

MEDIA A POLITYKA ZAGRANICZNA

Anne Schwan: WERBUNG STATT WAF-FEN. WIE STRATEGISCHE AUSSEN-KOMMUNIKATION DIE AUSSENPOLI-TIK VERÄNDERT, VS Verlag für Sozial Wissenschaften, Wiesbaden 2011. S. 397.

Książka¹ jest wydaniem rozprawy doktorskiej, przygotowanej w 2010 r. na Uniwersytecie w Hamburgu przy wsparciu finansowym funduszu stypendialnego Friedrich Neumann Stiftung für die Freiheit. Autorka deklaruje, że powodem jej napisania była potrzeba rozstrzygnięcia, czy w ogóle istnieje, a jeśli – to na czym polega, różnica pomiędzy państwową komunikacją zewnętrzną (niem. *staatliche Außenkommunikation*), dyplomacją publiczną (ang. *Public Diplomacy*), działaniami z zakresu *Nation Branding* a medialnym, zagranicznym wizerunkiem kraju? Bezpośrednią inspiracją do podjęcia badań była natomiast zmiana sposobu postrzegania Niemiec poza ich granicami, jaka dokonana się po zakończeniu Mistrzostw Świata w piłce nożnej w roku 2006².

We wprowadzeniu autorka zauważa, że w literaturze dominują dwa podejścia do kwe-

¹ Tłumaczenie tytułu: Reklama zamiast broni. Jak strategiczna komunikacja zewnętrzna zmienia politykę zagraniczną.

² Np. we Francji i Włoszech po ich zakończeniu nastąpił nagły wzrost zainteresowania nauką języka niemieckiego: w szkołach średnich bardzo wyraźnie wzrosła liczba uczniów chcących rozpocząć jego naukę.

stii profesjonalnej komunikacji państwowej, skierowanej na zagranicę, tj. koncepcje *Public Diplomacy* oraz *Nation Branding*. Obie bazują na założeniu, że pozytywny wizerunek kraju poza jego granicami jest niezbędny do lepszego wykorzystania jego możliwości na arenie międzynarodowej. Anne Schwan chce dowieść, że wizerunek kraju jest pochodną przyjętej w danym państwie strategii komunikacyjnej w sensie piarowskim, dlatego wprowadza pojęcie *strategicznej komunikacji zewnętrznej państw* (niem. *strategische Außenkommunikation von Staaten*), które autorka ma ambicję odróżnić od zakresu znaczeniowego pojęć *Public Diplomacy* oraz *Nation Branding*, i które ma pozwolić jej na analizowanie tego zakresu działań w kontekście nauki o komunikowaniu.

Autorka ma nadzieję, nie ograniczyć się dzięki temu do opisu badanego zjawiska, ale podjąć próbę rozważań o charakterze interpretacji analitycznej. W odniesieniu do nauki o komunikowaniu – jej działania naukowe polegają na analizie państwowej komunikacji zewnętrznej jako formy mediatyzacji polityki zagranicznej. Celem pracy jest próba pogodzenia dotychczasowych wyników badań, uzyskanych w obszarze wielu dyscyplin oraz wypracowanie na ich podstawie spójnej koncepcji, która mogłaby się stać fundamentem przyszłych kolejnych analiz. Rezultatem jej pracy ma być również wypracowanie czytelnego katalogu kryteriów sukcesu strategicznej komunikacji zewnętrznej.

Punktem wyjścia przyjętych w pracy hipotez badawczych jest analiza strategicznej komunikacji zewnętrznej na trzech płaszczyznach:

– Na poziomie *mikro* autorka zastanawia się, czy strategiczną komunikację zewnętrzną można traktować jako część PR? Jakże to będzie niosło z sobą konsekwencje? Ja-

kie wymagania powinno się stawiać przed skuteczną komunikacją zewnętrzną? W jaki sposób w ramach strategicznej komunikacji zewnętrznej konstruowany jest wizerunek kraju?

– Na poziomie *mezo* autorka stawia pytanie o to, w jaki sposób działania z zakresu strategicznej komunikacji zewnętrznej docierają do grup docelowych? Czy strategiczną komunikację zewnętrzną można definiować jako formę mediatyzacji polityki zagranicznej? A wreszcie, po co to robić i co jest tego konsekwencją?

– Na płaszczyźnie *makro* Schwan zastanawia się nad kwestią interesu politycznego, którym kierują się państwa stosujące strategiczną komunikację zewnętrzną. Autorkę ciekawi, jakie znaczenie ma wizerunek narodu dla polityki zagranicznej i statusu państwa na arenie międzynarodowej? Jakie znaczenie dla naszej percepcji ma komunikacja i jaka jest jej rola? Co jest ograniczeniem dla tej formy komunikacji?

Na podstawie tych pytań autorka stawia hipotezy o charakterze normatywnym, dotyczące idealnego modelu strategicznej komunikacji zewnętrznej, które są fundamentem jej pracy.

I tak na poziomie *mikro* autorka przyjmuje, że strategiczną komunikację zewnętrzną można uznać za część PR, ponieważ odnosi się ona do działań komunikacyjnych skierowanych do grup docelowych poza granicami kraju. W tym kontekście autorka przyjmuje, że inicjatywa działań oraz kreacja strategii leżą po stronie rządu. Włączanie się innych podmiotów w tę działalność jest natomiast korzystne. Strategiczna komunikacja zewnętrzna ma charakter perswazyjny, a jej obiektem nie jest kraj, lecz jego wizerunek, stąd jej zadaniem jest kreacja takiej rzeczywistości, która będzie wiarygodna dla odbiorcy.

Zgodnie z założeniami Schwan na poziomie *mezo* strategiczna komunikacja zewnętrzna współtworzy międzynarodową wspólnotę wartości (ang. *imagined communities*), która pełni funkcję swoistego układu odniesienia dla odbiorców, dzięki czemu tworzy ona opiniotwórczą ramę (ang. *frames*) prezentacji wizerunku, której zadaniem jest redukcja jego

złożoności oraz legitymizacja politycznego i gospodarczego autowizerunku i utrwalenie statusu kraju. Redukcja złożoności wizerunku służy natomiast obniżeniu kosztów informacji po stronie odbiorcy, a poza tym do takiego jej uproszczenia, które umożliwi mu jej zrozumienie i akceptację. Stąd strategiczna komunikacja zewnętrzna może być formą mediatyzacji polityki zagranicznej, a „automediatyzacja pełni rolę centralnej strategii działań w zakresie polityki zagranicznej”³.

Na poziomie *makro* strategiczna komunikacja zewnętrzna oznacza możliwość konstruowania [wizerunku] rzeczywistości i podejmowania aktywności na arenie międzynarodowej (w sensie *Soft Power*). Należy ją zatem rozumieć jako proces intencjonalnej i strategicznej konstrukcji pożądanego wizerunku rzeczywistości przy użyciu narzędzi komunikacyjnych. Jej kanałem jest meta-rzeczywistość mediów, ponieważ odbiorca nie ma możliwości jej weryfikacji bezpośrednio, tj. przez doświadczenie osobiste. Jakość strategicznej komunikacji zewnętrznej jest wyznacznikiem poziomu profesjonalizacji komunikacji politycznej danego kraju w aspekcie jego polityki zagranicznej. W ujęciu Schwan strategiczna komunikacja zewnętrzna odnosi się zatem niemal wyłącznie do przekazu mediów i, zgodnie z koncepcją *Soft Power* Josepha Nye’a, służy jako jej instrument.

Oprócz obszernej analizy literatury (w sumie 356 publikacji, z których 201 dotyczyło *Public Diplomacy*, a 155 *Nation Branding*), autorka przeprowadziła analizę komunikacji zewnętrznej Niemieckiej Republiki Federalnej i Wielkiej Brytanii. W doborze państw objętych badaniem Schwan kierowała się zasadą tzw. *most similar cases*. Sama analiza objęła dokumenty Ministerstw Spraw Zagranicznych i instytucji kulturalnych obu krajów, dzięki czemu możliwe miało się stać nie tylko badanie samej strategii komunikacyjnej, ale i jakości kooperacji i relacji przywództwa pomiędzy instytucjami współpracującymi w jej

³ Selbstmediatisierung ist somit eine zentrale Strategie des außenpolitischen Handelns, s. 22.

(tj. strategii komunikacyjnej) zakresie. Autorka przeprowadziła również wywiady z parlamentarzystami, przedstawicielami ministerstw (rządów) oraz organizacji kulturalnych.

Obszar komunikacji zewnętrznej uznać należy raczej za nauką *terra incognita*. Wśród najpowszechniej znanych, dotyczących jej koncepcji, wymienić należy wspomniane już wcześniej: *Public Diplomacy* oraz *Nation Branding*, z których pierwsza ma nieco dłuższą historię oraz – zdaniem autorki – bardziej naukowy charakter i była uprawiana głównie w USA. Na gruncie europejskim tematyką tą zajmował się przede wszystkim Joseph Nye, twórca koncepcji *Soft Power*. Głównym zarzutem podnoszonym przeciwko tej dyscyplinie badań jest jej niedostatecznie naukowy charakter (głównymi ekspertami w jej obrębie są, jak zauważa Schwan, przede wszystkim praktycy), powodowany głównie autoreferencyjnym charakterem jej dorobku. Antidotum na ten stan rzeczy może być mocniejsze zakotwiczenie tych badań w obszarze nauki o komunikowaniu, a w szczególności w teoriach Gruniga (niem. *Exzellenztheorie*), konstruktywizmie PR Mertena oraz teoriach komunikacji politycznej i mediatyzacji polityki, koncepcji *framing* Etmana, koncepcji *imagined communities* Andersona oraz *invention of tradition* Hobsbawma.

Praca składa się z trzech części: wprowadzenia, rozważań teoretycznych oraz zaleceń dla praktyki. We wprowadzeniu (rozdział 1 pracy) autorka na początku wskazuje cele i hipotezy badawcze, metodologię badań, referuje stan dotychczasowych osiągnięć naukowych w zakresie badanej tematyki oraz precyzuje ostatecznie obszar podejmowanych rozważań naukowych. Następnie przedstawia aparat pojęciowy, w tym definicje i zakres znaczeniowy terminów *Public Relations*, *Nation Branding*, *Public Diplomacy*, *strategiczna komunikacja zewnętrzna*, a także *marketing*, *marketing mix* oraz *reklama*.

W części drugiej swojej pracy (rozdziały 2 i 3) autorka określa ramy naukowe podejmowanych rozważań, tzn. wskazuje istotne z ich punktu widzenia teorie i ustalenia teoretyczne z zakresu nauki o komunikowaniu, koncepcje, cele i sposób działania PR, jego

funkcje społeczne i organizacyjne. Następnie podejmuje kwestie mediatyzacji polityki i społeczeństwa, a także szerzej, jakości procesów komunikacji w społeczeństwie medialnym, w tym procesu komunikacji politycznej w kontekście medializacji i automediatyzacji polityki, także polityki zagranicznej.

W tej części autorka wprowadza również, niezwykle istotne z punktu widzenia tematyki jej pracy, pojęcia związane z procesem powstawania wizerunków narodowych, stereotypów i uprzedzeń, objaśniając przy tej okazji mechanizm powstawania – postulowanych przez nią – tzw. *Imagined Communities*. Dalej Schwan ciekawie prezentuje historię i rozwój podejmowanych przez poszczególne podmioty państwowe (w tym głównie Francję, Wielką Brytanię i Irlandię oraz Niemcy) działań w zakresie komunikacji zewnętrznej, ze szczególnym uwzględnieniem dyplomacji kulturalnej tych krajów. Dość szczegółowo omówiona zostaje także ewolucja, jaka dokonała się w obszarze działań dyplomatycznych, począwszy od czasów tradycyjnej dyplomacji do współcześnie rozumianej dyplomacji publicznej. Schwan omawia tu również podstawowe kwestie związane z promocją państwa jako marki.

W ostatniej części pracy (rozdział 4 i 5), zawierającej wskazówki dla praktyki oraz podsumowanie całości rozważań, Schwan omawia sposób zastosowania strategicznej komunikacji zewnętrznej na przykładzie Wielkiej Brytanii i Republiki Federalnej Niemiec, a następnie – na podstawie dokonanej przez siebie analizy – konstruuje model działania strategicznej komunikacji zewnętrznej. Na końcu pracy została zamieszczona niezwykle obszerna bibliografia, która stanowi nie mniej cenną część tej publikacji niż sam model strategicznej komunikacji zewnętrznej, zaproponowany przez Annę Schwan (bibliografia liczy 35 stron i obejmuje, oprócz licznych dokumentów źródłowych, 361 artykułów naukowych i 163 monografie).

Agnieszka Szymańska

EWOLUCYJNE
MODELOWANIE
KOMUNIKOWANIA

Jan Pleszczyński: EPISTEMOLOGIA KOMUNIKACJI MEDIALNEJ. PERSPEKTYWA EWOLUCYJNA, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2913. S. 490.

Książka Jana Pleszczyńskiego składa się z trzech części, uzupełnionych krótkim „Słowem wstępnym”, dość obszernym „Prologiem” oraz kilkustronicowym „Zakończeniem”. Jej przedmiotem jest fenomen komunikowania, szczególnie w perspektywie oglądu teoriopoznawczego, zakładającego, że zjawisko to ma genezę oraz charakter ewolucyjny i takie jego ujęcie z poziomu refleksji filozoficznej wydaje się najbardziej adekwatne.

W „Słowie wstępnym” autor zaznacza, że w swoim filozoficznym ujęciu komunikacji – bo takie w jego intencjach prezentuje praca – inspirowane jest głównie hermeneutyką i ewolucyjną teorią poznania. Takie postawienie problemu wydaje się również odpowiednie, bo obydwie filozoficzne procedury badań zakładają immanentną zamianę przedmiotu poznawanego oraz analizowanego w wymiarze dziejowo-historycznym. Autor chce bowiem pokazać, jak różne narzędzia komunikacji – a szczególnie współczesne technicyzowane media o charakterze masowym – zmieniają samą komunikację, a zatem i „pole poznawcze”, jego historię oraz obecne granice rozwoju.

Należy nadmienić, że termin „pole poznawcze” to jedna z centralnych kategorii używanych w książce, ujmującej w perspektywie badawczej przede wszystkim obszary komunikacyjnych powiązań oraz sprzężeń zwrotnych, pojawiających się nieustannie w zmieniających się procesach komunikowania (zarówno społecznego jak i medialnego)

pomiędzy jednostkami a szeroko rozumianym społeczeństwem. Ludzie najczęściej nie uświadamiają sobie tego.

W „Prologu” Pleszczyński określa status ontyczny komunikacji. Traktuje ją jako relację (zbiór relacji) i zalicza do kategorii „relacji zontologizowanych”, czyli takich, które posiadają „moc sprawczą”. Autor argumentuje na rzecz relacjonizmu w ontologii, a więc uznaje relacje za kategorie pierwotne; dla wzmocnienia przyjętego stanowiska ontologicznego zestawiając go z ujęciami substancjalistycznymi (szczególnie ze zdroworozsądkowym reizmem Tadeusza Kotarbińskiego).

Przyjęcie relacjonizmu – w jego opinii – jest kluczowe dla rozważań analitycznych prowadzonych w dalszej części książki. W rezultacie pozwala mu to na skonstruowanie (w rozdziale 2) – trójelementowego modelu poznawania, w którym komunikacja stanowi nie tylko wyróżnioną relację epistemiczną, ale także relację o charakterze więzi międzyludzkich (podstawę szeregu interakcji międzyludzkich). Narzędzia komunikacji bowiem – np. mowa, pismo, media masowe itd., wpływają w sposób bardzo istotny zarówno na indywidualne i zbiorowe obrazy świata, jak i na charakter więzi interpersonalnych.

Takie założenie autora jest słuszne, a sposób argumentacji przekonujący. Przyjęta w prowadzonych badaniach perspektywa ewolucyjna pozwala bowiem traktować komunikację jako ontyczność dynamiczną. Na przykładzie stopniowego uniezależniania się komunikacji od fizycznej obecności komunikujących się stron autor sygnalizuje zmiany charakteru relacji komunikacji, na bazie których proces ten ulega sukcesywnej ewolucji, raz szybciej, innym razem wolniej.

Część I pracy składa się z czterech rozdziałów. Stanowi ona teoretyczną bazę dla rozważań prowadzonych w części III, skoncentrowanych na komunikacji za pośrednictwem i z udziałem tzw. mediów masowych. Najistotniejszą natomiast tezą rozdziału I jest zasygnalizowanie kwestii fundamentalnej dla procesów poznawczych gatunku *Homo sapiens*, tj. istnienia nie tylko biologicznego, ale i kulturowego *a priori*, czyli swoistych „przy-

musów” poznawczych, którym poddawany jest każdy człowiek jako część zbiorowego podmiotu komunikacyjnego (tj. poznającego podmiotu ludzkiego).

Ideę *a priori* biologicznego autor zaczerpnął m.in. z ewolucyjnej teorii poznania; w idei *a priori* kulturowego widać wyraźne odniesienia do socjologii wiedzy, koncepcji rozwoju nauk Thomasa Kuhna i Ludwika Flecka (co zresztą wielokrotnie w książce podkreślono). Wyróżnienie podwójnego *a priori* (tj. jednostkowego i zbiorowego) ma dla pracy bardzo istotne znaczenie – wskazuje bowiem na kulturowe, ale też biologiczne determinanty wszelkich form komunikowania ludzi.

Kulturowo-biologiczny charakter procesów komunikacyjnych autor wyjaśnia, posiłkując się Mounierowską koncepcją rozwoju osobowego bytu człowieka i jego ideą dwuaspektowości ludzkiej natury, którą symbolizują znane metafory alienacji Narcyza i Herkulesa. Przez odwołanie się do praktyk animistycznych Pleszczyński wskazuje na stopniowe wyłanianie się komunikacji jako międzyludzkich więzi (proces ten nazywa „ontologizacją”). W tym procesie ontologizacji komunikacji ujawnia się mozolny i długotrwały proces „rozpoznawania” i stopniowego ujarzmiania komunikacyjnego „żywiolu”. Pojęcie „żywiolu” – zdaniem autora – stanowi trafną metaforę służącą opisowi wszelkich procesów komunikowania. Próby ograniczania tej „żywiolowości” owego procesu skutkują poszukiwaniem odpowiednich form i narzędzi komunikacyjnych.

W rozdziale 1 autor przygotowuje więc konstrukcję modelu pola poznawczego (którą przedstawia w rozdziale 2). W związku z tym wyjaśnia także podstawowe kwestie związane z kartezjańską metodą analityczną i konstruowaniem modeli teoretycznych, ukazując jej głównie historyczne znaczenie i współczesne ograniczenia interpretacyjne.

Rozdział 2 jest najobszerniejszy i obok rozdziału 8 wydaje się kluczowy dla całości pracy. W rozdziale tym skonstruowany zostaje model trójczłonowego pola poznawczego, którego elementy to „podmiot jednostkowy”, „podmiot zbiorowy” i „świat”. Podział ten nawiązuje do ewolucyjnej teorii poznania

skonstruowanej przez Karla R. Poppera i jego koncepcji „trzech światów” zaadaptowanej do opisu fenomenu szeroko pojmowanych procesów komunikowania, będących w sposób naturalny częścią wysiłków poznawczych człowieka i przygotowujących grunt dla jego dalszej ewolucji. Pleszczyński przyjmuje przy tym stanowisko relacjonistyczne, pozwalające mu traktować te elementy jako współmierne; gdyż tym, co je ontycznie spaja, są powstające tu relacje oraz rozwijająca się na ich podstawie cała sieć powiązań, dążąca nieustannie do kształtowania wciąż modyfikującej się całości o charakterze systemu komunikacyjnego.

Model „wędrującego trójkąta” (tak go nazywa autor) pozwala analizować rozmaite relacje poznawcze, w których uczestniczą naturalne i nienaturalne aparaty światobrazu, np. wytwarzane przez media masowe. W model wędrującego trójkąta wpisana zostaje komunikacja jako wyróżniona relacja poznawcza, decydująca nie tylko o ostatecznym kształcie ludzkiej wiedzy, ale w ogóle umożliwiająca zaistnienie wiedzy i jej ewolucyjnego, momentami kumulatywnego rozwoju.

Autor wyjaśnia przy tym, że to, co poznajemy i co wiemy, jest wypadkową relacji poznawczych, które tylko analitycznie można przedstawiać jako relacje pomiędzy wierzchołkami „wędrującego trójkąta”; trójkąt jest bowiem dynamiczny i jego elementy cały czas ulegają zmianom (działa w nim przysłowiowa „strzałka czasu”). Taki model trójczłonowego pola poznawczego przeciwstawia się teoriopoznawczej tradycji kartezjańskiej i pokartezjańskiej, opartej głównie na wyróżnionej diadzie: podmiot – przedmiot. Autor uważa również, że ludzkie poznanie zawsze jest zapośredniczone w podmiocie zbiorowym, do którego dostęp mamy przede wszystkim dzięki komunikacji.

W pierwszej części rozdziału 2 autor ukazuje również, że załączki idei trójczłonowego pola poznawczego były już obecne w epistemologii kartezjańskiej (Kartezjusz bowiem wprowadził do teorii poznania „trzeci element”, a więc medium – Boga). Ostatnia część rozdziału poświęcona jest natomiast problemowi prawdy – jednemu z naczelných

pojęć epistemologicznych, dla rozwoju którego komunikowanie jest niezbędne. Model trójczłonowego pola poznawczego wyjaśnia zatem, że w analitycznie wyróżnionych relacjach korzystamy z rozmaitych koncepcji prawdy – stąd m.in. niekończące się spory filozofów co do istnienia i natury prawdy oraz kryteriów prawdziwości wiedzy o świecie.

W rozdziale 3 Pleszczyński rozważa biologiczne i kulturowe aspekty komunikacji. W jego ocenie, zresztą słusznej, komunikacja międzyludzka jest zjawiskiem kulturowym, ale jej korzenie tkwią głęboko w biologii istot żywych i człowieka, tak jak korzenie racjonalności tkwią w mechanizmach racjomorficznych, znanych już w świecie zwierząt. Racjomorficzność i aksjomorficzność odgrywają bardzo istotną (choć, jak sądzi autor, zbyt często niedocenianą przez humanistów) rolę w procesach komunikacji.

Współczesne formy komunikacji, wzmocnione nowoczesnymi technologiami (będącymi wspianymi emanacjami racjonalności), skutecznie ukrywają biologiczną składową ludzkiego poznania. Autor przypomina i silnie akcentuje, że natura jest siłą nie tylko starszą, ale też wielokrotnie potężniejszą od kultury. Niepowodzenia komunikacyjne często wiążą się z ignorowaniem biologicznej komponenty obecnej w ludzkim poznaniu i komunikowaniu, na co wskazują np. badania psychologiczne ludzkiego aparatu percepcji, zjawisk psychospołecznych, umożliwiające zrozumienie przyczyn znanych efektów: „narkotycznego i bumerangowego” pojawiających się w komunikowaniu masowym.

Pleszczyński przypomina także, że w ujęciach holistycznych i naturalistycznych (z którymi wyraźnie sympatyzuje) pojęcie „komunikacji” można rozszerzać na wszystkie poziomy i obszary rzeczywistości, co zbliża jego stanowisko np. do poglądu na tę kwestię formułowanego z punktu widzenia socjologii systemów społecznych N. Luhmanna (jego koncepcji komunikowania autopojetycznego), ale i wielu współczesnych teoretyków komunikowania – np. Paula Levinsona, Rogera Fiedlera – nawiązujących do modelu epistemologii ewolucyjnej K.R. Poppera.

W takiej perspektywie komunikują się nie tylko ludzie, nie tylko wszystkie organizmy żywe, ale także komórki czy atomy, a być może także inteligencje żyjące w kosmicznym uniwersum. Komunikację można więc uznać za uniwersalną zasadę, którą rządzi się świat, zaś samo życie – w zgodzie z ewolucyjną epistemologią i znanym określeniem Konrada Lorenza – za proces pozyskujący poznanie, bo jak twierdził ten przyjaciel Poppera: *Leben is Lernen*, czyli ze swej istoty jest poznaniem, u którego podstawy leży szeroko pojmowane komunikowanie, zarówno pozawerbalne, jak i werbalne.

W rozdziale 4 konstruowana jest pewna „jednostka komunikacji”, czyli ontycznie złożona całość. „Komunikacja jako taka” jest bowiem relacją, ale w pragmatycznych analizach tej relacji trzeba uwzględnić szereg rozmaitych elementów o zróżnicowanym statusie ontycznym. Jednym z nich są indywidualne obrazy świata uczestników komunikacji i właśnie one głównie odpowiadają za to, że w praktycznej komunikacji istnieją „obszary niedookreśloności”, generujące nieporozumienia, nietrafności komunikacyjne, stwarzające miejsce dla komunikacyjnych manipulacji, co zresztą mieści się w paradygmacie filozoficznej refleksji ewolucyjnej, posługującej się kategorią adaptacji. Ta manipulacja w perspektywie praktyk komunikacyjnych nie musi być postrzegana jako zjawisko pejoratywne, ale bardziej utylitarne.

Część II książki, obejmująca rozdziały 5, 6 i 7, ma charakter historyczny i genealogiczny. Autor próbuje wskazać na momenty, w których problematyka komunikacji wkroczyła do myślenia filozoficznego.

Tak więc rozdział 5 wskazuje na Sokratesa, a przede wszystkim na sofistów jako na tych, którzy pierwsi zrozumieli rolę komunikacji w procesach poznawczych. Opiera się na klasycznych dziełach Wernera Jaegera, Erica Havelocka czy Bruno Snella, uwytklających epistemologiczne znaczenie „pierwszego zwrotu humanistycznego”, jaki się dokonał w Grecji w V w. p.n.e., dzielących dzieje myśli filozoficznej na tę przedsokratejską i posokratejską.

W rozdziale 6 podejmuje próbę wyjaśnienia, dlaczego aż do czasów nam współczesnych komunikacja nie stała się jednym z centralnych, a nawet centralnym problemem filozoficznym. Za ten stan rzeczy autor „obwinia” Platona i cały późniejszy nurt aprioryzmu w filozofii, który nie uwzględniał komunikacji jako warunku ludzkiej wiedzy.

Rozdział 7 można potraktować jako łącznik pomiędzy I i III częścią książki. Opierając się na modelu trójczłonowego pola poznawczego (skonstruowanego w cz. I), autor rozważa, jak wyglądałby proces Sokratesa dziś, w obecności współczesnych mediów (którym poświęcona jest cz. III). Tym samym wskazuje przekonująco (z perspektywy ewolucyjnego oglądu zjawiska) na funkcję i moc mediów masowych w kształtowaniu indywidualnych oraz zbiorowych obrazów świata.

Składająca się z czterech rozdziałów część III koncentruje się na zmianach, jakie w polu poznawczym powoduje obecność mediów technicyzowanych. Pod względem teoretycznym najważniejszy jest 8 rozdział tej części. Autor pokazuje w nim, w jaki sposób media stopniowo zyskują podmiotowość, zaś człowiek w coraz większym stopniu ceduje swoją podmiotowość na rzecz mediów. Media, czyli to, co jest „pomiędzy” („w środku”), stają się nie tyle pośrednikiem, ile dominującym elementem relacji poznawczych. Całe nasze poznanie bowiem szybko i sukcesywnie ulega medializacji, a ludzie mimowolnie tworzą, co akcentuje autor, nie tylko społeczeństwo wiedzy, informacji, ale coraz bardziej zmedializowane i zmediatyzowane.

Wszechobecność mediów (tradycyjnych, ale szczególnie nowych) i ich udział w procesach poznawczych sprawia, że współcześnie podmiot zbiorowy, jeden z elementów trójczłonowego modelu pola poznawczego, wtapia się – według autora – w komunikowanie organizowane przez kolejne generacje mediów, które ze sobą nie tylko konkurują, ale i kooperują. W konsekwencji podmiot zbiorowy (czyli – mówiąc w uproszczeniu – kultura albo Popperowski „trzeci świat”), zostaje utożsamiona – podkreśla autor – już nie tylko z bibliotekami, ale z mediami (np. Wikipedia), a co więcej, także „świat” staje

się równoznaczny ze światem przedstawianym przez media, bo indywidualne poznanie rzeczywistości zawsze jest zapośredniczone w podmiocie zbiorowym, tzw. „kulturowym *a priori*”. W rozdziale pt. „Berkeley redivivus” – autor konkluduje ironicznie, porównując współczesną sytuację mediów i ich publiczności do stanu rzeczy zakładanego w idealizmie subiektywnym, co niewątpliwie jest słuszną uwagą, jeśli chodzi o współczesne praktyki komunikacyjne, w których nastąpiło prawie że zrównanie nadawców z odbiorcami.

Zastępujące podmiot zbiorowy różnorodne media jednocześnie go fragmentaryzują. Jednostka ma dostęp tylko do wybranych obszarów kultury; a jej wybór jest dla niej w znacznym stopniu ograniczony przez ofertę medialną. Upodmiotowienie mediów wzmacnia ich moc (siłę sprawczą), sprawia, że stają się one „podmiotem władczym” w relacjach komunikacyjnych – podkreśla Pleszczyński.

Współczesne media z pewnością ocaliłyby Sokratesa, ale też mogą wydać – podkreśla autor – wyrok na niewinnego człowieka; mogą kreować fałszywe autorytety i niszczyć autorytety prawdziwe, mogą człowieka edukować i uwznioślać, ale też gruntownie oglupiać i demoralizować, szczególnie dzieci i młodzież. Tzw. media jakościowe starają się umiejscawiać możliwie blisko wartości reprezentowanych przez podmiot zbiorowy – kulturę; Dlatego odwołują się przede wszystkim do racjonalnych składowych komunikacji i właściwie do popularnego schematu oraz hierarchii wartości w niej rozprzestrzenianych. Media popularne i tabloidowe wykorzystują głównie mechanizmy racjomorficzne, by przyciągnąć pierwotne ewolucyjnie moduły zainteresowania się drugim człowiekiem i światem, co pociąga określone skutki na poziomie poznawczym i aksjologicznym we współczesnej mediosferze zdominowanej przez różnorodne formy mediów masowych.

W rozdziale 8 Pleszczyński podejmuje także próbę scharakteryzowania nowych mediów dynamicznie się rozwijających w komunikacyjnym środowisku internetowym. Uważa, że są one wciąż jeszcze słabo rozumiane, a nawet mało „sproblematyzowane”, bo fe-

nomen żywiołu komunikowania, który nimi zawładnął, przysłańa je i zsyła poza horyzont bezpośrednio poznawczy. Funkcjonują one dla użytkowników analogicznie do pierwotnych modeli komunikowania, jako tzw. „media negatywna”.

W charakterystyce nowych form komunikacji i relacji komunikacyjnych odwołuje się słusznie do idei i terminologii „myśli słabej” Gianniego Vattima. Odmienne niż w epoce przedinternetowej, we współczesnej komunikacji – podkreśla autor – znacznie trudniej jest wytworzyć relacje o charakterze więzi silnej, raczej są one słabe. Kwestia ta rozwinęta zostaje wyczerpująco w rozdziale 10.

W rozdziale 9 natomiast, dotyczącym „wiedzy medialnej”, lubelski teoretyk mediów skupia się na wartości poznawczej przekazów medialnych. Termin „wiedza medialna” rozumie analogicznie do znaczeń takich obiegowych terminów, jak „wiedza naukowa” czy „wiedza potoczna”. Tak jak problem „prawdy”, tak i problem „wiedzy” należy do klasycznych problemów teorii poznania. Autor wskazuje na to, że media stały się dzisiaj podstawowym źródłem wiedzy i oddolnie zastępują nie tylko wiedzę potoczną, ale i często wiedzę naukową, szczególnie w prosumpcyjnym modelu jej zdobywania i rozwijania – np. w modelu *open source*.

Każdy człowiek jest zatem nosicielem wiedzy medialnej, a jego obrazy świata kształtowane są przez media, nawet wówczas, gdy nie korzysta bezpośrednio z tradycyjnych i nowych mediów. Specyfika komunikacji medialnej sprawia, że coraz większą rangę epistemologiczną zyskują kategorie socjologiczne, takie jak „zaufanie” i „szczerłość”, „zasadność”, „aktualność”, które zastępują kryteria „prawdziwości” wiedzy. Zaufanie lub brak zaufania do konkretnych mediów (tytułów prasowych, stacji telewizyjnych, portali internetowych) powoduje, że taki sam przekaz (np. identyczny artykuł prasowy) zamieszczony w jednej gazecie uznaje się za „prawdziwy” albo „wiarygodny”, zaś w innej za „fałszywy”, czyli „zmanipulowany”.

Uzupełnieniem rozważań autora o wiedzę medialnej jest próba charakterystyki obecnego „dyskursu medialnego”. Wbrew większo-

ści badaczy miano dyskursu dr Pleszczyński przyznaje tylko wątkom i tematom medialnym, mającym istotne znaczenie społeczne. Tego typu dyskursy zawsze są epistemologicznie nacechowane, mają znaczenie dla indywidualnych i społecznych obrazów świata, nie mają charakteru doraźnego, czysto informacyjnego (jak np. prognoza pogody czy wiadomości sportowe). Charakter współczesnej komunikacji medialnej sprawia jednak, że – zdaniem autora – dyskurs medialny zawsze jest w jakimś stopniu „ułamny”, nie może bowiem przyjąć formy debaty czy sympozjum, charakteryzujących np. dyskursy naukowe. To, co we współczesnych mediach nazywane jest debatą, w istocie przybiera formę *show*, w którym nie chodzi o ustalenie prawdy ani obronienie pewnych racji, lecz o zwycięstwo w słownym pojedynku i zaprezentowanie siebie.

Według badacza, we współczesnych dyskursach medialnych można odnaleźć wszystkie formy zdegenerowanej sofistyki, rzadko natomiast odnajdujemy to, co było autentycznym i wspaniałym osiągnięciem sofistów – próbę uzgodnienia (tymczasowego, najlepszego w danej sytuacji) stanowiska. W związku z tym rozdział 10 jest próbą opisaną wyjątkowości fenomenu komunikacji *face-to-face* i zestawienia jej z dominującą dziś komunikacją zapośredniczoną w mediach i zachodzącą z udziałem mediów jako podmiotów.

Autor przekonuje, w czym nie jest odosobniony, że tylko w warunkach *face-to-face* może się wytworzyć relacja komunikacyjna o charakterze typowych i pełnych więzi. Współczesna komunikacja zdominowana przez nowoczesne technologie nie jest w stanie sprostać wymogom relacji – więzi, którą charakteryzują: osoba, osobowość, osobliwość i osobność. Tylko w tego rodzaju komunikacji może się wytworzyć autentyczna empatia; w komunikacji o charakterze więzi nie liczy się „zysk epistemologiczny”, lecz empatyczność i obecność. Pleszczyński zauważa również, że nowe media próbują wypracować jakiś odpowiednik (substytut) marginalizowanej dziś komunikacji *face-to-face*, choć trudno jest przekroczyć ograni-

czenia i bariery ekranu w modelu *interface-to-interface*, bo zawsze w takiej wymianie komunikacyjnej zagrożona jest w nim funkcja redundancyjna, którą m.in. pełni *Lenenswelt*. Z kolei rozdział 11 koncentruje się na roli etosu w komunikacji medialnej. Tam, gdzie istnieje ambiwalentność, rola etosu nabiera szczególnego znaczenia. Autor konsekwentnie utrzymuje, że współcześnie nie da się obronić wspólnego etosu dziennikarskiego.

Zakończenie książki nie jest typowym streszczeniem pracy, ale otwarciem nowego pola refleksji poznawczej. Lubelski teoretyk mediów zastanawia się, czy komunikacja za pośrednictwem i z udziałem starych i nowych mediów prowadzi (albo już doprowadziła) do „kryzysu epistemologicznego”, tzn., czy nie sytuuje współczesnego człowieka trwale w obrębie *doksy*, uniemożliwiając i przysłaniając mu aspiracje do *episteme*. Innymi słowy, zastanawia się (nawiązując do McIntyre'a), czy współczesne media pozwalają na odróżnienie tego, „co się wydaje”, od tego, „co jest”, a więc zabiegania o to, „co powinno być”.

Autor uważa, że odpowiedź na to pytanie da najbliższa przyszłość i zadecyduje o tym kondycja tzw. mediów jakościowych. „Można postawić hipotezę – pisze Pleszczyński – że o tym, czy współczesne media nie zrujniają i nie unieważniają ideału *paidei*, rezygnując z wymogów wykształcenia jako podstawy porozumienia społecznego i zasadniczego ruszowania podmiotu zbiorowego, czy nastąpi zwrot ku irracjonalności i racjomorficzności, a zatem czy nastąpi także kryzys duchowy człowieczeństwa, zadecydują kierunki ewolucji mediów; szczególnie mediów publicznych, które *paideię* mają wpisana w misję. Otwarte jest bowiem pytanie, czy w ewolucji mediów media jakościowe, dbające o epistemologię przetrwają, czy ulegną tabloidyacji będącej synonimem medialnego populizmu”.

Reasumując, ewolucyjna epistemologia mediów Jana Pleszczyńskiego jest odkrywczą i innowacyjną, szczególnie na tle rodzimej literatury przedmiotu. Co prawda jej zręby można już odnaleźć u K.R. Poppera, R. Fiedlera czy P. Levinsona, a w Polsce u T. Gobana-Klasy i T. Szlendaka, ale autor idzie o krok

dalej i buduje właściwie filozoficzny model systemowego, ale i otwartego ujęcia rozwoju oraz ewolucji komunikowania, adekwatnie ukazującego procesy interakcji międzyludzkich – na poziomie komunikacji medialnej, ale i społecznej, w wymiarze historycznym i problemowym.

Ważność tej pracy jest szczególna w związku z ogromem zjawisk, z jakim mamy do czynienia we współczesnym komunikowaniu, a które następczą badaczom ogromnych trudności. Nie sposób też przewidzieć kierunków jego rozwoju w bliższej i dalszej przyszłości. Wskazują na to analizy prowadzone w duchu ewolucyjnym, teoriogrowym czy hermeneutycznym, na co również została zwrócona uwaga w recenzowanej pracy przy próbach syntezy, z czym autor nadspodziewanie skutecznie się uporał.

Ignacy S. Fiut

STARGANA REPORTERSKA PSYCHE

Krzysztof Miller: 13 WOJEN I JEDNA, Wydawnictwo „Znak”, Kraków 2013. S. 349.

Poruszająca korespondencja Krzysztofa Millera pt. „13 wojen i jedna” to kolejna na polskim rynku, obok „Miłości z kamienia” Grażyny Jagielskiej, opowieść o cenie, jaką dziennikarze i ich rodziny płacą za relacje ze stref konfliktu. O ile Grażyna Jagielska współodczuwała stres swego męża i opisywała swoje emocje, o tyle Krzysztof Miller zdał relacje z tego, co widział na własne oczy. To pierwszy polski korespondent wojenny, który tak szczerze opowiada nie o konflikcie zbrojnym, ale o wojnie z demonami wojny

Dziennikarze wojenni opowiadają nam prawie codziennie o koszmarze ludzi, którzy wierzą, że wizyta zagranicznych korespondentów przyczyni się do zakończenia konfliktu, a słowa i obrazy zarejestrowane przez

reporterów przyniosą im pomoc. Specjalni wysłannicy rozmawiają z ofiarami wojny, robią im zdjęcia, dokumentują bestialstwo walczących stron i pokazują nam w wieczornych wiadomościach lub na pierwszej stronie zaledwie ułamek tego, co widzieli. Bo zbyt drastycznych zdjęć redakcja nie pokaże, ale nic też nie wymaże ich z pamięci reportera. Wojna „żyje we mnie i ściga mnie. A ja ścigam ją, żeby przestała mnie ścigać” (s. 306), pisze o swych zmaganiach Krzysztof Miller.

Wieloletni fotoreporter *Gazety Wyborczej* relacjonuje przebieg tej ostatniej wojny, na którą wysłała go nie redakcja, ale jego własna pamięć. Na „wojnie ze sobą” dziennikarz jest sam, sam ze wspomnieniami i myślami, sam z obrazami pokaleczonych ciał, spalonych wiosek, ludzkich kości porzuconych w polu. I zaczyna się „bujać”: „Bujałem się w kuchni. Kotary były szczelnie zasłonięte, żeby żaden snajper z Bukaresztu roku 1989 mnie nie dojrzał. Nie wychodziłem na ulicę, żeby ostrzał rosyjskiego moździerzem mnie nie dopadł. Nie kupowałem jedzenia, żeby głodni Hutu z Konga mi go nie zaiwanili. Bujałem się tylko, a myśli i wspomnienia przelatywały przez moją głowę setkami na minutę. Jak samoloty w Afganistanie, atakujące pozycje talibów. Aż moi znajomi zrozumieli, że muszę iść po radę do fachowca od głowy. Szamana leczącego takich jak ja wojennych rozbitków” (s. 348).

Krzysztof Miller przez ponad 20 lat pokazywał ludziom „ciekawym i bezpiecznym, jak wojenne nieszczęście wygląda” (s. 312), żeby „jak na tacy podać światu niusa. Historię. Ludzką osobistą tragedię. Żeby ów świat przejąć. Zainteresować. Wzruszyć” (s. 44). Obserwował piekło „przez szkło aparatu”, a potem długo, bardzo długo tarł „mydłem ręce: tak jakbym chciał zetrzeć skórę z dłoni. Jakbym chciał zetrzeć fotografowaną historię z oczu” (s. 335). Tak było w Serbii, Bośni, Rwandzie, Kambodży, Kongu, Gruzji, Czeczenii, Afganistanie, RPA, Górnym Karabachu i setkach innych miejsc, z których wracał z kolejnymi paszportami pełnymi wiz. Kiedy wreszcie się zatrzymał, a życie zawodowe zwolniło swój bieg, dopadły go demony; zaczęły odwiedzać we śnie duchy i zjawy, a stykówki ujawniały, że umierający i ranni

patrzyli w szkło obiektywu, „prosto w jego duszę” (s. 242).

Podczas terapii w wojskowej Klinice Stresu Bojowego Krzysztof Miller rozpoczął porządkowanie swoich zdjęć i wspomnień, próbował ułożyć je w chronologiczne ciągi. Jednak kolejne rozdziały tej przejmującej książki nie są uporządkowane ani chronologicznie ani logicznie, są tak porwane i pełne dziur jak ludzka pamięć, i są najprawdziwszym obrazem tego, jak bardzo „stargana jest reporterska psyche” (s. 299).

Telewizowie i czytelnicy często nie zdają sobie sprawy, jak wysoką cenę korespondenci wojenni płacą za słowa i obrazy, które prześladowają ich do końca życia. Wiele z nich znajdziemy we wspomnieniach wojennych Krzysztofa Millera, np. „W ostatnim pokoju siedzi dziewczynka. [...] Głowę spuściła, ale oczy ma zaciekawione. Co wyniknie z wizyty tego wysokiego białego pana? Nic nie wyniknie. Pan wróci do kraju ze świadectwem jej, ich tragedii. Opublikuje te świadectwa w największej gazecie w swoim kraju i w największej gazecie we Francji. Biuro prasowe Wysokiego Komisarza Unii Europejskiej poprosi go o więcej świadectw, ale ich nie opublikuje. Wytłumaczy, że są zbyt drastyczne” (s. 140). Zrozumiałe są pretensje dziennikarza, zapisane niemal w każdym rozdziale, pod każdym ludzkim dramatem – gorycz reportera, żal, wściekłość: „Setki i tysiące zdjęć, które w życiu zrobiłem, nie zostały nigdy wykorzystane. Każde opowiada czyjaś historię, tragedię, dramat. Starczyłoby mi ich do publikacji do końca życia. Wiem, że zalegają głęboko w przepastnym archiwum gazety. [...] Ale mnie w sercu kole, że nie można ich pokazać. Przecież po to je robiłem! By przekazać informację, pokazać tragedię, problem. A tu zaareztowała je prozaiczna przyczyna. Brak miejsca w gazecie. Gdy fotografowani ludzie mieli nadzieję, że ich nieszczęście pokażę, wskażę, przybliżę. Może w ten sposób pomogę” (s. 124).

Przerażenie, ból, rozgoryczenie, bezsilność, złość – Krzysztof Miller wyrzuca z siebie nagromadzone przez lata emocje, a my zaczynamy czuć to samo i, co ważniejsze, rozumieć: „Za mało miejsca dla tak wielu tra-

gedii. A sama tragedia wielokrotnie pokazywana traci na tragizmie. Opatruje się. Ludzie mają jej dosyć. Woleliby inną, nowszą tragedię. Tamtą skonsumowali jak hamburgera i znowu są głodni. Rozglądają się za nowym, tragicznym daniem. Trzeba im je w kółko dostarczać” (s. 126).

„13 wojen i jedna” to książka niezwykle cenna dla każdego badacza mediów i lektura obowiązkowa dla wszystkich studentów dziennikarstwa, nie tylko tych zainteresowanych korespondencją wojenną, ale wszystkich, którzy dzięki relacji z pierwszej ręki poznają prawdę o trudach i pułapkach tego zawodu. Miller niezwykle dosadnie komentuje pracę swoich kolegów, którzy nigdy nie leżeli pod ostrzałem i nie musieli w krwawiących uszach szukać dowodu, że jeszcze ciągle żyją. Korespondent zna huk wystrzałów i nie przebiera w słowach: „A brunatna skorupa wokół moich uszu śwędzi. Ale to dobrze. Żyję. Ruscy ciągle napierdalają, a ja ciągle żyję. I w głowie mi tylko jedna myśl: «Miller, a chuj!». Koniec fotografii wojennej! Basta! Passo! Starczy już! Każdy wybuch umacnia mnie w moim postanowieniu. Miller, nauczysz się obsługiwać lampy błyskowe. Flesze, statywy. Ogarniesz studyjną fotograficzną wiedzę. I będziesz do końca życia fotografował ubrane – albo lepiej rozebrane – modelki. Produkt plejsmenty i tym podobne historie. Kreował będziesz, nie dokumentował. Tak łatwiej i przyjemniej. A przy odrobinie szczęścia zostaniesz jeszcze celebrytą. Zaczyniesz występować w pytanie na śniadanie czy kawa na ławę. I będziesz zbijał kasę” (s. 98). Rozbiegane myśli, rozedrgane nerwy – taka jest ta książka, niespokojna jak życie dokumentalisty.

Wielu dziennikarzy zachodnich mediów publikowało swe wojenne wspomnienia (np. Martin Bell, „In Harm’s Way: Reflections of a War Zone Thug”), ale niewielu potrafi tak dobrze pisać jak klasyk gatunku Arturo Pérez-Reverte, a książka Millera przypomina właśnie jego „Batalistę” i jest polskim „Terytorium Komańczów”. Jest prawdziwa, jak relacje reporterów opublikowane w pracy pt. „Journalists Under Fire: The Psychological Hazards of Covering War”.

W książce wydanej w 2006 r. psychiatra Anthony Feinstein pisze o korespondentach, którzy wracali z wojny i tak jak Miller mówili: „Nie mogłem tym ludziom pomóc, choć wtedy byli dla mnie najważniejsi na świecie. Zawsze mogę tylko podać informację o tym, co gdzieś z ludźmi się dzieje. Zbulwersować świat brzydkim obrazkiem. Żeby hamburger wypadł im z ręki. A flaki po warszawsku stanęły kołkiem w gardle. Tylko tyle mogę. Jeżeli komuś tym pomogę, to już na pewno nie im. Oni szansy nie mają” (s. 138). Tak pisał polski fotograf po tym, jak w Afryce zobaczył „żywy jeszcze atlas anatomiczny” (s. 137). „Szkielety, szkieleciki” w obozach dla uchodźców, opisane ze szczegółami, sprawiają, że nie tylko autor książki, ale i jej czytelnicy „nie jedzą łapczywie” (s. 141).

Krzysztof Miller wiedział, jak w dzungli krzyknąć *Nicht Shiessen!*; jak rozmawiać z gruzińskimi czołgistami o Mickiewiczu; nie dziwił się, kiedy czeceński bojownik ostrzelał z kałasznikowa swój własny balkon, żeby żona rzuciła mu rękawiczki. Opisywał sytuacje tak surrealistyczne, że musiały być prawdziwe, bo nie wymyśliły ich nikt, kto tego nie przeżył. Jeżeli w wieczornych wiadomościach widzimy tzw. „teatr wojny”, to w książce Millera zaglądamy za jego kulisy.

W tej korespondencji z rozmaitych frontów na różnych kontynentach nie znajdziemy przyczyn konfliktów, Miller pokazuje ich skutki, choć czasem wspomina o tym, jak doszło do rozlewu krwi. Za każdym razem jednak kontekst polityczny konfliktu opowiedziany jest słowami z warszawskiego podwórka: „Przyjechałem do Konga, wtedy jeszcze nazywanego się Zair, bo rwandyjscy Hutu przegrali właśnie wojnę w swoim kraju i uciekali. Spylali z Rwandy dwoma milionami. Na oślep. Przed siebie. Do ościennych krajów. Byle dalej od pogromu, jaki zafundowali sąsiadom. Też czarnym, ale z plemienia Tutsi. Których prawie milion w niecałe cztery miesiące przenieśli na wieczny spoczynek do nieba. I dopiero pokonani przekonali się, że przesadzili. Przedobrzyli. Winni, niewinni, nie wiem, co tam Hutu o sobie myśleli, ale zrozumieli, że będzie kara. Zemsta. Więc dalej masowo spierdalać” (s. 110). Pełen eks-

presji, odważny, bezkompromisowy język Millera jest ogromnym atutem tej książki. Wszak sam mistrz Wańkowicz uczulał, aby nie wkładać w usta żołnierza słów, których on nigdy by nie powiedział. Dlatego też Krzysztof Miller w swej relacji z wojny, jaką toczy sam ze sobą, daleki jest od eufemizmów.

Obserwujemy tę wojnę w napięciu. Razem z fotografem przemierzamy kambodżańską dżunglę, dzikie granice na górskich przełęczach, szukamy razem z nim czegoś do jedzenia, przyglądamy się pracy reporterów wojennych. „Nie wystarczy dziennikarzowi wystawić satelity [...] Dziennikarzowi do pracy potrzebna jest ropa do generatorów prądowców. Cebula, baranina, ziemniak czy po prostu chleb, żeby głód zabić. Papierosy, łyskacz, nawet papier toaletowy, bo dziennikarz, nawet wojenny, też człowiek. Ale najbardziej potrzebne jest mu wydarzenie. Bo wydarzenie ma magiczną moc usprawiedliwienia w redakcjach obecności tu ich, dziennikarzy. Oraz usprawiedliwienia kosztów tej ich obecności” (s. 299).

Kiedy zniecierpliwione redakcje dają znać, że wysłannicy przekraczają budżet, a przesyłają za mało dramatyczne historie, reporterzy ryzykują, podchodzą za blisko: „Dziennikarka szwedzkiego radia wynajęła transporter opancerzony, żeby na pacy do linii frontu podjechać i nadać, że na froncie bez zmian. Ale pecha miała, bo załoga transportera z dziennikarką na pacy pozycje talibów przeoczyła. A ci, nie zastanawiając się, w transporter walnęli, czym się dało. I po szwedzkiej dziennikarce radiowej nie został nawet dyktafon” (s. 300). Czy, oglądając wieczorne wiadomości, zastanawiamy się, ilu dziennikarzy nie wróciło ze strefy konfliktu?

Miller wie, że w jego mokotowskim świecie ludzie spieszą się do domów, aby w skrzeczącej niewojennej rzeczywistości „pochłonąć wiadomości, a najlepiej niusy. Oburzyć się jednymi, a wzruszyć drugimi. Szurnąć kapiem i gdy te niusy ich nie dotyczą – wyluzować” (s. 225). Po przeczytaniu książki fotoreportera nie jest łatwo szurnąć kapiem i się wyluzować. Wspomnienia koszmaru nie służą rozrywce. To zresztą nie tylko wspomnienia fotoreportera.

„13 wojen i jedna” to korespondencja ze strefy wewnętrznego konfliktu; z emocjonalnej linii frontu, na której reporter jest sam na sam z demonami wojny, a czytelnik – bliżej prawdy.

Magdalena Hodalska

O NAUKOWYCH CZASOPISMACH EPOKI PRL

Barbara Centek: NAUKOWE I POPULARNONAUKOWE CZASOPISMA LUBELSZCZYŹNY 1944–1989. Wydawnictwo Teatron, Warszawa 2012. S. 332.

Ostatnie dziesięciolecie sprzyjało ukazaniu się w Polsce pokaźnej liczby opracowań prasoznawczych. Wśród nich obecne były zarówno monografie ogólne dotyczące prasy danego okresu, jak też pojedynczych tytułów prasowych oraz określonych grup czasopism. Należałoby wymienić chociaż niektóre z nich: Tomasza Mielczarka „Od *Nowej Kultury* do *Polityki*. Tygodniki społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne PRL” (Kielce 2003), Grażyny Wrony „Polskie czasopisma naukowe w latach 1918–1939” (Kraków 2005), Michała Rogoża „Czasopisma dla dzieci i młodzieży Instytutu Wydawniczego „Nasza Księgarnia” w latach 1945–1989” (Kraków 2009), Małgorzaty Strzeleckiej „Trudne kompromisy. Środowisko *Tygodnika Powszechnego* wobec reform systemu oświaty i wychowania w latach 1945–1989” (Toruń 2009), Macieja Wojtackiego „*Słowo* Stanisława Cata-Mackiewicza” (Toruń 2009), Kamilli Łozowskiej-Marcinkowskiej „Sprawy niewieście. Problematyka czasopism kobiecych Drugiej Rzeczypospolitej (Poznań 2010), czy Rafała Habielskiego „Wolność czy odpowiedzialność. Prasa i polityka w II Rzeczypospolitej” (Warszawa 2013). Szczególne

miejsce w badaniach prasoznawczych zajmują opracowania dotyczące periodyków określonego miasta czy regionu, jak chociażby Władysława Marka Kolasy „Prasa Krakowa w dekadzie przemian 1989–1998” (Kraków 2004) i Ryszarda Kowalczyka „Współczesna prasa lokalna w Wielkopolsce” (Opole 2012). Do tej grupy dołączyła ostatnio książka Barbary Centek pt. „Naukowe i popularnonaukowe czasopisma Lubelszczyzny 1944–1989”.

Publikacja stanowi zmienioną wersję rozprawy doktorskiej (promotor prof. dr hab. Grażyna Gzella, obrona na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu). Celem postawionym przez autorkę – jak czytamy we „Wstępie” książki – było „zidentyfikowanie wydawanych na Lubelszczyźnie czasopism naukowych i popularnonaukowych” oraz „jak najszerszestrzenniejsze” ich zaprezentowanie z prasoznawczego punktu widzenia (s. 7).

Motywacją do przeprowadzenia nielatających badań była również luka istniejąca w dotychczasowych opracowaniach. Barbara Centek wymieniła co prawda dwie pozycje zwarte dotyczące prasy tego regionu, jednak grupa wybranych periodyków była w nich potraktowana marginalnie⁴. Metody badawcze nie zostały jednoznacznie przez autorkę określone, chociaż przedstawiła ona wybrany okres historyczny (metoda historyczna), wspomniała o „podstawie źródłowej pracy i przeprowadzonych kwerendach” (metoda archiwalna), jak też prasoznawczym charakterze rozprawy i „analizie treści” (metoda analizy zawartości prasy).

Na początku należy zadać pytanie, czy ramy chronologiczne zostały właściwie określone, gdyż w większości publikacji historycznych i prasoznawczych jako zamknięty okres wyznacza się raczej lata 1945–1989. Rok 1989 nie budzi zastrzeżeń, a w wypadku Lublina i Lubelszczyzny rok 1944 może też być zasadny. Tłumaczy to najwcześniejsze pojawienie się na tych terenach instytucji reprezentujących władzę komuni-

styczną – notabene zabiegającą o szybkie „zorganizowanie placówek uprawiających i upowszechniających naukę” oraz wydających pierwsze czasopisma regionu (s. 10). Od tego też roku zaczęły funkcjonować dwa jakże różne i konkurujące ze sobą uniwersytety: Katolicki Uniwersytet Lubelski (KUL) i Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej (UMCS), przejawiające dużą aktywność wydawniczą. Wśród pism KUL dominowały humanistyczne i teologiczne, natomiast UMCS w założeniu władz miał się przyczynić do rozwoju nauk medycznych i rolniczych. Szteandarowymi ich czasopismami były *Roczniki Towarzystwa Naukowego KUL* oraz *Annales UMCS*.

Zasadniczy trzon recenzowanej pracy tworzy siedem rozdziałów, których układ oraz kolejność nie budzą zastrzeżeń (pomyłką, zapewne drukarską, jest niezgodność ze spisem treści przypisanych numerów pierwszych trzech części zawartości pracy).

Dwa pierwsze rozdziały wprowadzają w podjętą problematykę. Autorka słusznie rozpoczęła od przedstawienia tradycji ruchu naukowego na Lubelszczyźnie do wybuchu II wojny światowej, ukazała rolę wyższych uczelni, stowarzyszeń i towarzystw naukowych. W podrozdziale „Pozaakademickie instytuty naukowe Lubelszczyzny w okresie II Rzeczypospolitej” zapoznała z działalnością różnego typu zrzeszeń działających w latach 1918–1939, m.in. miłośników książek i kultury, naukowców, polonistów, historyków, lekarzy, farmaceutów, żołnierzy. Na tym tle wymienione zostały najważniejsze ich organy prasowe.

Ogólną sytuację nauki w PRL: powołanie Polskiej Akademii Nauk, funkcjonowanie cenzury, wprowadzone reformy i nowe ustawy o szkolnictwie wyższym (w 1951 i 1982), przydział papieru, kształtowanie nowych kadr, planowe badania zespołowe oraz finansowe uzależnienie towarzystw nakreślono w rozdziale „Wpływ polityki na naukę w Polsce w latach 1944–1989 (zarys problemu)”. Dobrze ukazano m.in. działania propagandowe mające uzasadnić kontrolę wydawnictw. Pretekstem dla władz w tej kwestii były pojawiające się w pierwszych latach po wojnie dublety wydawnicze, określane jako

⁴ A. Gzella: *Prasa lubelska 1944–1974*, Lublin 1974; J. Gomoliszek: *Uniwersyteckie pisma studenckie w Polsce w latach 1945–1989*, Toruń 2011.

„marnotrawstwo i chaos” w pracy drukarni. Centek zwróciła również uwagę na wyraźny spadek druku czasopism i książek naukowych po 1971 r., który ukrywany był przez władze, a stał się jedną z przyczyn powstania drugiego obiegu i utworzenia Niezależnej Oficyny Wydawniczej w 1977 r.

Pięć kolejnych rozdziałów książki posiada wyraźny charakter prasoznawczy. W części zatytułowanej „Czasopisma uniwersyteckie” dokładnie i fachowo omówiono liczne tytuły periodyków w podziale na pisma wydawane pod patronatem KUL i UMCS. Zaprezentowano zespoły redakcyjne organów prasowych, lata i miejsce ich wydawania, nakład, częstotliwość, format, objętość, cenę, szatę graficzną, sposób kolportażu, strukturę, profil i poruszaną na ich łamach problematykę. Opis formalny czasopism dokonany z autopsji pozwolił na sprostowanie niektórych błędnie podanych w literaturze przedmiotu informacji (np. przypis 12 ze s. 67 odnoszący się m.in. do roku wydania pierwszego tomu *Roczników Filozoficznych*).

W obszernych odwołaniach słuszenie zastosowano układ chronologiczny (przykładowo przypisy 19–26 na s. 68). W tej części wśród omówionych tytułów znalazły się *Roczniki Teologiczne*, *Zeszyty Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego*, *Archiwa*, *Biblioteki i Muzea Kościelne*, *Polonista*, *Annales*, *Wisielka*, *A propos* i in. Tą samą metodą opisową posłużono się w wypadku grupy periodyków należących do pozauniwersyteckich szkół wyższych i średnich (rozdział IV).

Centek przedstawiła pisma naukowe i popularnonaukowe na tle działalności nowo powstających w latach 50. i później placówek naukowych: Akademii Medycznej w Lublinie, Akademii Rolniczej, Politechniki Lubelskiej, Akademii Wychowania Fizycznego w Białej Podlaskiej. Początki uczelni związane były z realizacją planu sześcioletniego, a ich rozwojowi towarzyszyły zjazdy naukowe, rozwój studenckich kół naukowych, współpraca z terenowymi placówkami (np. praktyczne wykorzystanie osiągnięć naukowych Akademii Rolniczej), kursy, wystawy itp.

Spośród wymienionych wyżej uczelni najczęściej (aż siedem) wydawnictw ciągłych zainicjowano na Politechnice Lubelskiej (m.in. *Zeszyt Naukowo-Techniczny*, *Zeszyt Naukowy* a następnie serie *Prac...* poszczególnych instytutów, powstałych w latach 70.). Najmniejsze, jak czytamy, były możliwości leżące poza Lublinem Akademii Wychowania Fizycznego, która – jako niesamodzielna jednostka – nie posiadała praw wydawniczych. Dlatego też wydawanie w pierwszej *Zeszytu Naukowego* przemianowanego następnie na *Zeszyt Naukowo-Metodyczny* napotykało wiele trudności nie tylko finansowych. Jego istnienie trwało dzięki zaangażowaniu Jerzego Szczepańskiego i kilku osób z redakcji.

Popularyzacją wiedzy na łamach pism amatorsko zajmowali się także nauczyciele szkół średnich. Regionalna tematyka historyczna dominowała w zawartości *Głosu Chełmszczyzny* (1960–1962) krótko wydawanego przez Koło Miłośników Historii przy Liceum Pedagogicznym w Chełmie oraz *Młodzieżowego Echa Zamojszczyzny* (1967–1972), czasopisma Szkolnego Koła Historycznego przy Technikum Rolniczo-Tytoniarskim w Zamościu. Inicjatywy te – choć efemeryczne, o znikomym nakładzie i małym zasięgu – warto było odnotować jako pozytywne działania prasowe młodzieży.

Porównywalny objętościowo jest kolejny, piąty rozdział książki, dotyczący czasopism pozaakademickich instytutów naukowych oraz innych instytucji naukowo-badawczych. Przedstawiono je zasadniczo w podrozdziałach tematycznych: wojskowe (w większości efemeryczne), rolnicze (te przeważały), z zakresu weterynarii i o charakterze medycznym. W przypadku wcześniejszego powstania poszczególnych pism podano wiadomości (podobnie zresztą jak w rozdziale wprowadzającym „Tradycje ruchu naukowego na Lubelszczyźnie do roku 1939”) wykraczające poza przyjętą w pracy chronologię.

Ciekawe były losy pierwszego wojskowego periodyku *Bellona*, którego korzenie sięgały aż czasów Królestwa Kongresowego a jedynie pierwszy numer powojenny ukazał się w 1944 r. w Lublinie. Dowiadujemy się

także o specjalistycznym czasopiśmie naukowym zatytułowanym *Pszczelnice Zeszyty Naukowe* czy *Polskim Archiwum Weterynaryjnym*. Z właściwą sobie prasoznawczą skrupulatnością Centek odtworzyła też wszelkie zmiany występujące w tytule, miejscu wydania czy składzie redakcji przedstawianych pism.

Znacznie obszerniejszy jest natomiast szósty rozdział książki zatytułowany „Czasopisma społecznego ruchu naukowego i organizacji oświatowych”, liczący 64 strony. Wymagał on zapewne dość żmudnych badań i dociekań. Zapoznano w nim bowiem z licznymi tytułami prasowymi (nie sposób wymienić ich wszystkich) specjalistycznych i prężnie działających regionalnych towarzystw naukowych, organizacji miłośników regionu oraz organizacji oświatowych. Przykładowo należały do nich: organ Polskiego Towarzystwa Filologicznego *Paidea*, *Logopedia*, krajoznawczy *Wędrowiec Lubelski*, wydawany w sekcjach *Biuletyn Lubelskiego Towarzystwa Naukowego*, *Rocznik Zamojski* czy *Region Lubelski*. Przy opisie zachowano metodę prezentacji tytułów prasowych przyjętą we wcześniejszych partiach książki.

Interesujący a zarazem łatwiejszy w odbiorze jest ostatni rozdział, traktujący o periodykach bibliotek, muzeów, placówek konserwatorskich i domów kultury. Prasową działalność wydawniczą na Lubelszczyźnie prowadziła jedynie Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Hieronima Łopacińskiego, publikując *Biblioteczną Służbę Informacyjną Województwa Lubelskiego* i *Bibliotekarza Lubelskiego*, które zostały dokładnie omówione. Spośród nieregularnie ukazujących się, wspomniano o *Studiach i Materiałach Lubelskich*, *Zeszytach Majdanka* i roczniku *Z Zagadnień Kultury Ludowej* (przemianowanym następnie na *Rocznik Muzeum Wsi Lubelskiej*). Zauważono *Konserwatorską Tekę Zamojską* i kilka popularnonaukowych czasopism „światlicowych”, pełniących rolę przewodników społeczno-kulturalnych oraz materiałów szkoleniowych służących głównie propagowaniu ideologii komunistycznej.

Autorka znów prześledziła i zacytowała prasowe założenia redakcji oraz tematykę. Każdorazowo też przy omówieniu periodyków podawała ich cechy wydawniczo-formalne, udokumentowując dane obszernymi przypisami. Cenne ponadto wydaje się odtwarzanie dziejów instytutów, towarzystw, ośrodków i innych instytucji sprawczych wydających prezentowane periodyki.

Tekst pracy pomimo ogromu wiadomości prasoznawczych i historycznych jest zrozumiały i czytelny dla odbiorcy, co jest niewątpliwym jego walorem. Barbara Centek oprócz benedyktyńskiej pracy włożonej w gromadzenie i zestawienie szcztankowych nieraz informacji o periodykach, odnaleziony materiał prasoznawczy i archiwalny poddała szczegółowej analizie. Po przybliżeniu często nieznanym czasopism zamieszczała zazwyczaj obszernie komentarze i wnioski. Całą pracę zaopatrzyła w bogatą literaturę, w której odnotowała sporo artykułów z czasopism, jak również protokołów, pism, sprawozdań, korespondencji, kalendarzy, archiwaliów, relacji, aktów normatywnych, przemówień, wspomnień, wywiadów itp. W niektórych fragmentach pracy prawie każde zdanie zawiera odnośnik do tytułu książki lub artykułu.

Praca posiada też obszerną i fachowo sporządzoną bibliografię załącznikową (z podziałem na źródła niepublikowane i publikowane oraz opracowania). Niezwykle pożyteczny dla prasoznawcy jest zamieszczony na końcu książki alfabetyczny „Katalog czasopism” (s. 290–306), w którym podano cechy formalno-wydawnicze wszystkich uwzględnionych periodyków naukowych i popularnonaukowych. Każde hasło starano się sporządzić według tych samych kryteriów (m.in. tytuł, podtytuł, częstotliwość, wydawca lub nazwa instytucji sprawczej, format, objętość), choć nie zawsze autorce udało się zdobyć potrzebne informacje. Na 151 wymienionych tytułów prasowych przy 24 nie podano wysokości nakładu, a w wypadku trzech zabrakło danych o ich formacie (*Pedagog*, s. 300; *Raporty Sekcji Psychologii*, s. 302 i *The Scop*, s. 303). O staranności zestawienia świadczyć mogą natomiast dodatkowe wiadomości umieszczone przy zdecydowanej większości tytułów

prasowych po kropce i ewentualnych gwiazdkach. Zawartość monografii urozmaicają ponadto liczne ilustracje okładek prezentowanych pism oraz ciekawy układ graficzny przypisów.

Założony przez badaczkę cel pracy został osiągnięty. Zgromadzona i fachowo przedstawiona wiedza o pokażnej liczbie 151 regionalnych tytułów prasowych, wydawanych w latach 1944–1989 na Lubelszczyźnie, nakreśla zarówno stan dostępnej prasy naukowej i popularnonaukowej, jak też następujące w niej zmiany i założenia redakcyjne. Książka znacząco wzbogaca literaturę o polskiej prasie regionalnej. Przyda się nie tylko prasoznawcom, ale też i historykom regionalistom zainteresowanym Lubelszczyzną. Przedstawione periodyki mogą ponadto zachęcić do sięgnięcia po nie i do dalszych badań nad ich zawartością.

Ewelina Kristanova

MIEJSCA OPUSZCZANE

Eugeniusz Kurzawa: **ANDRZEJ K. WAŚKIEWICZ – MIEJSCA OPUSZCZONE**, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2012. S. 222.

„Andrzej K. Waśkiewicz – miejsca opuszczone”, taki tytuł nosi książka Eugeniusza Kurzawy, która została wydana nakładem wydawnictwa Adam Marszałek w Toruniu pod koniec ubiegłego roku. Publikacja stanowi relację z pobytu na Ziemi Lubuskiej uznanego pisarza i krytyka, a także prasoznawcy, Andrzeja Krzysztofa Waśkiewicza, w maju 2011 roku.

Warto tu zaznaczyć, jak ważną rolę odegrał Waśkiewicz w dziedzinie badań prasoznawczych, zwłaszcza prasy studenckiej i literackiej. Właśnie w lubuskim okresie dzia-

łalności pisarza powstały dwa tomy „Czasopism studenckich w Polsce (1945–1976)”⁵.

W środowisku akademickim pozycja ta wzbudziła spore zainteresowanie. Nie stało się tak jedynie z powodu precyzyjnego badawczo ujęcia problemu (Waśkiewicz skategoryzował i scalił cały dorobek powojennych czasopism studenckich). Badania te potwierdziły znakomite rozeznanie pisarza w mechanizmach funkcjonowania wydawnictw prasowych. To Waśkiewicz właśnie, na bazie „prasowego” odłamu ówczesnej kultury akademickiej, scharakteryzował samą świadomość środowisk studenckich. Jednym z terminów, które wówczas ukuł, była „jednodniówka powtarzalna”.

Pojawienie się tego typu periodyków wynikało z polityki cenzorskiej. Ośrodki studenckie w takich miastach, jak Poznań, Kraków czy Warszawa miały swoje pisma środowiskowe (kwartalniki, miesięczniki). Na druk tych wydawnictw cenzura wydawała tylko jednorazowe pozwolenia. Pierwotnie te pisma miały status „jednodniówki okolicznościowej”. Sęk w tym, że takie „chwilówki” ukazywały się kilka razy do roku.

Tak oto objawiał się zmysł obserwatorski Waśkiewicza. Powracał on później do tematyki prasoznawczej, odpowiednio ją poszerzając i aktualizując. W 1980 roku ukazał się jego głośny prasoznawczy szkic w *Prasie Studenckiej*⁶, który zainspirował wielu późniejszych badaczy prasy w regionie.

Pomysł na książkę zrodził się kilka lat temu (w 2006). Eugeniusz Kurzawa, poeta i dziennikarz poznał Waśkiewicza w połowie lat 70. Okoliczności ich pierwszego spotkania opisuje anegdota krążąca w środowisku do dziś. Kurzawa, wówczas początkujący poeta, przyszedł do Waśkiewicza, aby ten ocenił jego „predyspozycje literackie”. Waśkiewicz

⁵ A.K. Waśkiewicz (red.): *Czasopisma studenckie w Polsce*, T. 1 (1945–1970); T. 2 (1971–1976), Warszawa 1975 i 1977.

⁶ A.K. Waśkiewicz: „Czasopisma studenckie w PRL. (Zarys problematyki)”, [w:] A. Buck (red.): *Prasa studencka*, Zielona Góra 1980, s. 9–52.

uczynił to bardzo dosadnie i bez ogródek⁷. I właśnie tak, jak sam Kurzawa przyznaje, „został on poetą”. W ten sposób rozpoczęła się także ich przyjaźń, która trwała blisko 40 lat.

W 2006 roku odbył się jubileusz z okazji 65. urodzin Waśkiewicza. Już wtedy Kurzawa doszedł do wniosku, iż należy ocalić gdańskiego już od 30 lat poetę (mieszkał w Gdańsku od 1979 roku) dla zielonogórskiego środowiska literackiego. Waśkiewicz na Ziemi Lubuskiej przeżył trzydzieści trzy lata (1946–1979) i – jak mówi sam Kurzawa, ten okres to niejako połowa życia Waśkiewicza; stąd śmiało można wnosić, że uznany krytyk literacki, edytor i poeta w znacznej mierze ukształtował się właśnie w Zielonej Górze. Pomysł spotkał się z dużą aprobatą środowiska i to zaktywizowało Kurzawę.

W 2011 roku Waśkiewicz przybył do Zielonej Góry i okolic, gdzie zaczynał drogę jako krytyk i poeta. Na podstawie dokumentacji trzech dni, jakie spędził na Ziemi Lubuskiej pisarz, a także na podstawie jego publikacji, not biograficznych i rozmów, powstała książka *Miejsca opuszczone*. Dzieli się na jedenaście rozdziałów, które dotyczą m.in. kolejnych miejsc zamieszkania Waśkiewicza, takich jak: Lubsko, Stary Zagór, Dychów, Kożuchów, Szprotawa, Jarocin, Zielona Góra.

Zapis z tej wędrowki pisarza jest w książce obudowany tłem rodzinno-historycznym. Poznajemy genealogię rodu Waśkiewiczów i Higersbergerów, a także zawirowania losu, jakie dotyczą niespełna trzyletniego Waśkiewicza i jego matkę w zburzonej po powstaniu warszawskim stolicy. Rangę świadectwa pisarskiego podkreślają noty biograficzne, gdzie Waśkiewicz wspomina matkę, ojca, przyjaciół, początki swojej pracy w bibliotece czy wydawnictwie. Kolejne rozdziały przynoszą konkretne rozmowy, udokumentowane w trakcie trzydniowej podróży. Pośród rozlicznych konwersacji, jakie przytacza autor książki, odnajdujemy tę najistotniejszą, którą sam Kurzawa prowadzi z Waśkiewiczem.

⁷ Okoliczności tego spotkania Kurzawa dokładnie przypomina w omawianej tu książce (s. 155–157).

Książkę wzbogacają zdjęcia, ilustrujące kolejne miejsca podróży poety. Zdjęciem wyjątkowym jest to z okładki: obraz Matejki, na którego tle widzimy pisarza, uwypukla szczególne cechy jego osobowości.

Książka powstawała szybko. Kurzawa znalazł wydawcę, którym okazał się Adam Marszałek z Torunia. Jednym z powodów tego wydawniczego pośpiechu była postępująca choroba Waśkiewicza. Pisarz dowiedział się, kto ma być wydawcą tej wspomnieniowej książki, zdążył jeszcze nanieść na korektę swoje uwagi. Zmarł 11 lipca 2012 roku. Książka nabrała przez to dramatyczne wydarzenie innego wymiaru. Jej autora wspomagała w zmaganiach wydawniczych żona zmarłego poety, Anna Sobecka.

Książka ma przemyślaną i spójną konstrukcję, jest wzbogacona o krytycznoliteracki aneks, w którym Kurzawa opisał motyw ruin w twórczości zielonogórsko-gdańskiego poety. Waśkiewicz bowiem przeszedł ciekawą drogę poetycką od mającego znamiona strukturalne formułizmu (pojęcie to sam Waśkiewicz wprowadził do polskiego literaturoznawstwa) po „poezję ruin” właśnie, w której zaczął wracać do miejsc dzieciństwa: rozbitej Warszawy i w znacznej mierze właśnie do miejsc lubuskich.

Praca przybliży autobiograficzne źródła twórczości. Pomimo omawianych kontekstów literackich, *Miejsca opuszczone* są w pierwszym rzędzie opowieścią o człowieku, który przede wszystkim jest pielgrzymem szukającym swoich korzeni, a dopiero na drugim miejscu – krytykiem literackim, prawnikiem, edytorem czy poetą.

Janusz Lastowiecki