, s. 108.

„Irish Independent”. W 1973 r. Anthony O'Reilly nabył 100 proc. kapitału INL i wkrótce wprowadził spółkę na irlandzką i brytyjską giełdę. Koncern rozwinął działalność za granicą, głównie w Australii, Nowej Zelandii i Południowej Afryce. W 1999 r. firma zmieniła nazwę na obecną. Oprócz „Belfast Telegraph”, spółka Independent News and Media wydaje w Irlandii Północnej bezpłatną gazetę „Community Telegraph”, kolportowaną w całym Belfaście oraz w kilku miastach hrabstwa Down, a także ukazującą się od października 1988 r. „Sunday Life” – najpopularniejsze obecnie w Ulsterze niedzielne, bogato ilustrowane czasopismo o tabloidalnej szacie graficznej, drukujące przede wszystkim artykuły o tematyce rozrywkowej i społecznej oraz plotkarskie i sensacyjne newsy dotyczące świata show-businessu³¹.

W 1970 r., podczas lotu z Belfastu do Londynu, brytyjski minister spraw wewnętrznych Reginald Maudling miał powiedzieć do stewardessy, widząc za oknem samolotu wybrzeża Irlandii Północnej: „Na miłość boską, przynieście mi dużą szkocką. Co za cholernie okropny kraj!”³². W jednym wypadku przyznać Maudlingowi rację: na początku lat 70. Irlandia Północna istotnie była okropnym miejscem, zmierzającym ku przepaści wojny domowej. Lata konfliktu, obfitującego w akty terroru, wpłynęły na charakter życia politycznego Irlandii Północnej, w tym atmosferę, jakość i poziom debaty

publicznej. Ulsterskie media stanowiły nie tylko forum tej debaty, ale były jej aktorami. Realizując ukształtowaną historycznie misję, opowiadały się po stronie lojalistów lub nacjonalistów, wspierając polityczne wysiłki partii i innych ugrupowań działających w sferze polityczności. Do dziś główne tytuły północnoirlandzkich gazet mają wyrazistą linię polityczną, kierując swój przekaz albo do protestantów, albo do katolików.

Analiza sytuacji we współczesnym Ulsterze pozwala sformułować przypuszczenie, że osiągnięty w wyniku porozumienia pokojowego z 1998 r. pokój i współpraca polityczna między różnymi siłami politycznymi okażą się względnie trwałe. Sprzyja temu także obecny kształt systemu partyjnego, w którym po obu stronach zasadniczego ulsterskiego podziału ideologicznego zaczynają dominować siły umiarkowane. W przyszłości może to skutkować obniżaniem się w Irlandii Północnej paralelizmu politycznego, wzrostem dziennikarskiego profesjonalizmu oraz rozwojem stylu określanego jako „dyskurs ukierunkowany na fakty”, w którym media kładą większy nacisk na informacje niż na retorykę polityczną, a prasa – nawet jeśli jest utożsamiana z określoną linią programową – dba o obiektywizm wypowiedzi dziennikarskiej, oddzielając informacje od komentarzy³³. Wydaje się, że w dyskursie politycznym współczesnej Irlandii Północnej na plan pierwszy coraz częściej wysuwają się kwestie socjalne i gospodarcze, kosztem haseł ideologicznych i tożsamościowych.

³¹ M. Kaczmarczyk, *System medialny...*, s. 107.

³² P. Taylor, *Brits. The War Against the IRA*, London 2002, s. 48.

³³ D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne...*, s. 210.

The press in Northern Ireland

Michał Kaczmarczyk

SŁOWA KLUCZOWE

Irlandia Północna, Ulster, system medialny, prasa

KEY WORDS

Northern Ireland, Ulster, media system, press

STRESZCZENIE

Irlandia Północna, autonomiczna część Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej, wytworzyła własną specyfikę polityczną, społeczną i kulturalną. Znajduje ona swoje odzwierciedlenie także w specyfice systemu medialnego tej części Zjednoczonego Królestwa. Media Irlandii Północnej, zaliczane do grupy systemów liberalnych, mają większość cech modelu brytyjskiego. Można jednakże wskazać pewne różnice między klasycznym modelem północnoatlantyckim a jego wariantem północnoirlandzkim. Wynikają one zarówno z wpływów zjawisk medialnych charakterystycznych dla Republiki Irlandii, której system medialny wykazuje istotne rozbieżności w stosunku do modelu brytyjskiego, jak również charakterystycznych dla Irlandii Północnej czynników historycznych i politycznych, przesądzających o specyfice tego regionu, także w jego wymiarze medialnym. Artykuł charakteryzuje jeden z obszarów systemu medialnego Irlandii Północnej – system prasowy: rynek gazet codziennych, czasopism i prasy lokalnej Ulsteru. Omawia poszczególne tytuły, ich historię, linię redakcyjną, profil ideologiczny i miejsce w systemie środków masowego przekazu, a także najbardziej charakterystyczne zjawiska występujące na rynku prasy północnoirlandzkiej, ich genezę oraz współczesne przejawy.

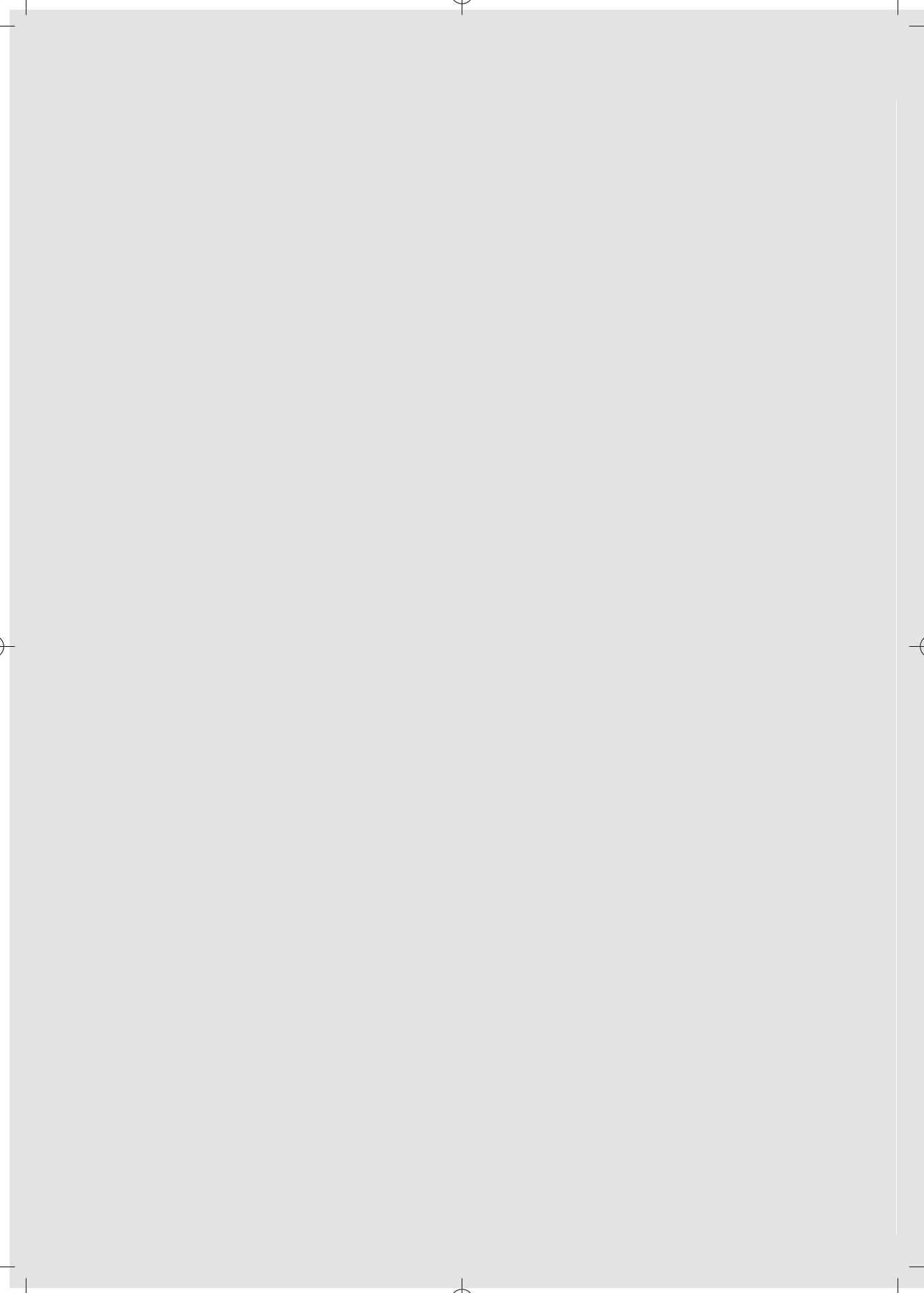
ABSTRACT

The mass media in Northern Ireland remain within the realm of influence of the two domestic media systems, namely British and Irish. Both systems are generally acknowledged as the liberal (North Atlantic) media model. The media of Northern Ireland, classified as liberal systems, derive the majority of the features from the British model. Yet, certain differences between the classical North Atlantic model and its Northern Irish counterpart can be identified. They stem from both the influences of the media phenomena, which are characteristic of the Republic of Ireland, where the media system is significantly different from the British model, as well as Northern Ireland specific historical and political factors determining the unique nature of this region, also in its media dimension. This article constitutes an attempt at describing one of the areas of the media system of Northern Ireland, i.e. the press system. The author describes the daily press and the Ulster local press markets, and discusses the individual titles, their history, editorial policies, ideological profile and position within the mass media system. He also introduces the most characteristic phenomena on the Northern Ireland press market by discussing their origins and contemporary manifestations.

Fani



Fans



Pielgrzymki fanów. Podróże w przestrzeni geograficznej czy podróże symboliczne?

Piotr Siuda

Subkultury fanów

Fani¹ interesują się filmami, serialami, książkami, muzyką. Są to specyficzni odbiorcy popkultury, konsumenci nieprzeciętni ze względu na kilka cech. Przede wszystkim niezwykle zaangażowani w odbiór – obcujący z danym produktem popkulturowym bardzo często. Są kompetentni, na temat swoich ulubionych tekstów mają znaczną wiedzę, która wynika właśnie ze zintensyfikowanego odbioru. Wielbiciel potrafi powiedzieć o danym tekście więcej niż przeciętny odbiorca, co wynika z faktu, że w kontakt z nim wchodzi nie raz, nie dwa ani nawet nie trzy razy – można wręcz mówić o astronomicznej dla przeciętnego nabywcy liczbie odczytań. Równie często w przypadku miłośników mamy do czynienia z sytuacją czerpania przyjemności z czegoś, co na mniej zaangażowanej osobie nie robi dużego wrażenia. Na przykład entuzjasta może czerpać szczególną satysfakcję z zainteresowania się

konkretnym fragmentem czy detalem pop-produktu².

Fani nie są samotnikami, nie izolują się od innych, podobnych sobie jednostek, nie ukrywają swojej pasji. Są prospołeczni, chcą i dążą do tego, żeby organizować się w społeczności oparte na mniej lub bardziej trwałych więziach³. Wielbiciele fascynują się produkcjami z kręgu kultury dominującej, popkultury wchodzącej do szerszego obiegu. Są członkami subkultur (według zasady, że miłośnicy jednego tekstu to jedna subkultura) będących elementem składowym szerszego społeczeństwa. Fani „wspierają” dominującą kulturę także dlatego, że są konsumentami entuzjastycznymi – kupują i angażują się, rzec można, „na potęgę”⁴. Jednocześnie zdecydowanie odróżniają się od innych zbiorowości oraz od społeczeństwa jako całości. Po pierwsze, radykalne nabywanie, które praktykują, często traktowane jest jako dewiacja⁵. Po drugie, wielbiciele cechują się zarówno własną

¹ Obok terminu fan używa się zamiennie słów wielbiciel, miłośnik i entuzjasta.

² W. Godzic, *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001, s. 183–185; H. Jenkins, *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York 2006, s. 37–60; J. Storey, *Studia kulturowe i badania kultury popularnej*, Kraków 2003, s. 116–122.

³ P. Siuda, *Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym, jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów*, [w:] *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. nauk. M. Sokołowski, Toruń 2008, s. 239–256.

⁴ K. Kitabayashi, *The „Otaku” Group from a Business Perspective: Revaluation of Enthusiastic Consumers*, „Nomura Research Institute Papers” Nr 84 (2004), s. 4.

⁵ A. Elliot, *The Mourning of John Lennon*, Berkeley 1999, s. 23–26; L. Kendall, *Nerd nation: Images of nerds in US popular culture*, „International Journal of Cultural Studies” Vol. 2 (1999), iss. 2, s. 260–283; F. Vermorel, J. Vermorel, *A glimpse at the fan factory*, [w:] *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, ed. L.A. Lewis, New York 1992, s. 191–207.

kulturą materialną, jak i niematerialną. O pierwszej stanowią „namacalne” produkty związane z tekstem⁶ – za przykład posłużyć mogą miłośnicy filmu *Star Wars* czy dowolnej gwiazdy muzyki, amatorzy tworzący stroje i przebierający się za swoich idoli. Omawiane podkultury to grupy o własnych systemach aksjo-normatywnych, na które składają się specyficzne dla danej wspólnoty normy czy wartości. Pokazują to wiele klasycznych już studiów – na przykład fanów motocykli Harley Davidson⁷ czy serialu *Star Trek*⁸, którego wielbiciele wyznają tak zwaną ideologię IDIC (*Infinite Diversity in Infinite Combinations*), zakładającą tolerancję dla wszelkich odmienności rasowych, różnych stylów życia oraz równość między płciami⁹. Miłośnicy znanego na całym świecie serialu *Star Trek* witają się również w określony sposób, naśladując gest jednego z bohaterów. Wykształcili także własny język – ktoś „z zewnątrz”, a więc nie fan, nie ma szansy go zrozumieć, kompetencje w posługiwaniu się nim wynikają bowiem ze znajomości tekstu¹⁰.

Posiłkując się tym, co o fanach napisano w literaturze naukowej, można wyróżnić dodatkowe elementy definicyjne subkultur. Bardzo często twierdzi się, że uczestnictwo w danej grupie wiąże się z innymi wymiarami społecznej tożsamości członków, którzy partycypują we wspólnocie jako przedstawiciele określonej klasy, kategorii wiekowej czy płci¹¹. Ukazuje się ponadto podkultury jako cechujące zróżnicowaniem struktury przejawiającym się występowaniem hierarchii¹². Chociaż nie jest ona zbyt różnicująca, to jednak najczęściej ci, którzy pochwalili się mogą dłuższym stażem bycia wielbiciele, sytuują się wyżej od nowicjuszy. Pozycja na drabinie hierarchii zależy

również od stopnia zaangażowania – ten, kto przejawia więcej zachowań świadczących o zafascynowaniu danym zjawiskiem, „wskakuje” na szczebel wyższy. Subkultury pokazywane są w końcu jako mające swój wymiar przestrzenny¹³. Członkowie postrzegani są przez pryzmat jakiegoś miejsca bądź miejsc – mówiąc konkretniej, przez pryzmat ich „wykorzystania” (w dalszej części artykułu zostanie wyjaśnione, co rozumie się przez „wykorzystanie”).

Fan pielgrzymem

Mówiąc o przestrzennym wymiarze, wskazuje się miejsca, które da się zlokalizować geograficznie i które rozpatrywane są przez pryzmat subkultur jako odrębnych od innych zbiorowości i społeczeństwa jako całości. Lokalizacje te są bowiem związane z silnym zaangażowaniem – są niejako jego wyrazem. To, co robi się w tych przestrzeniach, jak się je „wykorzystuje”, jest najczystszy przejawem fanowskich norm i wartości, ucieleśnieniem kultury wielbiciele. Miejsca mają bardzo różny charakter – na przykład mogą być w nich organizowane konwenty (zjazdy), są nimi także wnętrza domostw, w których miłośnicy dzielą się swoją pasją z innymi (na przykład tworzą wystawę kolekcjonowanych rzeczy, wspólnie obcują z tekstem). Fan jakiegoś filmu czy serialu jest w stanie powiedzieć, gdzie kręcone były poszczególne sceny czy odcinki, jak również gdzie mieszkał lub mieszka aktor. Dla wielbiciele produkcji telewizyjnych studia często tworzą muzea związane z pop-produktem (na przykład muzeum *Star Treka*). Miłośnicy filmowi gromadzą się w różnych kultowych lokalizacjach, takich jak chociażby Bulwar Sławy w Hollywood¹⁴. Przykłady można mnożyć, do-

⁶ S. Hinerman, 'I'll Be Here With You': Fans, Fantasy and the Figure of Elvis, [w:] *Adoring Audience...*, s. 128.

⁷ J.W. Schouten, J.H. McAlexander, *Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers*, „Journal of Consumer Research” Vol. 22 (1995), iss. 1, s. 43–61.

⁸ R.V. Kozinets, *Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption*, „Journal of Consumer Research” Vol. 28 (2001), nr 1, s. 67–88.

⁹ H. Jenkins, *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture*, New York 1992, s. 116.

¹⁰ R.W. Black, *Language, Culture and Identity in Online Fanfiction*, „E-Learning and Digital Media” Vol. 3 (2006), nr 2, s. 170–184; R. Rogow, *Futurespeak: A Fan's Guide to the Language of Science Fiction*, New York 1994.

¹¹ J. Fiske, *Reading the Popular*, New York 2003; tenże, *Understanding Popular Culture*, New York 2005.

¹² M. Hills, *Fan Cultures*, New York 2006, s. 46–64.

¹³ H. Lefebvre, *The Production of Space*, London 1991, s. 38–40.

chodząc do wniosku, że tego rodzaju przestrzenie są niezwykle ważne jako obszary „wchłaniania” kultury fanowskiej, jak również z punktu widzenia interakcji między entuzjastami – w miejscach tych fani mogą się spotykać i przez to umacniać swoją tożsamość. Wspomniane lokalizacje przyczyniają się do kształtowania rozmaitych form aktywności, są zatem punktem centralnym subkultur, takim, w którym ogniskuje się życie członków¹⁵.

Istotne w tym kontekście są podejmowane przez wielbicieli pielgrzymki, czyli wyprawy do przestrzeni szczególnie ważnych z perspektywy danego produktu pop. Zjawisko peregrynacji jest jeszcze słabo opisane w literaturze przedmiotu, choć istnieją już opracowania podające opisy konkretnych podróży tego rodzaju¹⁶. Na przykład miłośnicy twórczości Tolkiena podejmują wyprawy do Nowej Zelandii, gdzie kręcono film *Władca pierścieni*, entuzjaści serialu *Z Archiwum X* chcą odwiedzić Vancouver – miasto, w którym powstała większość odcinków ukazujących przygody agentów FBI, fani filmu *Łowca androidów* mają to samo pragnienie względem Los Angeles. Pielgrzymowanie nie ogranicza się jedynie do miejsc związanych z filmami czy produkcjami telewizyjnymi. Dość dobrze udokumentowane są wyprawy wielbicieli muzycznych – chociażby Erika Doss przedstawiła peregrynacje entuzjastów Elvisa Presleya do Graceland – miasta, w którym mieszkał Król¹⁷.

Jednym z czołowych badaczy fanowskich pielgrzymek jest Nick Couldry. W swojej książce przedstawił niezwykle dokładny opis podróży na ulicę Granada w Manchesterze – miejsce kręcenia popularnego serialu *Coronation Street*¹⁸. W innym artykule analizował wycieczki zorganizowane, które fani-pielgrzymi odbywają do

przestrzeni związanych z serialem *Rodzina Soprano*¹⁹, przede wszystkim różnych pubów w New Jersey, gdzie powstały rozmaite sceny.

Couldry, opisując swoje przeżycia związane z peregrynacją (sam jest miłośnikiem serialu), poczynił ciekawe uwagi natury ogólnej – pokazał, że tego rodzaju miejsca są tak naprawdę trzema różnymi przestrzeniami związanymi z turystem: przestrzenią turystyki ogólnej, przestrzenią turystyki medialnej oraz przestrzenią wyobraźniową, w której odwiedzający ludzie wyobrażają sobie, że stają się (w pewnym sensie) częścią tekstu, z którym dana lokalizacja jest związana. Przestrzeń pierwsza związana jest ze standardowymi czynnościami kojarzonymi z wyprawami turystycznymi – fan przemieszcza się samolotem, pociągiem, autobusem, taksówką tudzież innym środkiem transportu, a jeśli jest to podróż zorganizowana – wraz z przewodnikiem. Przestrzeń medialna związana jest z tym, że wszyscy, którzy odwiedzają dane miejsce, mają poczucie, że nie jest ono typową lokalizacją turystyczną. Nic bowiem bardziej nie budzi w człowieku zachwytu niż to, że w jakiś sposób dotyczy ona konkretnego produktu popkulturowego, na przykład została w nim ukazana. Wszystko w wycieczce jest podporządkowane pop-produktowi – jeśli jest przewodnik, zna związane z nim informacje, potrafi w związku z tym bez problemu porozumieć się z uczestnikami, którzy również mogą się pochwalić znajomością owych informacji. Serwowane mogą być dania istotne dla tekstu (w przypadku opisywanej przez Couldry’ego pielgrzymki były to ulubione posiłki głównych bohaterów serialu), rozdawane gadżety. Jednym słowem wszystko ma zwrócić uczestnika w stronę produktu popkulturowego.

¹⁴ C. Sandvoss, *Fans: The Mirror of Consumption*, Cambridge 2005, s. 60.

¹⁵ G.B. Rodman, *Elvis After Elvis: The Posthumous Career of a Living Legend*, New York 1996, s. 124.

¹⁶ W. Brooker, *A Sort of Homecoming: Fan Viewing and Symbolic Pilgrimage*, [w:] *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, ed. J. Gray, C. Sandvoss, C.L. Harrington, New York 2007, s. 149–164; tenże, *Everywhere and nowhere: Vancouver, fan pilgrimage and the urban imaginary*, „International Journal of Cultural Studies” Vol. 10 (2007), iss. 4, s. 423–444; M. Hills, *Fan Cultures...*, s. 144–157.

¹⁷ E. Doss, *Believing in Elvis: Popular Piety in Material Culture*, [w:] *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*, ed. S.M. Hoover, L.S. Clark, New York 2002, s. 63–86.

¹⁸ N. Couldry, *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age*, London 2000, s. 65–120.

¹⁹ Tenże, *On the Set of The Sopranos: „Inside” a Fan’s Construction of Nearness*, [w:] *Fandom: Identities and Communities...*, s. 139–148.

Jeśli chodzi o przestrzeń trzecią, wyobrażeniową, podczas wyprawy uczestnicy często czują, że wkraczają na teren święty, sakralny. Zdaniem Couldry'ego, podróżujący doświadczają czegoś, co nazwać można postawieniem siebie w środku ulubionego zjawiska, czyli wyobrażeniem sobie, że jest się jego uczestnikiem i w pewnym sensie częścią, co powoduje powstanie więzi między osobą a obiektem uwielbienia (można powiedzieć, że uwidacznia się duże emocjonalne znaczenie danego miejsca). Postawienie przybiera bardzo różne formy – na przykład fan starać się może za pomocą zdjęć powtórzyć ujęcia, które oglądał w ulubionym filmie bądź serialu. Wielbiciele *Gwiezdných wojen* bardzo często fotografują się na charakterystycznej wydmy w Tunezji, na której kręcona była jedna ze scen czwartej części gwiazdnej sagi. Miłośnicy Hitchcocka, kręcąc filmy na ulicach San Francisco, starają się idealnie odwzorować zamysł mistrza kina grozy. Wielu entuzjastów utożsamia się ze swoimi ulubionymi bohaterami filmowymi, telewizyjnymi czy muzycznymi wówczas, kiedy odnajdują jakąś lokalizację, która jest z przedmiotem uwielbienia szczególnie związana (na przykład kręcona była tam scena podstawowa z punktu widzenia danej postaci filmowej lub jest to lokalizacja ważna w biografii konkretnego aktora bądź muzyka)²⁰.

Imaginowanie sobie, że jest się częścią tekstu, związane jest również z czymś, co Will Brooker nazwał mapowaniem przestrzeni²¹. Parafrazując autora, można je określić jako nanoszenie przez fanów na miejsca istniejące w realnej przestrzeni geograficznej lokalizacji zupełnie innych – tych związanych z danym pop-produktem. Wynika to z faktu, że faktycznie istniejące przestrzenie bardzo często nie są

takie, jak się je ukazuje w tekście. Na przykład budynek, będący w filmie siedzibą jakiejś organizacji (FBI, CIA itd.), to w rzeczywistości niezwykłe zatłoczone centrum handlowe, którego klienci najczęściej nie mają najmniejszego pojęcia o jego medialnej karierze. Bardzo często miejsce kręcenia filmu czy serialu ma w tekście za zadanie odzwierciedlać inną lokalizację – miasto ma ukazywać inne miasto, kraj – inny kraj itd. W takiej sytuacji wielbiciele nie mają innego wyjścia, jak dokonać mapowania przestrzeni, czyli przypisać miejscom realnym znaczenia związane z uwielbianym produktem.

Oczywiście mapowanie nie jest regułą. Choć w przypadku większości lokalizacji rzeczywiście zachodzi, to jednak istnieją wyjątki. Na przykład Graceland – przestrzeń pielgrzymek miłośników Elvisa Presleya – niesie ze sobą takie same znaczenia zarówno dla entuzjastów, jak i ludzi nimi niebędących. Nie jest tak, że dla fana Graceland oznacza punkt związany z Królem Rocka, a ktoś, kto nie jest wielbicielem, nie wiąże tej miejscowości z muzykiem – wszyscy bez wyjątku zgadzają się, że Graceland to poświęcone Elvisowi muzeum. Mimo to mapowanie jest dość powszechne. Co więcej, jedno miejsce stać się może ważne dla miłośników różnych tekstów popkulturowych²².

W związku z mapowaniem peregrynacja staje się procesem wymagającym bardzo dużych pokładów wyobraźni²³. Wydaje się, że o jej używaniu należy również mówić w przypadku lokalizacji takich jak Graceland. Wprawdzie wszyscy wiedzą, że znajdują się w muzeach, to i tak muszą dokonać rozmaitych „umysłowych” zabiegów, „przybliżających” do danego zjawiska pop, na przykład wyobrazić sobie, że w danym punkcie mieszkała gwiazda rocka oraz co w nim robiła.

²⁰ N. Couldry, *The Place of Media Power...*, s. 80.

²¹ W. Brooker, *Everywhere and nowhere...*, s. 430–432.

²² Najlepszym przykładem jest wspomniane już miasto Vancouver – miejsce kręcenia wielu popularnych seriali i filmów.

²³ Można zastanawiać się, na ile tego rodzaju pogląd jest odbiciem pomysłów związanych z subiektywnym postrzeganiem rozmaitych przestrzeni miejskich przez aktorów społecznych. Wielu naukowców zajmowało się procesami tworzenia mentalnych obrazów miasta, które ludzie mają w swoich głowach, i będących wzorcem interpretacyjnym tego, co dzieje się wokół (oczywiście, każdy ma inny obraz). Można powiedzieć, że aktorzy mają w głowach drugie miasto – to istniejące obok fizycznie namacalne i kształtowane przez indywidualne nastawienia, przyzwyczajenia, zwyczaje, oczekiwania i nadzieje.

Przestrzenie pielgrzymowania są dla fana istotne ze względu na swój symbolizm – reprezentują przecież tylko miejsca znane z ekranów kinowych, telewizyjnych, z kart książek czy z przeszłości aktorów lub muzyków. W związku z tym można je określić za Edwardem Relphem mianem bezmiejscowych (*placelessness*), czyli takich, które odwołują się do czegoś innego (*other-directedness*)²⁴ i doświadczanych nie dla samych siebie, ale w kontekście nieobecnych w danej lokalizacji geograficznej kodów i symboli. Punkty, do których się podróżuje, można również ujmować przez pryzmat Baudrillardowskich symulakrów i hiperrealności. Poglądy znanego francuskiego filozofa doskonale zrekapitulował Andrzej Szahaj, kiedy napisał, że symulakrum to „kopia bez oryginału, znak bez odniesienia, mapa bez terytorium. To, co znaczone, kopiowane, odtwarzane – znika”²⁵. Symulakra implikują hiperrealność, która zakłada, że istnieje coś, czego tak naprawdę nie ma – coś, co nie ma związku z jakkolwiek rzeczywistością²⁶. Hiperrealność maskuje brak tej ostatniej. Patrząc na wyprawy wielbicieli przez pryzmat takich tez, uznać można, że Nowa Zelandia ukrywa nieobecność Tolkienowskiego Śródziemia, Vancouver – miasto, w którym rocznie powstaje wiele odcinków rozmaitych seriali – zasłania nierzeczywistość miejsc znanych z telewizyjnych tasiemców.

Peregrynacje odzwierciedlają i odbijają wartości i normy wypracowane w obrębie danej subkultury. W tym względzie mapowanie, bezmiejscowość oraz hiperrealność są podstawą i warunkiem, aby dana przestrzeń stała się docelowa w przypadku podróży podejmowanych przez miłośników. Entuzjaści przez swoje zaangażowanie nadają punktom geograficznym znamion wyjątkowości – czynią je specjalnymi, zmieniają w miejsca zabawy i karnawału. Dokonują tego przez akt, który nazwać można redukowaniem znaczeń zwykłych – w momen-

cie, w którym fan jest w konkretnej lokalizacji, znosi dotyczące jej znaczenia niezwiązane z danym tekstem. Mamy przykładowo do czynienia z sytuacją, kiedy budowla w mieście przestaje być budynkiem użyteczności publicznej, zaczyna natomiast pełnić rolę, jaką piastowała w filmie czy serialu. To, co w codziennym życiu spełnia zwykle funkcje, zastępuje się czymś ponadprzeciętnym.

Pielgrzymka symboliczna

Pielgrzymowanie fanów wymaga dużych pokładów wyobraźni ze względu na mapowanie, bezmiejscowość, hiperrealność i redukowanie zwykłych znaczeń. W związku z tym zastanawiać się można, czy peregrynacje mogą przyjąć formy inne od tych opisanych wyżej – takie, które związane są z symulowaniem posuniętym jeszcze dalej, z symbolizmem silniejszym niż w przypadku podróży do konkretnych miejsc w przestrzeni geograficznej. Czy rzeczywiście podjąć należy do nich wyprawę fizyczną? Czy za pielgrzymkę może być uznany seans przed telewizorem związany z oglądaniem ulubionego serialu, filmu, czy też godzina kontemplacji ukochanej muzyki? Zdaniem niektórych badaczy tak właśnie jest.

Pomysł na to, że obcowanie z tekstem może być przeżyciem, które nazwać można peregrynacją, obecny jest w analizach Rogera Adena. Wyróżnił on coś, co określił mianem pielgrzymki symbolicznej (*symbolical pilgrimage*)²⁷. Naukowiec pokazał pogrążonych w odbiorze ulubionego pop-produktu wielbicieli, którzy są niejako w nim zanurzeni. Czynność oglądania (Aden pisał o telewizji) jest dla nich niczym „odlot narkotykowy, lecz bez narkotyków”, podróż tam i z powrotem bez opuszczania miejsca, w którym się znajdują. Miłośnicy opuszczają środowisko fizyczne i przenoszą się do fikcyjnego świata, czego nie należy jednak utożsamiać z eskapizmem, dewiacją, patolo-

²⁴ C. Sandvoss, *Fans...*, s. 58–59, [za:] E. Relph, *Place and Placelessness*, London 1976.

²⁵ A. Szahaj, *Jean Baudrillard – między rozpaczą a ironią*, [w:] tegoż, *Zniewalająca moc kultury. Artykuły i szkice z filozofii kultury, poznania i polityki*, Toruń 2004, s. 74.

²⁶ J. Baudrillard, *Precesja symulakrów*, [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. nauk. R. Nycz, Kraków 1997, s. 175–189.

²⁷ R.C. Aden, *Popular stories and promised lands: fan cultures and symbolic pilgrimages*, Tuscaloosa 1999.

gicznymi zachowaniami powodującymi utratę łączności z rzeczywistością i całkowite zatracenie się w świecie przedstawionym utworu. Nie można przenosić widzieć jako takiego, dlatego że wraz z końcem projekcji zapewnione jest wyjście z owego świata. Immersja jest zatem symulacją eskapizmu, zabawą, w którą uczestnicy angażują się dobrowolnie.

Aden nie waha się analizować zanurzenia na takich samych zasadach, na jakich rozpatruje się podróże przebiegające w świecie rzeczywistym. Odwołuje się wręcz do poglądów Victora Turnera, znanego badacza zajmującego się pielgrzymkami religijnymi, definiującego to zjawisko jako składające się z trzech faz: preliminalnej, liminalnej i postliminalnej. Pierwsza to pewnego rodzaju przygotowanie, oderwanie od dotychczasowej, codziennej egzystencji. Zaliczyć do niej można wszystko, co wpływa na decyzję o udziale w peregrynacji i co jej sprzyja. Liminalność to po prostu sama wędrówka – proces przemieszczania się z jednego miejsca do drugiego. Faza trzecia dotyczy natomiast powrotu do zwykłej egzystencji (oraz tego, w jaki sposób zmieniamy się w wyniku wyprawy, którą podjęliśmy). Gdzie indziej autor tego artykułu opisał już, jak wszystkie trzy fazy da się zastosować do udowadniania pełnoprawności i autentyczności rozmaitych wirtualnych podróży internetowych²⁸. Tutaj podkreślić należy, że to samo można zrobić w przypadku symbolicznych pielgrzymek fanów.

Starł się to uczynić Will Brooker, doskonale rekapitulując poglądy Adena oraz poddając je empirycznej weryfikacji, na podstawie której uznał, że koncept symbolicznej piel-

grzymki jest prawdziwy²⁹. Potwierdziło go wiele wywiadów z wielbicielami serialu *Z Archiwum X*. Brooker opisał dokładnie każdą z faz – po pierwsze liminalną, polegającą na całkowitym poświęceniu się światu przedstawionemu i ignorowaniu wszystkiego, co dzieje się naokoło podczas oglądania – na przykład niezwracaniu uwagi na dzwoniące telefony czy innych domowników. Wielu rozmówców badacza podkreślało tego rodzaju zaangażowanie – niezwykle silne, opisywane różnymi słowami, nazywane „niemożnością oderwania się”, „uzależniającym wpływem”, „przeniesieniem się do miejsca, gdzie rzeczywista przestrzeń się nie liczy” itd. Po drugie, Brooker opisał fazę preliminalną i w końcu postliminalną. W ramach pierwszej miłośnicy przygotowują się do obejrzenia danego odcinka – wyłączają światło, zamykają drzwi, dezaktywują telefony – czynią wszystko, aby przebieg seansu był niezakłócony. Faza postliminalna natomiast objawia się wyłączeniem telewizora (lub komputera) i w ten sposób powrotem do normalności³⁰.

Jak zatem widać, fan nie musi udawać się do fizycznie istniejących miejsc, aby podróżować. Czy jednak rzeczywiście symboliczną pielgrzymkę uznać można za autentyczną, to znaczy dającą się tłumaczyć w tych samych kategoriach, co peregrynacja realna? Jakie jeszcze argumenty, poza odzwierciedlaniem trzech wspomnianych faz, wskazać można, aby obwołać ją taką? Podejmując wyprawę do lokalizacji istniejącej w przestrzeni geograficznej, bardzo często podróżuje się z kimś – na przykład bierze udział w zorganizowanej wyprawie czy zwiedza muzeum razem z innymi.

²⁸ P. Siuda, *Religia a internet. O przenoszeniu religijnych granic do cyberprzestrzeni*, Warszawa 2010, s. 89–101.

²⁹ W. Brooker, *A Sort of Homecoming...*, s. 149–164.

³⁰ Warto zaznaczyć, że pielgrzymka symboliczna jest zdecydowanie uboższym krewnym realnej. Z wyprawą w przestrzeni fizycznej związane są przecież rozmaite wrażenia zmysłowe, których nie doznamy podczas peregrynacji symbolicznej, co prawda angażującej nasz wzrok i słuch, ale niepozwalającej doświadczać innymi zmysłami. Podróż symboliczna jest za to o wiele bardziej demokratyczna – można rozpatrywać, do jakiego stopnia doznają jej osoby niebędące członkami subkultury fanowskiej. Każdemu znane jest przecież uczucie immersji w oglądany przekaz medialny – doświadcza się jej chociażby w kinie. Każdy wskazać może teksty, które angażują go w mniejszym bądź większym stopniu. Różnica między przeciętnym odbiorcą a fanem polega na tym, że zanurzenie wielbiciela jest bezgraniczne. Poza tym wyrusza on na symboliczną pielgrzymkę związaną z pop-produktem, w który angażuje się jeszcze na innych poziomach. Jest przecież członkiem subkultury i jako taki ma wyobrażone poczucie łączności z innymi.

Zdaniem Brookera, w symbolicznym pielgrzymowaniu fan zwykle udaje się gdzieś sam³¹. Badacz stwierdził, że brak towarzyszy wcale nie jest przeszkodą – deficyt fizycznego kontaktu z ludźmi nie jest istotny³², dlatego że wielbiciel odczuwa wyobrażoną więź z miłośnikami siedzącymi w danym momencie przed ekranem telewizora, monitorem lub w kinie³³. Może się on również, po odbyciu owej symbolicznej peregrynacji, dzielić wrażeniami z innymi entuzjastami – jest przecież członkiem fan-klubów, rozmawia w internecie, nierzadko produkuje amatorskie teksty oparte na oryginalnych pop-produkcjach. Podtrzymany zatem zostaje subkulturowy charakter podróży.

W dowodzeniu autentyczności pielgrzymek symbolicznych pomocą mogą opisywane już cechy podkultur fanów. Wspomniane zostało, że przynależność do nich często współgra z pozycją jednostki w strukturze danego społeczeństwa. Poza tym w obrębie subkultur powstaje hierarchia, wynikająca ze stopnia zaangażowania w odbiór danego tekstu. Te dwie charakterystyki w znacznym stopniu wpływają na to, jak przebiegają wyprawy związane z byciem wielbicielem.

Rzadko mamy do czynienia z sytuacją, w której miłośnicy danego zjawiska są homogeniczni pod względem statusu czy cech społeczno-demograficznych. Co więcej, entuzjaści rekrutujący się z odmiennych warstw podejmują w obrębie danej podkultury inne aktywności. Trafnie opisał to na przykładzie fanów *Star Treka* Robert V. Kozinets³⁴, który pokazał, jak część z nich, zafascynowana jedną z fantastycznych ras występujących w serialu (tak zwanymi Klingonami), dokonuje aktów konsumpcji związanych właśnie z owym gatunkiem (polegają one na przykład na przebieraniu się za postaci, zaku-

pie gadżetów z nimi związanych). Inaczej zachowują się wielbiciele serii gustujący głównie w karcianych grach RPG – nabywają oni produkty związane właśnie z nimi. Owe różnice w aktywnościach, wynikające z tego, kto jakim aspektem *Star Treka* szczególnie się interesuje, skorelowane są z cechami socjoekonomicznymi. Klingonami urzeczeni są głównie zamożni mężczyźni w średnim wieku, podczas gdy grami oczarowani są przede wszystkim ludzie młodzi, ekonomicznie uzależnieni od rodziców.

W obrębie jakiejś subkultury może nawet dochodzić do wewnętrznych podziałów wskutek różnicy w poglądach na temat ulubionego produktu³⁵. Podobnie rzecz ma się z pielgrzymkami – mogą one wyglądać inaczej w przypadku miłośników rekrutujących się z odmiennych klas czy warstw społecznych. Poza tym nie wszyscy muszą przejawiać ochotę do podjęcia wyprawy do lokalizacji znajdujących się w przestrzeni geograficznej – część osób może przecież nie mieć na to funduszy. Weźmy za przykład fanów *Gwiezdných wojen* chcących odwiedzić wspomnianą już wydmy w Tunezji. Jeśli mieszkają w Azji bądź którejs z Ameryk, będą mogli pozwolić sobie na podróż tylko wtedy, jeśli są zamożni. Jeśli nie, podejmą raczej peregrynację symboliczną. Stanie się tak również wówczas, gdy turystyka nie będzie stylem spędzania wolnego czasu charakterystycznym dla warstwy, do której przynależy wielbiciel. To, czy podjęta pielgrzymka będzie realna, czy symboliczna, zależy również od tego, jakie miejsce w fanowskiej hierarchii zajmować chce konkretny miłośnik. Oczywiście jest, że większy prestiż zdobędzie ten, kto pochwali się zdjęciem z podróży faktycznej niż ten, kto zaświadczy o obejrzeniu kolejnego odcinka serii, filmu czy przesłuchaniu

³¹ Oczywiście, w tym zakresie mogą występować różnice między symboliczną wyprawą muzyczną, książkową czy komiksową a filmową lub serialową. Warto zatem każdorazowo zwracać uwagę na specyfikę doświadczania poszczególnych mediów i odmienności z tego wynikające.

³² W. Brooker, *A Sort of Homecoming...*, s. 149–164.

³³ Wypowiedź Brookera świadczyć może o tym, że subkultury fanowskie są wspólnotami wyobrażonymi. Nawet jeśli nie występują obiektywnie obserwowane więzi między wielbicielami (a są one zwykle najsilniejsze tylko między najbardziej zaangażowanymi członkami podkultury), miłośnicy konstruują wyobrażoną więź i mają poczucie przynależności do grupy.

³⁴ R.V. Kozinets, *Utopian Enterprise...*, s. 67–88.

³⁵ P. Siuda, *Polski antyfan: Patrząc na fanizm, nie zapomnijmy o antyfanizmie*, „Kultura Popularna” 2008, nr 3, s. 33–40.

następnej płyty danego muzyka. Z dużą dozą prawdopodobieństwa stwierdzić należy, że mniej zaangażowani członkowie podkultury porzestaną na wyprawach symbolicznych.

Jeszcze raz warto podkreślić, że nie są one gorsze od tych odbywanych w przestrzeni geograficznej. Mają przecież ogromne znaczenie dla wzmacniania tożsamości oraz kształtowania aktywności członków danej subkultury. Warto sobie uzmysłowić, że znaczenie symbolicznych pielgrzymek wzrasta wskutek wykorzystania rozmaitych nowych mediów, w tym internetu, który poszerza możliwości odbioru i oferuje nowe sposoby symbolicznej peregrynacji³⁶. Sieć staje się dla fanów swoistą wirtualną przestrzenią – cyberprzestrzenią, gdzie symboliczne podróże znajdują idealne środowisko.

Elektroniczna pajęczyna jest niezwykle ważnym miejscem ujawniania i podbudowywania fanowskich tożsamości³⁷; zjawisko wirtualnych społeczności wielbicieli zostało już dość dobrze opisane w literaturze przedmiotu³⁸. Ważne jest, że stać się one mogą istotnym elementem symbolicznych wypraw – zarówno ich podejmowania, ale również dyskusowania na temat związanych z nimi przeżyć. Na dobrą sprawę powszechne jest również dzielenie się w ramach internetowych wspólnot wrażeniami z pielgrzymek realnych. Jak zatem widać, sieć jest podbudową dla obydwu wyróżnionych w artykule wymiarów, co jest jeszcze jednym dowodem na to, że obydwie funkcjonują obok siebie i że podróż symboliczna wcale nie jest mniej autentyczna i gorsza od faktycznej.

Można tak twierdzić również na podstawie tego, że charakterystyczne dla pielgrzymek

symbolicznych zanurzenie jest integralną częścią wielu, jeśli nie wszystkich, peregrynacji geograficznych. Z tymi ostatnimi związane jest przekształcanie przestrzeni codziennego użytku w te istotne dla miłośników. Daniel Cavicchi w artykule o fanach Bruce'a Springsteena pokazał, że odwiedzający jego dom wielbiciele czynią go miejscem specjalnym przez różnorodne symboliczne zabiegi³⁹. Zwyczaj, niczym niewyróżniający się od pozostałych w okolicy budynek jest docelowym elementem nie tylko wyprawy podejmowanej w przestrzeni realnej, ale również podstawą specyficznej wędrówki – odbywającego się w głowach procesu nadawania znaczeń. Na tym przykładzie widać, że miłośnicy, podróżując w przestrzeni geograficznej, na miejscu, do którego zdążają, wciąż mają przed sobą mentalną, symboliczną przeprawę (mapowanie, bezmiejscowość, hiperrealność). Czeka ich jeszcze wyprawa, która ma ich uczynić częścią danego tekstu i sprzyjać doznaniu z nim jedności. Tak samo czynią uczestnicy pielgrzymek symbolicznych, zanurzając się w dany produkt popkulturowy. Ich wyobraźnia pracuje podobnie jak u osób uczestniczących w peregrynacjach faktycznych. Pop-produkt, w który się zanurzają, jest hiperrealny – godzina spędzona na oglądaniu, na przykład, jednego odcinka serii, maskuje jego nierzeczywistość. Można zatem stwierdzić, że istnieje związek między podróżą odbywającą się w przestrzeni geograficznej a wyprawą symboliczną. Obydwie wymiary fanowskiego pielgrzymowania są do siebie podobne bardziej niż można by przypuszczać na pierwszy rzut oka.

³⁶ Na przykład obcowanie z jakimś tekstem na ekranie monitora, po uprzednim załogowaniu się na stronę internetową, która daje do niego dostęp, lub ściągnięciu go z elektronicznej sieci.

³⁷ Zastanawiać się można, jaki wpływ ma sieć na wspomniany przestrzenny (realny) wymiar subkultur. Czy znosi jego ważność? Czy nowe media ucinają związek między komunikacją a miejscem potrzebnym do jej zaistnienia? Do pewnego stopnia tak się dzieje, choć pamiętać należy, że wspólnoty wirtualne bardzo często sprzyjają podtrzymywaniu więzi zaistniałych offline – na przykład pomagają w organizacji różnych wydarzeń, odbywających się w konkretnych przestrzeniach realnych. Internet nie unieważnia zatem przestrzennego wymiaru podkultur entuzjastów.

³⁸ R. Bury, *Cyberspaces of Their Own: Female Fandoms Online*, New York 2005; por. M. Kirby-Diaz, *Buff, Angel, and the Creation of Virtual Communities*, [w:] *Buff and Angel Conquer the Internet: Essays on Online Fandom*, ed. M. Kirby-Diaz, Jefferson 2009, s. 18–41; A. Ali, „In the World, But Not of It”: *An Ethnographic Analysis of an Online Buffy the Vampire Slayer Fan Community*, [w:] *Buff and Angel...*, s. 87–106.

³⁹ D. Cavicchi, *Tramps Like Us: Music and Meaning Among Springsteen Fans*, New York 1998, s. 171.

◀|||| Pielgrzymki fanów. Podróże w przestrzeni geograficznej czy podróże symboliczne?

Fan pilgrimages. Real or symbolic travelling?

Piotr Siuda

SŁOWA KLUCZOWE

fani, fandom, fan studies, pielgrzymki fanów, pielgrzymki symboliczne

KEY WORDS

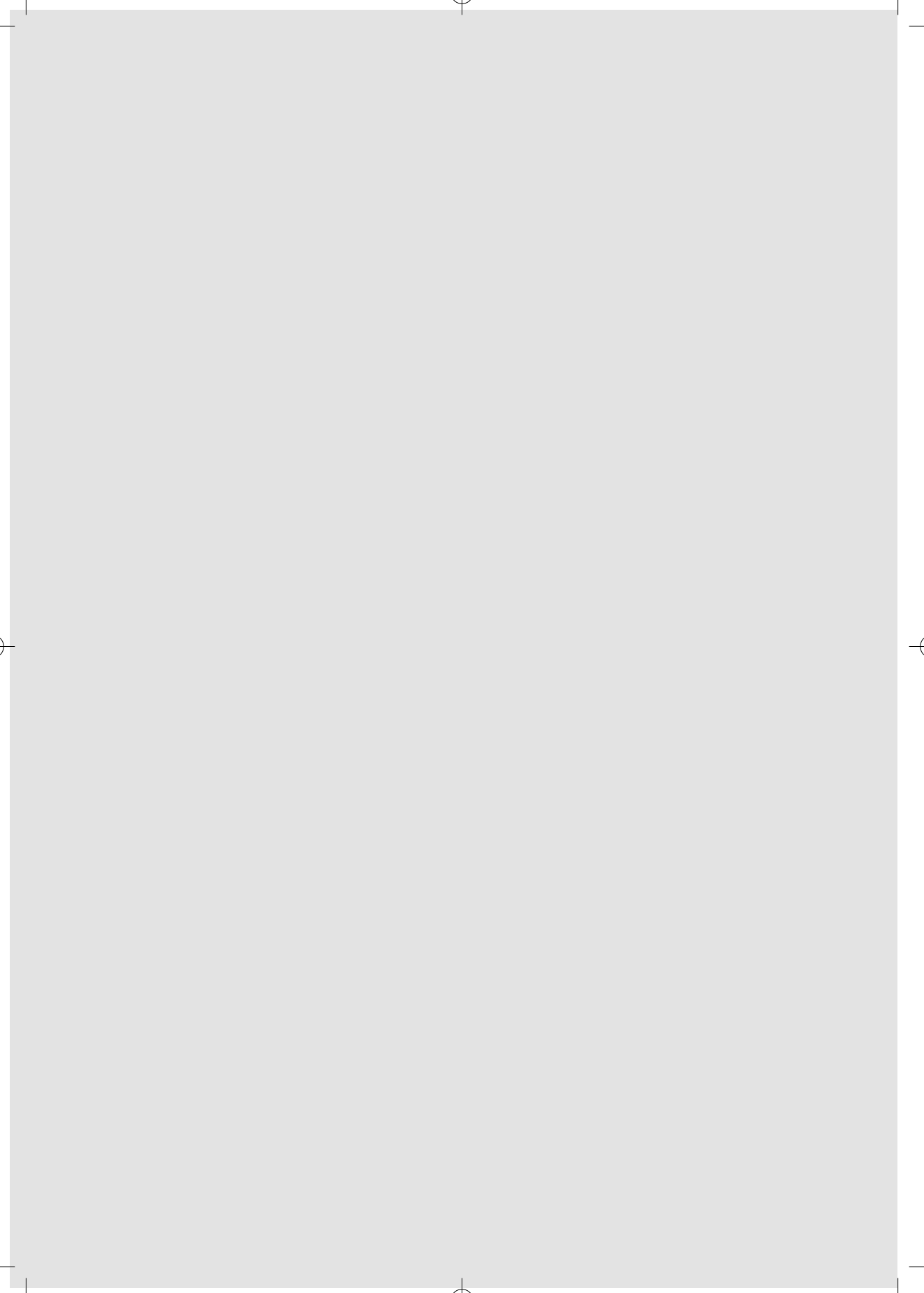
fans, fandom, fan studies, fan pilgrimages, symbolic pilgrimages

STRESZCZENIE

Tematem tekstu są pielgrzymki podejmowane przez członków subkultur fanów. Autor charakteryzuje dwa wymiary fanowskiego pielgrzymowania. Pierwszy związany jest z udawaniem się do miejsca, które zlokalizować można w przestrzeni geograficznej. Drugi nazwać można pielgrzymowaniem symbolicznym, odbywającym się bez podejmowania realnej wyprawy, a jedynie przez zanurzenie w dany tekst. W pracy wskazane jest, że typ symboliczny wcale nie jest gorszy od wymiaru pierwszego. Peregrynacje symboliczne również uznać można za autentyczne. Co więcej, oba wymiary są do siebie podobne bardziej, niż można przypuszczać na pierwszy rzut oka.

ABSTRACT

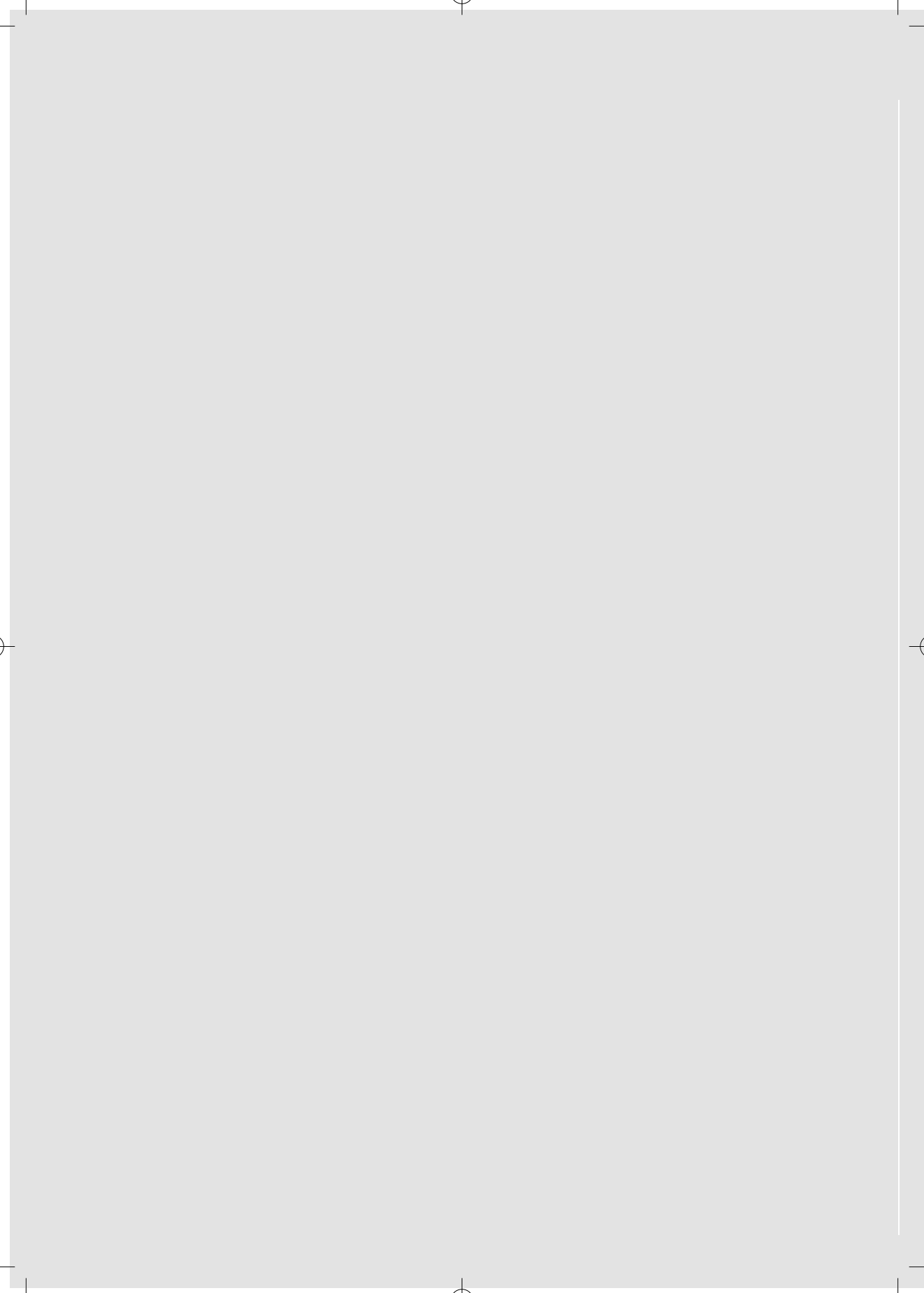
The article analyses pilgrimages undertaken by members of fan subcultures. The author characterizes two dimensions of fan pilgrimages. The first one involves travelling to specific places that can be located within the geographical space. Pilgrimages of the second type are called symbolic and are conducted without moving in space, but through immersion in the favourite text. The article proves that symbolic journeys are not less authentic than the real ones. These two dimensions are more similar to each other than one could expect at first sight.



Z kart historii



From the history



Obraz Wielkiej Brytanii w publicystyce „Wiadomości Polskich” i „Polski Walczącej” 1940–1945

Maciej Białous

Publicystyka polskiej emigracji okresu II wojny światowej stanowi doskonałą podstawę źródłową do zrozumienia poglądów i postaw tej społeczności. Pisma były ważnym spoiwem integrującym środowiska polskie¹; kanałami komunikacyjnymi, dzięki którym formułowano i przekazywano idee; miejscem polemik i sporów oraz podstawowym źródłem informacji o świecie, w sytuacji, kiedy znaczna część wychodźstwa nie znała w wystarczającym stopniu języka kraju gospodarzy². W publicystyce znaleźć można odzwierciedlenie poglądów charakterystycznych dla środowiska jej czytelników, z drugiej strony publicystyka sama te poglądy kreowała. Badania czasopiśmiennictwa emigracyjnego pomóc mogą w odpowiedzi na wiele pytań z zakresu struktury społecznej i politycznej emigracji, jak również przybliżyć ówczesne wyobrażenia o krajach, w których Polacy znaleźli schronienie.

Niniejszy artykuł poświęcony jest obrazowi Wielkiej Brytanii konstruowanemu w emigracyjnej publicystyce polskiej. Okres objęty analizą rozpoczyna się w czerwcu 1940 r., wraz

z ewakuacją władz polskich do Wielkiej Brytanii, kończy natomiast w lipcu roku 1945³, razem z cofnięciem uznania brytyjskiego dla polskiego rządu w Londynie. Celem artykułu jest ukazanie najważniejszych elementów dyskursu dotyczących spraw brytyjskich.

Do analizy wybrano dwa tytuły prasowe, „Wiadomości Polskie” oraz „Polskę Walczącą”. Wyboru dokonano pod kątem reprezentatywności opinii występujących w tych pismach oraz możliwości porównywania poglądów w nich zawartych. Oba pisma były tygodnikami wydawanymi we Francji przed czerwcem 1940 r. i wznowionymi w Wielkiej Brytanii latem tego roku. Oba tytuły cieszyły się popularnością, miały stosunkowo duży nakład⁴ i stały na dobrym poziomie. Przy tym, „Polska Walcząca” była pismem oficjalnym, organem Polskich Sił Zbrojnych na Zachodzie, natomiast „Wiadomości Polskie” pismem niezależnym, skierowanym do szerokich kręgów inteligencji i uchodzącym za opozycyjne wobec rządu, przynajmniej od lipca 1941 r. Analiza publicystyki tych pism daje możliwości zapoznania się

¹ Por. K. Lang, *Communications Research: Origins and Development*, [w:] *International Encyclopaedia of Communication*, ed. E. Barnouw and oth., New York–Oxford 1989, s. 369.

² J. Jarowiecki, J. Myśliński, A. Notkowski, *Prasa polska 1939–1945*, Warszawa 1980, s. 153.

³ Z powodu zamknięcia „Wiadomości Polskich” [dalej: „WP”] w lutym 1944 r., publicystyka ostatnich kilkunastu miesięcy wojny była reprezentowana tylko łamach „Polski Walczącej” [dalej: „PW”].

⁴ Nakład „Wiadomości Polskich” w roku 1942 wynosił ponad 7000 egz. Za: R. Habielski, *Niezlomni, nieprzejednani. Emigracyjne „Wiadomości” i ich krąg 1940–1981*, Warszawa 1991, s. 42. „Polska Walcząca” od roku 1940 ukazywała się w nakładzie 17 000 egz. Za: T. Terlecki, *Trzylecie*, „PW” 1942, nr 48, s. 1.

z szerokim wachlarzem poglądów politycznych.

Wielka Brytania była dla polskich emigrantów krajem zupełnie obcym. Międzywojenną inteligencję łączyły o wiele bliższe więzi z Francją⁵, dlatego przymusowa przeprowadzka na Wyspy wiązała się z trudną aklimatyzacją w nowej rzeczywistości. Publicystyka była w związku z tym swego rodzaju elementarzem dla emigracji, tak wojskowej, jak i cywilnej. Opierała się przede wszystkim na wiedzy wąskiej grupy publicystów, znających Wielką Brytanię jeszcze z okresu międzywojennego, wśród których do najbardziej uznanych należeli Zbigniew Grabowski, przedwojenny sprawozdawca „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” z Londynu, oraz Florian Sokołów, korespondent „Kuriera Porannego”⁶. Z ich usług korzystały zarówno „Wiadomości”, jak i „Polska Walcząca”. W następnych miesiącach i latach wojny artykuły dotyczące Anglii i Anglików zyskiwały na wnikliwości, unikając części z początkowych frazesów, a ciężar ich tworzenia rozłożył się na szerszą grupę publicystów. Informowali i komentowali oni bieżące życie polityczne na Wyspach oraz monitorowali postawy brytyjskiej opinii publicznej wobec spraw polskich.

Anglia jako mocarstwo. Charakter narodowy i tradycje polityczne

W obu tygodnikach wielkość Imperium Brytyjskiego wiązano najczęściej z charakterem narodowym Anglików. Powoływanie się nań oznaczało zazwyczaj czerpanie z wąskiej puli stereotypów narodowych. Typowe, szczególnie w latach 1940–1941, było również porównywanie Brytyjczyków z lepiej znanymi Francuzami. Porównania wypadały zazwyczaj na ko-

rzyść Wyspiarzy, co wynikało przede wszystkim z rozgoryczenia postawą Francji w czasie pierwszych miesięcy wojny i *Blitzkriegu* w czerwcu 1940 r. Po upadku Francji, demokratyczna Wielka Brytania stała się jedyną w Europie alternatywą dla hitlerowskich Niemiec, doszukiwano się więc w niej cech pozwalających na spojrzenie z nadzieją w wojenną przyszłość.

Przykładem tego rodzaju publicystyki jest artykuł Floriana Sokołowa *Kontrasty*⁷, opublikowany tuż po upadku Francji, w którym autor obarczał Francuzów poważnymi błędami w pierwszym okresie wojny („Francja oddawała się złudzeniom, iż jest bezpieczna za linią Maginota”⁸), Anglikom przypisywał natomiast niezłomną wolę walki i determinację. W sierpniu 1940 r. Czesław Poznański, porównując demokrację francuską i angielską⁹, wyraźnie sympatyzował z modelem angielskim, stawiającym wolność ponad równość. Ksawery Pruszyński w styczniu 1941 zauważył¹⁰, iż polscy emigranci garną się do kultury, języka i wszystkiego co brytyjskie o wiele bardziej niż do Francji, negował tym samym wyraźnie frankofilską¹¹ orientację inteligencji polskiej. Szukając tego przyczyn, Pruszyński odwoływał się do podobieństw w historii Polski i Anglii (federacja narodów, tolerancja, rola szlachty), które zbliżały oba narody do siebie. W wymienionych tekstach Francuzom przypisywano postawy bierne, defetystyczne, egoistyczne i krótkowzroczne, podczas gdy Brytyjczycy mieli charakteryzować się postawą aktywną, walecznością i dojrzałością do wojny.

Nie unikano porównań między Anglikami i Niemcami. Zbigniew Grabowski stawiał tezę¹², iż esencją angielskiego charakteru jest prostota, radość życia, zamiłowanie do przyrody i sportu. Niemców natomiast – w opinii au-

⁵ Por. J. Wittlin, *Dlaczego jestem frankofilem*, „WP” 1940, nr 1, s. 3.

⁶ R. Habielski, *Niezłomni...*, s. 25.

⁷ F. Sokołów, *Kontrasty*, „WP” 1940, nr 28/29, s. 2.

⁸ Tamże.

⁹ Cz. Poznański, *Demokracja angielska*, „PW” 1940, nr 22, s. 4.

¹⁰ K. Pruszyński, *Learn English!*, „WP” 1941, nr 4, s. 1.

¹¹ Por. T. Terlecki, *Mimo wszystko jestem frankofilem*, „WP” 1940, nr 25, s. 1.

¹² Z. Grabowski, *Tradycja i instynkt*, „WP” 1940, nr 28/29, s. 2.

tora – charakteryzuje drobiazgową erudycją i bezдушną małostkowość, co sprawdza się w uprawianiu nauki, ale przynosi zgubne skutki w życiu społecznym.

Często podkreślano, że okres obecności w Wielkiej Brytanii Polacy powinni wykorzystać do nauki dobrych wzorów życia publicznego. W lipcu 1940 r. Antoni Sobański życzył, aby Polacy nauczyli się od Anglików prawdziwie arystokratyczno-liberalnego ducha¹³, który poczucie własnej wartości łączy z naturalnym szacunkiem do drugiego człowieka. W artykule pod tytułem *Lata ciemnoty*¹⁴ Anglia przedstawiona została jako kraj dużej swobody i szczerości dyskusji, Polskę miała obciążać natomiast (zarówno przed wojną, jak i na emigracji) skłonność do przesady, teatralności, nadmiernej emocjonalności w uprawianiu polityki. Próbowano stawiać Brytyjczyków w roli nauczycieli etyki politycznej. W artykule *Uratowane Ziarna*¹⁵ Arnold Jaskowski pisał o polskiej młodzieży, która w wyniku wojny trafiła na Wyspy Brytyjskie: „Niewątpliwie nauczy się [...] twardości charakteru, szczerego umiłowania demokracji, prawości i uczciwości, nauczy się szanować każdą pracę i nie gardzić nią”¹⁶. Przeszkodzić w tym mogliby jedynie sami Polacy. „Byłe by nasz wpływ – wpływ dwudziestoletniej atmosfery wzajemnego okłamywania się – nie zniwelował zbawczego, zachodniego wiatru”¹⁷, twierdził Jaskowski.

Jeśli chodzi o charaktery i typy ludzkie, o diametralnych różnicach między skromnymi i pomocnymi Anglikami a grubiańskim i zadu-

fanyim typem sarmackim pisał Melchior Wańkiewicz¹⁸. Wspominano o polskiej tytułomani, wzorowanej na Niemczech czy cesarstwie habsburskim, która sprawiała iście bizantyńskie wrażenie w porównaniu z uprzejmymi, ale prostymi i serdecznymi formami zwracania się do innych, nawet publicznych osób w Wielkiej Brytanii¹⁹. Karol Zbyszewski w cyklu satyrycznych artykułów *Polacy i Anglicy*²⁰, porównując obyczaje obu narodów, wskazywał na szereg brytyjskich cnót – wśród nich umiarkowanie, takt, poczucie humoru, uprzejmość i praworządność – których Polakom często brakowało.

Do największych zalet Anglików zaliczano, oprócz wspomnianych wyżej: skromność, brak chępliwości, a nawet dążenie do pomniejszania swoich zasług²¹, unikanie wystawności i reklamy²², zdrowy rozsądek (*common sense*) oraz umiejętność myślenia kategoriami realizmu politycznego²³. Kolejne cechy – odwaga cywilna oraz odpowiedzialność za publiczne działania²⁴ – wynikać miały z długich tradycji demokratycznych. Pisano o wielkim przywiązaniu do przyrody i zwierząt²⁵, umiłowanie natury uważając wręcz za jeden z filarów wielkości Imperium²⁶, o duchu sportu, pociągu do gier i rywalizacji²⁷.

Zwracano również uwagę na istotną rolę monarchii w utrzymywaniu kulturowej i politycznej spójności Imperium Brytyjskiego oraz jej szczególną wagę w czasie wojny, kiedy pomagała ona integrować społeczeństwo we wspólnym wysiłku wojennym. „Polska Walcząca”

¹³ A. Sobański, *Anglomani i anglofile*, „WP” 1940, nr 19, s. 4.

¹⁴ [Z. Grabowski], *Politicus, Lata ciemnoty*, „WP” 1941, nr 7, s. 3.

¹⁵ A. Jaskowski, *Uratowane ziarna*, „PW” 1943, nr 2, s. 3.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Tamże.

¹⁸ M. Wańkiewicz, *O cypryjskich przyjaciolach Anglikach*, „WP” 1941, nr 45, s. 4.

¹⁹ [Z. Grabowski] A. Jawnuta, *O Anglii i Anglikach*, „PW” 1941, nr 8, s. 6.

²⁰ K. Zbyszewski, *Polacy i Anglicy*, „WP” 1943, nr 9, s. 4; tamże 1943, nr 13, s. 4; tamże 1943, nr 30, s. 3.

²¹ F. Sokołów, *Młodzież angielska zaprawia się do wojny*, „WP” 1940, nr 2, s. 4.

²² Z. Grabowski, *Co to jest Imperium Brytyjskie*, „PW” 1940, nr 20, s. 4.

²³ Tenże, *To jest inna wojna*, „WP” 1940, nr 7, s. 1.

²⁴ H. Skarbek-Peretjatkowicz, *Polacy w Anglii*, „WP” 1940, nr 22, s. 4.

²⁵ Z. Nowakowski, *Basia, czyli Kopciuszek propagandy*, „WP” 1942, nr 29 s. 3.

²⁶ Z. Grabowski, *Tradycja i instynkt*, „WP” 1940, nr 28/29, s. 2.

²⁷ [A. Bregman] A. Boray, *Sportowcy contra gangsterzy*, „WP” 1940, nr 38, s. 4.

poświęciła monarchii brytyjskiej numer specjalny w marcu 1941 r.²⁸

Entuzjastyczne opisy Wielkiej Brytanii dominowały w pierwszych latach wojny. Jeszcze w roku 1943 Zygmunt Nagórski jr, publicysta o wyraźnie anglofilskiej orientacji, w kilku artykułach programowych „Polski Walczącej”²⁹ popularyzował społeczno-polityczne rozwiązania brytyjskie, opisując Anglię jako między innymi „wyspę wolności i szczęścia”³⁰. Ignacy Matuszewski, w tekście pod tytułem *O Imperium Brytyjskim*³¹, pisał, że Wielka Brytania „jest najwyższym tworem politycznym Europy”, dzięki któremu kultura europejska może przetrwać przed „zalewem barbarzyństwa”³² niemieckiego i sowieckiego.

W czwartym roku wojny zaczęto coraz wyraźniej zauważać negatywne cechy gospodarzy. Brytyjczyków oskarżano o nieumiejętność myślenia kategoriami innymi niż interesy imperialne³³. Wytykano brak empatii w stosunku do mniejszych narodów, wynikający z zapatrzenia we własną wielkość, braki w wiedzy historycznej (lub, co gorsza, jej lekceważenie), krótkowzroczność w polityce międzynarodowej³⁴. Takie tendencje zaczęły dominować w drugiej połowie 1943 r. i trwały do końca wojny.

Imperium brytyjskie pokazało polskim publicystom inne oblicze – paradoksalnie w świetle zbliżającego się zwycięstwa koalicji antyhitlerowskiej. Był to równocześnie czas pogarszającej się sytuacji Polski na arenie międzynarodowej i wyraźnej już dominacji Wielkiej Trójki. Kwestia ta została celnie opisana w grudniu 1942 r. przez Zygmunta Nowakowskiego³⁵. Według niego, historia polskiej emigracji wojennej to historia Guliwera, który wciąż krą-

ży wokół olbrzymów lub liliputów. „Guliwer polski opuszcza intryganckich liliputów [Francuzów – przyp. M.B.], aby przepłynąć się przez morze. Tym razem jesteśmy znowu u olbrzymów. [...] Każda rzecz tutaj wydaje się nam mądra, każda rzecz u nas głupia. [...] Czujemy się w porównaniu z gospodarzami strasznie, bezgranicznie mali. [...] Ale to mija. Rośniemy, znowu w oczach własnych, w miarę, jak trwa beznadziejny *lull*, w miarę, jak nie widzimy, a raczej nie dostrzegamy żadnej inicjatywy, w miarę klęsk w Libii czy na Dalekim Wschodzie.”³⁶

Winston Churchill i inni politycy brytyjscy

Sprawy bieżącej polityki brytyjskiej stanowiły jeden z najważniejszych wątków poruszanych w polskiej prasie emigracyjnej z racji roli Wielkiej Brytanii w wojnie oraz możliwości obserwacji angielskiego życia politycznego przez polskich komentatorów.

W maju 1940 r. „Wiadomości Polskie” pisały: „Churchill stał się główną postacią brytyjskiego życia publicznego. Obok apostoła pokoju Chamberlaina stanął mąż walki Churchill”³⁷, którego przedstawiono jako idealnego polityka czasu wojny, w odróżnieniu od Neville’a Chamberlaina, który co prawda dał Polsce brytyjskie gwarancje i sojusz wojskowy, był jednak również symbolem tragicznej w skutkach polityki *appeasementu* i osławionej konferencji w Monachium we wrześniu 1938 r.

Objęcie przez Churchilla stanowiska premiera zostało przyjęte entuzjastycznie. W artykule z 14 maja 1940 r., Zbigniew Grabowski pisał, iż stanowi to dowód, iż w Anglii „wojna

²⁸ „PW” 1941, nr 11.

²⁹ Por. Z. Nagórski jr, *Dwieście tysięcy*, „PW” 1943, nr 7, s. 1; tenże, *Potęga Imperium*, „PW” 1943, nr 21, s. 1; tenże, *Ciągle żywe zadanie*, tamże 1943, nr 33, s. 1.

³⁰ Z. Nagórski jr, *Dwieście tysięcy*, „PW” 1943, nr 7, s. 1.

³¹ I. Matuszewski, *O Imperjum Brytyjskim*, „WP” 1943, nr 2, s. 4.

³² Tamże.

³³ H. Tennenbaum, *Błędy i złudzenia profesora Carra*, „WP” 1943, nr 3, s. 3.

³⁴ Z. Grabowski, *Szkic sytuacyjny*, „PW” 1943, nr 11, s. 2.

³⁵ Z. Nowakowski, *Polski Guliwer*, „WP” 1942, nr 51/52, s. 1.

³⁶ Tamże.

³⁷ [K. Syrop] NOKYS, *Nastroje londyńskie*, „WP” 1940, nr 1, s. 14.

rozpoczęła się na dobre³⁸. Słynne, cytowane również w wymienionym wyżej artykule słowa *exposé* premiera: „Nie obiecuję wam nic innego, jeno krew, trud, mozół, łzy i pot”³⁹ to z perspektywy polskich publicystów godna uwagi odmiana w stosunku do polityki „dziwnej wojny” i wcześniejszego okresu *appeasementu* Chamberlaina. Grabowski pisał nawet, że gabinet Churchilla jest najlepszym, jaki można sobie wyobrazić, naprawiającym zaniedbania poprzedniego rządu⁴⁰.

Nowy premier brytyjski był bohaterem licznych artykułów w obu pismach. Przypominano rozmaite epizody jego życiorysu i liczne funkcje, które piastował⁴¹. Churchill opisywany był jako świetny literat⁴², mówca⁴³, „jedna z najbardziej olśniewających indywidualności świata”⁴⁴. Uważany był za głównego inicjatora Karty Atlantyckiej, która miała stanowić fundament ładu powojennego⁴⁵, rzecznika sprawy polskiej⁴⁶ oraz polityka sceptycznie nastawionego do Sowietów⁴⁷.

Fascynacja postacią brytyjskiego premiera w polskim światku emigracyjnym została spuentowana przez Karola Zbyszewskiego, który pisał: „POLAK: Całe szczęście, że jest opatrnościowy Churchill, najgenialniejszy mąż stanu, jakiego wydała Ziemia! ANGLIK: Tak, wydaje mi się, iż możemy przypuszczać, że spośród ludzi babrających się polityką, Churchill nie jest bezwzględnie najępszy...”⁴⁸.

Dopiero przemówienie Churchilla w Izbie Gmin z 22 lutego 1944 r., w którym uznał za zasadne sowieckie roszczenia terytorialne do wschodniej części ziem polskich, wpłynęło na zmianę wyidealizowanego obrazu. Tymon Terlecki pisał, że mowa przyjęta została przez Polaków z mieszanymi uczuciami⁴⁹. Brytyjski przywódca był dotąd postacią podziwianą, jednak „w ustępie przemówienia Churchilla dotyczącym Polski znalazły się także słowa, które nas głęboko zraniły”⁵⁰. Wiktor Budzyński wspominał o wielkim zaskoczeniu i żalu polskich żołnierzy po wystąpieniu premiera, który wcześniej „urósł w legendzie żołnierskiej do ideału najbardziej sprawiedliwego, odpowiedzialnego opiekuna o jowialnym uśmiechu i gołęmbim sercu”⁵¹. W ostatnich miesiącach wojny, w wyniku zmieniającej się sytuacji politycznej, jego postaci nie poświęcano już tak wiele miejsca, jak dawniej.

Winston Churchill był osobą rozpoznawalną i popularną zanim jeszcze objął stanowisko premiera, jednak arena polityki brytyjskiej była w 1940 r. polskim emigrantom podobnie mało znana jak kultura czy historia Anglii. Począwszy od sierpnia 1940 r., Florian Sokołów zaczął publikować w „Wiadomościach Polskich” cykl przybliżający czytelnikom sylwetki najważniejszych polityków brytyjskich. Pierwszy dotyczył samego Churchilla⁵². Następnie Sokołów zajął się członkami jego gabinetu

³⁸ Z. Grabowski, *Churchill premierem*, „WP” 1940, nr 11, s. 5.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ Tenże, *Mamy dyktaturę w Anglii*, „WP” 1940, nr 14/15, s. 3.

⁴¹ D. Szczerbic, *Żywoł Churchill*, „PW” 1941, nr 22/23, s. 7; tenże, *Churchill idzie od wojny do wojny*, tamże 1941, nr 25, s. 3.

⁴² Z. Grabowski, *Szkic sytuacyjny*, „PW” 1943, nr 7, s. 2, nr 28, s. 4; F. Sokołów, *Ludzie i książki*, tamże 1943, nr 12, s. 3.

⁴³ D. Szczerbic, *Mowy Churchilla*, „PW” 1941, nr 21, s. 3.

⁴⁴ F. Sokołów, *Winston Churchill*, „WP” 1941, nr 39, s. 4.

⁴⁵ Z. Grabowski, *Mowy i fakty*, „WP” 1941, nr 36, s. 4.

⁴⁶ S. Żurowski, *Prawo do życia*, „PW” 1943, nr 15, s. 1.

⁴⁷ [W.A. Zbyszewski] K. Nienaski, *Biografia Churchilla*, „WP” 1942, nr 6, s. 5; Z. Grabowski, *Szkic sytuacyjny*, tamże 1943, nr 27, s. 2.

⁴⁸ K. Zbyszewski, *Polacy i Anglicy*, „WP” 1943, nr 9, s. 4.

⁴⁹ [T. Terlecki] A. Janowski, *Polski punkt widzenia*, „PW” 1944, nr 9, s. 2.

⁵⁰ Tamże.

⁵¹ W. Budzyński, *Bez blackout*, „PW” 1944, nr 10, s. 7.

⁵² F. Sokołów, *Churchill*, „WP” 1940, nr 24, s. 1.

i najbliższymi współpracownikami. Pisał o nich jako o odważnych i odpowiedzialnych mężach stanu. W cyklu znalazły się sylwetki ministra produkcji lotniczej lorda Beaverbrook⁵³, socjalistycznych ministrów Ernesta Bevina i Herberta Morrisona⁵⁴ oraz ministra spraw zagranicznych Roberta Anthony'ego Edena⁵⁵. Opisując innych prominentnych polityków, Sokołów pochlebnie pisał o tych, którzy podobnie jak Churchill byli zwolennikami aktywnego prowadzenia wojny przez Wielką Brytanię: lordzie Halifax⁵⁶, ministrze informacji Alfredzie Duff Cooperze⁵⁷ i ministrze lotnictwa sir Archibaldzie Sinclairze⁵⁸.

Sympatyków sprawy polskiej szukał Sokołów wśród brytyjskich parlamentarzystów, wyróżniając przede wszystkim konserwatystę Alana Grahama, aktywnego autora broszur poświęconych Polsce i wielokrotnego interpelatora w sprawach polskich w Izbie Gmin⁵⁹, oraz sir Patricka Dollana, Arthura Greenwooda czy sir Archibalda Southby'ego⁶⁰. Na sympatię prasy polskiej mogły liczyć też brytyjskie środowiska katolickie skupione wokół pism „The Weekly Review”, „Tablet”, „Catholic Times”, „Catholic Herald”⁶¹. Katolicy podkreślali solidarność z Polakami oraz niechętną postawę wobec ateistycznego Związku Radzieckiego⁶², co okazało się szczególnie ważne po przyłączeniu się Sowietów do koalicji antyhitlerowskiej.

Nie o wszystkich brytyjskich politykach pisano z równą estymą. Za zagrożenie dla polskich interesów uważano przede wszystkim dwa środowiska. Pierwszym z nich byli konserwatyści związani z wielką burżuazją londyńskiego City.

Za reprezentanta ich poglądów uchodził prominentny dziennik „The Times”. Drugim byli komuniści i proowieccy socjaliści, których głównym organem prasowym był komunizujący dziennik „Daily Worker”. Ci zaczęli odgrywać coraz większą rolę po przyłączeniu się Sowietów do koalicji antyhitlerowskiej, rychło stając się solą w oku polskiej publicystyki, niechętnie informującej o przesuwaniu się sympatii opinii brytyjskiej na lewo. Jedną z niewielu prób opisu tego zjawiska był artykuł *Z frontu fabrycznego* Dominika Szczerbica⁶³.

O ile zagrożenie dla sprawy polskiej ze strony pewnych kręgów polityki angielskiej uważano za poważne, to na pewno nie można powiedzieć tego o brytyjskich faszystach. Ruch faszystowski w Anglii, skupiony wokół sir Oswalda Mosleya, w żadnym razie nie był traktowany jako zagrożenie dla porządku demokratycznego ani element nazistowskiej piątej kolumny, a raczej jako polityczne kuriozum. Według doniesień „Wiadomości Polskich” z początków 1940 r., słuchacze w Hyde Parku śmiechem kwitowali argumenty mosleyowców⁶⁴. Florian Sokołów, który poświęcił Mosleyowi jeden z artykułów cyklu o politykach brytyjskich, opisał go jako w gruncie rzeczy bezideowego awanturnika politycznego, bez żadnego realnego poparcia wśród Anglików⁶⁵.

Polskie sympatie polityczne na Wyspach organizowały się głównie wokół postaw przyjmowanych przez brytyjskich polityków w kilku zasadniczych – z punktu widzenia Polski – sprawach. Były to: przyszły kształt polskiej granicy wschodniej oraz charakter stosunków

⁵³ Tenże, *Lord Beaverbrook*, „WP” 1940, nr 27, s. 2.

⁵⁴ Tenże, *Socjaliści angielscy w rządzie. Ernest Bevin i Herbert Morrison*, „WP” 1940, nr 36, s. 2.

⁵⁵ Tenże, *Anthony Eden*, „WP” 1941, nr 6, s. 3.

⁵⁶ Tenże, *Lord Halifax*, „WP” 1941, nr 2, s. 5.

⁵⁷ Tenże, *Duff Cooper*, „WP” 1941, nr 8, s. 2.

⁵⁸ Tenże, *Sir Archibald Sinclair*, „WP” 1941, nr 13, s. 2.

⁵⁹ A. Graham, *O stosunkach polsko-angielskich*, „PW” 1942, nr 52/53, s. 3.

⁶⁰ W. Babiński, *Prasa angielska w sprawach polskich na przełomie lat 1943–1944*, „Zeszyty Literackie” (Pa-ryż) Z. 20 (1971), s. 33.

⁶¹ W.T. Kowalski, *Walka dyplomatyczna o miejsce Polski w Europie (1939–1945)*, Warszawa 1979, s. 470.

⁶² *O granicach wschodnich Polski*, „WP” 1941, nr 34, s. 5.

⁶³ D. Szczerbic, *Z frontu fabrycznego*, „PW” 1943, nr 48, s. 4.

⁶⁴ [K. Syrop] NOKYS, *Nastroje...*

⁶⁵ F. Sokołów, *Sir Oswald Mosley*, „WP” 1941, nr 38, s. 3.

z Sowietami, ogólna konstrukcja ładu powojennego, przyszłość Niemiec, wiedza na temat Polski i stosunek do niej. Poglądy brytyjskich polityków i publicystów w tych kwestiach stanowiły istotną część treści zamieszczanych w prasie emigracyjnej.

Stosunki polsko-sowieckie i polska granica wschodnia z perspektywy brytyjskiej

Publicyści i politycy polscy niemal od początku wojny zdawali sobie sprawę, iż kwestia kształtu polskiej granicy wschodniej po wojnie nie jest dla Brytyjczyków oczywista. W marcu 1940 r. Zbigniew Grabowski wspominał⁶⁶, iż opinia publiczna w Wielkiej Brytanii nie jest przychylna granicy sprzed 17 września 1939 r. Argumentami przeciwko niej miały być przede wszystkim prawo Ukraińców do samostanowienia oraz wciąż pamiętany sposób zajęcia przez Polskę Wileńszczyzny w 1920 r. Brytyjczycy, negując granicę ryską, zaczęli powracać do projektu tak zwanej linii Curzona.

Kwestia granicy polsko-sowieckiej nabrała aktualności po napaści III Rzeszy na Związek Radziecki. Włączenie się Sowietów do wojny po stronie koalicji antyhitlerowskiej zmieniało sytuację międzynarodową; ZSRR stał się dla Brytyjczyków cennym partnerem. Gustaw Gazda [Gustaw Bocheński], dokonując w „Wiadomościach Polskich” przeglądu prasy brytyjskiej w przededniu agresji Niemiec na ZSRR, zauważył, że coraz częściej pojawiają się w sprawie polskich granic artykuły stojące na stanowisku włączenia wschodnich kresów Polski do ZSRR⁶⁷, co tłumaczył powszechną w Anglii nadzieją na pomoc Sowietów w wojnie z Niemcami.

Podobne głosy musiały powtarzać się w następnych miesiącach. W październiku 1941 r.

Ignacy Matuszewski, polityk kojarzony z obozem sanacyjnym, w głośnym artykule *Wola Polski*⁶⁸, stwierdził, że pomimo argumentów angielskiej publicystyki w stylu „Timesa”, żadne polskie ustępstwa terytorialnie nie są możliwe. Socjalista Adam Pragier⁶⁹ podjął się natomiast odpowiedzi na tezy publicystów brytyjskich, jakoby linia Curzona była sprawiedliwą granicą polsko-rosyjską, czyniącą zadość kryterium etnicznemu. Starając się podważyć argumenty brytyjskie, twierdził, że południowa część linii Curzona nigdy nie została ostatecznie określona, a po jej wschodniej stronie znajdowały się liczne i zwarte skupiska Polaków, jak również innych ludów słowiańskich, jednak w żadnym razie Rosjan. Henryk Tennenbaum argumentował ponadto, że przesunięcie granicy polskiej na zachód byłoby błędem z punktu widzenia strategicznego bezpieczeństwa Europy, w tym także i Anglii⁷⁰. Było to stwierdzenie kontrastujące z forsowanym przez Sowietów poglądem, iż zajęcie wschodnich ziem polskich w 1939 r. było istotne dla strategicznego bezpieczeństwa ZSRR przed spodziewaną agresją ze strony Niemiec.

W czasie rozmów poprzedzających podpisanie układu Sikorski–Majski w lipcu 1941 r. konserwatywny „Times” stanął na stanowisku, że porozumienie z Sowietami powinno być dla Polski ważniejsze niż kwestie terytorialne⁷¹. Brak jasnego ustalenia kwestii granicznej w tymże układzie spowodował jednak ostry kryzys w polskich władzach emigracyjnych oraz gwałtowną krytykę rządu przez publicystów związanych z „Wiadomościami Polskimi”. Równocześnie, prosowieccy socjaliści, jak na przykład sir Stafford Cripps, ambasador brytyjski w Moskwie w latach 1940–1942⁷², czy jeden z liderów Partii Pracy Robert R.

⁶⁶ Z. Grabowski, *Anglia patrzy na nas*, „WP” 1940, nr 3, s. 1.

⁶⁷ [G. Bocheński] G. Gazda, *Rzeczy polskie w prasie brytyjskiej*, „WP” 1941, nr 25, s. 4.

⁶⁸ I. Matuszewski, *Wola Polski*, „WP” 1941, nr 40, s. 1.

⁶⁹ A. Pragier, *Linia Curzona*, „WP” 1941, nr 49, s. 1. Pragier podjął ten sam temat również w artykule: „*T. zw. linia Curzona*”, tamże 1944, nr 4, s. 3.

⁷⁰ H. Tennenbaum, *O sugestii wielkich obszarów*, „WP” 1942, nr 7, s. 1.

⁷¹ Z. Grabowski, *Od Krebsa do Crippsa*, „WP” 1941, nr 30, s. 5.

⁷² F. Sokół, *Sir Stafford Cripps*, „WP” 1941, nr 10, s. 3.

⁷³ [G. Bocheński] G. Gazda, *Rzeczy polskie w prasie brytyjskiej*, „WP” 1941, nr 13, s. 7.

Stokes⁷³, publicznie wyrażali swoje niezadowolenie z powodu polskiej niechęci wobec ZSRR, posługując się przy tym argumentacją, którą prasa polska uważała za inspirowaną przez propagandę sowiecką. Wytykali Polakom sprawę zajęcia Wilna w 1920 oraz Zaolzia w 1938 r., złego traktowania mniejszości narodowych w okresie międzywojennym (przede wszystkim Ukraińców i Żydów), doszukiwali się bliskiej współpracy między II Rzeczpospolitą a III Rzeszą w latach 1934–1938.

Lewicowa prasa brytyjska, między innymi pisma „New Statesman and Nation”, „Tribune” czy „Daily Worker”, były za zaspokojeniem sowieckich roszczeń terytorialnych⁷⁴, w przekonaniu socjalistów angielskich jak najbardziej sprawiedliwych⁷⁵. Oprócz sprawiedliwości etnicznej myślano tu o granicach gwarantujących strategiczne bezpieczeństwo. Argument o potrzebie korzystnych z tego punktu widzenia granic dla ZSRR przypisywano na gruncie brytyjskim przede wszystkim sir Staffordowi Crippsowi⁷⁶.

Stanowisko emigracji polskiej w sprawie granic, nienaruszalnych zarówno z prawnego, jak i moralnego punktu widzenia, nie ulegało zmianie, co wzmagało tylko krytycyzm polityków i publicystów brytyjskich. W atmosferze rosnącego zagrożenia politycznego za sprzymierzeńca Polski w kwestii granic i stosunków polsko-sowieckich „Wiadomości Polskie” uznały redaktora miesięcznika „The Nineteenth Century and After” Fredericka A. Voigta, który przyjmował argumenty polskiej racji stanu. Często więc, począwszy od 1942 r., odwoływano się do jego wypowiedzi i tekstów⁷⁷.

Ujawnienie zbrodni katyńskiej i zawieszenie stosunków dyplomatycznych między Pol-

ską a ZSRR otworzyło nowy rozdział w dyskursie prasowym. Rozgoryczenie związane z bierną postawą Wielkiej Brytanii w kwestii katyńskiej oraz stanowiskiem w sprawie polskiej granicy wschodniej skutkowało falą krytyki polityki brytyjskiej. Zbigniew Grabowski w *Szkicu sytuacyjnym*⁷⁸ pisał, iż sprawa katyńska stała się moralnym probierzem wojny, sprawdzającym, czy małe narody faktycznie mają prawo głosu na arenie międzynarodowej.

Kwestia granicy wschodniej wciąż jednak powracała, m.in. w publicystyce Wiktora Budzyńskiego, który – podobnie jak redaktor „Polski Walczącej” Tymon Terlecki – pochodził ze Lwowa i nie ukrywał związków emocjonalnych z tym miastem. Budzyński poświęcił tej sprawie kilka ze swoich felietonów *Bez Black-outu*⁷⁹, wiersz *Targi wschodnie...*⁸⁰ oraz wielkanocną „pisankę Bez black-outową” *Na Przyjaciół*⁸¹. Konieczność wyjaśniania „prostego ludzkiego prawa do domu” wyrażał też Tymon Terlecki⁸².

W ostatnich miesiącach 1943 r. wypowiedzi dotyczące spraw polsko-sowieckich utrzymywano w tonie rozczarowania nieprzychylną Polsce postawą Brytyjczyków, nawet w charakteryzującej się wyważonymi opiniami „Polsce Walczącej”. Grabowski, w stylu niecodziennym dla – zwykle rzeczowych – *Szkiców sytuacyjnych*, pisał o obradach przedstawicieli Wielkiej Trójki w Moskwie: „Tajna dyplomacja odżywa; jakkolwiek optymiści, którzy obiecywali nam raj, głosili, że wkraczamy w okres jawności dyplomacji, zarzucenia tajnych traktatów i układów. Jeszcze jedna bajeczka została odłożona do lamusa”⁸³.

Początek 1944 r. w „Polsce Walczącej” przyniósł liczne artykuły podkreślające pol-

⁷⁴ Z. Nowakowski, *Kiwerowa Górka*, „WP” 1941, nr 32, s. 4.

⁷⁵ *O granicach wschodnich Polski*, „WP” 1941, nr 34, s. 5.

⁷⁶ A. Ciołkosz, *Za wolność waszą i naszą*, „WP” 1942, nr 12, s. 1.

⁷⁷ Por. S. Grabski, *List do F. A. Voigta*, „WP” 1942, nr 16, s. 1; *Zagadnienia wschodnioeuropejskie*, tamże 1942, nr 21, s. 4; F. A. Voigt *o federacjach*, tamże 1942, nr 26, s. 4; F. A. Voigt, *Anglia, Europa, Polska*, tamże 1943, nr 34, s. 1.

⁷⁸ Z. Grabowski, *Szkiec sytuacyjny*, „PW” 1943, nr 18, s. 2.

⁷⁹ W. Budzyński, *Bez Black-outu*, „PW” 1943, nr 11, s. 6; tenże, *Bez blackoutu*, tamże 1944, nr 4, s. 7, nr 6, s. 7.

⁸⁰ Tenże, *Targi wschodnie...*, „PW” 1943, nr 12, s. 6.

⁸¹ Tenże, *Pisanki bez-blackoutowe*, „PW” 1943, nr 16/17, s. 10.

⁸² [T. Terlecki] A. Janowski, *Czas próby*, „PW” 1943, nr 18, s. 1.

⁸³ Z. Grabowski, *Szkiec sytuacyjny*, „PW” 1943, nr 44, s. 7.

skość Lwowa i Wilna, miast, których powojenny związek z Polską stawał pod znakiem zapytania⁸⁴. Gdy 4 stycznia 1944 r. Armia Czerwona przekroczyła przedwojenną granicę Polski, Zygmunt Nowakowski zauważył, dwa tygodnie później⁸⁵, iż Anglicy, nawet ci pozytywnie nastawieni do Polaków, mówią o przekroczonej 4 stycznia linii jako „byłej granicy polskiej”.

Pomimo niesprzyjającego stanowiska brytyjskiego próbowano doszukać się w wypowiedziach prasy brytyjskiej zmiany postaw⁸⁶. Tymon Terlecki pisał, iż Brytyjczycy nie uznali i nie zamierzają uznać żadnego „rządu” poza legalnym rządem polskim w Londynie⁸⁷. Konferencja jałtańska, która przypieczętowała kształt wschodniej granicy, rozwiła jednak tę pewność, a „Polska Walcząca” pisała o tragedii większej niż ta, którą Polacy przeżyli we wrześniu 1939 i czerwcu 1940 r.⁸⁸ Szok związany z postanowieniami krymskimi próbowano rekompensować przedrukami głosów poparcia dla polskiej sprawy, w tym parlamentarzysty sir Patricka Dollana⁸⁹.

Bardzo ważna, z polskiego punktu widzenia, była debata w parlamencie brytyjskim dotycząca postanowień konferencji jałtańskiej. Relacjonując debatę, Witold Leitgeber dzielił parlamentarzystów angielskich na dwie grupy⁹⁰. Zajmujący stanowisko przyjazne Polsce reprezentować mieli honor i sprawiedliwość. Drugą grupę charakteryzowała wiara w szczerłość Sowietów oraz hasło *Face the facts!*, będące wyrazem pragmatycznej polityki faktów dokonanych i jej stanowisko w debacie zdecydowanie zwyciężyło – parlamentarzyści przegłosowali postanowienia jałtańskie zgodnie z życzeniem rządu.

Tymon Terlecki, już po zakończeniu działań wojennych, w lipcu 1945 r. napisał to, co myślało środowisko emigracji „nieprzejednanej”: „Nie chcemy wrócić i nie wrócimy do Polski niepolskiego porządku”⁹¹. Polacy wybierali dalsze życie na Wyspach, uznając, że pomimo niegodnej polityki kompromisu za wszelką cenę, po stronie angielskiej wciąż stoją czynniki moralne⁹².

Ład powojenny i idea federacyjna

Od początku wojny, zarówno politycy, jak i publicyści zastanawiali się, jakie zmiany muszą czekać Europę i świat po jej zakończeniu, aby osiągnięto trwałą stabilizację i pokój. Zdawano sobie sprawę z wadliwości traktatu wersalskiego, nieskuteczności przedwojennego modelu bezpieczeństwa zbiorowego opartego na Lidze Narodów oraz błędów polityki *appeasementu* zwieńczonej układem monachijskim. Nie wierzono również, że państwa narodowe będą w stanie samodzielnie opierać się zagrożeniom zewnętrznym. Stąd też na popularności zyskiwały projekty tworzenia federacji czy bloków państw. Rząd polski forsował projekt federacji polsko-czechosłowackiej, mającej stanowić podstawę do szerszego porozumienia w pasie między Bałtykiem, Adriatykiem i Morzem Czarnym.

Wczesne artykuły z „Wiadomości Polskich”, takie jak *Organizacja powojenna*⁹³ czy *Pokój brytyjski*⁹⁴, potwierdzały, że Anglia popiera ideę federacyjności jako zasady organizującej ład powojenny, nie informowały jednak dokładnie, co pod tym pojęciem rozumieją Brytyjczycy. Rychło okazało się, że pojawiające się w tamtejszej prasie projekty ładu

⁸⁴ [J. Cyrski] W. Markotny, *Miasto miłe i zawsze wiernie*, „PW” 1944, nr 5, s. 3; J. Rudnicki, *Ziemia zagrożona*, tamże 1944, nr 9, s. 4; W. Markotny, „...Co w ostrej świecisz Bramie...”, tamże 1944, nr 11, s. 5; Z. Nagórski jr, *Bitwy o Wilno i Lwów*, tamże 1944, nr 31, s. 1.

⁸⁵ Z. Nowakowski, *Pieje kur*, „WP” 1944, nr 4, s. 3.

⁸⁶ Z. Grabowski, *Nie tylko sprawa granicy*, „PW” 1944, nr 4, s. 1.

⁸⁷ [T. Terlecki] A. Janowski, *Wymowa dwu zdarzeń*, „PW” 1945, nr 2, s. 1.

⁸⁸ Tenże, *Wbrew wszystkiemu*, „PW” 1945, nr 8, s. 1.

⁸⁹ P. Dollan, *Głos szkockiego przyjaciela*, „PW” 1945, nr 8, s. 1.

⁹⁰ W. Leitgeber, *Po debacie*, „PW” 1945, nr 10, s. 1.

⁹¹ [T. Terlecki] A. Janowski, *W nas żyje Polska*, „PW” 1945, nr 27, s. 1.

⁹² Tenże, *Cień nad pokojem*, „PW” 1945, nr 19, s. 3.

⁹³ [W.M. Besterman] Observer, *Organizacja powojenna*, „WP” 1940, nr 9, s. 4.

⁹⁴ A. Pragier, *Pokój brytyjski*, „WP” 1941, nr 17, s. 3.

powojennego są z punktu widzenia publicystów polskich niepokojące.

Zdecydowanie największy oddźwięk w polskich pismach znalazł programowy artykuł „Timesa” pod tytułem *Peace and Power* z 1 sierpnia 1941 r. Jego autor, profesor Edward H. Carr, uchodził za osobę blisko związaną z ministrem Edenem⁹⁵, podejrzewano więc, że tekst mógł być inspirowany przez czynniki rządowe. Odpowiedział nań listem otwartym w „Daily Telegraph” generał Sosnkowski⁹⁶, a w „Wiadomościach Polskich” z 17 sierpnia Zbigniew Grabowski⁹⁷. „The Times” sugerował, iż po wojnie w Europie Środkowo-Wschodniej potrzebne jest silne przewodnictwo, a może to być tylko przewodnictwo Rosji (jeżeli odrzucą się hegemonię Niemiec). Grabowski alarmował, że pomysł dziennika to „*Monachium á la russe*”⁹⁸. Myślenie tego rodzaju uważał za zgubne, Sowieci nie zaspokoiliby bowiem swoich ambicji hegemonią w Europie Środkowej i dążyliby do skomunizowania Zachodu. Zdecydowanie lepszym rozwiązaniem byłaby federacja środkowoeuropejska, którą we własnym interesie powinni wspierać również Anglosasi⁹⁹. W „Polsce Walczącej” Czesław Poznański uznał artykuł „Timesa” za dzwonek alarmowy dla środowisk polskich, których obowiązkiem powinno być informowanie opinii brytyjskiej o roli Polski i potrzebie jej samodzielnego istnienia¹⁰⁰.

Artykuł w „Timesie” wywołał szereg reakcji na Wyspach, nie tylko wśród Polaków. Sami Brytyjczycy zastanawiali się, jak rozumieć termin „przewodnictwo” (*leadership*) użyty w artykule¹⁰¹. „Times” tłumaczył, że nie ma to nic wspólnego z ideami autorytarnego przywódz-

twa w rozumieniu niemieckim (*Führerschaft*), jednak nie wyciszyło to emocji.

Niemal równocześnie, 14 sierpnia 1941 r., podpisana została przez Winstona Churchilla i Franklina D. Roosevelta Karta Atlantycka, deklaracja mająca stanowić podstawę powojennych stosunków międzynarodowych. Została ona przyjęta przez polską prasę entuzjastycznie¹⁰². Publicystów satysfakcjonował szczególnie punkt głoszący, iż sygnatariusze Karty nie zgadzają się na żadne zmiany terytorialne bez zgody zainteresowanych państw. Oznaczało to, ich zdaniem, nieuznawanie zmian, jakie miały miejsce w Polsce po 1 września 1939 r., przede wszystkim wcielenia wschodniej części kraju do ZSRR.

Karta Atlantycka nie przesłoniła jednak projektów wielkich stref wpływów tworzonych ponad głowami małych państw. W grudniu 1942 r. odnosił się do niego krytycznie Zygmunt Nagórski jr w artykule *O prawdziwy pokój*¹⁰³. Tymczasem „Times”, poświęcając uwagę powojennej organizacji świata, postulował oddanie spraw bezpieczeństwa w ręce trzech mocarstw-policjantów: Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Związku Radzieckiego¹⁰⁴. Twierdził przy tym, że Sowieci powinni być odpowiedzialni za bezpieczeństwo w Europie Środkowo-Wschodniej: „Jeżeli się przyjmie, że granica bezpieczeństwa Wielkiej Brytanii leży nad Renem, to należy także zrozumieć, iż granice bezpieczeństwa Rosji leżą na Odrze”¹⁰⁵.

Członek kolegium redakcyjnego „Timesa” profesor Edward H. Carr, uchodzący za rzeczownika tego projektu, był ostro krytykowany na łamach prasy polskiej¹⁰⁶ i zasłużył, oprócz Herberta George’a Wellsa, na miano jednego

⁹⁵ W. Babiński, *Prasa angielska...*, s. 4.

⁹⁶ Tamże.

⁹⁷ Z. Grabowski, *Teza Times'a*, „WP” 1941, nr 33, s. 4.

⁹⁸ Tamże.

⁹⁹ Tamże.

¹⁰⁰ [Cz. Poznański] M. Prozor, *Cenne ostrzeżenie*, „PW” 1941, nr 33, s. 3.

¹⁰¹ *O Polsce i zagadnieniach wschodnich w prasie anglo-amerykańskiej*, „WP” 1941, nr 35, s. 5.

¹⁰² [Z. Grabowski] A. Jawnuta, *The Charter of the Atlantic*, „PW” 1941, nr 34, s. 1.

¹⁰³ Z. Nagórski jr, *O prawdziwy pokój*, „PW” 1942, nr 50, s. 1.

¹⁰⁴ W.T. Kowalski, *Walka dyplomatyczna...*, s. 371.

¹⁰⁵ Tamże.

¹⁰⁶ Z. Nagórski jr, *O prawdziwy pokój*, „PW” 1942, nr 50, s. 1; H. Tennenbaum, *Błędy i złudzenia profesora Carra*, „WP” 1943, nr 3, s. 3; S. Żurowski, *Prawo do życia*, „PW” 1943, nr 15, s. 1; A. S. Dąbrowski, *Błędy i odpowiedzialność*, „WP” 1943, nr 14, s. 1; Z. Nowakowski, *Na początku było słowo*, tamże 1942, nr 16, s. 2.

z głównych przeciwników sprawy polskiej na Wyspach. Sam projekt dwóch europejskich stref wpływów porównywano do Świętego Przymierza¹⁰⁷ oraz do idei niemieckiego imperializmu, choćby poprzez kojarzenie ze sobą pojęć *leadership* i *Führerschaft*¹⁰⁸. W jednym z numerów „Polski Walczącej”, z września 1943 r., Mieczysław Szerer wyjaśnił, co prawda, różnicę semantyczną między ideą *leadership* (demokratycznego przewodnictwa) a *Führerschaft* (dyktatorskiego przywództwa), niemniej jednak i on wyraził zaniepokojenie popularnymi w Wielkiej Brytanii planami ładu powojennego¹⁰⁹. Były one, według niego, przejawem myślenia imperialistycznego, które doprowadziło do wybuchu dwóch ostatnich wojen. W stosunku do projektu stref wpływów stosowano również ostrzejsze porównania, takie jak „więzienia całych narodów”¹¹⁰, oraz zwracano uwagę na ich sprzeczność z literą i duchem Karty Atlantyckiej¹¹¹.

Zbigniew Grabowski w artykule *Ostrożnie z Europą*¹¹² poddał w wątpliwość rozumienie przez Brytyjczyków sytuacji międzynarodowej, uznając, że po wojnie Europa dostanie się spod jarzma totalitaryzmu nazistowskiego pod bolszewicki. Oczekiwał jasnego i sprecyzowanego zapewnienia ze strony sojuszników zachodnich, że zapobiegną rozprzestrzenianiu się komunizmu w państwach kręgu kultury europejskiej.

W styczniu 1944 r. do dyskusji prasowej włączył się również Stanisław Stroński, były minister informacji i dokumentacji w rządzie Władysława Sikorskiego, znany polityk i publicysta. Twierdził, że popularna wśród opinii brytyjskiej idea przywództwa nie różni się w swojej istocie od niemieckiego *Führung* i jest sprzeczna z deklaracją narodów zjedno-

czonych¹¹³. Artykuł ukazał się w jednym z ostatnich numerów „Wiadomości”, wkrótce zlikwidowanych przez Brytyjczyków. W tym samym czasie o planach przyszłego ładu europejskiego pisał Adam Pragier¹¹⁴, twierdząc, iż tak jak „Times” kreował politykę *appeasementu* przed wojną, tak teraz profesor Carr szuka innych doktryn, które pozwoliłyby Anglii trzymać się na uboczu spraw kontynentalnych. Pragier zauważył, że te szkodliwe idee wspierają nie tylko konserwatyści spod znaku *City*, naturalni odbiorcy „Timesa”, lecz również rusofilskie środowiska lewicowe, które opierają się na złudzeniach co do pokojowych zamiarów Sowietów. Okazało się więc, że na co dzień przeciwstawne sobie obozy polityczne konserwatywistów i socjalistów zajmują wspólną postawę w jednej z najważniejszych dla Polski kwestii polityki międzynarodowej.

Poszukując alternatywy, „Polska Walcząca” powoływała się po raz kolejny na artykuły Voigta¹¹⁵, który postulował wprowadzenie w powojennej Europie *Pax Britannica*, brytyjskiej kontroli nad pokojem i demokracją. Jak twierdził Władysław Stankiewicz, kontynent pragnął takiego modelu, ponieważ wiązał się on z rozwojem demokracji i tolerancji, hamując fanatyzm ideologiczny i ambicje zaborczych ekspansji. Rzeczywistość polityczna nie dała jednak szansy wprowadzenia tego projektu w życie.

Wojna z III Rzeszą i przyszłość Niemiec

Konserwatywne środowiska brytyjskie krytykowane były przez publicystów również za łągodną postawę wobec Rzeszy¹¹⁶. Obawiano się, że mając duże polityczne i ekonomiczne

¹⁰⁷ Z. Grabowski, *Pokos*, „WP” 1943, nr 47, s. 4; S. Zahorska, *Milczenie nad Polską*, tamże 1943, nr 50, s. 1.

¹⁰⁸ H. Strasburger, *Ideowy podkład wojny*, „PW” 1943, nr 22, s. 1.

¹⁰⁹ M. Szerer, *Przewodnictwo w Europie*, „PW” 1942, nr 38, s. 1.

¹¹⁰ S. Żurowski, *Prawo do życia*, „PW” 1943, nr 15, s. 1.

¹¹¹ H. Strasburger, *Ideowy podkład wojny*, „PW” 1943, nr 22, s. 1.

¹¹² Z. Grabowski, *Ostrożnie z Europą*, „WP” 1943, nr 6, s. 1.

¹¹³ S. Stroński, *Leadership – Führung*, „WP” 1944, nr 5, s. 3.

¹¹⁴ A. Pragier, *Na rozdrożu*, „WP” 1944, nr 1, s. 2.

¹¹⁵ W. Stankiewicz, *Pax Britannica*, „PW” 1944, nr 19, s. 1.

¹¹⁶ A. Pragier, *Pan W. H. Dawson urządza Europę*, „WP” 1941, nr 26, s. 4.

wpływy, wielka burżuazja może doprowadzić do powtórki traktatu wersalskiego, układu, który nie wyeliminuje siły i postaw rewizjonistycznych Niemiec po wojnie. Temperatura stosunków angielsko-niemieckich była więc stale monitorowana i komentowana w prasie polskiej.

Wielka Brytania miała odmienne od polskich tradycje i doświadczenia w prowadzeniu wojen. We wcześniejszych epokach polityką charakterystyczną dla Wielkiej Brytanii był izolacjonizm i priorytet równowagi sił w Europie. Niemcy nie były dla Wielkiej Brytanii naturalnym wrogiem. Sojusze zmieniały się raczej w zależności od doraźnych potrzeb i układu sił. Dlatego też utrzymywanie się poparcia dla wojny wśród społeczeństwa brytyjskiego było dla Polaków żywotną kwestią, szczególnie po upadku Francji – drugiego z zachodnich sojuszników.

Utworzenie gabinetu Winstona Churchilla przyniosło nadzieję na przyjęcie przez Wielką Brytanię aktywniejszej postawy w wojnie. Jednocześnie następowało przewartościowanie opinii dotyczących metod jej prowadzenia. Po upadku Francji ostatecznie zniknęło przekonanie o powtórce z frontu zachodniego I wojny światowej. Długotrwała wojna pozycyjna była przeszłością. Obawiano się rychłej inwazji III Rzeszy na Wielką Brytanię¹¹⁷, rosło przekonanie o decydującej roli lotnictwa i innych nowoczesnych urządzeń technicznych w wojnie. Apogeum zainteresowania lotnictwem przypadło oczywiście na czas Bitwy o Anglię, czyli okres wzmożonych walk powietrznych między lipcem a październikiem 1940 r. Opowieści o lotnikach polskich i brytyjskich znalazły się na łamach prasy polskiej, wespół z opisami i ilustracjami nalotów na Londyn¹¹⁸ oraz relacjami z bombardowanego miasta.

Bombardowania Londynu, Coventry i innych miast brytyjskich miały, w opinii polskich publicystów, przynieść konkretne i pożądane zmiany w społeczeństwie angielskim¹¹⁹. W czerwcu 1940 r. Zbigniew Grabowski pisał, iż byłoby dobrze, gdyby Anglia, podobnie jak Polska, odczuła pożogę na własnej skórze, dzięki temu bowiem nie będzie skłonna do przebaczenia Niemcom, tak jak miało to miejsce w 1918 r.¹²⁰ Do podobnych wniosków dochodził Zbyszewski po najtrudniejszym okresie Bitwy o Anglię¹²¹. Według autora Anglia, która wcześniej chciała trzymać się na uboczu spraw europejskich, w obliczu inwazji hitlerowskiej zdała sobie sprawę z powagi zagrożenia i przyjęła postawę aktywną. Po wojnie, na konferencji pokojowej, Anglia nie powinna w związku z tym ponownie podejmować się roli obrońcy Niemiec.

W następnych miesiącach prasa polska akcentowała opinię, iż okres międzywojenny był tylko dłuższym zawieszeniem broni między wojnami. Krytykowano politykę brytyjską w okresie dwudziestolecia, zaniechanie modernizacji armii, pacyfistyczną postawę premiera Chamberlaina¹²², a także podatność na defensywne koncepcje Francuzów¹²³. Chwalono jednocześnie zmysł polityczny grupy osób na czele z Winstonem Churchillem, które w kryzysowym momencie znalazły się u steru władzy.

Nastroje w prasie polskiej do połowy 1941 r. były raczej pozytywne. Bocheński, dokonując przeglądu gazet brytyjskich, z zadowoleniem stwierdził, że w dyskursie prasowym zniknęło rozróżnianie między partią nazistowską a resztą społeczeństwa niemieckiego¹²⁴. Adam Pragier podkreślał, iż Brytyjczycy zrozumieli, że epoka *splendid isolation* ostatecznie się zakończyła i aktywny udział w budowaniu po-

¹¹⁷ F. Mally, *Obrona Anglii*, „PW” 1940, nr 20, s. 3.

¹¹⁸ F. Topolski, *Londyn wrzesień 1940*, „WP” 1940, nr 31, s. 4; Z. Frenkiel, *Anglia musi zwyciężyć*, „PW” 1940, nr 29, s. 2.

¹¹⁹ A. Słonimski, *Bombardowanie Londynu*, „WP” 1940, nr 32/33, s. 2.

¹²⁰ Z. Grabowski, *Mamy dyktaturę w Anglii*, „WP” 1940, nr 14/15 s. 3.

¹²¹ [W.A. Zbyszewski] K. Nienaski, *Rewolucja angielska*, „WP” 1940, nr 36, s. 1.

¹²² [Z. Grabowski] Politicus, *Lata ciemnoty*, „WP” 1941, nr 7, s. 3.

¹²³ A. Boray, *Angielski styl wojny*, „WP” 1941, nr 7, s. 4.

¹²⁴ [G. Bocheński] G. Gazda, *Rzeczy polskie w prasie brytyjskiej*, „WP” 1941, nr 9, s. 5.

rządu europejskiego jest koniecznością¹²⁵. Zbigniew Grabowski pisał, że Anglicy otwarcie przyznają się do zlekceważenia przeciwnika niemieckiego w pierwszym okresie wojny¹²⁶, po raz kolejny ogłaszając mobilizację wojenną i rozpoczęcie się wojny „na dobre”. Jeśli nawet zdarzały się głosy odmienne, to tylko umiarkowanie niepokojące. Twierdził, że ugodowymi w stosunku do Niemiec głosami nie należy się przejmować, wynikają one bowiem często z nieznaności faktów¹²⁷. Tych Brytyjczyków, którzy chcieliby po wojnie jak najlepiej ułożyć się z Niemcami, nazywał „marzycielami”, w odróżnieniu od „realistów”, którzy wiedzą, że jest to niemożliwe, Rzesza musi bowiem zostać unieszkodliwiona raz na zawsze. Do grona realistów zaliczał wspomnianego wyżej Fredericka A. Voigta.

Ten sam autor, podpierając się tezami artykułu Ryszarda Brynickiego z „Wiadomości Polskich”¹²⁸, stwierdził jednak w maju 1941 r.¹²⁹, iż emigracja niemiecka w Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych przeszła do intelektualnej ofensywy w celu zapewnienia Niemcom łagodnego traktowania po wojnie. Ludzie ci, jak twierdził autor, zafalszowywali rzeczywistość, tworząc mylny obraz szerokich środowisk opozycji antyhitlerowskiej w Rzeszy, zarówno przed wojną, jak i po jej wybuchu. Grabowski uznał tę sytuację za alarmującą i wymagającą zdecydowanych kroków politycznych i propagandowych.

Jesienią 1941 r. w „Wiadomościach Polskich” pojawiła się informacja, że w Anglii znów zaczęły podnosić się głosy odróżniające reżim hitlerowski od reszty społeczeństwa niemieckiego¹³⁰. Germanofilów, bo tak nazywano

osoby prezentujące ten pogląd, kojarzono zarówno z *City*, jak i Partią Pracy. Motywem pierwszego z tych środowisk miała być ochrona przyszłych interesów Anglii w Niemczech. Jeśli chodzi o socjalistów, jak pisał Dominik Szczerbic, doły partyjne były wyraźnie antyniemieckie, jednak niektórzy liderzy laburzystów, jak na przykład Victor Gollancz, skłonni byli odróżniać „dobrych” Niemców od naziistów¹³¹, doszukując się zapewne naturalnego antyfaszyzmu wśród niemieckiej klasy robotniczej.

Problem w oczach publicystów narastał, gdyż środowisko „Wiadomości Polskich” *a priori* odrzucało istnienie opozycji antyhitlerowskiej w Rzeszy, z trudem tolerując polityczną działalność emigrantów niemieckich w Wielkiej Brytanii. Głównego sprzymierzeńca znaleziono wówczas w osobie lorda Vansittarta, dyplomaty, który aktywnie zwalczał angielskich germanofilów¹³².

Wedle Zbigniewa Grabowskiego¹³³ Niemcy potrafiły dawniej pokazywać dwa oblicza: inne dla zachodu, a inne dla wschodu Europy, dlatego tak trudno jest przekonać część Anglosasów do **prawdziwego** [wyróżnienie – M.B.] charakteru Niemiec. Według autora, uświadamianie Anglików w tej materii postępowo powoli, dlatego też Polacy nie powinni ustawać w działaniach propagandowych służących pogłębieniu zmian w świadomości społecznej Brytyjczyków. Stanisław Szurlej¹³⁴ zauważył, że szczególnie niesprzyjająca w tej sprawie jest angielska skłonność do kompromisu, w tym wypadku zasadnicza wada, która mogłaby powstrzymać ich od wymierzenia Niemcom odpowiednio surowej kary po wojnie. Waław

¹²⁵ A. Pragier, *Pokój brytyjski*, „WP” 1941, nr 17, s. 3.

¹²⁶ Z. Grabowski, *Nowy straszliwy świat*, „WP” 1941, nr 25, s. 3.

¹²⁷ [Tenże] A. Jawnuta, *O Anglii i Anglikach*, „PW” 1941, nr 15/16, s. 8.

¹²⁸ R. Brynicki, *Zapędy p. Haffnera*, „WP” 1941, nr 15, s. 4.

¹²⁹ [Z. Grabowski] A. Jawnuta, *O Anglii i Anglikach*, „PW” 1941, nr 20, s. 3.

¹³⁰ *O „demokracji” w Niemczech*, „WP” 1941, nr 36, s. 4.

¹³¹ D. Szczerbic, *Wymowa faktów*, „WP” 1942, nr 33, s. 4.

¹³² Por. „*Ceterum censeo*” Vansittarta, „WP” 1942, nr 24, s. 4; Lord R. Vansittart, *Moje doświadczenia życiowe*, tamże 1942, nr 44, s. 1; W. Budzyński, *Bez Black-outu*, „PW” 1942, nr 10, s. 6.

¹³³ Z. Grabowski, *Oskarżenie narodu*, „PW” 1942, nr 6, s. 1.

¹³⁴ S. Szurlej, *Szkodliwe nałogi myślowe*, „PW” 1942, nr 31, s. 1.

Szperber informował¹³⁵ o londyńskiej wystawie poświęconej „dobrym Niemcom”, czyli wewnętrznej opozycji przeciwko reżimowi nazistowskiemu. „Trzeba mieć naprawdę angielską flegmę, angielską łatwo wierność i angielską nieznaną innych narodów, aby spokojnie przejść przez tę »wystawę«.”¹³⁶, brzmiał komentarz. Mniej więcej w tym samym czasie wystawiano w Londynie sztukę pod tytułem *Wacht am Rhein*¹³⁷, opowiadającą o niemieckich antyfaszystach. Stefania Zahorska, która ją recenzowała, wykorzystała okazję dla podkreślenia raz jeszcze, iż propaganda niemiecka w Wielkiej Brytanii jest coraz bardziej widoczna i wpływowa, nie tylko na lewicy, ale również w *City*. Rozgoryczenie autorki było tym większe, że równocześnie w stosunku do Polski prasa angielska pozostawała obojętna bądź zgoła niechętna, pisząc nieraz o Polsce jako kraju *landowners*, wyzyskiwaczy chłopów, robotników i mniejszości narodowych.

W listopadzie 1944 r. Aleksander Boray [Aleksander Bregman] w ciepłym tonie recenzował broszurę sir Waltera Laytona¹³⁸, który uważał, że należy doprowadzić do jak największego osłabienia Niemiec, aby zapobiec kolejnym tragicznym konfliktom. Jak jednak pokazały dalsze wydarzenia, nie był to pogląd dominujący w angielskich kręgach władzy. Kiedy działania wojenne dobiegły końca, podział Niemiec na cztery strefy okupacyjne został skrytykowany w „Polsce Walczącej” przez Józefa Winiewicza¹³⁹. Nie tylko widział on zagrożenie w niejednakowym traktowaniu Niemców, ale wyrażał żal, że dogłębne, rzetelne analizy kwestii niemieckiej przygotowywane przez Ministerstwo Prac Kongresowych rządu polskiego zostały niemal zupełnie zignorowane przez Wielką Brytanię i inne mocarstwa.

Konferencja w Poczdamie w lipcu i sierpniu 1945 r. pokazała, że część niepokojów polskich dotyczących Niemiec spełniła się. W wyniku krystalizującej się nowej sytuacji międzynarodowej Wielkiej Brytanii i Stanom Zjednoczonym nie zależało na zbyt osłabianiu powojennych Niemiec i w kwestii granicy polsko-niemieckiej Londyn był przeciwny przesunięciu jej do Nysy Łużyckiej.

Wiedza o Polsce i Polakach

Pod koniec 1941 r., w czasie rosnącej popularności Związku Radzieckiego i „ofensywy” emigracji niemieckiej w Anglii, zaczęto zastanawiać się, co Brytyjczycy wiedzą o Polsce i polskim wkładzie w wojnę. Dominik Szczerbic pisał, że choć Anglicy żywo interesują się Polakami, zainteresowanie to ma charakter przede wszystkim towarzyski bądź humanitarny, natomiast nie polityczny¹⁴⁰. Według Zygmunta Nowakowskiego¹⁴¹, Brytyjczycy nie wiedzieli niemal nic nawet o lotnikach polskich, którzy w czasie Bitwy o Anglię i później dokonali wielu heroicznym wyczynów. Przyczyny takiego stanu rzeczy doszukiwano się w złym funkcjonowaniu polskiej propagandy na Wyspach, ale również w podejściu samych Anglików, którzy jakoby nie chcieli zrozumieć Polski, zadowolając się stereotypami, często zbieżnymi z propagandą sowiecką.

W lutym 1942 r. na pierwszej stronie „Wiadomości Polskich” został opublikowany artykuł brytyjskiego publicysty Spencera Curtisa Browna, który starał się wyjaśnić, dlaczego do tej pory stosunek prasy angielskiej wobec Polski był powściągliwy albo wręcz nieżyczliwy¹⁴². Wynikało to, jego zdaniem, ze specyfiki funkcjonowania prasy na Wyspach. Brukowce były nastawione w tym samym stopniu na informację, co na rozrywkę, nie powinno więc

¹³⁵ W. Szperber, „*The Wonderland for British People*” przy *Regent Street*, „WP” 1942, nr 34, s. 5.

¹³⁶ Tamże.

¹³⁷ S. Zahorska, „*Wacht am Rhein*”, „WP” 1942, nr 45, s. 1.

¹³⁸ [A. Bregman] A. Boray, *Co zrobić z Niemcami*, „PW” 1944, nr 46, s. 1.

¹³⁹ J. Winiewicz, *Kłopot z Niemcami*, „PW” 1945, nr 22, s. 1.

¹⁴⁰ D. Szczerbic, „*You can help to build me a gun*”, „PW” 1941, nr 48, s. 4.

¹⁴¹ Z. Nowakowski, *Utopia*, „WP” 1942, nr 3, s. 2.

¹⁴² S.C. Brown, *Prasa angielska a Polska*, „WP” 1942, nr 8, s. 1.

dziwić, że nie interesują się one tragicznymi losami Polski. Poważne dzienniki zajmowały się natomiast przede wszystkim sprawami bieżącymi. Autor nie widział jednak powodów do obaw. Anglicy zostali wychowani w niezbyt przychylnym dla Polaków klimacie, co miało się jednak zmieniać na skutek popularności wojska polskiego w Anglii i rozsądnych działań rządu emigracyjnego, przede wszystkim układów z Czechosłowacją i ZSRR. Autor doradzał korespondentom polskim, aby pisząc dla publiczności angielskiej, odczyli się ciągłego wspomniania przeszłości, skupiając się na sprawach aktualnych.

Optymistyczne wnioski tej wyczerpującej analizy nie przekonały publicystów polskich. W 1942 r. coraz częściej wspomniano o niewiedzy i ignorancji Anglików. Antoni Mamrot swój tekst recenzujący dostępną na rynku angielskim książkę na temat Polski, autorstwa Amerykanina Louisa Fischera, zatytułował: *Jeszcze jeden spaczony obraz Polski*¹⁴³. Zygmunt Nowakowski wrócił do tego problemu w felietonie pod tytułem *Księżna Korwiński*¹⁴⁴. Zwracał w nim uwagę na charakterystyczną tendencję Brytyjczyków do przedstawiania Polski jako kraju ziemian i arystokratów, a co za tym idzie, wielkich nierówności, zacofania i wyzysku¹⁴⁵. Takie spojrzenie na przedwojenną Polskę było zbieżne z założeniami propagandy sowieckiej, co szczególnie drażniło Polaków. Sprawie tej poświęcony został, między innymi, wiersz „*Lordowie*”¹⁴⁶, opublikowany w „Polsce Walczącej”.

Rok 1943 przyniósł kolejne rozczarowania. Wiązać to należy, przede wszystkim, z faworyzującą ZSRR postawą Wielkiej Brytanii w sporze polsko-sowieckim. Pisano, że brytyjscy gospodarze i sojusznicy wciąż mieli mgliste poję-

cie o Polsce i Polakach, ich mentalności i politycznych racjach. Co prawda optymiści, tacy jak Zygmunt Nagórski jr, wyrażali głęboką wiarę w to, że Polacy w czasie wojny zapiszą się na trwałe w umysłach i sercach sojusznika, który nas „nie zapomni [...] w momencie generalnego obrachunku”¹⁴⁷, ale mógł to być wyraz *wishful thinking* bądź prosty zabieg propagandowy, niepewność co do stanu wiedzy Anglików o Polsce wzrastała bowiem wraz z rozwojem wydarzeń.

O braku rzetelnych informacji na temat Polski pisał czołowy felietonista „Wiadomości Polskich” Zygmunt Nowakowski¹⁴⁸, sugerując, że propagandzie polskiej na Wyspach potrzebna jest każda pomoc, choćby miało to być wystąpienie w Hyde Parku. Pod koniec roku, w artykule *Ludzie z innego świata pojęć*¹⁴⁹, zwrócono uwagę na fakt, iż opinia brytyjska znieczuliła się już na wiadomości o cierpieniach narodów podbitych przez III Rzeszę, w tym również na losy Polaków, co było zbieżne z wcześniejszą analizą Spencera Browna. W ostatnim w 1943 r., świątecznym numerze „Polski Walczącej”, Stanisław Szurlej konkludował: „Głucho o naszym Kraju”¹⁵⁰.

Stan wiedzy Brytyjczyków wiązał się z długotrwałością wojny, która w naturalny sposób obniżała poziom wrażliwości. Minimalny udział wojsk polskich (lotnictwa i marynarki) w działaniach wojennych w 1943 r., a więc brak tak istotnych w opinii Browna informacji bieżących – przy gigantycznym wysiłku Armii Czerwonej na froncie wschodnim – również przyczynił się do zejścia sprawy polskiej na Wyspach na dalszy plan¹⁵¹. W maju 1944 r. Zygmunt Nagórski jr przyznał, że po raz pierwszy (sic!) od pojawienia się Polaków na Wyspach Brytyjskich zostaliśmy zmuszeni

¹⁴³ A. Mamrot, *Jeszcze jeden spaczony obraz Polski*, „WP” 1942, nr 19, s. 2.

¹⁴⁴ Z. Nowakowski, *Księżna Korwiński*, „WP” 1942, nr 38, s. 3.

¹⁴⁵ Por. W. Babiński, *Prasa angielska...*, s. 28.

¹⁴⁶ [M. Eizenman] Or-Si, „*Lordowie*”, „PW” 1942, nr 28, s. 6.

¹⁴⁷ Z. Nagórski jr, *W dalekim zasięgu*, „PW” 1943, nr 2, s. 1.

¹⁴⁸ Z. Nowakowski, *Tylko cztery punkty*, „WP” 1943, nr 22, s. 2.

¹⁴⁹ [J. Kisielewski] S. Zieliński, *Ludzie z innego świata pojęć*, „PW” 1943, nr 36, s. 3.

¹⁵⁰ S. Szurlej, *Wiara i wola*, „PW” 1943, nr 51/52, s. 1.

¹⁵¹ S. Lewandowska, *Prasa polskiej emigracji...*, s. 218.

do tłumaczenia gospodarzom Polski i polskich racji¹⁵².

W ostatnich miesiącach 1944 r. „Polska Walcząca” zainicjowała cykl artykułów *Sprawy polskie w księżkach angielskich*¹⁵³, w którym recenzowano nowości wydawnicze poruszające w jakimś stopniu sprawy polskie. Jak się okazało, teksty Scrutatora, czyli prowadzącego ten cykl Mieczysława Grydzewskiego, różniły się nieco od minorowych głosów z ubiegłych dwóch lat. Często można było tu spotkać przykłady przychylnych Polsce analiz politycznych, ostrzegających przed systemem sowieckim, czy pozytywne opinie o nieaktualnym już wówczas projekcie federacji środkowo-europejskiej. Nawet jeżeli był to wybór nie-reprezentatywny, było tych pozycji niemało.

Herbert George Wells jako personifikacja polonofobii

Warto zwrócić uwagę, że osobą, która we wszystkich wymienionych wyżej kwestiach wygłaszała poglądy sprzeczne z polskimi oczekiwaniami, był utożsamiający się z ideami socjalistycznymi pisarz i publicysta Herbert George Wells. Ze względu na to, od wczesnego okresu wojny Wells przedstawiany był jako „nie od dzisiaj Polsce niechętny”¹⁵⁴, jeden z głównych przeciwników polskiej racji stanu.

Wells był zwolennikiem federacji wielkich obszarów, sugerując włączenie Polski do sowieckiej strefy wpływów. Miał dość łagodny stosunek wobec Niemców, zdecydowanie oddzielał reżim nazistowski od reszty narodu niemieckiego. Był niechętny przedwojennej polskiej granicy wschodniej, uważając ją za nie-

sprawiedliwą z punktu widzenia etnicznego i opowiadając się za linią Curzona. Krytykował Polaków za daleki od realizmu politycznego niepoprawny romantyzm, uważał polskie projekty granic powojennych za *map-dreaming*¹⁵⁵, krytykował okres rządów sanacyjnych (półfaszystowskich, totalnych, sprzymierzonych z hitleryzmem), przedwojenną politykę wschodnią (zajęcie Wileńszczyzny, przyjęcie granicy ryskiej), zajęcie Zaolzia, nienawiść i nieuzasadniony lęk przed Rosją¹⁵⁶.

W odpowiedzi, Stanisław Szurlej pisał, iż wiadomości o Polsce Wells czerpać musiał ze źródeł niemieckich bądź rosyjskich i to one wydawały mu się miarodajne¹⁵⁷. Osobą, która z największą mocą poświęciła się obalaniu argumentów Wellsa w „Wiadomościach Polskich”, był znany przedwojenny działacz socjalistyczny, Adam Pragier, który po wielokroć, w wyczerpujący sposób i w różnej formie (listy otwarte, recenzje, analizy) krytykował teksty i wypowiedzi Wellsa¹⁵⁸.

Mimo prób dezawuowania poglądów Wellsa jako utopijnych i irracjonalnych, znajdowały one pewien posłuch wśród Brytyjczyków. Pisano więc, że jego poglądy „odzwierciedlają często opinie i ujęcia sporego odłamu inteligencji angielskiej o zabarwieniu radykalnym”¹⁵⁹, próbując przedstawić poglądy znanego pisarza jako skrajne. O tym, jak – mimo wszystko – ważną postacią na Wyspach był w oczach polskich publicystów Herbert George Wells, świadczyć może notatka z 22 czerwca 1941 r.¹⁶⁰, skrupulatnie relacjonująca wspólne śniadanie premiera Sikorskiego i Wellsa, podczas której dyskutowano o sprawach przyszło-

¹⁵² Z. Nagórski jr, *Osobliwa chwila*, „PW” 1944, nr 20, s. 1.

¹⁵³ [M. Grydzewski] Scrutator, *Sprawy polskie w księżkach angielskich*, „PW” 1944, nr 36, s. 7; nr 38, s. 7; nr 41, s. 7; nr 44, s. 7; nr 46, s. 7; nr 47, s. 7; nr 50, s. 7; 1945, nr 1, s. 7; nr 2, s. 7; nr 4, s. 7; nr 6, s. 7; nr 10, s. 7; nr 11, s. 7; nr 18, s. 6.

¹⁵⁴ Wells o Polsce, „WP” 1941, nr 34, s. 4.

¹⁵⁵ S. Szurlej, *Granice*, „PW” 1942, nr 44, s. 1.

¹⁵⁶ Tamże.

¹⁵⁷ Tenże, *Błędy cudzie i własne*, „PW” 1941, nr 42, s. 1.

¹⁵⁸ Por. A. Pragier, *List otwarty do H. G. Wellsa*, „WP” 1940, nr 31, s. 1; tenże, *H. G. Wells – kartograf przyszłego świata*, tamże 1942, nr 32, s. 2; tenże, *Wells a idea rewolucji*, tamże 1942, nr 34, s. 2; tenże, *H. G. Wells o wojnie i pokoju*, tamże 1942, nr 42, s. 3; tenże, *Wells w kręgu magii i złudzeń*, tamże 1942, nr 44, s. 4.

¹⁵⁹ Wells o Polsce, „WP” 1941, nr 34, s. 4.

¹⁶⁰ *Spotkanie generała Sikorskiego z Wellsem*, „WP” 1941, nr 25, s. 5.

ści Polski i Europy, a generał Sikorski przedstawiał pisarzowi, gorącemu zwolennikowi idei federacyjnej, wizję przyszłej federacji polsko-czechosłowackiej.

Życie codzienne, obyczajowość, tradycje

W pierwszym okresie wojny prasa zachęcała Polaków do intensywnej nauki brytyjskich obyczajów, języka, kultury i historii. Tym bardziej, że emigranci często mieli poważne problemy z przystosowaniem się do podstawowych kwestii życia codziennego, ruchu lewostronnego, odmiennych jednostek miar i wagi czy systemu monetarnego¹⁶¹. Rolę przewodników pełniły artykuły prasowe, takie jak *Lewą Stroną!* Zygmunta Nowakowskiego w „Polsce Walczącej”¹⁶² czy *Learn English!* Ksawerego Pruszyńskiego w „Wiadomościach Polskich”¹⁶³. Teksty mające na celu ułatwianie Polakom funkcjonowania na Wyspach były domeną żołnierskiej „Polski Walczącej”, wśród czytelników której znajdowało się więcej osób o niższym poziomie wykształcenia i obycia społecznego niż w przypadku tradycyjnie inteligentnych „Wiadomości”. W sierpniu 1940 r. zapoczątkowano w „Polsce Walczącej” cykl *ABC angielsko-polskie*¹⁶⁴ oraz *Anglia i Anglicy*¹⁶⁵,

zapoznające polskich czytelników z obyczajowością angielską. Pojawiały się także artykuły poświęcone kwestiom zachowania się w codziennych sytuacjach¹⁶⁶.

Często publikowano teksty popularnonaukowe z zakresu historii i kultury angielskiej. Tuż po ewakuacji armii polskiej do Wielkiej Brytanii, w lipcu 1940 r. w „Polsce Walczącej” ukazała się ilustrowana historia najbardziej spektakularnych zwycięstw floty brytyjskiej¹⁶⁷, a w sierpniu, również ilustrowana, historia parlamentu angielskiego¹⁶⁸. W tym samym roku „Wiadomości Polskie” pisały o historii Londynu¹⁶⁹ oraz armii brytyjskiej¹⁷⁰. W 1941 r. opublikowano tam artykuły o historii Anglii autorstwa brytyjskiej pisarki Violet Mason¹⁷¹ oraz specjalny dodatek poświęcony Oksfordowi, jego historii i tradycjom¹⁷², natomiast w „Polsce Walczącej” artykuły dotyczące tradycji czasopiśmiennictwa angielskiego¹⁷³ oraz historii zjawiska dżentelmena¹⁷⁴. W 1942 r. „Wiadomości” pisały o historii i organizacji BBC¹⁷⁵, znanych kobietach angielskich¹⁷⁶, pojawił się także cykl artykułów Tymona Terleckiego o historii Londynu¹⁷⁷ oraz tekst o historii wojen Anglików z Napoleonem¹⁷⁸, natomiast w „Polsce Walczącej” kolejny duży artykuł o tradycjach armii brytyjskiej¹⁷⁹. W pierwszych latach

¹⁶¹ H. Skarbak-Peretiatkowicz, *Oni i my*, „PW” 1940, nr 22, s. 7.

¹⁶² Z. Nowakowski, *Lewą stroną!*, „PW” 1940, nr 21, s. 6.

¹⁶³ K. Pruszyński, *Learn English!*, „WP” 1941, nr 4, s. 1.

¹⁶⁴ Z. Frenkiel, *ABC angielsko-polskie*, „PW” 1940, nr 22, s. 7, nr 23, s. 7, nr 25, s. 6, nr 27, s. 6.

¹⁶⁵ A. Grey, *Anglia i Anglicy*, „PW” 1940, nr 23, s. 7, nr 26, s. 7, nr 28, s. 6.

¹⁶⁶ S. Kleczkowski, *Jak zachować się w Anglii*, „PW” 1940, nr 29, s. 8.

¹⁶⁷ [J. Lewitt, J. Him] Lewitt i Him, *Dni chwały Wielkiej Brytanii*, „PW” 1940, nr 20, s. 5.

¹⁶⁸ [Ciż], Lewitt i Him, *Parlamentaryzm narodził się w Anglii*, „PW” 1940, nr 24, s. 5.

¹⁶⁹ B. Leitgeber, *Londyn i jego Tamiza*, „WP” 1940, nr 16/18, s. 3.

¹⁷⁰ Cz. Jeśman, *Armia brytyjska*, „WP” 1940, nr 35, s. 2.

¹⁷¹ V. Mason, *Dzieje Anglii*, „WP” 1941, nr 20, s. 1, nr 27, s. 2.

¹⁷² *Oxford city and the university*, „WP” 1941, nr 50, dod. s. I–IV.

¹⁷³ [Z. Grabowski] A. Jawnuta, *O Anglii i Anglikach*, „PW” 1941, nr 5, s. 6.

¹⁷⁴ M. Krotowski, *Dżentelmen*, „PW” 1941, nr 15/16, s. 8, później także F. Sokół, *Co to jest gentleman?*, tamże 1942, nr 9, s. 3.

¹⁷⁵ K. Eydziatowicz, *Radiofonia angielska i BBC*, „WP” 1942, nr 9, s. 4.

¹⁷⁶ Z. Zwolińska, *Trzy angielskie postaci kobiece*, „WP” 1942, nr 18, s. 4.

¹⁷⁷ T. Terlecki, *Londyn średniowieczny*, „WP” 1942, nr 35, s. 2; tenże, *Londyn w kręgu rozwoju i klęski*, tamże 1942, nr 40, s. 3; tenże, *Londyn wiktoriański i powiktoriański*, tamże 1942, nr 43, s. 3; tenże, *Nasz Londyn*, tamże 1942, nr 48, s. 3.

¹⁷⁸ D. Szczerbic, *Jak Anglia walczyła z Napoleonem*, „WP” 1942, nr 51/52, s. 3.

¹⁷⁹ [A. Bregman] A. Boray, *Od Drake’a do Commandos czyli morskie zagony*, „PW” 1942, nr 3, s. 2.

pobytu Polaków na Wyspach ukazało się wiele tego rodzaju materiałów prasowych; w końcowym etapie wojny, w związku z rosnącą wiedzą czytelników oraz pogłębiającym się chłodem w stosunkach polsko-brytyjskich, były już one rzadkością.

Szczególnie silnie podkreślano związki polsko-szkockie. Szkocja była miejscem stacjonowania żołnierzy polskich, a okolice Glasgow zamieszkiwała liczna społeczność katolicka, co dodatkowo sprzyjało integracji. Polskim żołnierzom przybliżano historię i kulturę Szkotów¹⁸⁰, „Polska Walcząca” regularnie informowała, w stałym dziale *Z życia obozów*, o imprezach organizowanych przez polskich żołnierzy dla szkockiej publiczności¹⁸¹. Często pisano o występach grupy artystyczno-kabaretowej „Lwowska Fala”¹⁸², skupionej wokół Wiktora Budzyńskiego, kontynuującej w warunkach wojennych popularne przedwojenne słuchowiska lwowskie.

O przyjaźni polsko-szkockiej zapewniał minister spraw wojskowych generał Marian Kukiel w wywiadzie udzielonym „Polsce Walczącej” w październiku 1942 r.¹⁸³, kończąc go słowami: „Przyjaźń polsko-szkocka [...] zrodzona w czasie obecnej wojny, przetrwa na pewno wszelkie próby i wejdzie w krew obydwu narodów”¹⁸⁴. Także w „Wiadomościach Polskich” nie zapomniano o Szkocji, opiewając na przykład tamtejszą gościnność w artykule Pawła Millera *Na szkockiej ziemi*¹⁸⁵.

W obu pismach, sięgając przede wszystkim do doświadczeń żołnierskich, próbowano uchwycić cechy charakteru szkockiego, znacznie różniącego się od stereotypowej angielskiej flegmy. Najczęściej przytaczanym rysem była szkocka gościnność, bliska polskim wyobrażeniom o gościnności słowiańskiej¹⁸⁶. Poza tym, Szkoci jawili się jako ludzie odważni i ambitni, chociaż – w porównaniu z polskimi żołnierzami – raczej prości i mało lotni¹⁸⁷. Prostota, swe go rodzaju naiwność i ufność Szkotów kontrastowała z „kontynentalną przemądrzałością”, jaka cechowała również Polaków. Była o tym mowa w artykule *Pół roku w Szkocji* opublikowanym w „Polsce Walczącej” na początku 1941 r.¹⁸⁸ Z drugiej strony szkocka dokładność i rzetelność w stosowaniu się do przepisów kontrastowała z tradycyjną polską niesubordynacją wobec prawa, co zauważył w jednym z felietonów Wiktor Budzyński¹⁸⁹.

Obraz Szkotów, stworzony w dużej mierze na podstawie bezpośrednich kontaktów polskiej masy żołnierskiej ze szkockimi gospodarzami, był w polskiej prasie żywszy i bardziej wielowymiarowy niż obraz Anglików, postrzeganych przez pryzmat stereotypów oraz kontekstów życia publicznego i wielkiej polityki.

Wnioski

Analiza publicystyki dotyczącej spraw brytyjskich w „Wiadomościach Polskich” i „Polsce Walczącej” w latach 1940–1945 pozwala wyo-

¹⁸⁰ L. Meyer, *Szkocja i Szkoci*, „PW” 1940, nr 27, s. 4, nr 28, s. 4.

¹⁸¹ [J. Harasowska] J. z G., *Polski koncert w Glasgow*, „PW” 1940, nr 22, s. 8; [A. Słonimski] Nemo, *Kuplecik polsko-szkocki*, tamże 1940, nr 22 s. 8; W. Czereśniewski, *Z życia obozów. Wycieczka do Glasgow*, tamże 1940, nr 29, s. 7; Ł.B., A.J., *Św. Mikołaj i Gwiazdka dla dzieci szkockich*, tamże 1941, nr 3, s. 7; L. Bojczuk, *Na Łyczkowie... w Szkocji*, tamże 1941, nr 10, s. 7; B.K. Piekarski, *Polskość Edynburga*, tamże 1941, nr 25, s. 4; M. Pawlikowski, *Z Polską po Szkocji*, tamże 1941, nr 34, s. 7; *Przyjaźń polsko-szkocka*, tamże 1941, nr 50, s. 4; Z. Nagórski jr, *Żołnierze polscy kochają dzieci*, tamże 1943, nr 12, s. 7; L. Bojczuk, *Pozdrawiamy sztabdary wolności*, tamże 1942, nr 27, s. 7.

¹⁸² L. Bojczuk, *Wiosenne wędrówki „Lwowskiej fali”*, „PW” 1941, nr 25, s. 7.

¹⁸³ [L. Rubel] L. Tyśmienicki, *O przyjaźni polsko-szkockiej*, „PW” 1942, nr 44, s. 2.

¹⁸⁴ Tamże.

¹⁸⁵ P. Miller, *Na szkockiej ziemi*, „WP” 1940, nr 23, s. 4.

¹⁸⁶ K. Pruszyński, *Zaprosimy wszystkich*, „WP” 1941, nr 46, s. 1; A. Bzowiecki, *Pół roku w Szkocji*, „PW” 1941, nr 5, s. 7.

¹⁸⁷ K. Pruszyński, *Opowiadanie podchorążego Nowaka o tym jak burmistrz miasteczka V. zamienił swój gród na warownię*, „WP” 1941, nr 37, s. 1.

¹⁸⁸ A. Bzowiecki, *Pół roku w Szkocji*, „PW” 1941, nr 5, s. 7.

¹⁸⁹ W. Budzyński, *Bez Black-outu*, „PW” 1941, nr 48, s. 6.

drewnić czynniki, które nadawały ton i dynamikę dyskursu.

Pierwszy z nich wiązał się z upływem czasu i przedłużającym się pobytem Polaków na Wyspach Brytyjskich. Okres pierwszych kilkunastu miesięcy po ewakuacji to intensywne poznawanie nowego kraju i jego kultury, któremu towarzyszyły zaskoczenie i fascynacja. Nowe miejsce pobytu porównywano do lepiej znanych krajów, próbowano uchwycić istotę charakteru narodowego Brytyjczyków, budowano pierwsze syntetyczne wnioski, w dużym stopniu oparte na stereotypach i powierzchownych spostrzeżeniach. Pozytywne wrażenia wyolbrzymiał fakt, że od czerwca 1940 do czerwca 1941 r. był to w zasadzie jedyny suwerenny kraj walczący z potęgą III Rzeszy. W tym czasie ukazywały się artykuły dotyczące brytyjskiej kultury, historii i obyczajów. Publicyści byli dość zgodni co do tego, że brytyjska kultura była w przedwojennej Polsce zbyt mało znana i niedoceniana. Przymusową gościnę na Wyspach próbowano wykorzystać do nadrobienia braków w edukacji politycznej i kulturalnej. W kolejnych latach wojny Polacy, którzy zdążyli lepiej poczuć się w realiach brytyjskich, coraz żywiej włączali się do komentowania bieżących wydarzeń politycznych na Wyspach. Zadomowienie się powodowało, że publicyści wyraźniej dostrzegli wady charakteru narodowego Brytyjczyków oraz błędy polityczne. Używając terminologii jednego z felietonów Zygmunta Nowakowskiego, oceniano, że Brytyjczykom było bliżej do liliputów niż olbrzymów. W ostatnich dwóch latach wojny zaczęto przyjmować wobec gospodarzy bardziej roszczeniową postawę, przypominając o obowiązkach politycznych, jakie podjęli wobec Polaków.

Akcentowanie polskiej wyższości moralnej wiązało się z drugim czynnikiem zdecydowanie wpływającym na ton analizowanej publicystki, a mianowicie kondycją stosunków między państwowych. Opinia prasy tak długo była pochlebna dla polityki brytyjskiej, jak długo istniało wśród polskiej emigracji przekonanie, że Polska jest dla Anglików partnerem, a nie

petentem. „Wiadomości Polskie” coraz chłodniejszym okiem oceniały postawy brytyjskiej opinii publicznej. Krytykę zdynamizowały przede wszystkim ciosy zadane polskim aspiracjom w 1943 r. – zawieszenie stosunków dyplomatycznych przez Związek Radziecki, a następnie śmierć generała Sikorskiego wraz z jej politycznymi następstwami. Wydarzenia te pokazały, że Polska przestawała być – o ile kiedykolwiek była – równorzędnym partnerem w koalicji antyhitlerowskiej. Od tego czasu wielu publicystów, przede wszystkim „Wiadomości Polskich”, nie kryło swojego rozgoryczenia w stosunku do polityki brytyjskiej. „Wiadomości” zostały zamknięte w lutym 1944 r., ale kiedy rok później nastąpił akt ostatecznej marginalizacji polskiego rządu na emigracji – konferencja jałtańska – również „Polska Walcząca” przyjęła ostry i krytyczny ton.

Trzecim istotnym czynnikiem były poglądy polityczne publicystów. W obu analizowanych czasopismach drukowano teksty autorów o różnych sympatiach politycznych. Ich opinie o polityce brytyjskiej nie pokrywały się z podziałami partyjnymi, przebiegały w poprzek nich. Najbardziej krytyczne środowisko wobec polityki zarówno rządu polskiego, jak i brytyjskiego było skupione wokół „Wiadomości Polskich”. Obejmowało ono przedstawicieli konserwatywnej prawicy (Cat-Mackiewicz), centroprawicy (Stronński), centrum (Nowakowski) i sanacji (Matuszewski) oraz socjalistycznej lewicy (Pragier), a przeciwieństwo z reprezentantami tych nurtów politycznych skonstruowana była równocześnie koalicja rządowa, która we względnej izolacji pozostawiała tylko środowiska sanacyjne. Tak więc ton publicystyce nadawały nie tyle sympatie partyjne, ile stosunek do podstawowych zagadnień polskiej polityki czasu wojny. „Nieprzejednani” pisali o polskich sprawach i polityce brytyjskiej, chętnie posługując się romantyczno-narodowym uniwersum symbolicznym. Ton ten od 1943 r. zaczął być obecny również w „Polsce Walczącej”, a jej redaktor, Tymon Terlecki, stał się jednym z orędowników „nieprzejednanych” w czasie wojny i po jej zakończeniu.

◀||| Obraz Wielkiej Brytanii w publicystyce „Wiadomości Polskich” i „Polski Walczącej” 1940–1945

Image of Britain in “Wiadomości Polskie” and “Polska Walcząca” 1940–1945

Maciej Białous

SŁOWA KLUCZOWE

II wojna światowa, dziennikarstwo emigracyjne, publicystyka polska, Wielka Brytania, stereotypy

KEY WORDS

World War II, exile journalism, Polish journalism, United Kingdom, stereotypes

STRESZCZENIE

Artykuł poświęcony jest obrazowi Wielkiej Brytanii w emigracyjnej publicystyce polskiej okresu II wojny światowej. Na przykładzie artykułów z tygodników „Wiadomości Polskie” oraz „Polska Walcząca”, publikowanych w latach 1940–1945, autor przedstawił ewolucję postaw polskiej publicystyki wobec Wielkiej Brytanii. Zwrócił uwagę na konstruowanie stereotypów narodowych mieszkańców Zjednoczonego Królestwa, ich postulowaną rolę w wojnie oraz budowie ładu powojennego, wyobrażone postawy Brytyjczyków wobec Polaków i Polski, jak również Niemców i Sowietów. Autor starał się powiązać treści artykułów z poglądami politycznymi najważniejszych publicystów, jak również zmieniającą się sytuacją wojenną i międzynarodową, która wpływała na perspektywę spojrzenia polskich emigrantów na Wielką Brytanię.

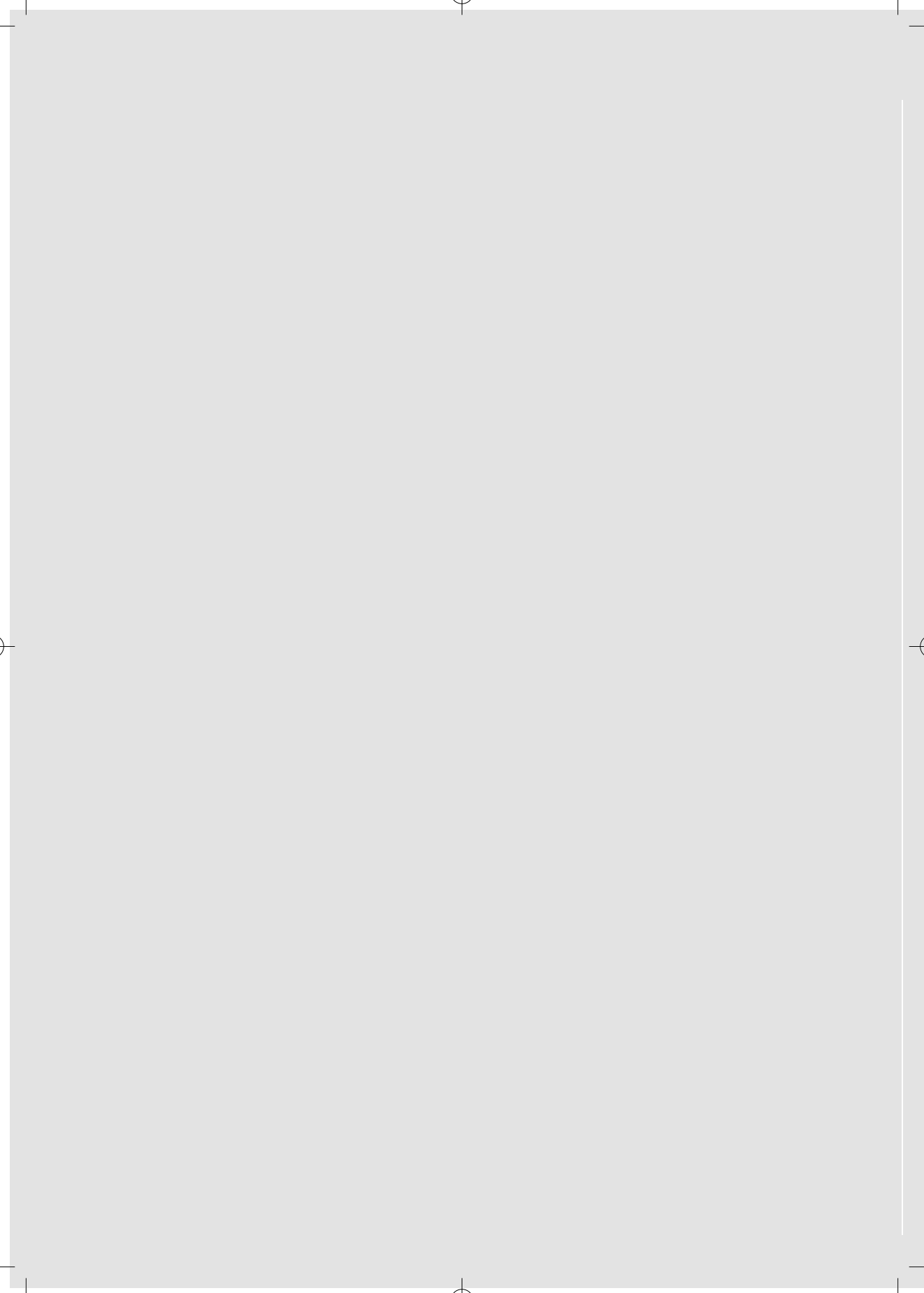
ABSTRACT

The article explores the image of the United Kingdom constructed by Polish exile journalism during the period of World War II. Articles published in the weeklies “Wiadomości Polskie” (Polish News) and “Polska Walcząca” (Fighting Poland) between 1940 and 1945 are the example of the evolution of Polish attitudes towards the UK. The author draws attention to the creation of national stereotypes concerning the British society, its postulated role in the war order and the postwar reconstruction period. Furthermore, the text depicts British attitudes towards Poland and Poles, as well as the Germans and Soviets. The author tries to associate the content of articles with both political views of leading journalists and the changing international situation during the wartime, which affected the way Polish immigrants perceived Britain.

Sprawozdania z konferencji



Conference reports



Sprawozdanie z 61. Dorocznej Konferencji International Communication Association, Boston, 26–30 maja 2011 roku

Agnieszka Stępińska

International Communication Association (ICA) jest międzynarodowym stowarzyszeniem skupiającym badaczy zajmujących się różnymi aspektami komunikowania. Utworzone 1 stycznia 1950 r. w Stanach Zjednoczonych, początkowo miało charakter wyłącznie narodowy (National Society for the Study of Communication) i dopiero po dwóch dekadach przekształciło się w międzynarodowe forum współpracy badawczej i wymiany myśli. Obecnie liczy ponad 4000 członków z blisko 80 krajów, którzy mają do wyboru 25 sekcji i grup.

Od 61 lat International Communication Association organizuje coroczne konferencje, których celem jest umożliwienie spotkania badaczy zajmujących się komunikowaniem i zaprezentowania najnowszych wyników ich badań. Tegoroczna konferencja ICA, która odbyła się w Bostonie, była przełomowa z kilku powodów. Po pierwsze, zgromadziła największą w historii ICA liczbę uczestników, tj. ponad 2500 osób. Odbyło się ponad 1500 sesji, w ramach których wygłoszono ponad 7600 referatów. Po drugie, po raz pierwszy tradycyjnej konferencji towarzyszyła Konferencja Wirtualna. Pomysł na udostępnienie najważniejszych wystąpień i sesji online ogłoszony został podczas konferencji ICA w Singapurze w 2010 r. i już wówczas wzbudził duże zainteresowanie. W tym roku osoby, które nie mogły osobiście uczestniczyć w konferencji, mogły zapoznać się z przebiegiem wykładów, sesji plenarnych oraz wybranych sesji tematycznych, a także zabrać głos w dyskusji za pośrednictwem internetu.

Wreszcie, ICA – stowarzyszenie dotąd postrzegane jako istotnie zdominowane przez badaczy z USA – powołało Komitet ds. Członkostwa i Umiejdzynarodowienia, który sformułował rekomendacje dla Rady Dyrektorów ICA dotyczące umiejdzynarodowienia Stowarzyszenia oraz tworzenia warunków do współpracy między poszczególnymi sekcjami ICA. W skład Komitetu weszło sześć osób, reprezentujących takie kraje, jak: USA, Kanada, Korea Południowa i Australia. W szczególności, Komitet zalecił zwiększenie aktywności poszczególnych sekcji i grup w zakresie pozyskiwania nowych członków, przygotowanie materiałów, które zawierałyby nie tylko informacje o poszczególnych sekcjach, ale także przedstawiały przykładowe prace reprezentujące główne nurty badawcze, jak również sformułowanie wskazówek dla organizatorów regionalnych konferencji ICA. Jednocześnie podjęto decyzję, iż odtąd członkowie Rady Regionalnej pełnić będą funkcję „ambasadorów” poszczególnych regionów i w jeszcze większym stopniu pośredniczyć będą między ICA i regionami, w szczególności tymi, które nie są wystarczająco reprezentowane w ICA. Obecnie Radę Regionalną tworzy pięć osób – po jednym przedstawicielu: Europy, Australii i Oceanii, Wschodniej Azji, Zachodniej Azji oraz Ameryki (poza USA). Członkowie tej Rady, wraz z obecnym, przyszłym i dwoma poprzednimi Prezydentami ICA, dyrektorem ds. finansowych, dwoma przedstawicielami Rady Studentów, dyrektorem ds. organizacyjnych, a także przewodniczącymi poszczególnych sekcji i grup w ramach ICA tworzą Radę Dyrektorów ICA.

Krokiem w kierunku pogłębiania współpracy międzynarodowej będą spotkania członków ICA reprezentujących poszczególne regiony. Podczas spotkania grupy zrzeszającej przedstawicieli Europy (European Network) przedstawiony został nowy członek Rady Regionalnej (skończyła się bowiem kadencja, w której reprezentantem regionalnym był prof. Gianpietro Mazzoleni). Nowym reprezentantem na najbliższe trzy lata została Karin Wahl-Jorgensen z Uniwersytetu w Cardiff.

Temat przewodni tegorocznej konferencji brzmiał „Communication at the Centre” i był to rodzaj zachęty do nowego zdefiniowania pozycji nauk o komunikowaniu wśród innych nauk społecznych. O ile bowiem wcześniej można było postrzegać nauki o komunikowaniu jako dziedzinę rozwijającą się na obrzeżach nauk społecznych, o tyle obecnie trudno jest analizować jakiegokolwiek zjawisko społeczne bez uwzględnienia mediów i sfery komunikowania. Ponadto, w tym roku uwaga badaczy skupiła się na wyzwaniach, które niesie ze sobą gwałtownie zmieniający się świat: kryzysie w dziennikarstwie, globalizacji otoczenia komunikacyjnego oraz nowych technologiach, które zmieniają całkowicie zarówno komunikację, jak i życie jednostek oraz całych społeczeństw. W efekcie, nawet stosunkowo niedawno sformułowane koncepcje wymagają weryfikacji, a wraz z dynamicznie rozwijającymi się technologiami pojawiają się nowe zjawiska, które należy przeanalizować.

Podczas sesji plenarnej otwierającej konferencję wykłady wygłosili: prof. Craig Calhoun, który analizował komunikowanie jako dyscyplinę XXI w., a także: Joe Cappella, Susan Douglas, Sonia Livingstone, John Durham Peters i Georgette Wang. Z wykładem zamykającym konferencję wystąpił Noam Chomsky, który mówił o relacjach między demokracją i mediami oraz o odpowiedzialności badaczy.

Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej jest członkiem stowarzyszonym ICA od 2008 r. W ramach tegorocznej konferencji 29 maja odbyła się sesja pod patronatem PTKS (podobnie jak rok wcześniej). Tym razem sesja poświęcona była problematyce public rela-

tions. Panel pt. „Back to Planet Earth (or Society): Public Relations and Social Media” zorganizował i poprowadził prof. Jerzy Olędzki z Uniwersytetu Warszawskiego. Wystąpienia w ramach tej sesji wygłosili: prof. James E. Grunig z Uniwersytetu Maryland, USA (*Institutionalization, Strategic Management, and Digital Media: Can Academic Research Shape the Future of Public Relations*), prof. Astrid Spatzier z Uniwersytetu w Salzburgu (*Reconsidering Contemporary Public Relations: Theoretical Engagement of Practitioners in a Communication Society*), prof. María José Canel z Uniwersytetu Complutense w Madrycie (*The Role and Functions of Government Public Relations. Lessons from Public Perceptions of Government*) oraz dr Jacek Barlik z Uniwersytetu Warszawskiego (*Mecenaries and Missionaries. Divergence between PR theory and practice*).

O wyborze tematyki zdecydowała waga, jaką współcześnie przywiązuje się zarówno do teorii, jak i praktyki public relations. Badania prowadzone nad public relations poruszają szereg kluczowych problemów komunikowania, takich jak: globalne współoddziaływanie różnych podmiotów czy też odpowiedzialność.

I tak, prof. James Grunig w swoim wystąpieniu rozważał alternatywną rolę PR (wobec powszechnie rozważanej – jako aktywności podejmowanej przez podmioty w celu rozszerzenia ich władzy nad publicznością), a mianowicie raczej strategicznego zarządzania niż komunikowania. Zaprezentował przy tym model uwzględniający wszystkie kluczowe etapy działalności PR: rozpoznanie właściwości otoczenia i zasobów, analizę kluczowych kwestii i potencjalnych problemów, opracowanie planu działania, budowanie i ocenę relacji, analizę wpływu posiadanych relacji na wizerunek, strategiczne opracowanie i ocenę działania komunikacyjnego, a także analizę potencjału nowych mediów.

Relacji między teorią i praktyką public relations dotyczyło także wystąpienie prof. Astrid Spatzier. Główna teza tego wystąpienia brzmiała: działalność PR oparta na teorii prowadzi do bardziej odpowiedzialnych społecz-

nie zachowań niż działalność, której podstawę stanowi wyłącznie doświadczenie praktyków PR. Zdaniem prelegentki właśnie aktywność, w której korzysta się z teorii i wiedzy, stanowić może swoisty pomost między „służbą wobec organizacji” a „służbą wobec społeczeństwa”. Z kolei prof. María José Canel przedstawiła wyniki badań empirycznych dotyczących opinii obywateli hiszpańskich o rządzie – w centrum zainteresowania znalazły się czynniki kształtujące tę opinię oraz wpływ faktycznych działań podejmowanych przez rząd na ocenę, którą formułuje opinia publiczna. Uzyskane wyniki pozwoliły na sformułowanie ogólniejszych wniosków dotyczących budowania wizerunku przez podmioty polityczne i społecznej percepcji wysiłków wkładanych w tę działalność. Wreszcie, dr Jacek Barlik dokonał analizy kilku przykładów działalności PR w Polsce oraz wskazał na wyzwania wynikające z istnienia rozdźwięku między tym, co głoszą teoretycy PR (w tym także wykładowcy akademicy), a postawami i zachowaniem praktyków.

W drugiej części spotkania prof. Jerzy Olędzki zaprosił zebranych do nakreślenia potencjalnych dróg rozwoju public relations. Jego zdaniem, społeczna filozofia PR sprzyja procesowi demokratyzacji państw i pozwala na dalszy rozwój cywilizacji, a nowe media i portale społecznościowe jeszcze bardziej przyspieszają ten proces. Prof. James Grunig podkreślił, że PR będzie odgrywał coraz większą rolę w identyfikowaniu zagrożeń, jakie będą pojawiać się przed organizacjami. Sesja wzbudziła duże zainteresowanie wśród uczestników konferencji, czego dowodem była nie tylko frekwencja, ale i interesująca dyskusja wieńcząca panel.

Wystąpienia poprzedzone były prezentacją dotyczącą sponsora sesji – tj. PTKS, której dokonała dr Agnieszka Stępińska. Przedstawione zostały najważniejsze informacje o Towarzystwie (rok powstania, sekcje, liczba członków, przynależność do organizacji międzynarodowych) oraz o czasopiśmie PTKS „Central European Journal of Communication” – ze szczególnym uwzględnieniem dwóch numerów: wydanego wiosną 2011 r. – powiązanego tematycznie z sesją zgłoszoną na tegoroczną konfe-

rencję ICA (znalazły się w nim teksty m.in. panelistów) oraz kolejnego – powiązanego tematycznie z konferencją „Political Communication in the Era of New Technologies”, zaplanowaną w dniach 22–23 września 2011 r. w Warszawie. Podczas sesji rozdane zostały materiały promujące zarówno konferencję, jak i czasopismo; uczestników zaproszono także do odwiedzenia strony internetowej PTKS.

Każdego roku obradom plenarnym i sesjom tematycznym towarzyszą zebrania członków poszczególnych sekcji. Zebrania dwóch sekcji – tj. Political Communication Division i Public Relations Division – były kolejnymi okazjami do promocji PTKS, czasopisma i polskiej nauki. Podczas zebrania członków sekcji Political Communication Yariv Tsfati, przewodniczący sekcji, przekazał informację o objęciu przez sekcję patronatu nad konferencją „Political Communication in the Era of New Technologies” organizowaną przez PTKS i Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, a dr Agnieszka Stępińska przedstawiła zebrany szczegółowe informacje oraz rozdała ulotki dotyczące konferencji oraz czasopisma. Podczas zebrania sekcji Public Relations prof. Jerzy Olędzki zrelacjonował przebieg sesji zorganizowanej pod patronatem PTKS.

Kolejna konferencja ICA odbędzie się w dniach 24–28 maja 2012 r. w Phoenix w Arizonie. Tematem przewodnim konferencji będzie: „Communication and Community”. Temat ten ma nakłonić badaczy do podjęcia rozważań nad dwoma przeciwstawnymi tendencjami w obszarze istnienia i budowania społeczności – z jednej strony rozwojem kanałów komunikacji służących tworzeniu wspólnot, z drugiej zaś zanikaniem tradycyjnych więzi i interakcji. Komunikowanie może inspirować zarówno integrację, jak i prowadzić do wykluczenia, może wzmacniać lub osłabiać interakcję oraz publiczny dyskurs, a także promować lub dewaluować jednostkowe i zbiorowe prawa. W centrum zainteresowania badaczy zgłaszających swoje wystąpienia powinny znaleźć się zatem takie kwestie, jak: rola, jaką komunikowanie odgrywa w procesie budowania,

rozwijania i wzmacniania wspólnoty, normatywne i etyczne aspekty komunikowania oraz szanse i wyzwania, które towarzyszą zmianom zachodzącym w społecznościach. Badania nad relacją między procesem komunikowania i społecznością dotyczyć mogą więc m.in. integracyjnej roli mediów, działalności prowadzonej przez podmioty polityczne, kampanii w za-

kresie promocji zdrowia, komunikowania kryzysowego przy okazji katastrof, komunikowania w ramach organizacji, debat publicznych, a także komunikowania grupowego i interpersonalnego. Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej proponuje sesję dotyczącą ról dziennikarzy w krajach regionu Morza Bałtyckiego.

Sprawozdanie z konferencji 1st ACS Summer Institute on Critical Literacies, Ghent (Belgia), 11–15 lipca 2011 roku

Iwona Wiezel

Zajmujące się wspieraniem i promocją studiów kulturowych Association for Cultural Studies (ACS), założone w 2002 r. (z siedzibą w fińskim Tampere), zorganizowało pierwszy, trwający pięć dni, letni instytut poświęcony problematyce piśmienności w teorii i praktyce studiów kulturowych (*cultural studies*), w tym także studiów nad mediami (*media studies*). Oficjalnym językiem konferencji był język angielski. Summer Institute stanowił formę połączonych wykładów, seminariów oraz warsztatów prowadzonych w odrębnych blokach tematycznych. Na wykładach zaprezentowano poszczególne stanowiska teoretyczne w kwestiach powiązania tradycyjnego pojmowania piśmienności jako zbioru pewnych określonych umiejętności społecznych z takimi zjawiskami kulturowymi, jak digitalizacja, globalizacja oraz wielokulturowość, które w istocie krytycznie ją przekształcają i narzucają na nią nowe sensory. Stąd wprowadzenie do dyskusji przez kolejnych prelegentów pojęć typu: piśmienność medialna (*media literacy*), piśmienność cyfrowa (*digital literacy*), piśmienność (między)kulturowa ([*cross*]cultural literacy), piśmienność akademicka (*academic literacy*), itp. Seminaria oraz sesje warsztatowe posłużyły jako fora do przedyskutowania tej problematyki oraz próby praktycznego i wielopłaszczyznowego jej przepracowania.

Niewątpliwą wartością wydarzenia nadawał fakt, iż zarówno wykładowcy, jak i uczestnicy pochodzili z odmiennych zapleczy nie tylko naukowych, lecz także kulturowych, począwszy od uczonych ze Stanów Zjednoczonych,

Europy (Belgii, Finlandii, Francji, Holandii, Niemiec, Polski, Portugalii, Rumunii, Wielkiej Brytanii), Azji (Chin, Korei Południowej), skończywszy na kontynencie afrykańskim (Nigerii i RPA). W konferencji brali udział przede wszystkim pracownicy naukowi oraz naukowo-dydaktyczni różnych uniwersytetów, a razem członkowie ACS, którzy wsparli swoją obecnością inicjatywę władz organizacji odnośnie do tego wydarzenia oraz wyrazili wolę uczestnictwa w konferencjach o podobnym profilu co dwa kolejne lata w przyszłości. Myślą przewodnią zaplanowanych spotkań naukowych stała się piśmienność zdefiniowana w kategoriach swoistej praktycznej umiejętności funkcjonowania w społeczeństwie ponowoczesnym polegającej na właściwym rozumieniu, a raczej – odczytywaniu – wytworów dzisiejszej kultury *sensu largo*, w kontekście połączenia aniżeli przeciwstawiania technologii kultury i odwrotnie.

Chociaż konferencja poświęcona była głównie tematyce związanej ze studiami kulturowymi, a w związku z tym – powiedzielibyśmy – piśmienności kulturowej, to w kwestiach odnoszących się do piśmienności medialnej (*media literacy*) poszczególni wykładowcy, później występujący w roli prowadzących wyodrębnione pod tym względem seminarium, kładli nacisk przede wszystkim na poprawne stawianie pytań oraz rozumienie natury mediów dawniejszych oraz dzisiejszych. Prof. Gilbert Rodman (University of Minnesota), prowadzący seminarium zatytułowane „*New*” *media technologies*, próbował wraz z uczestnikami

odpowiedzieć na następujące pytania: czy nowe media przynoszą postęp, czy też rozbitcie, czy stawianie w opozycji technologii i kultury stanowi odpowiednią praktykę, niektóre założenia mówią bowiem, że technologia jest zła, wroga człowiekowi, a co za tym idzie niekompatybilna z kulturą. Rodman podkreślał, że uczeni wciąż szukają odpowiedniego języka opisu nowych mediów, a szukając ich pochodzenia, muszą uwzględnić także fakt, że postęp technologiczny zależy od warunków technicznych, te natomiast zależą najczęściej od polityki i ekonomii. W tym wszystkim bardzo ważne są wcześniejsze wynalazki, włącznie z papierem, pergaminem oraz prasą drukarską, ponieważ to właśnie one stanowiły niegdyś odpowiednik mediów elektronicznych. Rozwój technologiczny i coraz większe potrzeby komunikacyjne stwarzają natomiast coś, co moglibyśmy nazwać „kulturą technologiczną”. Zasięg mediów elektronicznych, zasięg technologii jest niewyobrażalny, przestrzeń nie stanowi już dzisiaj przeszkody dla komunikacji, stąd mogą się rodzić dalsze pytania o to, jak używamy najnowszych nośników informacji, jak wpływają one na użytkowników, kto bywa wykluczany, a kto włączany w proces komunikacyjny. Czy książka tradycyjna jest trwalszym medium niż książka elektroniczna? A może raczej należałoby zapytać, które medium stanowi lepszą formę ochrony danych? Co więcej, „przestrzenność” i design tzw. nowych mediów ma również kluczowe znaczenie dla wyszukiwania dzięki nim konkretnych danych. Musimy pamiętać o tym, że nowe media są często projektowane, aby naśladować media tradycyjne. W poszukiwaniu natury mediów ważne nie są w końcu pytania uniwersalne, ale bieżące w sensie czasowym i lokalne w sensie przestrzennym. Wiąże się to na przykład z kwestią tzw. otwartości mediów, tj. raczej z problemem władzy, która używa mass mediów do egzekwowania przestrzegania prawa albo narzucania prawa; na wczesnym etapie na przykład internet stanowił realne zagrożenie dla pewnych ośrodków władzy politycznej, handlowej i korporacyjnej. Dyskusję na temat mediów można także prowadzić z położeniem nacisku na to,

kto o nich mówi: czy człowiek Wschodu, czy też człowiek Zachodu; kto i jaki ma dostęp do technologii, wiedzy oraz danych.

Ilustrację badań podejmowanych w zakresie tzw. nowych mediów stanowił wykład prof. Carol Stabile (University of Oregon) na temat MMO, czyli *massively multiplayer online games*, niezwykle popularnych w Stanach Zjednoczonych gier komputerowych polegających przede wszystkim na włączaniu do gry bardzo wielu uczestników z różnych, nieraz bardzo odmiennych zapleczy społecznych. Podczas podejmowania wirtualnych interakcji, gracze mogą ukrywać swoją prawdziwą płęć, przez co dochodzi do mieszania się, a w związku z tym także i manipulacji tożsamością płciową graczy. Wszyscy uczestnicy gier MMO bazują bowiem na pewnej specyficznej praktyce „czytania płci”, którą determinują w pierwszym rzędzie takie wykładniki, jak: imię (nazwa), wygląd wirtualnej postaci, ton głosu, a w końcu specyficzny rodzaj technik komunikacyjnych przypisywanych tradycyjnie, czyli w prawdziwym świecie, męskości lub kobiecości osoby. Ponieważ każda kreacja postaci o cechach męskich lub kobiecych jest zależna od twórcy gry, jak również otoczenie i zaangażowane w grę obiekty są kreacją jego wyobraźni, następuje częste podszywanie się rzeczywistych męskich graczy MMO pod wirtualne postaci kobiece. Męscy gracze, kreujący silne postaci kobiece, kwestionują przez to tradycyjne postrzeganie kobiety jako jednostki słabej, wykorzystywanej przez mężczyzn, bazujących na ich emocjonalnej słabości, labilności i czegoś w rodzaju „nawiwości technologicznej”. Postaci typu „trolle” są postaciami, które łączą w sobie na przykład cechy obydwu płci, jest to więc rodzaj płciowej hybrydy, zamienianie płci jest natomiast rodzajem pułapki, jaką gracze na siebie nawzajem zastawiają. Różne gry mają w końcu różnorodne – rzec by można – środowisko kulturowe, stąd obecne w nich także różne sposoby zachowania oraz komunikowania się postaci, a poszczególne gry mają nawet hierarchie społeczne. Na podstawie badań przeprowadzanych w odniesieniu do uczestników gier MMO oraz samych „poszczególnych projektów” gier,

można powiedzieć, że obserwuje się zjawisko zacierania, a wreszcie znoszenia dominujących w rzeczywistości ideologii związanych z postrzeganiem i funkcjonowaniem poszczególnych płci, a jeśli chodzi o odkrywanie płci w sieci, to jest ona definiowana i ukazywana zupełnie inaczej niż w mediach tradycyjnych.

Problematykę mediów tradycyjnych, tj. telewizji, poruszały z kolei seminaria prof. Ursuli Ganz-Blättler z Università della Svizzera italiana w Lugano zatytułowane *Casted for Life* oraz *What Time's Got to Do With It. Storytelling and Popular Culture*. Szwajcarska uczona umiejętnie łączy w swoich badaniach perspektywy narratologiczne, stosując metody analizy narracyjnej do badań nad programami telewizyjnymi typu *Reality TV*. Okazuje się na przykład, że w procesie konstruowania programu z rodzaju *Reality TV* faza przygotowawcza naśladuje mechanizmy teatralne pod względem kolejnych trzech etapów, czyli doboru kandydatów do odegrania danej roli w programie (etap ten to tzw. *casting*), selekcji odpowiedniego miejsca do odegrania scen w programie (*staging*) oraz doboru odpowiedniego scenariusza do programu w celu uzyskania oczekiwanego efektu dramatycznego (*scripting*). Natomiast sam scenariusz tego typu widowiska odzwierciedla strukturalne ukształtowanie dramy, zbudowany jest bowiem na zasadzie piramidy Freytaga. Z kolei proces tworzenia i odbioru narracji scenariuszy programów typu *Reality TV* opiera się na teorii *Mimesis* Paula Ricoeura. W poszukiwaniu praktycznego potwierdzenia swych teorii prof. Ganz-Blättler sama uczestniczy w życiu wirtualnej społeczności fanclubów bohaterów telewizyjnych show, prowadząc także badania nad narracją z rodzaju *fan fiction*.

W połączonej perspektywie studiów kulturowych i medialnych, prof. Ted Stirpas (Indiana University w Stanach Zjednoczonych) omawiał zjawisko, które nazwał kulturą algorytmiczną (*algorithmic culture*). Poprzez odniesienie do sfery aktywności komputerowej, czyli obliczania, szacowania i klasyfikowania, Stirpas stwierdził, że użytkownicy nowych mediów projektują doświadczenie interakcji z me-

diami na doświadczenie rzeczywistej kultury poprzez klasyfikację i hierarchizację ludzi, miejsc, przedmiotów i idei. Bazując na pracach takich teoretyków studiów kulturowych, jak na przykład Raymond Williams, prof. Stirpas wychodzi od kontekstu semantycznego, z jakiego wyrosło wczesne dwudziestowieczne pojęcie kultury, kładąc szczególny nacisk na cztery kluczowe zagadnienia, tj. sztukę (*art*), klasę (*class*), demokrację (*democracy*) i przemysł (*industry*). Według Stirpasa w rozumieniu i tworzeniu teorii dotyczących dzisiejszej kultury, którą bezdyskusyjnie kształtuje dynamiczny proces technologiczny, może pomóc w dalszej kolejności odniesienie do pewnych pojęć z zakresu nauk socjologicznych oraz informatycznych, jak na przykład odniesienie do pojęcia tłumu (*crowd*) oraz pojęcia algorytmu (*algorithm*).

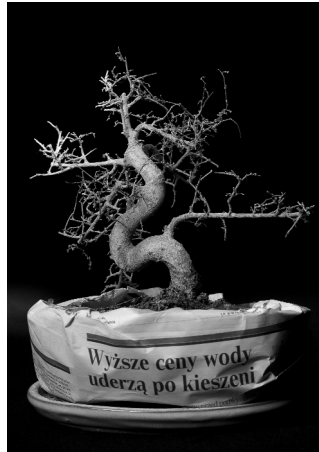
Na seminarium prof. Jana Heina Hoogstada (Universiteit van Amsterdam) zatytułowanym *Reading and Writing 101. Digital Literacy in the Humanities?* zastanawiano się nad problemem tzw. piśmienności cyfrowej, czyli użyteczności nowych mediów w prowadzeniu badań z zakresu nauk humanistycznych. Prof. Hoogstad wyszedł od znanego i coraz powszechniejszego podejścia badaczy, które mogłaby wyrażać swoista skarga typu: „Nikt już dzisiaj nie czyta książek”. Podejście to wynikałoby z kolei – zdaniem Hoogstada – z innego typu *cliché*, a mianowicie z przekonania w rodzaju: „Media nieustannie bombardują nas mnóstwem wiadomości, hałasu i obrazów. Przeładowanie nimi odstrasza ludzi od wzięcia dystansu, zdobywania wiedzy i krytycznej refleksji nad światem i ich własnym życiem, itd.”. Zaprezentowane stwierdzenia są w rzeczywistości wynikiem nadmiernego, w sensie przesadnego, a zarazem niewystarczającego zainteresowania mediami ze strony naukowców. Przesadnego, ponieważ krytyka mediów wynika z pewnej opozycji, w której człowiek jawi się jako niewolnik technologii, niewystarczającego zaś, ponieważ media wydatnie przekształcają praktyki czytania i pisanie, kojarzone z tradycyjną piśmiennością. Jednym z dominujących nieporozumień na temat nowych mediów

jest bowiem przekonanie, że bazują one na obrazie, a nie na tekście. W rzeczywistości obrazy medialne są wytworem milionów zakodowanych przez programistów znaków zapisanych w językach programowania. I choć kodowanie tego rodzaju nie czyni z innych praktyk piśmienności związanych z użyciem języka w ogóle czegoś przestarzałego, to jednak podtrzymuje proces ich powolnego zastępowania. W związku z tym także i humanistyka stanie przed wyzwaniem nowych zastosowań mediów do opisu teorii oraz zjawisk.

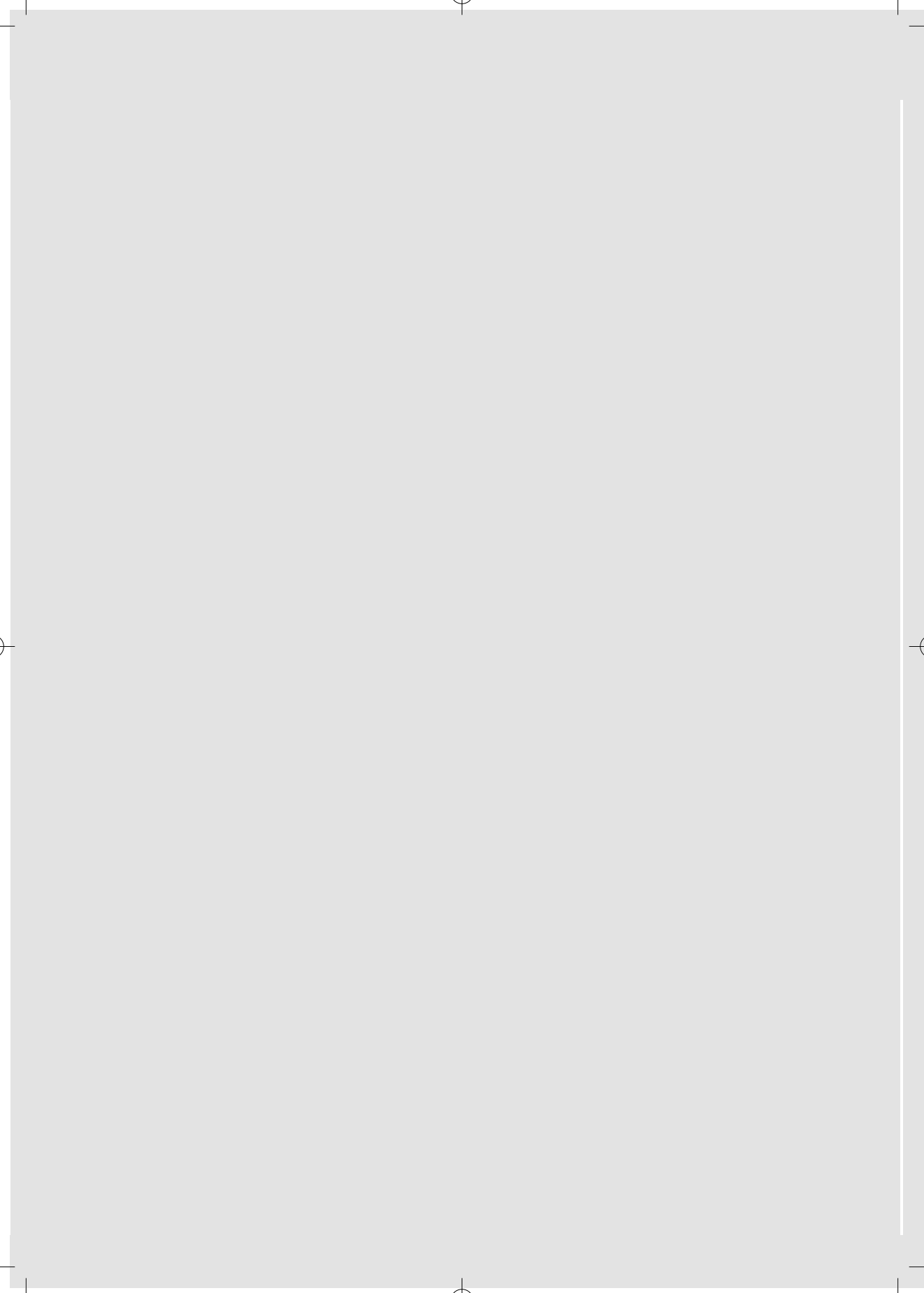
Spotkanie uczonych podczas 1st Summer Institute on Critical Literacies można podsumować w sposób następujący: wydaje się, że studia kulturowe, nie wyłączając studiów nad mediami, nadal są w „stanie definiowania samych siebie”, nadal więc poszukują perspektyw. Nie ma tutaj ustalonego, w znaczeniu jednolitego, przedmiotu badań, nie występuje uniwersalna metodologia. Studia kulturowe i medialne zapożyczają i twórczo przetwarzają różne poglądy, teorie i praktyki, odpowiadając specyficznie danej kultury, danego społeczeństwa lub grupy etnicznej oraz danego czasu i miejsca. Studia kulturowe niekoniecznie trzeba łączyć z instytucją uni-

wersytetu, chociaż uniwersytet umożliwia właśnie ze względów instytucjonalnych uprawianie tego rodzaju studiów. Studia kulturowe można określać na podstawie definicji samej kultury, którą w krajach anglojęzycznych rozumie się przynajmniej na trzy sposoby, tj. w kategoriach sztuki, edukacji, następnie zaś w kategoriach sposobu życia. Można w końcu poszukiwać pewnej wspólnoty dla zasad etycznych, estetycznych i intelektualnych, w których studia kulturowe i medialne jawiłyby się jako swoista „globalizacja wiedzy”. W wymiarze moralnym i społecznym zarazem, wydaje się, że poprzez studia kulturowe i publikacje na temat mediów, ludzie wciąż walczą o pokonanie uprzedzeń rasowych, seksistowskich i innych, starając się usankcjonować ową walkę za pomocą narzędzi naukowych. Prof. Mikko Lehtonen (University of Tampere) zaproponował, aby zastąpić podejście typu ksenofobia lub ksenofilia, w sensie nadmiernego lęku lub zbytnej otwartości na to, co odmienne w danej kulturze, przez postawę ksenosoficzną, dla której pojęcie „ksenosofia”, czyli „wiedza na temat tego, co obce” byłoby kluczowe w zrozumieniu tego, co swoiste, oraz tego, co odmienne.

Recenzje



Reviews



Terry Flew

Media globalne, przekł. Marta Lorek

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, 304 s.
ISBN 978-83-233-2885-8

Książka Terry'ego Flew, australijskiego badacza komunikowania i mediów z Uniwersytetu w Brisbane, stanowi przykład interdyscyplinarnego studium z obszaru mediów i kultury, która upowszechniana przez globalne media, jest z jednej strony nie tylko jego treścią, ale także instrumentem spotkania międzykulturowego¹. Autor przedstawia koncepcje oddziaływania globalnych mediów na międzykulturowy dialog, który współcześnie jest możliwy na wielu płaszczyznach, nie tylko poprzez międzynarodowe przepływy ludzi i kapitału (migracje, turystyka, kontakty biznesowe), ale także wyłanianie się hybrydowej globalnej kultury. Koncepcja hybrydowości wobec dawnej teorii „wyższości kulturowej” sugeruje, że „globalizacja nie tylko nie niszczy tożsamości kulturowej, lecz stanowi jeden z najważniejszych czynników sprzyjających tworzeniu się i rozprzestrzenianiu tej tożsamości” (s. 189).

Media globalne oparte są na fundamentalnym założeniu, że to one właśnie – dzięki nowoczesnym technologiom – odgrywają zasadniczą rolę w procesach globalizacji współczesnych społeczeństw. Nowe technologie, sprzyjające ponadgranicznym przepływowi zawartości mediów, powodują zaś dwa rodzaje skutków: postępującą deterytorializację mediów oraz destabilizację dotychczasowych metod kontroli i władzy nad mediami. W nowej gospodarce „głębokich współzależności”, opartej na technologiach komunikacyjnych, nazwanej przez Manuela Castellsa gospodarką „informacyjną, globalną i usieciowioną”², to informacja

i wiedza stają się kluczowe dla rozwoju ekonomicznego. Motorem rozwoju gospodarczego stają się innowacyjne „wylęgarnie pomysłów”³, które powodują powstawanie globalnych technopolii (ośrodków naukowo-badawczych jak Dolina Krzemowa w Kalifornii, Kanton w Chinach) wraz z rosnącą rolą wielu metropolii (Nowy Jork, Londyn, Paryż, Tokio, Singapur). Te właśnie „węzły” stanowią centralne punkty globalnej sieci (s. 65). Mogą być one usytuowane w wielu punktach globu, więc perspektywa dominacji jednej kultury (państwa, cywilizacji) staje się coraz bardziej anachroniczna.

Punktem wyjścia rozważań autora *Mediów globalnych* jest analiza natury teoretycznej, określająca podstawowe pojęcia związane z mediami oraz ich relacje ze światem polityki, gospodarki i kultury. Zwłaszcza ta ostatnia perspektywa w dużej mierze dominuje w warstwie opisowej oraz teoretycznej całej książki. W rozdziale pierwszym, prezentującym rynki oraz organizacje medialne w kontekście ich działalności wyznaczanej przez perspektywę globalizacji, autor zauważa, że kultura staje się w coraz większym stopniu uzależniona od przekazu medialnego (s. 29), a media (środki informacji i komunikowania) stają się instrumentem sprawowania władzy symbolicznej (s. 6–7). Jednocześnie, w kontekście toczących się debat w różnych środowiskach na temat zmiany form relacji społecznych oraz nowych praktyk medialnych, duże znaczenie dla kultury i dla społeczeństw na całym świecie ma obe-

¹ J. Mikułowski-Pomorski, *Jak narody porozumiewają się w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków 2007, s. 28 i n.

² M. Castells, *Spoleczeństwo sieci*, Warszawa 2007, s. 85–86.

³ Tamże, s. 72.

cny etap przejścia od „starych” do „nowych” środowisk medialnych (s. 29).

W rozdziale drugim dokonany został przegląd teorii globalnych mediów oraz ich krytyczna analiza, zarówno z pozycji zwolenników koncepcji „silnej globalizacji”, jak i jej przeciwników. Autor przedstawia dwa wpływowe paradygmaty w naukowej refleksji na temat współczesnych globalnych mediów (krytycznej ekonomii politycznej i studiów kulturowych) oraz omawia cztery alternatywne podejścia, a mianowicie: instytucjonalizm, studia polityki kulturalnej, geografii kulturowej i gospodarczej oraz teorie globalizacji (s. 35). Zderza w nich dobrze znane idee „imperializmu kulturowego”, zdefiniowanego przez Herberta Schillera, a odnoszącego się głównie do „miękkiej władzy” Stanów Zjednoczonych w globalnej kulturze (s. 38–39), z koncepcjami nowego światowego podziału pracy na rynku kulturalnym (s. 43). Media globalne funkcjonują dziś poza państwami w zakresie finansowania, produkcji, dystrybucji, jak i odbioru, a praktyki kulturalne nadal wykazują silne tendencje do lokalnego i kulturowego zróżnicowania, co neguje ideę dominacji zglobalizowanej, homogenicznej, masowej kultury popularnej (s. 48). Z rozważań autora wynika, że to raczej hybrydyzacja kultury, a nie jej homogenizacja jest cechą charakterystyczną obecnej fazy rozwoju kultury globalnej (s. 49).

Rozdziały trzeci i czwarty poświęcone są różnym aspektom teoretycznym i praktycznym związanym z globalizacją mediów oraz globalnych sieci produkcyjnych czy też tzw. przemysłów kulturowych. Autor rozwija tu pewne wątki z poprzedniego rozdziału, wzbogacając je o istotne rozważania związane choćby z krytyczną oceną dotyczącą dyskusji na temat charakteru i faktycznej skali działania międzynarodowych korporacji medialnych. Posługując się tzw. wskaźnikiem transnarodowości stara się rozwiać nieco utrwalony w powszechnej świadomości mit o potęgach wielkich korporacji medialnych, wskazując, że sam fakt, iż spółka jest dużą korporacją w skali światowej, nie oznacza wcale, że jest ona korporacją zglobali-

zowaną (s. 83). Dane empiryczne wskazują na istnienie obecnie tylko jednej prawdziwie globalnej korporacji medialnej, którą stanowi News Corporation i spółki powiązane Ruperta Murdocha (s. 101), a reszta to spółki amerykańskie, europejskie czy japońskie działające na rynkach międzynarodowych (s. 96). Wskazuje jednocześnie, że globalne media komercyjne odgrywają kluczową rolę nie tylko w przekazie informacji i programów, ale w sprzedaży dóbr i usług poprzez udział w reklamie i promocji (s. 83). Odgrywają więc, pod wieloma względami, rolę „nowych misjonarzy” (s. 83) globalnego kapitalizmu (określenie przedstawicieli teorii krytycznego kapitalizmu), ale lokalny biznes nie zawsze na tym traci, ponieważ wejście na rynek nowych graczy podnosi, a nie obniża, jego konkurencyjność (s. 97). Dochodzi do tego deregulacja rynków medialnych oraz pragmatyczne podejście państw tradycyjnie chroniących własne rynki (jak Chiny, które przystąpiły do WTO⁴), co składa się na obraz bardziej konkurencyjnej niż kiedykolwiek światowej gospodarki, w której liczą się w coraz większym stopniu aktywa niematerialne (s. 109).

W rozdziale piątym dokonana została analiza różnych koncepcji kultury w epoce globalizacji, jej związków z budowaniem (lub utratą) poczucia tożsamości oraz hybrydowej natury, wynikającej z połączenia globalnych treści i form z lokalnym kolorytem. Globalny przepływ idei programowych (tzw. formatów), które mogą być stosowane na różnych rynkach narodowych, zwykle poddawany jest procesowi „kulturowej adaptacji i ulokowania” (s. 161). Na skutek działania globalnych mediów powstaje nowa relacja między aspektami globalnymi i lokalnymi kultury, której efektem jest „ekonomicznie rentowna hybrydowa forma kulturowa, w której wymiar lokalny i globalny są ze sobą nierozzerwalnie związane” (s. 169). Warto w tym kontekście przytoczyć opinię Zygmunta Baumana na temat zawartości globalnych mediów, która jest dzisiaj dla globalnego społeczeństwa konsumentów „składnicą przeznaczonych do konsumpcji towarów”,

⁴ Światowa Organizacja Handlu utworzona w 1994 r., z siedzibą w Genewie.

a przynależność oznacza nie więcej jak „maksymalną tolerancję i minimalną wybredność. [...] zasadą wyższości kulturowej jest wszechkożerność – i zachowywanie się w każdym środowisku kulturowym jak w domu”⁵. Nie dziwią więc w tym kontekście przykłady z książki *Flew: boom* na filmy południowokoreańskie, wzorowane na hollywoodzkich konwencjach filmowych (s. 178–180), sukces „uniwersalnego” kina chińskiego (znane filmy jak *Dom latających sztyletów*, *Przycajony tygrys*, *ukryty smok*) czy też powstanie *canto-popu* jako globalnej odmiany muzycznej (s. 187–188).

Nowa perspektywa, w jakiej działają media, wymaga także odmiennej niż dotychczas polityki medialnej, zarówno na szczeblu narodowym, jak i ponadpaństwowym. W ostatnim, szóstym rozdziale autor ukazuje dylematy narodowych polityk kulturalnych: jak regulować przepływy treści medialnych w sytuacji nowych technologii, które nie znają granic? Czy państwo powinno ograniczyć się tylko do wsparcia przemysłów kreatywnych (państwo wspomagające) czy też do aktywności w sferze kultury (państwo regulacyjne)? Państwo regulacyjne zachowało swoje prerogatywy w zasadzie głównie w odniesieniu do nadawców publicznych (s. 201), podczas gdy z nadawcami komercyjnymi relacje przybrały formę umowy społecznej w celu ochrony interesu publicznego (s. 203), zauważa autor. Jednakże nie oznacza to zaniku polityk kulturalnych opartych na protekcyjnym podejściu, czego przykładem jest Unia Europejska⁶, a państwa zaczęły postrzegać konieczność narodowych polityk także w sferze internetu. Autor przedstawia trudności choćby w prowadzeniu polityki kulturalnej (i medialnej) na szczeblu międzynarodowym, pomimo starań różnych organizacji, w tym zwłaszcza UNESCO. Walka o zachowanie różnorodności kulturowej (czego przykładem może być właśnie raport UNESCO na temat globalnego komunikowania *Many Voices, One World*, z 1980 r.) zderza się z liberalnymi koncepcjami wolnego handlu forsowa-

nymi przez WTO przy wsparciu Stanów Zjednoczonych jako zwolennika globalnej doktryny swobodnego przepływu informacji (s. 237–238). Konflikt ten uwidacznia się zwłaszcza na forum kolejnych spotkań Światowego Szczytu Społeczeństwa Informacyjnego⁷.

Książka Terry’ego Flew stanowi studium rozległe tematycznie, wielowątkowe, obfitujące w szczegóły oraz wiele istotnych obserwacji, zarówno natury teoretycznej, jak i przykładów z wielu krajów, także z rodzimej Australii oraz z regionu Azji i Pacyfiku. Stanowi to jednocześnie jej silną i słabą stronę. Może zainteresować bowiem zarówno medioznawców, jak i politologów i kulturoznawców, a nawet ekonomistów, autor imponuje bowiem umiejętnością poruszania się w różnych obszarach wiedzy. Z powyższych powodów książka wymaga uważnej lektury oraz umiejętności selekcji, ponieważ te same wątki niejednokrotnie powtarzają się w różnych kontekstach, co powoduje, że czytelnik może poczuć się czasem zagubiony lub też nie do końca usatysfakcjonowany.

Media globalne można potraktować jako głos w debacie między przedstawicielami teorii silnej globalizacji mediów i kultury z jej sceptykami, starcia koncepcji homogenizacji kultury, jej „mcdonaldyzacji” i dominacji „globalnego Hollywood” *versus* idei hybrydyzacji kultury i nowego światowego podziału pracy na rynku kulturalnym (s. 91). Monografia Terry’ego Flew zasługuje na uważną lekturę także z powodu ukazania nowych perspektyw i możliwości rozwoju przemysłów kreatywnych i medialnych w różnych regionach świata. Spod warstwy analizy teoretycznej, jak i prezentowanych przykładów, wyłania się ciekawe studium natury współczesnych procesów globalizacji mediów, które sprawiają, że informacja, wiedza i kultura stają się wspólną przestrzenią nas wszystkich, użytkowników tychże mediów i zarazem mieszkańców wielowymiarowej cyberprzestrzeni.

Alicja Jaskiernia

⁵ Z. Bauman, *Kultura w płynnej nowoczesności*, Warszawa 2011, s. 28.

⁶ K. Williams, *Media w Europie*, Warszawa 2008, s. 150 i n.

⁷ K. Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2010, s. 213–220.

Bogusława Dobek-Ostrowska
Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2011, 224 s.,
ISBN 978-83-229-3183-7

Bogusława Dobek-Ostrowska jest znanym badaczem mediów i komunikowania politycznego, stąd nowa książka tej autorki pod wielce obiecującym tytułem *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach* niewątpliwie spotka się z zainteresowaniem ze strony zarówno teoretyków, jak i praktyków polskiego życia politycznego. Praca podejmuje bowiem problematykę wzajemnych relacji między światem mediów i światem polityki, ich złożonego charakteru oraz w konsekwencji wpływu na kształt obu systemów: politycznego i medialnego.

Autorka odwołuje się do osiągnięć teoretycznych dotyczących modeli systemów medialnych Daniela C. Hallina i Paola Manciniego, a także innych uznanych autorytetów, m.in. Jaya G. Blumlera i Michaela Gurevitcha. Uwzględnia też dorobek teoretyków z Europy Środkowej i Wschodniej, m.in. Slavko Splichala i Karola Jakubowicza (s. 14–15). Narracja naukowa książki oparta jest na konfrontacji koncepcji doktrynalnych, dotyczących mediów we współczesnym społeczeństwie, z analizą polskiej rzeczywistości medialnej, wynikającą z przeprowadzonych badań własnych oraz przy wykorzystaniu empirycznych wyników badań naukowych innych badaczy, m.in. z Uniwersytetu Wrocławskiego, co wymaga szczególnego podkreślenia. Polski system medialny jest w książce ukazany w kontekście badań europejskich i światowych, a zastosowanie metody analizy porównawczej podnosi jej wartość i umożliwia zrozumienie faktu, że rozwój polskich mediów jest elementem zjawisk zachodzących w skali globalnej.

Autorka podjęła próbę odpowiedzi na pytania: Ile jest mediów w polityce? Ile jest polityki w mediach? Twórczo rozwinęła podejście Hallina i Manciniego¹ w odniesieniu do paralelizmu politycznego (pozwalającego na wyjaśnienie, co politycy robią z mediami), profesjonalizmu dziennikarskiego (pozwalającego na wyjaśnienie, co media robią z polityką) oraz mediatyzacji polityki (kwestia zawartości mediów i ich dystansu do władzy).

Praca nie dotyczy całego złożonego systemu medialnego, co było przedmiotem wcześniejszych opracowań autorki, koncentrując się na jednym fragmencie, jakim jest reakcja „jądra” systemu z aktorami politycznymi ulokowanymi na rynku wtórnym (s. 13). Aktorzy polityczni (s. 64), którzy obok mediów stanowią silne ogniwo procesu komunikowania politycznego, usiłują bowiem narzucać mediom własną agendę, kreując pożądaną zawartość informacyjną oraz wizerunek ugrupowania politycznego lub poszczególnych polityków. Przedmiotem rozważań autorki są następujące problemy koncentrujące się wokół relacji świata mediów z aktorami politycznymi: polscy dziennikarze i ich kultura zawodowa (rozd. 1); media masowe w logice aktorów politycznych (rozd. 2) oraz mediatyzacja polityki – dziennikarze i politycy w procesie tworzenia zawartości mediów (rozd. 3).

Autorka przyjęła założenie, że Polska jest przykładem mieszanki cech występujących w modelu spolaryzowanego pluralizmu (stronniczość, kontrola nad mediami publicznymi)

¹ D.C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007.

oraz modelu liberalnego² (autonomiczne media prywatne), przy czym w polskim systemie medialnym miejsce paralelizmu politycznego zajmuje instrumentalizacja polityczna i/lub ekonomiczna (s. 171). Nagłośnienie polityki oscyluje między dwiema logikami – partyjną i mediów, przejawiając się w coraz powszechniejszym traktowaniu polityki jako teatru politycznego i spersonalizowanym wyścigu konkurentów, typowym dla modelu liberalnego oraz modelu demokratycznego korporacjonizmu (s. 172). Specyfiką Polski, która wyraźnie korzystnie wyróżnia polski rynek medialny na tle innych krajów w Europie Środkowej, jest stosunkowo niski udział kapitału zagranicznego w mediach. W konsekwencji, jak zauważa autorka, w krajach po transformacji systemowej z 1989 r., w których zasadniczą część głównych mediów należy do zagranicznych inwestorów, w efekcie dominują media rozrywkowe, a nadawcy i wydawcy nie inwestują w media informacyjne czy też ekonomiczne (s. 169).

W rozdziale pierwszym, poświęconym kwestii kultury zawodowej polskich dziennikarzy, a istocie także kwestii autonomii dziennikarskiej oraz instrumentalizacji mediów, autorka konstatuje, że na zawód ten wpływają silnie dwa czynniki: instrumentalizacja polityczna i ekonomiczna. Analiza przeprowadzona na tle modeli skonstruowanych z zastosowaniem wielowymiarowych kryteriów (s. 27), jak stosunek do władzy, nastawienie na realizację interesu obywateli, obiektywizm czy idealizm w osiaganiu celów, prowadzi ją do wniosku, że „konsekwencją instrumentalizacji politycznej jest polityzacja mediów, ekonomicznej zaś – komercjalizacja” (s. 55). Na gruncie polskim zaś polityczna instrumentalizacja jest szczególnie groźna, bo „silnie utrwalona w polskiej tradycji”, co jest szczególnie widoczne w obszarze mediów publicznych (s. 55). Diagnoza stanu polskiej kultury dziennikarskiej nie jest jednoznacznie pesymistyczna, ponieważ „ewoluuje [ona] i modernizuje się pod wpływem globalnych trendów rozwojów”, które – jak zauważa autorka – przynoszą dobre, ale i złe wzor-

ce (deprofesjonalizację, tabloidyzację, sensacjonalizm). Polscy dziennikarze nadal też dalecy są od obiektywizmu i choć postrzegają swój zawód w kategoriach służby społecznej, to paradoksalnie uważają, że wymaga to od nich „osobistego zaangażowania w polityczny bieg wydarzeń” (s. 63).

W rozdziale drugim autorka usiłuje odpowiedzieć na pytanie, czy i w jakim stopniu rozwinął się w Polsce paralelizm polityczny i czy w relacjach między partiami politycznymi i mediami występują cechy zbliżone do modelu spolaryzowanego pluralizmu (s. 112). Relacje między nimi poddała autorka analizie na dwu poziomach: z punktu widzenia uczestników sceny politycznej, to jest polityków i partii politycznych oraz z perspektywy samych mediów – ich właścicieli, wydawców i dziennikarzy. Logika partyjna i logika mediów oddziałują na siebie wzajemnie, odciskając się na wartości mediów i wpływając na zachowania aktorów politycznych. Logika partyjna ujawnia się tam, gdzie media są słabe, a partyjni spin-doktorzy adaptują logikę mediów do własnych potrzeb. Tak dzieje się także w dojrzałych demokracjach (Włochy, Hiszpania), gdzie wysoki paralelizm polityczny idzie w parze z niskim profesjonalizmem dziennikarskim (s. 67). Media autonomiczne, w których pracują profesjonalni dziennikarze nieczuli na zabiegi polityków, potrafią zachować silną pozycję wobec aktorów politycznych (s. 66).

W Polsce można zauważyć występującą stronniczość mediów, spotykaną także w innych systemach medialnych państw demokratycznych, ale nie można mówić o upartyjnieniu systemu medialnego, ani też o wysokim poziomie paralelizmu politycznego. Autorka podkreśla, że w Polsce „żadna partia nie jest właścicielem gazety, stacji radiowej czy telewizyjnej”, chociaż „wysoki poziom upartyjnienia” w sensie „dobrowolnego związku medium z partią polityczną” jest często spotykany i obejmuje media „ideologiczne” o jasno określonej linii redakcyjnej (s. 80). Niski poziom upartyjnienia cechuje najczęściej tabloidy

² Na temat powyższych modeli zob. tamże.

i media rozrywkowe, których politycy interesują w roli celebrytów lub jako potencjalne źródło skandali (s. 81).

Jednakże paralelizm polityczny, który ma oparcie głównie w stabilnym systemie partyjnym, w Polsce nie rozwinął się, zdaniem autorki, zbyt silnie (s. 112), a to dzięki słabym jeszcze partiom, które nie wytworzyły relacji i ścisłych powiązań opartych na zażyłości na gruncie prywatnym polityków i właścicieli mediów, jak to ma miejsce we Francji czy Wielkiej Brytanii, nie mówiąc już o Włoszech. Polskie media są bardzo zróżnicowane w relacjach z politykami, chwiejne w sympatiach i koniunkturalne. Ogólnopolskie media komercyjne wypracowały nawet polityczną autonomię i dominuje w tym segmencie logika mediów, co oznacza zależność raczej od presji ekonomicznej ze strony właścicieli i reklamodawców. Tylko media publiczne „okazały się słabe i przegrały walkę o niezależność” (s. 113). Autorka zauważa, model brytyjskiej BBC, wobec upartyjnienia zarówno KRRiT, jak i publicznej telewizji i radia, ma nikłe szanse na realizację (s. 100). Kontrola państwa może być ograniczana tylko tam, gdy zarządzający mediami i personel mediów są tak silni, że może nawet dochodzić do ich otwartych konfliktów na forum publicznym (s. 101).

Mimo wszystko autorka wskazuje, że polski system medialny, aczkolwiek ze stroniczymi mediami i niską autonomią mediów publicznych, nie wykazuje jednakże cech wysokiego paralelizmu politycznego. Przywołuje też w tym kontekście stwierdzenie Manciniego³, że w dobie fragmentacji mediów rośnie ich zaangażowanie polityczne, a neutralność staje się anachronizmem. Widać to także w niedysiejszym bastionie obiektywnego dziennikarstwa, czyli w Stanach Zjednoczonych, gdzie nowe standardy dziennikarskie wprowadził do świata wielkich mediów kanał Ruperta Murdocha Fox News⁴.

Mediatyzacja polityki jako kategoria związana z nagłośnieniem polityki w mediach oraz stronniczością mediów (lub jej brakiem) jest przedmiotem rozważań autorki w rozdziale trzecim. Autorka analizuje konsekwencje mediatyzacji polityki, które są następstwem sytuacji, kiedy nad dyskursem politycznym zaczyna dominować „logika mediów komercyjnych oparta na spektakularyzacji komunikowania politycznego”. Oznacza to oczywiście głęboką zmianę – obserwowaną już w Polsce – w formach komunikowania politycznego, którym zaczynają rządzić strategie marketingowe oraz specjaliści od politycznego public relations (spin-doktorzy, sondażownie, rzecznicy prasowi). Taka kolonizacja polityki przez media stimuluje rozwój konsultingu politycznego (s. 117), niekoniecznie zaś służy prawdziwej merytorycznej debacie publicznej. Jak bada się w związku z tym poziom mediatyzacji i jak na tym tle prezentuje się polska polityka? Autorka przedstawia tu wyniki badań polskich mediów z okresu wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2009 r., z których wynika, że Polska znalazła się w środku skali, jeśli chodzi o liczbę i długość wypowiedzi polityków (*ink/sound-bites*), wysoki poziom widoczności dziennikarskiej (najwyższy odsetek materiałów typu *stand up*) oraz liczby newsów, w których dziennikarze podsumowują materiał lub komentują wypowiedzi polityków (*wrap-up*). Również badania nagłośnienia polityki, zwłaszcza podczas kampanii wyborczych, pozwoliły autorce na sformułowanie tezy o dość wysokim (powyżej średniej europejskiej) usytuowaniu Polski jako kraju, w którym nastąpiło „uramowanie polityki jako gry” oraz jako wyścigu o władzę (*horse-race*), w którym media koncentrują się nadmiernie na sondażach (s. 122). Obserwowane tendencje mediatyzacji polityki w Europie można śledzić na wielu przykładach, od Francji⁵ po skrajny przykład włoskiego systemu medialnego z premierem

³ Polska *śródziemnomorska*. Rozmowy Żakowskiego, „Polityka” 2011, nr 6, s. 19–21.

⁴ W. Wanta, *Fox News and the polarization of attitudes in the U.S.*, „Central European Journal of Communication” Vol. 1 (2008), nr 1, s. 111–122.

⁵ N. Klawitter, S. Simons, *Sarkozy Moves to Control French Media. The New Paris Reality Show*, www.spiegel.de/international/europe/0,1518,565062,00.html [dostęp: 18.10.2011].

Berlusconi, będącym jednocześnie właścicielem największego w tym kraju koncernu medialnego⁶. W Polsce istotny wpływ na mediatyzację polityki w mediach opiniotwórczych wywarła katastrofa smoleńska, w której wyniku – jak zauważa autorka – nastąpiła ostra polaryzacja sceny politycznej znajdująca do dziś swe odbicie w mediach oraz w kulturze dziennikarskiej (s. 172).

Książka prof. Dobek-Ostrowskiej nie tylko zawiera wiele nowych, cennych informacji wynikających z badań empirycznych i głębokiej wiedzy autorki, ale przynosi istotne obserwacje i opinie jej samej na temat relacji polityki i mediów. Godne podkreślenia jest to, że główne konkluzje oparte są nie tylko na obserwacjach teoretycznych, ale uwzględniają wyniki aktualnych badań empirycznych. Autorka należy do wybitnych znawców systemów medialnych

oraz komunikowania politycznego, a szeroka wiedza porównawcza umożliwiła jej dokonanie syntezy, możliwej dzięki dojrzałości poznawczej i umiejętności rzetelnego i oryginalnego generalizowania zjawisk. Książka w sposób nowatorski wzbogaca wiedzę o współczesnym systemie medialnym w Polsce, w tym o mechanizmach polityki w kontekście relacji z mediami oraz wykształcaniu się nowej kultury dziennikarskiej w warunkach konsolidacji demokracji z jednej strony oraz silnej presji ekonomicznej z drugiej. Można ją uznać za jedną z najważniejszych obecnie publikacji na polskim rynku w tym zakresie, a więc niejako lekturą obowiązkową dla wszystkich badaczy polityki oraz mediów, nierozzerwalnie – jak wynika z rozważań autorki – ze sobą związanych.

Alicja Jaskiernia



Media lokalne w Szczecinie. Raport z badań mediów lokalnych w Szczecinie w 2010 r.

pod red. Jana Kani i Roberta Cieślaka

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, 316 s., ISBN 978-83-7241-827-2

Media lokalne, niezwykle dynamicznie rozwijające się po roku 1990, budzą coraz większe zainteresowanie nie tylko medioznawców, ale również przedstawicieli innych dyscyplin naukowych, a zwłaszcza politologów, językoznawców, psychologów, kulturoznawców, prawników itd. W przypadku medioznawców można już mówić o ukształtowaniu się dość licznej grupy badaczy specjalizujących się w tej problematyce i o kilku wiodących ośrodkach akademickich, w których badania z tego zakresu są najbardziej zaawansowane. Jeden z nich tworzą pracownicy uczelni szczecińskich –

w szczególności z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Humanistycznej TWP, a także Zakładu Mediów i Komunikowania oraz Instytutu Polonistyki i Kulturoznawstwa Uniwersytetu Szczecińskiego – którzy zajmują się mediami lokalnymi i środowiskowymi w województwie zachodniopomorskim. Warto dodać, że badania na ten temat są prowadzone od paru lat, a ich efekty – prezentowane podczas kolejnych, regionalnych konferencji naukowych oraz publikowane w wydawnictwach pokonferencyjnych. Pierwsza konferencja, pod nazwą Zachodniopomorskie

⁶ M. Hibberd, *The Media in Italy*, Luton 2008.

Forum Mediów Masowych, odbyła się w 2008 r. i dotyczyła wpływu oraz roli mediów – w tym również mediów lokalnych – w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego regionu. Z kolei w 2009 r. przedmiotem badań – potraktowanych jako pilotażowe – były media lokalne w powiecie polickim. W obu przypadkach wyniki badań – w postaci referatów i komunikatów naukowych – zostały opublikowane.

Natomiast w 2010 r. badaniami objęto wyłącznie media lokalne (miejskie) w Szczecinie, planując w następnych latach identyczne badanie mediów lokalnych w Koszalinie oraz w innych powiatach województwa. Omawiana książka jest – zgodnie z podtytułem – naukowym raportem z tych badań. Na jej zawartość składa się 14 tekstów, przygotowanych głównie przez pracowników Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej WSH TWP, a także pracowników różnych wydziałów i jednostek Uniwersytetu Szczecińskiego – Wydziału Teologicznego, Wydziału Humanistycznego, Zakładu Mediów i Komunikowania, Zakładu Etnolingwistyki i Kultury Języka oraz Instytutu Polonistyki i Kulturoznawstwa. Można więc mówić nie tylko o interdyscyplinarności badań zrealizowanych w 2010 r., ale także o różnorodnym ujęciu tematu funkcjonowania szczecińskich mediów lokalnych oraz o zróżnicowanych narzędziach badawczych i kryteriach, które wykorzystano do ich analizy i oceny.

Na strukturę recenzowanej książki składają się trzy części, dzięki czemu jest ona przejrzysta i wewnątrznie uporządkowana. Warto to podkreślić, ponieważ autorzy i redaktorzy wielu pokonferencyjnych opracowań zbiorowych nie zawsze o tym pamiętają, co w konsekwencji sprawia, że publikacje mają wyłącznie „zsympowy” charakter. W części pierwszej (pt. *Typologia i organizacja mediów*) znajduje się sześć artykułów, w których zostały przedstawione różne kategorie szczecińskich mediów lokalnych (m.in. pisma parafialne, media szkolne i akademickie, lokalne pisma internetowe). W części drugiej (pt. *Tematy – gatunki – kampanie*) jest pięć artykułów, których autorzy prezentują bądź wyniki analizy zawartości periodyków lokalnych, bądź zasad doboru i prak-

tycznego wykorzystania przez dziennikarzy różnych gatunków i form wypowiedzi. W przypadku analizy zawartości chodzi m.in. o tematykę kulturalną, udział w kampaniach wyborczych, problem lokalności itd. Natomiast w części trzeciej (pt. *Wybrane problemy środowiska dziennikarskiego*) są wprawdzie tylko trzy artykuły, ale dotyczą problemów niezwykle ważnych i rzadko podejmowanych, m.in. kompetencji zawodowych dziennikarzy prasy szczecińskiej (ocena stanu wiedzy, warsztatu, etyki itd.), a także ich sprawności językowej, stopnia profesjonalizacji zespołów redakcyjnych i dziennikarstwa obywatelskiego.

Warto podkreślić, że prawie wszystkie teksty odznaczają się wysokim poziomem merytorycznym i mają dużą wartość poznawczą. Różnią się jednak charakterem i sposobem ujęcia omawianego problemu badawczego. Niektórzy autorzy koncentrują się bowiem na charakterystyce (opisie) i klasyfikacji danej kategorii pism, co sprawia, że artykuł ma przede wszystkim charakter materiałowy (opisowy), a jego wartość polega na tym, że może stanowić wystarczającą bazę materiałową do dalszych badań; jako przykład może posłużyć m.in. interesujący artykuł Grzegorza Wejmana o pismach parafialnych w Szczecinie (pt. *Pisma parafialne w Szczecinie*). Można wprawdzie zarzucić autorowi brak jednolitych kryteriów charakterystyki pism kościelnych, co sprawia, że niektóre pisma opisane są obszernie i dość szczegółowo (np. „Bóg Jest Miłością”, „Studnia Jakubowa” czy „Jestem”), inne zaś – bardzo powierzchownie i fragmentarycznie (np. „Gaudium”, „Hetmanka” czy „Głos św. Maksymiliana”), ale dobrze, że w ogóle taki rejestr pism wydawanych przez szczecińskie parafie został sporządzony (co na pewno nie było łatwe i wymagało od badacza ogromnego wysiłku).

Ale są też teksty typowo analityczne, których autorzy – posługując się metodą analizy zawartości – próbują określić sposoby przedstawiania jakiegoś konkretnego problemu na łamach wybranych mediów szczecińskich w określonym czasie. Przykładem takiego podejścia badawczego może być m.in. artykuł Roberta Cieślaka (pt. *Lokalność szczecińska w zachodniopomorskiej prasie regionalnej*), w którym autor – wykorzystując

wyniki analizy treści trzech dzienników regionalnych – dowodzi empirycznie, jak różne jest zainteresowanie redakcji tych pism sprawami miasta i jego mieszkańców. Tym samym odpowiada na najważniejsze pytanie: na czym polega i jak w praktyce redakcyjnej rozumiane jest obecnie pojęcie lokalności? Nie ulega wątpliwości, że dla przyszłości prasy regionalnej i lokalnej jest to sprawa podstawowa. Warto zresztą przytoczyć fragment odautorskiego podsumowania wyników badań, które potwierdziły hipotezę badawczą o różnych strategiach poszczególnych redakcji w odniesieniu do sposobu pisania o sprawach lokalnych. „Można przyjąć – stwierdza Cieślak – że największą różnorodnością (w tym także rozległością i kompletnością) przy jednoczesnym, względnie proporcjonalnym nasyceniu oferty czytelniczej tematyką lokalną charakteryzuje się szczecińska mutacja »Gazety Wyborczej«. Jednocześnie największe bezwzględne nasycenie problematyką lokalną wykazuje »Kurier Szczeciński«. Profil tego tytułu ustanawia dominacja problematyki kulturalnej (wraz z naukową) oraz infrastruktury komunalnej (wraz z problematyką estetyki miasta). »Głos Szczeciński. Dziennik Pomorza Zachodniego« redagowany jest głównie z myślą o czytelniku interesującym się sportem, w następnej kolejności kulturą, nauką oraz konkretnymi sprawami bytowymi. Na uwagę zasługuje wyraźna strategia redakcyjna, w której przyjęto odrębne kolumny, zawierające artykuły o charakterze interwencyjnym [...], jak również bezpośrednio prezentujące blaski i cienie egzystencji czytelników »Głosu« [...]. Założenie intensywnego kontaktu z czytelnikiem prowadzi także do decyzji o silnym zlokalizowaniu problematyki, sięgającym do drobnych, choć kłopotliwych dla pojedynczego człowieka spraw i zdarzeń rozgrywających się w skali poszczególnych dzielnic miasta. W wyborze tej strategii widać wyraźnie efekt synergii, powstający w wyniku bliskich relacji (redakcyjnych i wydawniczych) z bezpłatnym tygodnikiem »MM Moje Miasto« [...]. W badanym materiale zwraca uwagę znikome nasycenie wydarzeniami o charakterze ekonomiczno-gospodarczym czy dotyczącym rozwoju przedsiębiorczości. Nie zaobserwowano także odrębnych artykułów, które poświęcone byłyby

problemom turystyki w mieście». Nawiasem mówiąc, dobrze byłoby przeprowadzić identyczne badania zawartości za rok lub dwa, by wskazać ewentualne tendencje w strategii postępowania poszczególnych redakcji. Dobrze byłoby też przeprowadzić równoległe badania opinii czytelników, by móc określić ich zdanie w tej kwestii.

Spośród opublikowanych artykułów jeszcze co najmniej dwa zasługują na dokładniejsze omówienie. W pierwszym z nich (*Panorama prasy lokalnej w Szczecinie*), autorstwa Jana Kani, znajdują się wyniki analizy ilościowej i jakościowej szczecińskiego rynku prasowego. Są to m.in. bardzo ciekawe dane dotyczące liczby tytułów ogólnopolskich rozpowszechnianych w Szczecinie, czyli znajdujących się w ofercie kolporterskiej i dostępnych w sprzedaży kioskowej oraz w prenumeracie indywidualnej i zakładowej; w połowie 2010 r. było to łącznie 1086 pism, w tym 22 dzienniki, 92 tygodniki, 63 dwutygodniki, 504 miesięczniki, 113 dwumiesięczników, 82 kwartalniki i 210 periodyków o innej częstotliwości ukazywania się. Są też informacje statystyczne dotyczące struktury prasy regionalnej wydawanej w Szczecinie; w sumie było to jedynie 18 tytułów, w tym 3 dzienniki i 15 czasopism. Cechą szczególną tych ostatnich jest to, że aż 11 to periodyki bezpłatne, o charakterze biuletynów, wydawane przez stowarzyszenia, związki zawodowe, organizacje społeczno-gospodarcze, agencje reklamowe itp., np. „Rodowód II. Biuletyn Informacyjny” (dwumiesięcznik wydawany przez Stowarzyszenie Katyń w Szczecinie), „Biuletyn Informacyjny” (miesięcznik wydawany przez Zachodniopomorską Okręgową Izbę Inżynierów Budownictwa), „Zeszyty Żeglarskie” (kwartalnik wydawany przez Jacht Klub AZS Szczecin), „Jedność. Pomorze Zachodnie” (miesięcznik wydawany przez NSZZ „Solidarność” Pomorza Zachodniego), „Zachodniopomorski Przedsiębiorca” (miesięcznik wydawany przez Północną Izbę Gospodarczą Media Sp. z o.o.), „Obserwator Morski” (miesięcznik wydawany przez Grupę Reklamową ZASPOL), „Zachodniopomorski Przewodnik po Nieruchomościach” (miesięcznik wydawany przez ASCO Agencję Reklamy i Promocji). Do grupy pism lokalnych (miejskich),

a więc wydawanych i rozpowszechnianych wyłącznie na obszarze Szczecina, autor zaliczył 21 tytułów (okazało się, że są to wyłącznie pisma bezpłatne!), podkreślając przy okazji, że żaden z nich nie został zgłoszony do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy i dlatego pochodzące od wydawców informacje o wielkości ich nakładów oraz o „zakresie realnego docierania do czytelników” należy przyjmować z ograniczonym zaufaniem (wydawcy aż czterech pism odmówili udzielenia odpowiedzi na pytanie dotyczące wysokości ich nakładu: Wydawnictwo BKT – rocznika „Szczeciński Informator Medyczny”, Bonus Nieruchomości – ukazującego się nieregularnie pisma „Gazeta Bonus”, Happy Art – miesięcznika „Echo Szczecina”, Wydawnictwo BKT – ukazującego się nieregularnie pisma „Dom i Ogród”).

W podsumowaniu powyższej analizy prasy szczecińskiej Kania jednoznacznie krytycznie ocenia jej ogólną kondycję i społeczną rolę, stwierdzając m.in.: „Jeśli stan prasy lokalnej uznać za wskaźnik aktywności społecznej, kulturalnej, gospodarczej czy politycznej, w której funkcjonuje, to dla tak dużego środowiska jak Szczecin nie jest on zadowolający. Przyczyn tego nie można dopatrywać się tylko w ekspansji innych mediów, w tym szczególnie elektronicznych”. Autor podkreśla też, że większość czasopism dostępnych w Szczecinie, w tym wszystkie lokalne i większość regionalnych to tytuły bezpłatne i że „ten parametr charakterystyki prasy szczecińskiej jest, niestety, bardziej oznaką jej słabości aniżeli zdolności adaptacyjnych do zmieniających się warunków”. Równie krytycznie ocenia poziom merytoryczny zdecydowanej większości pism lokalnych, twierdząc, że są one wydawane „siłą indywidualnych zainteresowań, amatorskiej pasji pisania i redagowania, potrzebą publicznego działania czy wiary w skuteczność komunikacji marketingowej zawartej w formie prasowej”.

Natomiast spośród tekstów zgromadzonych w części drugiej na uwagę zasługuje artykuł Piotra Chrobaka na temat udziału szczecińskiej prasy codziennej w kampaniach wyborczych 2010 r. – najpierw w wyborach prezydenckich, a następnie – samorządowych. Analizą objęto „Kurier Szczeciński”, „Głos

Szczeciński” i „Gazetę Wyborczą. Szczecin”, ale w artykule – ze względu na jego ograniczoną objętość – przedstawiono tylko wyniki analizy szczecińskiego wydania „Gazety Wyborczej”. Sposób postępowania badacza trudno jednak nazwać metodą naukową, w tym konkretnym przypadku – metodą analizy zawartości. Obszerny tekst Chrobaka jest bowiem streszczeniem i w pełni subiektywną oceną tekstów, które zostały opublikowane na łamach badanego dziennika. Nie jest to więc analiza mediodzawcza, przeprowadzona w sposób metodologicznie poprawny. Autor nie określa bowiem jakichkolwiek kryteriów analizy ilościowej i jakościowej, nie podaje klucza kategoryzacyjnego, nie jest też określony czas analizy, nie ma danych statystycznych, dotyczących klasyfikacji badanych publikacji itd.; operuje natomiast ogólnikami w rodzaju „[...] kampania przed ponownym głosowaniem również nie wzbudziła większego zainteresowania [...], o czym świadczy niewielka ilość artykułów”, albo „Największe zainteresowanie wzbudził komitet [...], natomiast mniejsze zainteresowanie gazeta wykazała”. Z tego powodu nie sposób uznać ten tekst za artykuł naukowy, a jego wartość poznawcza budzi spore i uzasadnione wątpliwości. Dotyczą one także przyjętej jednostki analizy: nie jest bowiem jasne, czy jest nią artykuł (jako gatunek wypowiedzi dziennikarskiej), czy raczej tekst (bez względu na gatunek dziennikarski). Nie sądzę bowiem, żeby – jak podaje Chrobak – „poświęcono 5 artykułów zerowej frekwencji we wsi Bieczyno, co miało być formą protestu mieszkańców, że mimo od lat składanych obietnic nadal nie mają wybudowanej drogi” (z podanego w przypisie wykazu tych tekstów wynika, że były to raczej informacje).

Omawianą książkę można z pewnością uznać za ważną publikację w literaturze przedmiotu dotyczącej współczesnej prasy lokalnej w Polsce. Po pierwsze – ponieważ dostarcza wiele nowych, konkretnych informacji o stanie tej prasy w województwie zachodniopomorskim; po drugie – ponieważ może być (i zapewne będzie) zachętą do dalszych badań.

Wiesław Sonczyk

Ina Martela, Dariusz Rott

Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne – wybrane problemy i zagrożenia

Oficyna Wydawnicza „Humanitas”. Wyższa Szkoła Humanitas; Fakulta masmediálnej komunikacie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, Sosnowiec–Trnava 2011, 135 s., ISBN 978-83-61991-09-0

W e współczesnej komunikacji społecznej umiejętne artykułowanie celów, tłumaczenie motywów oraz koherentne wyjaśnianie sposobów funkcjonowania określonych grup, stowarzyszeń, firm, instytucji, państw czy też organizacji międzynarodowych stanowi zasadniczy czynnik ich skutecznej, adekwatnej i, co najważniejsze, pożądanej przez nie same ekspozycji wizerunkowej w przestrzeni publicznej. To tylko jedno z wielu zadań, jakie stawia się dzisiaj przed rzecznikiem prasowym, będącym z jednej strony wizytówką organizacji, którą reprezentuje, z drugiej zaś jej zaufaną forpocztą w sytuacjach kryzysowych.

Autorzy książki *Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne – wybrane problemy i zagrożenia* podjęli próbę kompleksowego scharakteryzowania roli i funkcji rzecznika prasowego, oczekiwanych od niego predyspozycji psychosomatycznych, struktury oraz zakresu jego otoczenia zawodowego, wreszcie problemów i zagrożeń, jakim rzecznik musi stawiąć czoła w swojej codziennej pracy.

Książka Rotta i Marteli nie jest pierwszą tego typu publikacją. Amatorzy tej problematyki znają dobrze przynajmniej kilka pozycji, podejmujących kwestie rzecznictwa prasowego¹. Ich autorzy analizują zawód rzecznika prasowego z różnych perspektyw. Inaczej rozkładają akcenty, w różny sposób hierarchizują rozliczne płaszczyzny aktywności rzecznika prasowego. Jedne w większym stopniu eksponują wiedzę, jaką rzecznik powinien mieć na temat podmio-

tu, który reprezentuje, inne – umiejętności i predyspozycje, jakimi powinien się legitymować podczas wykonywania swojego zawodu. Zapoznanie się z tymi publikacjami z pewnością gwarantuje czytelnikowi świetne rozeznanie w problematyce dotyczącej profesji rzecznika prasowego. Dlatego też zestawienie najważniejszych informacji i najciekawszych opinii z większości dostępnych na polskim rynku publikacji, podejmujących kwestie rzecznictwa prasowego byłoby z pewnością bardzo użyteczną pomocą dla studentów, dziennikarzy, wykładowców, a także samym zainteresowanych – rzeczników prasowych. Zdaje się, że właśnie taki cel przyświecał autorom recenzowanego wydawnictwa, którzy szeroko cytują na łamach swojej książki wspomniane publikacje. Zdecydowali się stworzyć kompendium wiedzy o rzeczniku prasowym. Poradnik, dzięki któremu czytelnik mógłby w szybki sposób, dzięki zwięzłej i łatwej w odbiorze formie, rozpoznać najważniejsze aspekty rzecznictwa prasowego, ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji interpersonalnych.

Rzeczona praca – jak sami piszą autorzy – powstała po to, „[...] aby wypełnić dotkliwą lukę w piśmiennictwie naukowym. Skierowana jest do wszystkich, którzy kontaktują się z mediami i odpowiadają za obieg informacji. Na szczególne podkreślenie zasługuje zaakcentowanie zagadnienia kompetencji interpersonalnych, kształtowania wizerunku (w tym autoprezentacji, sympatii i zaufania oraz budowania

¹ Wypada wspomnieć choćby niektóre z nich: H. Pietrzak, J.B. Hałaj, *Rzecznik prasowy. Teoria i praktyka*, Rzeszów 2003; J. Flis, *Samorządowe public relations*, Kraków 2007; *Rzecznicy prasowi a public relations*, praca zbiorowa pod red. K. Gajdki, J. Legomskiej, wyd. 2 popr., Katowice 2008; *Rzecznictwo prasowe. Teoria, praktyka, konteksty*, praca zbiorowa pod red. nauk. K. Gajdki, Z. Widery, Katowice 2010.

autorytetu), wywierania wpływu (asertywność, perswazja, umiejętna obrona przed manipulacją) oraz roli komunikacji niewerbalnej, także problemy i zagrożenia w pracy rzecznika (m.in. manipulowanie otoczeniem, kłamstwo, sytuacje kryzysowe oraz syndrom wypalenia zawodowego)” (s. 13).

Autorzy, na kartach trzech rozdziałów, spełniają obietnice, które złożyli we wstępie do książki. W pierwszym dokonują charakterystyki zawodu rzecznika. Dokonują lapidarnego przeglądu historii rozwoju tej profesji w Polsce po 1989 r. Analizują przepisy prawa, które regulują zakres i funkcje instytucji rzecznika prasowego. Opisują ewolucję technik media relations oraz próbują nakreślić granicę między funkcją rzecznika prasowego a pracownikiem działu public relations. Na końcu każdego rozdziału zadają czytelnikowi pytania, które mają mu pomóc ugruntować wiedzę zawartą w przeczytanym fragmencie książki, a ponadto stanowią swoistą sieć nawigacyjną, która pozwala czytelnikowi w łatwy sposób zlokalizować interesujące go zagadnienia.

W drugim rozdziale autorzy biorą pod lupę kompetencje komunikacyjne jako element warsztatu rzecznika prasowego. Rysują przed odbiorcą obraz idealnego rzecznika, który powinien mieć określone cechy i predyspozycje, np. „[...] osoby wysoko reaktywne są wrażliwe na bodźce, ich układ nerwowy ulega szybszemu pobudzeniu, są bardziej podatne na manipulacje. Rzecznikiem powinna być osoba nisko reaktywna, taka, która jest odporna na wszelkie rodzaje manipulacji angażujące silne emocje” (s. 59). Autorzy wartościują, tłumaczą, zmuszają czytelnika do odpowiedzenia sobie na pytanie, czy nadawałbym/nadawałabym się na rzecznika prasowego? W świetle tych wszystkich wymagań i predyspozycji, które w jakiś sposób predestynują część osób do bycia rzecznikiem, część zaś wykluczają. To bardzo dobry element narracji książki.

W ostatnim rozdziale autorzy zdecydowali się na refleksję nad wybranymi problemami i zagrożeniami w sprawowaniu funkcji rzecznika. I tak, analizują problem manipulacji w kontekście etyki zawodowej i osobistej. Charakte-

ryzują postawę rzecznika i możliwe działania, jakie może i powinien podjąć w sytuacjach kryzysowych. Trzeci podrozdział dotyczy zespołu wypalenia zawodowego, który stanowi chyba najlepszy fragment skryptu. Autorzy rozbiegają na czynniki pierwsze zagrożenia, jakie czyhają na rzecznika prasowego, wykonującego swój zawód przez dłuższy czas – stres, presja, obawa, utrata energii, poczucie bezcelowości, niernormowany czas pracy, problem z motywacją, stała dyspozycyjność, nieustanna ocena ze strony przełożonych, chroniczne wyczerpanie, cynizm czy też problemy ze snem. Czytelnik zafascynowany wpływową pozycją rzecznika prasowego dowiadyuje się, jak ogromna odpowiedzialność spoczywa na jego barkach i jak wiele negatywnych skutków może ona wywoływać. Jest to bardzo mądry rozdział, zwłaszcza że zespół wypalenia zawodowego nie musi być wcale tym, o czym pamiętają i co biorą pod uwagę młodzi ludzie, kiedy planują swoją karierę zawodową.

Podsumowując, można powiedzieć, że to, co jest zarazem ogromną zaletą książki, jest zarazem jej słabością. Mianowicie, jeśli potraktujemy niniejszą publikację jako skrypt do zajęć poświęconych rzecznictwu prasowemu, jako kompendium podstawowej wiedzy na temat kompetencji i umiejętności, jakie powinny znamionować dobrego, skutecznego rzecznika, publikację umiejętnie zestawiającą najważniejsze ustalenia różnych badaczy i teoretyków mediów, otrzymujemy kapitalną pomoc dydaktyczną i zawodową. Jednakże, jeśli spojrzymy na tę samą książkę z perspektywy naukowej, w ramach której miałyby ona – jak przekonują w cytowanym wcześniej fragmencie ze wstępu do książki autorzy – „wypełniać dotkliwą lukę w piśmiennictwie naukowym” – to musimy ocenić, iż nieco w niej mało ustaleń własnych autorów, opinii i poglądów dotyczących poszczególnych problemów natury teoretycznej oraz praktycznej. Autorzy objaśniają rzeczywistość, w jakiej funkcjonuje rzecznik prasowy. Są świetnymi nauczycielami, przewodnikami, wskazują zalety i wady określonych aspektów rzecznictwa, szanse i zagrożenia, z jakimi musi się zmierzyć każdy rzecznik prasowy. Jednak

obfite cytaty, widoczna w niektórych miejscach silna zależność od cytowanej literatury, sprawia, iż ta świetna publikacja winna być raczej traktowana jako *suma summarum* – by nie powiedzieć *minimum minimorum* (jest ona najkrótsza ze wszystkich dotychczas wydanych prac na temat zawodu rzecznika prasowego) – publikacji temu poświęconych.

Z drugiej zaś strony trudno wymagać od autorów, aby na zaledwie 130 stronach zdołali poruszyć wszystkie problemy związane z omawianą profesją, zestawili poglądy różnych specjalistów oraz ustosunkowali się w sposób od-

krywczy, dotąd niespotykany, do zagadnień, które cały czas stanowią przedmiot badań, obserwacji oraz analizy praktyki codziennej rzeczników prasowych różnych firm, instytucji oraz organizacji.

Jedno nie ulega wątpliwości. Kieszonkowy format książki oraz jej zwięzłość i treściwość przekona wielu studentów, dziennikarzy, a także rzeczników prasowych do tego, aby jak najczęściej po nią sięgać i czynić z niej pewien punkt odniesienia w rozwoju własnej kariery rzecznika prasowego.

Tomasz Gackowski



Agnieszka Wójcińska *Reporterzy bez fikcji. Rozmowy z polskimi reporterami* z fot. Jana Brykczyńskiego

Wydawnictwo Czarne, Wołowiec 2011, 279 s., ISBN 978-83-7536-238-1

Reporterzy to grupa dziennikarzy, która w środowisku nazywana jest arystokracją. Koledzy po fachu z nieskrywaną zazdrością wyrzucają im: dostajecie delegacje kilkanaście razy w roku, jeździcie do odległych miejsc i piszecie w tym czasie zaledwie kilka tekstów. Zawód reportera wyróżnia się spośród innych sposobów uprawiania dziennikarstwa nie ową pozorną łatwością pracy, ale poprzez zbliżenie do literatury. Reporter pracujący w gazecie, specjalizując się w konkretnym temacie, wcześniej czy później zacznie odczuwać niedosyt, z którego zaczynają powstawać zbiory reportaży, książki reportażowe, powieści dokumentalne, literatura faktu. Małgorzata Szejnert, długoletnia szefowa działu reportaży w „Gazecie Wyborczej”, przyznała, że każdy większy temat powoli się w człowieku osadza i w pewnym momencie wybucha.

Reporterzy bez fikcji. Rozmowy z polskimi reporterami Agnieszki Wójcińskiej to książka-przewodnik po współczesnej szkole polskiego reportaży. W wywiadach, które przeprowadziła

z najpoczytniejszymi reporterami, ujawnia się to, co warto i trzeba wiedzieć o polskim reportażu ostatnich 20 lat i jego twórcach.

Agnieszka Wójcińska (ur. 1976) – psycholog i dziennikarka, publikująca w „Gazecie Wyborczej”, „Poliyce”, „Przekroju”, „Zwierciadle” – dokonała subiektywnego wyboru. Kierowała nią niewątpliwie zawodowa dociekliwość. Poprosiła o rozmowę siedemnastu czołowych polskich reporterów i przepytowała ich nie tyle jako czytelnik reportaży, ale jako kolega po fachu, partner, czasami uczeń. W *Reporterach bez fikcji* po raz pierwszy w jednym miejscu pojawiają się przedstawiciele trzech pokoleń polskiej szkoły reportaży. Jak większość tego typu książek i ta powstała z zebrania wywiadów opublikowanych w latach 2007–2009. Większość ukazała się na łamach miesięcznika „PDF”, wydawanego przez Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.

Książkę otwiera wywiad z jedną z najstarszych reporterek, autorką książek reporterskich –

Małgorzatą Szejnert (ur. 1936). Zamyka natomiast rozmowa z przedstawicielem najmłodszego pokolenia – Witoldem Szablowskim (ur. 1980), reporterem „Dużego Formatu” („Gazeta Wyborcza”). Ten układ wydaje się celowy, pokazuje bowiem istotną transformację polskiego reportażu. Autorka wychodzi z założenia, że współczesna polska szkoła reportażu narodziła się dzięki dwóm postaciom: Hannie Krall i Ryszardowi Kapuścińskiemu. Uznaje ich za „matkę i ojca polskiego reportażu”. Odwoływania do tychże w ustach reporterów bez fikcji pojawiają się niemal na każdej stronie tej książki. Jednakże nie ma swoistej wspólnej linii myślenia o mistrzach. Punktem przełomowym jest tutaj sposób myślenia Witolda Szablowskiego. On niejako zamyka jedne drzwi po to, by otworzyć kolejne – nowy rozdział w tradycji i historii polskiego reportażu. Trzeźwo i z dystansem patrzy na to, co dokonało się w polskiej prasie i literaturze faktu ostatniej dekady. Szablowski mówi: „upupililiśmy Kapuścińskiego. Ludzie opowiadając na pytania dotyczące naszej pracy, w ogóle nie muszą myśleć, tylko powtarzają po Kapuścińskim. Kapuścińskiego należy raz przeczytać i iść dalej. Jeśli są jakieś zadania przed reportażem, to wyzwoić się z nieustannego myślenia Kapuścińskim. On zmarł, a my mamy dalej tłumaczyć świat” (s. 274). Nie wprost pada w *Reporterach bez fikcji* teza, że współczesna szkoła polskiego reportażu skupiona jest wokół środowiska „Gazety Wyborczej”, która w ciągu ponad 20 lat ukształtowała najmłodsze pokolenie reporterów-pisarzy, profesjonalistów specjalizujących się w wąskich tematach.

Reporterzy bez fikcji to wywiady z, poza wspomnianymi Małgorzatą Szejnert i Witoldem Szablowskim, dziennikarzami-reporterami: Magdaleną Grochowską, Angeliką Kuźniak, Wojciechem Tochmanem, Wojciechem Jagielskim, Krystyną Kurczab-Redlich, Barbarą Pietkiewicz, Włodzimierzem Nowakiem, Anną Bikont, Joanną Szczęsną, Mariuszem Szczygłem, Ireną Morawską, Lidią Ostałowską, Katarzyną Surmiak-Domańską, Jackiem Hugo-Baderem, Pawłem Smoleńskim. Opowiadają oni o swojej pracy dziennikarskiej i pisarskiej, o trudnych tematach, przełamaniu stereotypów, poszukiwaniu

prawdy, przemienianiu siebie i świata, warsztacie, misji, fascynacji, pasji. To, co ich łączy, to determinacja w poszukiwaniu prawdy i tłumaczeniu świata – sposób uprawiania zawodu reportera. Reporterzy bez fikcji to zawodowcy, którzy żyją tym, o czym piszą. Bycie reporterem to ich sposób na życie, nie tylko profesja, zawód. *Reporterzy bez fikcji* stanowią również odwołanie do książki Artura Domosławskiego *Kapuściński non-fiction. Non-fiction*, czyli *bez fikcji* odnosi się do terminu literatury faktu, opartej na dziennikarskich metodach tworzenia.

Książkę Agnieszki Wójcińskiej można czytać także jako zbiór portretów. Każdy z jej rozmówców reprezentuje bowiem jakiś inny świat, jakiś swoisty sposób myślenia o dziennikarstwie, reprezentuje jakiś podgatunek reportażu. Wiele tu złotych myśli, ciekawych spostrzeżeń. Małgorzata Szejnert nakreślona została jako mistrzyni reportażu historycznego, nauczyciel reporterów. W rozmowie z Wojciechem Tochmanem dominuje temat ludobójstwa. Wojciech Jagielski przedstawiony został przez pryzmat książki *Nocni wędrowcy* jako reporter wojenny. Tematem Żydów z Jedwabnego naznaczone są reportaże Anny Bikont. Są specjaliści: Krystyna Kurczab-Redlich – od Rosji i Czeczenii, Włodzimierz Nowak – od stosunków polsko-niemieckich, Mariusz Szczygieł – od tematów czeskich, Witold Szablowski – od Turcji, Paweł Smoleński – od Izraela, Jacek Hugo-Bader – od reportażu wcieleniowego, Lidia Ostałowska – od reportażu interwencyjnego, Barbara Pietkiewicz – od rozmów ze zbrodniarzami.

Agnieszka Wójcińska zawsze ma pretekst do rozmowy z reporterem. Tym punktem wyjścia jest jakiś konkretny bohater lub tekst. Każdy wywiad poprzedza fotografia, krótki biogram oraz fragment-próbka reportażu – tekst najbardziej znany czytelnikom lub najbardziej charakterystyczny, odsłaniający warsztat pracy reportera-rozmówcy Agnieszki Wójcińskiej. Dzięki temu prostemu zabiegowi autorka odsłania podobieństwa i różnice w rozumieniu i sposobie realizacji gatunku. Rzecz jasna, czytelnik nie znajdzie wśród tych rozmów recepty na reportaż. Rozmówcy Wójcińskiej zdradzają wiele sekretów swojej pracy. Jednak tajemnicę pozostawiają nie-

odkrytą. Reportaż jest gatunkiem pochłaniającym czas. Pojawiło się tutaj porównanie, że jest tak samo czasochłonny, jak wykonanie gobelinu. Jego zadaniem jest przybliżanie świata, opisywanie miejsc i ludzi, przedstawianie historii niecodziennych, dlatego tak często reportaże podejmują tematy tabu. Takim w latach 90. był mord w Jedwabnem, który przez cztery lata opisywała Anna Bikont. Ten gatunek budowany jest przez szczegół, który pomaga czytelnikowi przenieść się w realia bohatera, jak twierdzi Małgorzata Szejnert. Nie może jednak być zbyt mocno wyeksponowany. Joanna Szczęsna twierdzi: „Należy uchwycić właściwą gęstość zdania, to jest stopień nasycenia faktami i informacjami, a także odpowiednie proporcje w tekście między opisem, dialogiem, anegdotą, refleksją” (s. 159). Jeszcze dalej idzie Wojciech Tochman: „Pisanie to chłodna precyzja, jak rozwiązywanie matematycznego zadania. Rytm, liczba sylab, interpunkcja i tak dalej. Każde słowo musi być użyte świadomie, każde musi być po coś” (s. 68). Ważnym kryterium wyboru tematu reportażu jest wciągająca historia. Dla Magdaleny Grochowskiej są to ekstremalne odchylenia linii, wszystko to, co nie stanowi normy. Barbara Pietkiewicz, dla której najciekawsze są tematy kryminalne, mówi: „Impulsywnie wybieram tematy, kierując się intuicją. Musi być w nich coś, co mnie pociągnie” (s. 111) i dalej: „Piszę o ludziach nieszczęśliwych, zdruzgotanych, chorych, kalek. Nie znoszę pisać tekstów o ludziach szczęśliwych. Bo co jest ciekawego w szczęściu? Nic” (s. 114). „Reporter powinien pisać o czymś, o czym ludzie mało wiedzą albo wiedzą w niewłaściwy sposób” (s. 12) – twierdzi Małgorzata Szejnert.

Wydaje się, że niezwykle ważnym składnikiem reportażu jest osobowość reportera. Dla Wojciecha Tochmana „reportaż jest przede wszystkim zapisem faktów i one są święte, ale to także zapis wrażeń, emocji i refleksji autora” (s. 64). Małgorzata Szejnert, autorka *Czarnego ogrodu* i *Wyspy klucza*, wskazuje: „reportaż kieruje się w stronę jednostki i jej intymności, jest tekstem o indywidualnym przeżyciu” (s. 21).

Agnieszka Wójcińska stara się odszukać element spajający reporterów. Zadaje swoim rozmówcom te same lub podobne pytania, aby lepiej

wychwycić wspólne i różnicujące elementy. Można wyróżnić co najmniej cztery kategorie pytań, które łączą rozmówców. Są to pytania związane z: 1) warsztatem pracy, zasadami, którymi kierują się reporterzy, 2) samym procesem tworzenia, 3) bohaterem, 4) tematami. Z nich wyłania się portret reportera. To człowiek cierpliwy, empatyczny, otwarty, ale też ciekawy, sprytny, wytrwały. Jego praca oparta jest na spotkaniu z drugim człowiekiem. Jacek Hugo-Bader nazywa to „przytulaniem się do bohatera”. Angelika Kuźniak opowiada Agnieszce Wójcińskiej, że jedną z najtrudniejszych rozmów rozpoczęła od wspólnego z bohaterką obierania ziemniaków. Relacja reportera z bohaterem jest elementem, który wzbudza kontrowersje. Niełatwo oprzeć się pokusie pomocy bohaterowi-człowiekowi, który znalazł się w beznadziejnej sytuacji. Magdalena Grochowska mówi, że nie można pasywnie patrzeć na bohatera, wysysać go. Wojciech Jagielski wyzbywa się chęci wyrwania swoich bohaterów z terenów objętych wojną. Reporter znajduje się w stanie permanentnego zawieszania: musi nawiązać relację, aby bohater opowiedział mu swoje najbardziej intymne historie i jednocześnie zostać za niewidzialną granicą pokusy wejścia w życie drugiego człowieka. Wojciech Tochman stwierdza: „Ja często wychodzę z roli reportera. Ludzie widzą wtedy, że nie tylko o tekst mi chodzi, ale o bycie z nimi” (s. 63). Lidia Ostałowska mówi nawet o odpowiedzialności: „Reporter bierze za bohatera pewną odpowiedzialność. Gdy pisałam o kobietach walczących o alimenty, nie mogłam ich potem zostawić. Chciały, żebym im pomagała. Uznałam, że jeśli mogę, to powinnam” (s. 207). Zadaniem reportera jest także burzenie stereotypów. Reporterzy bez fikcji, mówiąc o swojej pracy, wymieniają kompetencje potrzebne w pracy, a przynależne innym zawodom: psychologom, historykom, tłumaczom, a nawet prawnikom. Dobry reporter to ktoś, kto potrafi skłonić drugiego do zwierzeń, wysłuchać dwóch stron konfliktu, znać kontekst wydarzeń, które opisuje, i umieć przetłumaczyć historię ludzi, których uczynił bohaterami reportażu. Wszystkie te elementy budują obraz reportera, którego Ryszard Kapuściński nazywał po prostu dobrym człowiekiem. Jednak Anna

Bikont, pisząc o Jedwabnem, doświadczyła skrajnie odmiennej postawy: „Ryszard Kapuściński mówił, że reporter powinien być dobrym człowiekiem, który słucha z empatią innych ludzi i stara się uruchomić w nich dobro, żeby chcieli się podzielić swoimi doświadczeniami. Ten szlachetny model reportażu przy pracy nad Jedwabnem w większości przypadków kompletnie się nie sprawdzał. Bardzo często miałam raczej poczucie, że jeżeli udało mi się z kimś porozmawiać, to nie dlatego, że uruchomiłam w nim dobro, tylko wręcz przeciwnie – zło. Czulałam się źle z tym, że podpuszczam ludzi, ale bez tego niczego bym nie wydobyła” (s. 141).

Pomimo przynależności do określonej wspólnoty dziennikarskiej, reporterzy bez fikcji niejednakowo uprawiają swój zawód. Na etapie zbierania materiałów, przygotowania, rozmów stosują nieco inne metody. Dla Wojciecha Jagielskiego niedopuszczalna jest fikcja w dziennikarstwie. Jacek Hugo-Bader nigdy nie notuje tego, co mówią jego bohaterowie, z obawy, że nie zauważą, kiedy zapłaczą. Wojciech Tochman ufa swojemu umysłowi: „Mój mózg – już na etapie, kiedy padają słowa rozmówcy – dokonuje selekcji. Coś rejestruje, a czegoś nie. I nic na to nie poradzę. Mam jednak poczucie, że wszystko napisałem uczciwie. Czyli tak, jak to usłyszałem” (s. 65). Do szczególnych zadań reportera XXI w. należy: niezaburzanie środowiska bohaterów, pokazywanie emocji, burzenie stereotypów, bycie głosem tych, którzy go nie mają.

Adresatami książki Agnieszki Wójcińskiej mogą być czytelnicy zainteresowani polskim reportażem. Dookreśliłabym tego odbiorcę jako czytelnika „Gazety Wyborczej”. Subiektywny wybór rozmówców – w dużej mierze reporterów tego dziennika – może być zarzutem wobec autorki. Być może zabrakło w tym zbiorze rozmów z: Jackiem Antczakiem – autorem wywiadu-rzeki z Hanną Krall, Edytą Gietką – publikującą w tygodniku „Polityka”, Marcinem Kołodziej-

czykiem – reporterem „Polityki”, Arturem Pałygą – publikującym na łamach „Tygodnika Powszechnego” i „Gazety Wyborczej”, Wojciechem Staszewskim – dwukrotnym zdobywcą Grand Press za reportaże specjalistyczne, Ewą Winnicką – dziennikarką „Polityki”, nagrodzoną przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich.

Reporterzy bez fikcji powinni zainteresować studentów dziennikarstwa i współczesnej literatury, a także badaczy polskiego reportażu. To znakomity i przystępny przewodnik po meandrach polskiego reportażu, przybliżający sylwetki najważniejszych żyjących jego twórców.

Podsumowując, można stwierdzić, że *Reporterzy bez fikcji. Rozmowy z polskimi reporterami* to pierwsza książka na rynku wydawniczym, która prezentuje w formie wywiadów najważniejszych twórców ostatniego 20-lecia polskiej szkoły reportażu. Autorka podejmuje zagadnienia definicji reportażu i jego specyfiki, odmian oraz warsztatu pracy reportera. Dzięki temu zestawieniu rozmówców ukazuje niemal pełny wachlarz odmian polskiego reportażu. Nie można nie zauważyć, że na sposób uprawiania tego gatunku ma wpływ osobowość jego autora. Każdy reporter filtruje bowiem temat i swoich bohaterów poprzez swoje doświadczenia, wiedzę i sposób patrzenia na świat. Reportaże rozmówców Agnieszki Wójcińskiej są dalekie od schematycznych tekstów. Są charakterystyczne ze względu na podejmowane tematy, styl i język.

Misją reporterów pozostaje upominanie się o ludzi, którzy znaleźli się na marginesie życia, patrzeć na ręce tym, którzy rządzą światem i pokazywanie im, gdzie wyrządzono krzywdę, tłumaczenie świata. Niewątpliwie śmierć reportażu została przedwcześnie ogłoszona. Ludzie potrzebują prawdziwych historii, bo to one pomagają lepiej radzić sobie z codziennością. Książka Agnieszki Wójcińskiej przypomina o tej prawdzie.

Jolanta Kubik



Małgorzata Lisowska-Magdziarz
*Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie
w społeczeństwie konsumpcyjnym*

Wydawnictwa Akademickie. Oficyna Wydawnicza Łośgraf – Wiesław Łoś,
Warszawa 2010, 381 s., ISBN 978-83-62726-06-6

W znanej i cenionej serii wydawniczej Popkultura i Media (ukazującej się pod redakcją naukową znakomitego polskiego medioznawcy prof. Wiesława Godzica) opublikowano obszerną książkę autorstwa Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz zatytułowaną *Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym*. Już sam tytuł jest bardzo dobry – intrygujący i znakomicie oddający zawartość publikacji. Autorka umiejętnie podjęła bardzo odważny ze względów społecznych i kluczowy problem polskiego społeczeństwa ostatnich lat – zwłaszcza komercyjnej popkultury dziecięcej, a książka – jak dotąd – nie ma w ogóle konkurencji w polskim piśmiennictwie naukowym. Można więc powiedzieć, że jest skazana na sukces.

Małgorzata Lisowska-Magdziarz (adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego) nie obraża się na współczesny świat – sama jest świadoma, że żyje w konsumpcyjnym świecie (potrafi świetnie go obserwować i analizować!), próbuje jednak przeciwstawić się bezrefleksyjnemu konsumpcyjnemu modelowi życia. Nie tworzy reklamowej, medialnej czy – szerzej – wychowawczej utopii. Jej filozofię sytuowałbym odrobinę w nurcie/ruchu *slow*, najbardziej chyba kojarzącym się nam z tzw. *slow foodem*, choć zasadniczo obejmuje on wszystkie dziedziny życia.

Książka jest – można by rzec, wykorzystująca dyskurs antropologii kulturowej – relacją z obserwacji uczestniczącej pierwszych dziesięciu lat życia dziecka autorki książki – Feliksa (okres od końca 1998 do 2009 r.), wzbou-

gaconych o obserwację innych dzieci. Książkowa narracja rozwija się w sposób chronologiczny i podzielona jest na cztery rozdziały: *Gdy byliśmy bardzo mali; Od niemowlaka do przedszkolaka; Zanim pójdzie do szkoły; W szkole*, poprzedzone wstępem, w którym zanalizowano m.in. zagadnienie konsumpcji i mediów masowych, enkulturacy i socjalizacji, kształtowania kompetencji komunikacyjnych. Nie jest to typowe studium przypadku (i dobrze!), lecz – jak chce autorka – narracja „o wychowaniu i treningu konsumenckim przeciętnego polskiego dziecka na początku XXI w.”. Obecnie dziesięcioletni (może już jedenastoletni?) Feliks jest biegłym użytkownikiem kultury popularnej, sprawnie porusza się na rynku interesujących go dóbr konsumpcyjnych, a w jego życiu media masowe zajmują mnóstwo miejsca. Uczestniczy jednak świadomie na przykład w domowym konkursie na najgłupszą reklamę. „Czy jednak – jak pyta autorka – wyrasta [...] na lidera domowego ruchu antykonsumpcyjnego? [...] Raczej staje się niepostrzeżenie koneserem kultury perswazyjnej”. Korzysta z przyjemności, jakie daje mu kultura konsumpcyjna, której podstawowe zachowania przyswoił. „Zaczyna się także uczyć krytycyzmu w stosunku do jej sprzeczności czy ekscesów”. Znajduje upodobanie do poszukiwania alternatywy, a następne lata pokażą, czy wyrośnie na świadomego i krytycznego konsumenta.

Każdy rozdział publikacji składa się z mikroesejów (np. *BabyTV, czyli życie w świetle ekranu; Teletubbies, czyli telewizyjny bohater, którego można kupić; Gadżety, czyli o niejasnym statusie reklamy; Harry Potter i Mr Hyde, czyli o podwójnym życiu kultury dziecięcej; Pianek,*

czyli o pismach ilustrowanych i bezinteresowności; Wszyscy mają mambę, czyli do kogo mówi reklama).

Dobrze się stało, że książce towarzyszy starannie zestawiona bibliografia (w rzeczywistości jest to wykaz różnorodnych tekstów kultury, nie tylko książek), która obejmuje: literaturę przedmiotu, wykaz literatury pięknej, filmografię, listę prasy dziecięcej i młodzieżowej. Na podkreślenie zasługuje znajdujący się na końcu tematyczny *Spis rzeczy, tematów, miejsc, zwyczajów, zachowań, tekstów, programów i marek opisywanych w tej książce*, który (wraz z rozbudowanym spisem treści) znakomicie ułatwia „nawigowanie” po sporym w końcu tekście lub wybór szczególnie interesujących czytelnika tematów.

Publikacja jest dobrze, żywo i ze swadą napisana i opatrzona licznymi bardzo celnie dobranymi przykładami oraz starannie zredagowana. Na szczęście język narracji pozbawiony jest nadmiernego balastu „idiolektu” naukowego (autorka ma spory talent pisarski). To się czyta! Wśród innych zalet publikacji wyliczę jeszcze choćby bogactwo treści oraz wykorzystanie szerokich kontekstów z zakresu kultury masowej.

Ze względu na podjętą tematykę oraz sposób jej ujęcia książka na pewno będzie interesująca nie tylko dla badaczy: socjologów, medioznawców, specjalistów z zakresu komunikacji społecznej, pedagogiki i innych pokrewnych dyscyplin, ale również edukatorów, a przede wszystkim rodziców, którzy chcą kształtować siebie i – co niezwykle ważne – swoje dzieci – jako w pełni dojrzałych uczestników kultury konsumpcyjnej. Dla tych ostatnich jest to niezbędne, by wyrosnąć na świadomych konsumentów.

Autorka pisze tutaj nawet odważnie o wychowaniu „nie-konsumenta” w sytuacji wszechstronnego nacisku prokonsumpcyjnego, choć oczywiście zaznacza, że realizowanie takiego modelu we współczesnym świecie jest nierealne.

Nie można też oczywiście wyłączyć możliwości nieco sentymentalnej i melancholijnej strategii lektury książki w pokoleniu osób starszych, do których zalicza się już coraz bardziej piszący te słowa (rocznik 1965), dla których *Załoga G* czy *Teleranek* są już programami „kultowymi”.

Książka może być również z powodzeniem wykorzystywana w procesie dydaktycznym nie tylko, co oczywiste, na studiach wyższych – na takich kierunkach czy specjalnościach, jak dziennikarstwo i komunikacja społeczna, socjologia, PR i reklama, antropologia kultury, socjologia, pedagogika, kulturoznawstwo, ale również w edukacji w szkołach ponadgimnazjalnych, gdzie – według nowej podstawy programowej z zakresu nauczania języka polskiego – duży nacisk kładzie się m.in. na kształtowanie zachowań komunikacyjnych, umiejętność analizowania przekazu reklamowego i manipulacji.

Seria *Popkultura i Media* wzbogaciła się o kolejną ważną książkę, która – nie wątpię w to – będzie żywo dyskutowana. Dochodzę do w pełni uzasadnionego przekonania, że ta cenna seria wydawnicza coraz pełniej opisuje i analizuje współczesny świat mediów, popkultury, reklamy i coraz lepiej pozwala nam ten świat zinterpretować, a także odnaleźć się w nim. Wszak nie jest to łatwe!

Dariusz Rott



Jakub Nowak

Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka

Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2011, 270 s., ISBN 978-83-227-3297-7

Dynamiczne przemiany zachodzące w obszarze nowych mediów dotyczą nie tylko przekształceń na poziomie technologicznym, ale także społecznym, kulturowym czy politycznym. Wzrastająca rola internetu we współczesnych społeczeństwach demokratycznych to tematyka coraz częściej poruszana przez badaczy. Książka Jakuba Nowaka *Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka* jest jedną z niewielu publikacji kompleksowo ukazujących wypracowane dotychczas koncepcje badaczy w zakresie oddziaływania nowych mediów zestawione z wynikami analiz empirycznych autora.

Sposób, w jaki Jakub Nowak zebrał i zaprezentował materiał badawczy, uwzględniający nie tylko precyzyjnie wyjaśnione przez autora, posilającego się zwłaszcza literaturą anglojęzyczną, zagadnienia teoretyczne, ale także adekwatne do nich przykłady, wydaje się znakomicie wprowadzać, a zarazem porządkować i uzupełniać dotychczasową wiedzę na temat funkcjonowania nowych mediów w obszarze aktywności społecznej, kulturowej i politycznej obywateli państw demokratycznych, wskazywać kierunki i trendy zmian.

Ze względu na trudności precyzyjnego określenia cezury początkowej, co jest wynikiem odmiennego w różnych państwach stopnia wykorzystania przez obywateli technologii informacyjno-komunikacyjnych, dociekania swe autor rozpoczyna od początku lat 90. XX w. Cezurą końcową jest natomiast pierwsza dekada XXI w. Badacz akcentuje przede wszystkim procesy uwydatniające globalne wykorzystanie technologii cyfrowych przez obywateli różnych państw demokratycznych, w tym Polski.

Dodatkowo wstęp, jakim autor opatrzył książkę, daje obraz złożoności zjawisk zachodzących w obszarze nowych mediów oraz wskazuje

kierunki podjętych przez niego badań i poruszane wątki.

Zarówno tytuł publikacji, jak i poszczególne jej części trafnie sygnalizują zawartość. Ujęcie problemowe pozwoliło badaczowi wyszczególnić cztery rozdziały, z czego pierwszy nakreśla dotychczasowe teoretyczne koncepcje związane z rozwojem nowych mediów oraz porządkuje podstawowe kategorie pojęciowe. Kolejne trzy rozdziały stanowią szczegółową analizę aspektów aktywności obywatelskiej związanych z rozwojem i zastosowaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych w zakresie debaty publicznej, mobilizacji politycznej czy w końcu marketingu politycznego.

W rozdziale pierwszym (*Zagadnienia teoretyczne*) autor na podstawie literatury przedmiotu zestawia ze sobą dotychczasowe koncepcje, przejrzysto definiuje i charakteryzuje pojęcie nowych mediów, a także związanych z nim terminów i zjawisk, wyszczególniając przy tym najistotniejsze aspekty społeczne i komunikacyjne technologii informacyjno-komunikacyjnych. W dalszej kolejności wskazuje na procesy, jakie zachodzą w komunikowaniu medialnym i politycznym na początku XXI w., w tym m.in. komercjalizację i globalizację mediów, unifikację kodów medialnych, mediatyzację polityki, profesjonalizację i marketyzację komunikowania politycznego. To rozdział, w którym czytelnik odnajdzie również wyjaśnienia autora dotyczące rozumienia przez niego kategorii „aktywność obywateli” w społeczeństwie informacyjnym, a także wyróżnienia znamienych dla pracy grup podejmowanych działań uzasadniających trzyczęściowy podział publikacji.

Wzajemnie zależności pojęć: „społeczeństwo obywatelskie”, „debata publiczna” i „sfera publiczna” stały się podstawą analiz zawartych

w rozdziale drugim (*Debata publiczna*). W tej części książki autor prezentuje wyniki badań dotyczących jednej ze zmian w sferze aktywności obywatelskiej zachodzącej przy udziale nowych mediów – szeroko rozumianego uczestnictwa w debacie publicznej online, obejmującej całościowo kształt działań komunikacyjnych (poprzez zainteresowanie obywateli sprawami publicznymi aż po aktywny ich udział w tematycznych dyskusjach). Wart uwagi jest tu wniosek badacza dotyczący ilościowej i jakościowej przemiany sfery publicznej we współczesnych, rozwiniętych demokracjach, będącej konsekwencją rozwoju i upowszechnienia nowych mediów (s. 75). Prestrzeń obywatelskiej debaty zapośredniczonej przez internet rozpatrywana jest przez autora na podstawie czterech kryteriów: racjonalności, refleksyjności, nastawienia na dialog oraz szczerości. Niezwykle interesujące są analizy i spostrzeżenia badacza odnoszące się zarówno do kwestii „poszerzenia” (dzięki nowym mediom) o nowe możliwości udziału w dotychczasowej debacie publicznej (dziennikarstwo obywatelskie, blogosfera), jak również „ograniczeń” utrudniających postrzeganie nowych mediów jako środowiska efektywnej debaty publicznej (w tym: ograniczony lub całkowity brak dostępu do nowych technologii, dyskryminacja uczestników debaty chociażby ze względu na rasę czy płeć, komercjalizacja i dezinformacja).

Rozdział trzeci (*Mobilizacja polityczna*) jest analizą wykorzystania nowych mediów zarówno przez aktorów politycznych, jak i ruchy społeczne jako narzędzia mobilizacji politycznej. Całość rozważań poprzedza część teoretyczna służąca uporządkowaniu definicji oraz klasyfikacji, a także cech e-mobilizacji. Badacz dowodzi, iż „w późnowczesnych demokracjach XXI w. następuje proces adaptowania nowych mediów do bieżącej działalności organizacji społecznych i politycznych” (s. 146). Nie stroni od licznych refleksji nad stopniem i kierunkami owej adaptacji wiążącej się zarówno z rozwojem, jak i upowszechnianiem nowych mediów. Przykładem czerpania z potencjału nowych mediów są opisane przez autora nowe ruchy społeczne, rozumiane w kategorii „zbiorowych akcji, mających na celu forsowanie zbiorowych interesów lub dążeń

nie do wspólnego celu, prowadzonych poza sferą ustanowionych instytucji” (s. 153), które w konsekwencji stają się podmiotami wpływającymi na kształt obywatelskiej e-mobilizacji. Do podstawowych przejawów współczesnej obywatelskiej e-mobilizacji badacz zaliczył: transnarodowe usieciowienie aktywizmu, globalną e-mobilizację oraz hakywizm. Te trzy rodzaje zjawisk zostały przez autora szczegółowo wyjaśnione, przeanalizowane i zobrazowane niezwykle trafnymi przykładami.

Wieńczący książkę rozdział czwarty (*Wybory*) omawia przykłady wykorzystania cyfrowych technologii informacyjnych w demokratycznych kampaniach wyborczych. Badacz odnosi się do koncepcji e-votingu oraz kampanii wyborczych prowadzonych online. Zastosowanie nowych mediów jako narzędzia marketingu wyborczego zostało przedstawione przez autora w znacznej mierze przez pryzmat taktyki stosowanej przez kandydatów ubiegających się o urząd prezydenta Stanów Zjednoczonych. Dopelnieniem są tu ponadto odniesienia badacza do praktyki adaptowania pomysłów czerpanych z amerykańskich kampanii na grunt europejskich państw demokratycznych, chociażby: Anglii, Francji czy Polski. Chronologiczne uporządkowanie przypadków wykorzystania nowych mediów w kampaniach wyborczych pozwoliło autorowi nakreślić przejrzysty dla czytelnika zarys (kalendarium) stosowanych technologii informacyjno-komunikacyjnych i ich skutków. Warto przy tym zauważyć, iż amerykańska prezydencka kampania wyborcza z 2008 r., prowadzona na poziomie nowych mediów przez sztaby wyborcze ubiegających się o urząd kandydatów, została nie tylko starannie przeanalizowana, ale i wzbogacona o prognozy autora dotyczące dalszego kształtu komunikacji politycznej tak kandydatów z obywatelami, jak i obywateli z kandydatami. W tym kontekście skłaniające do refleksji wydaje się pytanie badacza o redefinicję pojęcia „ciszy wyborczej” (s. 233).

W zakończeniu autor podsumowuje prowadzone wywody, przypominając również najistotniejsze dla tematu pojęcia i kategorie oraz wskazując kolejne postulaty badawcze.

W poszukiwaniu odpowiedzi na pytanie o stopień wpływu nowych mediów na poszczególne przejawy aktywności obywatelskiej niezwykle istotna wydaje się, poczyniona przez autora, reinterpretacja dotychczasowych badań w tej materii, a także zdiagnozowanie istotnych cech współczesnego systemu medialnego (jak komercjalizacja czy unifikacja kodów medialnych) oraz komunikowania politycznego (zwłaszcza mediatyzacji polityki).

Walorem publikacji jest ukazanie szerokiego spektrum omawianej problematyki poprzez rzetelne analizy empiryczne, poprzedzone istotnymi dla rozważań, a w rezultacie wniosków, zagadnieniami teoretycznymi. Książkę wzbogacają

również ilustracje odnoszące się do omawianych zjawisk, a także przejrzyste schematy i wykresy.

Przydatność tego rodzaju pozycji w poznaniu i zrozumieniu mechanizmów kształtujących zachowania współczesnych społeczeństw wydaje się bezsporna. Książka niewątpliwie wypełni lukę na półce politologów i medioznawców. Publikacja opatrzona jest indeksem nazwisk oraz bogatą i szczegółową bibliografią, co bez wątpienia świadczy o rzetelnej kwerendzie naukowej i erudycji autora, stanowiąc zarazem cenną bazę źródłową również dla młodego badacza tej problematyki.

Małgorzata Adamik-Szysiak



Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia

red. nauk. Mirosław Filiciak i Barbara Giza

Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, 259 s.,
ISBN 978-83-7383-479-8

Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej

Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2011, 319 s.,
ISBN 978-83-62467-05-1

Przedmiotem recenzji są dwie publikacje dotyczące seriali telewizyjnych oraz ich społecznego kontekstu, wydane przez oficyny, których siedziby dzieli zaledwie kilometr, a różnice w treści publikacji wydają się jeszcze mniejsze. W znacznej mierze są to bowiem książki traktujące o zjawisku *post-soap operas*¹. Wszystkie teksty łączy

przewodnia idea wskazująca doniosłą społecznie rolę seriali. Takie podejście wydaje się w pełni uzasadnione w sytuacji, gdy oglądanie telewizji w dalszym ciągu jest jedną z najbardziej absorbujących czynności w życiu przeciętnego Polaka².

Książka *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia* jest efektem

¹ Są to seriale skierowane do lepiej wykształconej publiczności, o złożonej fabule, zawierające intertekstualne nawiązania. Trudno wskazać pierwszy tytuł, który reprezentował nowy nurt, gdyż przejście od serialu tradycyjnego (np. *Dallas*) do postmodernistycznego (np. *Rodzina współczesna*) miało charakter procesu. W tym sensie *post-soap* to raczej nowy trend niż gatunek. Por. M. Filiciak, A. Giza, *Wstęp*, [w:] *Post-soap...*, s. 7.

² *Rynek telewizyjny w 2010 roku*. Podsumowanie badania OBOP, www.brief.pl/gfx/brief/pl/aktualnoscizkomentarzami/429/219/1/rynek_telewizyjny_w_2010_-_podsumowanie.pdf [dostęp: 16.04.2011].

konferencji naukowej zorganizowanej w marcu 2009 r. w warszawskiej Szkole Wyższej Psychologii Społecznej. W skład publikacji wchodzi siedemnaście całkowicie niezależnych od siebie tekstów, które analizują seriale nowego typu. Autorami są osoby związane ze środowiskiem uniwersyteckim (od profesorów, poprzez młodszych pracowników, aż po studentów). Większość tekstów zbudowana jest zgodnie ze schematem: „1 serial (egzemplifikacja) – 1 problem społeczny”. Autorzy analizują m.in. amerykańską „kulturę cynizmu” na przykładzie serialu *Doktor House*, wątki psychoanalityczne w *Rodzinnie Soprano* czy rolę serialu *Queer as Folk* dla kształtowania polityki różnicy i postrzegania osób homoseksualnych. Jednym z najbardziej widocznych efektów pracy jest pokazanie, w jaki sposób kultura audiowizualna prezentuje aktualne problemy społeczne. W książce pojawiają się również inne ważne z punktu widzenia konstrukcji seriali *post-soap* zagadnienia, takie jak np. marketing telewizyjny.

Przewodnik *Seriale* Wydawnictwa Krytyki Politycznej już z założenia ma mniej naukowy charakter. Podobnie jak poprzednie publikacje z serii przewodników stanowi on przekrojową, refleksyjną analizę tytułowego zagadnienia, wprowadzającą czytelnika w jego rozmaite konteksty. Uwagę zwraca serialowa stylizacja spisu treści: wprowadzeniem do książki jest *Pilot*, na który składają się wywiady z teoretykami i pracownikami mediów. Rozdział 1 (oznaczony jako *Sezon 1*) porusza problemy związane z życiem rodzinnym i płciowością, a *Sezony 2* i *Sezon 3* koncentrują się na problemach społecznych i politycznych. Całość zamyka podsumowujący *Epilog*.

Przewodnik jest bardziej zróżnicowany gatunkowo niż pierwsza z recenzowanych prac. Oprócz tekstów autorskich znalazły się

w nim wywiady, co powoduje, że choć autorami tej publikacji są w znacznej mierze polscy pracownicy naukowcy, doktoranci oraz pojedynczy studenci, znajdziemy tu również słowa reżyserów (Kasia Adamik), pracowników mediów (Dorota Chamczyk) oraz wywiad z naukowcem tej klasy, co Henry Jenkins. Głównym celem książki jest zapoznanie czytelnika z wielością sensów ukrytych w produkcjach nowego typu i możliwościami ich dekodowania. W mniejszym stopniu dotyczy ona nowych technologii medialnych i sposobów zarządzania produkcją. Podobnie jak *Post-soap* książka ta nie rości sobie jednak prawa do bycia pozycją wyczerpującą. W tym sensie obie książki stanowią swoiste, fragmentaryczne „przewodniki”.

Obie książki łączy nie tylko tematyka, ale również wspólne wady i zalety, dlatego też będę odwoływał się naprzemiennie do przykładów pochodzących tak z jednej, jak drugiej pozycji. Warto zauważyć jednak, że *Przewodnik Krytyki Politycznej* omawia również starsze, bardziej schematyczne, seriale, takie jak *Star Trek* czy *Z archiwum X*, czy klasyczne opery mydlane³. W niniejszej recenzji interesują mnie jednak przede wszystkim seriale „nowe”, które pojawiły się wraz z początkiem XXI w.

W obu pozycjach znajdziemy podobnie dobrane teksty: większą część stanowią tu bowiem analizy poszczególnych seriali (głównie współczesnych amerykańskich produkcji wykraczających poza typowe cechy gatunkowe serialu). Jako przykład może posłużyć artykuł Rafała Kusia dotyczący politycznych wymiarów serialu *South Park*⁴, analogiczne opracowanie Cezarego Michalskiego zawarte w *Przewodniku Krytyki Politycznej*⁵ lub tekst Agnieszki Wiśniewskiej pokazujący konserwatywno-liberalny kontekst popularnych

³ Mateusz Halawa pisał, że opera mydlana to forma mówiona, która ucieka od symbolizacji i metaforyzacji uczuć w otwarte i niekończące się rozmowy bohaterów o nich. W typowych produkcjach tego typu nie pojawiają się np. tematy kontrowersyjne, takie jak homoseksualizm (M. Halawa, *Życie codzienne z telewizorem. Z badań terenowych*, Warszawa 2006, s. 123–124). Choć trudno wyznaczyć precyzyjną granicę, kiedy nastąpiła zmiana, opinie te nie mają zastosowania w przypadku seriali zaliczanych do kategorii *post-soap*.

⁴ R. Kuś, *Republikanie z kreskówki? Jak South Park komentuje rzeczywistość polityczną USA*, [w:] *Post-soap...*, s. 122–138.

⁵ C. Michalski, *South Park, czyli przemoc symboliczna wobec Eryka Cartmana*, [w:] *Seriale...*, s. 214–228.

*Przyjaciół*⁶. Drugi rodzaj tekstów poddaje analizie konkretne zjawisko społeczne z wykorzystaniem serialowych przykładów. Najczęściej występują analizy przemian rodziny⁷, nowej religijności⁸, problematyki kobiecości i męskości⁹ oraz szeroko rozumianej polityczności¹⁰. Całości dopełniają bardziej teoretyczne teksty dotyczące kondycji kultury współczesnej¹¹. Warto zwrócić uwagę, że artykuły pojawiające się w obu zbiorach są bardzo zróżnicowane pod względem treściowym, a przenikliwe analizy sąsiadują tu z dość powierzchownymi opisami życia serialowych bohaterów.

Najważniejszą zaletą tekstów składających się na obie prace jest porównanie seriali „starych” i „nowych”. Produkcje nowsze, czyli tytułowe *post-soap* czy też *quality drama*, *quality television* lub „seriale 2.0” charakteryzują się zupełnie nową jakością. Autorzy poszczególnych tekstów unikają jednak konkretnych definicji. Mirosław Filiciak i Barbara Giza przyznają, że posługują się pojęciem *post-soap opera* raczej jako „pewnym drogowskazem, sygnalizującym pojawienie się nowego trendu” niż pojęciem analitycznym¹². Nowe seriale nie są tak schematyczne, jak ich pierwowzory, często sięgają po intertekstualność, posługują się parodią i pastiszem, a ich odbiór wymaga pewnego przygotowania. Słowem, są to seriale, które można określić mianem postmodernistycznych. Autorzy artykułów zawartych w obu opracowaniach zwracają uwagę, że kategoria nowoczesnego serialu wiąże się jedno-

ześnie z zakorzeniem i zerwaniem. Anna Nacher pisze np., że kultura partycypacji nie jest wynalazkiem nowym, lecz istniała od długiego czasu: „jeśli więc dzisiaj na YouTube znajdujemy tak często telewizję poddaną zabiegom parodystycznym, to nie należy stąd wyciągać wniosku o rzekomej rewolucji”¹³.

Artykuły zamieszczone w obu książkach opisują również rozmaite społeczne uwarunkowania tych nowych produkcji. „Seriale 2.0” muszą wykazywać się innowacyjnością, w sytuacji gdy mają walczyć o nowe grupy odbiorców. Nie sposób nie zgodzić się z Mirosławem Filiciakiem, że „dla inteligentów oglądanie seriali telewizyjnych było przeważnie rodzajem wstydlivej przyjemności, a swojego rodzaju »poczucie winy« towarzyszące ich oglądaniu stało się częścią potocznego dyskursu na temat telewizji”¹⁴. Nowa forma serialu miała zainteresować młodzież, toteż musiała dopasować się do potrzeb i przyzwyczajień wielkomiejskiego, wykształconego użytkownika. Dlatego też różne platformy internetowe stanowią nowy środek przekazu tych mediów. Autorzy zwracają uwagę również na fenomeny, takie jak „scena napisowa” w krajach nieanglojęzycznych, gdzie internauci znający dobrze język angielski za darmo tworzą napisy umożliwiające odbiór danego serialu szerszym rzeszom ludzi. Z nowymi serialami wiąże się bowiem ich elitarność, osłabiana jednak dzięki tego typu praktykom¹⁵.

„Klasowość” nowych seriali, fakt, że są emitowane z myślą o widzach bardziej zasobnych

⁶ A. Wiśniewska, *Przyjaciele, czyli jak pokochać neoliberalizm i picie kawy przez cały dzień*, [w:] *Seriale...*, s. 230–237.

⁷ M. Bokinić, *Big Love, czyli to właśnie otwartość czyni z nas rodzinę*, [w:] *Seriale...*, s. 144–152.

⁸ Z. Pasek, K. Skowronek, *Nowa duchowość w nowych serialach telewizyjnych*, [w:] *Post-soap...*, s. 43–61; A. Drzał-Sierocka, *Postreligia? Rozważania na marginesie serialu Anioły w Ameryce Mike’a Nicholasa*, [w:] *Post-soap...*, s. 62–73.

⁹ A. Jawor, *Od kury do demona – serialowy obraz kobiety*, [w:] *Post-soap...*, s. 165–176; K. Sulej, *Kalifornizacja męskości*, [w:] *Seriale...*, s. 128.

¹⁰ S. Nowak, *Queer as Folk: telewizja, seks I polityka różnicy*, [w:] *Post-soap...*, s. 177–192; R. Bożek, *Trawka, czyli o tym, co się pleni na przedmieściach i nie tylko tam*, [w:] *Seriale...*, s. 204–213.

¹¹ W. Piątkowski, *Marketing telewizji, czyli dlaczego niektóre seriale odnoszą sukces*, [w:] *Post-soap...*, s. 208–223; M.R. Wiśniewski, *Jedynie wspólne dobro kulturowe* (w rozmowie z Jasiem Kapelą), [w:] *Seriale...*, s. 73–83.

¹² M. Filiciak, A. Giza, *Wstęp*, s. 7.

¹³ A. Nacher, *Serial 2.0 – model do składowania*, [w:] *Post-soap...*, s. 227.

¹⁴ M. Filiciak, *TV czy nie TV? Telewizja doby post-soap*, [w:] *Post-soap...*, s. 246.

¹⁵ Tamże, s. 251.

w różne rodzaje kapitału, szczególnie podkreśla *Przewodnik Krytyki Politycznej*¹⁶. Henry Jenkins stwierdził, że „osoby najbardziej zaangażowane we wspólne rozwiązywanie serialowych zagadek są szczególnie cenną grupą docelową dla stacji telewizyjnych i reklamodawców”, co znacząco wpływa na kształt nowych seriali¹⁷. Zagadnienie to podejmują również: Beata Łaciak obserwująca preferencje polskich widzów¹⁸ oraz Witold Mrozek, który twierdzi, że podział na „dwie Polski” (jedną – hołdującą wzorcom konserwatywno-narodowym oraz drugą – przyjmującą postawy mniej tradycyjne) uwidacznia się również w przypadku seriali. Pierwszą opcję reprezentują jego zdaniem seriale produkowane przez TVP (*Plebania, Ojciec Mateusz*), drugą przez TVN (*Majka, Teraz albo nigdy!*)¹⁹.

Niestety, analizy serialowej rzeczywistości zawarte w recenzowanych pracach nie zawsze są w pełni dopracowane. W przypadku kilku artykułów lekturę utrudnia zbytne nagromadzenie szczegółów dotyczących fabuł konkretnych seriali, bardziej wprowadzające zamęt niż ułatwiające zrozumienie wyводу autora lub autorki. Niektóre teksty zawierają zaś wnioski, które przestały być (całkowicie lub częściowo) aktualne ze względu na rozwinięcie akcji omawianych seriali²⁰. Oczywiście, badanie szybko zmieniającej się popkultury jest zawsze narażone na „nienadążanie” za jej rozwojem, jednak wydaje się, że generalizujące wnioski dotyczące cech gatunkowych *post-soap* wyprowadzane przez niektóre autorki i autorów nie tylko problemu tego nie rozwiązują, lecz znacznie go pogłębiają. Czy „seriale amerykańskie” rzeczy-

wicie można traktować jako jednolitą kategorię? Nie sądzę, aby taki był cel autorki jednego z artykułów²¹, jednak sformułowanie to pojawia się nazbyt często, aby można go było nie zauważyć. Inna moja wątpliwość dotyczyła stosunku autorów do popkultury. Niektórzy z nich potraktowali ją w sposób zbyt swobodny, wyprowadzając wnioski raczej na podstawie osobistego wrażenia związanego z omawianym serialem niż badań naukowych (analiz semiotycznych, porównań). Naukowe wnioski przeplatają się w ich tekstach z czysto subiektywnymi odczuciami i streszczeniami poszczególnych odcinków seriali. Nie zawsze granica między tym, co jest analizą, a swobodnymi przemyśleniami autora na temat przemian kultury współczesnej (często pozostającymi jedynie w luźnym związku z całością tekstu) jest wyraźnie wyznaczona. Z tą trudnością lepiej radzi sobie *Przewodnik Krytyki Politycznej*, gdyż z założenia miał mieć bardziej popularny charakter. Trudno bowiem oprzeć się wrażeniu, że posługiwanie się pojęciem *Zeitgeistu* na objaśnienie „trafienia z projektem [serialem telewizyjnym – K.Ł.] w odpowiedni czas” ma umiarkowany sens (cytowany autor używa tego terminu, omawiając oczekiwania widzów)²².

Z „trafianiem w czas” wiąże się ostatnie zagadnienie, które warto omówić: nowatorstwo recenzowanych prac. Choć seriale, o których traktują przedstawiane artykuły, dopiero w ostatnim czasie trafiły do Polski (bądź dopiero zaczynają pojawiać się w naszym kraju w oficjalnych lub nieoficjalnych kanałach dystrybucji), to na Zachodzie są zjawiskiem dobrze znanym i opisanym²³. Nie umniejsza to

¹⁶ J. Bożek, *Popkultura się liczy*, [w:] *Seriale...*, s. 299.

¹⁷ H. Jenkins, *Seriale tworzą nowe wspólnoty*, [w:] *Seriale...*, s. 32–46.

¹⁸ B. Łaciak, *Serial jako źródło wiedzy*, [w:] *Seriale...*, s. 58–59.

¹⁹ W. Mrozek, *Seks w TVN-ie, czyli spełniony sen o Trędowatej*, [w:] *Seriale...*, s. 94–102.

²⁰ Por. A. Niemczyńska, *Dr House – demaskator amerykańskiej »kultury cynizmu«*, [w:] *Post-soap...*, s. 74–83. Autorka twierdzi w zakończeniu, że omawiany serial jest klasycznym rozwinięciem gatunku *soap*. Odcinki emitowane po 21 lutego 2011 r. wydają się jednak dyskredytować taką tezę. Z innymi interpretacjami można się nie zgodzić, odwołując się do przywoływanych przez ich autorów odcinków. Teza Beaty Łaciak o tym, że serial *Ranczo* pokazuje siłę kobiet, zapewne nie jest oczywista dla wszystkich widzów tego serialu. Jego scenariusz daje się bowiem odczytać jako lekki, ale jednak, pastisz dążeń feministycznych. Por. B. Łaciak, *Serial...*, [w:] *Seriale...*, s. 52.

²¹ Por. A. Jaworska, *Polish American Story, czyli kto i dlaczego ogląda amerykańskie seriale w Polsce?*, [w:] *Post-soap...*, s. 193–207.

²² W. Piątkowski, *Marketing telewizji...*, s. 221.

jednak zasług szczególnie tych autorów omawianych prac, którzy postarali się o dokładne przedstawienie kontekstu ich polskiej recepcji.

Uwagi krytyczne można odnieść zasadniczo do pojedynczych tekstów i nie są to jednocześnie wątpliwości, które miałyby dyskredytować recenzowane artykuły. Całym publikacjom można zarzucić jedynie liczne błędy edycyjne i językowe, które nie zostały wyeliminowane przez korektę (w obu książkach są one wyraźne). Obie książki mogą być inspirujące zarówno dla osób zajmujących się zawodowo kulturą audiowizualną, jak też dla tych, które chcą dowiedzieć się więcej na temat nowego rodzaju seriali zdobywających coraz większą

popularność w Polsce. Produkcje takie jak *South Park*, *Dr House* czy *Dexter* mają już swoją wierną widownię, lecz tytuły takie jak *Queer as Folk*, *Big Love* oraz *Współczesna rodzina* nie zostały jeszcze przez wielu odkryte.

Pomimo akademickości publikacji *Post-soap* i popularnego charakteru *Przewodnika Krytyki Politycznej* nie można stwierdzić, że są to publikacje skierowane do odmiennych użytkowników. Dzięki barwnemu językowi, który towarzyszy na ogół opisom skomplikowanych fabuł „seriali 2.0”, obie pozycje można potraktować po prostu jako wciągającą książkę lub też jako lekturę pouczającą i pobudzającą do dalszych badań.

Kamil Łuczaj



Konrad Witold Tatarowski

Aksjologia i polityka w pisarstwie i działalności Jana Nowaka-Jeziorańskiego

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2010, 265 s.,
ISBN 978-83-7525-485-3

Jakkolwiek Konrad W. Tatarowski centralnym punktem zainteresowań badawczych uczynił osobę Jana Nowaka-Jeziorańskiego, to wyszedł poza ramy klasycznej biografii i zaproponował czytelnikowi pozycję interdyscyplinarną, niebanalną i bogatą w treści pochodzącą z różnych dziedzin humanistyki. Nim przejdziemy do omówienia samej pracy, warto kilka słów poświęcić jej autorowi, bo jego życiorys zasługuje na uwagę, a może nawet na oddzielne opracowanie.

Konrad W. Tatarowski jest łodzianinem, jednym ze współzałożycieli NSZZ „Solidarność” na tamtejszym uniwersytecie (był wówczas asystentem na wydziale polonistyki).

Działalność opozycyjna w czasie PRL-u narażała go na szykany, inwigilacje, wielokrotnie przesłuchania, a nawet internowanie (między 13 grudnia 1981 a 16 października 1982 r.), co doprowadziło do przerwania przez niego wcześniej obranej ścieżki naukowej, jak również zmusiło do wieloletniej emigracji. Spędził kilkanaście miesięcy w Stanach Zjednoczonych, a później w Niemczech, w Monachium, gdzie współpracował z Radiem Wolna Europa. Do pracy na Uniwersytecie Łódzkim powrócił w roku 1994. Ma w swoim dorobku liczne publikacje prasowe, zarówno w prasie krajowej, jak i zagranicznej, a również książkowe: zbiór poezji i prozy poetyckiej *Światło*

²³ Por. J. Arthurs, *Television and Sexuality. Regulation and the Politics of Taste*, Berkshire 2004; *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, ed. J. Maccabe, K. Akass, London 2007.

w *ciemności*¹ oraz *Literatura i pisarze w programie Rozgłośni Polskiej Radio Wolna Europa*². Swoją trzecią książkę poświęcił Nowakowi-Jeziorańskiemu, postaci bez wątpienia zasłużonej, ale ciągle jeszcze nieco kontrowersyjnej.

Autor postanowił nadać rozprawie tytuł o charakterze podsumowującym, zamykającym w sobie dwa główne kierunki przeprowadzonej analizy. Są nimi aksjologia i polityka, a figura, która je łączy i reprezentuje, jest właśnie Jan Nowak-Jeziorański.

Tatarowski postawił sobie za cel przybliżyć postać jednego z najbarwniejszych i najbardziej znanych Polaków XX w., uznawszy, że poświęcone mu jak dotąd monografie nie wyczerpują złożoności jego charakteru. Zamiast klasycznego podejścia biograficznego, kroczącego podług zasad chronologii, autor posłużył się swoistym pryzmatem i wykorzystał podejście problemowe. Wyodrębnił dwa podstawowe zagadnienia, które uznał za swoiste emblematy charakteru i działalności Jeziorańskiego i na nich zbudował cały swój wywód. Zdaniem autora, Jeziorański żył według własnego, konkretnego systemu wartości, który patronował całej jego działalności politycznej. Podobne stwierdzenie każe nam się od razu zastanowić, czym była zatem dla Jeziorańskiego polityka? Lektura opracowania Tatarowskiego pozwala stwierdzić, że wieloletni dyrektor RWE przypisywał polityce wartość nadrzędną, nie spychając jej do pozycji jednej ze sfer, z których skomponowane jest życie nowożytnego człowieka, pozostającej jednocześnie w doskonałym oddaleniu od innych sfer na to życie się składających. Przeciwnie, Jeziorański był przesiąknięty duchem Weberowskiej odpowiedzialności, która uruchamiała jego działalność dziennikarską, pisarską, dyplomatyczną, edukacyjną, każdą z nich czyniąc działalnością *par excellence* polityczną. Tatarowski stworzył na potrzeby rozprawy pojęcie „współczynnika aksjologicznego”, który ma za zadanie wskazywać na wspólny mianownik pisarstwa i działalności Jeziorańskiego. Omawiana praca jest zatem nie tylko opisem

konkretnej postaci, ale i refleksją nad pojęciem wartości w ogóle. Niepostrzeżenie przybiera szerszy wymiar i z monografii historycznej zamienia się w filozoficzne studium na temat wyborów, jakich dokonuje człowiek.

Tatarowski bardzo ciekawie rozprawę skomponował, czym nadał jej klarowną, logiczną i spójną formę. Podzielił ją na dwie części, a przyświecało mu myślenie spod znaku dedukcji, od ogółu do szczegółu, gdzie jako ogół należy rozumieć zakreślenie pola badawczego (świat istnieje, a więc mamy prawo mówić o wartościach), przez stopniowe wprowadzenie kolejnych pojęć (aksjologia i polityka), aż do zogniskowania ich w samej postaci Jeziorańskiego. Autor dał się poznać jako wnikliwy badacz o szerokich horyzontach. Z wielką swadą i łatwością porusza się po zagadnieniach natury filozoficznej, historycznej, a zwłaszcza literaturoznawczej. Pierwsza część opracowania składa się z czterech rozdziałów, z których pierwszy poświęcony jest aksjologii. Autor przedstawia to zagadnienie w sposób przystępny, nie skupiając się jedynie na jego istocie, ale również na jego genealogii, zarówno na gruncie polskim, jak i poza nim. Odwołuje się między innymi do dorobku Elzenberga, Ingardena, ks. Tischnera, Schelera, Jaspersa i Jana Pawła II, przeplatając cytaty własnymi komentarzami (taką technikę stosuje Tatarowski we wszystkich rozdziałach pracy). Wymienieni filozofowie uznawali wartości za nieodzowne, by ludzkiemu życiu nadać jego pełnię. Sądzę, że dopełnienie i wzbogacenie rozdziału poświęconego aksjologii mogłoby stanowić nawiązanie do Carla Schmitta i jego *Tyranii wartości*, w której to niemiecki prawnik stwierdził, iż wartości są już z natury konflikto- we. Każda próba zrealizowania danej wartości prowadzi nieuchronnie do odebrania ważności wartościom wyznawanym przez innych. Podobna perspektywa aksjologiczna mogłaby służyć za interesujący wstęp do tej części rozprawy (patrz rozdział siódmy – *Konfrontacje i konflikty*), w której autor poddał analizie konflikty Jana Nowaka-Jeziorańskiego z Leopoldem Tyrman-

¹ K.W. Tatarowski, *Światło w ciemności*, Warszawa 1992.

² Tenże, *Literatura i pisarze w programie Rozgłośni Polskiej Radio Wolna Europa*, Kraków 2005.

dem, Jerzym Giedroyciem czy Józefem Mackiewiczem.

Kolejny rozdział pracy omawia perspektywę aksjologiczną w językoznawstwie, trzeci zaś próbuje udzielić odpowiedzi na pytanie, czy Nowak-Jeziorański był dziennikarzem, czy też politykiem. A może po prostu jednym i drugim? (Tatarowski, za Jaspersem, skłania się do twierdzenia, że kluczowe w rozumieniu polityki przez Jeziorańskiego było wpływanie na postawy innych, czy to za pomocą pisarstwa, czy to konkretnych gestów.) Ostatni rozdział pierwszej części publikacji wprowadza w tajniki polityki informacyjnej RWE.

Druga część rozprawy składa się z czterech rozdziałów, a każdy z nich jest próbą odszyfrowania motywów działania Jeziorańskiego. Mamy więc tu do czynienia ze szczegółową analizą pisarstwa Kuriera z Warszawy, w której Tatarowski daje się poznać jako wnikliwy czytelnik i komentator tekstów. Syntetycznie streszcza pisma swego bohatera, wzbogacając je komentarzami z dziedziny literaturoznawstwa, jak również przybliżając – często skomplikowane – kategorie narracyjne. Dwa zamykające opracowanie rozdziały to analiza postawy Jeziorańskiego w starciu z wyznawcami innych niż on, poglądów. Fragment bodaj najciekawszy dotyczy sporu z Leopoldem Tyrmandem, gdyż porusza kwestię nawrócenia w ogóle, nawiązując pośrednio do takich dzieł, jak na przykład *Zniewolony umysł* Miłosza. Czy zachłystnięcie się ideologią jest błędem? Czy mamy do niego prawo? Czy jesteśmy skłonni wybaczać? Tatarowski pozornie skupia się na faktach i rzetelnie przytacza wypowiedziane przez bohaterów słowa. Sam jednak ich wybór i wzajemne zestawienie zmuszają do refleksji nad kondycją człowieka. Czytelnik poznaje Jeziorańskiego w chwilach, w których stawał on na rozdrożu, przed Kierkegaardowskim *Albo-albo*, i zmuszony był do dokonania wyboru. Tatarowski szkicuje prywatną hierarchię wartości Jeziorańskiego i z powagą, acz bez patosu, mówi o jego stosunku do ojczyzny, patriotyzmu, wolności, demokracji i prawdy, nie tylko tej historycznej.

Autorowi opracowania udało się sztuka arcytrudna. Choć żywi on względem bohatera nieu-

krywaną sympatię, a może nawet podziw (kroczy przecież niejako jego śladami, czego przykładem jest wieloletnia współpraca z RWE), nie pisze laurki, nie staje się hagiografem. Zachowuje (niemal zawsze) względem Jeziorańskiego stosowny dystans, wskazuje na jego wady i błędy.

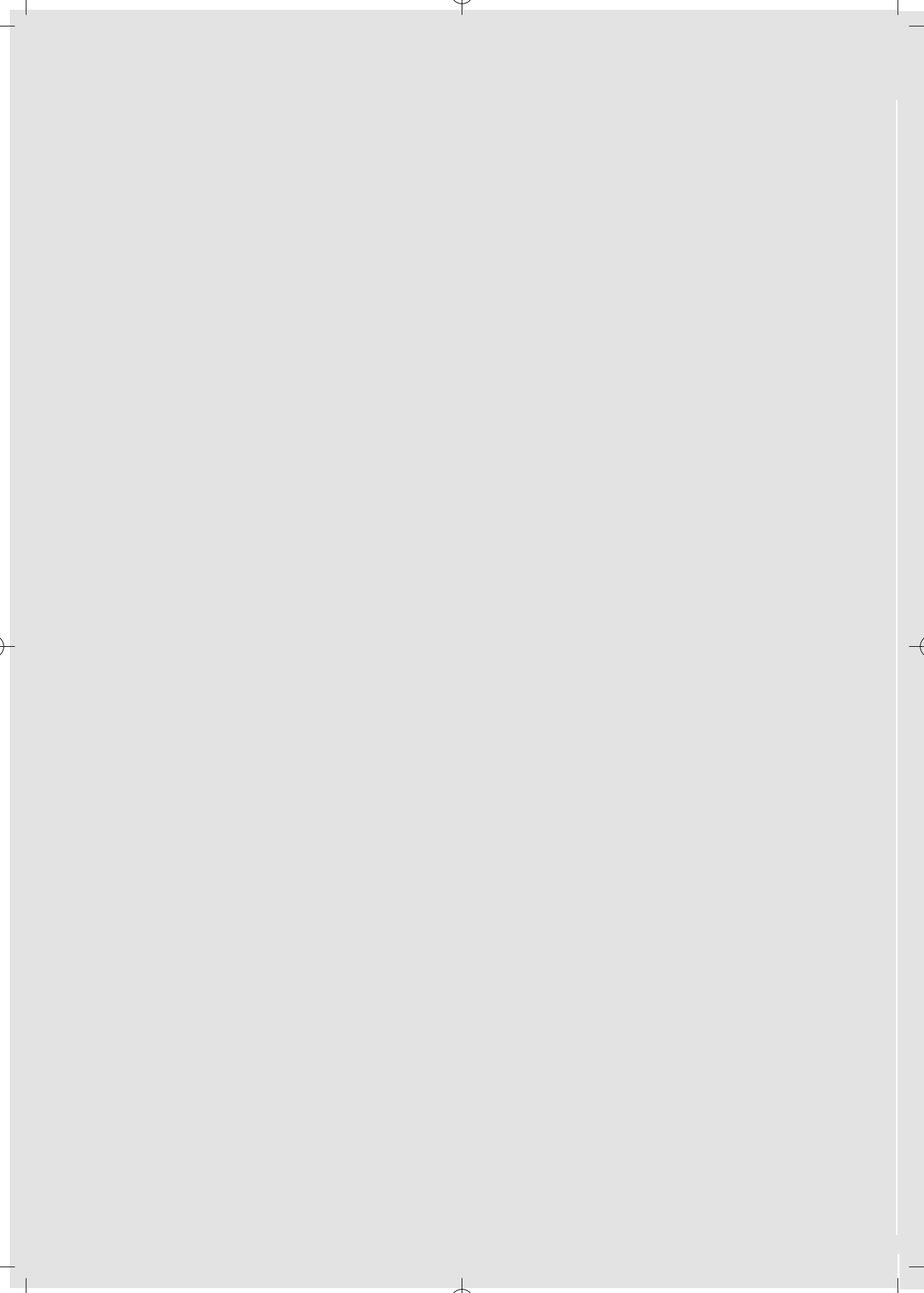
Baza źródłowa opracowania wydaje się bogata i wyczerpująca. Warto raz jeszcze podkreślić jej interdyscyplinarny charakter: od filozofii, przez językoznawstwo, po pozycje historyczne i literaturę piękną. Tatarowski sięga również do archiwów prasowych i radiowych, jak i do archiwum samego Jana Nowaka-Jeziorańskiego.

Każde opracowanie, jak wiadomo, składa się z tego, co jawne i wypowiedziane, jak też z warstwy, która pozostaje doskonale ukryta i wymaga wnikliwości i umiejętności odczytania aluzji. Można by zarzucić Konradowi W. Tatarowskiemu, iż dyskusję o aksjologii politycznej Nowaka-Jeziorańskiego traktuje on instrumentalnie i, posługując się nią, w sposób aluzyjny zachęca do dyskusji na temat polityki informacyjnej dzisiejszych polskich mediów w ogóle. Podobny zarzut radziłabym jednak odbierać jako zaletę. *Aksjologia i polityka w pisarstwie i działalności Jana Nowaka-Jeziorańskiego* to nie tylko rozprawa interdyscyplinarna, ale przede wszystkim pozycja umykająca niebezpieczeństwu popadania w erudycyjny popis, który do żadnej głębszej refleksji nie prowadzi. Tatarowskiemu udało się więc stworzyć opracowanie, która nie tylko świadczy o jego szerokich horyzontach naukowych, ale również o bogactwie i głębi jego osobowości.

Pozostaje mi żywić nadzieję, że RWE, ale też inne polskie ośrodki kulturalne za granicą (a może bardziej niż jako kulturalne, należałoby je widzieć jako ośrodki polityczne?) poddane zostaną dalszemu, jeszcze wnikliwzszemu badaniu i udzielą nam dodatkowych odpowiedzi na pytania o kształt i charakter emigracji – *Polska poza Polską* – i jej wzajemnych relacji z krajem.

Można sobie życzyć, aby twórczość literacka Jana Nowaka-Jeziorańskiego została poddana również skrupulatnej analizie.

Paulina Orłowska



Nasi autorzy

- MAŁGORZATA ADAMIK-SZYŚIAK – dr, asystent w Zakładzie Dziennikarstwa na Wydziale Politologii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
- MACIEJ BIAŁOUS – asystent w Zakładzie Historii Społecznej, Instytut Socjologii Uniwersytetu w Białymstoku
- TOMASZ GACKOWSKI – dr, asystent w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Zakład Teorii Komunikacji Społecznej
- ALICJA JASKIERNIA – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW, Zakład Zagranicznych Systemów Medialnych
- MICHAŁ KACZMARCZYK – dr, Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego, Zakład Dziennikarstwa, prorektor Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu
- JOLANTA KUBIK – doktorantka na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, redaktor naczelna „Gazety Uniwersyteckiej UŚ. Miesięcznika Uniwersytetu Śląskiego”
- MARIA ŁOSZEWSKA-OŁOWSKA – dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW, Zakład Prawa Prasowego
- KAMIL ŁUCZAJ – doktorant na Wydziale Humanistycznym Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie
- ZBIGNIEW ONISZCZUK – dr hab., prof. Uniwersytetu Śląskiego, Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UŚ w Katowicach
- PAULINA ORŁOWSKA – doktorantka na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego
- DARIUSZ ROTT – prof. dr hab., Instytut Nauk o Literaturze Polskiej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, kierownik Pracowni Retoryki
- PIOTR SIUDA – dr, asystent w Katedrze Socjologii Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
- WIESŁAW SONCZYK – dr hab., adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW, kierownik Zakładu Fotografii Prasowej, Reklamowej i Wydawniczej
- AGNIESZKA STĘPIŃSKA – dr, adiunkt na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa

IWONA WIEŻEL

Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Zakład
Systemów Prasowych i Prawa Prasowego

- dr, adiunkt w Instytucie Filologii Klasycznej Katolickiego
Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II

MICHAŁ ZAREMBA

- dr, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa UW, Zakład Prawa
Prasowego

ARTYKUŁY, KOMUNIKATY, SPRAWOZDANIA I RECENZJE ZAMIESZCZONE W NUMERACH 1–4 Z 2010 ROKU

ARTYKUŁY I MATERIAŁY

MACIEJ BIAŁOUS	Obraz Wielkiej Brytanii w publicystyce „Wiadomości Polskich” i „Polski Walczącej” 1940–1945	4	117–136
TOMASZ FRASZCZYK	Grecki dziennik „Rizospastis” jako przykład prasy partyjnej	1	45–59
TOMASZ GACKOWSKI	<i>Bandwagon effect</i> siłą sondażokracji. Po co mediom sondaże w okresie międzywyborczym?	2	43–57
TOMASZ GACKOWSKI	Czy politycy dotrzymują słowa? Obietnice polityków i ich realizacja jako przedmiot badań politologiczno-medioznawczych	4	23–40
MICHAŁ GAJLEWICZ	Argumenty i techniki perswazyjne w reklamie	3	75–88
ANNA GRUHN	Skargi do Rady Reklamy (2007–2008) jako przejaw demokracji konsumentów w Polsce	1	81–97
RAFAŁ HABIELSKI	Komar bzykający. Stefan Kisielewski 1911–1991–2011	3	91–101
ALICJA JASKIERNIA	Od „New York Timesa” do „Huffington Post”. Przemiany w systemie prasowym USA	3	41–58
MICHAŁ KACZMARCZYK	Prasa w Irlandii Północnej	4	89–102
GRZEGORZ KAPUŚCIŃSKI	Metafora przestrzeni w komunikowaniu. Koncepcja semiosfery	1	125–135
KATARZYNA KOPECKA- -PIECH	Koncepcje konwergencji mediów	3	11–26
JAN KREFT	Problemy z konwergencją	3	27–37
MARIA ŁOSZEWSKA- -OŁOWSKA	Prawo do wizerunku w nauce i orzecznictwie sądów polskich – analiza wybranych problemów	4	43–59

MAREK MILLER	Polifoniczna powieść reportażowa	2	87–98
ZBIGNIEW ONISZCZUK	Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji	4	11–22
MAREK PALCZEWSKI	Koncepcja <i>framingu</i> i jej zastosowanie w badaniach newsów w <i>Wiadomościach</i> TVP i <i>Faktach</i> TVN	1	31–41
WIKTOR PEPLIŃSKI	350 lat historii prasy w Polsce (spojrzenie na jej przeszość i teraźniejszość)	2	25–39
DOMINIKA RAFALSKA	Oskarżony K.	2	70–84
DARIUSZ ROTT	Początki prasy w Polsce. Od Anonima tzw. Galla do Jana Aleksandra Gorczyzna	2	11–17
PIOTR SIUDA	Pielgrzymki fanów. Podróże w przestrzeni geograficznej czy podróże symboliczne?	4	105–113
AGNIESZKA STĘPIŃSKA, SZYMON OSSOWSKI	Dziennikarze w Polsce: wartości, priorytety i standardy zawodowe	1	17–28
PAWEŁ SZULC	Między eterem a papierem. „Solidarność Radia i Telewizji” – pismo dziennikarzy Radiokomitetu	2	101–112
KONRAD W. TATAROWSKI	O publicystyce Jana Nowaka-Jeziorańskiego przed rokiem 1989	2	113–126
JAN TOMKOWSKI	Pamięć i gazeta	2	18–24
PAWEŁ URBANIAK	System odpowiedzialności mediów jako przejaw samoregulacyjnych mechanizmów kształtowania ryнку medialnego	2	58–69
WALENTYN NIKOLAJEWICZ WANDYSZEW	Dziennikarstwo w świetle komunikacji interaktywnej: historia i stan obecny	3	105–112
RAFAŁ WARDZYŃSKI	<i>Ryżową szczotką</i> , czyli o felietonach Karola Zbyszewskiego	1	63–78
ALICJA WASZKIEWICZ	Wizerunek jako komunikowane znaczenie i atrybut organizacji	1	98–109
MICHAŁ ZAREMBA	„Śledztwo dziennikarskie” a odpowiedzialność dziennikarza za naruszenie tajemnicy postępowania przygotowawczego	4	60–85

KRZYSZTOF ZUBA	Pierwsze telewizyjne debaty wyborcze w Wielkiej Brytanii	3	59–71
AGATA ZYSIAK	Sieć 2.0 – nowe ramy tworzenia i zdobywania wiedzy?	1	113–122

KOMUNIKATY

PAULINA BARCZYSZYN, MICHAŁ GŁOWACKI, ADAM MICHEL	Projekt 7. Ramowego Programu Komisji Europejskiej (2010–2013) we Wrocławiu. Odpowiedzialność i przejrzystość mediów w Europie: MediaAcT	2	129–134
KATARZYNA GAJLEWICZ-KORAB	Realna pomoc czy próba upolitycznienia? Subwencionowanie francuskich dzienników ogólnokrajowych	1	148–154
KATARZYNA KOCHANIAK	Promocja Mistrzostw Europy Koszykarzy – EuroBasket 2009 Poland. Nowe podejście w warunkach kryzysu	3	123–128
PAULINA KOMAR	Czarny PR oczami widzów spektaklu politycznego	1	155–162
MARCIN ŁĄCZYŃSKI	Projekt „Kształcenie dziennikarzy – kształtowanie tożsamości zawodowej w zmieniających się systemach medialnych”	3	115–118
MAREK PALCZEWSKI	O pożytku z epistemologii dziennikarskiej	3	119–122
JOANNA SZYLKO-KWAS	Fotografią po oczach. O fotografii na pierwszej stronie „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”	1	139–147

SPRAWOZDANIA Z KONFERENCJI

OLGA DĄBROWSKA- -CENDROWSKA	Sprawozdanie z konferencji „Media – Komunikacja – Kultura”, Bielsko-Biała, 22–23 października 2010 roku	1	182–184
MICHAŁ DROŻDŹ	IV Central European Communication Forum „Convergence: Media in Future – Future in Media”, Kraków, 5–7 maja 2011 roku	3	135–138
TOMASZ FRASZCZYK	Sprawozdanie z seminarium naukowego „Systemy medialne na świecie – refleksja teoretyczna i doświadczenia praktyczne”, Warszawa, 25 marca 2011 roku	2	151–155

ALICJA JASKIERNIA	Sprawozdanie z konferencji „Przyszłość mediów publicznych w Polsce”, Warszawa, 14 stycznia 2011 roku	2	142–146
JOLANTA KĘPA-MĘTRAK	Metody są, dyscyplina... będzie? Sprawozdanie z I Ogólnopolskiej Konferencji Metodologicznej Medioznawców „Zawartość mediów – metody, badania, postulaty”, Warszawa, 19 listopada 2010 roku	1	191–195
JOLANTA KĘPA-MĘTRAK	Rozważania o mediach w Katedrze Socjologii. Ogólnopolska konferencja naukowa „Skąd przychodzimy, dokąd zmierzamy? Społeczne konsekwencje transformacji polskiego systemu medialnego”, Olsztyn, 18 maja 2011 roku	3	139–144
MAŁGORZATA KITA	Konwersatorium „Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną”, Katowice, 4–5 listopada 2010 roku	1	185–190
PAWEŁ KUCZMA	Sprawozdanie z konferencji „IAB Day”, Warszawa, 20–21 października 2010 roku	1	179–181
IWONA LEONOWICZ-BUKAŁA	Kształcenie dziennikarzy w Polsce. Nowe potrzeby – nowe standardy. Międzynarodowa Konferencja Naukowa, Rzeszów, 28–29 września 2010 roku	1	172–178
MARCIN ŁĄCZYŃSKI	Sprawozdanie z konferencji „Journalistic Culture in Different Media Systems in the Theoretical Perspective and Practice”, Wrocław, 23 lutego 2011 roku	2	147–150
MARCIN ŁĄCZYŃSKI	Sprawozdanie z „9th Conference on Baltic Studies in Europe – Transitions, Visions and Beyond”, Sztokholm, 12–15 czerwca 2011 roku	3	145–147
ANNA MIŁOSZEWSKA	Mówić sprawnie, grzecznie i poprawnie. Sprawozdanie z II Ogólnopolskiego Sympozjum Naukowego „Etyka i etykieta w komunikacji językowej”, Będlewo, 11–13 kwietnia 2011 roku	3	131–134
AGNIESZKA STĘPIŃSKA	Sprawozdanie z 61. Dorocznej Konferencji International Communication Association, Boston, 26–30 maja 2011 roku	4	139–142
RAFAŁ WARDZYŃSKI	Sprawozdanie z konferencji naukowej „Aparat represji wobec inteligencji w latach 1945–1956”, Warszawa, 24 września 2010 roku	1	165–171

RAFAŁ WARDZYŃSKI	Sprawozdanie z konferencji naukowej „Wojna polsko-polska w mediach. Problemy dyskursu politycznego”, Warszawa, 16 czerwca 2011 roku	3	148–152
IWONA WIEŻEL	Sprawozdanie z konferencji 1st ACS Summer Institute on Critical Literacies, Ghent (Belgia), 11–15 lipca 2011 roku	4	143–146
JUSTYNA ZIOBRŃ	Konferencja „»Miękka« siła w stosunkach międzynarodowych”, Wrocław, 18–19 listopada 2010 roku	2	137–141
RECENZJE			
MAŁGORZATA ADAMIK-SZYSIAK	Jakub Nowak <i>Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka</i>	4	167–169
BEATA BEREZA	Sławomir Gawroński, Rafał Polak <i>Dziennikarstwo i komunikacja społeczna – nowe wyzwania. Kierunki zmian w kształceniu w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej</i>	1	199–201
BOGUSŁAWA BODZIOCH-BRYŁA	Maryla Hopfinger <i>Literatura i media po 1989 roku</i>	3	157–162
BERNADETTA DARSKA	Bernard Poulet <i>Śmierć gazet i przyszłość informacji</i>	3	155–157
MARTA DORENDA-ZABOROWICZ	Darin Barney <i>Spółeczeństwo sieci</i>	1	222–225
TOMASZ GACKOWSKI	Ina Martela Dariusz Rott <i>Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne – wybrane problemy i zagrożenia</i>	4	159–161
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK	„Nowe Media”, red. nacz. Marek Jeziński	1	225–228
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK	<i>Wczoraj, dziś i jutro polskiej informatyki</i> , inicjatywa i red. Ryszard Tadeusiewicz	3	170–173
ALICJA JASKIERNIA	Bogusława Dobek-Ostrowska <i>Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach</i>	4	152–155
ALICJA JASKIERNIA	Terry Flew <i>Media globalne</i> , przekł. Marta Lorek	4	149–151
ANNA JUPOWICZ-GINAŁSKA	Robert Niczewski, Jakub Potrzebowski <i>Celebryci w ataku. Celebrity effect jako skuteczne narzędzie komunikacji marketingowej</i>	3	163–167

MICHAŁ KACZMARCZYK	<i>Public relations w komunikowaniu społecznym i marketingu</i> , pod red. Jerzego Olędzkiego	1	218–221
KAMILA KAMIŃSKA	<i>Wolne media? Środowisko dziennikarskie w 1989 roku</i> , red. Paweł Szulc, Tadeusz Wolsza	2	166–169
MAŁGORZATA KITA	Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz <i>Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura, spójność, funkcjonalność</i>	2	174–177
MAŁGORZATA KITA	Jacek Warchała, Aldona Skudrzyk <i>Kultura piśmienności młodego pokolenia</i>	3	178–183
JOLANTA KUBIK	Agnieszka Wójcińska <i>Reporterzy bez fikcji. Rozmowy z polskimi reporterami</i> , z fot. Jana Brykczyńskiego	4	161–164
JOLANTA KUBIK	Ryszard Kapuściński – <i>wizja świata i wartości. Refleksje interdyscyplinarne</i> , red. nauk. Arkadiusz Dudziak, Agnieszka Żejmo	1	210–212
KAMIL ŁUCZAJ	<i>Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia</i> , red. nauk. Mirosław Filiciak i Barbara Giza; <i>Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej</i>	4	169–173
BEATA NOWACKA	Artur Domosławski <i>Kapuściński non-fiction</i>	2	159–166
PAULINA ORŁOWSKA	Konrad Witold Tatarowski <i>Aksjologia i polityka w pisarstwie i działalności Jana Nowaka-Jeziorańskiego</i>	4	173–175
ILONA PAWŁOWSKA	Magdalena Karciarz, Maciej Dutko <i>Informacja w Internecie</i>	2	182–185
DARIUSZ ROTT	Małgorzata Lisowska-Magdżiarz <i>Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym</i>	4	165–166
AGNIESZKA SIKORA	Marcin Florian Gawrycki, <i>W pogoni za wyobrażeniami. Próba interpretacji polskiej literatury podróżniczej poświęconej Ameryce Łacińskiej</i>	1	212–215
WIESŁAW SONCZYK	<i>Fikcja czy rzeczywistość? Wybór audycji Polskiego Radia Szczecin z lat 1946–1989</i> , wybór, wstęp i oprac. Paweł Szulc	2	170–173

WIESŁAW SONCZYK	<i>Media lokalne w Szczecinie. Raport z badań mediów lokalnych w Szczecinie w 2010 r.</i> pod red. Jana Kani i Roberta Cieślaka	4	155–158
WIESŁAW SONCZYK	<i>Oblicza prasy Śląska i Zagłębia Dąbrowskiego,</i> pod red. Dariusza Rotta i in.	1	202–206
MAGDALENA ŚLAWSKA	Kazimierz Michalewski <i>Komunikaty mieszane</i>	2	178–180
ANDRZEJ ŚWIĄTECKI	Bartłomiej Jagłowski, Dariusz Rott <i>Wizerunek Kuby we współczesnych polskich reportażach podróżniczych (Jerzy Adamuszek, Beata Pawlikowska, Agnieszka Buda-Rodriguez)</i>	3	167–169
ANDRZEJ ŚWIĄTECKI	<i>Wokół reportażu podróżniczego</i>	1	215–217
HALINA TUMOLSKA	<i>Między historią, politologią a medioznawstwem. Wybór problemów,</i> praca zbiorowa pod red. nauk. Tadeusza Wallasa	3	183–186
MIKOŁAJ TYRCHAN	Jacek Brezko, <i>Poglądy historyzoficzne pisarzy z kręgu „Kultury” paryskiej. Przewyciężenie katastrofizmu, odrzucenie mesjanizmu</i>	1	206–209
JACEK WASILEWSKI	Agnieszka Kampka <i>Perswazja w języku polityki</i>	2	180–182
ALICJA WASZKIEWICZ	„Central European Journal of Communication”	3	187–189
MONIKA WOJDOWSKA	Paul Levinson <i>Nowe nowe media</i>	3	173–177
ARTYKUŁY, KOMUNIKATY, SPRAWOZDANIA I RECENZJE ZAMIESZCZONE W NUMERACH 1–4 Z 2011 ROKU		4	179–185

CONTENTS – 2011

PAPERS AND DOCUMENTS

MACIEJ BIAŁOUS	Image of Britain in “Wiadomości Polskie” and “Polska Walcząca” 1940–1945	4	117–136
TOMASZ FRASZCZYK	Greek daily “Rizospastis” as an example of party press	1	45–59
TOMASZ GACKOWSKI	Do politicians keep their word? Political promises and their realisation as a research object of political science and media studies	4	23–40
TOMASZ GACKOWSKI	The <i>bandwagon effect</i> . Why do media need survey polls during the inter-election period?	2	43–57
MICHAŁ GAJLEWICZ	Argumentation and persuasive techniques in advertising	3	75–88
ANNA GRUHN	Complaints (2007–2008) to Polish Board of Advertising (Rada Reklamy) as an expression of consumer democracy	1	81–97
RAFAŁ HABIELSKI	Buzzing mosquito. Stefan Kisielewski 1911–1991–2011	3	91–101
ALICJA JASKIERNIA	From “The New York Times” to “The Huffington Post”. American press transformation	3	41–58
MICHAŁ KACZMARCZYK	The press in Northern Ireland	4	89–102
GRZEGORZ KAPUŚCIŃSKI	Sphere metaphor in communication. The concept of semiosphere	1	125–135
KATARZYNA KOPECKA-PIECH	Media convergence concepts	3	11–26
JAN KREFT	Problems with convergence	3	27–37
MARIA ŁOSZEWSKA- -OŁOWSKA	The right to the image in the doctrine and jurisprudence of Polish courts: analysis of selected problems	4	43–59
MAREK MILLER	Polyphonic report novel	2	87–98

ZBIGNIEW ONISZCZUK	Mediatization of politics and politicization of the media. Two dimensions of the relationship	4	11–22
MAREK PALCZEWSKI	The concept of <i>framing</i> and its use in <i>Wiadomosci</i> TVP and <i>Fakty</i> TVN news broadcasts research	1	31–41
WIKTOR PEPLIŃSKI	350 years of Polish press (partial outlook on its past and present)	2	25–39
DOMINIKA RAFALSKA	The Accused K.	2	70–84
DARIUSZ ROTT	The beginnings of Polish press. From Gallus Anonymous to Jan Aleksander Gorczyn	2	11–17
PIOTR SIUDA	Fan pilgrimages. Real or symbolic travelling?	4	105–113
AGNIESZKA STĘPIŃSKA, SZYMON OSSOWSKI	Journalists in Poland: values, priorities and professional standards	1	17–28
PAWEŁ SZULC	Between ether and paper. “Solidarność Radia i Telewizji” – the Radiokomitet journalists’ magazine	2	101–112
KONRAD W. TATAROWSKI	On Jan Nowak-Jezioranski’s journalistic work prior to 1989	2	113–126
JAN TOMKOWSKI	Remembrance and newspaper	2	18–24
PAWEŁ URBANIAK	Media accountability system as a symptom of self-regulating mechanisms of media market shaping	2	58–69
RAFAŁ WARDZYŃSKI	<i>Ryżową szczołkę</i> : Karol Zbyszewski’s column articles	1	63–78
WALENTYN NIKOLAJEWICZ WANDYSZEW	Journalism in a light of interactive communication: history and modern day	3	105–112
ALICJA WASZKIEWICZ	Image as the organization’s communicated meaning and attribute	1	98–109
MICHAŁ ZAREMBA	Journalistic investigation and journalistic liability for the violation of the pre-trial confidentiality	4	60–85
KRZYSZTOF ZUBA	First televised election debates in Great Britain	3	59–71
AGATA ZYSIAK	Web 2.0 – new frames for creation and knowledge acquisition?	1	113–122

SHORT COMMUNICATIONS

- PAULINA BARCZYSZYN, Project of 7. Framework Programme of the European
 MICHAŁ GŁOWACKI, Community (2010–2013) in Wrocław: Media
 ADAM MICHEL, Accountability and Transparency in Europe:
 MediaAcT 2 129–134
- KATARZYNA
 GAJLEWICZ-KORAB Real aid or a politicization attempt? Subsidizing
 French national dailies 1 148–154
- KATARZYNA
 KOCHANIAK Promotion of European Basketball Championships –
 EuroBasket 2009 Poland. A new approach in
 a crisis situation 3 123–128
- PAULINA KOMAR Black PR through the eyes of the political
 spectacle viewers 1 155–162
- MARCIN ŁĄCZYŃSKI “Journalism Education – formation of professional
 identity in changing media systems” Project 3 115–118
- MAREK PALCZEWSKI On the benefits of journalist epistemology 3 119–122
- JOANNA SZYLKO-
 -KWAS Photography in your face. Photography on the front
 pages of “Gazeta Wyborcza” and “Rzeczpospolita” 1 139–147

CONFERENCE REPORTS

- OLGA DĄBROWSKA-
 -CENDROWSKA Report from the conference “Media –
 Communication – Culture”, Bielsko-Biała,
 October 22–23, 2010 1 82–184
- MICHAŁ DROŻDŹ IV Central European Communication Forum
 “Convergence: Media in Future – Future in Media”,
 Kraków, May 5–7, 2011 3 135–138
- TOMASZ FRASZCZYK Report from an academic seminar “Media systems
 around the world – theoretical reflection
 and practical experience”, Warsaw, March 25, 2011 2 151–155
- ALICJA JASKIERNIA Report from the conference “The future of public
 media in Poland”, Warsaw, January 14, 2011 2 142–146
- JOLANTA KĘPA-
 -MĘTRAK Deliberations on media at the Sociology Department.
 National Academic Conference, “Where do we come
 from and where are we heading? Social consequences
 of Polish media system transformation”, Olsztyn,
 May 18, 2011 3 139–144

JOLANTA KĘPA- -MEŃTRAK	There are methods, will there be discipline? Report from the 1 st National Methodological Media Experts Conference “Media content – methods, research, postulates”, Warsaw, November 19, 2010	1	191–195
MAŁGORZATA KITA	Seminar “Trans-disciplinarity of research on media communication”, Katowice, November 4–5, 2010	1	185–190
PAWEŁ KUCZMA	Report from the “IAB Day” conference, Warsaw, October 20–21, 2010	1	179–181
IWONA LEONOWICZ- -BUKAŁA	Education of journalists in Poland. New needs – new standards. International Academic Conference, Rzeszow, September 28–29, 2010	1	172–178
MARCIN ŁĄCZYŃSKI	Report from the conference “Journalistic culture in different media systems in the theoretical perspective and practice”, Wrocław, February 23, 2011	2	147–150
MARCIN ŁĄCZYŃSKI	Report from the “9th Conference on Baltic Studies in Europe – Transitions, Visions and Beyond”, Stockholm, June 12–15, 2011	3	145–147
ANNA MIŁOSZEWSKA	Speaking fluently, correctly and politely. Report from the II National Academic Conference, “Ethics and manners in language communication”, Będlewo, April 11–13, 2011	3	131–134
AGNIESZKA STĘPIŃSKA	Report of the 61 st Annual Conference of the International Communication Association, Boston, May 26–30, 2011	4	139–142
RAFAŁ WARDZYŃSKI	Report from an Academic Conference “Polish-Polish war in media. Problems with political discourse”, Warsaw, June 16, 2011	3	148–152
RAFAŁ WARDZYŃSKI	Report from an academic conference “Repression apparatus against the intelligentsia between 1945 and 1956”, Warsaw, September 24, 2010	1	165–171
IWONA WIEŻEL	Report of the Conference of the 1 st ACS Summer Institute on Critical Literacies, Ghent (Belgium), July 11–15, 2011	4	143–146
JUSTYNA ZIOBRŃ	“»Soft power« in international relations” Conference, Wrocław, November 18–19, 2010	2	137–141

REVIEWS

MAŁGORZATA ADAMIK-SZYŚIAK	Jakub Nowak <i>The Activity of Citizens Online. Theories and Practice</i>	4	167–169
BEATA BEREZA	Sławomir Gawroński, Rafał Polak <i>Journalism and social communication – new challenges. Directions of change in journalism and social communication education</i>	1	199–201
BOGUSŁAWA BODZIOCH-BRYŁA	Maryla Hopfinger <i>Literature and media after 1989</i>	3	157–162
BERNADETTA DARSKA	Bernard Poulet <i>The end of press and the future of information</i>	3	155–157
MARTA DORENDA- -ZABOROWICZ	Darin Barney <i>The network society</i>	1	222–225
TOMASZ GACKOWSKI	Ina Martela, Dariusz Rott <i>The Press Spokesman. Interpersonal Competencies – Selected Problems and Threats</i>	4	159–161
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK	“The New Media”, editor: Marek Jeziński	1	225–228
WŁODZIMIERZ GOGOŁEK	<i>The past, present and future of Polish computer science</i> , initiative and ed. by Ryszard Tadeusiewicz	3	170–173
ALICJA JASKIERNIA	Bogusława Dobek-Ostrowska <i>The Polish Media System at the Crossroads. Media in Politics, Politics in the Media</i>	4	152–155
ALICJA JASKIERNIA	Terry Flew, <i>The Global Media</i> , transl. by Marta Lorek	4	149–151
ANNA JUPOWICZ- -GINALSKA	Robert Niczewski, Jakub Potrzebowski <i>Celebrities attack. Celebrity effect as an effective tool in marketing communication</i>	3	163–167
MICHAŁ KACZMARCZYK	<i>Public relations in social communication and marketing</i> , ed. by Jerzy Olędzki	1	218–221
KAMIŁA KAMIŃSKA	<i>Free media? Journalist circles in 1989</i> , ed. Paweł Szulc, Tadeusz Wolsza	2	166–169
MAŁGORZATA KITA	Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz <i>Text in radio and television public debate. Structure – coherence – functionality</i>	2	174–177

MAŁGORZATA KITA	Jacek Warchala, Aldona Skudrzyk <i>Literacy culture of the young generation</i>	3	178–183
JOLANTA KUBIK	Agnieszka Wójcińska <i>Reporters without Fiction. Interviews with Polish Reporters</i> , photographs by Jan Brykczyński	4	161–164
JOLANTA KUBIK	Ryszard Kapuściński – <i>values and view of the world. Interdisciplinary reflections</i> , ed. Arkadiusz Dudziak, Agnieszka Żejmo	1	210–212
KAMIL ŁUCZAJ	<i>Post-soap. The New Generation of Television Series and the Polish Audience</i> , eds. Mirosław Filiciak and Barbara Giza; <i>Series. Political Critique Guide</i>	4	169–173
BEATA NOWACKA	Artur Domosławski <i>Kapuściński non-fiction</i>	2	159–166
PAULINA ORŁOWSKA	Konrad Witold Tatarowski <i>Axiology and Politics in the Writings and Activities of Jan Nowak-Jeziorański</i>	4	173–175
ILONA PAWŁOWSKA	Magdalena Karciarz, Maciej Dutko <i>Information on the Internet</i>	2	159–166
DARIUSZ ROTT	Małgorzata Lisowska-Magdziarz <i>A Back-Seat Passenger. Media, Advertising and Education in a Consumer Society</i>	4	165–166
AGNIESZKA SIKORA	Marcin Florian Gawrycki <i>Searching for ideas. Interpretation attempt of Polish travel literature on Latin America</i>	1	212–215
WIESŁAW SONCZYK	<i>Fiction or reality? Polish Radio Szczecin's choice of programmes 1945–1989</i> , ed. and introd. Paweł Szulc	2	170–173
WIESŁAW SONCZYK	<i>Local Media in Szczecin. Report of the Research on Local Media in Szczecin in 2010</i> , eds. Jan Kania and Robert Cieślak	4	155–159
WIESŁAW SONCZYK	<i>Press in Silesia and Zagłębie Dąbrowskie</i> , ed. Dariusz Rott and oth.	1	202–206
MAGDALENA ŚLAWSKA	Kazimierz Michalewski <i>Mixed Communications</i>	2	178–180
ANDRZEJ ŚWIĄTECKI	Bartłomiej Jagłowski, Dariusz Rott <i>Cuba's image in modern day Polish travel reports (Jerzy Adamuszek, Beata Pawlikowska, Agnieszka Buda-Rodriguez)</i>	3	167–169

ANDRZEJ ŚWIĄTECKI	<i>Travel reporting</i>	1	215–217
HALINA TUMOLSKA	<i>Between history, political science and media studies. Selected problems</i> , ed. by Tadeusz Wallas	3	183–186
MIKOŁAJ TYRCHAN	Jacek Breczko, <i>Paris “Kultura” writers’ historical and philosophical opinions. Overcoming catastrophism, rejection of messianism</i>	1	206–209
JACEK WASILEWSKI	Agnieszka Kampka <i>Persuasion in the language of politics</i>	2	180–182
ALICJA WASZKIEWICZ	“Central European Journal of Communication”	3	187–189
MONIKA WOJDOWSKA	Paul Levinson <i>New new media</i>	3	173–177
CONTENTS – 2011		4	186–192

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

Studia licencjackie:

- Stacjonarne Studia Licencjackie
- Niestacjonarne Studia Licencjackie w trybie wieczorowym
- Niestacjonarne Studia Licencjackie w trybie zaocznym

Studia magisterskie:

- Studia stacjonarne II stopnia
- Studia niestacjonarne II stopnia w trybie wieczorowym
- Studia niestacjonarne II stopnia w trybie zaocznym

Studia podyplomowe:

- Podyplomowe Studia Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
 - Pomagisterskie Zaoczne Studium Dziennikarstwa
- Podyplomowe Studia Dziennikarstwo Sportowe i Promocja Sportu
 - Podyplomowe Studia Dziennikarstwo Online
 - Podyplomowe Studia Laboratorium Reportażu.

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

Instytut Dziennikarstwa umożliwi studentom pogłębianie praktycznych umiejętności m.in. w ramach specjalności: dziennikarskiej (prasowej, radiowej, telewizyjnej, agencyjnej, redagowania magazynów kolorowych, reportażu multimedialnego, dziennikarstwa sportowego), PR i marketingu medialnego, fotografii prasowej, reklamowej i wydawniczej oraz dokumentalistyki.

Nasz adres:

00-927 Warszawa

ul. Nowy Świat 69

tel./fax (48-22) 826-93-66

e-mail: biuro@id.uw.edu.pl



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

Undergraduate studies:

- 3-year Undergraduate Bachelor's Studies
- 3-year Undergraduate Evening Bachelor's Studies
- 3-year Undergraduate Extra-mural Bachelor's Studies

Master studies:

- 2-year Graduate Master's Studies
- 2-year Graduate Evening Master's Studies
- 2-year Graduate Extra-mural Master's Studies

Postgraduate studies:

- Postgraduate Evening Studies in Journalism
- Postgraduate Extra-mural Studies in Journalism
- Postgraduate Studies in Sports Journalism and Promotion of Sport
 - Postgraduate Studies in Online Journalism
 - Postgraduate Studies in Reportage Laboratory.

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

The Institute allows for the development of practical skills within the following areas: journalism (press, radio, television, news agency journalism, multimedia reportage, sport journalism), PR and media marketing, journalism, advertising and publishing photography, documentary studies.

Our address is:

00-927 Warszawa

Nowy Świat 69

tel./fax: (48-22) 826-93-66

e-mail: biuro@id.uw.edu.pl





Stefan Kisielewski
Kisiel
1911-1991-2011



Redakcja naukowa: Rafał Habielski
Marek Jabłonowski



Instytut Dziennikarstwa
Uniwersytetu Warszawskiego

MEDIA

początku XXI wieku

Zawartość mediów czyli rozważania nad metodologią badań medioznawczych

pod redakcją
Tomasza Gackowskiego

