

Chciałbym na koniec przytoczyć credo dziennikarstwa warunkujące jego dobrą kondycję i określające podstawy zdrowego stylu funkcjonowania zawodu. Receptę wystawił założyciel kliniki dziennikarstwa profesor Wolny-Zmorzyński: „Mówić – nie szkodząc; pokazywać – nie szokując; dawać świadectwo – nie atakując; ujawniać – nie potępiając to sztuka w dziennikarstwie ogromna. Można się jej nauczyć i przestrzegać. Jeśli ktoś jej przestrzega, zasługuje na miano dziennikarza doskonałego”.

Recenzowana monografia nie stawia, niestety, dobrej diagnozy odnośnie do kondycji polskiego dziennikarstwa. Większość autorów wskazuje na

choroby wyniszczające profesję, ale na szczęście daje też recepty na ich wyleczenie.

Wypada mieć nadzieję, że klinika nie będzie głosem wołającego na pustyni czy też wołaniem topielicy, ale uświadomi środowisku dziennikarskiemu pilną konieczność rozpoczęcia sanacji profesji, bo na jej uzdrowienie nie jest jeszcze za późno. Polecałbym lekturę tej książki nie tylko dziennikarzom i studentom dziennikarstwa, ale przede wszystkim organizacjom medialnym odpowiedzialnym za jakość oferty medialnej, bowiem jakość demokracji zależy od jakości informacji.

Tadeusz Kononiuk



Damian Guzek

Media katolickie w polskim systemie medialnym

Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2016, 367 s., ISBN 978-83-8019-452-6

Moje zainteresowanie książką dr. Guzka wzbudziły już dwa początkowe akapity wstępu. W pierwszym autor stwierdza: „Odległość w linii prostej między Warszawą a Siedlcami wynosi zaledwie 87 km. Tymczasem w przestrzeni radiowej wokół Siedlec funkcjonuje tylko jedna rozgłośnia lokalna – Katolickie Radio Podlasie. Spośród pierwszej piątki tygodników o najwyższej pozycji prasowo-wydawniczej tylko katolickie pismo społeczno-kulturalne »Gość Niedzielny« redagowane jest poza Warszawą. Natomiast jedynym w strukturze komercyjnej telewizji kanałem ogólnokrajowym w pełni należącym do polskiego kapitału jest TV Trwam. Wspomniane przykłady ilustrują problematykę niniejszej książki, jaką jest charakterystyczna dla mediów katolickich w Polsce strukturalna różnorodność”. Niestety, muszę przyznać, że nie rozumiem, o co chodzi autorowi i co ma na myśli, uznając strukturalną różnorodność za cechę charakterystyczną wyłącznie

mediów katolickich, bo przecież dokładnie to samo można powiedzieć w odniesieniu do innych mediów, niezależnie od ich profilu, typu wydawcy czy zasięgu terytorialnego.

Wątpliwości nie tylko nie łagodzi, ale nawet ją wzmacnia teza zawarta w drugim akapicie. Autor zastrzega najpierw, że „choć w naukowych opracowaniach z zakresu mediów w Polsce poświęcono sporo miejsca na analizę katolickich środków przekazu”, to jednak „problematyka ich struktury oraz jej roli w systemie medialnym nie była podejmowana”. Następnie, w sposób kategoryczny stwierdza, że „okres dwudziestu pięciu lat od rozpoczęcia transformacji ustrojowej wyraźnie wskazuje, że specyfika mediów katolickich sprowadza się nie tylko do ich zawartości i własnej doktryny, lecz również specyficznej struktury”. I tym razem nie określa jednak, na czym ona w praktyce polega.

Warto zresztą przy okazji zauważyć, że w przypadku mediów katolickich posługiwanie

się kategorią struktury wymaga szczególnej roztropności, tym bardziej w pracy naukowej. Choćby dlatego, że Kościół ma przecież pełną swobodę w zakresie prowadzenia działalności medialnej (zagwarantowaną m.in. w ustawie z 17 maja 1989 r. o stosunku Państwa do Kościoła katolickiego w Rzeczypospolitej Polskiej), a to oznacza, że struktura kościelnego systemu medialnego nie jest określana w trybie administracyjnym i w praktyce zależy od możliwości organizacyjnych, kadrowych, finansowych itd. oraz inicjatywy i inwencji rozmaitych kościelnych osób prawnych. Świadectwem tego jest m.in. tempo powstawania po roku 1990 nie tylko redakcji prasowych, lecz także stacji radiowych – diecezjalnych i/lub zakonnych. Co więcej, jeśli strukturę polskiego systemu medialnego jako całości (a także osobnego subsystemu, jaki stanowią media katolickie) analizować i oceniać wedle – uniwersalnego i powszechnie stosowanego w literaturze przedmiotu – kryterium zasięgu terytorialnego poszczególnych mediów, to trzeba wyróżniać trzy ich rodzaje: ogólnopolskie, regionalne i lokalne. Ten podział obejmuje wszystkie media, niezależnie od ich właścicieli czy formuły wydawniczej (programowej).

Sądzę, że kluczowym założeniem, na którym dr Guzek opiera całą swoją narrację jest jego autorski podział na media o strukturze: 1) skoncentrowanej, 2) koncentrycznej. Tę drugą posiadają tylko media katolickie, tę pierwszą – wszystkie inne. Za najbardziej charakterystyczne – jego zdaniem – cechy skoncentrowanej struktury systemu medialnego, widoczne szczególnie w okresie PRL, uważa dominację centralnego ośrodka wydawniczego (Warszawy) oraz brak „silnych regionalnych ośrodków medialnych, które równoważyłyby dominujący ośrodek stołeczny”. Moim zdaniem, jest to teza co najmniej wątpliwa, przynajmniej w odniesieniu do sektora prasowego. Wystarczy przeanalizować dane Instytutu Bibliograficznego Biblioteki Narodowej, dokumentujące – przykładowo – sytuację w 1986 r., czyli w końcowym okresie PRL: spośród 3083 tytułów obecnych wtedy

na rynku prasowym tylko nieco więcej niż połowa (1622, czyli 52,6 proc.) miało redakcje w Warszawie, bądź na terenie woj. stołecznego. Co więcej, liczba pism wydawanych poza Warszawą, zwłaszcza w kilku województwach, absolutnie uprawnia do wyróżnienia – wbrew twierdzeniu autora – co najmniej kilku dużych regionalnych ośrodków wydawniczych, np. we Wrocławiu i woj. wrocławskim ukazywało się 214 tytułów; w Krakowie i woj. krakowskim – 203; w Poznaniu i woj. poznańskim – 174; w Katowicach i woj. katowickim – 172; w Łodzi i woj. łódzkim – 105; w Gdańsku i woj. gdańskim – 100. W tej sytuacji nie tylko uważam, że teza o jakiejś szczególnie wyraźnej dominacji „ośrodka stołecznego” i braku „silnych ośrodków regionalnych” jest bezzasadna, ale też twierdzę, że proponowany podział na media o strukturze skoncentrowanej i koncentrycznej jest sztuczny i zupełnie zbędny. Nawiasem mówiąc, do złudzenia przypomina nieudaną próbę wprowadzenia do literatury przedmiotu podziału na media regionalne i regionalistyczne.

Merytoryczną zawartość omawianej książki stanowią cztery rozdziały. W pierwszym, o dość dziwnym tytule (*Teoretyczne podstawy badań nad mediami katolickimi w ramach systemu medialnego*), znajdują się rozważania o charakterze terminologicznym, w tym m.in. podrozdział o „systematyzacji definicji systemu medialnego”. Nie ma w nim jakichkolwiek nowych treści w stosunku do tego, co wiadomo z literatury przedmiotu. Autor poprzestaje bowiem na streszczeniu głównych założeń, opinii i wniosków rozmaitych badaczy, przede wszystkich polskich (m.in. Bartłomieja Golki, Zbigniewa Oniszczyka, Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Walerego Pisarka, Marka Glogiera, Macieja Mrozowskiego, Mariana Gieruli, Marka Jachimowskiego), ale także zagranicznych (m.in. Denisa McQuail'a). W rezultacie powstała lista nazwisk sporządzona w stylu: Dobek-Ostrowska – „zaznacza”, Oniszczyk – „zauważa”, Golka – „zwraca uwagę”, Mrozowski – „prezentuje”, Jachimowski – „wyraźnie

obstaje” itp. Jeśli więc nawet zgodzić się z dr. Guzkiem, że „zaprezentowane definicje stanowią podstawę dla autorskiego rozumienia systemu medialnego”, to jego propozycja nie tylko nie zawiera nic nowego w stosunku do innych definicji, ale jest bardziej powierzchowna (ogólna) i pod względem formalnym nie posiada cech definicji. Jest to bowiem kilkuzdaniowy opis struktury autonomicznej całości, jaką jest system medialny danego kraju: „Autor proponuje zatem własne rozumienie »systemu medialnego«, jako dynamicznej i spójnej części systemu społecznego, która obejmuje instytucje nadawcze i instytucje medialne, funkcjonujące w określonej przestrzeni oraz tworzące swoistą strukturę. Podstawę systemu stanowią instytucje nadawcze odpowiedzialne za proces komunikowania masowego, przygotowanie oraz upublicznienie materiałów prasowych. Instytucje obejmują media publiczne, komercyjne, społeczne w różnych sektorach (prasowym, radiowym, telewizyjnym oraz w środowisku sieciowym) i na różnych szczeblach komunikowania masowego (ogólnokrajowym, regionalnym, lokalnym, środowiskowym)”. To naprawdę, zgodnie z łacińską sentencją *nihil novi sub sole*. Niestety, przykładów takiej postawy badawczej jest w omawianej książce bardzo wiele.

Stwierdzam też u autora drażniącą, wręcz fatalną dla czytelnika, manierę w stylu pisania. Dr Guzek chętnie posługuje się długimi, złożonymi zdaniami, łącząc w ten sposób rozmaite wątki i zazwyczaj prawie każdą część takiej „piętrowej” wypowiedzi opatruje odsyłaczami do książek lub artykułów podawanych w przypisach. Oto przykład tego typu narracji, pochodzący z rozdziału II pt. *Zarys polskiego systemu medialnego*: „Rozważania w ramach koncepcji przestrzenno-strukturalnej, przyjmujące za podstawę analizy związku między mediami, przestrzenią medialną oraz regionem medialnym [w tym miejscu znajduje się odnośnik do tekstu Jachimowskiego – WS], prowadzą do wniosku, że ośrodek centralny uzyskuje pozycję dominującą w danym systemie, gdy

w regionach medialnych nie wykształcają się media zdolne do równoważenia mediów centrum [ponownie odnośnik do tego tekstu – WS]. Dla właściwego rozwoju systemu konieczne jest zatem przyjęcie tzw. filozofii rozwoju koncentrycznego, zakładającej kształtowanie przestrzeni w oparciu o różne skupiska aktywności mediów [odnośnik do książki Zbigniewa Zuziaka pt. *O tożsamości urbanistyki*, Kraków 2008 – WS]. Innymi słowy, stanem idealnym funkcjonowania systemu medialnego byłoby istnienie niezależnych ośrodków regionalnych równoważących media warszawskie [odnośnik do słownikowych haseł: koncentracja i koncentryczność opisanych w *Słowniku języka polskiego*, Warszawa 2007]”. Niestety, ten zamaszty, a jednocześnie – i chcę to podkreślić – bardzo drażniący, a przede wszystkim bardzo utrudniający lekturę sposób pisania jest widoczny we wszystkich rozdziałach. Co więcej, strony zapisane tylko tekstem odautorskim, czyli bez odsyłaczy i przypisów (nie licząc tych, które w całości zajmują tabele, bądź wykresy) należą w omawianej książce do rzadkości.

Przeładowo-sprawozdawczy sposób przedstawiania rozmaitych problemów związanych z naturą mediów katolickich sprawia, że autor nie odnosi się do realiów, w jakich tu i teraz funkcjonują. Widać to m.in. na przykładzie obszernych dywagacji na temat „systematyzacji definicji mediów katolickich”, a jeszcze bardziej – w podrozdziale o założeniach katolickiej doktryny medialnej (aczkolwiek autor zastrzega, że „pojęcie katolickiej doktryny medialnej nie funkcjonuje w nomenklaturze Kościoła. W zamian stosowane są określenia: nauczanie społeczne w zakresie środków przekazu, teologia mediów”). Nie ma przecież nic nowego w twierdzeniu, że „aktualny kształt katolickiej doktryny medialnej wynika z dłuższego procesu osvajania się Kościoła z kolejnymi wynalazkami związanymi z komunikacją masową”, bo o tym pisali wcześniej inni badacze mediów kościelnych (m.in. ks. Antoni Lewek, bp Jan Chrapek, Katarzyna Pokorna-Ignatowicz), których zresztą

autor wielokrotnie przywołuje w przypisach. Również jego propozycja periodyzacji procesu ewolucji doktryny medialnej Kościoła katolickiego nie jest oryginalna, ponieważ wszyscy badacze zgodnie wskazują najpierw na encyklikę Grzegorza XVI *Mirari vos* (1832 r.) i zawartą w niej jednoznaczną krytykę ówczesnej prasy, wszyscy też podkreślają ogromne zasługi papieży Leona XIII i Piusa XII w stopniowej zmianie stosunku Kościoła nie tylko do prasy, ale także do innych środków masowego przekazu (wskazując m.in. na encyklikę Piusa XII *Miranda prorsus* z 1957 r.), wreszcie – nikt nie podważa roli i zasług w tej dziedzinie Soboru Watykańskiego II czy Jana Pawła II, szczególnie aktywnego w zakresie popularyzacji idei wykorzystywania przez Kościół środków masowego przekazu i znanego z licznych dokumentów papieskich na ten temat.

Nowych wątków ani wniosków nie wnoszą drobiazgowo (i dyskusyjnie) dywagacje o charakterze teologiczno-medioznawczym dotyczące sposobu rozumienia przez Kościół funkcji i społecznej roli mediów, mające uzasadniać trafność stosowanego pojęcia „środki społecznego przekazu” (zamiast „środki masowego przekazu”). Dr Guzek – czyniąc to w swoim stylu – stwierdza bowiem m.in.: „Określanie dominujących w społeczeństwie środków przekazu jako media masowe – skoncentrowane na masowym odbiorze przekazywanych treści – pomija ich charakter jednoczący. Powoduje to barierę w doktrynie medialnej Kościoła katolickiego, względem zaliczenia terminu w jej aparat pojęciowy. Chrześcijaństwo traktuje siebie jako religię komunikowania się między ludźmi, przekazywania »komunikatu« o Bogu i kierowania go do człowieka. Dla Kościoła komunikat ten nie jest jednak skierowany do bezkształtnej masy, lecz do konkretnych jednostek i społeczności”. Przyznam, że dotąd nie słyszałem o wydawcy czy nadawcy, który adresowałby swój produkt do „bezkształtnej masy” odbiorców; wręcz odwrotnie – każdy chce możliwie dokładnie znać krąg potencjalnych

czytelników (radiosłuchaczy, widzów), badając ich choćby wedle podstawowych kryteriów socjo-demograficznych (płeć, wiek, wykształcenie itd.).

Zamiast zawilej interpretacji stosownych kanonów Kodeksu prawa kanonicznego oraz Kodeksu kanonów kościołów wschodnich (regulujących odpowiednio – status i działalność instytucji Kościoła katolickiego obrządku rzymskiego oraz Kościołów katolickich obrządków wschodnich), dotyczących szeroko rozumianej obecności Kościoła w mediach, mediów katolickich itd., wolałbym poczytać o polskich realiach w tym zakresie. Jest to o tyle ważne i ciekawe, że w Kodeksie prawa kanonicznego nie ma definicji medium katolickiego. Dla przykładu: jeśli w świetle prawa kanonicznego warunkiem uznania pisma za katolickie jest stosowna zgoda biskupa ordynariusza, a także obecność w składzie zespołu redakcyjnego asystenta kościelnego, to nie mam wątpliwości, że np. tygodnik „Idziemy”, wydawany od 2005 r. przez Wydawnictwo Diecezji Warszawsko-Praskiej, jest pismem katolickim. Ale czy to samo można powiedzieć np. o „Naszym Dzienniku”?

Przykro to powiedzieć, ale autor omawianej książki dopuszcza się wielu uproszczeń, ulega różnym schematom i stereotypom. Przykładowo: opisując strukturę polskiego systemu medialnego w okresie PRL „dostrzega” jedynie dwie instytucje składowe: RSW „Prasa-Książka-Ruch” i Komitet do Spraw Radiofonii i Telewizji „Polskie Radio i Telewizja”. A dlaczego pomija inne, choćby Polską Agencję Prasową, liczne wydawnictwa prasowe czy instytucjonalny kolportaż? Co więcej, z opisu działalności RSW „Prasa-Książka-Ruch” można wnioskować, że było to jedyne wydawnictwo prasowe. Tymczasem sytuacja na polskim rynku prasowym w wymienionym wcześniej 1986 r. była następująca: wprowadziła RSW „Prasa-Książka-Ruch” dominowała (wydając 317 tytułów), ale wśród pozostałych wydawnictw (ponad 30) było też kilka dużych i średnich, np. PWN (275 tytułów), Ossolineum (133), WCT NOT

(95), PWRiL (57) czy PZWL (53). To prawda, że w swojej ofercie te wydawnictwa miały niemal wyłącznie czasopisma, głównie branżowe i specjalistyczne, ale przecież to nie znaczy, że można ich działalność i obecność w systemie medialnym bagatelizować. Tym bardziej w publikacji aspirującej do miana naukowej, recenzowanej przez osoby ze stopniem naukowym.

Nie są to wszystkie uwagi krytyczne, wątpliwości merytoryczne, metodologiczne i językowo-stylistyczne, które wzbudza książka dr. Guzka. Świadomie rezygnuję jednak z przedstawiania pozostałych, ponieważ – i mówię to ze smutkiem – książka na to nie zasługuje.

Wiesław Sonczyk



Aleksandra Seklecka

Rytuały medialne w komunikowaniu masowym

Przypadek polskich telewizyjnych serwisów informacyjnych

Fakty TVN i Wiadomości TVP

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 406 s., Toruń 2017,
ISBN 978-83-231-3756-6

W medioznawstwie, wraz z rozwojem internetu i nowych technologii, pojawia się coraz więcej obszarów do badań. Ale naukowcy w swoich rozważaniach wciąż wracają do mediów tradycyjnych. Dla mnie jako byłej dziennikarki telewizja jest środowiskiem niezwykle bliskim. Znając mechanizmy funkcjonowania redakcji informacyjnych i to, jak – wbrew pozorom – skomplikowane zachodzą w niej zjawiska i procesy, nie dziwi, że świat nauki tak chętnie przygląda się serwisom informacyjnym. Takim szczególnym czasem, kiedy to zainteresowanie zostaje pobudzone, są kampanie wyborcze. To one bardzo często prowokują do przyjrzenia się zjawiskom zachodzącym w telewizji, które często, o ile nie zawsze, wpływają na kreowanie rzeczywistości, formowanie poglądów, decyzje wyborcze, tworzenie podziałów społecznych, ale także na skupianie ludzi wokół telewizji i tworzenie swoistego rodzaju rytuału oglądania telewizji. Dzięki mediom widzowie wkraczają w świat, do którego, bez np. telewizyjnych serwisów

informacyjnych, nie mieliby dostępu. W swojej publikacji Aleksandra Seklecka przebyła interesującą drogę od świata religii do świata współczesnych serwisów informacyjnych, które tylko na pozór wydają się być od siebie oddalone. Było to możliwe za pomocą analizy wielu podejść teoretycznych, a także dziesiątek wydań serwisów informacyjnych *Faktów TVN* oraz *Wiadomości TVP*. Autorka poddała analizie audycje informacyjne z lat 2010–2016, w których znalazły się wydarzenia medialne niezwiązane z kampanią wyborczą oraz związane odpowiednio z kampaniami: prezydencką (2010 i 2015), parlamentarną (2011 i 2015), do Parlamentu Europejskiego (2014). Seklecka specjalizuje się w problematyce mediów masowych i ich związków ze sferą polityki. Jest autorką monografii *Polityka, media, manipulacja medialna – przypadek Polski po 1989 roku*, i wielu artykułów z zakresu manipulacji medialnej, marketingu politycznego oraz rytuałów medialnych. Omawiana publikacja jest pierwszą, tak obszerną pracą tej autorki, która