



## RADA NAUKOWA

Ireneusz Bobrowski, Marian Gierula, Jacek Dąbała, Sylwester Dziki, Tomasz Goban-Klas,  
Jacek Kołodziej, Aleksander Kiklewicz, Małgorzata Lisowska-Magdziarz,  
Teresa Sasińska-Klas, Wiesław Sonczyk, Krzysztof Woźniakowski, Grażyna Wrona

## ZAGRANICZNI CZŁONKOWIE RADY NAUKOWEJ I WSPÓŁPRACOWNICY

Mihai Coman – Universitatea București; Shelton A. Gunaratne – Moorhead State University (Minnesota); Rétfalvi Györgyi – Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola (Budapest College of Communication and Business); Lutz M. Hagen – Institut für Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Dresden; Lija P. Jewsiejewa – Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. Łomonosowa; Urszula Kolberová – Ostravská univerzita v Ostravě; Aleksandr Koroczenskij – Biełgorodskij Nacionalnyj Issledowatielskij Uniwersitet; Walentina Kulpina – Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. Łomonosowa; William H. Melody – University of Technology, Delft; Oliver Quiring – Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz; Winfried Schulz – Universität Erlangen-Nürnberg; Benno Signitzer – Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg; Slavko Splichal – Univerza v Ljubljani; Marek Sroka – University of Illinois at Urbana-Champaign; Irina Uchwanowa-Szmygowa – Biełoruszkij Gosudarstwiennyj Uniwersitet, Mińsk; Tapio Varis – Tampereen yliopisto (University of Tampere); Alexandra Viatteau – Université Marne-la-Vallée; Raimar Zeh – Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg



Zeszyty Prasoznawcze nr 2 (214), t. 56, Kraków 2013

#### KOLEGIUM REDAKCYJNE

Wojciech Kajtoch (redaktor naczelny, wkajt@poczta.onet.pl), Agnieszka Cieślik (zastępca redaktora naczelnego, acieslik@uj.edu.pl), Ryszard Filas (sekretarz redakcji, rfilas@poczta.onet.pl), Władysław Marek Kolasa, Paweł Planeta

#### ZESPÓŁ REDAKCYJNY

redaktorzy językowi: Magdalena Hodalska, Rafał Kuś, Teresa Sławińska; redaktorzy tematyczni – Zbigniew Bajka, Michał Bukowski, Olga Dąbrowska-Cendrowska, Agnieszka Hess, Beata Klimkiewicz, Lidia Pokrzycka, Agnieszka Szymańska; redaktor statystyczny – Henryk Siwek

#### PROJEKT OKŁADKI

Zygmunt Strychalski

© Zeszyty Prasoznawcze 2013

Publikacja dofinansowana przez Uniwersytet Jagielloński ze środków Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej oraz Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Pierwotną wersją czasopisma „Zeszyty Prasoznawcze” (e-ISSN 2299-6362) jest wersja online, publikowana kwartalnie na stronie: [www.wuj.pl](http://www.wuj.pl) w dziale Czasopisma

Niniejszy utwór ani żaden jego fragment nie może być reprodukowany, przetwarzany i rozpowszechniany w jakikolwiek sposób za pomocą urządzeń elektronicznych, mechanicznych, kopiujących, nagrywających i innych oraz nie może być przechowywany w żadnym systemie informatycznym bez uprzedniej pisemnej zgody Wydawcy.

#### Adres redakcji:

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego  
ul. Stanisława Łojasiewicza 4, p. 1.373  
30-348 Kraków

ISSN 0555-0025

e-ISSN 2299-6362



[www.wuj.pl](http://www.wuj.pl)

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego

Redakcja: ul. Michałowskiego 9/2, 31-126 Kraków

tel. 12-631-18-80, tel./fax 12-631-18-83

Dystrybucja: tel. 12-631-01-97, tel./fax 12-631-01-98

tel. kom. 506-006-674, e-mail: [sprzedaz@wuj.pl](mailto:sprzedaz@wuj.pl)

Konto: PEKAO SA, nr 80 1240 4722 1111 0000 4856 3325

# Spis treści

Od redaktora.....	VII
-------------------	-----

## ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Walery Pisarek: Past challenges to Journalism: Great ideas of the Seventies and Eighties revisited.....	193
Mateusz Zapła: Polski rynek komiksowy w latach 1989–2010.....	204

## MEDIA NA ŚWIECIE

Michał Wilczewski: Analiza fasetowa tekstów prasowych jako metoda rekonstrukcji sposobów profilowania zdarzeń globalnych (na przykładzie polskich i amerykańskich wiadomości dotyczących operacji „Świt Odyssei” w Libii).....	238
--	-----

## Z HISTORII MEDIÓW

Andrzej Kaliszewski: Z klasyki polskiego reportażu wojennego: „Droga Czwartaków od Ostrowca na Litwę” Władysława Orkana (1916).....	259
---	-----

## MATERIAŁY

Justyna Dobrołowicz: Polska edukacja na łamach tygodników opiniotwórczych w latach 2009–2010.....	285
Anna Wileczek: Medialność <i>młodomowy</i> .....	308

## RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Dorota Degen, Marcin Żynda (red.): Nie po myśli władzy. Studia nad cenzurą i zakresem wolności słowa na ziemiach polskich od wieku XIX do czasów współczesnych (*ajc*), s. 321; Arkadiusz Lewicki: Od House’a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej (*Olga Dąbrowska-Cendrowska*), s. 322; Małgorzata Lisowska-Magdziarz: Pasażer tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym (*Justyna Dobrołowicz*), s. 325; *Rocznik Historii Prasy Polskiej* 2012, nr 1(29) (*Adam Bańdo*), s. 328

## KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA, PRZEGLĄDY

Konferencja naukowa „Polski system medialny. Migracje do cyberprzestrzeni” ( <i>Igor Mostowicz</i> ).....	332
---	-----



## Od redaktora

Każdy ciąg wypadków, dostatecznie rozwinięty w czasie, można podzielić na etapy – epoki, okresy, podokresy itd., a w tym – na okresy przejściowe. Wiele wskazuje na to, że *Zeszyty Prasoznawcze* właśnie kolejny tego rodzaju odcinek swojej historii pozostawiły za sobą. Przypomnę personalne i organizacyjne zmiany w redakcji, które nastąpiły niedawno i zbiegły się ze zmianą wydawniczych reguł zaproponowaną polskim piśmownictwem naukowym przez stosowne ministerstwo. Wszystko to w wypadku *Zeszytów* zaowocowało powrotem do właściwej (4 razy w roku) periodyczności i zmianą wydawcy. Dwie rocznice zasłużonych prasoznawców, które w ostatnim czasie odnotowaliśmy, także z natury rzeczy były wydarzeniami wyjątkowymi.

Bieżący numer jest już wynikiem standardowych działań redakcyjnych, czyli rejestracji, oceny i adiustacji na bieżąco nadsyłanych materiałów i układania ich w kolejności odzwierciedlającej rangę, różnorodność metodologiczną oraz pokrewieństwo tematyczne.

Rozpoczyna go artykuł Walerego Pisarka – przywołujący dawne, wielkie czasy prasoznawstwa w drugiej połowie XX wieku, w dobie zimnej wojny – uczestniczącego w rozstrzygnięciu globalnych problemów, w politycznych i psychologicznych walkach światowych mocarstw. Jak pisze, „badania komunikacji społecznej w latach siedemdziesiątych przyczyniły się zapewne do akceptacji kompromisowych rozwiązań trzeciego koszyka Aktu końcowego KBWE, który stworzył pierwsze legalne szczeliny dla niekontrolowanego dwukierunkowego przepływu informacji w monolitycznym, hermetycznym systemie ZSRR”. Prawda to – czy tylko śmiała hipoteza? Zwracam uwagę na słowo *zapewne*.

Drugi tekst w dziale „Rozprawy i artykuły” wyszedł spod pióra młodego badacza, Mateusza Zapały, a traktuje o komiksach – niedocenianym przez polskich badaczy segmencie masowej kultury, przeznaczonym głównie dla młodzieży... i równocześnie szczególnym, pogranicznym medium, odnoszącym ostatnio w naszym kraju wymierne sukcesy. Autor prezentuje wnioski wynikające ze żmudnych badań rynku komiksów. Zaletą tego tekstu jest więc podejście empiryczne, opieranie się na danych statystycznych i materiałach, które można było zdobyć tylko w toku szczegółowej kwerendy. Należy przyznać, że komiksy, niebędące zbyt często przedmiotem poważnej refleksji, zostały w tym tekście nader konkretnie potraktowane.

Następny artykuł znów zwraca się w stronę prasoznawstwa politologicznego (ale także językoznawczego i retorycznego) i pokazuje, w jaki sposób prasowe

relacje z istotnych, politycznych wydarzeń mogą profilować ich obraz tak, aby mógł być przekonujący dla czytelników o określonych poglądach i jednocześnie prezentować idee miłe sercu redakcji. Sądzę, że zaproponowana przez Michała Wilczewskiego tzw. analiza fasetowa da się zastosować do badań sekwencji tekstów omawiających innego rodzaju tematy.

Po historycznoprasowym intermedium – Andrzej Kaliszewski w starym, dobrym literaturoznawczym stylu prezentuje wojenny reportaż Władysława Orkana sprzed prawie stu lat – powracamy do współczesności.

W kolejnych artykułach w centrum uwagi stają ludzie młodzi i ich problemy. Justyna Dobrołowicz charakteryzuje sposób pisania o szkole panujący w ostatnich latach w polskich tygodnikach opinii. Uważa, że publicyści, traktując szkołę w kategoriach rynkowych (powinna ona oferować produkt edukacyjny, którego „zakup” ma się szybko zwrócić), przyczyniają się do upowszechnienia poglądów szkodzących polskiemu szkolnictwu. Anna Wileczek natomiast w artykule o szerzącej się w internecie *młodomowie* pośrednio pokazuje, jak przekorną młodzież obecna szkoła kształci i wychowuje – o ile oczywiście zgodzimy się z tezą, że sposób, w jaki dana grupa mówi i pisze, czyli tak, a nie inaczej używa języka, jakoś tę grupę charakteryzuje.

Numer kończą nowiny z życia medioznawców oraz bibliograficzne.

Zapraszam do lektury.

*Wojciech Kajtoch*



## PAST CHALLENGES TO JOURNALISM

### Great ideas of the Seventies and Eighties revisited<sup>1</sup>

WALERY PISAREK

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie  
Wydział Nauk Społecznych; Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

#### ABSTRACT

#### **Past challenges to journalism. Great ideas of the Seventies and Eighties revisited**

This paper focuses on the particular role of the mass media research in transformation of the post-Yalta world political system, in 1960–1990 and in particular in the seventies. The role of the inspirer, organizer and transmitter of the idea of solving social and political problems with the use of the mass media was played by the UN and UNESCO. They made communication research one of the most important and politically most influential disciplines among social sciences. The conference in Montreal, organized by Unesco in June 1969, has become the foundation stone for the worldwide political career of mass communication research. Very active participation of media researchers in the world discourse on communication contributed later to the adoption, by the UNESCO General Conference, in 1978, of the “Media Declaration”, and, in consequence, to the MacBride Commission and the creation of its Report, then to the “International Program for the Development of Communication” (IPDC). Communication research in the seventies contributed, arguably, to the acceptance of the compromise solutions of the 3<sup>rd</sup> basket of the Final Act of the CSCE, which opened the first legal clefts to the uncontrolled two direction flow of information in the Soviet monolith hermetic system. In this regard, one can say that *Everything started in Montreal* in 1969 – the paper concludes.

<sup>1</sup> The paper was presented on the plenary session of the International Conference “Matters of Journalism: Understanding Professional Challenges and Dilemmas”, organized by the Polish Communication Association and the University of Gdańsk, in Gdańsk 14<sup>th</sup> September, 2012.

✉ Adres do korespondencji: Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie; Wydział Nauk Społecznych; Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej; 31-002 Kraków, ul. Kanonicza 9; uwpisare@cyf-kr.edu.pl

The paper was presented on the plenary session of the International Conference “Matters of Journalism: Understanding Professional Challenges and Dilemmas”, organized by the Polish Communication Association and the University of Gdańsk, in Gdańsk 14<sup>th</sup> September, 2012.

**Key words:** mass media, communication research, the sixties, the seventies, the eighties, UNESCO, Free Flow of Information, New World Communication Order, Final Act of the CSCE, Montreal Conference

Once upon a time... maybe with these words I should begin my story on the last century's seventies as the golden decade of communication research and its impact on global politics.

Research on communication in general and on mass communication in particular has been, for the last couple of centuries, a niche, hobby subject of interest and activity, though there is no denying that a reflection, at least parascientific, on what we today call the mass media, is as old as these media themselves<sup>2</sup>.

As early as at the beginning of the thirties, all over the world, not excluding the United States of America, this research was only peripheral to the social sciences.

Until the thirties, little or none had been done on communications, with the exception of literary criticism, a few studies on propaganda and other surveys commissioned by the media to ascertain their impact upon the public and its tastes (Many Voices 1980, p. 223).

In the second half of the thirties, communication research was mobilized (in metaphorical, but real sense of this word) – at least in countries that were preparing then for the expected war. Communication researchers moved from Europe to the USA, fleeing from persecution in Nazi Germany. But sometimes, young European sociologists were sent to the USA on scholarships, in order to learn from the American experiences and to see, with their own eyes, how propaganda and advertising was done and studied there. The best-known examples of these two types of voyages from Europe to the USA, at the close of the thirties, were, as we know, Paul Lazarsfeld and Elisabeth Noelle.

Wars and international tensions have always created favorable conditions for research on persuasion, as well as research on communication, peeking, eavesdropping, and transportation. It is widely known how much electronic calculation technology, telematics, as well as social and experimental psychology owe to undertakings dictated by reasons of the so-called national defense. The principle of inadmissibility of manipulation is admittedly declared, but it is absolved by justifications that it is better to fight with words and images than with bullets and swords. *Better jaw jaw than war war*, as Annabelle Sreberny reminded these Churchill's famous words, in Paris in 2007 on the occasion of the 50<sup>th</sup> anniversary of IAMCR.

---

<sup>2</sup> To remind Kaspar von Stieker's: *Zeitungs Lust und Nutz*, published in Hamburg in 1695.

After World War II, the permanent state of friction between the so-called First and Second World, known as the Cold War, bolstered research dictated by reasons of defence, including research on the effectiveness of propaganda. At the same time, in the fifties and the sixties, the most fashionable fields of communication research included the problems of modernization, in particular: the acceptance of new solutions in agriculture, efficacy of education (already including lifelong education), and the role of media in the social and economic development of countries and regions. In the sixties, researchers became interested not only in the political and commercial problems of the efficacy of propaganda and advertising messages but also in the general effects of media reception.

At the close of the sixties, critical media researchers became even more inquisitive and began to ask questions:

- about the possible alternative models of media ownership, media policy makers, control of the media and the impact of control on the media,
- about the possible economic solutions of alternative communication systems,
- about the ways in which people satisfy, through the use of media, their needs concerning information, interpretation, and entertainment, and finally,
- about the effective routes to “demonopolization of truth” and “decolonization of information and protection of national cultures”, to use this impolite today expression. In this context, there appeared the hottest potato, both for the capitalist liberal West and the communist totalitarian East: the problem of access (to the media in the roles of both receivers and senders) and participation in public communication.

The eighties brought, at least in Poland, at first euphoria of possible fulfilment of hopes concerning freedom, and then growing bitterness of disappointment and a feeling of being lost (Pisarek 1982a, 1982b). The nineties and the beginning of the new millennium buried erstwhile delusions, creating new problems with a brand new (politically, economically, and technologically) market, but also brand new possibilities of solving them. The best-known exponents of these feelings were authors: John Keane (1991), Claude Jean Bertrand (2000) and Karl Popper with his last publication on television (Popper 1995). But in the nineties, a new tale started, one that I do not intend to tell here.

For I want to focus on the fate of a particular career of the mass media and mass media research in plans of a transformation of the world with the use of communication. If I may add: in the plans created by media researchers, in their specific conspiracy which may have contributed, in part, to the fall of the post-Yalta world political system, in particular in its European sector. My present tale concerns the thirty years from 1960 to 1990. However from these three decades, the first (i.e. the sixties) comprised the period of preparations, and the third (the eighties) brought the period of decline, while during the second decade (the seventies), the international activity of communication researchers

was the most successful. I will devote the most time, place, and attention to this second decade.

The role of the inspirer, organizer and transmitter of the idea of solving social and political problems with the use of the mass media was played by the UN<sup>3</sup> and UNESCO, not without the influence of the (today often ridiculed) Non-Aligned Movement of the Developing Countries, growing in power. Let us recall facts which made communication research one of the most important and politically most influential disciplines among social sciences:

The General Conference of UNESCO adopted in November 1968 a new strategy for promoting communication research and policy and authorized the Director-General “in cooperation with appropriate international and national organizations, governmental and non-governmental, to undertake a long-term programme of research on technological progress in means of communication and to promote study on the role and effects of mass communication in modern society” (Hamelink and Nordenstreng 2007, p. 15).

Executing this delegation, UNESCO put the foundation stone for the worldwide political career of mass communication research by organizing, in June 1969 in Montreal, a legendary, today, conference which included a platform paper by James Halloran, and then appointing three expert panels with the task of drawing up: (1) proposals for an International Programme of Communication Research, (2) a work plan for the selection and drawing up of the National Communication Policy and Planning, and (3) a plan for a worldwide network of mass communication research documentation. All three panels and their programmes were interconnected not only by their subject, but also personally. Above all, they were united by a common goal of contributing to a situation in which a communication

---

<sup>3</sup> Several UN resolutions and declarations from the sixties reminded of the significance of the media in the diffusion of socially desirable attitudes; these included: “Declaration on the Promoting among the Youth of the Ideas of Peace, Mutual Respect and Understanding between Peoples” (December 1965) and “Declaration on Social Progress and Development” (December 1969). In the latter, the following was pointed out as the principles of action for “social process and development” (Article 5):

“The social progress and development require the full utilization of human resources, including in particular:

- a) the encouragement of creative initiative under conditions of enlightened public opinion;
- b) the dissemination of national and international information for the purpose of making individuals aware of changes occurring in society as the whole;
- c) the active participation of all elements of society, individually or through associations, in defining and in achieving the common goals of development with full respect for the fundamental freedom embodied in the Universal Declaration of Human Rights;
- d) the assurance to disadvantaged or marginal sectors of the population of equal opportunities for social and economic advancement in order to achieve an effectively integrated society”.

As the means to achieve social progress and development, in conformity with those principles, the declaration mentioned, among other things (Article 21): “Raising the general level of education, development and expansion of national information media, and their ration and full use towards continuing education of the whole population and towards encouraging its participation in social development activities, the constructive use of leisure, particularly that of children and adolescents”.

policy served “peaceful cooperation and social development”, both at the national and international level.

Future research was to answer questions that had not been asked before on such a scale in mainstream mass communication research. John Willings, Head of the UNESCO Division of Communication Planning and Research, wrote on the pages of *Zeszyty Prasoznawcze*:

Questions are asked: Who manages and runs the mass media? Whose interests do they serve? What funds do they use? What do they disseminate? What needs do they satisfy and what needs do they not? What are the consequences of their entire activity? (Willings 1974, p. 17).

And furthermore:

In different parts of the world, development plans too often failed because communication factors had not been considered when they had been drawn up. The main problem, however, is that governments usually do not know the nature of communication in a society sufficiently, and they know too little about the possibilities and orientation of communication systems, both public and private, in their countries (Willings 1974, p. 18).

This was the premise of this whole enterprise: governments in most countries do not realize, in the first place, that they always, even subconsciously, conduct a communication policy, and secondly, that the right communication policy may be conducted only on the foundation of relevant studies.

Prepared by the first expert panel<sup>4</sup> and sent to all governments of the UNESCO member states, “Proposals for an International Programme of Communication Research” (Paris 1971) assumed multidisciplinary of research, warned against unilateral dismembering of the research issues into isolated parts, be it according to disciplines or according to aspects of the communication process, separated from the social system.

The second expert panel in the field of communication policy and planning, while discussing the selection of principles and goals of this policy and means of its realization, emphasized the necessity of having indispensable data and up-to-date knowledge, possible to achieve through empirical research. The preliminary condition for the sense of the propositions of both these panels was the recognition, by governments of individual countries, of the need for such studies and ensuring the possibility of their realization.

As one of the means of increasing the degree of access and participation, the appointment of national councils for communication policy was proposed. Their members would be recruited from “high-profile executives from the field of politics, management specialists, mass media practitioners, and media rese-

<sup>4</sup> Among its members were: Luis Beltran, Bogota, Columbia; S.O. Biobaku, Lagos, Nigeria; Nabil Dajani, Beirut, Lebanon; James Halloran, Leicester, UK; Tomo Martelanc, Ljubljana, Yugoslavia; Kaarle Nordenstreng, Helsinki, Finland; Walery Pisarek, Krakow, Poland; Y.V.L. Rao, Singapore; Pierre Schaeffer, Paris, France; Dallas Smythe, Regina, Canada and Elisabeth Noelle-Neumann, Mainz, FRG, as Rapporteur.

archers” (Willings 1974, p. 22). Each council was supposed to start its activities by critically assessing the mass media control, and then concentrate on the state of the technical base of the media, personnel and its training, media economics, legal conditions, and international connections (Willings 1974, pp. 23–25). Such a wide scope of communication policy would require participation of state, executive and legislative authorities, ministries and planning commissions, media institutions, professional organizations, research institutes of various social sciences, and, among them, institutes for communication research, as the most important.

The role of the proposed institutionalized council for Communication Policy issues will be thus fulfilling the function of “supervision”, adviser, and coordinator in the wider framework of national development policy. [...] This is why there is an urgent necessity to create a team of scholars focused on the issues of communication and able to undertake appropriate research endeavors

– wrote John Willings (1974, p. 22).

The review of the popular, some say – celebrated, others – notorious, watchwords of that period should be commenced from, arguably, the best-known and most famous term of “New International Information Order”. This was the initial form of this slogan, which was soon reformulated as “New World Information and Communication Order”<sup>5</sup>.

It was a challenge for the flagship postwar slogan in the field of communication “Free Flow of Information”, treated by the *free* world of the West as the foundation of the information order, both in individual countries and worldwide. In the *just* East it was interpreted as a smokescreen for the doctrine of domination of the stronger. In the sixties, it was formulated anew, on behalf of the Third World, as “Free and Balanced Flow of Information”. The illustration of the “old”, ripe for change information order was a chart with two bars, one of which was several times taller than the other. This taller bar represented the amount of information pressed by the First World media to the Third World, while the shorter one depicted the amount of information delivered by the Third World to the First.

The FFI slogan, promoted by the US, summarized the ideal state in the sphere of world, national, and local communication, while being one of the best-known watchwords (one of the icons) of the second half of the 20<sup>th</sup> century. Realization of this ideal was seen (openly – mainly in the West, silently – also in the East) as a measure favouring social development and, at the same time, preventing totalitarianism in individual countries and war in international relations: due to the lack of free flow of information, Hitler was able to gain power and unleash war. One could argue about the rightness of this opinion, but it was obvious for almost everyone that the principle of free flow of information could not be reconciled

<sup>5</sup> The motivation for this innovation is obvious: the point here is not only about the diffusion of information among people, but also ensuring that they do not content themselves with the reception of information, that they comment on it and share it. The order should be *worldwide*, it should be an order between people with no regard to state borders, and not an order ensuing from agreements between countries, which could be implied from the term *international*.

with the totalitarian nature of the Soviet Union. Thus, everyone who challenged the FFI, risked being named an enemy of freedom and an enthusiast of the domestic and foreign policy of the USSR.

In spite of this, it was already in the fifties that arguments, initiated in the East, that not all information deserved the free flow equally, and those coming from the South (or raised in the name of the South) that the FFI meant in practice the domination of the richest countries and the richest media, appeared in the international debate on the state of communication in the world. And in the sixties, the absolute principle of free flow of information was challenged, in the international market of ideas, by demands of:

- 1) free flow of information serving peace and international cooperation (which, in practice, meant approval for blocking information regarded as harmful for peace and international cooperation);
- 2) free and balanced flow of information, which (from the point of view of the Third World interests) was generalized in the formulas of:
- 3) decolonization of information and, ensuing from it:
- 4) “New International Information Order”, or “New World Information and Communication Order”.

The fuel for the slogans of NIIO/NWICO were the accusations, directed at the major Western international news agencies (AP and UPI, AFP, and Reuters), that they limited themselves to showing *coups and earthquake news*, while having a monopoly on incoming and outgoing information from the Third World countries. The enormous disproportion in the flow of television programmes (i.e. the absolute domination of American, French, British, and German producers) was revealed in a well-known study by K. Nordenstreng and T. Varis, popularized by UNESCO (Nordenstreng & Varis 1974).

Perhaps the greatest success of the NIIO/NWICO idea on the world scene was the fact that the Declaration on the Mass Media was adopted by acclamation at the 20th Session of the General Conference of UNESCO held in Paris on 22<sup>nd</sup> November 1978. According to S. MacBride, it was

the first international instrument referring directly to moral, social, and professional responsibilities of the mass media in the context of the universally recognized principles of freedom of expression, information, and opinion (MacBride & Roach 1993, p. 7).

But the feeling of success among the NIIO supporters was not absolute, because

The final version of the resolution did not include – because of Western demands – proposals to make national governments responsible for the action of communications companies working within their jurisdictions (MacBrid & Roach 1993, p. 7).

Since governments weaseled out of the responsibility for actions of the media in their territories, the major media had to defend themselves against potential

consequences of the UNESCO Media Declaration of 1978. The response came two and a half years later. Let me remind that a conference of media representatives and political scientists from several dozen countries of the world took place in May 1981 in Talloires, France (World Press 1981). The conference ended with adoption of a declaration, which, in the name of the FFI principle, staunchly vetoed the idea of NIIO and the entire UNESCO policy in the field of information and communication in the world. Within UNESCO, this declaration was received as a *sui generis* declaration of war.

The Talloires Declaration included both demands that were ethically and factually rightful as well as difficult to challenge on the ground of the European system of values, and opinions that met opposition from both the Right and the Left.

How could we not – at least in my opinion – agree, on the one hand, with such demands as:

- Censorship and other forms of arbitrary control of information and opinion should be eliminated; the people's right to news and information should not be abridged.
- Access by journalists to diverse sources of news and opinion, official or unofficial, should be without restriction. Such access is inseparable from access of the people to information.
- There should be no restriction on any person's freedom to practice journalism. Journalists should be free to form organisations to protect their professional interests.
- All journalistic freedoms should apply equally to the print and broadcast media [...].

On the other hand and today – in my opinion – not everyone would easily and entirely agree with opinions such as:

- There can be no international code of journalistic ethics, the plurality of views makes this impossible. [...]
- The press's professional responsibility is the pursuit of truth. To legislate or otherwise mandate responsibilities for the press is to destroy its independence. The ultimate guarantor of journalistic responsibility is to the free exchange of ideas.

The naivety of manifestations of ambition and usurpation of media researchers (if not all, then perhaps most of them, recalled here), exploited by politicians, seems to be self-evident. Let us take as an example the question of media councils. In the liberal democratic countries, especially in the USA, the proposed media councils were treated as an attack on the freedom of the media; in the planned economy countries, as countries dominated by the USSR were euphemistically called, they were received with mixed feelings, because while activities of such institutions as the “national council for communication” fell into their centralized administrative system, the prerogatives of such a council would violate the principle of the leading role of the ruling party<sup>6</sup>. In developing countries, the propos-

<sup>6</sup> The idea of the media council, supported by the Polish Solidarity movement in 1981, was realized three years later by the Polish Press Law of January 26<sup>th</sup> 1984 (now the institution of media council does not exist in the present media law in Poland).



als in the field of communication policy were, in turn, admittedly received with a kind interest and sympathy but with the condition of obtaining funds for their implementation.

Even if we assessed today, with an indulgent superiority, activities of media researchers, we could not deny that the seventies might be regarded as a period of remarkable social and political successes of their discipline. The crucial moment – let us remind – in the extraordinary career of communication research in those years was a meeting of experts organized in Montreal in 1969 by UNESCO. Participants at the meeting agreed that “a practicable and effective way of better studying and comprehending the role of mass communication on a world-wide basis is urgently required”. According to this recommendation, authorized by the General Conference, UNESCO made it possible:

- to prepare, through cooperation of researchers from many parts of the world, an international programme of studies on mass communication and guidelines concerning national and international communication policy,
- to create a worldwide network of regional centres of mass communication research documentation (some of them as Nordicom exist till today) with an up-to-date thesaurus, and
- to draw up a fairly reasonable – for those times – World Communication Report.

Furthermore, in my opinion, very active participation of media researchers in the world discourse on communication contributed, during those years, to the adoption, by the UNESCO General Conference, in 1978, of “Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, Apartheid and Incitement of War”, and, in consequence, to the MacBride Commission and the creation of its Report (“Many Voices, one World”), and then to the International Program for the Development of Communication (IPDC).

Apparently nothing but recollections remained of those big ideas and programmes. However, looking at the same endeavours from a different perspective, one can say that not all is gone with the wind. Communication research in the seventies contributed, arguably, to the acceptance of the compromise solutions of the 3<sup>rd</sup> basket of the Final Act of the CSCE. I would like to point out the simultaneousness of activities of media researchers, working under the auspices of UNESCO in the field of communication policy and planning, and the discussions in Helsinki, within the framework of the Conference on Security and Co-operation in Europe; the formal establishment of the Network of Regional Centres for Communication Research Documentation COMNET coincides with the signing of the Final Act of CSCE.

Most people in Poland believe that the process of decay of the Soviet monolith system has started in 1980 by the Solidarity movement in Gdańsk. Some of the visitors to Gdańsk have seen here the posters: *Everything started in Gdańsk!*

From the Polish perspective, it is obviously true. However, taking into account the third basket of the Helsinki Conference which opened the first legal wholes to the uncontrolled two direction flow of information, allow me as a communication researcher to confess my deepest conviction that *everything started in Montreal in 1969*.

Let us remind once more the great ideas of the 70s in the field of world communication: Free Flow of Information, Free and Balanced Flow of Information, New World Information and Communication Order with its ideas of Decolonization, Democratization and Deregulation of Information, Access and Participation, Right to Communicate, Power Free Communication, Internal Freedom in the Media, Press or Media Councils and so on. To tell the truth, not much or nothing came out of these Great Ideas. At least, the potential solution came from another direction. In accordance with McLuhan's technological determinism, this potential solution is offered by two or three billion personal computers with an access to Internet resources.

### *Bibliography*

- C.J. Bertrand (2000): *Media Ethics & Accountability systems*, New Brunswick, N.J., Transaction Publishers.
- D. Bielenstein (Ed.): (1978) *Toward a New World Information Order: Consequences for Development Policy*, Bonn, Friedrich-Ebert-Stiftung.
- F.L. Casmir (1991): *Communication in Development*, Norwood, N.J., Ablex Pub.
- G. Gerbner et al. (Eds.): (1993) *The Global Media Debate: Its Rise, Fall, and Renewal*, Norwood, N.J., Ablex Pub.
- J. Halloran (1970): *Mass Media in Society: The Need of Research, Reports and Papers on Mass Communication*, No. 59. [report] Paris, Unesco.
- C. Hamelink, K. Nordenstreng (2007): *A short history of IAMCR*, [in:] *IAMCR in Retrospect/L'AIERI en rétrospective*, 1<sup>st</sup> ed. Paris, Université Paris 13.
- J. Keane (1991): *The media and democracy*, Cambridge, UK, Polity Press.
- D. Lerner (1958): *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Glencoe, Ill, Free Press.
- D. Lerner, W. Schramm (Eds.) (1967): *Communication and Change in the Developing Countries*, Honolulu, East-West Center Press.
- S. MacBride, C. Roach (1993): *The New International Information Order*, [in:] G. Gerbner et al. (Eds.) (1993): *The Global Media Debate: Its Rise, Fall, and Renewal*, Norwood, N.J., Ablex Pub., pp. 3–11.
- H. Mowlana, L. Wilson (1985): *Communication and Development. A Global Assessment*, Paris, Unesco.
- K. Nordenstreng, T. Varis (1974): *Television Traffic – a One Way Street? A Survey and Analysis of the International Flow of Television*, Paris, Unesco.
- K. Nordenstreng et al. (1986): *New International Information and Communication Order, Sourcebook*, Prague, International Organization of Journalists.
- C. Okigbo, Y. Abubakar (Eds.) (1992): *New Perspectives in International News Flow*, Lagos, Solasprint Nigeria.
- W. Pisarek (1982a): *Polonia y los medios de informacion*, *Chasqui*, (2), pp. 71–75.

- W. Pisarek (1982b): Epilogo polaco, *Chasqui*, (3), p. 40.
- W. Pisarek (1991): Communication for Development: Four Strategies in the People's Poland, [in:] F. Casmir (Ed.) (1991): *Communication in Development*, 1<sup>st</sup> ed. Norwood N.J., Ablex Pub., pp. 157–176.
- K. Popper (1995): *Television – un danger pour la democratie*, Paris, Anatolia.
- W. Schramm (1964): *Mass Media and National Development. The role of Information in the Developing Countries*, Stanford, Stanford University Press.
- L. Sussman (1977): *Mass News Media and the Third World Challenge*, Beverly Hills/London, Sage Publications.
- Unesco (1971): *Proposals for an International Programme of Communication Research*, Documents Com/MD/20. [report] Paris, Unesco.
- Unesco (1980) *Many Voices, One World. Report by the International Commission for the Study of Communication Problems*, London/New York/Paris, Kogan Page/Unipub/Unesco.
- Unesco (1989) *World Communication Report*, Paris, Unesco.
- J. Willings (1974): *Komunikowanie: badania, polityka i planowanie – z myślą o roku 1980 (Communication research policies and planning for communication 1980 – Look again before you leap into space)*, *Zeszyty Prasoznawcze*, XIV 3, pp. 17–28.
- World Press Freedom Committee's Rex Rand Fund (1981): *A Constructive Approach to a Global Information Order. The Declaration of Talloires*, [press release] May 17<sup>th</sup>, 1981.

## STRESZCZENIE

### **Dawne wyzwania dla dziennikarstwa. Odświeżone spojrzenie na wielkie idee lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych**

Artykuł zwraca uwagę na szczególną rolę badań nad mediami masowymi w przekształcaniu pojałtańskiego światowego systemu politycznego w okresie 1960–1990, a w szczególności w latach siedemdziesiątych. Rolę inspiratora, organizatora i popularyzatora idei rozwiązywania społecznych i politycznych problemów z pomocą mediów masowych odegrały ONZ i UNESCO. Dzięki nim badania komunikacji społecznej stały się jedną z najważniejszych i najbardziej wpływowych dyscyplin spośród nauk społecznych. Konferencja w Montrealu, zorganizowana w czerwcu 1969 r. przez UNESCO, stała się kamieniem węgielnym w światowej karierze politycznej badań nad komunikowaniem masowym. Bardzo aktywny udział medioznawców w światowym dyskursie o komunikacji społecznej przyczynił się do przyjęcia później, w 1978 r., przez Konferencję Ogólną UNESCO „Deklaracji w sprawie mediów”, następnie do powołania Komisji MacBride'a i powstania jej raportu, a wreszcie do przyjęcia „Międzynarodowego programu rozwoju komunikowania” (IPDC). Badania komunikacji społecznej w latach siedemdziesiątych przyczyniły się zapewne do akceptacji kompromisowych rozwiązań trzeciego koszyka aktu końcowego KBWE, który stworzył pierwsze legalne szczeliny dla niekontrolowanego dwukierunkowego przepływu informacji w monolitycznym, hermetycznym systemie ZSRR. Z tego względu można powiedzieć, że *wszystko się zaczęło w Montrealu w 1969 r.*

**Słowa kluczowe:** media masowe, badania komunikacji, lata sześćdziesiąte, lata siedemdziesiąte, lata osiemdziesiąte, UNESCO, wolny przepływ informacji, nowy światowy ład w komunikacji, akt końcowy KBWE, konferencja w Montrealu

## POLSKI RYNEK KOMIKSOWY W LATACH 1989–2010

MATEUSZ ZAPAŁA

Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego  
w Kielcach

ABSTRACT

### **The polish comic book market between years 1989 and 2010**

The article discusses the comic book market in Poland in 1989–2010. The author tried to determine both its size and progress dynamics. The key elements of the paper are Polish comic publishers, e.g. Egmont Polska (Egmont Poland), Kultura Gniewu (Wrath's Culture), Mandragora, Japonica Polonica Fantastica, and their most important titles. The article includes almost all forms of comic book publishing, such as European, American and Asian comic albums and books, comic magazines, children magazines, in which cartoons and funnies prevail. The paper do not analyze comic strips published in newspapers. The article is supported by numerical data. The study contains also author's own definition of the comic book market.

**Key words:** comics, manga, magazines for children and youth, publishing market

Komiks to zaaranżowanie obrazów (rysunków, malunków lub zdjęć) oraz – często – słowa pisanego, służące opowiedzeniu konkretnej historii dramatycznej bądź idei. Komiksy najczęściej ukazują się drukiem, choć dostępne mogą być też na innym nośniku<sup>1</sup>.

Chociaż dziś w Polsce komiks jest coraz częściej nazywany sztuką i doceniany za wartości literackie oraz wizualne, to paradoksalnie, mimo że jest on tworem euroamerykańskiej kultury popularnej, nie cieszy się w naszym kraju dużym

<sup>1</sup> W. Eisner: *Comics and Sequential Art*, New York 1985, s. 13.

✉ Adres do korespondencji: Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, 25-509 Kielce, ul. Leśna 16; mat.zapala@gmail.com

zainteresowaniem odbiorców. Między innymi z tego powodu badacze mediów rzadko zajmują się historiami obrazkowymi i ich rynkiem<sup>2</sup>.

### *Rynek komiksowy – informacje podstawowe*

Na początku warto wyjaśnić, co kryje pod pojęciem rynku komiksowego. Ma on pewne cechy wspólne z rynkiem prasowym. Modyfikując zatem jego definicję, na przykład tę z „Encyklopedii wiedzy o prasie”, można stwierdzić, że rynek komiksowy to „ogół stosunków wymiennych między kupującymi a sprzedającymi i dystrybuującymi komiksy oraz między wydawcami a reklamodawcami. Komiks może być więc zarówno środkiem komunikowania, jak i nośnikiem reklamy oraz towarem”<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Opracowania dotyczące komiksu to przede wszystkim publikacje internetowe – autorstwa wydawców komiksów i profesjonalnych krytyków (niewiele jest pozycji drukowanych). Nie są zbyt szczegółowe, rzadko zawierają dane liczbowe. Prezentowany artykuł uwzględnia analizę rynku komiksów azjatyckich (np. mang) i dziecięcych (w tym czasopism franczyzowych). Wnioski zaś w nim zawarte poparte są danymi liczbowymi.

W zakresie dostępnych prac na interesujący nas temat wymienić trzeba „Podsumowania” Jarosława „Jarka Obważanka (sic!)” Machały na WRAK.pl – portalu Komiksowej Agencji Prasowej. Por. J. Machała: Posumowanie roku 2002, [http://wрак.pl/index.php3?strona=nowosci\\_2002](http://wрак.pl/index.php3?strona=nowosci_2002) (dostęp: 7.01.2011); t e n ż e: Podsumowanie roku 2003, [http://wрак.pl/index.php3?strona=nowosci\\_2003](http://wрак.pl/index.php3?strona=nowosci_2003) (dostęp: 7.01.2011); t e n ż e: Podsumowanie roku 2004, [http://wрак.pl/index.php3?strona=nowosci\\_2004](http://wрак.pl/index.php3?strona=nowosci_2004) (dostęp: 15.01.2011); t e n ż e: Rynek komiksowy u progu 2009 roku, [http://wрак.pl/index.php?strona=artykuly1&t=rynek\\_komiksowy\\_2009](http://wрак.pl/index.php?strona=artykuly1&t=rynek_komiksowy_2009) (dostęp: 15.01.2011); Interesujących danych dostarczyła także bibliografia komiksów: M. Miśora: Bibliografia Komiksów wydanych w Polsce w latach 1895 (1858) – 1999, Poznań 2010 [dalej: BK PL].

Podjęmowane były także próby holistycznych analiz polskiego rynku komiksowego, np. przez Huberta Ronka (znanego twórcę historii obrazkowych – H. Ronek: Komiks w Polsce w latach 1989–2003 i jego wartości edukacyjne. Praca magisterska napisana pod kierunkiem dra R. Tarasiuka, Lublin 2004, <http://www.zeszytykomiksowe.org/skladnica/ronek2004.pdf>, dostęp: 6.07.2013) czy Sebastiana Frackiewicza (publicystę *Polityki* – S. Frackiewicz: Komiks w polskiej komunikacji społecznej po 1989 roku. Praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. P. Czaplińskiego, Poznań 2006, <http://www.zeszytykomiksowe.org/skladnica/frackiewicz2006.pdf> (dostęp: 6.07.2013). Studia nad ontologią bądź kulturową wartością omawianego medium są natomiast w Polsce znacznie popularniejsze. Zob. np. K. T. Toepfritz: Sztuka komiks: próba definicji nowego gatunku artystycznego, Warszawa 1985; J. Szyłak: Komiks i okolice pornografii: o seksualnych stereotypach w kulturze masowej, Gdańsk 1996; t e n ż e: Zgwałcone oczy: komiksowe obrazy przemocy seksualnej, Gdańsk 2001; t e n ż e: Komiks: świat przerysowany, Gdańsk 1998; t e n ż e: Komiks w kulturze ikonicznej XX wieku: wstęp do poetyki komiksu, Gdańsk 1999; t e n ż e: Komiks i okolice kina, Gdańsk 2000; W. Birek: Główne problemy teorii komiksu. Rozprawa doktorska napisana pod kierunkiem prof. dra hab. S. Uliaszka, Rzeszów 2004, <http://www.zeszytykomiksowe.org/skladnica/birek2004.pdf> (dostęp: 6.07.2013).

Zgodnie przyjętymi w *Zeszytach Prasoznawczych* zasadami redakcyjnymi tytuły tych publikacji komiksowych, które pod względem formalnym są czasopismami, zapisane zostały kursywą. Tytuły wydawnictw zidentyfikowanych jako książki (oraz nazwy serii i cyklów, a także niesamodzielnych wydawnictw utworów komiksowych) ujęto w cudzysłów. Zgodnie z tą zasadą np. *Smerfy* to periodyk, a „Smerfy” to seria wydawnicza. Tytuły mogące budzić największe wątpliwości autor będzie uzupełniał odpowiednim komentarzem.

<sup>3</sup> Definicja własna autora. Nie stanowi wiążącej wykładni terminu rynek komiksowy.

Pozostając jeszcze w kręgu ogólnych informacji na temat rynku komiksowego, warto się przyjrzeć miejscu, jakie ten zajmuje wśród innych segmentów rynku medialnego.

Komiksy wydawane w Polsce napędzają statystyki rynku prasowego (komiksy wydawane periodyczne) albo księgarskiego (w przypadku komiksów nieperiodycznych – najczęściej dostępnych w księgarniach). Domy medialne zajmujące się wydawaniem historii obrazkowych obok swojej głównej działalności (prasowej bądź księgarskiej) wprowadzają je do właściwych sobie kanałów dystrybucji oraz zrównują formalnie ze swoim podstawowymi produktami. Komiksy publikowane przez wydawców *stricto* komiksowych dystrybuowane są najczęściej w empikach i sklepach specjalistycznych.

Ujmując powyższe w język algebry: jeśli w ogóle zauważa się istnienie zbioru, który określić można mianem rynku komiksowego, to jest on podzbiorem rynku prasowego bądź księgarskiego.

Do całkowitego wchłonięcia rynku komiksowego przez większe segmenty rynku medialnego nie dopuszczają edytorzy *stricto* komiksowi oraz departamenty dużych wydawnictw zajmujące się jedynie historiami graficznymi. Wspomniane podmioty gospodarcze uznają, że dostarczane przez nich produkty – pomimo rozprowadzania ich kanałami dystrybucji czasopism lub książek – powinny być klasyfikowane właśnie jako komiksy.

Mówiąc zatem o rynku komiksowym, mamy na uwadze zarówno jednostki wydawnicze (zwane komiksami) wchodzące w zakresy rynków prasowego i księgarskiego<sup>4</sup>, jak i te w nich się niezawierające.

Choć niniejsza analiza nie będzie się na nich koncentrować, trzeba również pamiętać o utworach komiksowych publikowanych na przykład w prasie codziennej i tygodnikach opinii. Co więcej, do elementów rynku komiksowego zaliczane bywają także traktujące o komiksie książki, prasa fachowa oraz komiksowe

<sup>4</sup> Na przykład magazyn komiksowy to czasopismo, w którym prócz komiksów, stanowiących główną jego zawartość (ponad 50%), mogą być publikowane także materiały informacyjne i publicystyczne. Kolejne historie rzadko zachowują w nim ciągłość fabularną. Prócz magazynów o tematyce ogólnokomiksowej tego typu wydawnictwa często stanowią część jakiejś franczyzy, związanej np. z filmem, serialem telewizyjnym bądź animowanym albo grą wideo. Przykładowe magazyny komiksowe to: treści ogólnej – *ZNAKomiks*, *Produkt*, *AQQ*, *Otaku*, *Świat Komiksu*; będące częścią franczyzy – *Ben 10 Magazyn*, *Cartoon Network Magazyn*, *Spiderman Magazyn*, *Kaczor Donald*, *Mickey Mouse*.

Serial komiksowy natomiast jest to wydawnictwo ciągłe, posiadające ISSN, historie zachowują ciągłość fabularną (istnieją również niesamodzielne wydawniczo serie komiksowe publikowane np. w prasie codziennej). Nie należy ich mylić z seriami komiksowymi, odpowiednikami – znanych z nomenklatury bibliotecznej – serii wydawniczych (poszczególne tomy serii to wydawnictwa zwarte).

Można także wyróżnić cykle komiksowe – historie obrazkowe włączane są w nie według ustalonego przez wydawcę klucza gatunkowego bądź tematycznego, np. „Mistrzowie Komiksu”, „Plansze Europy” z Wydawnictwa Egmont. Na cykl może się składać kilka serii. Wydawnictwa zajmujące się publikacją komiksów często powołują także imprinty, np. Klub Świata Komiksu (wydawnictwo Egmont), Mroja Press (wydawnictwo Timof i cisi współpracownicy), Dobry Komiks (Axel Springer Polska).

gadżety i partworki. Z rynku komiksowego należy natomiast definitywnie wyłączyć *cartoon* (rysunek satyryczny).

Należy mieć jednak świadomość, że jakkolwiek charakterystyka polskiego rynku komiksowego – zarówno holistyczna, jak i fragmentaryczna – ze względu na niedostatek danych, szczególnie tych statystycznych (głównie z lat 1989–1999), jest zadaniem niebywale trudnym i złożonym<sup>5</sup>. Dlatego opracowanie niniejsze miejscami będzie się ograniczać do opisu najbardziej reprezentatywnych przykładów komiksowych inicjatyw wydawniczych.

Autor zdecydował się także przyjąć, że w tej analizie podstawową jednostką podlegającą pomiarowi statystycznemu będzie tzw. pozycja komiksowa, czyli pojedynczy numer wydawnictwa ciągłego (zeszyt, numer komiksowego tytułu prasowego) bądź tom wydawnictwa zwarteo (album). Tę metodę kwantyfikowania wymusza po części specyfika komiksowego rynku oraz nawyki kolekcjonerskie miłośników graficznego medium. Liczba tytułów, do jakiego stopnia to możliwe, również będzie wskazywana – głównie w wypadku wydawnictw periodycznych.

Rynek komiksowy można podzielić na dwa wyraźne segmenty: tzw. rdzeń (w jego skład wchodzi zesztyty, albumy – w przypadku komiksu azjatyckiego zwane tomikami, oraz magazyny komiksowe adresowane do hobbystów) i na komiksową prasę dla dzieci (przynajmniej 50% zawartości takiego periodyku powinny stanowić historie obrazkowe)<sup>6</sup>. Wewnątrz rdzenia polskiego rynku komiksowego, prócz wspomnianej wyżej klasyfikacji formalnej, często dokonuje się także podziału genologicznego – oparteo na odmianach gatunkowych powieści (na komiksy przygodowe, komediowe, fantastyczne, horrory itd.) bądź nawiązującego do kręgów kulturowych, np. komiks europejski, północnoamerykański oraz azjatycki (manga).

### *Zarys dziejów komiksów w Polsce w latach 1945–1989*

Pierwszym periodykiem, który po II wojnie światowej zamieścił na swych łamach serial komiksowy, była *Gazeta Ludowa*. Pomimo stanowiska ówczesnego środowiska kulturalnego, które głosiło, że komiks nie ma żadnych wartości artystycznych, kolejne periodyki zaczęły publikować na swych kartach historie sekwencyjne. Były to m.in. *Życie Warszawy* i *Express Ilustrowany*. W latach 1945–1950 ukazało się w Polsce więcej komiksów niż przez całe lata 30. XX w. Zmianie uległa tematyka historii obrazkowych. Opowieści humorystyczne powoli były wypierane przez utwory przygodowe i sensacyjne, a nawet fantastyczne.

<sup>5</sup> Niemożliwe jest na przykład dokładne ustalenie nakładów (zarówno średnich jednorazowych, jak i globalnych) oraz sprzedaży sporej części pozycji komiksowych. Wydawcy rzadko chwalą się tymi danymi.

<sup>6</sup> Podział najbardziej widoczny jest w latach 2005–2010.

Nie ewoluowała jednak forma artystyczna – teksty wciąż umieszczane były pod kadrem. Komiksy nadal były domeną prasy<sup>7</sup>.

Władze Polski Ludowej – po niezbyt udanej próbie przedstawienia komiksu jako prymitywnego środka przekazu wywodzącego się z zepsutego Zachodu – w latach 1949–1955 znacznie zideologizowały historie obrazkowe. Sztuka komiksowa zaczęła być wykorzystywana jako nośnik propagandy kierowanej do najmłodszego odbiorcy<sup>8</sup>.

W latach 1956–1979 komiksy nadal adresowane były raczej do nieletniego czytelnika. Najczęściej publikującym je periodykiem był *Świat Młodych*. Na jego łamach debiutował m.in. Henryk Jerzy Chmielewski, znany pod pseudonimem Papić Chmiel<sup>9</sup>.

Komiksowe paski przeznaczone dla odbiorcy dorosłego gościły przede wszystkim na stronach *Przekroju* i *Szpilek*. Periodyki te chętnie wykorzystywały komiks jako nośnik dla satyry społeczno-politycznej.

W drugiej połowie lat 60. – zachodnim wzorem – tekst komiksów umieszczony został w chmurkach, a dominującą formą publikacji historii obrazkowych stały się zeszyty lub albumy<sup>10</sup>. Najczęściej czytowane były serie: „Tytus, Romek i A'Tomek” autorstwa Papića Chmiela (komiks ukazujący się, z większymi bądź mniejszymi przerwami, od 1966 r. do dzisiaj), „Kapitan Żbik” pomysłu Władysława Krupki (sensacyjna seria o przygodach bystrego milicjanta, którego rysownikiem był m.in. Grzegorz Rosiński<sup>11</sup>), „Kapitan Kloss” (seria oparta na popularnym serialu telewizyjnym)<sup>12</sup>.

Ogromną rolę w upowszechnianiu historii w Polsce odegrał miesięcznik komiksowy *Relax*, ukazujący się w latach 1976–1981 (31 numerów). Na jego stronach publikowali m.in. Janusz Christa, Tadeusz Baranowski, Grzegorz Rosiński, Jerzy Wróblewski<sup>13</sup>.

W latach 80. XX w. tematem historii obrazkowych dla pełnoletniego odbiorcy nie były już tylko satyry polityczno-społeczne, ale przede wszystkim skomplikowane fabuły, głównie z gatunku *science fiction*. Przeważnie ukazywały się one w *Komiksie-Fantastyce*. Ten kierunek rozwoju komiksowego rynku spowodowany był fascynacją komiksem francuskim oraz amerykańskim trafiającym do Polski z drugiej ręki.

<sup>7</sup> Tamże, s. 32.

<sup>8</sup> Zob. A. Rusek: *Cykliczne historyjki obrazkowe w Polsce w latach 1945–1955*, [w:] J. Kostecki (red.): *Ludzie i książki*, Warszawa 2006, s. 315–375.

<sup>9</sup> J. Szyłak: *Komiks: świat przerysowany*, jw., s. 134.

<sup>10</sup> A. Rusek: *Krótką historia opowieści obrazkowych w Polsce Ludowej*, [w:] M. Słomka (red.): *45–89 Comics Behind The Iron Curtain*, Poznań 2009, s. 35–39.

<sup>11</sup> Por. S.B. L e n a r d: *Kapitan Żbik – „bohater naszych czasów”*. Seria komiksowa o przygodach kapitana Żbika, *Wiadomości Historyczne* 2006, nr 3, s. 35–46.

<sup>12</sup> Tamże.

<sup>13</sup> Szerzej na ten temat zob. *Relax* – magazyn opowieści rysunkowych, <http://www.relax.nast.pl/1/enter.htm> (dostęp: 12.11.2012).



W obiegu podziemnym komiksy wykorzystywane były jako medium antykomunistycznej propagandy. Wydawały je środowiska związane z Komitetem Obrony Robotników oraz „Solidarnością”. Jednym z bardziej znanych autorów tego nurtu był Jacek Fedorowicz<sup>14</sup>.

Pod koniec lat 80. XX w. w głównym obiegu się zaczęły ukazywać polskie przekłady albumowych komiksów francuskich (np. „Lucky Luke”) i belgijskich (np. „Smerfy”). W 1989 r. pojawiły się pierwsze przedruki historii graficznych wywodzących się ze Stanów Zjednoczonych. Wraz z upadkiem realnego socjalizmu rynek komiksowy, podobnie jak prasowy, zaczął się gwałtownie rozwijać<sup>15</sup>.

### *Polski rynek komiksowy w latach 1989–1999*

Nieocenioną rolę w propagowaniu historii obrazkowych wśród Polaków odegrał debiutujący w 1987 r. *Komiks-Fantastyka* (kwartalny dodatek do miesięcznika *Fantastyka*, wydawany przez RSW „Prasa-Książka-Ruch”)<sup>16</sup>. Pod tym tytułem pismo funkcjonowało do 1990 r. Później – nakładem Wydawnictwa KANT IMM, a następnie Prószyński i S-ka – periodyk ukazywał się jako *Komiks*. Magazyn wydawano do 1995 r. Na jego kartach publikowano m.in. serie „Funky Koval”, „Yans”, „Rork” oraz komiksową adaptację „Wiedźmina”. *Komiks-Fantastyka* ukazywał się w jednorazowym nakładzie 200 000 egz., natomiast *Komiks* – ok. 50 000 egz.<sup>17</sup>.

W początkach lat 90. XX w. – bezpośrednio po przemianie ustrojowej i likwidacji RSW (zakończeniu państwowego monopolu wydawniczego) – polski rynek komiksowy był pełen efemeryd komiksowych. Około 100 półprofesjonalnych, prywatnych wydawców publikowało opowieści rysunkowe w nakładach przekraczających nawet 300 000 egz. Większość tytułów prezentowała raczej niską wartość artystyczną<sup>18</sup>.

W latach 1992–1999 mieliśmy natomiast na polskim rynku komiksowym do czynienia z duopolem. Wydawnictwa TM-Semic i Egmont Polska raczej z sobą nie konkurowały, gdyż funkcjonowały w różnych segmentach rynku. Pierwszy z wydawców w dużych ilościach publikował zeszytowe serie z przygodami amerykańskich superherosów (głównie z wydawnictw DC Comics i Marvel),

<sup>14</sup> Por. M. Czuba j: Komiks poważnie, *Polityka* 2005, nr 49, s. 72–74.

<sup>15</sup> Por. W. Birek: Wielce obiecujący kryzys, *Nagłos* 1995, nr 20, s. 148–166.

<sup>16</sup> *Komiks-Fantastyka* kwartalny dodatek do magazynu *Fantastyka*, Warszawa 1987–1990.

<sup>17</sup> Prehistoria, czyli co drzewiej się ukazało, *KZ* 2008, nr 2, [http://www.kzet.pl/2008\\_02/m\\_dawno.htm](http://www.kzet.pl/2008_02/m_dawno.htm) (dostęp: 21.11.2009); K. Skrzypczyk: Wprowadzenie. O komiksologii polskiej, [w:] K. Skrzypczyk (red.): *Komiks w Polsce a komiks polski*, Łódź 2002, s. 5–9; P. Stasiak: Niebanalnie wirtualnie, *Polityka* 2007, nr 35, s. 41–43; Prószyński i S-ka: Historia, <http://www.proszynski.pl/Historia-a-11-4-.html> (dostęp: 12.12.2009); J. Szylak: Komiks: świat przerysowany, *ju.*, s. 147; *Komiks-Fantastyka*, *KZ* 2006, nr 3, [http://www.kazet.bial.pl/2006\\_03/tn\\_kfan.htm](http://www.kazet.bial.pl/2006_03/tn_kfan.htm) (dostęp: 10.11.2009).

<sup>18</sup> Por. T. Mielczarek: *Monopol, pluralizm, koncentracja*, Warszawa 2008, s. 81–223.

drugi natomiast przeważnie wydawał adresowane do najmłodszych komiksy na licencji Wytwórni Walta Disneya.

Należy podkreślić, że obie firmy były filiami skandynawskich domów medialnych: Egmont Polska – duńskiego Egmontu<sup>19</sup>, a TM-Semic – szwedzkiego Semica. Oba wydawnictwa wykorzystywały powszechną w Polsce w latach 90. XX w. modę na produkty wywodzące się z USA. Omawiani edytorzy publikowali komiksy, korzystając z najtańszych surowców, co miało zagwarantować maksymalny zysk<sup>20</sup>.

W latach 90. XX w. najpopularniejszymi historiami obrazkowymi z wydawnictwa TM-Semic były miesięczniki *Batman* (1990–1997, 82 zeszyty) oraz *The Amazing Spider-man* (1990–1998, w sumie 102 zeszyty). W latach 1990–1999 pod skrzydłami TM-Semic ukazało się łącznie 41 tytułów komiksowych, czyli 877 pozycji – były to przede wszystkim zeszyty.

Pod koniec 1998 r. komiksy z Wydawnictwa TM-Semic zaczęły lawinowo tracić nabywców, świadczy o tym przede wszystkim likwidacja większości tytułów tego edytora (tabela 1). Nakłady komiksów publikowanych TM-Semic nie są znane.

**Tabela 1. Liczba tytułów i pozycji komiksowych wydanych przez TM-Semic w latach 1990–1999**

Rok	Liczba tytułów	Liczba pozycji (głównie zeszyty)
1990	6	18
1991	10	78
1992	18	120
1993	23	140
1994	16	116
1995	14	99
1996	11	80
1997	18	102
1998	14	77
1999	8	47
	<b>RAZEM</b>	<b>877</b>

Źródło: TM-Semic/Fun-media zestawienie komiksów, *KZ* 2003, nr 7, [http://www.kazet.bial.pl/2003\\_07/tmsemic\\_tabela\\_intro.html](http://www.kazet.bial.pl/2003_07/tmsemic_tabela_intro.html) (dostęp: 20.10.2010).

<sup>19</sup> Więcej na temat wydawnictwa Egmont można znaleźć na internetowych stronach <http://www.egmont.pl> i <http://www.egmont.com> (dostęp: 20.12.2010).

<sup>20</sup> A. Wróblewski: Bez zakończenia, *KZ* 2003, nr 7, [http://www.kzet.pl/2003\\_07/bez\\_zakonczenia.html](http://www.kzet.pl/2003_07/bez_zakonczenia.html) (dostęp: 29.12.2009); K. Wiśniewski, P. Mazur: Top 25 TM-Semic, <http://komiks.nast.pl/artukul/3300/Top-25-TM-Semic> (dostęp: 20.12.2010); Dziesięciolecie m&a, *Otaku* 2006, nr 1, s. 26–28; K. Wiśniewski: Wywiad z Marcinem Rusteckim, <http://komiks.nast.pl/artukul/3224/1/Wywiad-z-Marcinem-Rusteckim/> (dostęp: 20.03.2010); BK PL, 102–103.

Flagowymi komiksami Egmont Polska były adresowane do dzieci, zawierające przygody popularnych disneyowskich bohaterów magazyny *Mickey Mouse* i *Donald Duck*. Wydawnictwo Egmont w swojej ofercie miało także skierowaną do młodzieży i dorosłych francuską przygodową serię „Asteriks”.

W 1994 r., łącząc z sobą *Mickey Mouse* i *Donald Duck*, Wydawnictwo Egmont wprowadziło na rynek *Kaczora Donalda*. Choć większość zawartości czasopisma stanowiły historyjki obrazkowe, wydawca zdecydował się na zamieszczenie w nim stałych, niekomiksowych działów, m.in. „Zgadywanki i zagadki”, „Fige figlarzy”, „Krzyżówka” i „Zawsze śmieszne”. Magazyn miał bardzo silną promocję – kampanię reklamową w radio i telewizji. Do każdego numeru dołączany był (właściwie nadal jest, gdyż *Kaczor Donald* wciąż się ukazuje) gadżet. Do dziś nie wiadomo, czy „*Kaczor Donald*” kupowano dla zamieszczonych w nim artykułów [komiksów] czy – co bardziej prawdopodobne – zębów wampira, odlotowych latarek i podobnych prezentów<sup>21</sup>. Co więcej, od pierwszego numeru wydawca zdecydował się także na sprzedaż powierzchni reklamowej wewnątrz czasopisma. W 1997 r. *Kaczor Donald* stał się tygodnikiem. W latach 1994–1999 ukazało się 213 numerów tego czasopisma, nakłady w okresie 1994–1998 nie są znane. W 1999 r. natomiast średni jednorazowy nakład tego magazynu wynosił 255 170 egz., sprzedaż zaś sięgała 175 897 egz.<sup>22</sup>.

Do końca 1999 r. Egmont opublikował łącznie 544 historie obrazkowe (tabela 2). Co więcej, wydawca ten w latach 90. XX w. wykazał się lepszą strategią wydawniczą i marketingową niż TM-Semic.

**Tabela 2. Liczba tytułów i pozycji komiksowych wydanych przez Egmont w latach 1990–1999**

Rok	Wydawnictwa ciągłe		Liczba pozycji zwartych (albumów)	Łącznie
	Liczba tytułów	Liczba pozycji (zeszytów)		
1990	1	3	1	4
1991	3	27	2	29
1992	6	53	10	63
1993	6	61	6	67
1994	5	41	8	49
1995	2	30	3	33
1996	3	32	3	35
1997	5	56	7	63
1998	4	83	8	91
1999	4	94	16	110
RAZEM	39	480	64	544

Źródło: obliczenia własne na podstawie baz danych Biblioteki Narodowej, Wielkiego Archiwum Komiksów, Katalogu Mediów Polskich OBP UJ.

<sup>21</sup> T. Mielczarek: *Monopol, pluralizm...*, jw., s. 203.

<sup>22</sup> Wyniki kontroli ZKDP z 1999 r.

W okresie dominacji wydawnictw TM-Semic i Egmont również inni profesjonalni edytorzy próbowali swoich sił w publikacji komiksów. W latach 90. XX w. publikacją komiksów parały się m.in. wydawnictwa KAW, Korona oraz Orbita. Co ciekawe, każdy z tych edytorów miał w swej ofercie serię „Thorgal” – belgijski bestseller autorstwa Jeana Van Hamme’a (scenariusz) i Grzegorza Rosińskiego (rysunki), ale żaden ze wspomnianych wydawców nie wykorzystał handlowego potencjału tego tytułu<sup>23</sup>.

Ciekawostką jest komiksowe wydawnictwo AS Editor, które w latach 1989–1990 próbowało wprowadzić na polski rynek popularne amerykańskie seriale komiksowe, np. *Elektra* i *Conan*. Wydawca ten przeszacował jednak zapotrzebowanie na komiks, co zaowocowało zbyt wysokimi jednorazowymi nakładami (przekraczającymi nawet 300 000 egz.). AS Editor zbankrutował po roku działalności. Nakładem tego wydawcy ukazało się 9 albumów komiksowych<sup>24</sup>.

W latach 90. XX w. w Polsce debiutował także komiks japoński. Stało się to dość późno, bo dopiero w 1996 r. Właśnie wtedy, w Olecku, z inicjatywy Shina Yasudy powstało wydawnictwo Japonica Polonica Fantastica (JPF)<sup>25</sup>. Do końca 1999 r. JPF opublikowało 5 tytułów: serie „Aż do nieba” (3 tomy), „Czarodziejka z Księżyca” (8 tomów), „Akira (2 tomy), „Dr. Slump” (2 tomy) oraz miesięcznik *Neon Genesis Evangelion* (7 numerów) – ten periodyk był pierwszą wydaną w Polsce mangą w oryginalnym japońskim układzie stron<sup>26</sup>.

Sukces wydawnictwa z Olecka przełamał strach miłośników japońskich komiksów przed podjęciem inicjatywy wydawniczej. W 1999 r. wystartowało wydawnictwo Waneko – niewielka warszawska firma. Jego publikacje były przeznaczone dla dorosłego odbiorcy, wszystkie od lat utrzymywały w Japonii status bestsellerów. W 1999 r. pod skrzydłami Waneko ukazały się dwie serie – „Cześć Michael” (3 tomy) oraz „Locke Superczłowiek” (1 tom).

Obie mangowe oficyny okazały się nader profesjonalnymi wydawcami. Wykazały się one ponadto rozsądkiem w doborze tytułów. Stawiano albo na popularne, sprawdzone w Polsce marki, np. seria „Czarodziejka z Księżyca”<sup>27</sup>, bądź – jak wydawnictwo Waneko – na produkty w ogóle w naszym kraju nieznanne, za to w Japonii mające status bestsellera, m.in. seria „Locke Superczłowiek”<sup>28</sup>.

<sup>23</sup> Por. BK PL, s. 102–103.

<sup>24</sup> Por. Prehistoria, czyli co drzewiej się ukazało, jw. Trzeba nadmienić, że podobnych komiksowych inicjatyw, wg danych BN i BK PL, we wczesnych latach 90. XX w. było w Polsce przeszło 100.

<sup>25</sup> Od 2006 r. siedziba JPF znajduje się w Mierzynie w województwie szczecińskim.

<sup>26</sup> Mangi z JPF dostępne były w punktach dystrybucji prasy i książki. Wszystkie tytuły opublikowane pod skrzydłami oleckiego wydawnictwa charakteryzowały się wysokim poziomem edycji, dobrym tłumaczeniem i wyjątkowym pietyzmem formalnym.

<sup>27</sup> Wydawnictwo JPF, wprowadzając na rynek serię „Czarodziejka z Księżyca”, wykorzystało popularność emitowanego w owym czasie na antenie Polsatu japońskiego serialu animowanego pod tym samym tytułem.

<sup>28</sup> Dziesięciolecie m&a, jw. Zob. M. Skorek: *Manga w Polsce. W kręgu problematyki różnic kulturowych*, [w:] K. Skrzypczyk (red.): *Komiks w Polsce a komiks polski*, Łódź 2002,

Komiksy obu edytorów dystrybuowane były w punktach sprzedaży prasy i książek<sup>29</sup>.

W latach 90. XX w. polskie opowieści rysunkowe i ich twórcy byli poza sferą zainteresowań dużych wydawnictw, mimo to młodzi polscy „komiksiarze” tworzyli w latach 1989–1999 bardzo prężnie działające środowisko. Udział „undergroundu” w polskim rynku komiksowym lat 90. był ogromny. Według obliczeń, które poczynił autor na podstawie bibliografii zinów OBP<sup>30</sup> i „Antologii zinów 1989–2001”<sup>31</sup> autorstwa Dariusza Ciosmaka, w ostatniej dekadzie XX w. około 20 procent zinów ukazujących się w Polsce (bisko 200 znanych tytułów) na swych łamach publikowało komiksy. Część z nich koncentrowała się tylko na historiach obrazkowych.

Po latach przyjęło się uważać, że najwybitniejsze spośród inicjatyw wydawniczych polskiego „komiksowego podziemia” lat 90. XX w. były te, które podejmował Krzysztof „Prosiak” Owedyk. W latach 1990–1999 w Katowicach wydawał on nieregularny magazyn *Prosiacek* (nakład jednorazowy od 700 do 1000 egz.). Czasopismo to reprodukowano, używając kserokopiarki, a dystrybuowano przez wysyłkę. Komiksy w *Prosiacku* opowiadały przede wszystkim o walce między subkulturami młodzieżowymi, łąły przeróżne grupy społeczne i polemizowały z naukami Kościoła katolickiego. Od 5. numeru periodyk zmienił tematykę. Scenariusze Owedyka przybrały charakter filozoficzny (ontologiczny). Łącznie do 1999 r. ukazało się 8 numerów *Prosiacka*<sup>32</sup>.

Do najciekawszych, obok prac Owedyka, inicjatyw polskiego „komiksowego podziemia” lat 90. XX w. należały m.in.: zredagowany przez Krzysztofa Galińskiego i wydany w Sopocie *Inny Komix* (1991 r., 1 numer), lubelski *Saturator* (1994–1995, 3 numery), terroranarchistyczny „Likwidator” (w latach 1995–2000, 2 albumy<sup>33</sup> – jego autorem był Ryszard Dąbrowski), wydawane w Oleśnicy komiksy Bartosza „Termosa” Słomki, np. magazyn *Bartol Komix* (1994–1996, 2 numery) i album „Tyfus, Homek i Erotomek” (1995 r., 1 tom). Interesujący jest także dorobek Dariusza „Pały” Palinowskiego, m.in. lubelski magazyn *Zakazany Owoc*<sup>34</sup> (1989–1995, 5 numerów).

s. 17–18. O JPF zob. <http://www.jpf.com.pl> (dostęp: 19.02.2010). O Waneko zob. <http://waneko.pl/?v=firma> (dostęp: 21.02.2010).

<sup>29</sup> Warto wspomnieć, że rosnąca popularność japońskich komiksów, a także animacji (anime) szybko zaowocowała powstaniem profesjonalnej krytyki. Już w 1997 r. wrocławskie wydawnictwo Silver Shark, zajmujące się dotychczas czasopiśmiennictwem o tematyce komputerowej, uruchomiło *Kawai* – magazyn adresowany do zagorzałych fanów mangi i anime.

<sup>30</sup> W. Chorążki i in: *Polska prasa alternatywna (trzeciobiegowa) 1990–1995*, maszynopis katalogu zdeponowany w bibliotece Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1996.

<sup>31</sup> Zob. D. Ciosmak: *Antologia zinów 1989–2001*, Kielce 2001.

<sup>32</sup> K. Kaim (oprac.): Krzysztof Owedyk – Prosiak, [http://www.kultura.com.pl/index.php?s=a\\_02&d=a](http://www.kultura.com.pl/index.php?s=a_02&d=a) (dostęp: 12.01.2010).

<sup>33</sup> W latach 2001–2003 kolejne 4 albumy tej serii, tym razem w głównym obiegu, ukazały się nakładem wydawnictw Kultura Gniewu, Zielony Front oraz Pasażer.

<sup>34</sup> Szerzej zob. J. Szyłak: *Okrutne szyderstwo, sarkazm i pozbawione złudzeń poczucie humoru*, [w:] D. Palinowski: *Niezwykłe przygody Braci Kowalskich*, Warszawa 2003, s. 3–4.

Komiksy publikował również magazyn *Mać Pariadka*<sup>35</sup>. W latach 90. XX w. miesięcznik ten starał się propagować anarchistyczne idee również za pomocą historii obrazkowych. Na jego kartach można było znaleźć opowieści rysunkowe polskich autorów, np. niejakiego Badyła, Krzysztofa Skrzypczyka, oraz zagranicznych, m.in. Paula Mavridesa i Jaya Kinneya. Komiksy w *Mać Pariadce* prezentowały wysoki poziom literacki.

Prócz powyżej omówionych inicjatyw *stricto* undergroundowych w latach 90. XX w. funkcjonowały w Polsce także legalne wydawnictwa zajmujące się publikacją polskich niskonakładowych magazynów komiksowych. Czasopismom tym, mimo lokalnego charakteru, nie można było odmówić profesjonalizmu.

To właśnie niskonakładowe periodyki w głównej mierze odpowiadają za ukonstytuowanie się polskiego środowiska komiksowego. Przykładami takich pism są: poznańskie *AQQ* redagowane przez Witolda Tkaczyka, prowadzony przez Michała Antosiewicza *Krakers*, *KKK* – oficjalny magazyn Krakowskiego Klubu Komiksu, *Czas Komiksu* nr 1–8 – wydawane w latach 1995–1998 w nakładzie 2–5 tys. egz. łódzkie „pseudoczasopismo” (pod względem prawnym była to seria albumów), którego redaktorem był Waldemar Jeziorski<sup>36</sup>.

Redakcje tych pism chętnie publikowały nadsyłane przez czytelników komiksy. Do najbardziej znaczących polskich twórców, którzy w drugiej połowie lat 90. XX w. debiutowali m.in. na łamach wspomnianych magazynów, należą np. Michał „Śledziu” Śledziński, Rafał Skarżycki, Tomasz Lew Leśniak, Przemysław „Trust” Truściński, Benedykt Sznajder, Jakub Rebelka, Krzysztof Gawronkiewicz, Dennis Wojda, Krzysztof Ostrowski, Filip Myszkowski, Karol Kalinowski<sup>37</sup>.

Według definicji rynku komiksowego, którą przedstawiono na początku niniejszego artykułu, historie obrazkowe mogą być także nośnikiem reklamy. Nie ulega wątpliwości, że komiks – definiowany jako gatunek artystyczny – chętnie wykorzystywany jest w celach marketingowych. Czasami dzieje się tak także w przypadku komiksów – produktów wydawniczych, również tych dystrybuowanych odpłatnie. Trudno jest nie dostrzec, że funkcja reklamowa jest jedną z ważniejszych – obok rozrywkowej i edukacyjnej – w dziecięcych czasopismach komiksowych, które są oparte na popularnych markach (zabawkach, serialach

<sup>35</sup> Magazyn ugrupowań anarchistycznych oraz ich sympatyków prócz anarchizmu propagujący m.in. kontrkulturą literaturę, muzykę, komiks, graffiti. Ukazywał się w latach 1990–2005 (90 numerów), od połowy 1994 r. pismo zarejestrowane w Sądzie Wojewódzkim w Gdańsku oraz w Krajowym Biurze ISSN.

<sup>36</sup> Zob. *AQQ* 1993–2004, nr 1–31; *Krakers* 1997–2003, nr 1–36; *KKK – Magazyn Komiksowy* 1996–2004, nr 1–24; *Czas Komiksu* 1995–1998, nr 1–8.

<sup>37</sup> Szerzej na ten temat zob. np. K. M i r o w s k i: Michał Śledziński (Śledziu), [http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/michal\\_sledzinski](http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/michal_sledzinski) (dostęp: 8.01.2011); B. B ł a z e k: Rafał Skarżycki – sylwetka, [http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/rafal\\_skarzycki](http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/rafal_skarzycki) (dostęp: 10.01.2011); t a ż: Tomasz Lew Leśniak – sylwetka, [http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/tomasz\\_lew\\_lesniak](http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/tomasz_lew_lesniak) (dostęp: 10.01.2011); M a m o Ń: Jeż Jerzy. Od zera do (filmowego) bohatera, <http://independent.pl/n/12242> (dostęp: 12.04.2011); W. B i r e k: Przemysław Truściński (Trust), [http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/przemyslaw\\_truscinski](http://www.komiks.gildia.pl/tworcy/przemyslaw_truscinski) (dostęp: 12.04.2011).

animowanych). Istnieją również tego typu wydawnictwa adresowane do odbiorcy dorosłego.

Jednym z najciekawszych tego przykładów jest „KRON: komiks prawdziwych mężczyzn”. Ten pseudoperiodyk (formalnie była to seria broszur oznaczonych ISBN) zadebiutował na rynku w 1999 r. Funkcję jego redaktora naczelnego piastował Bogusław Polch (rysownik znany m.in. z „Funky Kowala” tudzież komiksowej adaptacji „Wiedźmina”). „KRON” współtworzyli także Rafał Skarzycki, Przemysław Truściński oraz Tomasz Lew Leśniak. Pomimo znanych nazwisk komiksy zamieszczane w czasopiśmie prezentowały żenujący poziom graficzny i literacki<sup>38</sup>.

To jednak nie artystyczna porażka wybitnych polskich twórców wyróżniała „KRON”. O wiele bardziej interesujący był fakt, że ukazujący się w 60-tysięcznym nakładzie, sprzedawany w cenie 4,50 zł w punktach dystrybucji prasy zaledwie szesnastostronicowy komiks był *de facto* elementem kampanii reklamowej markowej wódki. Trzeba pamiętać, że próby ominięcia zakazu reklamowania alkoholu wysokoprocentowego były w owym czasie w Polsce praktyką dość częstą. Wystarczy choćby wspomnieć telewizyjne spoty „Łódka Bols” i „WTK Soplica”. Na ich tle omawianą komiksową reklamę wyróżniało jednak to, że za dostęp do niej musiał zapłacić jej adresat. „KRON” zniknął z rynku zaledwie po dwóch numerach<sup>39</sup>.

Podsumowując, w latach 90. XX w. nakładem profesjonalnych polskich wydawców ukazywały się przede wszystkim komiksy na zagranicznych licencjach. Większość z nich jednak nie opublikowała więcej niż 10 pozycji. Nie jest więc przekłamaniem stwierdzenie, że rynek historii obrazkowych w latach 1989–1999 należał do wydawnictw TM-Semic i Egmont Polska. Za popularyzację graficznego medium i kształtowanie kultury komiksowej wśród polskich czytelników wyróżnienie należy się firmie KANT IMM/Prószyński i S-ka. Warto zaznaczyć, że przyczyną powstania mangowych oficyn była raczej „fanowska potrzeba” niż chęć wysokich zysków. Podstawą ich sukcesu był przemyślany wybór pozycji.

### *Lata 2000–2003 – „Boom komiksowy”*

Lata 2000–2003 były czasem gwałtownego rozkwitu inicjatyw wydawniczych, intensyfikacji czytelnictwa, ogromnej popularności w mediach oraz poprawy społecznego postrzegania komiksów. Trzyletni okres *prosperity* zyskał miano „boomu komiksowego” i był jednym z najbardziej interesujących okresów w dziejach polskiego rynku opowieści rysunkowych<sup>40</sup>.

<sup>38</sup> Kron. Recenzja magazynu komiksowego KRON, *Produkt* 2000, nr 2, s. 27.

<sup>39</sup> D. Gizicki: Komiks jako nośnik reklamy, *Świat i Słowo* 2006, nr 2, s. 171–181; tenże: Komiks w szponach reklamy, *Esensja*, nr 10, [http://www.esensja.pl/magazyn/2004/10/iso/09\\_32.html](http://www.esensja.pl/magazyn/2004/10/iso/09_32.html) (dostęp: 20.12.2010). Ciekawych informacji na temat komiksu jako elementu kampanii wyborczych dostarcza artykuł: M. Kochan: Kapitan Żbik głosuje na Platformę, czyli komiks w służbie reklamy politycznej, *Zeszyty Prasoznawcze* 2001, nr 3/4, s. 37–57.

<sup>40</sup> Szerzej na ten temat zob. M. Zapła: Boom komiksowy. Polski rynek historii obrazkowych w latach 2000–2003, *INFOTEZY* 2011, nr 1, s. 81–97, <http://www.ujk.edu.pl/infotezy/ojs/index.php/infotezy/article/view/14> (dostęp: 10.10.2012).

Wzrost popytu na komiks w początkach XXI w. rozpoczęły należące do Egmont Polska: redagowany w Warszawie magazyn *Świat Komiksu*<sup>41</sup> oraz Klub Świata Komiksu [dalej: KŚK] – hybryda cyklu wydawniczego, imprintu i programu lojalnościowego, która publikowała m.in. niezwykle popularną serię „Thorgal”<sup>42</sup>.

Ogół komiksów ukazujących się pod szyldem KŚK charakteryzował wysoki poziom edytorski – dobrej jakości papier i solidna, początkowo broszurowa, oprawa. Translacja także nie można było nic zarzucić<sup>43</sup>. Komiksy KŚK dostępne były w księgarniach, salonach prasowych, empikach i, wtedy jeszcze nielicznych, sklepach specjalistycznych<sup>44</sup>.

Formalnie każda publikacja KŚK była książką, w omawianym okresie ukazującą się w nakładzie 4000 egz.<sup>45</sup>. Jeśli zaś wierzyć plotkom, zainteresowanie komiksami Egmontu było tak wysokie, że konieczne były kilkukrotne dodruki<sup>46</sup>.

W latach 1999–2003 w ramach Klubu Świata Komiksu ukazało się łącznie 317 albumów. W 1999 r. do sprzedaży trafiło ich 8, w 2000 – 17, w 2001 – 55, w 2002 – 97, a w 2003 aż 140<sup>47</sup>.

Wraz ze wzrostem liczby albumów KŚK znacznemu zróżnicowaniu uległa częstotliwość ich ukazywania się oraz cena. W omawianym okresie za historie obrazkowe Egmontu trzeba było zapłacić od 14,90 zł do nawet 69 zł.

Choć informacje na temat sposobów selekcji późniejszych „klubowych albumów” pozostają tajemnicą wydawnictwa Egmont, to można domniemywać, że wydawnictwo decydowało się przede wszystkim na publikację komiksowych bestsellerów, które zbierały najlepsze recenzje w Europie Zachodniej, USA i Polsce, np. albumowe serie „Sandman” ze scenariuszami Neila Gaimana, „Hellboy” autorstwa Mike’a Mignoli, „Western” duetu Van Hamme–Rosiński, „Lucky Luke” z historiami autorstwa René Goscinny’ego, „Antologia Komiksu Polskiego”, w której zamieszczano prace młodych polskich twórców, np. Rafała Skarżyskiego, Jacka Frąsia, Krzysztofa Ostrowskiego<sup>48</sup>. Można ponadto przypuszczać,

<sup>41</sup> *Świat Komiksu* 1998–2005, nr 1–38.

<sup>42</sup> Powołanie KŚK zaanonsowano na łamach 12. numeru *Świata Komiksu*. Zob. T. Kołodziejczak: Wstęp, *Świat Komiksu* 1999, nr 12, s. 2.

<sup>43</sup> „Thorgala” z języka francuskiego przełożył Wojciech Birek – znany polski badacz komiksów.

<sup>44</sup> Do 2005 r. Egmont Polska oferowało możliwość pakietowej subskrypcji albumów KŚK.

<sup>45</sup> W późniejszych latach jednorazowe nakłady albumów KŚK uległy znacznemu zróżnicowaniu. Dokładne ich wielkości, poza drobnymi wyjątkami, pozostają tajemnicą handlową wydawnictwa Egmont.

<sup>46</sup> K. Wiśniewski, M. Kowalski, G. Ciecieląg: Jestem czytaczem fabuł, *Aleja Komiksu*, <http://komiks.nast.pl/artukul/2771/1/Jestem-czytaczem-fabul-wywiad-zTomaszem-Kolodziejczakiem/> (dostęp: 15.11.2010).

<sup>47</sup> Obliczenia własne na podstawie *Przewodnika Bibliograficznego* i Wielkiego Archiwum Komiksu, [www.wak.net.pl](http://www.wak.net.pl) (dostęp: 10.10.2012).

<sup>48</sup> Do 2012 r. ukazało się 7 albumów „Antologii Komiksu Polskiego”. Zob. Najlepsi młodzi rysownicy – komiks, Warszawa 2000; Wrzesień, Warszawa 2003; Człowiek w probówce, Warszawa 2004; Powstanie ’44 w komiksie, Warszawa 2009; Powstanie ’44 w komiksie, Warszawa 2010; Powstanie ’44 w komiksie. Morowe panny, Warszawa 2011; Powstanie ’44 w komiksie. Antologia prac konkursowych 2011, Warszawa 2012.



że redakcja KŚK, wybierając tytuły, nie brała pod uwagę ich przekazu ideologicznego czy politycznego.

Wydawnictwo Egmont – dzięki trafnej selekcji tytułów, profesjonalnemu podejściu do edycji oraz dystrybucji – w latach 2000–2003 ostatecznie wypracowało sobie pozycję lidera polskiego rynku komiksowego. Tomasz Kołodziejczak natomiast – redaktor naczelny *Świata Komiksu* – przez wielu uznawany jest za ojca „polskiego komiksowego renesansu”<sup>49</sup>.

Wkrótce po komercyjnym sukcesie Egmontu na rynek opowieści obrazkowych wkroczyli inni wydawcy, których można podzielić na dwie grupy. Pierwszą stanowili edytorzy, którzy wcześniej publikowali jedynie książki, np. wydawnictwa Amber, Muza, Siedmioróg. Nakładem tych wydawców ukazywały się przede wszystkim bestsellery komiksowe. Wydawnictwa Amber i Siedmioróg – podobnie jak Egmont – publikowały głównie popularne europejskie serie<sup>50</sup>, Muza natomiast wydawała reprinty peerelowskich seriali komiksowych – wznowiono: w formie serii broszur „Kapitana Klossa” (20 zeszytów) i „Kapitana Żbika” (7 zeszytów), a także 2 albumy fantastycznonaukowej sagi „Ekspedycja”<sup>51</sup>. Warto zaznaczyć, że wydawcom książek opowieści obrazkowe jawiły się jako potencjalne źródło wysokich dochodów oraz szansa na dywersyfikację kapitału.

Drugą grupę tworzyły oficyny *stricto* komiksowe, nienaśladowe polityki wydawniczej Egmontu, m.in. warszawska Kultura Gniewu (nowa fala komiksu polskiego i tzw. komiksy alternatywne), warszawska Mandragora (przede wszystkim zeszytowe opowieści obrazkowe o przygodach amerykańskich superbohaterów), krakowski Post (historie obrazkowe o silnym oddziaływaniu społecznym)<sup>52</sup>.

<sup>49</sup> A. K ł ó s: Powrót wygnańców, *Gazeta Stołeczna* 2001, nr 71, s. 9; B. C i c h o Ń s k i: Ciągłe się odnawiać. Wywiad z Grzegorzem Rosińskim, *Świat Komiksu* 1998, nr 8, s. 56; H. R o n e k: Komiks w Polsce..., jw., s. 54–55; S. F r a c k i e w i c z: Komiks w polskiej komunikacji społecznej, jw., s. 23–24; K. W i ś n i e w s k i: 50 lat Asteriksa. Wywiad z Tomaszem Kołodziejczakiem, *Aleja Komiksu*, <http://komiks.nast.pl/artukul/4423/50-lat-Asteriksa-wywiad-z-Tomaszem-Kolodziejczakiem/> (dostęp: 17.11.2010); K. G o d l e w s k i: Komiks szuka środka, *Gazeta Wyborcza* 2005, nr 236, s. 28; W. O r l i Ń s k i: Koniec kłutwy Marciniaka, *Gazeta Wyborcza* 2003, nr 250, s. 4. Zob. *Świat Komiksu* 2001–2002, nr 21–27.

<sup>50</sup> Amber publikował przede wszystkim północnoamerykańskie komiksowe albumy z serii „Star Wars”, nakładem Siedmioroga zaś ukazywały się europejskie serie, m.in. „Aldebaran”, „XIII”.

<sup>51</sup> Każdy zeszyt lub album, który ukazał się nakładem Muzy, był wydawnictwem zwartym oznaczonym ISBN.

<sup>52</sup> J. M a c h a ł a: Archiwum WRAK.pl, <http://www.wrak.pl/index.php?strona=arch03> (dostęp: 20.11.2010); P. N u r z y Ń s k i: Strzał w dziesiątkę, *Esensja* 2002, nr 1, [http://www.esensja.pl/magazyn/2002/01/iso/10\\_90.html](http://www.esensja.pl/magazyn/2002/01/iso/10_90.html) (dostęp: 24.11.2010); D. W e j d e r: Amber, KZ, nr 21, [http://www.kazet.bial.pl/2003\\_09/amber.html](http://www.kazet.bial.pl/2003_09/amber.html) (dostęp: 25.11.2011). Por. M. K o w a ł s k i: Dokąd zmierza polski komiksowy rynek?, <http://komiks.nast.pl/artukul/1095/Dokad-zmierza-polski-komiksowy-rynek/> (dostęp: 28.11.2010); O n a s – Redakcja Wydawnictwa Post, <http://www.post.krakow.pl/index.php?site=8> (dostęp: 2.12.2010); H. R o n e k: Komiks w Polsce..., jw., s. 51–52. O wydawnictwie Mandragora, <http://www.komiks.gildia.pl/wydawnictwa/mandragora> (dostęp: 5.12.2010); T. P s t r a g o w s k i: 10-lecie Kultury Gniewu, <http://komiksomania.pl/publicystyka/10-lecie-kultury-gniewu-wywiad-z-szymonem-holcmanem.html> (dostęp: 11.12.2010).

Należy także pamiętać, że to dzięki czysto komiksowym wydawnictwom znacznej poprawie uległo społeczne postrzeganie historii obrazkowych. Dzieła takie, jak: „Maus” autorstwa Arta Spiegelmana<sup>53</sup>, „Bajki urlackie stare i nowe” Krzysztofa Owedyka, „Doktor Bryan” Jakuba Rebelki (Kultura Gniewu) oraz serie: „V jak Vendetta” Alana Moore’a (Post), „Sandman” Neila Gaimana (Egmont), udowodniły polskiemu odbiorcy, że komiks może z powodzeniem wiązać w sobie elementy medium masowego i sztuki wysokiej.

Swój udział w poprawie społecznego postrzegania komiksów miał także, wspomniany już, magazyn *Mać Pariadka*. Na początku XXI w. periodyk koncentrował się przede wszystkim na upowszechnianiu tzw. kontrkultury, a w tym także historii obrazkowych.

„Boom komiksowy” doprowadził również do znacznych zmian w strukturze rynku periodycznych historii obrazkowych. Prawie wszystkich odbiorców utracił TM-Semic (jeden z liderów rynku komiksowego w latach 90. XX w., wydawca czasopism z przygodami superbohaterów, np. *Batmana*)<sup>54</sup>. Nowych czytelników zyskały natomiast niskonakładowe magazyny, które publikowały głównie polski komiks autorski, m.in. *AQQ*, *Krakers*, *KKK*, *Produkt*.

Kilka zdań warto poświęcić temu ostatniemu magazynowi. *Produkt* zadebiutował pod koniec 1999 r. Redakcja tego czarno-białego magazynu mieściła się w mieszkaniu na poznańskim osiedlu Bonin, wynajmowanym przez Michała „Śledzia” Śledzińskiego (redaktora naczelnego). Wydawcą magazynu był bydgoski Independent Press (później znany jako Prasa Niezależna)<sup>55</sup>.

Na kartach *Produktu* czytelnik mógł znaleźć pełen przekrój stylistyk komiksowych: od kreskówkowych prac duetu Leśniak–Skarżycki („Jeż Jerzy”) przez komiksy w konwencji buffo Michała Śledzińskiego („Osiedle Swoboda”<sup>56</sup>) i Filipa Myszowskiego („Emilia, Tank & Profesor”), prymitywistyczne prace Bartosza i Tomasza Minkiewiczów („Wilq”) i niejakiego Bizona („Pokolenia. Saga gang-

<sup>53</sup> Nagrodzona Pulitzerem komiksowa powieść „Maus” to wielowątkowa historia Władka, polskiego Żyda ucalałego z Holocaustu. W utworze tym rolę Izraelitów odgrywały myszy, Niemców – koty, Polaków – świnie. Antropomorficzny aspekt powieści Arta Spiegelmana wywołał w Polsce silną publiczną dysputę, inspirowaną głównie przez środowiska skrajnie prawicowe – stworzyły nawet one slogan „Tylko śwynie czytają «Mausa!»”. Jak się później okazało, prasa opiniotwórcza (m.in. *Polityka*, *Przekrój*, *Gazeta Wyborcza*, *Rzeczpospolita* i *Tygodnik Powszechny*) oraz środowisko komiksowe przyjęły tę książkę z uznaniem. Zob. np. M. Czuba j: Zagłada, myszy, świnie, *Polityka* 2001, nr 17, s. 53; W. Tkaczyk: Maus. Recenzja powieści graficznej Arta Spiegelmana, *AQQ* 2001, nr 4, s. 76; M. Wojtczuk: Myszy i ludzie, *Gazeta Stołeczna* 2001, nr 90, s. 2; K. Masł oń: Myszy i ludzie, *Rzeczpospolita* 2001, nr 104, s. D4; J. Jarzębski: Myszy i inne zwierzęta, *Tygodnik Powszechny* 2001, nr 20, s. 20.

<sup>54</sup> TM-Semic przekształciło się w Fun-Media w 2002 r. Oficyna ta, mimo poprawienia jakości edytorskiej i wprowadzenia nowych tytułów (np. *The Ultimate Spider-man*), nie poradziła sobie na rynku. TM-Semic/Fun-Media zakończyło działalność w czerwcu 2003 r.

<sup>55</sup> W. Tkaczyk: Jak się rodzi *Produkt*, *AQQ* 2001, nr 23, s. 48.

<sup>56</sup> Szerzej na ten temat zob. np. J. Demiańczuk: Okrucy rzeczywistości, czyli polska codzienność w „Osiedlu Swoboda”, *Zeszyty Komiksowe* 2004, nr 2, s. 44–45; A. Russek: Leksykon polskich bohaterów i serii komiksowych, Poznań 2010, s. 173–174; M. Czuba j: „Osiedle Swoboda”, czyli kultura abnegacji, *Kultura Popularna* 2003, nr 4, s. 61–66.

sterska”) do surrealistycznych dzieł Piotra Kowalskiego i Rafała Gosienieckiego („Phantasmata”).

Utworki Załogi *Produktu* (tak nazywali siebie redaktorzy magazynu) pełne były odniesień do polskiej codzienności (osiedlowej egzystencji młodych ludzi, bezrobocia, nałogów, religii i polityki) i kultury popularnej (muzyki, literatury, gwiazd kina i telewizji, a w szczególności rodzącej się w Polsce w tym okresie kultury celebrytów)<sup>57</sup>.

W magazynie nie brakowało także stron poświęconych informacji i publicystyce komiksowej. Przyznać należy, że artykuły zamieszczone na łamach *Produktu*, choć pełne wulgaryzmów, był uczciwe i do bólu szczere.

*Produkt* zyskał uznanie miłośników graficznego medium, doprowadził również do wzmocnienia koniunktury na komiks polski, w szczególności ten satyryczny i społecznie zaangażowany.

Paradoksalnie to właśnie wzrost popularności komiksu polskiego przyczynił się do upadłości *Produktu*. Miłośnicy historii obrazkowych woleli, zamiast rzeczonożego periodyku, kupować „pełnometrażowe” albumy z pracami „producentów”. Wydawane były one własnym sumptem (np. albumy serii „Wilg” braci Minkiewiczów) albo ukazywały się nakładem większych wydawców (np. Egmontu, m.in. „Jeż Jerzy” Skarżyckiego i Leśniaka).

Poznański magazyn pogrążyła także rosnące koszty produkcji. Śledziński za wszelką cenę chciał zadowolić czytelników, dlatego stale zwiększał liczbę stron i jakość edycji magazynu<sup>58</sup>.

W latach 2000–2003 rozwinął się również polski rynek mang, którego liderem w tym czasie było Wydawnictwo Japonica Polonica Fantastica (63-procentowy udział w rynku). Dobrze radziło sobie Waneko. Po 2000 r. na mangowy rynek wkroczyli także najwięksi wydawcy komiksu tradycyjnego – Egmont Polska (edytor ten uruchomił nawet Klub Mangi – twór na pograniczu imprintu i serii wydawniczej) i Mandragora. Debiutowały także wydawnictwa Kasen i Saisha<sup>59</sup>.

Podczas „boomu komiksowego” rynek historii obrazkowych skierowanych do dzieci zdominowała oferta Egmontu (np. magazyny *Kaczor Donald* i *Czarodziejki W.I.T.C.H.* oraz cykl albumów „Gigant Poleca” – powstały z przekształcenia miesięcznika *Komiks Gigant*). Warty odnotowania jest także działalność Agory SA, która co piątek publikowała *Komiksowo* – bezpłatny dodatek do *Gazety Wyborczej*<sup>60</sup>.

<sup>57</sup> Por. W. Orliński: Dekada w komiksie, *Gazeta Wyborcza* 2011, nr 2, s. 14.

<sup>58</sup> Por. W. Tkaczyk: Jak się rodzi *Produkt*, jw.

<sup>59</sup> Por. M. Skorek: Manga w Polsce..., jw., s. 17–18. Por. M. Jaworski: Japońska inwazja (pop) kulturowa? Kontrowersje wokół japońskich komiksów i filmów animowanych w Polsce, *Edukacja Otwarta* 2002, nr 1/2, s. 121–129; recenzja Eden, tom 1, <http://manga.tanuki.pl/strony/manga/33-eden/tomy/236/rec/64> (dostęp: 28.11.2010).

<sup>60</sup> Pytania i Odpowiedzi, Oficjalne forum wydawnictwa Egmont, poz. 60, <http://forum.nast.pl/viewtopic.php?t=4461> (dostęp: 30.12.2010). Zob. *DisneyPolska!*, <http://disneypolska.pl> (dostęp: 30.12.2010). O magazynie *Czarodziejki W.I.T.C.H.*, [http://www.egmont.pl/pl/czasopisma/nasze\\_](http://www.egmont.pl/pl/czasopisma/nasze_)

Podsumowując omawiany okres w dziejach polskiego rynku komiksowego, warto przedstawić jego ilościową charakterystykę.

Ponieważ nie istnieją żadne opracowania dotyczące liczby tytułów i publikacji komiksowych, które ukazały się na terytorium Polski w latach 2000–2001, autor przeprowadził własne obliczenia dla tego okresu. Powstały one na podstawie *Przewodnika Bibliograficznego*, *Bibliografii Wydawnictw Ciągłych* i katalogów: Wielkie Archiwum Komiksu oraz *Aleja Komiksu*.

W 2000 r. ukazało się w Polsce: 80 albumów komiksowych, 9 tytułów komiksów periodycznych, czyli 74 numery, oraz 9 magazynów komiksowych – łącznie 27 numerów. W 2001 r. natomiast liczba albumów wzrosła do 133, a zeszytów do 41. Opublikowano również 80 numerów czasopism komiksowych dla dzieci, a także 8 tytułów magazynów komiksowych – łącznie 32 numery<sup>61</sup>.

W 2002 r., na kanwie rosnącego zainteresowania komiksem, portale specjalistyczne zaczęły prowadzić statystyki wydawnicze. Do najdokładniejszych należą te przygotowane na potrzeby WRAK.pl – Komiksowej Agencji Prasowej przez Jarosława „Jarka Obważanka” Machałę. Według danych przez niego zebranych, w 2002 r. ukazało się w Polsce 445 wydawnictw komiksowych (288 albumów, 41 zeszytów, 82 numery komiksowych czasopism dla dzieci, 34 mangi), w 2003 r. opublikowano natomiast 520 historii obrazkowych (382 albumy, 34 zeszyty, 72 numery pism dziecięcych, 32 tomy komiksów dalekowschodnich)<sup>62</sup>.

W sumie w latach 2000–2003 ukazało się w Polsce 1455 pozycji komiksowych, czyli mniej więcej tyle, ile w ciągu całych lat 90. Informacje te zaprezentowano w tabeli 3.

**Tabela 3. Statystyka publikacji komiksowych w latach 2000–2003**

Rok	Liczba albumów	Liczba zeszytów	Liczba numerów komiksowych czasopism dla dzieci	Liczba numerów magazynów komiksowych	Pozycji łącznie
2000	80	30	74	27	211
2001	133	41	80	32	286
2002	288	41	82	34	445
2003	382	34	74	32	520
SUMA	883	146	310	118	1457

Źródło: obliczenia własne; J. Machałę: Podsumowanie roku 2002; tenże: Podsumowanie roku 2003.

czasopisma/art22.html (dostęp: 4.01.2011); T. Żukowski: *Komiksowo*, czyli kapitalizm od kołyski, *Zeszyty Komiksowe* 2004, nr 2, s. 46–47.

<sup>61</sup> Źródło: obliczenia własne.

<sup>62</sup> J. Machałę: Podsumowanie roku 2002; tenże: Podsumowanie roku 2003.

Jarosław Machała wskazał również przybliżoną liczbę działających na terenie Polski komiksowych wydawców. W 2002 r. było ich 23, w 2003 r. natomiast aż 46. Zestawienie najaktywniejszych wydawców „boomu komiksowego” przedstawiono w tabeli 4.

**Tabela 4. Najaktywniejsi polscy wydawcy komiksów lat 2002–2003**

Wydawca	Liczba pozycji (albumów, zeszytów, nrów komiksów czasopism itd.) w roku	
	2002	2003
Egmont*	201	255
JPF	48	55
Mandragora	23	35
Twój Komiks	26	33
Waneko	24	26
Podsiedlik-Raniowski i S-ka**	22	12
Amber	12	32
XXL Grupa Mediałna	3	10
Fun-Media	7	16
Kultura Gniewu	7	4
Post	7	4
Prasa Niezależna	6	7
Siedmioróg**	2	7

\* Wszystkie komiksy wydawcy, w tym tytuły KŚK

\*\* Wydawca zakończył działalność w 2003 r.

Źródło: J. Machała: Podsumowanie roku 2002; tenże: Podsumowanie roku 2003.

Należy podkreślić, że w czasie „boomu” polski rynek historii obrazkowych po raz pierwszy był prawdziwie konkurencyjny<sup>63</sup>.

### *Rok 2004 – unormowanie się popytu na komiks*

Rok 2004 był dla polskiego rynku komiksowego czasem weryfikacji euforycznego stanu, w jakim znaleźli się wydawcy w dobie „boomu”. Niedoszacowanie potrzeb czytelnicych i błędy selekcji tytułów wywołały falę bankructw (w 2003 r. działało 46 wydawców, a w 2004 r. – 37). Pokładające wielkie nadzieje w publikacji historii obrazkowych duże domy prasy i książki były zmuszone ograniczyć

<sup>63</sup> Por. A. Pięniżek: Kajko i Kokosz kontratakują, czyli rynek komiksów w Polsce, *Notes Wydawniczy* 2003, nr 3/4, s. 26–30.

swoją działalność (np. Amber) bądź w ogóle wycofać się z komiksowego rynku (m.in. Siedmioróg, Muza, Podsiedlik-Raniowski i S-ka, Agora, która zakończyła publikację *Komiksowa* – dodatku do *Gazety Wyborczej*)<sup>64</sup>.

Omawiany rok okazał się również finałem większości polskich magazynów komiksowych. Z rynku zniknęły m.in. *AQQ*, *KKK*, *Produkt*, *Krakers*<sup>65</sup>.

W 2004 r. ukazało się w Polsce 501 komiksów, czyli 299 wydań albumowych, 83 zeszyty, 95 numerów komiksowych czasopism dla dzieci i 18 numerów magazynów komiksowych. W omawianym roku polscy wydawcy historii obrazkowych znacznie rzadziej publikowali komiksy polskie (51, w 2003 r. – 84) i pochodzące z krajów francuskojęzycznych (43, w 2003 r. – 119), wzrosła natomiast liczba opowieści rysunkowych wywodzących się ze Stanów Zjednoczonych (ze 106 w 2003 r. do 164) i Japonii (z 92 w 2003 r. do 110)<sup>66</sup>.

Tabela nr 5 zawiera porównanie najaktywniejszych wydawców na polskim rynku komiksowym w latach 2003 i 2004.

**Tabela 5. Najaktywniejsi wydawcy 2004 r. w zestawieniu z 2003 r.**

Wydawca	Liczba pozycji (albumów i zeszytów, numerów komiksowych czasopism itp.) w roku	
	2004	2003
Egmont	240	255
Mandragora	55	35
JPF	51	55
Axel Springer	32	0
Waneko	31	26
XXL Grupa Medialna	11	10
ISA	7	0
Kultura Gniewu	6	4
Amber*	6	12
Twój Komiks*	5	33
Prasa Niezależna**	4	6
Post	3	7
Zin Zin Press**	3	2

\* Wydawca zawiesił działalność w 2004 r.

\*\* Wydawca zakończył publikowanie swojego podstawowego tytułu

Źródło: J. Machała: Podsumowanie roku 2004, jw.

<sup>64</sup> M. Wojtczuk, A. Kłoś: Obrazkowy renesans, *Gazeta Stołeczna* 2002, nr 88, s. 11; M. Śledziński, Czołem!, *Produkt* 2001, nr 6, s. 2; W. Birek: Od Żbika do Thorgala, *Rzeczpospolita* 2003, nr 57, s. A12; K. Godlewski: Komiks szuka środka, jw.; J. Machała: Podsumowanie roku 2004, jw. Zob. *Zeszyty Komiksowe* 2004–; *Zeszyty Komiksowe*. O komiksie. Na serio, <http://www.zeszytykomiksowe.org/strona.php?strona=zkinfo> (dostęp: 15.12.2010).

<sup>65</sup> W 2012 r., po 8 latach przerwy, magazyn ten wznowiono.

<sup>66</sup> J. Machała: Podsumowanie roku 2004, jw.

Jak już wspomniano, w 2004 r. na polu komiksowym działało 37 wydawców, czyli o 9 mniej niż w roku poprzednim. Liderem rynku nadal pozostawał Egmont Polska. Na drugie miejsce w tej kategorii wspięła się Mandragora. Tym samym o jedno miejsce spadł JPF, który utrzymał liczbę premier podobną do 2003 r., co wskazuje na stałą, mocną pozycję mangi na polskim rynku. Na czwartym znalazł się debiutujący w maju 2004 r. Axel Springer Polska z 32 zeszytami *Dobrego Komiksu*<sup>67</sup>.

Warto podkreślić, że oficyny zajmujące się publikacją komiksów, stojąc w obliczu wzrastających kosztów produkcji i obniżającego się popytu na komiks, nie zdecydowały się na wyraźną podwyżkę cen. W 2004 r., podobnie jak w 2003 r., za jeden album trzeba było zapłacić średnio 20 zł, a za zeszyt 5 zł<sup>68</sup>.

Skurczenie się rynku komiksowego nie miało wpływu na spadek jakości artystycznej publikowanych historii. Polscy edytorzy z początkiem 2004 r. zaczęli dostarczać więcej krajowych komiksów na wysokim poziomie – niejedyn album został zauważony przez dziennikarzy spoza komiksowej branży (np. „Achtung Zelig! Druga Wojna” Krystiana Rosenberga i Krzysztofa Gawronkiewicza<sup>69</sup>).

W 2004 r. środowisko komiksowe zidentyfikowało także podstawowy problem polskiego rynku historii obrazkowych. Rafał Skarżycki, scenarzysta komiksów z serii „Jeż Jerzy”, omawia go w sposób następujący:

Chłopcy i dziewczynki chętnie czytają komiksy, lubią je, są w stanie namówić rodziców na regularne wydawanie pieniędzy na gazetkę komiksową, a potem – raptem – tracą zainteresowanie historiami opowiadanymi za pomocą komiksu. [...] Ten brak popytu na komiks, a dokładniej brak sensownego wytłumaczenia, dlaczego tak jest, stanowi coś w rodzaju Wielkiej Zagadki Komiksu<sup>70</sup>.

<sup>67</sup> Axel Springer Polska publikował komiks amerykański za pośrednictwem *Dobrego Komiksu* (na jego potrzeby powołano imprint pod tą samą nazwą). Periodyk w kioskach pojawił się 28 maja 2004 r. i zawierał pierwszy odcinek „Street Fightera”. W *Dobrym Komiksie* w każdy piątek (za 5 zł) miały się ukazywać amerykańskie serie, głównie z gatunku opowieści superbohaterskich. Poprzez magazyn, oprócz wspomnianego „Street Fightera”, polscy czytelnicy mogli się m.in. zapoznać z „Ultimate X-Men”, „Soul Saga” i „Spectacular Spider-manem”. Z czasem oferta została poszerzona o kolejne serie, z których warto wymienić: „The Amazing Spider-man”, „New X-Men” i „Superman/Batman”. *Dobry Komiks* zasługuje na pochwałę *DK* przede wszystkim za niewygórowaną cenę oraz bardzo dobrą edycję. Axel Springer Polska próbował także, wzorem czasopiśmiennictwa hobbystycznego, nawiązywać kontakty z czytelnikami – za nie odpowiadał Marek „Warlock” Choroszuca, twórca i redaktor *Wielkiego Archiwum Komiksu* (<http://www.wak.net.pl>) (dostęp: 15.12.2010).

<sup>68</sup> Źródło: obliczenia własne; J. Machała: Podsumowanie 2004 r., jw.

<sup>69</sup> Komiks ten na łamach *Gazety Wyborczej* chwalił m.in. Wojciech Orliński. Zob. W. Orliński: Wojna w obrazkach, *Gazeta Wyborcza* 2004, nr 226, s. 2. Por. A. Rusek: Leksykon polskich bohaterów i serii komiksowych, Poznań 2010, s. 269–271; A. Kucińska: Achtung! Komiks z Polski, *Gazeta Wyborcza* 2005, nr 180, s. 4.

<sup>70</sup> R. Skarżycki: Wielka Zagadka Komiksu, *[fo:pa]* 2007, nr 3, s. 80.

## Rynek historii obrazkowych w Polsce w latach 2005–2010

Przez cały 2004 r. Egmont Polska bezskutecznie próbował przezwyciężyć niską sprzedaż *Świata Komiksu* – niegdyś najpopularniejszego magazynu komiksowego w Polsce. Czasopismo zniknęło z rynku w maju 2005 r.<sup>71</sup>

Wydawnictwo Egmont nie wycofało jednak z publikacji albumów komiksowych. W ramach Klubu Świata Komiksu w latach 2005–2010 nadal ukazywały się amerykańskie i europejskie, w tym polskie, historie obrazkowe<sup>72</sup>.

Po 2005 r. Egmont Polska ograniczył liczbę popularnych serii z USA. Jest wielce prawdopodobne, że spowodowane to było niską ich sprzedażą, za którą z kolei odpowiadała konkurencja w postaci *Dobrego Komiksu* (wydawanego przez Axel Springer Polska).

W 2005 r. wydawnictwo Egmont zdecydowało się na odświeżenie formuły cyklu „Mistrzowie Komiksu” wchodzącego w skład KŚK. Wprowadzono jeszcze grubszy i droższy kredowy papier, twarde oprawy uszlachetnione przez miejscowe zastosowanie folii matowej i błyszczącej. Nakład poszczególnych albumów tego cyklu wynosił około 1000 egz. Drastycznej podwyżce uległy ceny kolejnych albumów tej kolekcji (z 25–30 zł do nawet 220 zł).

Opisane posunięcie doprowadziło do nadania komiksom – wytworom kultury popularnej – cech produktów elitarnych, pozwoliło także w pełni wykorzystać specyfikę hobbystycznego rynku komiksowego. Co ważne, nie wykluczało to dotarcia z historiami obrazkowymi poza grono wiernych fanów<sup>73</sup>.

W tym samym czasie (w 2005 r.) klęskę poniósł *Dobry Komiks* publikowany przez Axel Springer Polska<sup>74</sup>, a wydawnictwo Egmont zaczęło powoli monopolizować polski rynek komiksowy.

<sup>71</sup> Zob. *Świat Komiksu* 1998–2005, nr od 1 do 38.

<sup>72</sup> Do najciekawszych należały m.in. północnoamerykańskie albumowe serie: „Batman”, „Sandman”, „Kaznodzieja”, „Sin City”; zachodnioeuropejskie: „Asteriks”, „Piotruś Pan”, „XIII”, „Przygody Tin Tina”, „Thorgal”; polskie: „Jeź Jerzy”, „Kajko i Kokosz”, „Marzi”, „Mikropolis”.

<sup>73</sup> Katalog Gildii Komiksu: *Świat Komiksu* – nr 38 (czerwiec 2005), [http://www.komiks.gildia.pl/prasa/swiat\\_komiksu/38](http://www.komiks.gildia.pl/prasa/swiat_komiksu/38) (dostęp: 18.03.2011); P. Bąk: Cień. Recenzja albumu komiksowego „Batman – Azyl Arkham”, <http://komiks.nast.pl/artukul/3082/3/Cien-Azyl-Arkham/> (dostęp: 16.03.2011); J. Świdziński: Granice świadectwa/Świadectwo Granicy: Komiks „Josel. 19 kwietnia 1943”, *Zeszyty Komiksowe* 2010, nr 10, s. 129–133; G. Cieleń: „Obrazy Grozy” – szczegóły, <http://komiks.nast.pl/nawosci/2083/Obrazy-Grozy-szczegoly/> (dostęp: 16.03.2011); G. Cieleń, A. Russek: „Plansze Europy” – bliżej, <http://komiks.nast.pl/nawosci/3803/Plansze-Europy-8211-blizej/> (dostęp: 17.03.2011).

<sup>74</sup> Lęk polskich wydawców komiksów przed konkurencją Axel Springer Polska okazał się niepotrzebny. *Dobry Komiks* nie stał się hitem rynkowym. ASP nie udało się dotrzeć poza wąskie grono wiernych, zagorzałych fanów „superbohaterskich historii obrazkowych”. W 2004 r. większa część, ponoć 40 tys., nakładu tego czasopisma wracała do wydawcy. Axel Springer Polska zbyt optymistycznie założył, że brak silnej konkurencji na polu komiksu zeszytowego pozwoli mu całkowicie zmonopolizować ten segment rynku. Błędem było także wprowadzenie, obok solidnych amerykańskich historii z gatunku superhero (np. „The Amazing Spider-man”, „New X-men”), seriali wyraźnie niskiej jakości, m.in. „Soul Saga”, „Street Fighter”, „Silent Hill”. Wydawanie *Dobrego Komiksu* zakończono w maju, a zawieszenie tytułu oficjalnie ogłoszono w październiku 2005 r.



Sukces nowej edycji „Mistrzów Komiksu” zachęcił Egmont do uruchomienia kolejnych ekskluzywnych cykli, takich jak: „Plansze Europy”, „Obrazy Grozy”, „Komiksy Grzegorza Rosińskiego”, „Sensacja”, „Science Fiction”, „Zebra”, „XX wiek, wiek XXI”. Historie zamieszczane w ramach wymienionych cykli adresowane były przede wszystkim do osób dorosłych, rzadziej do starszej młodzieży.

W sumie do 2010 r. w ramach Klubu Świata Komiksu ukazało się 698 albumów, w latach zaś 2005–2010 – 290. W tym okresie rocznie ukazywało się średnio 50 albumów. Warto także wspomnieć, że cena poszczególnych serii rokrocznie była wyższa<sup>75</sup>. Pozostałe oficyny – którym udało się przetrwać kryzys 2004 r. i chciały kontynuować publikację komiksów – przeważnie zmuszone były zredukować liczbę tytułów.

Sukces luksusowych kolekcji z KŚK zachęcił wydawców do nadania komiksom cech medium elitarnego. Nakładem komiksowych wydawnictw, m.in. warszawskich: Mandragora i Kultura Gniewu oraz krakowskiego Postu, zaczęły się ukazywać bibliofilskie albumy w odpowiednio wysokich cenach, nierzadko sięgających nawet 100 zł. Ich jednorazowe nakłady wynosiły przeważnie od 500 do 1000 egz.

Trzeba także zaznaczyć, że Mandragora nie była w stanie rozwiązać swoich kłopotów finansowych i zbankrutowała w 2008 r. Nakładem tej oficyny ukazało się łącznie 289 pozycji komiksowych.

Kultura Gniewu i Post radziły sobie dobrze na rynku. Ten pierwszy wydawca rozszerzył nawet swoją działalność – nakładem Kultury Gniewu od 2005 r. zaczęły się ukazywać także amerykańskie i zachodnioeuropejskie historie obrazkowe, np. „Pixy” Maxa Andersona.

W latach 2006–2010 na komiksowym rynku debiutowały również nowe komiksowe oficyny. W segmencie komiksu tradycyjnego były to m.in. Timof i cisi współpracownicy (katalog tego edytora stanowiły polskie i zagraniczne historie obrazkowe skierowane do wymagającego odbiorcy, np. „Blankets” Craiga Thompsona<sup>76</sup>) oraz Ongrys (wydawca, którego oferta składająca się z polskich klasyków, głównie z lat 80. i 90. XX w., adresowana była głównie do kolekcjonerów i zaawansowanych hobbystów, np. album „Metacom” Jacka Widora). Warto zaznaczyć, że po 2005 r. komiks z powodzeniem wykorzystano jako nośnik treści historyczno-patriotycznych. Taki profil przyjęło m.in. Wydawnictwo Zin Zin Press, którego nakładem ukazały się takie albumy, jak „Solidarność – 25 lat: Nadzieja zwykłych ludzi” ze scenariuszem Macieja Jasińskiego, „1940 Katyń. Zbrodnia na nie-

W sumie ukazało się 40 numerów tego czasopisma. Zob. J. O l e k s a k: Retrospektywa 2004, <http://kolorowezeszyty.blogspot.com/2008/12/99-retro-2004.html> (dostęp: 16.01.2011); J. M a c h a ł a: *Dobry Komiks* – Kartoteka, <http://www.wrak.pl/index.php?strona=albumyiserie1&t=237> (dostęp: 9.03.2011).

<sup>75</sup> Obliczenia własne na podstawie *Przewodnika Bibliograficznego* i Chronologicznego spisu komiksów wydawnictwa Egmont Polska prowadzonego przez *Aleję Komiksu*. Zob. <http://komiks.nast.pl/wydawnictwa/1/Egmont/chronologicznie/> (dostęp: 12.03.2011).

<sup>76</sup> Zob. C. T h o m p s o n: *Blankets*. Pod śnieżną kolderką, Warszawa 2006.

ludzkiej ziemi” (scenariusz: Tomasz Nowak i Witold Tkaczyk, rysunki: Krzysztof Gawronkiewicz, Jacek Michalski, Jerzy Ozga), „Książd Jerzy Popiełuszko. Cena wolności” (scenariusz: Maciej Jasiński, rysunki: Krzysztof Wyrzykowski)<sup>77</sup>.

Po 2004 r. mangowy segment polskiego rynku komiksowego zdominowany był przez trzy wydawnictwa: Japonica Polonica Fantastica, Egmont Polska (imprint/cykl Klub Mangi), Waneko. Wymienieni wydawcy publikowali około 20–30 tomów rocznie.

Mangowy rynek zasiły między innymi w 2007 r. Wydawnictwo Hanami (publikujące głównie wysokoartystyczne komiksy adresowane do osób dorosłych, np. „Suppli” Mari Okazaki) oraz w 2006 r. Studio JG (wydające mangi polskich twórców, np. „Česary” Katarzyny Wasylak, oraz *Otaku* – magazyn fanów mangi i anime)<sup>78</sup>.

Ponieważ większość nowych inicjatyw wydawniczych podejmowały osoby od lat działające i dobrze rozpoznawalne w tzw. środowisku komiksowym, można zaryzykować stwierdzenie, że już w 2008 r. krajowy rynek historii obrazkowych zaczął nabierać cech oligopolu.

Warto przypomnieć, że w latach 2005–2010 statystyki polskiego rynku komiksowego napędzały przede wszystkim komiksowe czasopisma dla dzieci i młodzieży. Ten segment rynku był zdominowany przez Egmont Polska, np. *Czarodziejki W.I.T.C.H.*, i Media Service Zawada, np. *Scooby-Doo!*

W latach 2005–2010 flagowym magazynem komiksowym Egmontu adresowanym do dzieci (7–12 lat) pozostawał *Kaczor Donald*. Tak jak w latach poprzednich trzon zawartości tego czasopisma stanowiły historie obrazkowe z przygodami Kaczora Donalda, Sknerusa, Myszki Miki i Goofy’ego. W magazynie znajdowały się także działy niekomiksowe, np. „Fikle figlarzy”, „Łamacz głowy”. Do każdego numeru *Kaczora Donalda* nadal dołączany jest gadżet (plastikowa

<sup>77</sup> J. Szyłak: Świat w słowach i obrazach, *Książki w Tygodniku*, dodatek do *Tygodnika Powszechnego* 2010, nr 26, s. 4; M. Podolec, R. Wyrzykowski: Kapitan Sheer, Warszawa 2010, IV s. okładki; Komiksy Kultury Gniewu – Kapitan Sheer, <http://kultura.com.pl/index.php?s=komiksy> (dostęp: 21.03.2011); W. Orliński: Dekada w Komiksie; Kultura Gniewu – stopka, <http://kultura.com.pl/index.php?s=stopka> (dostęp: 21.03.2011); Międzynarodowy Festiwal Komiksów i Gier w Łodzi – Laureaci, *MNFKiG*, <http://komiksfestiwal.com/laureaci/> (dostęp: 20.03.2011); W. Tkaczyk: O albumie „Solidarność – 25 lat: Nadzieja zwykłych ludzi”, *Aleja Komiksu*, <http://komiks.nast.pl/komiks/3578/Solidarnosc-25-lat-Nadzieja-zwyklych-ludzi/> (dostęp: 9.03.2011); tenże: „Solidarność” po premierze, *Aleja Komiksu*, <http://komiks.nast.pl/nowosci/568/Solidarnosc-po-premierze/> (dostęp: 10.03.2011); M. Czubaj: Komiks poważnieje, jw.; P. Timofiejuk: Wydawnictwo Timof i cisi wspólnicy, <http://www.timof.pl/timof-wydawnictwo-pl.html> (dostęp: 11.03.2011); L. Kaczanowski: Co tam słycać w Ongrysie – dla kolekcjonerów słów kilka, <http://forum.nast.pl/viewtopic.php?t=9522> (dostęp: 22.03.2011).

<sup>78</sup> Zob. Wydawnictwo Japonica Polonica Fantastica, [http://pl.wikipedia.org/wiki/Japonica\\_Polonica\\_Fantastica](http://pl.wikipedia.org/wiki/Japonica_Polonica_Fantastica) (dostęp: 20.03.2011); Oficjalna strona internetowa wydawnictwa JPF, <http://www.jpf.com.pl/> (dostęp: 21.03.2011); Katalog mang wydanych przez JPF, *Aleja Komiksu*, <http://komiks.nast.pl/wydawnictwa/88/JPF/> (dostęp: 21.03.2011); Oficjalna strona internetowa wydawnictwa Waneko, <http://www.waneko.pl/> (dostęp: 22.03.2011); Katalog komiksów wydawnictwa Egmont, <http://www.egmont.pl/pl/komiksy/katalog/> (dostęp: 22.03.2011); O nas – Studio JG, <http://studiojg.pl/about.html> (dostęp: 22.03.2011).

zabawka). Pod koniec 2010 r. za jeden numer tego magazynu trzeba było zapłacić 5,90 zł. Średni nakład oraz sprzedaż *Kaczora Donalda* w latach 2005–2010 ujęto w tabeli 6.

**Tabela 6. Średni nakład i średnia sprzedaż *Kaczora Donalda* w latach 2005–2010**

Rok	Średni nakład	Średnia sprzedaż
2005	103 417	68 775
2006	90 242	62 240
2007	88 633	63 818
2008	87 958	58 222
2009	75 113	44 969
2010	60 378	35 172

Źródło: wyniki badań ZKDP 2005–2010.

Trzeba wspomnieć, że w 2009 r. Wydawnictwo Egmont zakończyło publikację cyklu „Kaczogrodu” – luksusowej serii komików Disneya. Tytuł ten adresowany był do młodzieży i osób dorosłych<sup>79</sup>.

W latach 2005–2010 na rynku komiksowych czasopism dziecięcych z Egmontem konkurowała warszawska spółka Media Service Zawada, działająca od 1994 r. Początkowo zarządzała ona sprzedażą powierzchni reklamowej m.in. dla Wydawnictwa Bauer. W latach 1997–2002 ważnym partnerem Media Service Zawada było Wydawnictwo Marshall Cavendish. Wspólnie z nim firma wydała w Polsce 10 tytułów partworkowych.

Od 2003 r. Media Service Zawada działa przede wszystkim na rynku prasy dla dzieci i młodzieży. Specjalnością wydawcy są publikacje związane ze znanymi markami, np. z zabawkami, serialami animowanymi i aktorskimi<sup>80</sup>.

Znajomość rynku produktów dziecięcych zagwarantowała warszawskiej spółce pozycję mocnego gracza wśród wydawców prasy dla najmłodszych, w szczególności tej komiksowej. Na tym polu jest ona, jak już wspomniano, głównym rywalem Egmontu.

Warto bliżej się przyjrzeć najciekawszym, w opinii autora, komiksowym periodykom z portfolio Media Service Zawada.

Szczególnie ważnym komiksowym czasopismem publikowanym przez wspomnianą spółkę jest *Scooby-Doo!* Od 2006 r. jest to nadal się ukazujący jeden z najpopularniejszych magazynów dla dzieci w wieku 6–12 lat. Do każdego numeru tego miesięcznika dołączony jest gadżet nawiązujący do przygód psa Scooby’ego

<sup>79</sup> Zob. Kaczogród, t. 1–5, Warszawa 2004–2009.

<sup>80</sup> Zob. Media Service Zawada – O firmie, [http://www.msz.com.pl/o\\_firmie\\_4](http://www.msz.com.pl/o_firmie_4) (dostęp: 10.12.2012).

i jego przyjaciół. Magazyn w omawianym okresie dostępny był w cenie 6,99 zł<sup>81</sup>. W 2010 r. średni jednorazowy nakład tego czasopisma wynosił 109 874 egz., a sprzedaż 72 669 egz.<sup>82</sup>

Uzupełnienie miesięcznika stanowią albumy komiksowe z serii „Scooby-Doo Superkomiks”. Te liczące 112 stron kieszonkowe książeczki w latach 2007–2010 ukazywały się co dwa miesiące i kosztowały 6,99 zł. Do końca 2010 r. opublikowano 21 tomów tej serii.

Innym ciekawym periodykiem komiksowym z Wydawnictwa Media Service Zawada jest *Cartoon Network Magazyn*. Miesięcznik ten oparty jest na licencji kanału telewizyjnego, który emituje filmy i seriale animowane<sup>83</sup>. Czasopismo ukazuje się od 2005 r. Magazyn skierowany jest do dziewcząt i chłopców w wieku 7–12 lat. Pod koniec 2010 r. omawiany miesięcznik kosztował 6,90 zł i liczył ponad 40 stron<sup>84</sup>, a jego średni jednorazowy nakład wynosił 50 889 egz., sprzedaż natomiast 30 607 egz.<sup>85</sup>

Media Service Zawada w swojej ofercie ma także inne magazyny komiksowe oparte na serialach i filmach animowanych emitowanych na kanale Cartoon Network, m.in. *Ben 10 Magazyn*, *Bakugan Magazyn*.

W tabeli 7 zestawiono czasopisma opublikowane przez wspomnianego wydawcę w latach 2003–2010. Uwzględniono w niej lata ukazywania się i częstotliwość każdego z periodyków, jego grupę docelową, źródło pierwotnej licencji oraz średni jednorazowy nakład i średnią jednorazową sprzedaż do grudnia 2010 r. (bądź przez cały okres ukazywania się, jeśli dane czasopismo przestało się ukazywać przed wspomnianą datą). W zestawieniu symbolem \* oznaczono te tytuły, które nie mogą być jednoznacznie uznane za magazyny komiksowe.

Z tabeli 7 wynika, że ponad połowa publikowanej przez Media Service Zawada prasy to magazyny komiksowe. W latach 2003–2010 nakładem wydawnictwa ukazywały się m.in. adresowane do dziewcząt: *Odlotowe Agentki*, *Filly Magazyn*, *Winx Club*; kierowane do chłopców: *Gormiti*, *Action Man A.T.O.M*<sup>86</sup>.

Do większości periodyków ukazujących się nakładem Media Service Zawada dołączany był plastikowy gadżet-zabawka.

Wróćmy do rdzenia rynku opowieści rysunkowych w Polsce (albumów, zeszytów i hobbystycznych magazynów komiksowych adresowanych przeważnie do nastolatków i dorosłych). Do końca 2007 r. odczuwał on skutki krachu z 2004 r. Najbardziej widoczny w tym okresie był gwałtowny spadek liczby

<sup>81</sup> Oficjalna strona internetowa *Scooby-Doo!*, <http://www.scoobydoomagazyn.pl/> (dostęp: 10.12.2012); Czasopisma Media Service Zawada, [http://www.msz.com.pl/Czasopisma\\_9](http://www.msz.com.pl/Czasopisma_9) (dostęp: 15.03.2011).

<sup>82</sup> Dane ZKDP z 2010 r.

<sup>83</sup> Warto zaznaczyć, że w latach 2000–2002 nakładem wydawnictwa Polskie Media Amercom ukazywał się dwutygodnik *Cartoon Network*.

<sup>84</sup> Oficjalna strona internetowa *Cartoon Network Magazyn*, <http://www.cnmagazyn.pl/> (dostęp: 10.12.2012); Czasopisma Media Service Zawada.

<sup>85</sup> Wyniki kontroli ZKDP z 2010 r.

<sup>86</sup> Czasopisma Media Service Zawada.

Tabela 7. Czasopisma dla dzieci i młodzieży, które w latach 2003–2010 ukazały się nakładem wydawnictwa Media Service Zawada

Tytuł	Częstotliwość do 2010 r.	Lata ukazywania się	Grupa docelowa	Pierwotne źródło licencji	Średni jednorazowy nakład do 2010 r.	Średnia jednorazowa sprzedaż do 2010 r.
<i>Action Man A.T.O.M</i>	miesięcznik	2006–2008	chłopcy 6–12 lat	serial animowany i zabawka	45 688	22 975
<i>Baby Born: mój magazyn*</i>	dwumiesięcznik	2008–2009	dziewczęta 2–6 lat	zabawka	48 295	23 870
<i>Ben 10 Magazyn**</i>	miesięcznik	2008–	chłopcy 7–12 lat	serial animowany	59 292	42 369
<i>Bob Budowniczy*</i>	miesięcznik	2007–2009	chłopcy 2–6 lat	serial animowany	52 504	33 861
<i>Cartoon Network Magazyn**</i>	miesięcznik	2005–	dziewczęta i chłopcy 7–12 lat	kanal telewizyjny dla dzieci i młodzieży	55 233	35 380
<i>Fiff*</i>	miesięcznik	2007–2009	dziewczęta i chłopcy 3–6 lat	serial animowany	brak danych	brak danych
<i>Filly Magazyn**</i>	miesięcznik	2010–	dziewczęta 5–8 lat	zabawka	49 366	25 813
<i>Gommit**</i>	miesięcznik	2010–	chłopcy 7–12 lat	zabawka	49 972	27 038
<i>H2O: wystarczy kropka!***</i>	dwumiesięcznik	2009–	dziewczęta 8–14 lat	serial fabularny	98 811	71 851
<i>Kod Lyoko</i>	kwartalnik	2008–2009	dziewczęta i chłopcy 7–12 lat	serial animowany	brak danych	brak danych
<i>Królik Bugs i Spółka</i>	dwumiesięcznik	2009	dziewczęta i chłopcy 6–12 lat	serial animowany	48 283	22 624
<i>Lazy Town Leniuchowó*</i>	dwumiesięcznik	2009–2010	dziewczęta i chłopcy 3–8 lat	serial telewizyjny	44 977	21 965
<i>Magazyn Bakugan</i>	dwumiesięcznik	2009–2012	chłopcy 7–12 lat	serial animowany i zabawka	57 167	34 311
<i>Magazyn Jetix</i>	miesięcznik	2006–2009	dziewczęta i chłopcy 6–12 lat	kanal telewizyjny dla dzieci i młodzieży	40 742	19 255
<i>Magazyn MiniMini***</i>	miesięcznik	2009–	dziewczęta i chłopcy 2–6 lat	kanal telewizyjny dla dzieci i młodzieży	50 431	26 542
<i>Magazyn Smerfy</i>	dwumiesięcznik	2008–2010	dziewczęta i chłopcy 3–8 lat	serial animowany i komiks	58 879	29 310

## ROZPRAWY I ARTYKUŁY

<i>Magazyn Świnka Peppa**</i>	miesięcznik	2008–	dziewczęta i chłopcy 3–6 lat	serial animowany	47 932	29 583
<i>Mis Rapert*</i>	dwumiesięcznik	2009	chłopcy i dziewczęta 3–7 lat	serial animowany	brak danych	brak danych
<i>Nauki i Przyjaciele*</i>	dwumiesięcznik	2010–2011	dziewczęta i chłopcy 2–5 lat	serial animowany	brak danych	brak danych
<i>Odlotowe Agentki! Totally Spies!</i>	nieregularny	2006–2010	dziewczęta 6–12 lat	serial animowany	58 457	38 776
<i>Pixie – pismo Małych Wrażek</i>	miesięcznik	2008–2009	dziewczęta 6–12 lat	serial animowany i zabawka	46 955	23 955
<i>Rajdek – Mała Wyścigówka</i>	dwumiesięcznik	2010–2012	chłopcy 3–6 lat	serial animowany	brak danych	brak danych
<i>Scooby-Doo! **</i>	miesięcznik	2006–	dziewczęta i chłopcy 6–12 lat	serial animowany	98 614	72 473
<i>Sezamkowy Zakątek*</i>	miesięcznik	2007–2009	dziewczęta i chłopcy 2–5 lat	program telewizyjny	brak danych	brak danych
<i>Świat Małej Księżniczki*</i>	dwumiesięcznik	2009–2010	dziewczęta 3–6 lat	serial animowany	46 936	25 386
<i>Świat Przygód z Hugo</i>	miesięcznik	2003–2010	dziewczęta i chłopcy 6–12 lat	teleturniej dla dzieci i seria gier wideo	64 565	39 483
<i>Ułabietki z Ebramu</i>	dwumiesięcznik	2008–2009	dziewczęta i chłopcy 5–7 lat	różne	49 938	26 998
<i>Winx Club**</i>	miesięcznik	2006–	dziewczęta 8–12 lat	serial telewizyjny i zabawka	59 618	39 180

\* Periodyk, choć na swych łamach publikował historie komiksowe, nie może być uznany za magazyn komiksowy

\*\* Na początku 2013 r. czasopismo nadal się ukazywało

Źródło: Media Service Zawada, <http://msz.com.pl> (dostęp: 12.01.2011); Wyniki kontroli ZKDP 2003–2010; *Bibliografia Wydawnictw Ciągłych; Bibliografia Wydawnictw Ciągłych Nowych, Zawieszonych i Zmieniających Tytuł; opracowanie własne.*

zeszytów komiksowych. Wynikało to przede wszystkim z wycofania się z rynku komiksowego wydawnictwa Axel Springer Polska oraz trudnej sytuacji finansowej i późniejszego bankructwa Mandragory<sup>87</sup>.

Po 2008 r. zaczęła wzrastać liczba zeszytów (głównie dzięki wydawnictwom niezależnym). Wzrosła również liczba albumów komiksowych. Za rozwój segmentu albumowego odpowiadali także edytorzy, którzy historie obrazkowe publikowali sporadycznie (nierazadko jednorazowo). Takich oficyn w latach 2005–2010 było przeszło 30.

Tabela 8 zawiera dane dotyczące liczby komiksów wydanych w Polsce w latach 2005–2010 (zestawienie uwzględnia podział na typy publikacji).

**Tabela 8. Statystyka publikacji komiksowych w latach 2005–2010**

Rok	Liczba albumów	Liczba zeszytów	Liczba numerów komiksowych czasopism dla dzieci i młodzieży	Liczba numerów magazynów komiksowych	Pozycji łącznie	
					Bez komiksowej prasy dziecięcej i młodzieżową	Z komiksową prasą dziecięcą i młodzieżową
2005	221	69	119	13	303	422
2006	230	44	147	14	288	435
2007	235	10	233	15	260	493
2008	330	17	247	23	370	617
2009	332	23	319	27	382	701
2010	310	66	284	30	406	690
SUMA	1658	229	1349	122	2009	3358

Źródło: obliczenia własne na podstawie: *Aleja Komiksu*, Wielkie Archiwum Komiksu, Przewodnik Bibliograficzny.

Lata 2005–2010 można więc uznać za udane dla komiksu w Polsce. Krajowy rynek historii obrazkowych podniósł się z załamania, które nastąpiło w roku 2004. Niestety nie był on już tak otwarty i konkurencyjny jak w czasie „boomu komiksowego”. Działalność rozwijały już istniejące wydawnictwa. Każde z nich dostarczało ciekawych pozycji zarówno polskich, jak i zagranicznych autorów. Po 2005 r. działalność rozpoczęły nowe oficyny. Były to inicjatywy podejmowane

<sup>87</sup> Zob. Aktualności – *Fantasy Komiks*, <http://www.swiatkomiksu.pl/strona-glowna/aktualnosci/art,31,fantasy-komiks-.html> (dostęp: 25.03.2011); *Czasopisma/Komiksy dla dzieci – Komiksowe Hity*, [http://www.egmont.pl/pl/czasopisma/komiksy\\_dla\\_dzieci/art15.html](http://www.egmont.pl/pl/czasopisma/komiksy_dla_dzieci/art15.html) (dostęp: 25.03.2011); *Czasopisma wydawane przez Media Service Zawada*; *O magazynie Mix Komiks*, [http://www.xxlmedia.pl/index.php?id=mix\\_komiks](http://www.xxlmedia.pl/index.php?id=mix_komiks) (dostęp: 25.03.2011); „Maluchy” – badanie czytelnictwa wśród dzieci i młodzieży w wieku 4–14 lat, <http://www.mediadzieci.pl/raporty/analizy/rozne/art27,maluchy-badanie-czytelnictwa-wsrod-dzieci-i-mlodziezy-w-wieku-4-14-lat.html> (dostęp: 13.03.2011).

przez aktywnych działaczy (autorów i krytyków) ze środowiska komiksowego. Większość starała się odnaleźć własną niszę, dzięki czemu polski rynek komiksowy stał się bardziej różnorodny. W latach 2005–2010 ukazało się w Polsce około 2009 pozycji z tzw. rdzenia (wliczając publikacje niezależne) oraz 1349 numerów komiksowych czasopism dla dzieci i młodzieży.

Polscy edytorzy zdecydowali, że jedynym sposobem na bezpieczną inwestycję w historię obrazkowe z tzw. rdzenia jest publikowanie ich w niskich nakładach (z rzadka przekraczających 1000 egz.) i nadawanie im cech towaru luksusowego. Często powoduje to niepotrzebną maksymalizację ceny danego tytułu. Spora część miłośników komiksów takich jednak właśnie elitarnych produktów oczekuje. Wszak komiks jest w Polsce hobby podobnym do filatelistyki czy numizmatyki.

Według tabelarycznego zestawienia nr 9 najaktywniejszym komiksowym wydawcą w latach 2005–2010 był Egmont Polska. Do końca 2008 r. pokaźną liczbę publikacji dostarczyła także Mandragora. Na kolejnych miejscach plasują się oficyny mangowe: JPF, Waneko, Hanami, Studio JG i Kasen (ten wydawca zawiesił działalność w 2008 r.). W omawianym okresie aktywnie publikowały także Kultura Gniewu oraz Timof i cisi współpracownicy – oba wydawnictwa kojarzone z komiksem alternatywnym.

**Tabela 9. Najaktywniejsi wydawcy na polskim komiksowym rynku w latach 2005–2010**

Wydawca	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Axel Springer Polska	8	0	0	0	0	0
Egmont Polska	82 (177)	71 (177)	113 (262)	127 (286)	135 (334)	117 (312)
Hanami	0	0	2	12	16	14
J.P. Fantastica	34	17	27	28	37	27
Kasen	21	9	6	2	0	0
Kultura Gniewu	7	8	13	15	14	13
Mandragora	63	82	19	2	0	0
Manzoku	1	0	6	11	2	0
Media Service Zawada	(23)	(43)	6 (82)	8 (86)	18 (88)	13 (83)
Mucha Comics	0	0	3	8	3	7
Ongrys	0	0	0	0	10	7
Studio JG	0	2	15	19	16	12
Taurus Media	5	14	3	8	11	11
Timof i cisi współpracownicy	1	8	22	20	16	17
Waneko	26	22	23	14	10	16
XXL Grupa Medialna	(12)	(11)	(12)	(3)	0	0

Źródło: obliczenia własne na podstawie *Alei Komiksu*.



Wartości w nawiasach uwzględniają liczbę numerów czasopism dziecięcych i młodzieżowych, których 50% zawartości stanowiły komiksy, np. dwutygodnik *Kaczor Donald* (Egmont Polska), miesięcznik *Czarodziejki W.I.T.C.H.* (Egmont Polska), dwumiesięcznik *Tom & Jerry* (Egmont Polska), miesięcznik *Scooby-Doo!* (Media Service Zawada), miesięcznik *Cartoon Network Magazyn* (Media Service Zawada).

Trzeba też wspomnieć o problemach z dystrybucją. Dla niektórych małych oficyn zębna okazała się współpraca z Empikiem. Sieć ta bardzo często zalegała z płatnościami za sprzedany towar. W rezultacie część wydawców zbankrutowała. Pod koniec pierwszej dekady XXI w. większość niewielkich oficyn komiksowych zdecydowała się odsunąć od Empików i dystrybuować swoje komiksy jedynie w sklepach specjalistycznych oraz przez internet. Osobnym problemem są tzw. empikowi czytacze – osoby, które w tych sklepach czytają całe komiksy, ale rzadko je kupują, tłumacząc się przy tym wysoką ceną tego medium. Wydawcy porównują takie osoby do piratów komputerowych<sup>88</sup>.

W latach 2005–2010 doświadczaliśmy na polskim rynku częstych, nierzadko bezzasadnych, podwyżek cen komiksów. Zbyt wysokie ceny – rezultat podwyżki VAT-u na prasę i wprowadzenia tego podatku na książki – od 2011 r. stanowią poważną trudność w pozyskaniu nowych odbiorców komiksów i zachowaniu starych.

### *Podsumowanie*

Niewielki rozmiar komiksowej gałęzi przemysłu wydawniczego – zwłaszcza w porównaniu z innymi segmentami polskiego rynku mediów – powoduje naginanie jej w rynek księgarski bądź prasowy.

Polski rynek komiksowy, podobnie jak rynki innych mediów, przejawia tendencje do monopolizacji (próba dominacji wydawnictwa Egmont Polska), choć obecnie przyjmuje on raczej strukturę oligopolu niż czystego monopolu. Trzeba również zaznaczyć, że wyraźny jest podział na segmenty komiksów: euroamerykańskich – tzw. tradycyjnych, azjatyckich – mangę, oraz na komiksy dziecięce (ukazujące się głównie w formie czasopism). Polski rynek historii obrazkowych charakteryzuje także pluralizm światopoglądowy. Od ponad 20 lat rocznie wydawanych jest w Polsce zaledwie kilkaset komiksów. Niewielka liczba opowieści rysunkowych dostępnych na polskim rynku wynika przede wszystkim z małego – chociaż stałego – grona ich odbiorców.

<sup>88</sup> K. Wiśniewski: Czytanie komiksów w empiku to piractwo? Nowa opinia, *Gazeta.pl Warszawa*, [http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34889,8926481,Czytanie\\_komiksow\\_w\\_empiku\\_to\\_piractwo\\_Nowa\\_opinia.html](http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34889,8926481,Czytanie_komiksow_w_empiku_to_piractwo_Nowa_opinia.html) (dostęp: 20.03.2011); E. Serafin: Czytali komiksy przed Sejmem, bo nie chcą VAT-u, *Gazeta.pl Warszawa*, [http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,71286,8307106,Czytali\\_komiksy\\_przed\\_Sejmem\\_bo\\_nie\\_chca\\_VAT\\_u.html](http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,71286,8307106,Czytali_komiksy_przed_Sejmem_bo_nie_chca_VAT_u.html) (dostęp: 20.03.2011).

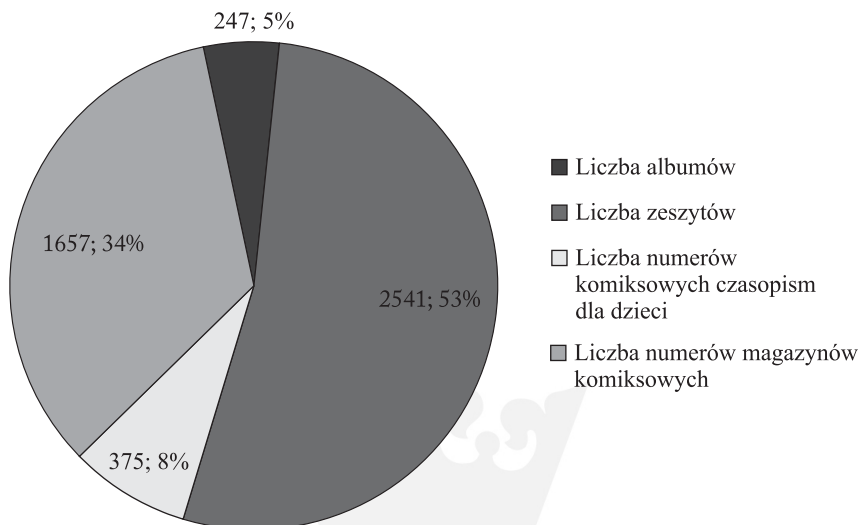
Zakończeniem niniejszego artykułu powinny być zbiorcze zestawienia tabelaryczne przedstawiające ilościową charakterystykę polskiego rynku komiksowego w latach 1989–2010. Ponieważ jednak niemożliwe jest ustalenia nawet przybliżonych ilości tytułów i pozycji komiksowych (zeszytów, albumów itd.) wydanych w Polsce między 1989 a 1999 r.<sup>89</sup>, podsumowująca artykuł tabela 10 zawiera jedynie dane z lat 2000–2010. Uzupełnieniem tabeli jest wykres 1, który przedstawia procentowy udział poszczególnych form publikacji komiksów we wspomnianym okresie.

**Tabela 10. Liczba komiksów wydanych w Polsce w latach 2000–2010**

Rok	Liczba albumów	Liczba zeszytów	Liczba numerów komiksowych czasopism dla dzieci	Liczba numerów magazynów komiksowych	Pozycji łącznie
2000	80	30	74	27	211
2001	133	41	80	32	286
2002	288	41	82	34	445
2003	382	34	74	32	522
2005	221	69	119	13	422
2006	230	44	147	14	435
2007	235	10	233	15	493
2008	330	17	247	23	617
2009	332	23	319	27	701
2010	310	66	284	30	690
RAZEM	2541	375	1657	247	4822

Źródło: tabela 3 i 8.

<sup>89</sup> Wpływ na to ma przede wszystkim ogromna liczba nierejestrowanych efemeryd komiksowych wydanych w tamtej dekadzie. Rzetelność nakazuje jednak wspomnieć, że BK PL sugeruje, że w latach 90. XX w. ukazało się w Polsce ok. 1100 pozycji komiksowych.

**Wykres 1. Procentowy udział poszczególnych form publikacji komiksów w latach 2000–2010**

Źródło: tabela 10.

Tabela 11 i wykres 2 podsumowują natomiast działalność najaktywniejszych polskich komiksowych wydawców między 2002 a 2010 r. Oba zestawienie uwzględniają pozycje z tzw. rdzenia oraz numery czasopism komiksowych dla najmłodszych.

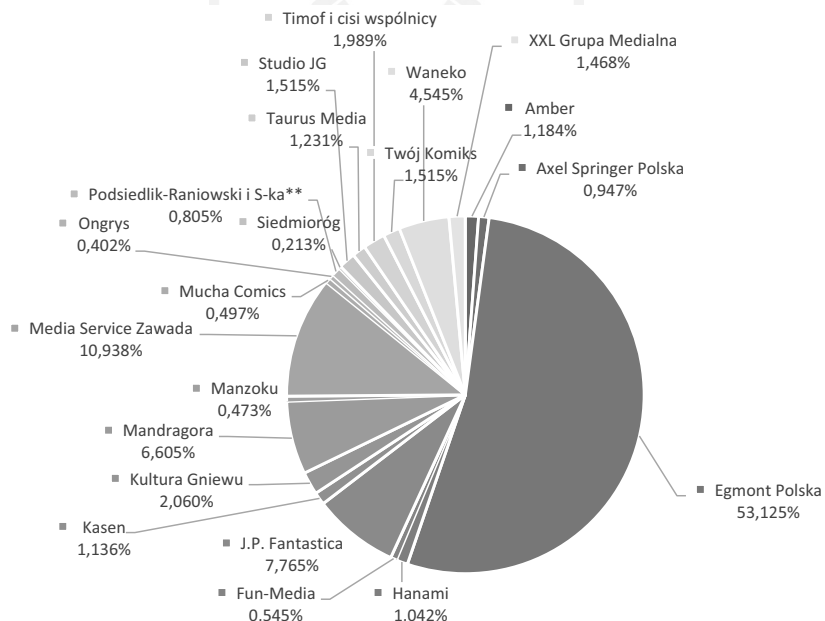
**Tabela 11. Najaktywniejsi polscy wydawcy komiksów w latach 2002–2010**

Wydawca	Liczba pozycji komiksowych (albumów, zeszytów, numerów czasopism itp.) w roku									RAZEM
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Amber	12	32	6	0	0	0	0	0	0	50
Axel Springer Polska	0	0	32	8	0	0	0	0	0	40
Egmont Polska	201	255	240	177	177	262	286	334	312	2244
Hanami	0	0	0	0	0	2	12	16	14	44
Fun-Media	7	16	0	0	0	0	0	0	0	23
JPF	48	55	55	34	17	27	28	37	27	328
Kasen	0	0	10	21	9	6	2	0	0	48
Kultura Gniewu	7	4	6	7	8	13	15	14	13	87
Mandragora	23	35	55	63	82	19	2	0	0	279

Manzoku	0	0	0	1	0	6	11	2	0	20
Media Service Zawada	0	2	12	23	43	88	94	106	96	464
Mucha Comics	0	0	0	0	0	3	8	3	7	21
Ongrys	0	0	0	0	0	0	0	10	7	17
Podsiedlik-Raniowski i S-ka	22	12	0	0	0	0	0	0	0	34
Siedmioróg	2	7	0	0	0	0	0	0	0	9
Studio JG	0	0	0	0	2	15	19	16	12	64
Taurus Media	0	0	0	5	14	3	8	11	11	52
Timof i cisi wspólnicy	0	0	0	1	8	22	20	16	17	84
Twój Komiks	26	33	5							64
Waneko	24	26	31	26	22	23	14	10	16	192
XXL Grupa Medialna	3	10	11	12	11	12	3	0	0	62

Źródło: tabela 4, 5 i 9.

**Wykres 2. Procentowy udział najaktywniejszych komiksowych wydawców w rynku historii obrazkowych w latach 2002–2010**



Źródło: tabela 11.

## STRESZCZENIE

**Polski rynek komiksowy w latach 1989–2010**

Tematem artykułu jest polski rynek komiksowy w latach 1989–2010. Autor starał się zarówno określić jego rozmiar, jak i przedstawić dynamikę rozwoju poszczególnych segmentów. Kluczowym wątkiem artykułu jest omówienie działalności komiksowych wydawców (np. Egmont Polska, Kultura Gniewu, Mandragora, JPF) oraz prezentacja najważniejszych tytułów, które ukazały się ich nakładem. W pracy uwzględniono prawie wszystkie przejawy komiksowej działalności wydawniczej, a więc albumy i zeszyty z europejskimi, amerykańskimi i azjatyckimi komiksami, magazyny komiksowe, czasopisma dla dzieci i młodzieży, których główną zawartość stanowią historie obrazkowe. Nie analizowano natomiast pasków komiksowych ukazujących się w gazetach i czasopismach. Wnioski przedstawione w artykule poparte są danymi liczbowymi. W opracowaniu zawarto także autorską definicję rynku komiksowego.

**Słowa kluczowe:** komiksy, manga, czasopisma dla dzieci i młodzieży, rynek wydawniczy



# **ANALIZA FASETOWA TEKSTÓW PRASOWYCH JAKO METODA REKONSTRUKCJI SPOSOBÓW PROFILOWANIA ZDARZEŃ GLOBALNYCH**

**(na przykładzie polskich i amerykańskich  
wiadomości dotyczących operacji  
„Świt Odysei” w Libii)<sup>1</sup>**

MICHAŁ WILCZEWSKI

Wydział Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Warszawskiego  
Instytut Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej

ABSTRACT

**Facet analysis of press texts as the method for reconstructing the ways of profiling global events (on the basis of the polish and american news on operation ‘Odyssey Dawn’ in Libya)**

The “text-reality” relation in the process of creating media reality was studied on the basis of the linguistic material excerpted from the press. The ways of profiling events and evaluating participants of these events made the object of our research. The textual profiling of the ‘Odyssey Dawn’ operation, by chosen Polish and American dailies, was discussed.

---

<sup>1</sup> W artykule tym w ogólnym zarysie przedstawiam wyniki badania empirycznego, opisanego w monografii mojego autorstwa pt.. „Sposoby profilowania konfliktów zbrojnych w wybranych polskich i amerykańskich tekstach prasowych (na przykładzie operacji „Odyssey Dawn” w Libii (w druku).

✉ Adres do korespondencji: Wydział Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Warszawskiego, Instytut Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej; ul. Szturmowa 4, 02-678 Warszawa; mwilczewski@interia.pl

*Gazeta Wyborcza* presented not only the role of the USA as a coalition leader, but also stressed the important role of France and Britain in the operation, additionally offering the Arab point of view. *Rzeczpospolita* presented a large number of negative opinions of the opponents of the operation.

The *Washington Post* showed a considerable interest in the role of the USA in the conflict and also in the reaction of the Arab world. On that basis, a polarization of participants emerged: the West world vs. the Arab world. In the *Washington Times* the main emphasis was put on the American viewpoint, and the standpoints of other coalition members appeared to be of marginal importance.

The quantitative axiological analysis of the participants of the event showed that the evaluating opinions were negative in majority. Conservative dailies focus on the negative aspects of participants whereas the liberal ones counterbalance them with positive opinions.

**Key words:** profiling of events, textual image of the world, textual axiologization of characters, conflict in Libya

Niniejszy artykuł dotyczy medialnego profilowania wydarzeń o zasięgu globalnym. Za obiekt rozważań posłużą doniesienia o operacji wojskowej „Świt Odysei”, która rozpoczęła się 19 marca 2011 r. w Libii, kiedy to siły powietrzne międzynarodowej koalicji (z USA na czele) wkroczyły pod mandatem ONZ do Libii, aby ustanowić „strefę zakazu lotów”. Wybór zdarzenia jest podyktowany jego globalnym zasięgiem i atrakcyjnością medialną (*news value*), dzięki której wiadomość o operacji trafiła na pierwsze strony większości gazet na świecie.

Na materiale prasowym zamierzamy przeprowadzić tzw. analizę fasetową, tj. eksplikację zabiegów językowych na dwóch poziomach: superstrukturalnym<sup>2</sup> (organizacji tekstu) oraz aksjologicznym. Zadaniem takiej analizy jest wykazanie, które elementy wiadomości prasowej są strategiczne w procesie profilowania zdarzeń, a także jak różniące się pod względem ideologicznym dzienniki polskie i amerykańskie kategoryzują i wartościują to samo zdarzenie.

Analizie poddaliśmy teksty prasowe, wyekscerpowane z poniedziałkowego wydania (21 marca 2011 r.) dzienników: *Gazeta Wyborcza* (*GW*), *Rzeczpospolita* (*Rz*), *The Washington Post* (*WP*) i *The Washington Times* (*WT*). Dobór dzienników jest motywowany odmiennym ideologicznym profilem poszczególnych gazet: *GW* i *WP* mieszczą się w profilu centroliberalnym, a *Rz* i *WT* mają charakter konserwatywny.

<sup>2</sup> Superstruktura, czyli struktura globalna, specyficzny rodzaj formy tekstu, którego przedmiot, tj. temat, makrostruktura, jest jego zawartością (T.A. van Dijk: *Discourse and Cognition in Society*, [w:] D. Crowley, D. Mitchell (red.): *Communication Theory Today*, Oxford 1993, s. 107–126, s. 189). Van Dijk stosuje termin „superstruktura” w celu odróżnienia kategorii ogólnych tekstu od jego zawartości semantycznej, zamiennie natomiast posługuje się pojęciem schematu (*schemata*) czy struktury schematycznej (*schematic structure*) (zob. T.A. van Dijk: *Structures of News in the Press*, [w:] tenże: *Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication*, Berlin 1985, s. 69, 84), które mają dużo szerszy zakres, jako że wywodzą się z psychologii i odnoszą się do organizacji wiedzy w pamięci („schemat” funkcjonuje też jako „skrypt” lub „frame/frejm”).

### *Podstawowe pojęcia: kategoryzacja i profilowanie*

Kategoryzacja jest procesem poznawczym zdającym sprawę z ludzkiego doświadczenia, gdyż jest to naturalny sposób rozpoznawania rodzaju rzeczy i doświadczenia przez uwypuklanie pewnych jego cech i pomijanie innych<sup>3</sup>, nadający mu (doświadczeniu) sens<sup>4</sup>, co umożliwia funkcjonowanie w społeczno-fizycznym świecie. Funkcjonowanie „zależy od możliwości ujmowania rzeczy, procesów, relacji społecznych oraz innych ludzi w różnorodne kategorie”<sup>5</sup> czy też – jak to określa Georges Kleiber – kategoryzacja jest to „operacja mentalna, która polega na stawianiu obok siebie «rzeczy» różnych; pojawia się we wszystkich działaniach naszego umysłu, w postrzeganiu, w mowie, także w czynnościach praktycznych”<sup>6</sup>. Funkcją natomiast języka jako systemu znaków jest magazynowanie skategoryzowanego doświadczenia i wiedzy o świecie.

Gestaltowa struktura kategorii składa się z profilu oraz bazy (*profile/base*), przy czym profilem jest wyodrębniona i uwydatniona część percepcji lub – ogólniej rzecz ujmując – doświadczenia, baza zaś to *nomen omen* podstawa pola percepcji, kontekst doświadczenia. Właśnie na jego tle zachodzi projekcja, w której ramach następuje kognitywny proces skupiania uwagi na pewnych cechach obiektu, a pomijania innych, czyli zachodzi zjawisko profilowania<sup>7</sup>.

Zgodnie z gramatyką kognitywną znaczenie zrównane jest z konceptualizacją<sup>8</sup>, tzn. przyjmuje się, że predykcja (semantyczna struktura wyrażenia językowego) otrzymuje swoje znaczenie przez nałożenie profilu na bazę, gdzie bazę stanowi kontekst wyrażenia, profil natomiast jest fragmentem bazy, który to wyrażenie konceptualnie desygnuje<sup>9</sup>. Dzieje się tak dlatego, gdyż samo wyrażenie, nieosadzone w żadnym kontekście, nieufundowane na żadnej bazie konceptualnej, nie może być zrozumiane *per se*<sup>10</sup>, ponieważ niezbędnym czynnikiem w odkodowaniu jego znaczenia jest relacja referencyjna. Bez kontekstu wyrażenia, bez

<sup>3</sup> G. Lakoff, M. Johnson: *Metaphors We Live By*, Chicago–London 2003, s. 162.

<sup>4</sup> G. Lakoff: *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*, Chicago–London 1987, s. xi.

<sup>5</sup> J.R. Taylor: *Gramatyka kognitywna*, Kraków 2007, s. 11.

<sup>6</sup> G. Kleiber: *Semantyka prototypu – kategorie i znaczenia leksykalne*, Kraków 2003, s. 13; por. P. Mecner: *Elementy gramatyki umysłu*, Kraków 2007, s. 49.

<sup>7</sup> Por. R.W. Langacker: *Foundations of Cognitive Grammar. I: Theoretical Prerequisites*. Stanford, CA 1987, s. 118; zob. też: G. Lakoff, M. Johnson: *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*, New York 1999, s. 31; R. Dirven, R.M. Frank i M. Pütz: *Introduction: Categories, Cognitive Models and Ideologies*, [w:] tychże: *Cognitive Models in Language and Thought: Ideology, Metaphors, and Meanings*, New York 2003, s. 1–21, s. 5.

<sup>8</sup> R.W. Langacker: *ju*.

<sup>9</sup> Por. J. Hilferty: *Through as a Means to Metaphor*, [w:] L. de Stadler, Ch. Eyrych (red.): *Issues in Cognitive Linguistics*. 1993. *Proceedings of the International Cognitive Linguistics Conference*, Berlin–New York 1999, 347–365, s. 348.

<sup>10</sup> R.W. Langacker: *Assessing the Cognitive Linguistic Enterprise*, [w:] T. Janssen, G. Redeker (red.): *Cognitive Linguistics, Foundations Scope, and Methodology*, New York 1999, s. 13–59, s. 27.



bazy nie jest możliwy efektywny opis semantyczny jednostek polisemicznych, wypowiedzi ironicznych czy najprostszych jednostek leksykalnych. Co więcej, zjawisko profilowania nadaje tekstom hierarchiczną strukturę linearną, u której podstawy leżą z kolei hierarchie kognitywne, semantyczne oraz pragmatyczne, im zaś większy kontrast pomiędzy profilem a bazą, tym wyraźniej profil jest postrzegany, czyli tym mocniejsze wyeksponowanie w tekście przedstawianych zdarzeń, fabuły<sup>11</sup>.

Badając język prasy, śmiało można przyjąć hipotezę, że kognitywny proces profilowania odgrywa ważką rolę w procesie komunikowania masowego. Znany badacz amerykański, Wilbur Schramm, jako jedną z podstawowych funkcji nadawcy w tym procesie wymienia – obok informowania, uczenia i sprawiania przyjemności – propagowanie<sup>12</sup>, a badania prasoznawcze dowodzą, że profilowanie może się stać strategią propagandy politycznej czy w ogóle – dyskursu perswazyjnego, którego prymarnym celem jest próba wpłynięcia za pomocą aktu komunikacji na czyjeś wierzenia, przekonania lub zachowania<sup>13</sup>.

### *Tekstowy obraz świata jako metoda rekonstrukcji medialnego profilowania zdarzeń*

Ponieważ przedmiotem naszego zainteresowania są sposoby kreowania informacji w prasie, a co za tym idzie, sposoby wyodrębniania profili określonego wycinka rzeczywistości (zdarzenia) z medialnego punktu widzenia atrakcyjnego i przez media narzucanego publiczności, konieczne jest w tym miejscu przedstawienie stosunku dwóch pojęć: tekstowego i językowego obrazu świata.

Sposobem ukazania tego stosunku jest wyjście od relacji tekst–język. Biorąc pod uwagę, że tekst stanowi reprezentację języka i posiada jakiś temat, czyli traktuje o pewnych fragmentach rzeczywistości, można przyjąć definicję, iż tekstowy obraz świata to tekstowa, lokalna realizacja – tegoż świata obrazu językowego.

Relevantną definicję TOS w odniesieniu do tekstów prasowych wypracował Wojciech Kajtoch, który za punkt wyjścia wyróżnienia poszczególnych tekstowych obrazów świata różnych czasopism przyjmuje specyficzne dla nich słownictwo (np. ekspresywne, profesjonalne) oraz leksykon wynikający z poruszanych przez nie tematów, i przyjmuje, że:

<sup>11</sup> W.U. Dressler: Marked and Unmarked Text Strategies within Semiotically Based Natural Textlinguistics, [w:] Sh. J.J. Hwang, W.R. Merrifield (red.): Language in Context. Essays for Robert E. Longacre, Dallas 1992, s. 5–18, s. 15 i nast.

<sup>12</sup> Za: J. Mikułowski-Pomorski, Z. Nęcki: Komunikowanie skuteczne?, Kraków 1982, s. 37.

<sup>13</sup> K.J. Hardin: Trying to Persuade: Speech Acts in the Persuasive Discourse of Intermediate Spanish Learners, [w:] A. McElhannon, G. Reesink (red.): A Mosaic of Languages and Cultures. Studies Celebrating the Career of Karl J. Franklin, Dallas 2010, s. 155–179, s. 155.

Tekstowy obraz świata (występujący na poziomie *parole*) jest swoistą, dokonaną w konkretnym tekście – lub w zespole tekstów – realizacją językowego obrazu świata (występującego na poziomie *langue*), a więc jest zbiorem prawidłowości wynikłych z preferowania w danym tekście lub zespole tekstów określonych konstrukcji fleksyjnych, słowotwórczych, składniowych, a przede wszystkim – określonego słownictwa. Tekstowy obraz świata wskazuje na dominujący w danym tekście (zespole tekstów) pogląd na temat istnienia i funkcjonowania poszczególnych składników świata, ich związków oraz wzajemnych proporcji, a więc na takie rozumienie organizacji świata, panujących w nim hierarchii i wartości, które jest preferowane przez nadawcę danego tekstu i akceptowane przez użytkowników tego tekstu<sup>14</sup>.

Zasadnicza różnica między pojęciami: językowy a tekstowy obraz świata polega na tym, że rekonstrukcja językowego obrazu świata, który – warto jeszcze raz podkreślić – jest fenomenem występującym na poziomie *langue*, służy odkryciu związków między językiem i procesami poznawczymi – jak np. kategoryzacja – przez analizę zakodowanych w danym języku norm, wiedzy, wartości czy sposobów wartościowania<sup>15</sup>. Celem rekonstrukcji tekstowego obrazu świata jest natomiast poznanie wiedzy i wartości wspólnych dla danej grupy społecznej w obrębie użytkowników jednego języka<sup>16</sup>.

Analizę tekstowego obrazu świata, traktowanego jako wariant językowego obrazu świata, można postrzegać w kategoriach metody umożliwiającej odtworzenie (na podstawie powtarzalnych związków wyrazowych używanych przez określoną grupę społeczną w danej sferze komunikacyjnej<sup>17</sup>) subiektywnego, podmiotowego sposobu widzenia rzeczywistości, które to widzenie zresztą zawiera się w prowadzonych w nurcie etnolingwistycznym badaniach nad językowym obrazem świata, postrzeganym przedmiotowo.

Wyekscerpowane z prasy teksty dotyczące „Świtu Odysei” sytuują się w dyskursie medialnym, rozumianym tu jako ciąg zdarzeń komunikacyjnych, mających na celu wymianę informacji między jednostkowym bądź instytucjonalnym nadawcą a szeroką publicznością, odbiorcą masowym. Jak pisze Teun van Dijk, pośrednia natura związku między dyskursem a społeczeństwem przejawia się w społecznych, politycznych i kulturowych reprodukcjach, a takie społeczne reprezentacje umysłowe, jak wierzenia, przekonania czy ideologie, służą użytkownikom języka za swego rodzaju „interfejs”<sup>18</sup> łączący poziom interakcji między indywidualnym nadawcą a tekstem ze społecznymi makrostrukturami. Zgodnie z tym poglądem można założyć, że treści przekazywane w tekście prasowym stanowią ów inter-

<sup>14</sup> W. Kajtoch: *Językowe obrazy świata i człowieka w prasie młodzieżowej i alternatywnej*, t. 1, Kraków 2008, s. 14–15.

<sup>15</sup> Por. J. Anusiewicz: *Problematyka językowego obrazu świata w poglądach niektórych językoznawców i filozofów niemieckich XX wieku*, [w:] J. Bartmiński (red.): *Językowy obraz świata*, Lublin 2004, s. 261–297, s. 261, 265.

<sup>16</sup> Por. A. Kiklewicz: *Język. Komunikacja*. Wiedza, Mińsk 2006, s. 334.

<sup>17</sup> Tamże.

<sup>18</sup> T.A. van Dijk: *Discourse and Cognition in Society*, jw., s. 5.

fejs światopoglądowy autora (czy ogólniej rzecz ujmując – reprezentanta danego rodzaju medium, np. redaktora, publicysty), wpływający na reprezentacje umysłowe odbiorcy. Założenie to koreluje z konsekwencjami, które pociąga za sobą określanie mediów jako „czwartej władzy”, czyli z faktem, że biorą one realny udział w kreowaniu rzeczywistości i tworzeniu specyficznego typu deklaratywów, tj. tzw. deklaratywów medialnych<sup>19</sup>.

Interakcyjny charakter dyskursu medialnego obok aspektu semantycznego ma także pragmatyczny, więc sam transfer danych odgrywa w dyskursie rolę wtórną, wydaje się natomiast, że dominantą jest jego celowość oraz illokucyjny charakter w odniesieniu do odbiorcy osadzonego w określonym kontekście społecznym. Skoro jednak dany tekst usytuowany jest w perspektywie świadomościowej, stanowiącej *locus communis* zarówno dla autora, jak i odbiorcy, to jego interpretacja uwalnia zakodowany w nim określony obraz świata, pewien wycinek rzeczywistości – widziany oczami nadawcy, a odtworzony przez odbiorcę<sup>20</sup>.

Na pragmatyczną determinację tekstowych obrazów świata zwraca uwagę Aleksander Kiklewicz, zgodnie z którego definicją tekstowy obraz świata opiera się na

[...] środowiskowo nacechowanych presupozycjach oraz konotacjach wyrażeń językowych (nie tylko ich znaczeń, ale także ich form). Presupozycje/konotacje wynikają z regularnych, w obrębie danej subkultury lub danego gatunku, syntagma-tycznych połączeń znaków językowych, czyli tzw. kolokacji tekstowych<sup>21</sup>.

W medialnym opisie zdarzeń określone zastosowanie tychże kolokacji może służyć albo poparciu danego stanu rzeczy, np. z ideologicznego czy aksjologicznego punktu widzenia, albo sprzeciwieniu się mu<sup>22</sup>. Innymi słowy język oferuje nadawcy pewnego rodzaju środki (np. standardowe i innowacyjne użycia języka), umożliwiające mu interpretację lingwistyczną jakiegoś wydarzenia, a zajęcie przez nadawcę danego stanowiska, wybór perspektywy, profilu w opisie rzeczywistości, stanowi „podstawowy mechanizm kreowania tekstowego”<sup>23</sup>.

### *Profilowanie „Świtu Odysei”*

Analiza artykułów na poziomie strukturalnym pozwoliła odtworzyć kategoryzację opisywanego przez nadawcę wydarzenia. W celu wyodrębnienia profili konfliktu wyszczególniliśmy kolejne sensy następujących po sobie akapitów tekstu,

<sup>19</sup> P. Nowak, R. Tokarski: Medialna wizja świata a kreatywność językowa, [w:] *c i ż* (red.): *Kreowanie światów w języku mediów*, Lublin 2007, s. 9–35, s. 12.

<sup>20</sup> T. Dobrzyńska: *Tekst*, [w:] J. Bartmiński (red.): *Współczesny język polski*, Lublin 2001, s. 293–314, s. 301.

<sup>21</sup> A. Kiklewicz: *jw.*, s. 337 i nast.

<sup>22</sup> M. Wilczewski: *Tekstowa rekonstrukcja opozycji liberalny – konserwatywny w prasie polskiej i amerykańskiej na przykładzie wiadomości relacjonujących problem sekularyzacji szkół*, *Zeszyty Prasoznawcze* 2010, nr 3–4, s. 145–160, s. 147.

<sup>23</sup> P. Nowak, R. Tokarski: *jw.*, s. 30.

wyłonione przez zastosowanie makroreguł zarządzających strukturą semantyczną tekstu, a mianowicie usunięcia, generalizacji i konstrukcji<sup>24</sup>. Dzięki temu stało się możliwe przyporządkowanie sensów do określonych kategorii/faset schematycznej struktury wiadomości prasowej. W rezultacie stworzono matrycę, na którą złożyły się m.in. takie kategorie, jak: sens globalny, nadtytuł, tytuł, podtytuł, lid, wydarzenie główne, tło, wydarzenia poprzedzające/następujące, konsekwencje, komentarz (por. tabela 1). Przyjeliśmy, że elementy strategiczne (tj. najistotniejsze dla ostatecznego odbioru sensów, jak elementy incipitowe i finalne oraz wydarzenie główne) będą stanowić profile prymarne, wynikające z formalnej budowy wiadomości prasowej.

**Tabela 1. Struktura przykładowego artykułu z *Rz***

Data, nr i str. publikacji	21.03.2011, nr 8882, s. A-001
Atrybucja	Katarzyna Zuchowicz
Tytuł	Wojna z Kaddafim
Podtytuł	Siły Zachodu wstrzymały atak wojsk libijskiego reżimu. Dyktator odgraża się, że Zachód tego pożałuje
Tło	W sobotni poranek rozpoczęła się interwencja zbrojna w Libii.
Wydarzenie główne	Francuskie samoloty ostrzeliwiają na przedmieściach Bengazi siły Kaddafiego. Amerykańskie okręty i brytyjska łódź podwodna wystrzelują w kierunku Libii ponad 120 rakiet Tomahawk.
Wydarzenia poprzedzające	Francja, Wielka Brytania, Włochy, USA i Kanada przystępują do koalicji przeciwko Kaddafiemu.
Wydarzenia następujące	Kaddafi w telewizyjnym wystąpieniu nazywa interwencję atakiem terrorystycznym i zapowiada śmierć wrogów.
Konsekwencje	Szef kolegium sztabów połączonych armii USA adm. Mullen ogłasza ustanowienie strefy zakazu lotów. Samoloty koalicji kontrolują całą przestrzeń powietrzną nad Libią.

Źródło: opracowanie własne.

Analiza fasetowa tekstów z *GW* pozwoliła wyodrębnić sześć tematycznych wątków konfliktu, na które złożyły się sensy globalne poszczególnych wiadomości:

- 1) przebieg operacji niszczenia obiektów wojskowych przez siły koalicji;
- 2) przebieg udanej ofensywy Francji, Wielkiej Brytanii i USA w Bengazi;
- 3) rola Baracka Obamy w ocaleniu Bengazi przed Kaddafim;
- 4) podzielone opinie koalicjantów co do celów interwencji oraz ich potencjalne znaczenie dla powodzenia misji;

<sup>24</sup> Zob. T.A. van Dijk: *Text and Context: Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*, London 1977.

- 5) zaangażowanie się państw europejskich w interwencję – z naciskiem na Polskę, Francję i Wielką Brytanię;
- 6) punkt widzenia Ligi Arabskiej na operację.

Powyższe wątki wskazują na zainteresowanie *GW* różnymi aspektami operacji. Czytelnikowi przybliży się opinie koalicjantów na temat interwencji. Co ważne, w przebiegu operacji eksponowana jest istotna rola takich członków międzynarodowej koalicji, jak Francja i Wielka Brytania, a nie wyłącznie Stanów Zjednoczonych jako lidera koalicji, a także punkt widzenia świata arabskiego, reprezentowanego przez Ligę Arabską.

*GW* nakreśla udział i rolę poszczególnych państw w wydarzeniach w Libii. Informuje o członkach koalicji: o USA, Francji, Wielkiej Brytanii, Kanadzie i Włoszech, a także o krajach, które zgłosiły chęć przyłączenia się: Belgii, Holandii, Danii, a z krajów arabskich – o Katarze. W przypadku czynnych uczestników główną uwagę *GW* skupia na Francji, Wielkiej Brytanii i USA, które przeprowadzają operację militarną w Bengazi i wzdłuż libijskiego wybrzeża. Dodatkowo podkreśla się szczególne zaangażowanie Francji i Wielkiej Brytanii, dzięki któremu działania zbrojne nabrały impetu. Nie bez znaczenia jest też zwrócenie uwagi na poparcie dla sił koalicji udzielane przez władze Kataru i Zjednoczonych Emiratów Arabskich, co do pewnego stopnia legitymizuje działania Zachodu w Libii (okazuje się, że również kraje arabskie je popierają).

Dużo uwagi *GW* poświęca krajom, które nie biorą udziału w operacji. Oprócz wskazania, że dwa mocarstwa – Rosja i Chiny – nie poparły rezolucji ONZ, dowiadujemy się, że Polska i Niemcy nie zaangażują się w interwencję, choć są gotowe nieść pomoc humanitarną cywilom. Niemcy wraz z Hiszpanią zapowiadają jednak, że choć ich wojska nie wezmą udziału w interwencji, to użyczą międzynarodowej koalicji swych lotnisk dla prowadzenia operacji nad Libią, więc w ich wypadku możemy mówić o udziale biernym.

Oprócz tego istotny dla redakcji jest punkt widzenia Polski, która nie przyłączyła się do działań w Libii – wydarzenie przybiera więc lokalny wymiar. Jest ono tak przedstawione, aby czytelnik uznał je za istotne dla siebie. Chodzi tu o takie konstruowanie sceny zdarzenia przez nadawcę, aby zarówno on, jak i odbiorca odczuli istotność komunikatu i niejako stali się składowymi tej sceny (jest to zjawisko „proksymizacji przestrzennej”). W przytoczonej argumentacji polskiego szefa rządu przeciw przyłączeniu się do działań na pierwszy plan wysuwany jest rozsądek, który w kontekście udziału polskich wojsk w Iraku i Afganistanie oraz wskazania na brak interesów w świecie arabskim jest argumentem przemawiającym przeciwko przyłączeniu się Polski do koalicji – które mogłoby być uznane za „nierozsądne”. Mamy tu zatem do czynienia ze swego rodzaju usprawiedliwieniem decyzji polskich władz.

W relacjach *Rz* również wyróżniliśmy sześć tematycznych wątków:

- 1) przebieg operacji ustanawiania strefy zakazu lotów przez siły koalicji;
- 2) punkt widzenia Rosji, Libii i państw arabskich na interwencję;
- 3) punkt widzenia Polski w sprawie Libii i opinie polityków oraz ekspertów na temat decyzji rządu o nieangażowaniu się militarnym w interwencję;

- 4) punkt widzenia Niemiec na operację i opinie niemieckich mediów na temat decyzji Bundestagu o nieangażowaniu się militarnym w interwencję;
- 5) próby przekonania przez Baracka Obamę międzynarodowej opinii publicznej o pomocniczej roli USA w operacji;
- 6) stanowisko Włoch w sprawie działań międzynarodowej koalicji w Libii.

Stosunkowo wiele wątków mówi o punktach widzenia krajów, które są przeciwnie interwencji, co świadczy, że kładzie się nacisk na opinie krytyczne. Poza pierwszym wątkiem, który zakreśla przebieg operacji, pozostałe przybliżają argumenty krajów, które albo nie zamierzają brać udziału w interwencji (Niemcy, Włochy), albo w ogóle nie poparły rezolucji ONZ (Rosja, Libia), albo częściowo poparły interwencję (Polska), albo wyrażają zaniepokojenie sposobem jej przeprowadzania, chociaż wcześniej deklarowały swoje poparcie (Liga Arabska).

W *Rz* w opisie libijskich wydarzeń podkreśla się udział sił amerykańskich i francuskich w operacji. W tle pozostają inni członkowie koalicji: Wielka Brytania, Włochy i Kanada. Na szczególną rolę Francji wskazuje wdzięczność mieszkańców Bengazi, wyrażana wiwatami na cześć Sarkozy'ego. Co do prezydenta USA, dziennik zwraca uwagę na jego próby przedstawienia konfliktu jako wojny prowadzonej właśnie przez Francję oraz przez Wielką Brytanię.

Krytyczne opinie pod adresem międzynarodowej koalicji są kierowane przez Libię, Ligę Arabską i Rosję, a odnoszą się do śmierci cywilów w czasie działań zbrojnych. Według Rosji koalicja nadużywa mandatu ONZ i stosuje siłę w sposób nieograniczony. Podobnie Liga Arabska, która początkowo poparła interwencję, wyraża swoje zaniepokojenie śmiercią cywilów, w związku z czym rozważa wycofanie poparcia.

Polska nie bierze udziału w działaniach zbrojnych w Libii, choć zapowiada pomoc humanitarną. Jej decyzja jest motywowana tym, że Libia nie stanowi zagrożenia ani dla niej, ani dla natowskiego bezpieczeństwa. Choć polska klasa polityczna pozytywnie odnosi się do stanowiska rządu, to *Rz* zwraca uwagę na to, że nieangażowanie się w sprawy Afryki Północnej może się w przyszłości negatywnie odbić na popieraniu Polski w jej polityce wschodniej. Skonstatowanie, że Polska postawiła się w jednym szeregu z Niemcami i Rosją, a nie z USA i Wielką Brytanią, świadczy o stereotypowym przedstawianiu polityki, w ramach którego Niemców i Rosjan traktuje się jako zagrożenie dla interesów naszego kraju.

Sporo miejsca *Rz* poświęca również samym Niemcom. Dowiadujemy się, że wstrzymały się od głosu w sprawie rezolucji ONZ, za co niemieckie media krytykują MSZ, a kraj stawiany jest w jednym szeregu z Rosją i Chinami. *Rz* przytacza krytyczne opinie prasy niemieckiej pod adresem Bundestagu; decyzja o nieangażowaniu się w interwencję interpretowana jest w nich jako opowiadanie się Niemiec po stronie dyktatora, a przeciwko Europie i USA.

Ogólnie rzecz ujmując, obserwujemy budowanie negatywnego wizerunku Niemiec na zasadzie opozycji: Niemcy (stawiane obok Rosji i Chin) vs. USA, Europa (tzn. głównie Francja i Wielka Brytania, dla których stanowisko Niemiec jest niezrozumiałe).

Ciekawym elementem sytuacji, jaki przedstawia Rz, jest punkt widzenia Włoch. Nawet jeśli kraj ten wchodzi w skład koalicji, to podkreślane jest jego negatywny stosunek do udziału w interwencji, szczególnie wyrażany przez włoskie media, według których konflikt z Libią może godzić w interesy gospodarcze kraju. Takie przedstawienie punktu widzenia Włoch wskazuje na skupianie się na negatywnych opiniach o operacji.

\* \* \*

W prasie amerykańskiej obraz interwencji jest względnie jednolity, o czym świadczy prawie dwa razy mniejsza liczba kreślonych tematycznych wątków wydarzenia. Na przykład dziennik *WP* skupił się na czterech:

- 1) przebieg operacji ustanawiania strefy zakazu lotów i dyskusja nad słusznością misji i jej celami;
- 2) rola USA w operacji;
- 3) arabski punkt widzenia na działania Zachodu w Libii;
- 4) reakcja zwolenników Kaddafiego na działania sił międzynarodowej koalicji w Trypolisie.

Wątki te pokazują duże zainteresowanie dziennika rolą Stanów Zjednoczonych w konflikcie, a także reakcją świata arabskiego na działania w Libii. Na tej podstawie tworzy się jasno zakreślona polaryzacja bohaterów wydarzenia, tj. świat zachodni (z USA na czele) vs. świat arabski.

W tekstach *WP* akcentuje się, że operacja jest realizacją rezolucji ONZ, a dzięki jej pierwszej fazie udało się ustanowić strefę zakazu lotów nad Libią oraz ustrzec Libijczyków przed katastrofą w Bengazi. Poza tym szeroko dyskutuje się cele i zakres misji. Z jednej strony administracja Obamy zapewnia, że Kaddafi nie jest celem, z drugiej – republikanie naciskają, aby go odizolować. Demokraci zapewniają, że interwencja jest ograniczona i skupia się na aspekcie humanitarnym. Mówią o planach szybkiego zrzeknięcia się odpowiedzialności i przywództwa na rzecz koalicjantów, a także podkreślają, że prezydent Obama zmniejszył niepokoje Amerykanów dzięki starannemu zaplanowaniu operacji i temu, że wkrótce przywództwo zostanie oddane Francji, Wielkiej Brytanii i krajom arabskim.

*WP* w zasadzie nie wskazuje wszystkich uczestników operacji, ale informuje, że do francuskich i brytyjskich patroli nad Libią przyłączają się siły powietrzne Danii, Kanady i Belgii, a Katar zadeklarował swoje uczestnictwo. O Włoszech w ogóle się nie wzmiankuje.

Co do opinii krytycznych o operacji, główny nacisk kładzie się na niezadowolone Ligi Arabskiej, której członkowie chcą zrewidować swoje poparcie dla misji, aby nie postrzegano ich jako zwolenników ostrego ataku na Libię. Swoistą formą legitymizacji działań międzynarodowej koalicji jest zaakcentowanie, że większość rządów arabskich nie wypowiada się publicznie na temat interwencji, że w czasie, gdy Liga Arabska popierała strefę zakazu lotów, jedynie Syria i Algieria się jej sprzeciwiły.

Poza tym *WP* pisze o sprzeciwie Iranu w sprawie interwencji (który, należy podkreślić, również nie akceptuje działań Kaddafiego) i o wstrzymaniu się Rosji i Chin od głosu nad rezolucją ONZ. Spośród krajów, które do misji podchodzą z rezerwą, wymienia Niemcy i Turcję.

W dzienniku *WT* wyodrębniliśmy trzy główne wątki tematyczne relacji:

- 1) przebieg operacji ustanawiania pod amerykańskim przywództwem strefy zakazu lotów;
- 2) punkt widzenia amerykańskich polityków na operację;
- 3) punkt widzenia Ligi Arabskiej na operację.

Obserwujemy tu podobieństwo do sposobu profilowania zdarzenia w *WP*, jako że główny nacisk kładzie się na przedstawienie amerykańskiego punktu widzenia na libijski konflikt, opinie pozostałych członków koalicji mają natomiast rolę zdecydowanie drugorzędą.

*WT* podaje, że większość sił użytych w pierwszych atakach pochodzi z amerykańskich baz rozmieszczonych w regionie. Są one wspierane przez lotnictwo brytyjskie i francuskie oraz siły kanadyjskie, włoskie i belgijskie. Wkrótce dołączy też do nich lotnictwo hiszpańskie, duńskie, a także cztery samoloty katarskie.

W dzienniku podkreśla się, że amerykańska administracja musi się lepiej komunikować z narodem i Kongresem w sprawie operacji i środków potrzebnych do jej przeprowadzenia. USA prowadzi już kosztowne wojny w Afganistanie i Iraku, co ma wpływ na debatę na Kapitolu o konflikcie libijskim. Ponieważ jeden z koalicjantów – Francja – ma odmienne od USA zdanie na temat celów operacji (zakłada odejście Kaddafiego), od Obamy oczekuje się jaśniejszego ich sformułowania.

Ogólnie rzecz ujmując, obserwujemy, że profilowanie wydarzenia przez *WT* – podobnie jak w przypadku *WP* – wpływa na obraz polaryzacji politycznej sceny, której głównymi składowymi są USA i Liga Arabska. Przedstawia się zatem czytelnikowi konflikt pomiędzy światem zachodnim a światem arabskim, a więc w sposób uproszczony. O roli państw europejskich w wydarzeniach w Libii jedynie się wzmiankuje.

### *Wartościowanie bohaterów jako składnik tekstowego obrazu „Świtu Odysei”*

Zgodnie z etnolingwistycznym ujęciem język nie jest odbiciem rzeczywistości, lecz jej interpretacją w umyśle jego użytkowników. U jej podstaw leży sposób kategoryzowania rzeczywistości, zjawisk i rzeczy, a takie ich cechy, jak percepcyjność, funkcjonalność i relacyjność, wyrażają stosunek, jaki ma człowiek do innych rzeczy i siebie samego. Te cechy pozwalają także poddawać rzeczywistość wartościowaniu<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> J. Bartmiński: Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata, [w:] *t e n z e* (red.): *Językowy obraz świata*, jw., s. 103–120, s. 105.



Dzięki interpretacyjnej funkcji języka<sup>26</sup> możliwe jest wyjaśnianie, interpretowanie systemów znakowych i rzeczywistości pozajęzykowej, a także docieranie do świata wartości będącego rdzeniem kultury, a zapisanego właśnie w języku<sup>27</sup>. Zawarte w języku struktury: gramatyczna i semantyczna, pozwalają jego użytkownikom interpretować poszczególne fragmenty rzeczywistości oraz docierać do zbioru sądów o nich wyrażanych i aksjologicznych norm zawartych w tych sądach. Społeczna świadomość funkcjonuje jako „filtr” wiedzy o rzeczywistości obiektywnej, przekształcający jej obraz zgodnie z wzorcami, potrzebami i wypracowanym przez społeczeństwo systemem wartości<sup>28</sup>.

Istotnym spostrzeżeniem Ryszarda Tokarskiego<sup>29</sup> jest wskazanie na możliwość dotarcia do zawartego w języku systemu wartości oraz sposobów widzenia fragmentów rzeczywistości pozajęzykowej. Jako że obraz świata utrwalaony w języku to obraz naiwny, potoczny, uwzględniający poza obiektywnymi własnościami rzeczywistości również uwarunkowania kulturowe, determinujące zarówno myślenie danej społeczności, jak i wartościowanie przez nią rzeczywistości pozajęzykowej, rekonstrukcja językowego czy tekstowego obrazu świata odślania właśnie hierarchizację wartości, stanowi swego rodzaju *modus inveniendi* realizacji tego celu.

Zgodnie z założeniem, że profilowanie rzeczywistości pozajęzykowej, które znajduje swoje ujście w języku, opiera się na przyjętej przez określoną społeczność aksjologizacji, przeanalizowanie sposobów wartościowania bohaterów tekstowych okazało się nieodzowną procedurą w eksplikacji tekstowego obrazu opisywanego wydarzenia.

Jednym z zadań analizy materiału źródłowego pod względem jakościowym i ilościowym było sprawdzenie, jak rozkłada się wartościowanie aktorów wydarzenia. Ze względu na to, że aksjologizacja bohaterów daje nam wgląd w nastawienie nadawcy do nich, nakreślony ich obraz ukazuje sposób postrzegania uczestników operacji „Świt Odysei” przez poszczególne dzienniki. Zmierzenie natomiast natężenia ocen poszczególnych postaci wskazuje na istotny aspekt procesu profilowania, jakim jest skupianie się na najważniejszych obiektach w polu widzenia obserwatora (tu: na aktorach wydarzenia najistotniejszych z punktu widzenia danej redakcji).

---

<sup>26</sup> Interpretacyjna funkcja języka polega na ustosunkowaniu się podmiotu do wypowiedzi, ale też do referentów w rzeczywistości pozajęzykowej. Ma to wpływ na różne interpretowanie określonych wypowiedzi przez różne podmioty oraz odmienne ujmowanie rzeczywistości, co z kolei znajduje wyraz np. w kilku nominacjach jednego zjawiska czy obiektu w rzeczywistości.

<sup>27</sup> Por. J. Bartmiński: Język w kontekście kultury, [w:] tenże (red.): Współczesny język polski, jw., s. 13–22, s. 21.

<sup>28</sup> J. Bartmiński, J. Panasiuk: Stereotypy językowe, [w:] J. Bartmiński (red.): Współczesny język polski, jw., s. 371–395, s. 394.

<sup>29</sup> R. Tokarski: Językowy obraz świata w metaforach potocznych, [w:] J. Bartmiński (red.): Językowy obraz świata, jw., s. 65–81, s. 81.

W zakresie aspektu ilościowego w analizowanych tu tekstach najczęściej przypadków wartościowania<sup>30</sup> odnotowano w *GW*, bo aż 64; dla porównania: w *WT* pojawia się 45 ocen, a w *Rz* i *WP* – 35 ocen. Należy przy tym zaznaczyć, że materiał tekstowy z *Rz* jest objętościowo niemalże dwukrotnie mniejszy niż ten z *GW* (przypomnijmy, że dla *GW* jest to 4976 wyrazów, dla *Rz* – 2419, *WP* – 4953, *WT* – 3608<sup>31</sup>), więc możemy *de facto* mówić o zbliżonym natężeniu aksjologizacji bohaterów w obu dziennikach polskich. W zestawieniu zaś z dziennikami amerykańskimi w *GW* i *Rz* obserwujemy większe zaksjologizowanie uczestników wydarzenia, co może świadczyć o spotęgowanym działaniu funkcji aksjologicznej przekazów prasowych (A. Kiklewicz mówi o „modalności aksjologicznej”, która w specyficznych dyskursach – przede wszystkim w dyskursie politycznym – jest obligatoryjną dominantą, podporządkowującą inne cechy semantyczne wyrażen językowych)<sup>32</sup>.

**Tabela 2. Aksjologizacja bohaterów w *GW* i *Rz***

Bohater	Aksjologizacja		Razem
	Pozytywna	Negatywna	
Oceniony w obu dziennikach			
	<i>GW/Rz</i>	<i>GW/Rz</i>	<i>GW/Rz</i>
Muammar Kaddafi	1/1	26/7	27/8
Międzynarodowa koalicja	4/0	3/1	7/1
Obama wraz z administracją	4/1	2/1	6/2
Zachód	2/1	2/6	4/7
Buntownicy libijscy	1/0	2/1	3/1
Francja	1/0	1/1	2/1
Polska	2/2	0/3	2/5
Oceniony tylko w <i>GW</i>			
Nicolas Sarkozy	4	0	4
Liga Arabska	1	2	3
Brytyjska królowa	1	0	1
Hiszpania	0	1	1
Organizacja Konferencji Islamskiej	1	0	1

<sup>30</sup> Mam tu na myśli przypadki wartościowania bezpośredniego, wyrazistego, prototypowego, co do których trudno założyć, że kontekst pozatekstowy ma wpływ na określoną wartość aksjologiczną bohaterów tekstowych czy ich działań.

<sup>31</sup> Materiał źródłowy obejmuje wiadomości prasowe z 21 marca 2011 r. Zanalizowano 6 wiadomości prasowych z *GW*, 6 z *Rz*, 4 z *WP* i 3 z *WT*, w których bezpośrednio aksjologizacji poddano 23 bohaterów wydarzenia.

<sup>32</sup> Zob. A. Kiklewicz: Podstawy składni funkcjonalnej, Olsztyn 2004, s. 186; tenże: Modalność aksjologiczna w tekście artystycznym (na przykładzie wartościowania osób w powieści Barbary Kosmowskiej „Teren prywatny”, *Poradnik Językowy* 2008, nr 6(655), s. 14–30, s. 15.

Libijczycy (zwolennicy Kaddafiego)	0	1	1
Dziennikarze	1	0	1
Nelson Mandela	1	0	1
Oceniony tylko w Rz			
Niemcy	3	5	8
Włochy	0	2	2
USA	0	1	1
Razem	<i>GW/Rz</i>	<i>GW/Rz</i>	<i>GW/Rz</i>
	24/8	40/28	64/36

Źródło: opracowanie własne.

**Tabela 3. Aksjologizacja bohaterów w WP and WT**

Bohater	Aksjologizacja		Razem
	Pozytywna	Negatywna	
Oceniony w obu dziennikach			
	<i>WP/WT</i>	<i>WP/WT</i>	<i>WP/WT</i>
Muammar Kaddafi	0/0	10/15	10/15
Międzynarodowa koalicja	5/5	2/5	7/10
Obama wraz z administracją	2/1	4/11	6/12
Liga Arabska	3/1	0/2	3/3
Oceniony tylko w WP			
Zachód	0	4	4
Stany Zjednoczone	1	1	2
Przywódcy arabscy	0	1	1
Katar	1	0	1
Media libijskie	0	1	1
Oceniony tylko w WT			
Turcja i kraje arabskie	0	2	2
Amr Musa (sekretarz generalny Ligii Arabskiej)	0	2	2
Buntownicy libijscy	1	0	1
Razem	<i>WP/WT</i>	<i>WP/WT</i>	<i>WP/WT</i>
	12/8	23/37	35/45

Źródło: opracowanie własne.

Ilościowa analiza wartościowania bohaterów w tekstach (zob. tabele 2 i 3) ujawniła kilka prawidłowości.

Po pierwsze obserwujemy, że większość ocen ma charakter negatywny. Stosunek ocen pozytywnych do negatywnych w poszczególnych dziennikach przed-

stawia się następująco: *GW* +24/-40 (+37,5%/-62,5%), *Rz* +8/-28 (+22,22%/-77,77%), *WP* +12/-23 (+34,28%/-65,71%), *WT* +8/-37 (+17,77%/-82,22%).

Wyniki te pokazują, że w przypadku konkretnego wydarzenia, jakim jest operacja wojskowa, dzienniki powszechnie uważane za konserwatywne zasadniczo skupiają się na negatywnych cechach uczestników tego wydarzenia. Dzienniki liberalne natomiast, chociaż również ukazują więcej pejoratywnych cech bohaterów, względnie równoważą ich obraz cechami pozytywnymi. Znamienne jest pod tym względem podobieństwo stosunku ocen pozytywnych do negatywnych w *GW* i *WP* oraz *Rz* i *WT*.

Naturalnie taki wniosek ze względu na obszar pomiaru oraz specyfikę wydarzenia traktujemy jako relewantny głównie w przypadku niniejszej analizy, ale może on wskazać kierunek ilościowych badań nad aksjologizacją aktorów wydarzeń w dyskursie liberalnym i konserwatywnym. Gdyby ów sposób postrzegania postaci potwierdził się na szerszym materiale, znaczyłoby to, że w dyskursie konserwatywnym mamy do czynienia z tendencją do piętnowania, uwypuklania cech negatywnych i pomijania tych pozytywnych.

Po drugie, najczęściej wartościowanym bohaterem jest pułkownik Muammar Kaddafi. Oprócz dwóch wypadków oceny pozytywnej (jednym w *GW* i jednym w *Rz*) odnoszące się do niego pozostałe sądy stawiają go w złym świetle. Stosunek wszystkich przypadków aksjologizacji Kaddafiego do całkowitej liczby ocen tekstowych bohaterów, to: w *GW* 27/64 (42,18%), *Rz* 8/36 (22,22%), *WP* 10/35 (28,57%), *WT* 15/45 (33,33%). Rozkład ocen pokazuje podobny poziom zainteresowania Kaddafim w obu dziennikach amerykańskich, podczas gdy w *GW* jest on prawie dwa razy większy niż w *Rz*.

Rozbieżność tę da się wyjaśnić, gdy zwrócimy uwagę na sposób wartościowania pozostałych bohaterów. Otóż ogólnie można podzielić aktorów zdarzenia na dwie grupy: Kaddafi (i jego zwolennicy) vs. jego wrogowie (tzn. ci, którzy zawiązali koalicję przeciwko niemu albo wyrażają do niego niechęć, tj. głównie Zachód, a także część świata arabskiego, która poparła rezolucję w sprawie ustanowienia strefy zakazu lotów nad Libią). Co do grupy przeciwników Kaddafiego (o wartościowaniu samego Kaddafiego wspomnieliśmy wyżej), to *GW* w zasadzie wartościuje ją w większości pozytywnie (mowa tu m.in. o USA, Francji, Wielkiej Brytanii i Polsce). Szczególnie są jednak przypadki Polski i Hiszpanii. Polska nie przyłączyła się do interwencji, ale zapowiedziała gotowość niesienia pomocy libijskim cywilom. Hiszpania również nie przyłączyła się do działań zbrojnych, lecz zadeklarowała, że użyży swych lotnisk siłom międzynarodowej koalicji. I oto Hiszpania jest oceniana negatywnie (*GW* przypomina o wycofaniu się „w panice” Hiszpanii z Iraku), Polskę wartościuje się pozytywnie.

W *Rz* z kolei wszyscy aktorzy wydarzenia, bez względu na to, do której grupy byśmy ich nie zaliczyli (do pierwszej należy tylko Kaddafi, do drugiej natomiast – m.in. USA, Francja, Niemcy, Polska, Włochy czy libijscy rebelianci), są w większości aksjologizowani negatywnie, co wiążemy z konserwatywnym dyskursem tego dziennika, o czym była mowa wyżej.

\* \* \*

W dziennikach amerykańskich Muammar Kaddafi jest postrzegany całkowicie negatywnie i jest najczęściej poddawany aksjologizacji bohaterem, aż ok. 30% wszystkich ocen przypada właśnie na niego. W przypadku wartościowania pozostałych bohaterów zaobserwowano zarówno znaczne podobieństwa, jak i rozbieżności. Na przykład w obu dziennikach ocena międzynarodowej koalicji (w *WT* metonimicznie określanej też jako Zachód) jest neutralna. Oprócz wskazywania pozytywnych cech jej działań (np. chęci obrony libijskich cywilów przed atakami sił pułkownika) przytacza się także wiele zarzutów kierowanych pod jej adresem przez sekretarza generalnego Ligii Arabskiej i syna Kaddafiego.

Chociaż w gazetach polskich również odnotowano pejoratywne oceny koalicji, to zasadniczo odnosiły się one do chaotycznego charakteru jej działań oraz niespójnego stanowiska poszczególnych członków, a nie do zasadności podejmowanych kroków. W *WP* i *WT* natomiast przedstawiono punkty widzenia świata arabskiego, co w sumie złożyło się na ambiwalentny stosunek do koalicji i świadczy o pełniejszym obrazie wydarzenia zaprezentowanym amerykańskiemu czytelnikowi. Zresztą *WP* stawia Ligę Arabską w dobrym świetle (w odróżnieniu od *WT*, gdzie organizacja jest postrzegana raczej negatywnie), trzykrotnie przytaczając jej zapewnienia o działaniach w trosce o dobro Libijczyków, czego nie odnotowano w polskich dziennikach.

Zaskakujący jest sposób oceny prezydenta Stanów Zjednoczonych. Otóż okazuje się, że w obu amerykańskich dziennikach Barack Obama (wraz ze swoją administracją) jest postrzegany negatywnie i plasuje się na drugiej pozycji w rankingu niepopularnych bohaterów (zaraz po Kaddafim). Trzeba jednak dodać, że podczas gdy stosunek ocen pozytywnych do negatywnych w *WP* wynosi w przypadku Obamy +2/-4, to w *WT* jest to +1/-11. Tak krytyczną aksjologizację w ostatnim dzienniku można tłumaczyć jego ideologicznym profilem. *WT* przytacza większość opinii republikanów na temat działań prezydenta, a jak wiadomo – są oni jego politycznymi przeciwnikami. Z kolei fakt, że *WP* również w przypadku ocen negatywnych posiłkuje się zarzutami republikanów pod adresem Obamy, świadczy o większym zobiektywizowaniu przekazów poświęconych tym konkretnym działaniom amerykańskiej administracji.

### *Problemy języka*

Innym zagadnieniem są środki językowe wykorzystywane w tekstach w celu takiego nakreślenia sylwetek bohaterów zdarzenia, aby legitymizować bądź też delegitymizować ich działania, a sam dyskurs podtrzymywać. W spektrum naszego zainteresowania leżały sądy wartościujące tekstowych bohaterów, gdyż to one przede wszystkim wpływają na końcową recepcję sensów przez odbiorcę. Wyodróżniono osiem ogólnych mechanizmów, podstawowych w kreowaniu tekstowe-

go obrazu aktorów (poniższe przykłady pochodzą z tekstów *GW*; zob. Materiały źródłowe); w ramach takiej kreacji można wykorzystać:

- 1) sąd propozycjonalny: *Nelson Mandela cieszy się szacunkiem na Zachodzie; może być mediatorem w sprawie Libii*;
- 2) leksykę: *Kaddafi to dyktator, reżim, tyran; zawzięcie (atakuje), bezczelnie kłamie, grozi swojemu narodowi, nie ma dla niego litości, atakuje i morduje jego niewinnych członków; jego żołnierze to bojownicy, reżimowi snajperzy, najemnicy, mordercy*;
- 3) emocjonalizm: *Sarkozy!, Je t'aime Sarkozy!, I love Sarkozy!*;
- 4) metaforę: *Kaddafi to wściekły pies Bliskiego Wschodu*;
- 5) wyrażenie idiomatyczne: *Sarkozy mógł zagrać pierwsze skrzypce*;
- 6) komparatyw: *Kaddafi przypomina Saddama Husajna*;
- 7) implikację: *Barack Obama jest: bierny, ociąga się z pomocą militarną dla powstania*;
- 8) presupozycję: *Barack Obama ocalił Bengazi* (to znaczy, że Bengazi było zagrożone przez siły Kaddafiego).

Mechanizmy te określiliśmy jako „ogólne”, bo mogą być realizowane przez rozmaite strategie językowe na poziomie struktury tekstu (np. przez różne typy relacji endoforycznych<sup>33</sup>).

Okazuje się, że wszystkie dzienniki najchętniej korzystają z implikacji, a także z aksjologizacji przez leksykę, co świadczy o perswazyjnym charakterze omawianego dyskursu prasowego. Trzeba jednakże odnotować, że wartościowanie przez leksykę przeważnie służy deprecjonowaniu albo postaci Muammara Kaddafiego, albo Zachodu. W pierwszym wypadku autorzy artykułów swobodnie (tzn. nie tylko przytaczają opinie, lecz sami posługują się leksyką wartościującą) operują negatywnymi określeniami pułkownika (np. *dyktator, tyran*), jego sił (*najemnicy, mordercy*) i rządów w Libii (*reżim*); ukazywanie zaś Zachodu w złym świetle za

<sup>33</sup> Związki endoforyczne to ciągi wyrażen spójnościowych tekstu, tworzące formy, które nie podlegają interpretacji *per se* w sensie semantycznym, lecz ich odczytanie wymaga odniesień do innych fragmentów tekstu. W obrębie związków endoforycznych można wyróżnić relacje anaforyczne, tzn. takie, gdzie interpretacja fragmentu tekstu wymaga od czytelnika (odbiorcy komunikatu) cofnięcia się do wcześniejszych partii tekstu, a także relacje kataforyczne, których odczytanie jest możliwe przez odwołanie się do dalszych części tekstu. Wyrażenia anaforyczne są przykładem narzędzi maksymalizacji (na poziomie strukturalnym, międzyzdaniowym tekstu) natężenia transferu znaczeń, sensów, przebiegającego od nadawcy do odbiorcy komunikatu (A.W.F. H u g g i n s, M.J. A d d a m s: *Syntactic Aspects of Reading Comprehension*, [w:] R.J. S p i r o, B.C. B r u c e i W.F. B r e w e r (red.): *Theoretical Issues in Reading Comprehension: Perspectives from Cognitive Psychology, Linguistics, Artificial Intelligence, and Education*, Hillsdale, NJ 1980, s. 87–112, s. 87). W literaturze przedmiotu relacje te bywają traktowane jako fragment większej kategorii, a mianowicie tej części deiksy tekstowej (*textual deixis*) albo deiksy dyskursu (Ch. F i l l m o r e: *Toward a Theory of Deixis*, *University of Hawaii Working Papers in Linguistics* 3, 1971, s. 219–242), albo po prostu referencji (R.D. B r e c h t: *Deixis in Embedded Structures*, *Foundations of Language* 1974, 11, s. 489–518), lecz także koreferencji (M.A.K. H a l l i d a y, R. H a s a n: *Cohesion in English*, London 1976), która odnosi się do wewnętrznej struktury tekstu (bądź innych realizacji dyskursywnych) i wiąże jej poszczególne elementy (np. przez wyrażenia typu: *w poprzednim/następnym rozdziale omówimy...*).

pomocą leksyki odbywa się głównie przez cytowanie wypowiedzi Kaddafiego bądź jego syna. Taki stan rzeczy wskazuje na pewną tendencję, a mianowicie na to, że w polskich i amerykańskich dziennikach postać pułkownika jest potępiana w sposób jawny (tak więc jest jawnie delegitymizowana), wszelkie zaś negatywne opinie dotyczące sił koalicyjnych są wyrażane pośrednio, niejawnie.

### *Wnioski*

Tekstowe obrazy wydarzeń nie są tworamii homogenicznymi, o jasno wytyczonych granicach, lecz mogą się przenikać – i to różnorodnie, w zależności od rozpatrywanego poziomu. Na przykład biorąc pod uwagę fakt, że najczęstszym kryterium demarkacyjnym skłaniającym czytelnika do sięgania po tę a nie inną gazetę jest jej profil, światopogląd reprezentowany przez jej redakcję, dziennikarzy, a podzielany przez czytelnika – można przyjąć *a priori*, że fakty, ludzie czy wydarzenia będą w danym dzienniku opisywane i komentowane zgodnie z ideologiczną linią gazety. Pragmatyczne aspekty komunikacji zachodzącej między dziennikarzem a odbiorcą, chęć inkorporacji przez dziennikarza określonych poglądów do tekstu i – jednocześnie – podświadome oczekiwania odbiorcy co do ideologicznego kształtu uzyskiwanej informacji niejako same narzucają tryb kreowania tekstowego obrazu wydarzeń.

Chodzi tu przede wszystkim o rolę perspektywy poznawczej prezentowanej przez odbiorcę informacji, o rolę sposobu, w jaki widzi, rozumie świat. Otóż w świetle pragmatyki kulturowej przyjmuje się, że ta perspektywa nie musi odpowiadać obiektywnemu obrazowi rzeczywistości, gdyż takie czynniki, jak egocentryzm czy antropocentryzm (innymi słowy, „społeczno-psychologiczna” cecha funkcjonalno-pragmatycznej wizji obiektu lingwistycznego, jakim jest tekst<sup>34</sup>) wpływają na jej określoną, unikalną konceptualizację i kategoryzację<sup>35</sup>.

Okazuje się, że tekstowa analiza wiadomości prasowych umożliwia wgląd w strukturę tekstu i wyekscerpowanie zarówno jawnych, jak i ukrytych strategii wykorzystywanych przez nadawcę w dwóch celach:

- po pierwsze, by przekazać informację na dany temat w taki sposób, by mieściła się ona w profilu redakcji;
- po drugie, aby zaprezentować odbiorcy „wyprofilowaną” informację (bądź ją podtrzymać lub wzmocnić) w taki sposób, by wszelkie wartości, normy jej towarzyszące zostały inkorporowane do systemu wartości (światopoglądu) odbiorcy i następnie mogły być reproduktowane w dyskursie.

<sup>34</sup> Zob. O. Leszczak: Ontologia antropologiczna funkcjonalizmu pragmatycznego: doświadczenie językowe – działalność językowa – dyskurs – język – mowa – wydarzenie mowne – działalność mowna – tekst, [w:] A. Kikiewicz, J. Dębowski (red.): Język poza granicami języka. Teoria i metodologia współczesnych nauk o języku, Olsztyn 2008, s. 453–463, s. 455–456.

<sup>35</sup> Zob. E. Pachocińska: Problemy współczesnej pragmatyki, [w:] A. Kikiewicz, J. Dębowski (red.): Język poza granicami języka..., jw., s. 101–116, s. 104.

Już sama tak ukształtowana informacja służy jako narzędzie przekazywania obrazu świata widzianego oczami nadawcy, a odczytywanego i przyswajanego poprzez mechanizmy dyskursywne.

Analiza artykułów prasowych pozwoliła nam również wyciągnąć kilka wniosków natury ogólnej. Po pierwsze, jeżeli sensy poszczególnych kategorii nie korespondują z sobą, przejrzystość profilu zostaje zaburzona, co ujemnie wpływa na ostateczną jego recepcję, a nawet może go zakwestionować. W takim wypadku mamy do czynienia z jawną perswazją, gdyż co innego jest postulowane w elementach superstruktury tekstu (nadtytuł, nagłówek, lid itp.), a co innego jawi się jako jego sens globalny. Po drugie, rodzaj wartościowania bohaterów wydarzenia kreuje ich wizerunek w oczach odbiorcy, ale również może być przejawem chęci uatrakcyjnienia wiadomości prasowej przez nadawcę. Na przykład w analizowanym materiale odnotowuje się przeważającą liczbę ocen negatywnych (w przypadku wartościowania bohaterów), co wpisuje się w zasadę *bad news is good news*. Po trzecie, wartościowanie bohaterów wydarzenia przedstawia stosunek nadawcy do nich, ale również pośrednio do opisywanego wydarzenia, jako że jest ono ich udziałem. Tak więc można wnioskować, że o doborze sposobu profilowania zdarzenia decyduje emocjonalna, światopoglądowa czy też ideologiczna postawa nadawcy, jaką prezentuje on względem konkretnych bohaterów. Kreowanie pozytywnego wizerunku postaci przekłada się na pozytywny obraz wydarzeń, w których uczestniczą, przez wizerunek negatywny natomiast – albo deprecjonuje się ich rolę w wydarzeniu (jak w wypadku sekretarza Ligii Arabskiej, którego negatywne opinie na temat interwencji *WT* postrzega jako prywatne i nie utożsamia ich ze stanowiskiem organizacji), albo wręcz legitymizuje się określone działania przeciwko nim (prawie 1/3 wszystkich sądów wartościujących przypada na Kaddafiego, który jest oceniany negatywnie, co potwierdza słuszność działań Zachodu przeciwko jego rządowi w oczach odbiorcy). Na koniec – tekstowe wartościowanie bohaterów ma dwojaki charakter: może być jawne lub ukryte. Jawna aksjologizacja odbywa się przez zastosowanie leksyki nacechowanej emocjonalnie oraz eksplicytnie wyrażane sądy (propozycjonalne), ukryta natomiast – przez wszelkiego rodzaju relacje tekstowe, których wynikiem są implikacje i presupozycje. Wszystkie one składają się na obraz postaci widziany oczami nadawcy, a będący nieodłączną składową zdarzenia i wpływający na sam proces profilowania.

Jeśli nadawca chce się skupić na pewnych aspektach zdarzenia i poddać je ocenie, to nie musi tego robić bezpośrednio, jawnie, lecz może się ograniczyć do aksjologicznej prezentacji bohaterów i ich działań, przez co pośrednio odbiorca może sam to wydarzenie ocenić (co jeszcze bardziej wzmacnia realizację intencji nadawcy). I tak na przykład w przeanalizowanych tekstach obydwu dzienników został nakreślony profil, w którym rozważana jest rola USA w operacji. Zarówno autorzy z *WP*, jak i *WT* skupiają się na negatywnym przekazie związanym z prezydentem Obamą. Nie krytykują, nie podważają samych działań USA w Libii, które przecież z założenia mają służyć libijskiemu narodowi, lecz przedstawiają



w złym świetle Baracka Obamę, co pośrednio wyraża dezaprobatę, niezadowolenie z udziału Amerykanów w misji.

W rezultacie bez jasnego wyrażania poglądu na temat wydarzenia można wpływać na odbiorcę – tak, aby sam wyrobił sobie zdanie zgodnie z przedstawioną mu oceną uczestników tegoż wydarzenia.

### *Materiały źródłowe*

- T. Bielecki: Liga Państw Arabskich: Nie o taką interwencję nam chodziło, *Gazeta Wyborcza*, 21.03.2011, nr 66, s. 4.
- E. Cody: Arab group decries West's broad air campaign in Libya, *The Washington Post*, 21.03.2011, s. A13.
- K. Deyoung, P. Finn: The U.S. Mission, *The Washington Post*, 21.03.2011, s. 1, A 43.
- P. Finn, G. Jaffe: U.S. jets strike Gaddafi's ground forces, *The Washington Post*, 21.03.2011, s. 1, A12.
- P. Jendroszczyk: Niemcy nie pomogą obalić dyktatora, *Rzeczpospolita*, 21.03.2011, nr 8882, s. A-012.
- P. Kowalczyk: Włochy się boją, że zostaną zalane przez falę uchodźców, *Rzeczpospolita*, 21.03.2011, nr 8882, s. A-012.
- S. McLaughlin: Lawmakers concerned about U.S. role in Libya, *The Washington Times*, 21.03.2011, s. 1, A15.
- J. Pawlicki: Czemu Sarkozy jest tak gorliwy, a Tusk tak wstrzemięźliwy?, *Gazeta Wyborcza*, 21.03.2011, nr 66, s. 5.
- J. Przybylski: Prezydent USA woli pozostać w cieniu, *Rzeczpospolita*, 21.03.2011, nr 8882, s. A-012.
- A.K. Sen: Arab League reconsiders action against Libya, *The Washington Times*, 21.03.2011, s. A15.
- L. Sły: Missile strikes building in compound where Gaddafi lives, *The Washington Post*, 21.03.2011, s. A13.
- R. Stefanicki: Kaddafi pod bombami, *Gazeta Wyborcza*, 21.03.2011, nr 66, s. 1.
- R. Stefanicki: Czy naloty obalą Kaddafiego?, *Gazeta Wyborcza*, 21.03.2011, nr 66, s. 4.
- J. Stróżyk: Polska nie wyśle swoich żołnierzy, *Rzeczpospolita*, 21.03.2011, nr 8882, s. A-011.
- Sh. Waterman, B. Gertz: Coalition batters Libyan's defenses, *The Washington Times*, 21.03.2011, s. 1, A15.
- B. Węglarczyk: Metamorfoza Baracka Obamy ocaliła Bengazi, *Gazeta Wyborcza*, 21.03.2011, nr 66, s. 4.
- M. Zawadzki: Bengazi kocha Sarkozy'ego, *Gazeta Wyborcza*, 21.03.2011, nr 66, s. 2.
- K. Zuchowicz: Wojna z Kaddafim, *Rzeczpospolita*, 21.03.2011, nr 8882, s. A-001.
- K. Zuchowicz: Wojna w obronie cywilów, *Rzeczpospolita*, 21.03.2011, nr 8882, s. A-010.

## STRESZCZENIE

**Analiza fasetowa tekstów prasowych jako metoda rekonstrukcji sposobów profilowania zdarzeń globalnych (na przykładzie polskich i amerykańskich wiadomości dotyczących operacji „Świt Odysei” w Libii)**

Na podstawie materiału prasowego podjęliśmy próbę zbadania relacji tekst–rzeczywistość w procesie kreowania rzeczywistości medialnej przez prasę. Obiektem naszego zainteresowania było zjawisko tekstowego profilowania konfliktu zbrojnego w Libii, a także aksjologizacja uczestników stron tegoż konfliktu.

Analiza fasetowa wiadomości prasowych wykazała, że w *Gazecie Wyborczej* eksponuje się istotną rolę Francji i Wielkiej Brytanii w operacji, a nie tylko USA jako lidera koalicji, oraz punkt widzenia świata arabskiego. W *Rzeczpospolitej* duża liczba przedstawionych punktów widzenia przeciwników interwencji świadczy o tym, że kładzie się nacisk na opinie krytyczne.

*Washington Post* wykazuje duże zainteresowanie rolą USA w konflikcie, a także reakcją świata arabskiego na działania w Libii. Na tej podstawie tworzy się polaryzacja bohaterów: świat zachodni vs. świat arabski. W *Washington Times* główny nacisk kładzie się na przedstawienie amerykańskiego punktu widzenia na operację, opinie zaś pozostałych członków koalicji odgrywają rolę drugorzędną.

Ilościowa analiza tekstów pod względem wartościowania bohaterów wykazała, że większość ocen ma charakter negatywny. Dzienniki konserwatywne skupiają się na negatywnych cechach bohaterów. Dzienniki liberalne równoważą ich obraz cechami pozytywnymi.

**Słowa kluczowe:** profilowanie zdarzeń, tekstowy obraz świata, tekstowa aksjologizacja bohaterów, konflikt w Libii

## Z KLASYKI POLSKIEGO REPORTAŻU WOJENNEGO:

### „Drogą Czwartaków od Ostrowca na Litwę”<sup>1</sup>

Władysława Orkana (1916)

ANDRZEJ KALISZEWSKI

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego,  
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

#### ABSTRACT

**The classics of war reportage: “Following the way of the 4<sup>th</sup> Infantry Regiment (Czwartacy) from Ostrowiec to Lithuania” by Władysław Orkan (1916)**

“4<sup>th</sup> Infantry Regiment (“Czwartacy”) way from Ostrowiec to Lithuania” by Władysław Orkan is one of the most valuable and interesting war reportages showing Polish war efforts in World War I, the legend of Polish Legions and commandant Piłsudski. Orkan was himself a flag-bearer in the 4<sup>th</sup> Infantry Regiment called “Czwartacy”, and this experience allowed him to present a part of the successful Austro-German military campaign (with the participation of Polish Legions) against the Russian army in 1915. The battles of Majdan Borzechowski and Jastków marked this campaign.

This extensive reportage surprises us with the dynamic and diverse structure of battle scenes, realistic presentation of the everyday army life (i.e. in the spirit of human interest) as well as a careful and piercing observation of war effects concerning civilians, towns and villages, with their architecture and nature particularly. A disadvantage of the work is its excessive language dependence on Young Poland (Polish Neoromanticism) style.

**Key words:** Władysław Orkan, reportage, war reportage, Czwartacy, „Drogą Czwartaków”, 4<sup>th</sup> Infantry Regiment, Polish Legions, military art, Józef Piłsudski, Bolesław Roja

<sup>1</sup> W literaturze przedmiotu, jak i w kolejnych wydaniach książki Orkana, występuje potrójna pisownia tytułu: (1) z kropką („Drogą Czwartaków. Od Ostrowca na Litwę”), (2) bez kropki w środku („Drogą Czwartaków od Ostrowca na Litwę”) lub (3) w wariacie skróconym („Drogą Czwartaków”). W naszym artykule przyjmujemy jako podstawowy ten drugi wariant, za wydaniem z 2006 r. Gdy natomiast cytujemy np. artykuły czy wydania stosujące inne zapisy – z kropką lub skrócony – zachowujemy tę ich własną pisownię.

✉ Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków; kaliszew@if.uj.edu.pl

Geneza jednego z najciekawszych polskich reportaży wojennych, za jaki uznać należy „Drogą Czwartaków...”, jest dość zaskakująca – zwłaszcza na tle całej pozostałej literatury i publicystyki poświęconej Legionom oraz korpusom polskim walczącym w I wojnie światowej, twórczości motywowanej zwykle szlachetnymi aktami romantycznego ducha i patriotycznego czynu, jakim przepojeni byli sami autorzy z ochotą wstępujący do walczących szeregów, stanowiąc ich elitę (by wymienić choćby Kadena-Bandrowskiego, Struga, Daniłowskiego, Sieroszewskiego czy Małaczewskiego).

W 1914 roku piewca gór i obrońca wiejskiej biedoty (z której sam się wywodził), apologeta kultury i tradycji Podhala Władysław Orkan był nie tylko cenionym prozaikiem (powieści „Komornicy” i „W Roztokach”, zbiór opowiadań „Nad urwiskiem”), ale także aktywnym publicystą oraz działaczem społecznym. Już w czasach szkolnych (lata 80. i 90. XX wieku) brał udział w pracach tajnego patriotycznego kółka uczniowskiego (w Gimnazjum św. Jacka w Krakowie). Następnie, jako uznany już pisarz o lewicowych poglądach, znalazł się w gronie autorów krakowskiej spółki wydawniczej „Książka” (prowadzonej przez B.A. Jędrzejowskiego i W. Dehnela), rozpowszechniającej literaturę niepodległościową, a wspieranej ściśle przez PPS oraz osobiście Józefa Piłsudskiego (czołówkę współpracowników wydawnictwa tworzyli obok Orkana: Żeromski, Daniłowski, Sieroszewski).

Do środowisk przyszłych legionistów oraz do oddziałów strzeleckich zbliżył się Orkan za namową Włodzimierza Tetmajera, jego mentora jeszcze w czasach szkolnych, a późniejszego przyjaciela. Gdy zaraz po wybuchu wojny słynny malarz został komisarzem werbunkowym na terenie Podhala Górnego, zatrudnił Orkana jako referenta w swoim biurze. Pisarz prowadził osobiście werbunek do Legionów (od 16 sierpnia do końca września) z dużym zaangażowaniem i satysfakcją. Tworzył też odezwy, manifesty, cieszyła go spora liczba przybywających ochotników, zwłaszcza góralskich synów. Dlatego zaskoczeniem stał się nagły wyjazd Orkana z Zakopanego (7 października 1914 roku) wraz z żoną (Bronisławą Folejewską) i małą córeczką Zosią do Innsbrucku, wyjazd motywowany, jak się potem okazało, chęcią uniknięcia ewentualnego wcielenia do oddziałów frontowych<sup>2</sup>.

Józef Dużyk, powołując się na korespondencję Orkana, wspomina różne zabiegi pisarza prowadzone z Innsbrucku (wobec administracji wojskowej i cywilnej), zwłaszcza poszukiwanie jakiejś osobistej protekcji, by nie trafić na front, a wręcz oddalić się od niego jak najbardziej, tj. osiedlić na przykład we Włoszech. „Mimo że warunki materialne były coraz gorsze i dosłownie zebrał po znajomych o pieniądze, nie miał ochoty na powrót do kraju i wstąpienie do Legionów” – konkluduje biograf<sup>3</sup>. Nie uzyskawszy zezwolenia na wyjazd do Włoch, pisarz

<sup>2</sup> W tym fragmencie naszych rozważań opieramy się głównie na szczegółowej biografii W. Orkana autorstwa J. Dużyka: Władysław Orkan, Warszawa 1980, rozdz. „Poeta na wojnie”. Cennym źródłem jest też drugie opracowanie tegoż autora: J. Dużyk: Władysław Orkan. Życie i twórczość, Warszawa–Kraków 1975.

<sup>3</sup> J. Dużyk: Władysław Orkan. Życie i twórczość, jw., s. 16–17.

ostatecznie „ulołował się w Biurze Prasowym” NKN (Naczelny Komitet Narodowy – polski organ polityczno-wojskowy w ramach państwa habsburskiego) w Wiedniu. Dużyk, pisząc o tych unikach Orkana przed armią, przywołuje nawet pamiętnik oburzonej tymi faktami zakopiańskiej przyjaciółki pisarza, Stefanii Chmielakówny.

Ostatecznie zmuszono jakoś Orkana – metodami administracyjnymi – do powrotu (co nakazuje z perspektywy czasu wyrazić podziw dla skuteczności działania c.k. biurokracji wojskowej!). Dużyk na podstawie wnikliwych badań korespondencji pisarza wysunął jednakże ciekawą hipotezę, że do zaprzestania dalszej ucieczki (w tym: unikania Legionów) zmusił Orkana przede wszystkim list od matki oburzonej niepatriotycznym zachowaniem syna. Wkrótce jednak po powrocie do Galicji pisarz rozpoczął znów „targi” co do zapewnienia sobie w wojsku, przed którym nie mógł już uciekać, przynajmniej w miarę bezpiecznego i wygodnego przydziału. Prawdopodobnie to dzięki staraniom swego starego przyjaciela kapitana Galicy autor „Komorników” pracował najpierw w Biurze Prasowym Legionów w Piotrkowie, następnie w Biurze Werbunkowym w Nowym Radomsku. Chcąc umocnić tę swą pozycję, deklarował władzom wojskowym zamiar napisania broszury agitacyjnej.

W końcu jednak stało się to, czego się najbardziej obawiał – trafił na front. Przydzielono go do sztabu nowo powstającego 4. Pułku Piechoty Legionów (im. Czwartaków) jako oficera ordynansowego. W dniu 17 lipca 1915 roku nasz autor wyruszył z Ostrowca na swój pierwszy szlak bojowy. Jak pisze Dużyk: „Zaczyna się dla niego najkoszmarniejszy chyba okres służby wojskowej”<sup>4</sup>. Na podstawie źródeł trudno jednoznacznie powiedzieć, czy znana już notoryczna niechęć do służby liniowej i idące za tym usilne wysiłki samego Orkana w kierunku zwolnienia, czy też nowa okoliczność, to jest pogarszający się stan zdrowia (w listach wymienia malarię i egzemę), a może oba te czynniki razem spowodowały, że raptem po dwóch miesiącach pobytu w 4. Pułku pisarz trafił znów do pracy biurowej – do Archiwum Wojskowego w Piotrkowie, a następnie do takiej samej placówki w Lublinie (1 września 1915 do 1 lutego 1916). Nadmienić należy, że w momencie wcielenia do Czwartaków Orkan miał już 40 lat. Na wiosnę 1916 roku chorąży był jednak znów na froncie, tym razem wołyńskim. Tam dopadają go kolejne dolegliwości spowodowane wilgotnym klimatem oraz spaniem w ziemiankach, co w listach określa z ironią oraz złością „mieszaniem w podziemnych hotelach”. Wspomina jednocześnie o „nie skończonym rękopisie”, do którego jeszcze potrzebuje zebrać konieczne informacje (to mowa o „Drogą Czwartaków...” właśnie). Trafia do szpitala w Lublinie. Od lipca 1916 do grudnia 1917 pracuje ponownie w Archiwum Wojskowym, tym razem w Krakowie; w tym czasie bierze też udział w akcji propagandowej nt. czynu legionowego, wygłaszając wiele odczytów (z przezrociami!) na terenie Małopolski i Mazowsza. Z końcem 1917

<sup>4</sup> Tamże, s. 389.

roku uznano go wreszcie za niezdolnego do dalszej służby, a we wrześniu 1920 całkiem zwolniono z wojska (awansując do stopnia kapitana).

W krótkim okresie przedstawionej tu służby Orkana (1915) powstał omawiany przez nas reportaż, drukowany po raz pierwszy w 1916 roku w odcinkach w *Czasie* krakowskim (od marca do czerwca 1916 roku), a następnie wydany jako książka w 1917 roku.

Dziwić może rozdźwięk między wyżej przytoczonymi faktami z życia pisarza świadczącymi, mówiąc ogólnie, o raczej „pacyfistycznym” jego nastawieniu do wyczekiwanej przez miliony Polaków wojny powszechnej, a treścią reportażu „Drogą Czwartaków...”, sugerującą jednak szczere zaangażowanie narratora w walkę i czyn niepodległościowy. W warstwie refleksyjnej utworu można też znaleźć niepokojące echa powinności wynikających ze stosunku służbowego (zastrudnienia w komórkach propagandowych c.k. armii).

W dziwnie gorących słowach wyraża się Orkan o formalnym Naczelnym Komendancie Legionów z ramienia NKN-u<sup>5</sup>, austriackim pułkownikowi Karolu Trzaska-Durskim („von Durskim”), spod którego władzy właśnie usiłował się wyłamywać brygadier Piłsudski widzący w Legionach załazek przyszłej polskiej armii. Dlatego Józef Dużyk w przywoływanej już tu monografii ocenia polityczne przesłanie reportażu Orkana z dużym dystansem, sugerując nawet koniunkturalne potraktowanie tematu, zbytnie wychodzenie na przeciw cenzurze i oczekiwaniom cesarskich mocodawców. „W książce... «Drogą Czwartaków. Od Ostrowca na Litwę» (1915), która wychodzi dość szybko, bo w 1917 roku, wybita czcionkami Drukarni Narodowej [w Krakowie – A.K.], nakładem Centralnego Biura Wydawnictw NKN w Krakowie, po cenzurze Komendy Legionów, więcej jest poezji i żalów nad klęskami wojny niż twardego, żołnierskiego marszu”<sup>6</sup> – ocenia także sarkastycznie Dużyk.

Ideologiczno-propagandowy serwilizm reportażu – to zarzut, na który Orkan jednak naszym zdaniem nie zasłużył, podobnie jak Kaden-Bandrowski, któremu czyniono przecież takie same uwagi dotyczące przekłamania, ale w drugą stronę, to jest idealizacji Piłsudskiego jako omnipotentnego wodza oraz stosowania nierealistycznego patosu w relacjonowaniu patriotyczno-legionowych czynów<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Organizacja ta, wyłoniona przez środowiska polityczne w Galicji (prezes: Władysław Leopold Jaworski), reprezentowała polskie interesy (w tym aspiracje niepodległościowe) w bardzo wąskich, stanowiących przez państwa centralne, granicach; była formalną zwierzchnością dla tworzonych Legionów Polskich, mających działać w ścisłej zgodzie z austriackim planem wojenno-werbunkowym i pod austriacką komendą.

<sup>6</sup> J. Dużyk: Władysław Orkan, jw., s. 395.

<sup>7</sup> Warto przypomnieć, że czołowy teoretyk oraz praktyk reportażu wojennego Melchior Wańkowicz w swej książce „Wojna i pióro” (rozd. „Trąbo nasza, wrogom grzmij”) dużo uwagi poświęca obiektywizmowi tego podgatunku (jak i całej korespondencji wojennej), dowodząc, iż zawsze były z tym trudności, a właśnie w okresie I wojny światowej władze osiągnęły wręcz perfekcję w „stawianiu muru” między dziennikarzami a prawdą, tłumacząc ideowo-cenzorskie zakazy i nakazy dobrem swych krajów. Prawdziwie obiektywny reportaż stał się wtedy niemożliwy, jeśli chciało się mieć dostęp do faktów, a ten reglamentowali ww. decydenci (chętnie też brali dziennikarzy w tym celu na armijny etat [vide Orkan – A.K.]). „Różne metody obozów wujujących – pisze Wańkowicz

Ciekawe, że ten sam Dużyk – w innym miejscu monografii – cytuje fragmenty listów Orkana świadczące jednak o jego niegodzeniu się na odgórne reglamentowanie prawdy, np.: „Pisać dotąd nie mogłem, bo to, co bym pisał, nie do druku, a kłamać nie mogę i robić sztucznie optymizmu, jak nasze Biuro prasowe to czyni”; albo: „[...] NKN zaśłania prawdę różowym kłamstwem – dla wyższej polityki – a ja nie potrafię”<sup>8</sup>. Jak widać, geneza „Drogą Czwartaków...” jawi się jako dość nietypowa, kryje pewne niejasności oraz tajemnice.

### *W kręgu genologii*

Wojciech Ligęza<sup>9</sup> dokonał porównania trzech słynnych utworów, reprezentujących literaturę faktu, a dotyczących Legionów Polskich (Struga, Orkan, Kaden-Bandrowski<sup>10</sup>), za kryterium przyjmując stopień dominacji legendy nad innymi ważnymi aspektami ukazywania tematu wojennego. Według Ligęzy tekst Orkana wyróżnia się tym, że „wiele uwag poświęca technicznym zagadnieniom wojny”. Tymczasem u Struga opisy „posunięć strategicznych” mają charakter drugoplanowy. Kaden natomiast skupiony jest, zdaniem Ligęzy, prawie całkowicie na tworzeniu „kanonu heroicznego”, w tym celu „posługuje się poetyką portretu literackiego”, patosem, „legendotwórczą deklamacją”, „nowelistycznym obrazkiem”, nie ma zaś u niego „refleksji nad zjawiskiem wojny”<sup>11</sup>. Nie wiedzieć czemu autor studium pomija fakt, że również w „Drogą Czwartaków...” obok dokumentacji operacji, bitew i „techniki wojennej” są, owszem, ujęcia heroizujące, liryczne, jak i wojenne anegdoty... Proste przeciwstawienie nie wydaje się więc uzasadnione.

Analizę porównawczą stanowi też większa część artykułu Moniki Jamiołkowskiej – „Zapiski z Wielkiej Wojny. «Drogą Czwartaków. Od Ostrowca na Litwę» Władysława Orkana i «Odnaka za wierną służbę» Andrzeja Struga”<sup>12</sup>. Badaczka określa pierwszy tekst jako łączący cechy kroniki i reportażu, a jednocześnie ciężący ku prozie artystycznej; mówi o nim: „krótka, w miarę obiektywna relacja autorska”<sup>13</sup>. Zdaniem Jamiołkowskiej Orkan „stara się być bardziej obiektywny” [od Struga – A.K.]<sup>14</sup>. Także naszym zdaniem „Drogą Czwartaków...” to znacznie

---

– prowadziły do tego samego celu: zatajenia. Państwa centralne stosowały knebel jedwabny. Austriacy zainstalowali luksusową kwaterę prasową na Węgrzech – z winem, cygarami, ordynansami: ‘wszystko poza wiadomościami’” (M. Wańkowicz: *Wojna i pióro*, Warszawa 1983, s. 239). Czy w taką pułapkę wpadł właśnie Orkan, chcąc uchylić się od traumy walki z karabinem na pierwszej linii frontu? Być może, sporo na to wskazuje.

<sup>8</sup> J. Dużyk: *Władysław Orkan*, jw., s. 387.

<sup>9</sup> W. Ligęza: „Odnaka za wierną służbę”. Konstrukcja tematu wojennego, [w:] T. Bujnicki i S. Gębala (red.): *Proza Andrzeja Struga. Studia*, Warszawa–Katowice–Kraków 1981.

<sup>10</sup> Idzie o utwory: J. Kadena-Bandrowskiego – „Piłsudzczy” (Oświęcim 1915), W. Orkana – „Drogą Czwartaków...” (Kraków 1916), A. Struga – „Odnaka za wierną służbę” (Warszawa 1921).

<sup>11</sup> W. Ligęza: „Odnaka za wierną służbę”..., jw., s. 102.

<sup>12</sup> B. Faron, A. Ogonońska (red.): *Wokół Władysława Orkana*, Kraków 2011.

<sup>13</sup> Tamże, s. 139.

<sup>14</sup> Tamże, s. 137.

bardziej „czysta” literatura dokumentarna niż mocno hybrydyczny i stylizatorski quasi-dziennik, jakim jest „Odznaka...”.

Autorzy „Polskiego Słownika Bibliograficznego” mówią o książce Orkana: „pamiętnik”, Piotr Ferenc-Chudy zaś we „Wstępie” do nowego wydania „Drogą Czwartaków...” nazywa utwór „reportażem”, stanowiącym „ułamek z pełnego wojennej chwały szlaku bojowego [...] legionowej jednostki”<sup>15</sup>. Ten sam jednakże badacz w tym samym wstępie pisze bez zachowania konsekwencji, że mamy do czynienia z edycją „legionowego dziennika”, a także „kroniką zaledwie pięciu tygodni wojennej niedoli”. W nocie wydawcy, w tej samej ciągle edycji „Drogą Czwartaków...” czytamy, że jest to pierwsze od czasów pierwodruku w 1916 roku wznowienie „pamiętników wojennych” Orkana (notabene to „pierwszeństwo” nie jest prawdą)<sup>16</sup>.

W serii „Dzieł” pisarza, publikowanej przez WL w latach 70. ubiegłego wieku, tom zawierający nasz utwór nazywa się „«Drogą Czwartaków» i inne wspomnienia wojenne [podkr. – A.K.]”; należy zaznaczyć, że taki sam tytuł miał też XI tom „Dzieł” Orkana wydawanych przed II wojną światową (1936). W obszernej monografii „Władysław Orkan. Twórca i dzieło” jej autor Stanisław Pigoń zalicza „Drogą Czwartaków...” (w opracowanym przez siebie „Wykazie dzieł” Orkana) do grupy „Pisma publicystyczne”, w samym zaś tekście nazywa książkę „utworem o charakterze pamiętnikarskim”, opartym na „osobistych przeżyciach wojny”<sup>17</sup>.

W obszernym krytyczno-naukowym „Komentarzu – Nocie wydawcy” do rzeczony edycji WL-owskiej pojawia się najbardziej chyba odpowiednie określenie utworu: „reportaż”, co należy z uznaniem podkreślić. Józef Dużyk natomiast w jednej ze swych monografii Orkana wymijająco określa utwór po prostu... „nie wielką książeczką”<sup>18</sup>.

Czołowy badacz twórczości autora „Komorników” – Bolesław Faron – nie krył genologicznych wątpliwości, gdy nazywał „Drogą Czwartaków...” najpierw pamiętnikiem, a zaraz potem formą pośrednią między relacją wspomnieniową a reportażem<sup>19</sup>. Dziwnie niezdecydowany wobec tych kwestii genologicznych jest Jacek Rozmus w obszernym i wnikliwym skądinąd artykule w całości poświęconym „Drogą Czwartaków...”<sup>20</sup>. Badacz stwierdza, że utwór „spełnia kry-

<sup>15</sup> P. Ferenc-Chudy: Wstęp, [w:] W. Orkan: Drogą Czwartaków od Ostrowca na Litwę, Kraków 2006, s. 13.

<sup>16</sup> To chępliwe stwierdzenie wydawcy o pierwszym wydaniu od czasu pierwodruku mija się oczywiście z prawdą. „Drogą Czwartaków...” ukazało się w 1972 r. jako jeden z tomów edycji „Dzieł” Władysława Orkana (S. Pigoń z zespołem [red.], Wydawnictwo Literackie), a także w 1936 r., jako XI tom „Dzieł” pisarza.

<sup>17</sup> S. Pigoń: Władysław Orkan. Twórca i dzieło, Kraków 1958, s. 365.

<sup>18</sup> J. Dużyk: Władysław Orkan. Życie i twórczość, jw., s. 17.

<sup>19</sup> B. Faron: Bolesław Orkan, Kraków 2004, s. 49.

<sup>20</sup> J. Rozmus: Kampania w granicach własnego świata. Władysław Orkan, „Drogą Czwartaków. Od Ostrowca na Litwę” (1915), [w:] B. Faron i A. Ogonowska (red.): Wokół Władysława Orkana, jw.



teria dokumentu osobistego”, następnie wielokrotnie podkreśla duży stopień subiektywizmu dzieła, zwie go jednak zarazem „dziennikiem czwartego pułku”, a dalej mówi nawet o Orkanie jako „korespondencie wojennym”. Tłumaczy po części Rozmusa to, że jego analiza skupiona jest na zgoła innym niż genologia i literatura faktu aspekcie „Drogą Czwartaków...”; do jego ustaleń zresztą jeszcze wrócimy.

Z jakim gatunkiem mamy więc do czynienia? Dziennik, pamiętnik, kronika, wspomnienia, reportaż? A może najbezpieczniej powiedzieć: utwór hybrydyczny? Po pierwsze: tekst ten na pewno nie może być nazwany jednocześnie dziennikiem i pamiętnikiem (ze względu na zasadnicze różnice typologiczne). Po drugie: utwór nie ma podstawowych wyznaczników gatunku „dziennik”, a mianowicie podziału na datowane i lokalizowane wpisy. Po trzecie: w zakresie przyporządkowania do rodziny „pamiętników” – brak mu dystansu czasowego i dwupłaszczyznowości narracji. Należy więc zgodzić się na „reportaż” (reportaż wojenny) i tak będziemy „Drogą Czwartaków...” nazywali, wydobywając w trakcie analizy obecne tam dominanty rzeczoności gatunku, jak i wskazując na to, co jednoznacznie kwalifikację utrudnia („psuje”).

### *Struktura quasi-reportażu Orkana*

4. Pułk Piechoty Legionów, zwany „Czwartakami”, został utworzony wiosną 1915 roku w Piotrkowie Trybunalskim z wydzielonych oddziałów II Brygady Legionów oraz grup ochotników z Podhala i Królestwa Polskiego. Pułk został następnie włączony w skład III Brygady Legionów Polskich i w tej to konfiguracji Czwartaków wysłano na front.

Ten właśnie bojowy okres jest udziałem samego autora, Orkana. Akcję reportażu otwiera wzruszająca scena wymarszu nowych legionistów z Piotrkowa „w pole”, 15 lipca. Celem misji jest pościg za wycofującymi się wojskami rosyjskimi, co było częścią większego strategicznego przedsięwzięcia na froncie wschodnim, prowadzonego siłami dwóch armii austriackich i jednej niemieckiej. Należy podkreślić, że 4. Pułk (jako część III Brygady) działał wówczas wspólnie z I Brygadą Legionów i podlegał dowództwu Józefa Piłsudskiego, który osobiście kierował całą polską grupą taktyczną. Prawdziwy chrzest bojowy 4. Pułk miał 22 lipca w bitwie o Majdan Borzechowski. Następnie wziął udział w krwawej bitwie pod Jastkowem (31 lipca do 3 sierpnia), gdzie wykazał się szczególną determinacją i ofiarnością (70 poległych). Kolejno przeszedł na Lubelszczyznę i Wołyń (znów razem z I Brygadą), walczył między innymi w słynnej bitwie pod Kostiuchnówką.

Twórcą i dowódcą pułku był ppłk Bolesław Roja, późniejszy generał. Po Kostiuchnówce 4. Pułk przeniesiono do II Brygady.

Czas akcji reportażu Orkana nie obejmuje niestety Kostiuchnówki (pisarz został w tym czasie odwołany z frontu). Punkty kulminacyjne w utworze stanowią

więc wspomniane bitwy w Majdanie Borzechowskim oraz pod Jastkowem, a także niebezpieczne przeprawy przez Wieprz i Bug.

Trzeba podkreślić, że w świetle znanych faktów i źródeł (w tym fotografii załączonych do wydania książki z 2006 roku) nie można mieć żadnych wątpliwości ani do autentyczności przedstawionych wydarzeń, ani do zachodzenia ścisłego związku tożsamości między autorem a narratorem i głównym bohaterem reportażu.

W „Komentarzu – Nocie wydawcy” do wydania WL-owskiego z 1972 r. cytowano ciekawy fragment listu Orkana, który proponował swój utwór do druku *Dziennikowi Polskiemu* i w związku z tym charakteryzował go następująco: „Jest to opis drogi (nastroju, pejzażu, walk, potyczek), jaką pułk czwarty zrobił od Ostrowca – przez Lubelskie, Siedleckie – do Wysokoliteńskiego). [...] Czy cenzura dopuści rzecz taką? (jak mówię: jest tylko pejzaż, tło i nastrój – charakter drogi)”<sup>21</sup>. Na szczęście dla obiektywnej wartości reportażu – ta autoreklama (a raczej sprytnie sugerowanie „cenzuralności” tekstu) nie odpowiada prawdziwej zawartości: o walorach utworu Orkana stanowią przecież takie jego cenne elementy, jak opisy działań wojennych i rozmiaru zniszczeń czy sceny z życia żołnierskiego; aczkolwiek ta opinia autora wskazuje na istotnie wyjątkową cechę „Droga...”: bardzo dużą rolę przyrody i pejzażu, o czym jeszcze osobno powiemy.

Narracja w utworze Orkana jest ściśle uczestnicząca, a narratorem-reporterem umieszczonym wewnątrz akcji i zarazem główną postacią całej relacji jest autor, Orkan, tj. chorąży – oficer ordynansowy 4. Pułku. Narracja prowadzona jest w pierwszej osobie liczby pojedynczej, w czasie teraźniejszym, co dodatkowo służy autentyzmowi przekazu. Rzadko pierwsza osoba liczby pojedynczej jest zastępowana przez pierwszą osobę liczby mnogiej („my” – czyli pułk); dzieje się tak wtedy, gdy następuje relacja dotycząca działań grupy biorącej udział w konkretnym epizodzie (np. potyczce, przemarszu).

Czas akcji kończy się 19 sierpnia przepłynięciem Bugu pod Niemirowem, co narrator nazywa patetycznie i patriotycznie *wstępowaniem z Korony na Litwę* (czyniąc chyba tym samym aluzję do nadziei odrodzenia Rzeczypospolitej w historycznych granicach), a następnie *wejściem w bory* koło Zalesia.

Na osobne podkreślenie zasługuje specyficzna struktura czasu akcji i czasu utworu. Tekst podzielony został na dwanaście numerowanych rozdziałów. Nie tylko zachowana jest w nich chronologia (jak w dzienniku czy właśnie fabularnym bądź beletryzowanym reportażu), ale występuje uderzająca gęstość tego czasu: akcja obejmuje wszak niewiele ponad miesiąc, (dokładnie 36 dni), wydarzenia oznaczane są zaś w tych ramach przez precyzyjną siatkę godzin i minut w ramach poszczególnych dni! Nie należą więc do rzadkości na przykład takie zdania: *Rozkazem wczesnym na godzinę 6 min. 40 naznaczony jest przegląd przed Komendą korpuśną* (dotyczy 19 lipca). Daje to wrażenie wyjątkowej szczegółowości i precyzji podawanych faktów.

<sup>21</sup> W. Orkan: „Droga Czwartaków” i inne wspomnienia wojenne, Kraków 1972, s. 183.

Miejsce akcji jest dynamiczne, tak jak dynamiczna jest sama wojna. Na miejsce to składają się etapy, marszruty, kwatery, obozy leśne, pola walk. Można powiedzieć, że te miejsca są także „bohaterami” reportażu, razem ze swoimi mieszkańcami, domami, sprzętami, przyrodą. W tym sensie analizowany reportaż wojenny – zbudowany, co trzeba podkreślić, na ujęciach dynamicznych, akcyjnych – stanowi zarazem swoistą odmianę reportażu podróżniczego, ukazującego polski krajobraz od Wysoczyzny Piotrkowskiej po Polesie. Konkretnie miejscowości wyraźnie utrwalone w reportażu to kolejno: Majdan Borzechowski, Piotrków, Ostrowiec, Ożarów, Lublin, Księżomiesz, Urzędów, Janików, Kazimierzów, Borzechów, Czolna, Jastków, Majdan Krasieniński, Wólka Krasienińska, Stoczek, Wola Ossowińska, Ciężkowola, Zakrzewie, Sycyna, Żegocin, Sitnik, Leśna, Niemirów. Szczególnie ważne jako miejsca odpoczynku, ale i czającego się niebezpieczeństwa oraz bitew są tu lasy; swoistą rolę odgrywają też rzeki (Wisła, Wieprz i Bug): symboliczne jako granice etapów, malownicze, a zarazem śmiertelnie groźne w czasie przeprawy.

### *Świat przedstawiony w „Drogą Czwartaków...”*

W obrębie głównego wątku akcyjnego, jakim jest około pięciodobny szlak bojowy 4. Pułku, decydującą rolę odgrywają dwie dominanty tematyczne. Omówimy je dokładnie.

(1) Obserwujemy w utworze sporą troskę o bliskie (poparte autopsją narratora) i dokładne („od kuchni”) ukazywanie tego, co można nazwać żołnierskim rzemiosłem oraz dniem codziennym żołnierza, a więc regulaminowe czynności, ćwiczenia, porządek przemarszów, obsługa i naprawy sprzętu, kwaterowanie, a także wyżywienie, zaopatrzenie, higiena. Poznajemy życie obozowe, żołnierskie rozrywki, nawet pewne nieregulaminowe wybryki, jak to w wojsku bywa. W kontekście Wańkowiczowskiej teorii reportażu wojennego można nazwać te elementy w sumie inklinacją autora do realizacji optyki typu *human interest*. Zwraca też uwagę używana w tekście fachowa terminologia (jak *szpica* czy *ogień flankowy*). O tym, że Orkan – nie tylko w porównaniu ze Strugiem czy Kadenem – szczególnie „wiele uwagi poświęca technicznym zagadnieniom wojny” – pisał wcześniej Wojciech Ligęza<sup>22</sup>. Oto jak już na pierwszych stronach narrator relacjonuje wymarsz pułku z Ostrowca na Ożarów (17 lipca rano):

*Pochód odbywał się dla ćwiczenia marszem ubezpieczonym. To znaczy: naprzód patrol przednia, tzw. szpica, za nią w odstępach pewnych, pojedynką, widzące się jako słupy telegraficzne – łączniki, po obu stronach drogi w oddaleniu znacznym – patrole boczne, za ostatnim łącznikiem – kompania wysunięta, ubezpieczająca, zaczem bataliony w odstępach krótkich od siebie, z oddziałami karabinów maszynowych, w bojowym porządku, na końcu treny [tj. wozy zaopatrzenia – A.K.] (s. 26)<sup>23</sup>.*

<sup>22</sup> W L i g ę z a: „Odnaka za wierną służbę”..., jw.

<sup>23</sup> Wszystkie cytaty z analizowanego reportażu za wydaniem: W. O r k a n: *Drogą Czwartaków od Ostrowca na Litwę*, Kraków 2006.

Inne znowuż uformowanie pokazuje reporter w „Rozdziale trzecim”, opisując przygotowania do przeprawy przez Wisłę. W dalszych partiach, już przy okazji relacjonowania samej walki czy jej skutków, mamy opisy kul dum-dum, ekrazytówek, manlichera, rosyjskich zasieków i pułapek, „katalog” różnorakich dźwięków wydawanych przez pociski artyleryjskie<sup>24</sup>, a nawet dwa dość „techniczne” opisy mogli. Przy czym – co warto pochwalić – reporterowi udaje się zachować w tych opisowych fragmentach dużą zwięzłość i dynamikę – nie nużą one, jak często bywa przy podobnych formach narracji, ale wręcz zaciekawiają czytelnika.

Spośród fragmentów typu *human interest* zacytujmy rzeczowy opis tętniącej życiem kwatery leśnej pułku (pod Czołną, gdzie legionieści przebywali od 25 do 30 lipca, a więc tuż przed słynną jastkowską bitwą):

*Życie w obozie, gdy deszcz ustał, roznieciło się na dobre. Warsztaty, jak bazary, porozkładały u wejścia namiotów swoje liche stoły. Kancelaria pułkowa, kryjąca się przed deszczem z aktami w zachronie celt, rozpoczęła urzędowanie na słońcu pod baldachimem konarów. W kompaniach, niby w podłączanych kurenkach, swoiste życie rozdziało. Przejść wśród namiotów: ten się wczasuje, ów czyści broń – ówdzie kółko przyjaciół wesołe – tamten naprawia garderobę, inny kompot sobie w menażce nad ogieńkiem waży [sic!] – jakiś opieka gęś. A oto węch ściągające, spreparowane, nad ogniem rozpięte całe prosię. Z odpowiednią powagą siedzą przed nim wyczekująco właściciele spółki.*

*Ukazały się dwa pisma obozowe: jedno satyryczno-humorystyczne Reluton i drugie, poważne Czwartak.*

*[...] nadeszła do pułku poczta, pierwsza od wyruszenia. [...]*

*Tymczasem życie w obozie beztroskliwie szło. Chłopcy, zwiedziawszy się o miodzie w osiedlu pobliskim, o wiśniach poniżej we wsi i imych pokusach smaku, wyprawiali się po nie pojedynką lub grupkami, mimo wart przyleśnych. [...]*

*Poczta nadniosła gazety [...] (s. 80–82).*

Życie pułku, nawet podczas wojny, przynosiło sytuacje zabawne, rodziło potwarzane potem dowcipy. Orkan opisuje na przykład stawianie namiotów, któremu towarzyszy dziwna inwencja *architektów*, jak ich żartobliwie nazywa: oto każda polowa siedziba otrzymuje jakieś indywidualne cechy, własny styl, ozdoby. Namiot pułkownika Roi przypomina na przykład indyjską pagodę (!) i nosi na froncie dziwny napis: *Willa Niemaboja, bo tu mieszka Roja*.

Należy podkreślić, że nie zawsze relacje z kwater, obozów, wspólnych posiłków są tak pogodne. Na przykład postój w Ludwinowie prezentowany jest przez bardzo surowy opis życia frontowego:

*Wchodzimy do chałupy: kwatera komendy I. Batalionu. Zaduch, brud. Na ziemi, na garści słomy śpi kilku półrozebranych oficerów. Łóżka dwa, słomą i jakimś lachmanami pokryte, wolne. Proponują kapitanowi jedno – mnie, jako gościowi, drugie. Wieczery nie ma (s. 52).*

<sup>24</sup> Notabene wiele lat później Miron Białoszewski chwalony był za podobne nowatorskie próby opisywania dźwięków pocisków i bomb w „Pamiętniku z powstania warszawskiego”.

W teŝej grupie realiów sporą rolę odgrywa dokumentacja, a mianowicie szeroko cytowane, zwłaszcza w kulminacyjnej partii utworu (tj. relacji z bitwy jastkowskiej) rozkazy, dyspozycje, listy, depesze, w tym te sygnowane przez samego Piłsudskiego; to takŝe uŝyte w „Drogą...” fragmenty tekstów wojskowych pieśni<sup>25</sup>. Takie elementy stanowią nie tylko cenny merytoryczny komponent, ale i wypełniają konstytutywną zasadę każdego dobrego reportaŝu: uwiarygodnienie przekazu przez konkret.

Podsumowując tę część analizy: Orkana reportera armia interesuje osobliwie jako szczególny organizm, o którym w wyniku zgrania i ŝycia się jednostek, na dobre i na złe, można powiedzieć na przykład nie: dwa tysiące piersi, ale: *dwutysięczna pierś* (s. 42).

(2) Równie waŝny jest opis (studium) samego miejsca akcji, ale nie jako tła (terenu) na przykład zmagañ, lecz waŝnego „współuczestnika” wydarzeń. Mamy tu na myśli bogate, dynamiczne i czasem wręcz autonomiczne w narracji opisy przyrody, pejzaŝu, pogody, takŝe wsi i miasteczek. W związku z tym naleŝy wskazać na istotny w strukturze utworu (obok niezachwianego w zasadzie porządku następstw czasowych opartych na rytmie przemarszu) wyraŝny kontrapunkt dwu grup opisu środowiska: z jednej strony widzimy krajinę zniszczeń, wojenną Apokalipsę, z drugiej – odradzającą się właŝnie bujnie, jakby na przekór złu, idylliczną Arkadię przyrody. Pierwszą grupę opisów stanowią obrazy zrabowanych, spalonych przez cofających się Rosjan (*Moskali*, jak ich się konsekwentnie nazywa)<sup>26</sup> miasteczek, wsi, dworów, chat; to sterczące samotnie kominy, kikuty drzew, spalone plony, to snujące się dymy pogorzeliŝ, no i oczywiŝcie ukrywający się w ruinach, piwnicach, jamach ocaleli od śmierci bądź wywózki ludzie, szczególnie kobiety, starcy, przeraŝone dzieci; osobną kategorię okropności wojennych stanowią nieopogrzebane zwłoki...

Zacytujmy dla przykłaðu, z pierwszego dnia marszu, opis Oŝarowa:

[...] *Ni jednego domu ocalałego. Spalone wszystko doszczętnie. Nawet ocembrowania studzien ogień pożarł – snać [sic!] i wodę z nich wypił. Wieńce czerwone uschniętych drzew otaczają ozdobą śmierci te ruiny i zgliszcza. Jedziemy środkiem tej martwoty [...]* (s. 32).

W tym typie opisu narrator osiąga w miarę rozwoju akcji coraz większe mistrzostwo. Jego oczy ŝołnierza, ale i pisarza, wyostrzają się na najwaŝniejsze szczegóły, nabierają teŝ szybkości w rejestrowaniu i artystycznym przetwarzaniu ponurego widoku. Na przykłaðu wiatrak w Janikowie jest przedstawiony następu-

<sup>25</sup> Waŝnym środkiem budowania świata przedstawionego, dokumentowania ukazywanych wydarzeń i środowiska bywa teŝ specyficzny (gwarowy, środowiskowy, zawodowy) język. Ten środek jest jednak w reportaŝu Orkana stosunkowo słabo wykorzystany.

<sup>26</sup> Oddziały rosyjskie miały kategoriyczny rozkaz swego naczelnego dowództwa, by podczas wycofywania się palić domostwa i wszystko, czego nie da się wywieźć na wschód; ubocznym procederem było w związku z tym wyludzenie od ludności cywilnej wysokich łapówek (haraczu) za oszczędzenie danej wsi czy domu (por. teŝ mówiące o tej praktyce Rosjan opowiadanie A. Struga pt. „Tomek”).

jąco: *Nad wąwozem, niby czarny olbrzymi zewłok upadłego ptaka, resztki wiatraka spalonego* (s. 35). Przyroda jawi się w tym ujęciu na ogół jako *znieważona w swojej świątynności* (s. 77). Podobnie jest z pamiątkami kultury, siedliskami narodowej tradycji i obyczaju. Pod koniec reportażu uderza ponury opis rozgrabionego przez barbarzyńców moskiewskich polskiego dworu koło Leśnej, nad Bugiem:

[...] *pojrzymy ku progom domu, ku tej szczęśliwej siedzibie – i oczy nasze zranione, zadrżały. Drzwi rozwarłe na oścież – szyby okien stłuczone – wazony z ganku i okien postręcane na ziem. Na murawie zdeptanej, pod murem, walają się w bezładnej kupie: skorupy drogich waz, szczątki gipsów, kawalki ram złożonych, drzazgi beczennych mebli, książki stargane, listy, tuż obok leżą koszulka druciana, lalka znieważona i pantofelek.*

*Przez drzwi rozwarłe, przez wybite okna patrzy ku nam grobowym spokojem latwo zgadniona pustka wnętrza.*

*Pod filarami na ganku w zaciemieniu leży białowłosisty pies, z pyskiem opartym na lapie krwawiącej* (s. 135).

Na końcu tego epizodu żołnierze znajdują w ruinach pałacu starego sługę, jedyne ocalałego świadka kozackich hulanek i rabunku (*Stodoły, spichlerz spaliły, nawet zboże w snopach na polu* – mówi starzec). Gdy legionści odchodzą, nasz narrator chorąży dobitnie puentuje widziany właśnie koszmar wojenny: *Dwór szedł za nami, jak trumna otwarta* (s. 136). Wcześniej, zauważmy, podobna zwięzła refleksja zamykała sceny z Ożarowa i Janik: *Idą za nami zmory widzianych zgliszcz, popielisk wojny* (s. 40). Warto podkreślić, że te obrazy barbarzyństwa wrogów (Rosjan) nie mają jeszcze u Orkana dodatkowej konotacji ideologicznej, jak to będzie występować w utworach mówiących o bolszewickich aktach planowej dewastacji i gwałtu na polskiej ziemi (mamy na myśli szczególnie wspomnienia i reportaże Kossak-Szczuckiej, Małaczewskiego, Wańkowicza).

Przejdźmy do wspomnianej drugiej – idyllicznej – grupy opisów, pamiętając, że Orkan był w życiu, jak i swej prozie, piewą polskiej wsi, gór i lasów. Tu, postawiony wprawdzie w innej roli, nie wyzbył się tych pasji, ceniąc nawet na wojnie te dobra i to piękno, jakich dostarcza przyroda. Jacek Rozmus w swej przytaczanej już tu rozprawie słusznie podkreśla, że Orkan „nadaje przestrzeni wymiar aksjologiczny przez ukazanie harmonijnego bytowania z naturą”<sup>27</sup>, i to nawet w czasie wojny oraz mimo wojny. Oglądamy więc wprawnymi oczami narratora łąny zbóż, których nie zdążył spalić Moskał, podziwiamy łąki i ścierniska z wrytymi liniami okopów, które jednak nie są w stanie zatrzeć ogólnego wrażenia wiecznej harmonii i spokoju. Wojna jako żywioł na szczęście ciągle jest jeszcze na to za słaba. Rejestrujemy kształty wzniesień, łachy piachu nadrzecznego, odwiedzamy lasy z ich bogactwem, obserwujemy drogę słońca na nieboskłonie (bo *duszom radośnie się czyni, gdyż maszerują wprost naprzeciw słońca* – s. 40), słuchamy też z narratorem strumieni deszczu. Często padają krótkie a konkretne informacje na temat pogody w czasie marszu lub postoju. Te zjawiska, chce nam

<sup>27</sup> J. Rozmus: *Kampania w granicach własnego świata...*, jw., s. 130.

powiedzieć autor, to nie tylko naturalne tło wojny, które trzeba odmalować z reporterskiej powinności, ale ważna motywacja żołnierza, zapewne ładunek pozytywnej energii na przyszłość!

Niejednokrotnie Orkan przedstawia swój pułk nie jako zwykłą ludzko-końską kolumnę, ale jako podobny do form natury organizm, na przykład przyrównuje go do sunącego węża czy płynącego ciemnego nurtu, wplatającego się w rodzimy krajobraz.

Kwintesencją tej ważnej tutaj, a nietypowej dla reportażu wojennego, roli przyrody może być ten oto fragment dotyczący pochodu ku Wiśle:

*Pułk maszeruje. Wzgórza się podnoszą, wstają z obu stron coraz wyraźniejsze pagóry, odkrywają się zbocza nagle a miękko spadziste, to się dźwigają niegroźne ostrysy [sic!], o kopicach drzew, przerozmaicie zielonych. Pośród nich łąki, proszące o uśmiech, niespodziane i miłe zacisza.*

*– Piękna ziemia. Warto za nią się trudzić.*

*Myśl ku Podhalu wybiega i wiąże tamto piękno surowe, wysokie, z tym tu bratnim poniżem, tyłu pokusami oczu umajonym (s. 41).*

Przejdźmy teraz do „skatalogowania” bohaterów reportażu. Centralną obok narratora postacią jest ppłk Bolesław Roja, dowódca Czwartaków, z którym Orkana (oficera ordynansowego) łączą też bezpośrednie kontakty służbowe. Roja (jemu zresztą dedykowano cały utwór) pokazany został – zapewne nieco przesadnie – jako wzór oficera, niejako substytut samego legendarnego już brygadiera (Piłsudskiego), działającego w dalszym tle. Orkan charakteryzuje dowódcę jako dzielnego żołnierza z romantyczną fantazją (w jednym miejscu porównuje go nawet do Kmicica<sup>28</sup>), rezolutnego ułana, człowieka o szerszych niż wojskowe horyzontach, do tego z poczuciem humoru, aczkolwiek daje do myślenia będąca chyba jednak przejawem złośliwości narratora wobec Roi taka ciekawa charakterystyka bezpośrednia: *pułkownik, zwolennik piękna pierwotnego ziemi i przestronnego oddechu, omijał, jeśli mógł jeno, cuchnące taborem ludzkim i skażone, choćby wygodne kwatery [...] (s. 78).*

Do bliskich naszemu chorążemu osób zalicza się też kapitan Sikorski, *człowiek młody, ale już w kampanii karpackiej zasłużony*, przy czym – jak wynika z relacji – dowódca to rzutki, ale i troskliwy wobec podwładnych.

Inny bohater indywidualny to *podchorąży B.*, charakterystyczny „egzemplarz” legionowego intelektualisty, jakich zwłaszcza w I Brygadzie było wielu (B. jest docentem uniwersytetu). Orkan, rezygnujący zwykle w utworze z opisów wyglądu osób, tu pozwolił sobie na konterfekt wątlęgo, ledwie dźwigającego plecak czło-

<sup>28</sup> Jacek Rozmus wyciąga z tego autorskiego porównania bardzo daleko idące wnioski, pisząc, że Roja nawet „ewokuje Kmicica”, że jest to w utworze typowy „bohater Sienkiewiczowski”; następnie drogą tej mocno naciągniętej analogii przechodzi badacz do odczytywania świata przedstawionego w utworze (szczególnie batalistyki i postaci dowódców) jako ogólnie Sienkiewiczowskiego i Matejkowskiego rodowodem, świadomie monumentalizowanego, uwznioślonego, gdzie czyn legionowy jest rzekomo wprost wywodzony z tradycji sarmacko-rycerskich, nie tylko powstaniowych, co Rozmus udowadnia nawet faktem wznoszenia szabli przez konnych oficerów podczas wymarszu.

wieczka w okularach, który wykazuje się jednak nieprzeciętnym hartem ducha i skromnością, jakich nie znajdziemy u wielu innych młodszych i silniejszych żołnierzy; dowiadujemy się też, że podchorąży B. w *radości pełni swą służbę*. Orkan, wychodząc od tego rysu docenta legionisty, przechodzi do uogólnienia całej sprawy polskiej: *W trudzie [żołnierza B. – A.K.] jawi się idea legionowa: radosny sekret wytrwania* (s. 114). Podobnie symboliczna jest postać małej Stefcі, córeczki masarza spontanicznie podejmującego polskich żołnierzy (w tej liczbie Orkana) w mieszkaniu nad wędliniarskim sklepem, w wyzwolonym Lublinie. Ta mała dziewczynka postanawia oto przy okazji przyjęcia spełnić swoje najskrytsze marzenie i *wycygnąć* od gości polskiego wojskowego orzełka. I udaje się jej to!

Równie ważny jak indywidualności jest w relacji bohater zbiorowy – „my”, *chłopcy*, jak ich najczęściej nazywa Orkan, czyli po prostu zwykła, nie zawsze naznaczona heroizmem, żołnierska masa, brać, ów dobrze działający pod okiem komendy organizm, suma związanych z sobą na śmierć i życie ludzi.

### *Między realizmem a dykcją młodopolską*

Sporą, zwłaszcza z dzisiejszego punktu widzenia, wadą utworu Orkana – oddalającą go od kanonów nowoczesnego reportażu – jest połączenie w jednym tekście dwu skrajnych poetyk, z których jedna, mimetyczna, pokrewna jest nawet weryzmowi, druga przeciwnie: miejscami prześciga chyba nawet krytykowaną powszechnie „normę estetyzmu” schyłkowej Młodej Polski dla obszaru literatury pięknej.

Ów stylistyczny dysonans dobrze komentuje Bolesław Faron: cóż z tego, że „pisarz troszczy się o jednolity obraz legionisty”, dba o faktografię, skoro „nad Orkanem reporterem zwyciężył poeta”, a „obserwacje przyrody – zaciemniają obraz wojny”<sup>29</sup>.

Posłużmy się przykładami. Istotnie, z jednej strony mamy nowoczesny, powściągliwy, eliptyczny wręcz styl narracji, rzadko odwołujący się do jakichkolwiek, nie mówiąc już o bardziej wyszukanych, środków artystycznych. Na przykład taki opis przerwanej prawami wojny żołnierskiej kolacji w obozie:

[...] – *więc ucza. Humory niemal weselne. Kazano grać orkiestrze pułkowej, która dźwiękami zapelniła wieś, ściągając gromady żołnierskie na plac koncertowy. W przerwach wesołe pogwary, śpiewy, beztrojski nastrój.*  
*„Jak na majówce” – mówią chłopcy. Naraz – depesza. Alarm. Pułk dostaje rozkaz udania się na pozycję. Niezwłocznie zarządzony wymarsz* (s. 57).

Nie brak też dialogów w podobnym stylu. Są to zapewne wiernie zapisane strzępy rozmów (ze staruszką pozbawioną dachu nad głową, z obrabowanym

<sup>29</sup> B. Faron: Pisarz chłopski wobec Wielkiej Wojny (Władysław Orkan), *Przegląd Humanistyczny* 1998, nr 5–6.



chłopem, z wystraszonymi kobietami i ich dziećmi, z księdzem pilnującym świątyni przed rabunkiem). Orkan ustami przygodnie spotkanych ludzi potrafi przejmująco i trafnie wyrazić swą tezę – o wyjątkowym okrucieństwie i cynizmie tej pierwszej światowej wojny na wyniszczenie. Można konkludować, że w tych dialogach właściwie mówią zaciskające usta milczenie, strach i boleść, na przykład:

- Człek jakiś szary zaszedł z boku.*  
 – *Jak się ta miejscowość nazywa?*  
 – *Ożarów, panie.*  
 – *Kto tak zniszczył?*  
 – *Moskale spalili* (s. 34).

To cała rozmowa. Tylko i aż tyle.

Na drugim biegunie znajdujemy jednak to wszystko, co w zakresie stylu zyskało w literaturoznawstwie właśnie mało chwalebne miano młodopolszczyzny. Składają się na ten model pisarstwa zwłaszcza: szczególnie osobliwe neologizmy i archaizmy, natrętne animizacje, monotonna intensyfikacja obrazu, hipertrofia metafor, przestawny szyk, nieustanne poszukiwanie symbolu. Oto charakterystyczne przykłady tej dykcji w reportażu Orkana:

- [o myślach] *Tają jak ptaki w niedojrzy powietrznej – i nikną* (s. 29)  
*podeszły w leciech* [porucznik] (s. 29)  
*Daremny otrząś myśli, by zrzucić z siebie ten obraz tłoczący* (s. 34)  
*nagrobki jednorówne* (s. 36)  
 [wkraczamy] *w bezosiedlne obszary, w pustać słońcem obsianą* (s. 40)  
*Zstępujemy z weselem w rozłóż wiślańskiej doliny* (s. 42)  
*rówień nadrzeczna* (s. 42)  
*dzień poprzód* [= poprzedni] (s. 52)  
*opodalne zbocze* [= sąsiednie] (s. 54)  
*wśród pustaci pól niewidnych* (s. 57)  
*Zamazane jeszcze mrokiem obszary sinością trupa występują oczom* (s. 59)  
*spójnię mózgu rozszarpujące wybuchy* (s. 60)  
*Widać przez mroczną szreń majaki kolumn na zakręcie, jak wsiąkają w tajń nocy* (s. 63)  
 [pozycje] *niewidne prze osłoń sadów* (s. 77)  
*przygniót minionych wydarzeń* (s. 91).  
*rozszerzone załękem oczy* (s. 111)

Tego rodzaju „perełki” stoją w zasadzie w sprzeczności z typologią reportażu i literatury faktu; pamiętajmy jednak z drugiej strony, że każdy utwór jest w mniejszym lub większym stopniu dzieckiem swojej epoki; w tym konkretnym przypadku pisarstwo Orkana czy Żeromskiego (nawet to publicystyczne) naznaczone jest artystyczną modą Młodej Polski, ten styl pisarze mieli niejako we krwi i nie dziwił on zapewne ich współczesnych tak, jak dzisiejszych czytelników.

Trzeba koniecznie nadmienić, że reportaż Orkana nosi także, acz w zdecydowanie mniejszym stopniu, piętno znacznie bardziej odpowiadającej tematowi poetyki ekspresjonistycznej, jak na przykład w tym dynamicznym opisie ostrzału bitewnego: *Z pozycji rosyjskich łąły salwy – grały z wydechami krótkimi karabiny*

*maszynowe – kosiły kosi śmierci* (s. 98). Innym razem salwy karabinu maszynowego nazwane zostają *różańcem śmierci*. Językiem ekspresjonizmu przedstawiona jest też rozmowa po bitwie pod Jastkowem:

– *Piekło tu było, bracie... – mówi Relidziński. – Człowiek nie wierzy, że to mógł przeżyć i że słońce wstało... A ta ręka, wiesz – ta ręka wciąż widna – oszaleć!*

– *Jaka, czyja ręka?*

– *Bereskiego. Znałeś go – wiesz, ten – jak panienka. Jak padł w ataku pod drutami, z ręką wyciągniętą, wskazującą – tak został. Ręka sterczy ku niebu, jakby pomocy przyzywał. Widać przez szkła z pozycji bliższej* (s. 101).

Na bogatej paletce stylistycznej reportażu Orkana są jeszcze inne próby i barwy. Oto przykład nastrojowej prozy poetyckiej w pięknym opisie monasteru (Leśna):

*Miasto mnisz. Wśród gmachów nowych i starych, dziwne sprawia wrażenie cerkiewka stara, kolorowa nad wyrwą ruczaju. Jak wystawowa zabawka bizantyńska o krasie wschodu. W głównej cerkwi – dawnym bazylikańskim kościele – wrota carskie otwarte. Ikony dziwią się, widząc nas wchodzących. W zakrystii stos zebranych na kupę obrazów. I cisza. Koło murów jak i na rynku w pobliżu kupią się gromadki chłopskie. Przypatrują się ciekawie mundurom. Chcieliby porozmawiać, o coś zapytać, co tai się we wzroku. Wracamy* (s. 137).

### Czwartacy – w cieniu dwóch mitów

Reportaż Orkana ma szczególną pozycję wśród tekstów budujących mit Legionów bądź podejmujących z tym mitem dyskusję. Przypomnijmy bowiem, Kaden czy Strug współtworzyli ów mit, sami będąc – od początku – żołnierzami I Brygady, owej kwintesencji, załóżka legionowego czynu. Skład osobowy tej legendarnej formacji oparty był na ludziach wyjątkowych, wybranych, wybitnych, na elicie intelektualnej, weteranach walki politycznej, zastępach skautingu i żarliwie nastawionej patriotycznej młodzieży. Czwartacy, pomimo przyjęcia dumnej historycznej nazwy<sup>30</sup>, byli w gruncie rzeczy przypadkowym zlepkiem, stworzonym w pośpiechu wokół części kadry II Brygady oraz grupy tzw. „Karpaczków”<sup>31</sup>. W masie żołnierskiej 4. Pułk składał się z ludzi z różnych regionów, od „Królewaków” (a stosunek w zaborze rosyjskim do mocarstw centralnych i do samego Piłsudskiego był bardzo zróżnicowany, „nieufny”) przez górali (tych Orkan, Podhalańczyk, szczególnie ceni) do Ukraińców. To ludzie niemający przeważnie nawet części tego doświadczenia, zgrania, a także wykształcenia i pochodzenia,

<sup>30</sup> Pierwsi historyczni „Czwartacy” to 4. Pułk Piechoty Królestwa Polskiego, który zapoczątkował powstanie listopadowe zdobyciem Arsenалу, następnie m.in. walczył pod Olszynką Grochowską i pod Wawrem; niedobitki pułku po upadku powstania były na emigracji ambasadorami sprawy polskiej na Zachodzie (słynne powitanie w Niemczech, wiersze i pieśni powstające na ich cześć).

<sup>31</sup> To jest żołnierz walczących wcześniej w Karpatach w szeregach II Brygady.

jakim dysponowały patriotyczne, by nie rzecz fanatyczne dla sprawy polskiej elitarne kadry opiewane przez Kadena.

Czwartacy jako wojenny i polityczny organizm to przy I Brygadzie, u boku której przyszło im wkrótce walczyć, niewątpliwie wojenny „drugi rzut”, niepewny i niedoświadczony. Orkan nie pozostawia co do tego wątpliwości już w pierwszym rozdziale, pokazując inauguracyjną defiladę pułkową w Piotrkowie. Mówi oto, że opisuje *material świeży, przeważnie z Królestwa w ostatnich miesiącach zwerbowany*, ale też dodaje zaraz na wyrost, iż to *szeregi młode, pełne poczucia wartości bojowej i spodziewanych w krótkim czasie niezwykłych czynów*. Dodatkowo aluzją do braku doświadczenia rekompensowanego potrzebą szybkiej sławy jest grany przez pułkową orkiestrę „Marsz Czwartaków”, czyli hymn imienników z powstania listopadowego. Cóż, nazwa i patron zobowiązują!

O tym, że wchodzący na swój pierwszy bojowy szlak doświadczony intelektualista, ale początkujący rekrut – Orkan – zdaje sobie sprawę z ciężaru konfrontacji z mitami (I Brygady, Czwartaków z XIX wieku) – najlepiej świadczy zdanie z początku rozdziału drugiego: *Zachodzi przez myśl droga pierwszej brygady...* (s. 31), a także nadzieje wyrażane w rozdziale czwartym, dotyczące spodziewanego operacyjnego połączenia się Czwartaków (w Ludwinowie) z I Brygadą (w jej sztabie jest sam komendant Piłsudski, któremu odtąd 4. Pułk by podlegał): *Krzepi utrudzonych świadomość spotkania się niezadługo z Brygadą pierwszą* (s. 49). Warto w tym miejscu zacytować (co jest możliwe dzięki pracy redaktorów wydania krakowskiego książki) znamieny fragment, który został przez samego Orkana wykreślony już w czystopisie. Brzmiał on: *Idą oto teraz w marszu po ziemi Królestwa, idą złączyć się z brygadą pierwszą, ku czemu rok cały z karpackich wyżyn tęsknili*<sup>32</sup>. Domyślać się można, że pisarz, wykreślając ów fragment, chciał jednak złagodzić te deklaracje „miłości” ku legendarnej jednostce i nieco stonować obraz kompleksu u nowicjuszy, jakimi byli jako całość oficerowie i żołnierze 4. Pułku, w tej liczbie Orkan. Jeszcze dziwniej wypada konfrontacja tych fragmentów reportażu z listami pisarza, cytowanymi przez Dużyka, a zawierającymi wyrazy rozczarowania służbą, Legionami także, na przykład: *Polska nie dorosła do wolności. I legiony. Jedyne, co żywe w Polsce – a jakżeż to inne wewnątrz niż z dala*<sup>33</sup>. Który więc głos pisarza jest prawdziwy?

Wróćmy do symbolicznej sceny spotkania (w Urzędowie) nieopierzonych Czwartaków z żywym mitem, tj. I Brygadą i jej dowódcą. Narrator najpierw, umiejętnie stopniując, przedstawia oczekiwania i marzenia pułku związane z tym spotkaniem, które już z góry *ma wyjątkową uroczystą barwę*. Bo to przecież *spotkanie z tymi, którzy pierwsi wkroczyli na ziemię Królestwa, których śmiało czyniły dały pobudkę innym, a którzy od Wodza swego wzięli oblicze, iż są jak jeden mąż. Jak ich też powitają, jak przyjmą? Jakiem sercem wyjdą im naprzeciw?* (s. 50).

<sup>32</sup> „Komentarz – Nota wydawcy”, [w:] W. Orkan: *Drogą Czwartaków...*, jw., s. 181.

<sup>33</sup> J. Dużyk: *Władysław Orkan*, jw., s. 387.

Oprócz panegirycznego tonu cytowane fragmenty zawierają chyba w podtekście pytania: czy Czwartakom uda się dopisać do tak wysoko ustawionego mitu legionowego swoją kartę, czy zostaną przez bardziej zasłużonych i doświadczonych towarzyszy broni godnie przyjęci? Czy mają szansę wybicia się kiedyś na własną legendę? Próba przybliżenia – hipotetycznej – odpowiedzi na te pytania jest przeprowadzone następnie przez Orkana niewielkie badanie aktywów po stronie Czwartaków. Daje więc autor krótki katalog wybitnych oficerów 4. Pułku: tylko kapitan Galica (dowódca pierwszego batalionu) pierwszy raz udawał się na front. Drugim zaś batalionem dowodził kapitan Franciszek Sikorski, doświadczony w kampanii karpackiej dowódca (II Brygada). Sikorski prowadził też w składzie swego batalionu sporo doświadczonych w boju „Karpaczaków”; trzecim batalionem kierował inny weteran Karpat, niemłody (czytaj: doświadczony) porucznik Szerauc. Najwięcej jednak szans na przejście pułku do historii dawał – w oczach pisarza reportera – sam komendant Czwartaków, ppłk Bolesław Roja: przedwojenny kapitan austriacki, następnie kierujący II Pułkiem Piechoty legionowej, wyróżniony w bojach karpackich, świetny, charyzmatyczny dowódca.

Czwartacy szli więc ku swej pierwszej bitwie i wcześniejszemu spotkaniu z legendarną I Brygadą z niewielkimi może, ale obiecującymi, „zadatkami” na sławę – prognozował narrator. Spotkanie nastąpiło, jednak nie w Urzędowie, lecz w Ludwinowie. Reporter donosi rzeczowo o tym, jak obie formacje zajmują kwatery w chałupach, przy czym w jednej stacjonuje już sztab Brygady, z Piłsudskim, któremu to kapitan Galica złożył zaraz raport. W świetle wcześniej opisanych nadziei Czwartaków, związanych ze spotkaniem z Brygadą i Brygadierem – z zainteresowaniem oczekujemy dalszej części relacji. Ale reporter trzyma nas w napięciu. Wiemy tylko, że Roja był na wieczornej odprawie u Brygadiera; nic natomiast nie mówi się o kontaktach oficerów czy żołnierzy słynnej Brygady i „nieopierzonych” Czwartaków. Kolejnego dnia jest planowana wspólna wieczera w komendzie 4. Pułku, z udziałem samego Piłsudskiego; Orkan dość dokładnie opisuje budowaną na tę okazję specjalną altanę (!). Napięcie rośnie więc nadal, do momentu aż czar nagle pryska: przychodzi oto nagły rozkaz wymarszu, namioty są prędko zwijane, treny ładowane. Pułk idzie na pozycje, wkrótce następuje opis bitwy pod Majdanem Borzechowskim. Cóż, znów nie zobaczymy Piłsudskiego. Czytamy tylko o przemarszu I Brygady po bitwie, obserwowanym z daleka przez narratora.

Choć wielokrotnie przemykają potem w tle relacji ułani Beliny, choć jednostki I Brygady i Czwartaków stają obok siebie w bitwie – nie ma już mowy do końca o jakichś zawiązanych osobistych relacjach, rozmowach, tym bardziej przyjaźniach. Także Brygadier pozostaje wielką tajemnicą, jak jakiś demiurg bliski i daleki zarazem. Taką wymowę (i chyba intencję autorską) ma następująca, bardzo malarska i romantyczna scena niespodziewanego przejazdu Wodza w pobliżu obozu Czwartaków:

*Naraz – zbiorowy tętent. Nadjeżdża spoza lasu brygadier Piłsudski ze świtą. Chwila rozmowy z pułkownikiem [Roja; brygadier wydaje zapewne pułkownikowi niezbęd-*

ne rozkazy – A.K.], *po czym jeźdźcy popędzili na przelaj przez pole. Wizja: grupa sztabu ze sztychów powstańczych, żywo przeniesiona w rzeczywistość* [podkr. – A.K.] (s. 60).

Uderza szczególnie ostatnie zdanie powyższego narratorskiego komentarza: chorąży Orkan, kojarząc grupę konną Brygadiera i cały kontekst – las, ostrzał, Moskale – ze *sztychami powstańczymi* (ma na myśli zapewne słynne sztychy Grottgera na temat powstania styczniowego, a może też obrazy Gierymskiego i Kossaków), buduje mocny pomost między mitami: tym dawniejszym, mającym już utrwalony kształt i siłę, a tym stającym się właśnie, rosnącym wraz z każdym legionowym sukcesem oraz z każdym publicznym ukazaniem się, wypowiedzią, gestem nowego polskiego wodza w szarym płaszczu bez dystynkcji. Pamiętajmy, że to sam Piłsudski w swoich wykładach, odczytach (przed Wielką Wojną, w trakcie jej trwania, jak i po niej, w kraju i za granicą) wielokrotnie podkreślał i wyjaśniał rolę powstania styczniowego, „bronił” go przed krytykami; widział w nim bowiem nie tylko i nie przede wszystkim klęskę oraz brak przygotowania, ale właśnie ważną inspirację na dziś, naukę (na błędach)<sup>34</sup>, szkołę wiary, poświęcenia, uporczywości w dążeniu do celu<sup>35</sup>. Z politycznym przesłaniem powstania styczniowego łączyła również Piłsudskiego idea odwoływania się do nowej współpracy państw dawnego imperium polsko-litewskiego, teraz na zasadzie równoprawnej (federacyjnej), a skierowanej przeciw wspólnemu wrogowi<sup>36</sup>. Taką wymowę symboliczną ma też niewątpliwie końcowa scena reportażu Orkana – przepłynięcie Bugu i pełne dumy oraz nadziei wkroczenie 4. Pułku na obszary białoruskie.

Jakby na ironię – zamiast odwołanego i już nieodbytego nigdy uroczystego spotkania Czwartaków z Brygadierem (zacytowano tylko jego rozkaz przed wspólną bitwą pod Jastkowem) jest w reportażu szerzej opisana (jakby na zasadzie „rekompensaty”?) podobna uroczysta wizyta (wieczera): „z samym Ekscelencją Durskim”, a więc formalnym a nie lubianym w Legionach zwierzchnikiem

<sup>34</sup> Władysław Pobóg-Malinowski, przypominając, jak bardzo ważny był dla Piłsudskiego duch i doświadczenia powstania styczniowego, wskazuje też na rolę tego zrywu we wcześniejszej działalności rewolucyjnej towarzysza Wiktora: „szuka wzorów, porównań, uzasadnień dla własnych poczynań [...] swoje własne rewolucyjne doświadczenia sprawdza w zestawieniu z wypadkami sprzed pół wieku” (W. P o b ó g - M a l i n o w s k i: Najnowsza historia polityczna Polski, t. I: 1864–1914, cz. 2, Gdańsk 1991, s. 615).

<sup>35</sup> O wyraźnej „stylizacji” (mentalnej i fizycznej) legionów Piłsudskiego na tamto powstanie ciekawie i obszernie pisze Alina K o w a l c z y k o w a (Piłsudski i tradycja, Chotomów 1991). Była to przede wszystkim: „stylizacja wedle pogardy dla niedostatku, zmęczenia i śmierci, stylizacja wedle bezgranicznej ofiarności, braterstwa, wspartej na szacunku i miłości do dowódców – i do Komendanta przede wszystkim” (tamże, s. 78); analogią jest także fatalne umundurowanie i uzbrojenie rekompensowane siłą moralną. Kowalczykowa zwraca uwagę, podobnie jak Orkan w cytowanym fragmencie reportażu, na uderzające podobieństwa wizerunkowe przez sztychy Grottgera i obrazy Gierymskiego (tamże, s. 79–80).

<sup>36</sup> Znamienne było stosowanie przez powstańców styczniowych nowego sztandaru, zawierającego trzy równej wielkości godła: Orła Białego, Pogoni i Archanioła (ostatni jest symbolem Rusi-Ukrainy).

ich i samego Piłsudskiego<sup>37</sup>. Przypomnijmy, to między innymi lojalna wobec sztabu austriackiego działalność Durskiego, z jednoczesną chęcią wyzwolenia się Legionów spod austriackiej kurateli, stała się przyczyną konfliktu: buntu Piłsudskiego i tzw. kryzysu przysięgowego, w następstwie zaś – rozformowania Legionów. To jednak nastąpi już znacznie poza czasem fabularnym utworu. Tymczasem w swym reportażu Orkan – z pozycji niższego, niedoświadczonego oficera – bynajmniej nie krytykuje Durskiego, zwie go grzecznie i regulaminowo Ekscelemcją, podkreśla uprzejmość Austriaka wobec Polaków, chwali poczucie humoru; wspomina dobre przyjęcie zwierzchnika przez polskich dowódców pułku. O polityce ani słowa. To właśnie ten fragment stanowić może dowód na ideologiczną zależność naszego reportera – etatowego pracownika austriackich komórek wojskowej propagandy.

4. Pułk, jak wynika z Orkanowskiego reportażu, sam musiał zasłużyć na swą legendę, zdobyć tożsamość i ożywić głośne (dziedziczone) imię, co po części mu się udało. W ciągu zrelacjonowanych pięciu tygodni nastąpiły bowiem dwie ważne bitwy oraz parę potyczek i wymian ognia, a więc były okazje do zdobycia chwały. Ukazanie bitwy należy do najtrudniejszych zadań każdego pisarza oraz reportera wojennego. Jak udało się to Orkanowi?

### *Batalistyka Orkana*

Przejdźmy do zawartych w analizowanym tekście sekwencji walk i opisów pól bitewnych. Takie fragmenty w reportażu wojennym, jak i prozie batalistycznej czy poezji bohaterskiej należą do najbardziej pożądaných i efekownych, ale też są trudne w przygotowaniu. Trzeba podkreślić, że reporterzy, podobnie jak i pisarze, kładą nacisk na rozmaite aspekty toczących się zmagani, jak: przygotowania, zamysły i spory taktyczne dowódców, heroizm pojedynczych żołnierzy, braterstwo w obliczu wroga, radość zwycięstwa bądź przeżycie klęski, obraz zasłanych poległymi pól, cierpienie rannych, los jeńców, skutki bitwy... W relacji w różnym stopniu wykorzystane bywają wrażenia akustyczne, plastyczne, motoryka pola walki i zaplecza. Wiele zależy też od osobistego udziału narratora w całym przedsięwzięciu, z przyjętego przez niego (dostępnego mu) punktu oglądu.

W relacjach z bitwy istotna jest zawsze odpowiednia (czyli także: atrakcyjna dla czytelnika) proporcja między aspektem wojskowym i patriotycznym a tym *stricte* ludzkim (emocjonalnym, etycznym, filozoficznym, religijnym).

Można wreszcie podzielić typy ujęć walk pod względem zawartych pierwiastków ocennych: bywają bowiem opisy bardzo melioratywne i idealizujące (zwłaszcza gdy autor pisze z pozycji patriotycznych, wspólnotowych, stoi po jed-

<sup>37</sup> Karol Durski-Trzaska (Karl Trzaska von Durski) – oficer armii austriackiej, od września 1914 do marca 1916 r. Komendant Legionów Polskich jako formacji austriackiej i na austriackim żołdzie, działającej ściśle w myśl niemiecko-austriackich planów operacyjnych i rozkazów, choć pod polskim liniowym dowództwem.

nej stronie konfliktu), pejoratywne (pacyfistyczne, humanitarystyczne, skrajnie naturalistyczne), wreszcie te neutralne (historyczno-profesjonalne, chłodno realistyczne, filozoficzne).

Jaką drogą poszedł, jaką technikę opisu bitwy wybrał Orkan, zwłaszcza chcąc zmierzyć się ze wspomnianą wyżej legendą? Otóż stara się on po pierwsze – uczciwie – nie wychodzić poza naturalną dla niego jako narratora z wewnątrz akcji perspektywę szeregowego żołnierza: taki niewiele wie o strategii, o celach operacji, o wrogu nawet; widzi wycinki pola, zostają mu w pamięci pojedyncze, wyrwane z kontekstu, a często bardzo traumatyczne obrazy. Walka w reportażu Orkana to więc przeważnie nagły, nie wiadomo skąd pochodzący, ostrzał artyleryjski, to przeszywające ciszę lasu serie karabinu maszynowego, to niespodziewany atak wroga i towarzyszący temu faktowi chaos, nim uda się przeciwnika rozeznac, uformować własne siły, przejść do riposty. Na przykład:

*Z nagła wstrząsa powietrzem młot armatniego wystrzału – drugi – trzeci – czwarty... Zaczem świsty przerażne. Jakby się piekło rozwarło... [...]. Tak trwa przez godzin kilka, do przedpołudnia. Baterie, szukane rosyjskimi szrapnelami, które pękają z rzadka nad lasem, przesuwają się gdzie indziej (s. 60).*

Albo:

*Nie widząc skutków tych niszczących działań, mogło się odnieść wrażenie, że się jest w obliczu manewrów. Lecz i skutki dość szybko dały się nam widzieć. Przejeżdżają wozy z rannymi sznur długi. We wsi w dole mieści się stacja opatrunkowa. Stamtąd odwożą ich dalej, na tyły (s. 55).*

Taka jest, zda się mówić narrator, smutna logika i technika tej strasznej wojny. Jej znak rozpoznawczy to nie tylko i nie przede wszystkim bohaterowie, ale zabici, ranni, jeńcy. Tych ostatnich Orkan pokazuje zarówno jako przesuwające się anonimowe szare kolumny, jak i poszczególne jednostki: ludzi okaleczonych, brudnych, głodnych, wystraszonych, czasem sprawiających wrażenie, jakby sami nie wiedzieli, gdzie są i skąd się tu wzięli... To jest wojna XX-wieczna i taka jest przeważnie optyka pojedynczego żołnierza. A sama bitwa? Ta przechodząca potem do historii pod nazwą jakiejś często nikomu wcześniej nieznannej miejscowości? Dopiero po paru dniach wyłania się ona z raportów, narad sztabów, raportów służb medycznych, zyskuje opis, nazwę, ocenę, wreszcie legendę. Ustala się też, kto zwyciężył.

Tak jest u Orkana, który trzyma się głównie i konsekwentnie swej konstrukcji narratora wewnątrz akcji. Czasem jednak dodaje obraz z szerszej perspektywy i dystansu czasowego: zwięzły, zimny, podany z fachową terminologią, przypominający wojskowy raport ze wskazaniem indywidualnych zasług; taki fragment jest zapewne oparty na wiedzy, jaką otrzymał reporter *post factum*, w obozie czy przez kontakt z kolegami sztabowymi, gdy wpłynęły już meldunki, policzono straty, poprawiono pozycje; nie brakuje też wtedy w relacji pochwały dla dowódców, jak i wskazania przykładów męstwa indywidualnego (tak jak czyni się zwykle w oficjalnym raporcie):

*Udział w bitwie minionej nocy tak się z relacji przedstawia: późnym wieczorem przyszedł pułk na pozycje pod Majdan Borzechowski i rozwinął się jako pierwsza rezerwa austriackich stanowisk. Batalion I. kapitana Galicy na przedzie, za nim bataliony II. i III. pod dowództwem kpt. Sikorskiego i por. Szrauca. Bój wrzał niezwykle zacięty. Rozwinięte w tyraliery, podsuwały się bataliony ku górze po świeżym ściernisku. Kule gęsto latały. Z rzadka stojące kopki snopów dawały tym owym osłonę. Dużą otuchą dla chłopców a ośmieleniem dla nowicjuszków było, iż widzieli, jak pułkownik przejeżdżał konno wśród kul pomiędzy tyraliery, nie dbając zgola na niebezpieczeństwo własne. Równie nie 'dekowali' się oficerowie kominanci. Kpt. Galica podprowadził śmiało swój batalion pod linię ostatnią okopów i do ataku nie doszedł tylko przez to, że już wojska austriackie linię nieprzyjacielską przelamały. Bój przesunął się za przechylenie ku lasowi, gdzie zażarte walki wręcz dokończyły dzieła. Wróg cofnął się w popłochu.*

*W komunikatach urzędowych bój pod Borzechowem zaznaczono jako najkrwawszy na tym odcinku (s. 68).*

Jeszcze inny sposób dokumentowania bitwy przez Orkana można nazwać quasi-detektywistyczną inspekcją poboju, połączoną z rekonstruowaniem tego, co się tam działo. Taki właśnie fragment, dotyczący pobitewnego pola Majdanu Borzechowskiego, należy do najlepszych scen w całej książce:

*Las świadczy o charakterze walki, jaka się tu rozgrywała. Co chwila: dolki, zarycia, często dopiero zapoczęte. Żołnierz biegł od drzewa do drzewa, przypadał do ziemi, czynił łopatką dołek-osłonę, strzelał, podrywał się i znowu naprzód. Oto trup żołnierza... łopatkę jeszcze trzyma w dłoni. Dwa razy zdążył szczyptę ziemi podjąć, okopując się, i padł, rażony kulą. A oto telefonista... Jak, skulony za drzewem, trzymał przy uchu słuchawkę – tak został w ruchu tym – telefonuje.*

*Trzech rannych żołdatów pod drzewem. Jeden ciężko. Twarz straszna, obrzękła, cała w skrzepie krwi. Prosi wody oczami. Ktoś schylił się z manierką. Jeden oparty o pień, o nieprzyjemnym wyrazie: ryżej brodzie i małych, złych oczach. Ci są z pułku aleksiejewskiego. Ktoś mówi: twierdził lekarz austriacki sztabowy, że biorący w walkach tych udział sibirski pułk dobijał rannych. Uwierzyć trudno, a jednak nie ma nic niepodobnego.*

*Najduje się porzucone przez Moskali opatrunki z japońskim stemplem. Sanitariusz austriacki pracują od świtu. Za lasem na niedużym płacie – setki trupów Moskali. Istne pole śmierci. Grzebią od rana, a końca nie widać. Stamtąd zawiewa czasem powietrze słodkawe, które o mdłość przyprawia. Dzień jest upalny (s. 69).*

A zaraz po tym przejmującym obrazie jakże inna, kontrastująca scenka z pobliskiego obozu zwycięzców, gdzie jak co dzień „życie normalne wstaje”, pracują już warsztaty (naprawia się sprzęt), a niejeden żołnierz cieszy się nawet bardzo, bo mógł podmienić swój karabin na lepszy, po kimś zabitym, znaleziony na powyżej opisanym poboju. Taka jest wojna i jej prawa.

W ciągu ukazanych w książce pięciu kampanijnych tygodni nastąpiła jeszcze jedna bitwa z udziałem Czwartaków oraz I Brygady: Jastków. Orkan poświęca jej cały rozdział dziewiąty, dając przebogatą relację wojenną, pełną dramatyzmu, dynamiczną, a opartą na kilku (wymienionych wyżej) sposobach narracji, z zastosowaniem zarówno czasu teraźniejszego, jak i przeszłego. Tutaj pisarz dodatkowo wplótł też w relację, dla podniesienia jej autentyzmu, całe dokumenty dotyczące



przebiegu bitwy: depesze (rozkazy, raporty, meldunki), a przede wszystkim piśmienną dyspozycję ataku wydaną przed bitwą przez samego brygadiera Piłsudskiego.

W wielostronicowym opisie przebiegu bitwy toczonej od 31 lipca do 3 sierpnia połączone też zostały bardzo oryginalnie dwie perspektywy. Pierwsza, *stricte* podmiotowa, wpisuje bitwę w osobistą przygodę samego Orkana, przedstawioną przez ujęcia dynamiczne: oto w przeddzień starcia (30 lipca) został on wraz z chor. Bobrowskim i por. Rawnikarem wysłany przez komendanta Roję do Lublina, wyzwolonego właśnie przez ułanów Beliny. Tam odbywa się przytoczona już tu miła scena z córeczką masarza i orzełkiem. Tam też dnia następnego dochodzą do trójki Czwartaków wieści o tym, iż *pulk czwarty w ogniu*; następuje więc dynamicznie opisana, szaleńcza, z przygodami jazda naszych oficerów do macierzystej jednostki; ostatni etap drogi powrotnej przebiega już w huku armat i ogniu ostrzału. W miarę zbliżania się do miejsca kwaterowania pułku żołnierze otrzymują – od przygodnych informatorów – strzępy informacji o toczącej się walce (z udziałem 4. Pułku i I Brygady), które narrator nam – w czasie terażniejszym – szybko podaje. Kończy się ten wątek dotarciem – nocą – do obozu przez pracujący już w pocie czoła punkt opatrunkowy, gdzie zaraz jeden z trójki oficerów (lekarz) zostaje do pomocy: *Rannych znoszą a znoszą. Co partię opatrzoną odprawią na wozach do Motycza, nowa nadpływa. Dr Bobrowski zakasał rękawy, zabrał się do roboty. Zostawiamy go, ruszamy w górę przez las do Komendy pułku* (s. 90).

Następnego dnia (1 sierpnia) relacja prowadzona jest już w bezpośredniej bliskości walk (Orkan z racji funkcji zwykle pracuje przy Komendancie, w sztabie pułku): mamy więc dokładny opis topograficzny, także plan usytuowania przeciwnych oddziałów. Teraz jednak, w odróżnieniu od relacji z bitwy w Majdanie, reporter zmienia czas narracji na przeszły, a sam przedzierzga się w narratora wszechwiedzącego i dokonuje rekonstrukcji wydarzeń dnia poprzedniego; służyć mu tu pomocą wspomniane dokumenty, które raz po raz cytuje, by precyzyjniej przekazać zamiary dowódców oraz sam przebieg taktycznej gry, dającej się określić jako kilkietapowy morderczy atak na umocnioną (m.in. drutem kolczastym, stanowiskami artylerii i kaemów) oraz ostro kontratakującą nieprzyjacielską linię na wyniesieniu nad Jastkowem.

Po kilku stronach zwięzłej faktografii, obfitej w nazwiska, stopnie, nazwy miejscowości, dokładne wskazania czasu i odległości, następuje znów zmiana sposobu i treści narracji: chorąży zdobywa się teraz na podniosły komentarz w stylu epiki bohaterskiej, przechodząc do kilku przykładów ofiarności i męstwa poszczególnych, wyróżniających się żołnierzy, jak i całego, do niedawna niedoświadczonego i budzącego obawy co do swej przydatności bojowej, zakompleksionego wobec I Brygady (o czym pisaliśmy) pułku. Teraz mógł się on wykazać, zapracować na swój własny mit! Oto jak z dumą odtwarza Orkan atak pierwszego i trzeciego batalionu na formacje rosyjskie, o 7.00, 1 sierpnia, pod silnym ogniem nieprzyjacielskiej artylerii:

[...] chociaż więcej niż połowa żołnierzy pułku była pierwszy raz w obliczu podobnej przeraźni [sic!] – wiara szła odważnie naprzód. Podbiegła plutonami na rozkaz swoich dowódców i przypadła na moment niedługi ku ziemi – by się zerwać znów, gdy ogień zdawał się przygasać. Z pozycji rosyjskich lały salwy gęste – grały z wydechami karabiny maszynowe – kosily kosy śmierci. Już niektóre kompanie nasze wydarły się naprzód – już niektóre plutony podbiegły w momencie krótkim pod same druty rosyjskie. Ogień straszny, rażący – śmierć i ranienie dowódców wstrzymały pęd...

*Padł Roliński, chorąży, pluton czwarty pierwszej kompanii prowadzący. Padł młodziutki Bereski u samych wrót piekieł: u zajazi [sic!] drutów – ręką jeszcze skrzeplą, wyciągniętą, z rewolwerem w zaciśniętej dłoni wskazując drogę swemu plutonowi... Upadł, raniony podwójnie, dzielny oficer Bończa, kompanię pierwszą batalionu I wiodący. Zastąpił go chorąży de Lavaux.*

*W tejże drodze ataku na prawym skrzydle ranieni: chor. Krajewski, Gruber, Wyczalkowski, podchor. Otto, Majkuciński i Polakiewicz. Raniony też por. Pieracki, z siódmą kompanią batalionu II-go dla wzmocnienia ataku na skrzydło prawe przysłany. To samo w trzecim batalionie. Ranieni oficerowie: por. Rutkowski, ppor. Jamróg, chor. Gutek i podchor. Krzysik [...] (s. 98–99).*

Po tym hołdzie dla bohaterów następuje znów zmiana sposobu narracji na bardziej chłodną, faktograficzną (opisywane są walki nocne), otrzymujemy też kolejne sprawozdanie z wizytacji pola bitwy (rankiem 2 sierpnia), rozpoczynające się patetycznym wstępem: *I oto świt, weszły nad zroszonym krwią polem (pod Jastkowem) [...] (s. 100)*. Zapisuje też Orkan na pobojuwisku emocjonalną wypowiedź przejętego dowódcy, kpt. Galicy: *Siedmiu mi oficerów brak [...] Kompanie stopniały... Ale jak wiara szła! Żeby widział [to aluzja do zabitego Bereskiego – A.K.]. I kieby nie ogień z flanki... bylibyśmy już tam – wskazał ku pozycjom rosyjskim (s. 101)*.

Ataki na wzgórze jastkowskie trwały kolejny dzień – chorąży Orkan zmienił tymczasem znów punkt obserwacji, otrzymujemy dzięki temu obraz bitwy z perspektywy dowództwa (pisarz był, jak pamiętamy, przyporządkowany w Komendzie do płk. Roi). Oto bitewny poranek sztabu, ze stoickim spokojem spożywającego śniadanie *pod dębem*, gdy wkoło świstają kule, słysząc terkot karabinów, gdzieś niedaleko wybuchają szrapnele. W relacji pojawia się nagle swoisty czarny humor: kuchcik zostaje zraniony zabłąkaną kulą, komuś kula wytrąciła talerz z ręki; widzący to kucharz składa natychmiast meldunek dowódcy, że chce iść *na linię, bo w kuchni niebezpieczno (s. 102)*. Odnotowuje też Orkan skrupulatnie przykład męstwa porucznika Pierackiego, który z przestrzeloną piersią, dopiero co opatrzony, jakby nigdy nic siada do posiłku przy oficerskim stole. Z kolei płk Roja ze swą Komendą (w tym i Orkanem) spożywają obiad... w zbożu, skąd mogą wygodnie śledzić na bieżąco wydarzenia, kierować przebiegiem walki.

Zaskoczył też narratora osobliwy „wynałazek” chor. Brzozowskiego, który posyłany wciąż z rozkazami, opracował sobie i wyćwiczył niezwykły sposób *plywania w zbożu* za pomocą *wystudiowanych rzutów ciała*, tak że Rosjanie w ogóle nie widzą posłańca i nie mogą go ranić (zastrzelić). Jest też przytoczony dziwny dialog między Roją a przybyłym pod silnym ostrzałem, z meldunkiem

do Komendy, szeregowcem z patrolu. Żołnierz melduje rzeczowo, prezentuje się świetnie, *duch ochoczy służby* wręcz bije mu z oczu. Roja postanawia więc zaraz nagrodzić żołnierza i z powagą oznajmia, że awansuje go na sierżanta. Ten ku zdziwieniu dowódcy i pozostałych obecnych grzecznie dziękuje i prosi, by mógł nadal pozostać szeregowcem...

Wszystkie te sztabowe epizody wnoszą do reportażu całkiem nowy walor: są, jak widać, mocno podbarwione surrealnym humorem, a przecież scenki te napisało samo życie... To zastosowane przez Orkana, a ukazane tu przez nas tematyczno-stylistyczne bogactwo oraz przemienność ujęć wojny i bitwy jest jako model pisarski tym, czym powinien się kierować każdy dobry reporter, unikając zamykania prawdy w jednej optyce, jednej dykcji i jednym emocjonalnym wyrazie.

### Podsumowanie

Próbując dokonać podsumowującej oceny książki-reportażu „Drogą Czwartaków...”, należy zacząć od podkreślenia bardzo ciekawej i bogatej kompozycji, nawet według dzisiejszych kryteriów oceny reportażu. Na uwagę i uznanie zasługuje także wielostronne ujęcie zmagania bitewnych, jak i organizacyjno-technicznej strony służby – więc to, co Wańkowicz określa w reportażu wojennym jako (1) dokumentację, oraz (2) *human interest*<sup>38</sup>. Słabością utworu – szczególnie po latach – okazał się nachalny młodopolski багаż stylistyczny, obciążający wiele skądinąd dobrych merytorycznie fragmentów. W zakresie mitu legionowego, jak i idealizacji postaci Komendanta, utwór wniósł spojrzenie ciekawe, inne od dominującego w kręgu czołowych pisarzy I Brygady: Orkan pokazał mianowicie istnienie w szeregach wojskowych już w latach 1914–1916 swoistego drugiego rzutu żołnierzy legionowych, cierpiących kompleks nie tylko wobec słynnych już liderów ruchu, ale i wobec szeregowych weteranów polskiego czynu zbrojnego, zapoczątkowanego wymarszem kadrówki z krakowskich Oleandrów.

Trzeba dodać, że „Drogą Czwartaków...” to bynajmniej nie cała publicystyka wojenno-legionowa Władysława Orkana. Składa się na nią także sześć innych tekstów (inspirowanych głównie pracą autora w Komisjach Werbunkowych): trzy obszernie quasi-reportaże „Z dni mobilizacji”, „Werbunek na Podhalu” i „Legion Wschodni”, dwa obrazki o charakterze reportażowym – „Ojciec i syn” i „Rabin Chęciński”, oraz artykuł-aneks do analizowanej tutaj książki reportażowej, pt. „Z drogi Czwartego pułku”, zawierający dokumentację stoczonych bitew, składów osobowych, kadry dowódczej, poległych i rannych. Dokładniejsza analiza tej części twórczości Orkana będzie tematem odrębnego opracowania.

Warto też przypomnieć na koniec, że wiadomo jest o jeszcze innym, niezrealizowanym, wielkim projekcie pisarza, mającym zebrać jego doświadczenia

<sup>38</sup> Por. M. Wańkowicz: Karafka La Fontaine’a, Kraków 1983, t. I, rozdz. „Antenat – reportaży wojenny”.

i refleksje związane z Wielką Wojną – tomie „Inter arma”<sup>39</sup>. Prawdopodobnie przesłaniem tej książki nie byłaby pochwała legionowego czynu, nie obfitowałyby ona w przykłady indywidualnego heroizmu i poświęcenia dla ojczyzny (jak to się dzieje u Kadena czy Struga), ale dominowałby raczej w niej „wojenny mizeralizm”, jak Maria Jolanta Olszewska w swej cennej monografii<sup>40</sup> określa ujęcia wojny – jako nowoczesnego koszmaru, gwałconej natury, „odhumanizowanej wojennej drogi” (to ostatnie określenie pochodzi właśnie z „Drogą Czwartaków...”). Takie pacyfistyczno-globalne ujęcie wojny dobrze korespondowałyby z drapieżnym, ponurym obrazem społecznych przemian na gorczańskiej wsi, jakim zasłynął Orkan w swoich powieściach i opowiadaniach, tłumaczyłoby też zapewne głębokimi humanistycznymi odczuciami i lękami jego wcześniejsze ucieczki przed wcieleniem do armii, o czym pisaliśmy na początku tego artykułu.

## STRESZCZENIE

### Z klasyki polskiego reportażu wojennego: „Drogą Czwartaków od Ostrowca na Litwę” Władysława Orkana (1916)

„Drogą Czwartaków od Ostrowca na Litwę” Władysława Orkana należy do najciekawszych i najbardziej wartościowych reportaży wojennych, ukazujących polski czyn zbrojny podczas I wojny światowej, legendę Legionów Polskich, postać Komendanta Piłsudskiego. Orkan, na podstawie własnych doświadczeń (był chorążym w Komendzie 4. Pułku Piechoty legionowej zwanego Czwartakami), przedstawił fragment udanej kampanii austriacko-niemieckiej (z udziałem Legionów) przeciwko wojskom rosyjskim w 1915 r. Kampanii naznaczonej m.in. bitwami pod Majdanem Borzechowskim i Jastkowem. Obszerny reportaż zaskakuje dynamiką i zróżnicowaną konstrukcją scen batalistycznych, realistycznym ukazaniem codziennego życia armii (m.in. w duchu *human interest*), jak i wnikliwą oraz przejmującą obserwacją skutków nowoczesnej wojny dla ludności cywilnej, substancji materialnej miast i wsi oraz szczególnie dla przyrody. Wadą utworu jest jego nadmierna zależność w warstwie językowej od stylu Młodej Polski.

**Słowa kluczowe:** Władysław Orkan, reportaż, reportaż wojenny, Czwartacy, „Drogą Czwartaków”, 4. Pułk Piechoty Legionów Polskich, Legiony Polskie, batalistyka wojenna, Józef Piłsudski, Bolesław Roja

<sup>39</sup> Kilka wersji spisu treści (właściwie konspektu) tego tomu zachowało się w rękopisach (posiada je Biblioteka Jagiellońska), a jeden zacytowano w „Nocie wydawcy” w edycji „«Drogą Czwartaków» i innych wspomnień wojennych”, jw., s. 191.

<sup>40</sup> M. J. Olszewska: Człowiek w świetle Wielkiej Wojny. Literatura polska z lat 1914–1919 wobec I wojny światowej. Wybrane zagadnienia, Warszawa 2004.

# **POLSKA EDUKACJA NA ŁAMACH TYGODNIKÓW OPINIOTWÓRCZYCH W LATACH 2009–2010<sup>1</sup>**

JUSTYNA DOBROŁOWICZ

Wydział Pedagogiczny i Artystyczny; Instytut Pedagogiki i Psychologii  
Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

## **ABSTRACT**

### **The polish education in opinion weeklies**

This article presents the results of the content analysis of 115 texts concerning school and education published in Polish opinion weeklies in 2009–2010. The analysis allowed the author to answer research questions:

- 1) What kind of linguistic means are used in the press educational discourse?
- 2) Which themes are prevalent in the analysed magazines?
- 3) What are the possible effects of such discourse on education?

**Key words:** education, influential weeklies, press discourse, picture of education

Celem artykułu jest przedstawienie wyników badania tekstów na temat edukacji, opublikowanych w latach 2009–2010 na łamach pięciu opiniotwórczych tygodników: *Polityka*, *Wprost*, *Newsweek*, *Gość Niedzielny* i *Przegląd*. Przedmiotem zainteresowań badawczych uczyniłam rozpoznanie sposobów, w jakie prasa przedstawia edukację; zakładałam bowiem, że wpływa to na sposób myślenia Polaków o szkole: jak określają jej rolę i jakie wskazują zadania.

---

<sup>1</sup> Niniejszy artykuł stanowi kontynuację i uzupełnienie analizy dyskursu prasowego na temat szkoły i edukacji, toczącego się w polskiej prasie opiniotwórczej w latach 2009–2010 – przedstawionego w mojej książce pt. *Obraz edukacji w polskim dyskursie prasowym*, Kraków 2013.

✉ Wydział Pedagogiczny i Artystyczny; Instytut Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, ul. Krakowska 11, 25-029 Kielce; justdo@pu.kielce.pl

Materiał badawczy stanowi 115 tekstów na temat edukacji, opublikowanych w 522 numerach polskich tygodników opinii. Wybór wymienionych wyżej czasopism został podyktowany zarówno ich zróżnicowanym profilem ideowym, jak i (głównie) wynikami rankingu najczęstszych cytowań. Każdego miesiąca Instytut Monitorowania Mediów<sup>2</sup> prowadzi w Polsce badania i dostarcza informacji na temat liczby cytowań poszczególnych mediów przez inne media. Od marca 2010 roku publikowany jest ranking najczęściej cytowanych tygodników i dwutygodników, w którym znalazły się *Newsweek*, *Polityka*, *Wprost*, *Gość Niedzielny* i *Przeгляд* (tabela 1).

Jak już wspomniałam, wcześniej na dobór czasopism poddanych analizie miał też wpływ ich profil ideowy. Trzy tytuły mające najwyższe notowania w rankingu, to jest *Wprost*, *Newsweek* i *Polityka*, prezentują profil liberalny. Poglądy ideowe i polityczne polskiego społeczeństwa są znacznie mocniej zróżnicowane, dlatego do tych trzech tytułów dodane zostały dwa, wyrażające poglądy lewicowe i prawicowo-katolickie: *Przeгляд* i *Gość Niedzielny*.

Analizę czasopism, które ukazywały się na polskim rynku wydawniczym w latach 2009–2010, uzasadnia fakt, że rok 2010 zamyka dziesięcioletni okres funkcjonowania zreformowanego systemu oświaty. Oczekiwania społeczne wobec reformy edukacji, formułowane w chwili jej rozpoczęcia, były olbrzymie. Zakładano, że polepszy ona warunki funkcjonowania szkoły na tyle, by szkolna edukacja gwarantowała rozwój zarówno intelektualnych, jak i twórczych możliwości każdego ucznia. Założenia reformy, formułowane pod koniec lat 90. XX wieku, nie mogły uwzględnić postępującego rozwoju doktryny neoliberalnej, która mimo jej radykalnej krytyki (nawet przez ekonomistów) drastycznie zmieniła i nadal zmienia warunki, w jakich funkcjonuje zreformowana polska edukacja. W konsekwencji coraz powszechniejsze jest przekonanie o poważnym kryzysie edukacji, która mimo ciągłych zmian nie spełnia założonych funkcji. Warto w tej sytuacji sprawdzić, jaki obraz edukacji kreśli polska prasa.

**Tabela 1. Miejsce analizowanych czasopism w rankingu periodyków w 2010 roku**

Czasopismo \ Miesiąc	<i>Wprost</i>	<i>Newsweek</i>	<i>Polityka</i>	<i>Gość Niedzielny</i>	<i>Przeгляд</i>
Marzec <sup>1*</sup>	1	2	4	5	9
Kwiecień <sup>2*</sup>	2	1	3	–	9
Maj <sup>3*</sup>	2	1	3	–	8
Czerwiec <sup>4*</sup>	1	3	2	–	–

<sup>2</sup> www.institut.com.pl/raporty (dostęp: 8.12.2012). Instytut Monitorowania Mediów na swoich stronach internetowych podaje, że badanie „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce” dostarcza informacji na temat liczby cytatów z mediów ukazujących się w innych mediach, z wyłączeniem agencji informacyjnych. Ma to bezpośredni wpływ na zwiększenie wiarygodności i opiniotwórczości danego medium, a tym samym na wzrost jego czytelnictwa, oglądalności i słuchalności.

Lipiec <sup>5*</sup>	2	4	3	8	7
Sierpień <sup>6*</sup>	3	2	1	6	–
Wrzesień <sup>7*</sup>	1	2	5	4	–
Październik <sup>8*</sup>	1	2	4	6	–
Listopad <sup>9*</sup>	1	2	3	–	–
Grudzień <sup>10*</sup>	1	2	3	–	–
Łącznie w całym roku <sup>11*</sup>	1	2	3	5	–

<sup>1\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_03.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_03.10.pdf), s. 11

<sup>2\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_04.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_04.10.pdf), s. 11

<sup>3\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_05.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_05.10.pdf), s. 12

<sup>4\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_06.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_06.10.pdf), s. 12

<sup>5\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_07.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_07.10.pdf), s. 12

<sup>6\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_08.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_08.10.pdf), s. 12

<sup>7\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_09.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_09.10.pdf), s. 12

<sup>8\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_10.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_10.10.pdf), s. 12

<sup>9\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_11.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_11.10.pdf), s. 12

<sup>10\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_12.10.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_12.10.pdf), s. 12

<sup>11\*</sup> [www.institut.com.pl/IMM/o\\_firmie/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_2010.pdf](http://www.institut.com.pl/IMM/o_firmie/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_2010.pdf), s. 15

Źródło: Instytut Monitorowania Mediów, [www.institut.com.pl](http://www.institut.com.pl) (dostęp: 8.12.2012).

Publikowane w tygodnikach wypowiedzi prasowe traktuję jako dyskurs i w związku z tym nie ograniczam się do relacjonowania prezentowanych w artykułach informacji i sądów, lecz staram się dociec intencji autorów tekstów, odsłonić ścieranie się – czy może nawet walkę – odmiennych poglądów i interesów, wydobyć na światło dzienne ukryte cele, niekiedy także zdemaskować manipulowanie informacjami przez uczestników dyskursu dążących do wykreowania najbardziej pożądanej dla siebie wersji rzeczywistości. Dyskurs to nie tylko mówienie o rzeczywistości, ale też sposoby jej rozumienia, nadawania jej sensu.

Rozumiejąc teksty, ludzie budują stopniowo nie tylko reprezentacje tekstu i kontekstu, ale też – w ramach tzw. modeli mentalnych – reprezentacje zdarzeń albo działań, o których dyskurs opowiada. To, co zwykle zapamiętujemy z danego przypadku, nie zawiera się w konkretnych słowach, ani nawet ich znaczeniach lub funkcjach, ale raczej w modelach, które stanowią schematyczne reprezentacje naszych (subiektywnych) wyobrażeń o danym zdarzeniu lub sytuacji<sup>3</sup>.

Wielu badaczy uważa, że podstawową właściwością wypowiedzi uznanej za dyskursywną, jest występowanie w niej wyraźnej argumentacji, nie zaś perswazji i ekspresji.

Na potrzeby prowadzonych analiz przyjmuję, że dyskurs to działanie komunikacyjne, w którego wyniku uczymy się w pewien sposób myśleć o świecie i w związku z tym rozumienie rzeczywistości społecznej nie zależy bezpośrednio od działania naszego indywidualnego umysłu, ale od definicji, jakie w procesie socjalizacji uznajemy za oczywiste.

<sup>3</sup> T.A. van Dijk: *Badania nad dyskursem*, [w:] t e n z e (red.): *Dyskurs jako struktura i proces*, Warszawa 2001, s. 28.

Szczególną rolę w tym, jak rozumiemy rzeczywistość, pełni język i sposoby jego użycia. Przez nazywanie tego, co nas otacza, nadajemy rzeczywistości znaczenia i przez te znaczenia interpretujemy świat. Myślenie i postrzeganie jednostek jest w dużej mierze zdeterminowane przez język, w którego obrębie rzeczywistość jawi się jako oczywista i normalna.

Powyższe ustalenia pozwoliły zaprojektować badania, które mieszczą się w społeczno-kulturowym nurcie badań nad dyskursem i których celem jest zrekonstruowanie sposobów „mówienia” o edukacji w opiniotwórczych tygodnikach oraz propagowanych w tym „mówieniu” koncepcji i idei. Zgodnie z przyjętą teorią poststrukturalizmu dyskursy mają decydujący wpływ na to, jak społeczeństwo postrzega rolę i zadania edukacji. To, w jaki sposób czytelnicy się zachowują, do czego dążą, jak działają, zależy od tego, jakie znaczenia mają dla nich różne elementy rzeczywistości, a współtwórcą tych znaczeń są opiniotwórcze czasopisma.

Przyjmuję pogląd Teuna A. van Dijka, który pisze o dwóch typach społecznej analizy dyskursu: o analizie deskryptywno-eksplanacyjnej, zorientowanej na bezstronne, aspirujące do obiektywnego badanie wypowiedzi, oraz o analizie krytycznej, badającej występujące w dyskursach przypadki dominacji czy nierówności lub jakies inne ukryte interesy. Opublikowane w opiniotwórczych tygodnikach teksty na temat współczesnej polskiej szkoły i – szerzej – całego polskiego systemu edukacji wyrażają tyle emocji, ukazują ścieranie się tak różnych koncepcji reform oświatowych i zderzają tak sprzeczne opinie, że celowe wydaje się zastosowanie drugiego z wymienionych przez T.A. van Dijka typów analizy dyskursu, to jest analizy krytycznej.

### *Forma prasowego dyskursu na temat edukacji*

Na początku przyjrzałam się analizowanym tekstom prasowym pod kątem ich przynależności gatunkowej i stwierdziłam, że prasowy dyskurs na temat edukacji realizowany jest głównie za pomocą dziennikarskich gatunków publicystycznych, takich jak: artykuł, komentarz, felieton i reportaż. Następnie przeprowadziłam lingwistyczną analizę dyskursu prasowego (jej zasady przedstawiła Geraldine Mautner<sup>4</sup>), która pozwoliła ustalić mechanizmy językowe, jakie stosują autorzy rozpatrywanych tekstów prasowych w celu narzucenia czytelnikom wersji edukacji uznanej przez siebie za słuszną.

Znacznymi problematyki dyskursu Ruth Wodak<sup>5</sup> zwraca uwagę, że w sytuacji gwałtownego rozwoju nowych technologii pojawiło się wiele tekstów stanowiących połączenie elementów pisanych i wizualnych. Znaczenia elementów wizu-

<sup>4</sup> G. Mautner: Analiza gazet, czasopism i innych mediów drukowanych, [w:] R. Wodak, M. Krzyżanowski (red.): Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych, Warszawa 2011, s. 51–85.

<sup>5</sup> R. Wodak: Wstęp: badania nad dyskursem – ważne pojęcia i terminy, [w:] R. Wodak, M. Krzyżanowski (red.): Jakościowa analiza..., jw., s. 12.



alnych wchodzą w interakcje ze znaczeniami elementów pisanych, mają na nie silny wpływ, stąd niewskazane jest ich pomijanie w analizie. Małgorzata Lisowska-Magdziarz proponuje, by – badając media – traktować język wizualny jako język dyskursu i stosować do tekstów sformułowanych w języku wizualnym te same metody analizy, jakie stosowane są wobec tekstów werbalnych<sup>6</sup>.

Na poziomie analizy lingwistycznej dyskursu szczególnie ważne jest rozpoznanie reguły doboru słów, zwłaszcza słów o zabarwieniu ocennym. Ważne są tu zarówno wyrażenia o ujemnej, jak i dodatniej modalności. W analizowanych tekstach o edukacji opublikowanych w wymienionych wyżej tygodnikach opiniotwórczych zdecydowanie przeważają wyrażenia o jednoznacznie negatywnym nacechowaniu semantycznym, co w rezultacie prowadzi do dyskredytacji szkoły i edukacji oraz kształtuje przekonanie o kryzysowej sytuacji w tej sferze życia społecznego. Nagromadzenie pejoratywnych a czasem krańcowo negatywnych określeń widoczne jest w większości przeanalizowanych przeze mnie tekstów. Tego rodzaju opinie o polskiej edukacji – odnoszące się do każdego poziomu kształcenia – można odnaleźć we wszystkich analizowanych tygodnikach. Oto charakterystyczne przykłady:

W artykule zatytułowanym „Nauczyciel non-fiction”, wydrukowanym w *Polityce*, nauczyciele określani są jako *ludzie niedojrzali emocjonalnie, pokaleczeni psychicznie, którzy replikują złe wzorce wyniesione z własnej edukacji*. Do zawodu trafiają po ukończeniu kiepskich uczelni, w których odbywa się *replikowanie infantylnizmu i niedouczenia*, gdzie realizowane są zajęcia z „dziwnych” przedmiotów, np. dydaktyki wychowania przedszkolnego. Nikt nie sprawdza umiejętności przyszłych nauczycieli, ważne jest wyłącznie posiadanie dyplomu, określanego w artykule jako *odpowiedni papier*. W rezultacie tysiące nauczycieli to osoby *niedokształcone, bez powołania, mocno wypalone zawodowo*<sup>7</sup>.

Również w artykułach o edukacji w tygodniku *Wprost* można znaleźć liczne określenia negatywne. Jest ich szczególnie dużo w artykule „Ile jest warta polska szkoła” mającym ambicje zdiagnozowania sytuacji polskiej edukacji. Padają ostre wyrażenia i stwierdzenia, jak np.: *horror naturalny; przymus pamięciowego opanowania zasobu wiedzy; szkoła przygotowuje do studiów zamiast przygotowywać do życia; polska szkoła tkwi w XIX wieku; polska szkoła wdraża do ślepego posłuszeństwa, pracy wedle szczegółowych, danych z góry wytycznych, braku poczucia własnej wartości, podlizywania się władzy oraz nakazowo-gnojącego trybu pracy z podwładnymi*<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> M. Lisowska-Magdziarz: Dyskurs – semiotyka – wspólnota interpretacyjna. W stronę modelu zintegrowanego instrumentarium badań nad zawartością mediów (zaproszenie do dyskusji), [www.globalmediajournal.collegium.edu.pl](http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl) (dostęp: 20.07.2012).

<sup>7</sup> B. Igielska: Nauczyciel non-fiction, *Polityka* 2010, nr 15, s. 26. I tamże dalej: *W 2004 r. cała Polska dowiedziała się z mediów, że pewna nauczycielka z klas I–III z popegeerowskiej wioski w warmińsko-mazurskim utrzymuje, iż Krzysztof Kolumb wielkim polskim uczonym był, wieloryb to ryba, a nurkowiec to zawód związany z wodą. Kto nie przyswajał tych mądrości, nazywany był gamoniem, nieukiem, ciemnogrodem*.

<sup>8</sup> P. Dobrowolski: Ile jest warta polska szkoła, *Wprost* 2009, nr 36, s. 32–39.

Także w *Przeglądzie* przeważają teksty zawierające wyrażenia o jednoznacznie negatywnym nacechowaniu. Artykuł zatytułowany „Szkoła seksualnego napastowania” określa *codziennosc polskiej szkoły, którą stanowią seksistowskie zaczepki, intymne zdjęcia rozsyłane komórką, pornofotomontaże*. Autorka artykułu zwraca uwagę na ignorowanie przez nauczycieli i władze szkoły przypadków znastowania zgłaszanych przez uczniów. Z tekstu wyłania się przerażający obraz polskiej szkoły, w której uczniowie nie mogą liczyć na pomoc dorosłych. *Napastowanie w szkole jest codziennością, która jednak nie spotyka się ze zrozumieniem nauczycieli ani władz szkoły. Większość przypadków przemocy pozostaje w cieniu*<sup>9</sup>.

Artykuł „Czego się Jaś nie nauczył” w *Gościu Niedzielnym* w całości poświęcony został reformie oświaty ocenionej przez autora zdecydowanie negatywnie. Dobitnie świadczy tym komentarz historyka – profesora Pawła Wieczorkiewicza – umieszczony pod tekstem, zatytułowany „Odhumanizowanie młodego pokolenia”, który rozpoczyna zdanie: *pomysł redukcji nauczania historii i literatury polskiej jest pomysłem obłądnym*<sup>10</sup>.

Na łamach *Newsweeka* o szkolnym życiu gimnazjalistów opowiadają sami uczniowie, kreśląc przerażający obraz polskiej szkoły: *jeśli pierwszaki nie przyniosą haraczu, to robi im się wodnika szuwarka (wkładanie głowy do sedesu i spuszczenie wody), płytę gramofonową (wodzi się głową ofiary po desce sedesu), a raz nawet dla hecy za taki dług, był robiony oral. Podczas takich jazd kręci się filmiki. Na wszelki wypadek, gdyby koleś chciał fikać, to jest czym szantażować*<sup>11</sup>.

Przykłady negatywnych określeń można mnożyć.

Innym ważnym elementem lingwistycznej analizy dyskursu jest rozpoznanie metafor stosowanych przez autorów tekstów w celu ukierunkowania myślenia czytelników, wzmoczenia ekspresji, dodania wypowiedziom barwności.

Teksty o edukacji, publikowane w analizowanych przeze mnie tygodnikach, zawierają wiele metaforycznych określeń szkoły i edukacji, które można przyporządkować do dwóch grup: metaforyki militarnej i metaforyki rynkowej.

Metaforyka militarna (wojny czy walki) obecna jest już w tytułach artykułów:

- 1) „Do szkoły jak na wojnę” (*Newsweek* 2010, nr 46)
- 2) „Szkoła seksualnego napastowania” (*Przegląd* 2010, nr 49)
- 3) „Operacja «matura» z matematyki” (*Przegląd* 2010, nr 12)
- 4) „Amnestia dla dwójarzy” (*Przegląd* 2010, nr 22)
- 5) „Ankieta w profesora” (*Przegląd* 2010, nr 47)
- 6) „Mękamatyka” (*Polityka* 2009, nr 25)
- 7) „Dziewczynka z nożami” (*Polityka* 2010, nr 39)
- 8) „Dzieci rewolucji” (*Newsweek* 2009, nr 20)
- 9) „Śmierć entuzjasty” (*Newsweek* 2009, nr 36)

<sup>9</sup> A. Grabau: Szkoła seksualnego napastowania, *Przegląd* 2010, nr 49, s. 34.

<sup>10</sup> P. Wieczorkiewicz: Odhumanizowanie młodego pokolenia. Jest to komentarz do artykułu: Czego się Jaś nie nauczył, *Gość Niedzielnym* 2009, nr 7, s. 19.

<sup>11</sup> V. Ozminkowski: Do szkoły jak na wojnę, *Newsweek* 2010, nr 46, s. 18.

W samych artykułach owa militarna metaforyka pojawia się znacznie częściej. Oto przykład:

*Kiedy Alek wchodzi do szkoły, koty [to znaczy uczniowie młodszych klas] chowają się po kątach; jak raz przywalil koledze, to złamał mu nos; oberwał tak mocno, bo na korytarzu zwrócił starszemu koledze uwagę, żeby go nie potrącał. [...] W ich [to jest gimnazjalistów] środowisku obowiązuje bardzo przejrzysta struktura, na szczycie której stoi czterech chłopaków. To oni są w szkole gwiazdami. Co jakiś czas ściągają haracz od tych, którzy stoją niżej w hierarchii<sup>12</sup>.*

Joanna Podgórska w artykule „Samotność katechety”, pisząc o lekcjach religii w polskich szkołach, posługuje się metaforyką militarną nieco innego rodzaju. Artykuł zaczyna się zdaniem: *Wielu katechetów ma poczucie, że Kościół wysłał ich na front i pozostawił samych sobie; spotkania z rodzicami na wywiadówkach kojarzą się jak najgorzej, z czymś pomiędzy sądem kapturowym bez obecności podejrzanego-skazańca a wykonaniem wyroku, a jeden z katechetów mówi wprost dziennikarce: Moim największym problemem, gdy ruszam do szkoły, jest to, że jestem sam. Nie mam nikogo, kto mi poda rękę. Nie mam sprawnej broni i amunicji (podręczniki i pomoce), nikt mnie nie osłania<sup>13</sup>.*

Z cytowanych wyżej artykułów wyłania się obraz szkoły jako miejsca niebezpiecznego, wręcz groźnego. Trudno sobie wyobrazić, by taka szkoła mogła realizować szczytne cele określone w ministerialnych dokumentach. W atmosferze ciągłego zagrożenia, a nawet strachu przed atakiem, nie można przecież wprowadzać uczniów w świat wartości, uczyć szacunku dla drugiego człowieka, kształtować wrażliwości i empatii. Jeśli uznamy, że podstawową funkcją metafory jest funkcja eksplanacyjna, polegająca na tym, że przez metaforę kształtuje się sposób myślenia i światopogląd czytelnika, to nie można się dziwić, że coraz częściej uczniowie, ich rodzice, a nawet nauczyciele traktują szkolną edukację jak wojnę, jako „coś” nieuchronnego, co trzeba przetrwać, przyjmując odpowiednią strategię.

Równie popularna jak batalistyczna jest metaforyka rynkowa, obecna i w tytułach, i treści wielu artykułów. Zwróćmy uwagę najpierw na tytuły:

- 1) „Dyplomy z zieleniaka”, *Newsweek* 2009, nr 26
- 2) „Głupio wydane pieniądze”, *Newsweek* 2009, nr 34
- 3) „Dorastający biznes”, *Newsweek* 2010, nr 15
- 4) „Szkoły z kasą”, *Polityka* 2009, nr 40
- 5) „Z dyplomem bez pracy”, *Przegląd* 2009, nr 40
- 6) „Uniwersytet sp. z o.o.”, *Newsweek* 2010, nr 8
- 7) „Magister bez pracy”, *Przegląd* 2010, nr 30
- 8) „Uniwersytet z przeceny”, *Wprost* 2010, nr 4

Pisanie o szkole w metaforyce „rynkowej” jest obecnie powszechne, może nawet stało się swoistą normą. Nie można się temu dziwić. Uznanie wolnego

<sup>12</sup> Tamże, s. 15.

<sup>13</sup> J. Podgórska: Samotność katechety, *Polityka* 2010, nr 50, s. 34–38.

rynku i rządzących nim praw za optymalny mechanizm krążenia dóbr prowadzi do tworzenia wolnego rynku społecznego, którym też rządzą prawa ekonomii, obowiązuje zasada zysku, wszystkie dobra są wymierne i policzalne, a tym, co je łączy, jest ich wartość wyrażana w pieniądzu. Taki sposób myślenia o edukacji prowadzi do absurdu. Znowu kilka cytatów:

*Uczelnie [...] zgodnie z prawami rynku rozrosły się bujnie, budząc zrozumiałe niedowierzanie co do jakości. Wiele z tych szkół wyższych istnieje tylko po to, żeby wyciągać od młodych ludzi pieniądze, czyli są po prostu dochodowymi przedsiębiorstwami. Niektóre nawet tego nie ukrywają, określając się oficjalnie słowem „firma”. [...] Nawet uczelnie pedagogiczne [...] mają marketingowym belkotem. [...] Polskie fabryki edukacyjne [...] wypuszczają masowy produkt i mają w nosie, czy on się jakoś sprzeda<sup>14</sup>.*

W artykule o przedszkolach mowa jest o „biznesie przedszkolnym”, „popycie”, „franczyzie”, „opłatach marketingowych”. *Biznes przedszkolny stał się całkiem dochodowy. [...] Ledwie 60 proc. [dzieci] edukuje się w przedszkolach. Dlatego popyt na nowe miejsca będzie rósł. [...] Po roku od uruchomienia przedszkola franczyzobiorca płaci 4 proc. od obrotu i 1 proc. opłat marketingowych<sup>15</sup>.*

Niektóre artykuły przedstawiają edukację, jednocześnie używając metafory rynkowej i batalistycznej. Jeden z nich opublikowano w *Polityce* po tytule: „Wyższa szkoła kuszenia”.

Autorki tego artykułu zwracają uwagę, że w sytuacji niżu demograficznego trwa wielka bitwa o studentów. Bitwa, którą rządzą prawa rynku. Nie powinno to dziwić, skoro w wielu uczelniach nauka traktowana jest jak towar, więc i pomysły marketingowe, i retoryka promocji bywają identyczne jak w hipermarketach<sup>16</sup>.

Innym zabiegiem służącym spotęgowaniu krytycznej wymowy tekstów jest eksponowanie liczb uwypuklających niską jakość polskiej edukacji. Oto przykład:

Artykuł „Kto uczy naszych studentów” przedstawia charakterystykę kadry akademickiej zatrudnionej w wyższych uczelniach, przede wszystkim jednak akcentuje nieprawidłowości w strukturze tej kadry i dysproporcje między liczbą profesorów i asystentów, starzenie się grupy profesorów i niedostateczny dopływ młodych pracowników:

*Przez ostatnie 20 lat liczba studentów w Polsce zwiększyła się pięciokrotnie, liczba nauczycieli akademickich zaś jest wyższa jedynie o 60%. Na jednego nauczyciela akademickiego przypada średnio 19 studentów, na jednego profesora – 83. Na pedagogice, prawie czy ekonomii jeden nauczyciel ma pod opieką 67 studentów, profesor – 920. Na kierunkach technicznych odpowiednio 8 i 49<sup>17</sup>.*

<sup>14</sup> M. Papuzińska: Szkoły z kasą, *Polityka* 2009, nr 40, s. 12–13.

<sup>15</sup> L. Grzegórska: Dorastający biznes, *Newsweek* 2010, nr 15, s. 52.

<sup>16</sup> B. Igielska, A. Listoś, A. Sterczyńska: Wyższa szkoła kuszenia, *Polityka* 2010, nr 32, s. 26.

<sup>17</sup> A. Grabau: Kto uczy naszych studentów. Raport o kadrze akademickiej, *Przegląd* 2010, nr 19, s. 19.

W dyskursie ważną rolę odgrywają strategie argumentacyjne, zmierzające ku zbudowaniu porozumienia między autorem tekstu a czytelnikiem. Zabiegami służącymi wytwarzaniu takiego porozumienia są zwykle: odwoływanie się do „siły zdrowego rozsądku” oraz budowanie za pomocą „my” inkluzywnego wspólnoty autorów i czytelników tekstów, opartej na podobieństwie interesów. Stosuje się rozmaite techniki, np. stawianie pytań retorycznych w celu skłonienia odbiorcy do przemyśleń na określony temat lub dla podkreślenia wagi problemu; dzięki stosowaniu pytań retorycznych nawiązuje się lepszy kontakt z nadawcą, tworzy wspólną płaszczyznę.

Piotr Bratkowski bardzo krytycznie ocenia obecny system maturalny w felietonie zatytułowanym „Matura, czyli co?”. Pytanie: *czyli co?* ma tu mniej więcej taki sens, jak stwierdzenie: *czyli nie wiadomo co*. Dalej w tekście pojawiają się następujące pytania retoryczne: *Czy celem zwieńczonego taką maturą systemu edukacji jest wypuszczenie w świat samodzielnie myślących obywateli? Czy raczej – posłusznych żołnierzy korporacji, odgadujących życzenia przyszłych szefów?*<sup>18</sup>.

Inną funkcję spełnia pytanie retoryczne w podtytule artykułu „Ankieta w profesora. Czy obowiązkowe ocenianie przez studentów zdyscyplinuje wykładowców?”<sup>19</sup>. Autorka pisze tutaj o projekcie nowelizacji ustawy o szkolnictwie wyższym, która zakłada, że podczas dokonywania oceny nauczyciela akademickiego będzie brane pod uwagę również to, w jaki sposób prowadzone przez niego zajęcia oceniane są przez studentów. Autorka pisze, że projekt ten budzi rozmaite odczucia, *jedni się boją, inni cieszą*. Analizuje zarówno powody tej zmiany, jak i jej konsekwencje. Swój emocjonalny stosunek do problemu wyraża w sformułowanym w podtytule retorycznym pytaniu: *Czy obowiązkowe ocenianie przez studentów zdyscyplinuje wykładowców?* Tak postawione pytanie zawiera presupozycję ‘wykładowcy są niezdyscyplinowani’ świadcząca o krytycznej ocenie jakości pracy kadry akademickiej.

Scharakteryzowanemu wyżej szczególnemu ukształtowaniu języka prasowych tekstów towarzyszą pozawerbalne środki (przede wszystkim przemyślnie wyreżyszerowane rysunki i fotografie), służące oddziaływaniu na poglądy czytelnika.

Mizериę polskiego szkolnictwa wyższego najjaskrawiej chyba ukazuje fotomontaż na jednej z okładek tygodnika *Wprost* sporządzony w taki sposób, by symbolizował z jednej strony fasadowość, a z drugiej kiepską kondycję finansową naszych uczelni. Przedstawia starszego mężczyznę w rektorskiej todze i gronostajach. Z rozchylonej z tyłu togi wylaniają się gołe plecy, kolorowe bokserki i stopy w dziurawych skarpetkach. Podpis nie pozostawia wątpliwości, jak tygodnik ocenia jakość polskiej edukacji wyższej: *Uniwersytet z przeceny – czyli*

<sup>18</sup> P. Bratkowski: *Matura czyli co?*, *Newsweek* 2010, nr 21, s. 37.

<sup>19</sup> A. Graba: *Ankieta w profesora. Czy obowiązkowe ocenianie przez studentów zdyscyplinuje wykładowców?*, *Przeгляд* 2010, nr 47, s. 12.

co zrobić, żeby polskie uczelnie stały wyżej w rankingach<sup>20</sup>. Ilustracja jest zapowiedzią artykułu w środku numeru.

Podobny charakter mają okładki dwóch numerów *Przeglądu*. Na jednej z nich jest zdjęcie sali wykładowej, na której śpią studenci. Zdjęciu towarzyszy podpis: *Kto uczy naszych studentów. Raport o kadrze akademickiej*<sup>21</sup>. Wymowa zdjęcia jest czytelna: kadra akademicka jest niewydolna, prowadzi nudne zajęcia, a szczegóły przedstawia artykuł opublikowany w środku numeru. Zdjęcie na okładce innego numeru przedstawia salę wykładową, w której jest tylko trzech studentów. Dwie osoby mają twarze zakryte, trzecia jest zamyślona i nieobecny wzrokiem patrzy w bok. Twarz jednej studentki zakrywa plansza z napisem *są uczelnie, na których liczba studentów na I roku spadła o 80%*. Pod zdjęciem umieszczony jest olbrzymi napis *Zapaść prywatnych uczelni*<sup>22</sup>. Wymowa fotografii: nie dość, że jest mało studentów, to jeszcze te osoby, które podjęły studia, zupełnie nie są zainteresowane nauką.

W *Newsweeku* opublikowano artykuł zatytułowany „Do szkoły jak na wojnę”; tekstowi, który opowiada o dramatycznych wydarzeniach w polskich szkołach, towarzyszy siedem zdjęć przedstawiających młodych agresorów w towarzystwie rodziców lub policji. Na okładce numeru wydrukowane zostało zdjęcie dwóch kilkunastoletnich bijących się chłopców. Jeden leży na ziemi, a drugi pochyla się nad nim z przygotowaną do ciosu pięścią. Zdjęciu towarzyszy podpis: *Fala w polskich szkołach. Sprawdź, czy twoje dziecko nie jest ofiarą lub prześladowcą*<sup>23</sup>.

Równie krytyczną wymowę mają rysunki opublikowane w *Polityce* przy raporcie „Pokolenie kopiuj-wklej”<sup>24</sup>. Pierwszy rysunek przedstawia trzy osoby ubrane w odświętne stroje, nad którymi widnieje napis: *Matóra 2010*. Osoby te mają ośle uszy, długie nosy – każda trzyma w dłoniach tabliczkę z cyfrą 6+. Na drugim rysunku znajdują się te same postaci ubrane w studenckie czapki, a w dłoniach trzymają zrolowane dyplomy. Nad nimi napis: *Dyplomy 2015*. Trzeci rysunek to znów te same, tylko znacznie starsze osoby ubrane w profesorskie togi, grono-stajowe kołnierze, łańcuchy z orłem. Nad nimi znajduje się napis: *Nobel 2050*. Symbolika rysunków jest bardzo czytelna. Ośle uszy to symbol głupoty, nieuctwa i lenistwa, nos natomiast wydłuża się w wyniku kłamstwa.

### *Główne wątki tematyczne dyskursu prasowego na temat edukacji*

Kolejnym etapem analizy dyskursu prasowego na temat edukacji było ustalenie jego głównych wątków tematycznych. Analiza ta pozwoliła wyodrębnić pięć obszarów, wokół których koncentrowało się zainteresowanie autorów tekstów; były

<sup>20</sup> K. K o w a l s k a: Uniwersytet z przeceny – czyli co zrobić, żeby polskie uczelnie stały wyżej w rankingach, *Wprost* 2010, nr 4.

<sup>21</sup> A. G r a b a u: Kto uczy...

<sup>22</sup> A. G r a b a u: Zapaść prywatnych uczelni, *Przegląd* 2010, nr 39.

<sup>23</sup> V. O z m i n k o w s k i: Do szkoły jak..., jw.

<sup>24</sup> B. M i k o ł a j e w s k a: Pokolenie kopiuj-wklej, *Polityka* 2010, nr 21, s. 34–39.

to problemy: (a) ekonomizacji edukacji, (b) efektywności edukacji, (c) równości szans edukacyjnych, (d) sytuacji ucznia-wychowanka, (e) sytuacji nauczyciela wychowawcy.

Wszystkie te zagadnienia – rzecz jasna – łączą się z sobą; tutaj zostały wyodrębnione na cele porządkowe, wskazują bowiem na te aspekty pracy szkolnej, które stanowią przedmiot szczególnego zainteresowania dziennikarzy i publicystów wypowiadających się na tematy szkolne.

Sprawa ekonomizacji oświaty pojawia się w wielu tekstach i w różnych ujęciach; sprawą podstawową wydaje się jednak traktowanie edukacji jako drogi do osiągnięcia wymiernych korzyści życiowych, a zwłaszcza sukcesu ekonomicznego. Edukacja jest biznesem. Rodzina inwestuje w kształcenie dziecka, człowiek dorosły inwestuje w siebie, decydując się na dalsze kształcenie lub doksztalcenie – i oczekuje w zamian wymiernych zysków.

Najważniejszym, a dla niektórych jedynym, celem edukacji jest zapewnienie „wyedukowanemu” dobrze płatnej, stałej posady. Stąd w omawianych tutaj artykułach apele do maturzystów, by w wyborze kierunku studiów kierowali się nie zainteresowaniami, lecz chłodną analizą sytuacji na rynku pracy, stąd zarzuty pod adresem wyższych uczelni, że są fabrykami bezrobotnych, stąd powtarzane wielokrotnie stwierdzenie, iż podjęcie studiów, które nie zapewniają pracy, to zmarnowane pieniądze.

Z ekonomizacją łączy się problem efektywności kształcenia – w większości artykułów mierzonej kryteriami „zdawalności”. Rezultatem kształcenia w szkole podstawowej powinna być taka liczba uzyskanych na końcowych sprawdzianach punktów, by dostać się do dobrego gimnazjum, najlepszym zaś gimnazjum jest znowu takie, w którym na koniec edukacji otrzyma się na sprawdzianach tyle punktów, by dostać się do dobrego liceum, a dobrym liceum takie, które tak przygotowuje do egzaminu maturalnego, że można się będzie dostać na atrakcyjny kierunek studiów w Warszawie lub Krakowie.

W wielu artykułach zwraca się uwagę na nierówność szans na zdobycie wykształcenia wynikającą ze zróżnicowanej sytuacji materialnej rodzin i z nierównego dostępu do instytucji edukacyjnych. Sygnalizuje się, że polskie dziecko już na starcie jest w sytuacji gorszej niż dziecko francuskie, niemieckie czy holenderskie, gdyż w Polsce nie udało się stworzyć tak gęstej sieci przedszkoli jak w krajach zachodniej Europy, ani też dzieciom rozpoczynającym naukę w szkole stworzyć tak dogodnych warunków, jakie istnieją w w Europie. W kilku artykułach pisze się także, że w Polsce panuje w tym zakresie nierówność, bo dzieci z rodzin gorzej sytuowanych, a także rodzin mieszkających w małych miastach czy na wsi mają znacznie mniejsze szanse na dobrą edukację niż dzieci z zamożnych rodzin wielkomiejskich. Sytuacja ta będzie się przez lata utrzymywała, gdyż państwo polskie przeznaczają na edukację bardzo skromne środki finansowe.

Jeszcze bardziej przynębiający obraz polskiej szkoły wyłania się z artykułów poświęconych uczniom i nauczycielom. O nauczycielach pisze się tylko krytycz-

nie: że są źle wykształceni, że system ich doksztalcenia i premiowania jest sformalizowany – polega głównie na gromadzeniu zaświadczeń. Poza tym nauczyciele tolerują dydaktyczną fikcję, przyzwalają na ściąganie, kupowanie maturalnych prezentacji i inne oszustwa, ponieważ są zainteresowani, by uczniowie uzyskiwali na sprawdzianach najwyższe oceny, nawet jeśli niczego nie umieją. Artykuły o uczniach koncentrują uwagę głównie na szkolnych patologiach: agresji w szkole, powszechności plagiatów i oszustw, rozpowszechnionym podpowiadaniu i ściąganiu, kupowaniu gotowych prac, pisaniu metodą kopiuj-wklej itd., itd.

Gdy się próbuje ogarnąć myślą cały dyskurs, wszystkie opublikowane w wybranych tygodnikach opiniotwórczych teksty poświęcone sprawom szkoły i edukacji, uderza przede wszystkim niezwykle krytyczna ocena pracy szkoły i jakości nauczania, a to przyczynia się do utraty wysokiej pozycji społecznej, którą szkoła i nauczyciele zawsze mieli – buduje przekonanie o poważnym kryzysie edukacji.

W analizowanym tutaj dyskursie widoczna jest hegemonia ekonomicznego myślenia o edukacji. Zasadza się ona na twierdzeniu, że siły rynkowe są w stanie wypromować edukację wysokiej jakości wtedy, gdy kierować się ona będzie ekonomicznymi prawami rządzącymi wolnym rynkiem. Przemawia to za wycofaniem się państwa z zarządzania edukacją i oddaniem tej sfery życia społecznego działaniu wolnego rynku.

Zgodnie z logiką rynkowej hegemonii edukacja odgrywa służebną rolę wobec gospodarki, jest jej całkowicie podporządkowana i powinna działać według praw ekonomii, czyli być opłacalna i ekonomicznie racjonalna. Edukacja ma być zainteresowana nie tyle indywidualnym rozwojem człowieka, ile raczej kształtowaniem jednostek dobrze funkcjonujących w neoliberalnej gospodarce. Nauczanie powinno być skoncentrowane na przekazywaniu faktograficznych informacji, które uczniowie muszą zapamiętać, do minimum zaś ograniczone mają być te działania szkoły, których celem jest rozwijanie myślenia czy pomoc w interpretacji rzeczywistości, w której uczniowie żyją.

Celem edukacji jest „wyprodukowanie” posłusznych, bezwolnych ludzi, którymi łatwo kierować. Najlepiej dla gospodarki jest, gdy system szkolny opuszczają bezrefleksyjni konsumenci, dla których świat jest prosty, i bez problemu odnajdują w nim swoje miejsce. Wiedza, którą szkoła proponuje, traktowana jest jak towar, który można kupić i sprzedać, a koszty funkcjonowania edukacja musi pokrywać sobie sama. Takie myślenie o szkole to tylko krok od jej sprywatyzowania.

Hegemonia ekonomicznego myślenia o edukacji przejawia się zarówno w tematyce omawianych tekstów, jak i w ich języku. Z lektury opiniotwórczej prasy jasno wynika, że edukacja jest tylko po to, by zapewnić człowiekowi zatrudnienie i ściśle z nim związany ekonomiczny sukces, a brak pracy, mimo posiadania dyplomu, jest równoznaczny z uznaniem kształcenia za aktywność zbędną.

Jako ilustracja może posłużyć początek artykułu zatytułowanego „Co studiować?”, który ma pomóc kandydatom na studia w podjęciu decyzji co do swojej



zawodowej przyszłości. Już początek tekstu koncentruje uwagę czytelnika na problemie zatrudnienia po ukończeniu studiów wyższych:

*Z jednej strony – niż demograficzny, więc uczelnie na wyścigi starają się przyciągnąć słuchaczy. Z drugiej – rozwijający się kryzys, więc żadnej pewności, że po studiach będzie praca i przyzwoite zarobki. W tym chaosie tegoroczny maturzysta musi zdecydować o swojej przyszłości<sup>25</sup>.*

W dalszej części artykułu autorka zarzuca uczelniom wyższym „nadprodukcję” absolwentów kierunków humanistycznych i niedopasowanie oferty do potrzeb rynku pracy. Linia obrony stosowana przez uniwersytety, które podkreślają, że skoro nie są wyższymi szkołami zawodowymi, konstruuując ofertę kształcenia, muszą uwzględniać zainteresowania kandydatów i pasje badawcze pracowników naukowych, zostaje przez dziennikarkę ośmieszona. Odczytuje ona takie argumenty uniwersytetów jako przemyślaną strategię, która powoduje, że *młodzi idą na administrację, bo taka moda, więc otworzymy im kolejny taki kierunek; idą na logistykę, nie rozumiejąc nawet, co ta nazwa znaczy, ale za to dobrze brzmi, więc otworzymy im logistykę<sup>26</sup>.*

Uznanie autorki artykułu budzą działania resortu nauki, który wykorzystując analizy potrzeb rynku pracy, stworzył ideę kierunków zamawianych. Polega ona na zamawianiu w uczelniach wyższych potrzebnych gospodarce fachowców. Jednocześnie MNiSW zapewnia pieniądze na zajęcia wyrównawcze z matematyki i fizyki, atrakcyjniejsze metody i formy kształcenia oraz stypendia dla studentów w wysokości 1 tysiąca złotych miesięcznie. Idea kierunków zamawianych jest – jak pisze z akceptacją dziennikarka – zachętą do podejmowania studiów potrzebnych gospodarce.

Wymowa tekstu jest jednoznaczna, podstawowym kryterium wyboru dalszego kształcenia powinna być odpowiedź na pytanie: Czy studia zapewnią mi pracę? Nie jest w stanie zmienić tej opinii zakończenie artykułu, w którym dziennikarka zwraca uwagę na inne niż rynek aspekty wyboru kierunku studiów: *Prawdziwym gwarantem sensownego wyboru studiów, i potem sukcesu zawodowego, jest bez wątpienia pasja<sup>27</sup>.*

Wydaje się jednak, że w ramach takiego sposobu myślenia pasja musi się zgadzać z wymaganiami gospodarki, w innym wypadku raczej w życiu przeszkadza, niż pomaga. To przekonanie potwierdzają dwa inne teksty prasowe. Pierwszy, „Realna wartość wiedzy”, ukazał się w tygodniku *Wprost* i jest rankingiem szkół wyższych, w którym wyróżniono uczelnie nadążające za rzeczywistością. Podstawowym kryterium wykorzystanym do mierzenia jakości wyższych uczelni jest rynkowa wartość zdobywanej w nich wiedzy: *Nawet najdłuższa historia i najpiękniejsza tradycja uczelni nie zagwarantuje, że jej dyplom okaże się praw-*

<sup>25</sup> B. Igielska: Co studiować?, *Polityka* 2009, nr 13, s. 82.

<sup>26</sup> Tamże, s. 85.

<sup>27</sup> Tamże, s. 88.

*dziwym biletem do sukcesu*<sup>28</sup>. Przy czym sukces ma tu tylko jedno oblicze: to kariera zawodowa absolwenta i związane z nią wysokie zarobki.

Drugi tekst, „Z dyplomem bez pracy”, skupia uwagę czytelników na problemie rosnącego bezrobocia wśród młodych ludzi. Autorka podaje przygnębiające dane, z których wynika, że już co piąta osoba poniżej 25. roku życia nie może znaleźć pracy, a ekonomiści prognozują, że sytuacja może się pogorszyć. W ramach poszukiwań przyczyn tego stanu rzeczy przytoczona zostaje opinia profesora Kazimierza Doktora, socjologa pracy, który winę upatruje w niedopasowanym do potrzeb rynku sektorze usług edukacyjnych: *Uczelnie nie martwią się o to, czy ich absolwenci będą mieli pracę. [...] Dostosowanie programów do wymagań rynku wymagać będzie szczegółowych analiz i prognoz gospodarczych*<sup>29</sup>.

Troska dziennikarzy prasowych o zapewnienie absolwentom pracy jest zrozumiała. Oczywiście ukończenie szkoły czy wyższej uczelni powinno gwarantować zatrudnienie, ale nie można ograniczać roli edukacji wyłącznie do przygotowania zawodowego. Upowszechnienie takiego sposobu myślenia jest szczególnie niebezpieczne w odniesieniu do studiów wyższych. Przecież rola uniwersytetu jest o wiele szersza niż tylko wyposażenie absolwentów w kwalifikacje zawodowe.

Inne przykłady ekonomizacji zjawisk edukacyjnych można odnaleźć w artykułach opublikowanych w *Newsweeku* i w *Przeglądzie*.

*Newsweek* przeprowadził badania opinii społecznej na temat organizowania nauki religii przez szkoły. Wynika z nich, że połowa Polaków popiera takie rozwiązanie i nie chce żadnych zmian. Komentując te wyniki, czasopismo korzysta z opinii Tomasza Kality, rzecznika SLD, który twierdzi, że *gdyby zapytać Polaków, czy chcą, by z ich kieszeni wyciągano nawet 2 mld zł na finansowanie tych lekcji, to odpowiedzi byłyby inne*<sup>30</sup>. Przykład wskazuje, jak prasa problemy edukacji trywializuje i sprowadza do ekonomii. Przecież od lat głośno mówi się o tym, że poziom nauczania religii w polskich szkołach jest niewystarczający, tymczasem opiniotwórcza prasa nawet nie próbuje szukać przyczyn tej sytuacji. Skupia uwagę czytelnika tylko na finansach.

Artykuł „Wagary po nowemu” opisuje stary problem ucieczek z lekcji, wskazując jednak jego nowe aspekty i nowe zagrożenia: *Na Zachodzie na wagary patrzy się z ekonomicznego punktu widzenia: każda uczniowska nieobecność to wyrzucone pieniądze podatników łożących na bezpłatną edukację*<sup>31</sup>. Ten ekonomiczny aspekt wagarowania na pewno jest ważny, ale ograniczanie problemu wyłącznie do niego, prowadzi do banalizowania niebezpiecznego zjawiska i nie ułatwia walki z nim.

Innym przejawem hegemonii ekonomicznego myślenia o edukacji jest używanie w tekstach o szkole i edukacji języka ekonomicznego. O przedszkolach

<sup>28</sup> B. Kasprzycka: Realna wartość wiedzy, *Wprost* 2010, nr 20, s. 8.

<sup>29</sup> A. Graba u: Z dyplomem, bez pracy, *Przegląd* 2009, nr 40, s. 19.

<sup>30</sup> JT: Religia jednak w szkole, *Newsweek* 2010, nr 42, s. 12.

<sup>31</sup> A. Graba u: Wagary po nowemu, *Przegląd* 2010, nr 12, s. 32.

i szkołach wszystkich szczebli pisze się tak jak o przedsiębiorstwach, koncentrując uwagę czytelnika na zyskach, wydajności, opłacalności i inwestowaniu:

*Ponad 200 tys. złotych w swoje pierwsze przedszkole zainwestowała Katarzyna Zych z Krosna. [...] Dziś ma 40 podopiecznych, 6 pracowników i około 20 tysięcy przychodów miesięcznie, z czego ponad połowę pochłaniają płace personelu. Zysków jeszcze się nie doliczyła, ale też nie dokłada do interesu<sup>32</sup>.*

*Absolwent to dla pracodawcy inwestycja, na dodatek – nieraz niepewna. Nikt przecież nie zagwarantuje, że młody człowiek, kiedy już nauczy się podstaw działania w danej branży, nie ucieknie szybko do konkurencji<sup>33</sup>.*

*W 131 państwowych szkołach jest na studiach stacjonarnych 807 tys. osób. Rok nauki jednego studenta kosztuje podatnika 14 tys. zł. Zaskakująco dużo, biorąc pod uwagę, że na najlepszych prywatnych uczelniach w Warszawie – w Akademii Leona Koźmińskiego i Szkole Wyższej Psychologii Społecznej – czesne za rok najdroższych stacjonarnych studiów magisterskich wynosi niespełna 8 tys. zł<sup>34</sup>.*

*Popyt na absolwentów najczęściej wybieranych kierunków od dawna jest niższy od podaży. [...] Mamy więc w Polsce nadprodukcję absolwentów po kierunkach humanistycznych<sup>35</sup>.*

Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego, wyjaśniając problem olbrzymiej liczby szkół wyższych w naszym kraju, również posługuje się argumentami ekonomicznymi:

*Wiele [uczelni] otwiera nowe kierunki, zgodne z zapotrzebowaniem rynku, ale wniosków o otwarciu nowych uczelni wyższych wpływa niewiele. Rynek uregulował już kwestię liczby uczelni i w tej chwili nie ma po prostu popytu na nowe. [...] Uczelnie w ten sposób dopasowują się do oczekiwań pracodawców i mogą budować swoją pozycję w przestrzeni edukacyjnej. [O likwidacji uczelni] najczęściej decyduje rynek – uczelnia ma tak małą rekrutację, że nie może realizować zadań i wpada w trudną sytuację materialną<sup>36</sup>.*

*Dopóki nie zbudujemy wolnego rynku edukacji uniwersyteckiej, który zachęciłby uczelnie do uczenia w sposób zgodny z potrzebami studentów, dopóty nasze uniwersytety będą odstawać od najlepszych<sup>37</sup>.*

W kolejnym artykule mowa jest o *pompowaniu pieniędzy, wydajnej pracy i ekonomicznym przymusie*:

*Największe zyski z inwestycji daje pompowanie pieniędzy nie w tych, którzy osiągają najlepsze czy nawet średnie wyniki, ale w tych, którzy zostali z tyłu. Kształcenie wykluczonych przynosiłoby korzyści nie tylko im samym, lecz także całemu gospodarstwu, bo dzięki temu wzrosłaby wydajność pracy i produkt krajowy. [...] Ekonomista z Harvardu James Heckman ocenia, że programy przedszkolne dla dzieci*

<sup>32</sup> L. Grzegórska: Dorastający biznes..., jw., s. 52.

<sup>33</sup> A. Grabau: Z dyplomem bez..., jw., s. 19.

<sup>34</sup> E. Barli, R. Omachel: Uniwersytet sp. z o.o., *Newsweek* 2010, nr 8, s. 41.

<sup>35</sup> B. Igielska: Co studiować?..., jw., s. 84.

<sup>36</sup> A. Grabau: Będzie mniej studentów, *Przegląd* 2009, nr 18, s. 16.

<sup>37</sup> P. Dobrowolski: Ile są warte studia w Polsce, *Wprost* 2009, nr 40, s. 38.

*z trudnych środowisk kosztują 10 tys. dol. rocznie na ucznia – a więc niemało – jednak dają rocznie zwroty rzędu 16 proc. [...] Poprawianie edukacyjnych osiągnięć wykluczonych to zatem nie kliwa polityka społeczna, ale ekonomiczny przymus*<sup>38</sup>.

Pisanie o edukacji językiem ekonomii prowadzi do upowszechnienia myślenia o niej w kategoriach ekonomicznych, tj. inwestycji i zysku. Inwestowanie w edukację polega na ponoszeniu kosztów w postaci wysiłku, czasu, energii wkładanych w zdobycie wykształcenia. Zyskiem jest natomiast kariera zawodowa i będący jej konsekwencją ekonomiczny sukces. Mówiąc inaczej, wysiłek włożony w edukację powinien się zwrócić w postaci dobrze płatnej pracy zawodowej.

Publikowane w opiniotwórczej prasie krytyczne teksty o szkole i edukacji korespondują z troskami większej części społeczeństwa, przed którą coraz wyraźniej pojawia się widmo bezrobocia lub dorywczego zatrudnienia. Perspektywa ta dręczy dziś wielu uczniów i ich rodziców, którzy winy szukają w obszarze edukacji, obarczając ją odpowiedzialnością za nieprzygotowanie młodych do rynku pracy. Podstawowy zarzut formułowany przez opiniotwórczą prasę wobec edukacji dotyczy właśnie tego, że nie spełnia ona oczekiwań gospodarki, a co za tym idzie, oczekiwań rynku zatrudnienia.

Pozostając przy ekonomicznej nomenklaturze, można stwierdzić, że inwestycja w edukację obciążona jest obecnie dużym ryzykiem. Poniesione dla zdobycia wykształcenia koszty często się zwracają. Stąd zadawane są pytania, po co się uczyć, po co studiować, skoro i tak nie będę pracować zawodowo. Opiniotwórcza prasa podsycza te wątpliwości, na przykład przytaczając słowa internautki:

*Po pięciu latach studiów na jednej z tych beznadziejnych „najlepszych w rankingu uczelni prywatnych” mam tylko poczucie zmarnowanego czasu i mnóstwa kasy. Te studia nic nie dają i niczego nie uczą. Więcej bym się nauczyła na kursie doskonalenia zawodowego po maturze. Dlatego zanim ktoś podejmie decyzję, niech się dobrze zastanowi, co chce później robić, żeby po pięciu latach nie miał poczucia pustki w życiorysie*<sup>39</sup>.

Ekspozowanie w prasie ścisłego związku między edukacją a zatrudnieniem prowadzi do absurdu. Wiadomo przecież, że przyczyny trudności na rynku pracy nie tkwią wyłącznie w złej edukacji i nie są specyfiką wyłącznie polskiego rynku zatrudnienia. O globalnym wzroście bezrobocia wśród młodych ludzi na całym świecie informują wszystkie międzynarodowe badania, a prognozy nie napawają optymizmem. Przewiduje się, że już niedługo większa część społeczeństwa będzie zmuszona żyć bez stałego zatrudnienia. W tej sytuacji informowanie czytelników, że edukacja ma sens tylko wtedy, gdy prowadzi do zdobycia pracy, uznać można za szkodliwe. Negatywne aspekty takiego dyskursu określa Tomasz Szkudlarek:

*Szkola operująca logiką sukcesu mierzonego dobrze płatnym zatrudnieniem w dużej korporacji uczy większość społeczeństwa życia w poczuciu klęski, porażki zawnionej przez same dotknięte marginalizacją jednostki. Aktywnie przygotowuje ludzi*

<sup>38</sup> S. Theil: Głupio wydane pieniądze, *Newsweek* 2009, nr 34.

<sup>39</sup> A. Graba: Z dyplomem bez..., *juw.*, s. 18.

*do apatii i bezradności, uczy ich rozszczeń pod adresem systemu, który wykształcił ich w zakresie podobno oczekiwanych kompetencji i od razu „na wyjściu” ze szkoły powiedział, że są one zbędne<sup>40</sup>.*

Dzisiaj nie można już traktować edukacji jako swoistej „trampoliny”, która pozwoli uczniowi zdobyć wysoką pozycję społeczną i odnieść ekonomiczny sukces. Taki scenariusz sprawdzi się w odniesieniu do niewielkiego procenta uczniów. Realna zaś ocena rzeczywistości nakazuje spojrzenie na współczesnych uczniów jak na potencjalnych bezrobotnych i opracowanie programów przygotowujących do sensownego życia mimo braku etatowej pracy. Opisane niżej doświadczenia absolwentki psychologii stają się powoli normą:

*Skończyłam psychologię na Uniwersytecie Warszawskim. Obroniłam się na piątkę na początku lipca, odebrałam dyplom z wyróżnieniem. A już wcześniej, w czerwcu zaczęłam wędrowki po biurach zatrudnienia. Wszędzie słyszę, że pracy nie ma, że nie ma rekrutacji, że może za pół roku, rok coś się zmieni – opowiada z goryczą 24-letnia Anna. – Jak tak dalej pójdzie, będę musiała siedzieć za kasą w sklepie. Tylko po co mi było pięć lat nauki i wieczory w bibliotekach?<sup>41</sup>*

Tymczasem prasa utwierdza czytelników w przekonaniu, że edukacja ma sens tylko wtedy, gdy prowadzi do zdobycia atrakcyjnej pracy. W innym wypadku – nie warto się uczyć:

*W kryzysie każdy chce pokazać, że jest najlepszy. Lecz w normalnych warunkach studiowanie dwóch, trzech kierunków to nic innego jak nadmierna inwestycja w edukację. Absolwent i tak pracuje w określonym zawodzie. Podobnie jest z tytułem doktora. To może, ale nie musi być sygnał dla pracodawcy, że jesteś dobry. Doktorat ma sens, jeśli ktoś przyszłość wiąże z pracą w instytucjach i ośrodkach badawczych. [...] Niewielki pożytek wynika też ze studiów podyplomowych<sup>42</sup>.*

A przecież właśnie w edukacji można szukać celu i sensu egzystencji, gdy jednostka nie jest nigdzie zatrudniona. Oczywiście wymaga to przebudowy myślenia o edukacji i zupełnie innego spojrzenia na tę sferę życia społecznego. Należy powrócić do czasów, w których wykształcenie nie było utożsamiane z atrakcyjną pracą. Ci członkowie społeczeństwa, którzy uczyli się, studiowali, kierowali się chęcią rozwoju własnych zainteresowań, poszerzania horyzontów, doskonalenia siebie. Dzisiaj w edukacji zapanował ekonomiczny pragmatyzm. Wyśitek, czas, pieniądze zainwestowane w wykształcenie powinny jak najszybciej się „zwrócić”, inaczej aktywność edukacyjna jest pozbawiona sensu.

Ekonomizacja myślenia o edukacji poza tym, że prowadzi do rozczarowania jej skutkami, jest też jedną z przyczyn wzrostu liczby nieuczciwych zachowań w tej sferze.

<sup>40</sup> T. Szkudlarek: „Koniec pracy” czy koniec zatrudnienia? Edukacja wobec presji światowego rynku, [w:] A. Kargulowa, S.M. Kwiatkowski, T. Szkudlarek (red.): Rynek i kultura neoliberalna a edukacja, Kraków 2005, s. 28.

<sup>41</sup> A. Graba: Z dyplomem bez..., jw., s. 18.

<sup>42</sup> B. Igielska: Co studiować?..., jw., s. 82.

Z ekonomicznego punktu widzenia wysiłek włożony w zdobycie wykształcenia należy minimalizować. Redukcja kosztów zaś jest największa, gdy dyplom poświadczający wykształcenie młody człowiek po prostu kupi. Zachowanie takie wydaje się racjonalne, zwłaszcza że towarzyszy mu przekonanie o braku związku między uzyskaniem dyplomu a posiadaniem wiedzy i kompetencji. W tradycyjnym świecie uzyskanie wykształcenia było konsekwencją rozwoju osobowościowego oraz kumulowania wiedzy, kompetencji i kwalifikacji. Dziś dla większości uczniów liczy się wyłącznie uzyskanie dyplomu nazywanego w prasie „papierkiem”.

*Portale internetowe, za pośrednictwem których można zlecić komuś odrobienie lekcji czy napisanie pracy – od rozprawki po pracę dyplomową – odwiedzają każdego miesiąca miliony osób. – Od własnego syna, 12-latka, usłyszałam niedawno: „po co mam odrabiać lekcje? Przecież jest Internet!” – mówi nauczycielka polskiego w jednym z łódzkich liceów<sup>43</sup>.*

### *Hegemonia ekonomicznego myślenia o edukacji*

Trudno jednoznacznie stwierdzić, jakie są cele takiego dyskursu. Wydaje się jednak, że wszystkie analizowane czasopisma, niezależnie od orientacji światopoglądowej, starają się zmienić ukształtowaną przez tradycję mentalność społeczną i przebudować myślenie o edukacji. Celem tej przebudowy jest uzyskanie akceptacji dla ograniczenia wydatków państwa na edukację i przynajmniej częściowego przesunięcia tej dziedziny życia społecznego do sektora prywatnego. Ta przebudowa społecznej świadomości jest szczególnie ważna w naszym kraju, w którym powszechnie dostępna, bezpłatna i będąca powinnością państwa edukacja na wszystkich szczeblach była do niedawna dobrem oczywistym. Funkcjonowała ona jako atrybut równości społecznej – podstawowej wartości demokratycznego społeczeństwa. Urynkowanie edukacji jest sprzeczne z interesem większości społeczeństwa i dlatego zbudowanie akceptacji dla tej zmiany wymaga potężnego wysiłku.

Opiniotwórcza prasa wykorzystuje mechanizm znany z epoki realnego socjalizmu, który polega na publikowaniu krytycznych tekstów o rzeczywistości, którą zamierza się zdeprecjonować (w tym wypadku rzeczywistością tą jest państwowa edukacja) i tekstów pochwalnych o rzeczywistości, którą, zdaniem opiniotwórczej prasy, należy upowszechnić (edukacja prywatna). Wyraźnie widać tutaj manipulowanie czytelnikami, którzy otrzymują przecież wybiórcze informacje: pozytywne o edukacji prywatnej i negatywne o edukacji państwowej. Państwowa edukacja ukazywana jest jako nieudolna, nieskuteczna, nienadążająca za dynamicznie rozwijającym się światem. Ukończenie zaś prywatnej szkoły niemalże gwarantuje

<sup>43</sup> B. Mikołajewska: Pokolenie kopiuje..., jw., s. 34–35.

sukcesy w toku dalszej edukacji, przyjęcie na uczelnię wyższą i wreszcie zatrudnienie.

Oto fragmenty tekstów prasowych zawierające krytyczne opinie o edukacji publicznej:

*W polskim rozumieniu oświaty dominuje oświeceniowe myślenie, że dziecko to tabula rasa (czysta karta), którą dorośli muszą zapisać mądrymi informacjami. [...] Naczelną zasadą pozostaje przymus pamięciowego opanowania zasobu wiedzy określonego w ministerialnych podstawach programowych. Samodzielne myślenie jest występkiem, praca w grupie jest tępiona, a kwestie rozwinięcia talentów poszczególnych dzieci pozostają nieistotne. [...] Analizując programy nauczania i wychowania, łatwo dojść do wniosku, że polska szkoła tkwi w XIX wieku i kształtuje młodych Polaków do funkcjonowania w społeczeństwie, które de facto zniknęło wraz z PRL<sup>44</sup>.*

*Profesorowie pedagogiki obserwują, że do zawodu [nauczycielskiego] trafiają ludzie niedojrzali emocjonalnie, pokaleczeni psychicznie. Replikują złe wzorce, wyniesione z własnej edukacji: szykany, poniżanie uczniów, krzyki<sup>45</sup>.*

*Ustawki są organizowane już przez dzieci w podstawówce, ale prędzej czy później wychodzą na jaw, bo małolaty nie wytrzymują presji i w którymś momencie pękają – opowiada o kulisach regularnych bijatyk pod polskimi szkołami Teresa Krasnowska, pedagog z Jarosławia<sup>46</sup>.*

Tuż obok tych krytycznych tekstów o państwowej, bezpłatnej, a więc nieopłacalnej edukacji, pojawiają się inne, kreślące pozytywny obraz płatnej edukacji prywatnej, opłacalnej z ekonomicznego punktu widzenia:

*Według tygodnika The Economist, posyłanie dziecka do prywatnej placówki jest inwestycją, która na pewno zwróci się w przyszłości. Z wyliczeń tego pisma wynika, że osoby, które ukończyły takie szkoły, zarabiają potem o 35 proc. więcej od absolwentów publicznych placówek. Nauka w niepublicznej szkole daje już na starcie przewagę w przyszłym życiu zawodowym. Dlatego do prywatnych szkół swoje dzieci wysyłają niemal wszyscy liczący się przedsiębiorcy, menedżerowie, lepiej zarabiający prawnicy, artyści, a także politycy. [...] Uczniowie szkół niepublicznych znacznie lepiej radzą sobie na egzaminach. [...] W Warszawie na liście dziesięciu szkół, których uczniowie uzyskali najlepsze wyniki, były wyłącznie niepubliczne placówki<sup>47</sup>.*

*Dla Doroty Dobroczyńskiej [matki ucznia] szkoły społeczne to nie żadne cieplarnie, tylko miejsca, gdzie panuje normalna atmosfera, w jakiej powinno wychowywać się dziecko. Takie, które czuje wsparcie i bezpieczeństwo, łatwiej poradzi sobie ze światem niż to, któremu ciągle przycina się palce. Twarda szkoła kar, upokorzeń, presji daje багаż, z którym w dorosłym życiu trzeba się uporać<sup>48</sup>.*

<sup>44</sup> P. Dobrowolski: Ile jest warta..., jw., s. 33–35.

<sup>45</sup> B. Igiełska: Nauczyciel non-fiction..., jw., s. 24.

<sup>46</sup> V. Ozminowski: Do szkoły..., jw., s. 16.

<sup>47</sup> A. Sijka: Kuźnie elit, *Wprost* 2009, nr 1–2, s. 43.

<sup>48</sup> J. Podgórska: Efekt cieplarniany, *Polityka* 2009, nr 14, s. 29.

*W USA, gdzie istnieje największy odsetek najlepszych na świecie uczelni, państwo ma na mocy konstytucji zakaz regulowania procesu nauczania w szkołach wyższych<sup>49</sup>.*

Gość Niedzielny opublikował tekst o działalności Katolickiego Niepublicznego Gimnazjum i Liceum w Sosnowcu. Z artykułu wyłania się niezwykle pozytywny obraz szkoły, która poza tym, że świetnie uczy, rozwija zainteresowania uczniów, wychowuje, wspiera, pomaga w rozwiązywaniu problemów:

*W zależności od zapotrzebowania uczniów powstają kółka zainteresowań. Od lat działa szkolny teatr i schola. Przed lekcjami albo po nich odbywają się zajęcia dodatkowe z przedmiotów, z których młodzież ma problemy. Ale korzystają z nich również przygotowujący się do olimpiad i konkursów przedmiotowych. Bo co roku szkoła ma kilku finalistów i olimpijczyków – przede wszystkim z geografii i historii. W minionym roku szkolnym uczniowie zdali egzamin na tak wysokim poziomie, że znaleźli się w czołówce nie tylko sosnowieckich szkół.[...] Dlatego szkoła przyciąga. Uczniowie dojeżdżają tu nie tylko z miast Zagłębia Dąbrowskiego, ale i Stwierza, Olkusza, a nawet Katowic, Mysłowic czy ze Śląska. Choć przecież trzeba płacić czesne. Jeśli ktoś ma trudne warunki finansowe, zawsze jesteśmy gotowi obniżyć opłaty – mówi pani dyrektor<sup>50</sup>.*

Hegemonia ekonomicznego myślenia o edukacji, takiego, jakie prezentuje prasa opiniotwórcza, rodzi w społeczeństwie swoiste reakcje, często o charakterze patologicznym.

**Po pierwsze** – instrumentalne traktowanie wykształcenia jako „rzeczy”, którą należy mieć. Dotychczas wykształcenie było wartością autoteliczną: zapewniało człowiekowi mądrość, pozwalało rozwijać zainteresowania, dawało szacunek społeczny. W ramach ekonomicznego myślenia wartość edukacji jest uzależniona wyłącznie od tego, czy przygotowuje ona do prawidłowego funkcjonowania na rynku pracy. Wykształcenie stało się „dobrem”, które koniecznie należy posiadać (podobnie jak na przykład samochód czy telefon komórkowy) i coraz częściej jedynie brak gotówki, za którą można kupić dyplom, jest przeszkodą, by stać się jednostką wykształconą:

*Jeszcze kilka lat temu zakupem [pracy magisterskiej] zainteresowani byli głównie ci, którzy na trzecim, czwartym roku studiów rozpoczęli kariery zawodowe i nie mieli czasu na pisanie pracy. Często także studentki, które nie mogły pogodzić obowiązków macierzyńskich z nauką. – Teraz zgłasza się coraz więcej osób, które po prostu nie umieją napisać pracy. Rozbrajająca jest ich szczerłość: przyznają, że zawsze ściągali na egzaminach, od lat kupowali prace zaliczeniowe i są już na to skazani – mówi 45-letni Paweł z Gdańska, który od 12 lat żyje z pisania prac z kierunków ekonomicznych<sup>51</sup>.*

Potrzeba posiadania dyplomu, przyjmująca coraz częściej postać przymusu, jest jednym z powodów upowszechniającej się plagi edukacyjnych oszustw,

<sup>49</sup> B. Kasprzycka: Realna wartość..., jw., s. 18.

<sup>50</sup> B. Gruszka - Zych: Sosnowiecki Katolik, *Gość Niedzielny* 2009, nr 36, s. 31.

<sup>51</sup> B. Mikołajewska: Pokolenie kopiuj..., jw., s. 38.



która nie tylko w naszym kraju, również w społeczeństwach zachodnich, nabiera charakteru epidemii.

**Po drugie** – podporządkowanie edukacji ekonomii, prowadzi do utraty wysokiej pozycji społecznej, którą szkoła i nauczyciele zawsze mieli, i rodzi przekonanie o poważnym kryzysie w tej sferze życia społecznego. Przy czym kryzys edukacji jest utożsamiany wyłącznie z trudnościami na rynku pracy. A przecież szkolna edukacja nie jest w stanie sprostać wciąż zmieniającym się wymaganiom stawianym przez pracodawców. Jeszcze pod koniec XX wieku zdobyte wykształcenie wystarczało człowiekowi na całe zawodowe życie. Dziś jest zupełnie inaczej, szacuje się, że zdobyte kwalifikacje i umiejętności będą aktualne przez piętnaście lat, a niebawem ten czas jeszcze się skróci.

Poza tym kryzys na rynku zatrudnienia stale narasta i ma istotniejsze przyczyny niż niedoskonałości systemu kształcenia. W jego konsekwencji drastycznie zmniejsza się liczba możliwych do obsadzenia stanowisk pracy i nie ma możliwości „dopasowania” wykształcenia do tego nieustannie się kurczącego rynku. Rodzi to oczywiście powszechne rozczarowanie edukacją, obarczanie jej winą za bezrobocie i podważanie sensu uczestniczenia w niej. W tej sytuacji coraz mniej osób odczuwa dyskomfort z powodu oszukiwania, ściągania, plagiatów. Skoro w powszechnym odczuciu „edukacja nic nie daje”, z ekonomicznego punktu widzenia inwestowanie w aktywność, która nie przynosi zysków, jest pozbawione sensu.

**Po trzecie** – upowszechnienie ekonomicznego myślenia o edukacji powoduje, że ciągle podejmowane są próby dostosowania edukacji do potrzeb gospodarki. Nie mogą się one udać. Gospodarka zmienia się cały czas i generuje ciągle nowe potrzeby, edukacja zaś, mimo nieprzerwanej reformy, nie może tych potrzeb zaspokoić, a to potęguje tylko rozczarowanie jej wynikami.

Opiniotwórcza prasa nie pomaga w budowaniu zapotrzebowania na nową edukację, banalizuje jej problemy, wskazując bardzo proste ich rozwiązanie. Zdaniem autorów artykułów remedium na całe zło w polskiej edukacji jest zmiana sposobu jej finansowania: ograniczanie finansowania edukacji państwowej i zwiększanie obszaru edukacji prywatnej – rzekomo przyjaźniejszej i skuteczniejszej, gwarantującej uczniom odniesienie życiowych sukcesów.

*W USA powszechne jest przekonanie, że w państwowych szkołach uczą się głównie dzieci z gorzej sytuowanych rodzin. Prywatne szkoły cieszą się lepszą reputacją, bo zapewniają większy wybór programów, naukę w mniejszych klasach i większe bezpieczeństwo. [...] Od lat w rankingach szkół średnich w Wielkiej Brytanii na pierwszych miejscach są wyłącznie prywatne placówki. [...] Szwajcarska Federacja Szkół Prywatnych liczy 260 placówek. Są to jedne z najlepszych i najstarszych szkół w kraju<sup>52</sup>.*

<sup>52</sup> A. S i j k a: Kuźnie elit..., jw. s. 44.

## Podsumowanie

Krytykę edukacji trzeba uznać za słuszną. Rzeczywiście system edukacji stworzony w zupełnie innych warunkach gospodarczych i społecznych nie przystaje do realiów współczesności. Rozwój naukowo-techniczny powoduje lawinowy przyrost informacji w każdej niemal dziedzinie życia i podwojenie zasobu wiedzy co 2–3 lata. Tak szybkie tempo zmian sprawia, że duża część informacji bardzo szybko przestaje być aktualna i gromadzenie ich w pamięci pozbawione jest sensu.

Prawidłowe funkcjonowanie szkoły utrudniają też, a w zasadzie uniemożliwiają, nieustanne zmiany. Nie da się dziś przewidzieć, jakiej wiedzy i jakich umiejętności potrzebować będą za kilkanaście lat obecni uczniowie. Nie wiadomo nawet, czy zawody, do których przygotowują współczesne szkoły, będą jeszcze istnieć. Wiadomo na pewno, że pojawią się nowe – niestety, ponieważ nie wiadomo jakie, nie można uczyć ich wykonywania. Przewiduje się, że zdobyte dziś wykształcenie będzie aktualne przez około 15 lat, a w przyszłości czas ten jeszcze się skróci. Nie wrócą już czasy, gdy wykształcenie wystarczało na całe zawodowe życie. Pracowników trzeba wielokrotnie przyuczać do wykonywania zawodu, co powoduje rozczarowanie edukacją, która w powszechnym mniemaniu nie potrafi porządnie przygotować do pracy. Jeszcze kilkanaście lat temu kształcenie permanentne uznawane było za pożądane i wskazane, dziś natomiast staje się koniecznością. Nie można prawidłowo funkcjonować w życiu zawodowym, korzystając z zasobu wiedzy i umiejętności zdobytych kilkanaście lat temu.

Choć prasową krytykę edukacji uznać trzeba za słuszną, niepokoi jej poziom; krytyka ta nie jest nastawiona na wyjaśnienie przyczyn dysfunkcjonalności szkoły, na pomoc w zrozumieniu mechanizmów powstawania niedoskonałości i wad. Trudno nie zauważyć, że sposób pisania o tej sferze życia społecznego odpowiada obserwowanej dziś we wszystkich mediach pogoni za uatrakcyjnieniem i usensacyjnieniem przekazów. W zmediatyzowanym świecie tendencja ta nie dziwi, media muszą dziś walczyć o odbiorcę, a atrakcyjny i sensacyjny przekaz gwarantuje odbiorców, lecz szkodliwość takiego dyskursu jest bezsporna.

Autorzy przekazów medialnych, również tekstów w opiniotwórczej prasie, konstruują je w taki sposób, by wywrzeć na odbiorcach jak największe wrażenie. Nie jest ważne przekazanie informacji, liczy się tylko *entertainment*<sup>53</sup>, utrzymanie się na rynku danego tytułu prasowego uzależnione jest bowiem od tego, czy publikowane w nim teksty zostaną przez czytelnika odebrane, czyli czy zwrócą i zatrzymają na sobie jego uwagę.

Nie znalazłam w prasie informacji o tym, że kryzys systemu edukacji spowodowany jest zmianą warunków, w jakich działa szkoła, że zasady, na jakich opiera się współczesny system edukacji, zostały sformułowane w zupełnie innych warunkach społeczno-gospodarczych. Zadaniem edukacji było wówczas

<sup>53</sup> *Entertainment* (ang.) – zabawa, rozrywka, urozmaicenie.

przygotowanie pracowników potrzebnych rozwijającej się gospodarce. Człowiek miał pewność, że wysiłek włożony w edukację zagwarantuje mu stabilną i dobrze płatną pracę. Dziś jest zupełnie inaczej, zdobycie dyplomu nie jest równoznaczne z zatrudnieniem, ale przyczyny tej sytuacji nie tkwią w systemie edukacji i nie można winą za nią obarczać szkoły jako instytucji i nauczycieli jako jej pracowników.

Na pewno potrzeba dziś zmiany sposobu myślenia społeczeństwa o szkole i edukacji, co nie jest zadaniem łatwym. Pomocą mogą służyć stale obecne w życiu każdego człowieka media, których wpływ na poglądy i zachowanie trudno przecenić. Angażując się w budowanie zapotrzebowania na nową edukację, opiniotwórcza prasa winna uświadamiać czytelnikom złożoność sytuacji, w jakiej funkcjonuje dziś szkoła, i wynikającą stąd konieczność zmian. Tymczasem zdaniem autorów prasowych artykułów rozwiązanie wszystkich problemów w edukacji jest banalnie proste – pomoże zmiana sposobu jej finansowania: ograniczenie udziału państwa w ponoszeniu kosztów edukacji i zwiększanie obszaru edukacji prywatnej – rzekomo bardziej przyjaznej i skuteczniejszej, gwarantującej uczniom odniesienie życiowych sukcesów.

W takim sposobie pisania o edukacji dostrzegam opresyjny charakter języka mediów, który jest zaangażowany w tworzenie jednowymiarowego porządku społecznego i wykorzystywany do umacniania panującego systemu. Prasowy dyskurs na temat edukacji służy jedynie uzasadnianiu zmian polityki oświatowej naszego kraju i legitymizacji ekonomicznego porządku w edukacji. Wyraźnie odbija się w nim, niezwykle popularna i zarazem niezwykle szkodliwa dla edukacji, neoliberalna ideologia.

## STRESZCZENIE

### **Polska edukacja na łamach tygodników opiniotwórczych w latach 2009–2010**

W artykule przedstawiono wyniki badań 115 tekstów na temat szkoły i edukacji, opublikowanych się na łamach opiniotwórczych tygodników w latach 2009–2010. Analiza wspomnianych tekstów pozwoliła odpowiedzieć na trzy pytania:

- 1) Przy użyciu jakich środków językowych budowany jest dyskurs o edukacji?
- 2) Jakie wątki tematyczne związane z edukacją akcentowane są w analizowanych czasopismach?
- 3) Jakie mogą być rezultaty dyskursu o edukacji prowadzonego na łamach analizowanych czasopism?

**Słowa kluczowe:** edukacja, opiniotwórcze tygodniki, prasowy dyskurs, obraz edukacji

## MEDIALNOŚĆ *młodomowy*

ANNA WILECZEK

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach  
Wydział Pedagogiczny i Artystyczny; Instytut Edukacji Szkolnej

„[...] udajemy młodzież, aby młodzież udawała nas”.

M. Dzido

### ABSTRACT

#### **Mediality of *Youthspeak***

The article concerns the problems in the functioning of youth sociolect in the cultural space. This expressive and playful linguistic register has gained popularity not only as a ‘speech of youth’, but also as a specific ‘code’ used to express a postmodern lifestyle, associated with the cult of youth, fun, dynamics, openness to different cultural practices. As such, it operates along the lines of “acceptative modes of expression” both in media discourse (eg. press, advertising, political, celebrity) and in artistic and paraartistic texts (e.g. literary works, song lyrics, film forms, skits). In this context, an important question appears – whether youth speak and youth sociolect are still the same phenomenon?

**Key words:** *Youthspeak*, intertextuality, media communication

Dotykając współczesnych praktyk komunikacyjnych, w które uwikłana jest *młodomowa*<sup>1</sup>, trzeba uwzględnić istotny fakt otwarcia tego rejestru językowe-

---

<sup>1</sup> Termin ten, używany przez wielu badaczy, jest dla nich równoznaczny z „potoczną polszczyzną młodzieżową” (Bartmiński 2008), z językiem młodzieży (Marczewska 2010, s. 31) czy środowiskową gwarą młodzieżową (Rapp 2001, s. 76), gdyż kryterium wyróżnienia jest z jednej strony kategoria wieku, zwykle nastoletniego, z drugiej – ekspresywność, fatyczność i „filtrowanie” aksjologiczne rzeczywistości (stosowna bibliografia znajduje się w mojej publikacji:

✉ Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach; Wydział Pedagogiczny i Artystyczny; Instytut Edukacji Szkolnej; ul. Krakowska 11, 25-029 Kielce; wileann@gmail.com

go na postmodernistyczne tendencje kulturowe. Przestrzeń ponowoczesności naznaczona jest bowiem transmedialnością – skutkiem koegzystencji znaków i różnorodności porządków dyskursywnych. Egzystują one w jakimś zrelatywowanym „pomiędzy”, w nieustannym „napięciu semantycznym”, rozpleniając sensy i hybrydując formy. W świecie permanentnej kreacji trudno odróżnić rzeczywistość od symulakrum, opinię od faktu, a informację od perswazji. Skoro nic nie jest oczywiste i niewzruszone, a jakości rodzą się podczas „negocjacji”, atrakcyjnym kodem komunikacyjnym stała się potoczność, nie tyle rozpatrywana w kontekście wewnątrztemowym (język), ile analizowana na płaszczyźnie *parole*, a więc językowego wykonania (Wojtak 2002, s. 324). Tekstowe uwikłania *młodomowy* jako nieoficjalnego, ekspresywnego, spontanicznego, podatnego na inferencje, ludycznego rejestru języka wiążanego ze sposobem komunikacji nastoletniej młodzieży (por. Baniecka 2008; Bartmiński 2008; Chaciński 2007; Wileczek 2010) znamionują współczesną tendencję do mówienia jako konstruowania siebie w przestrzeni niekończącej się konwersacji.

### *Intertekstualność, interkodowość czy intersemiotyczność?*

Kultura, której elementem i medium (bynajmniej nie jedynym) jest ciągle jeszcze słowo, „składa się dziś z ofert, nie z nakazów; z propozycji, a nie norm” (Bauman 2011, s. 27). Skutkiem jest nadprodukcja tekstów – jednostek komunikacji, opartych na hybrydalnym, transemiotycznym „wideoaudiowerbalizmie”. Tekst to makroznak o kolażowej strukturze, stanowi bowiem „konfigurację jednostek heterogenicznych pod względem ich statusu semiotycznego: „graficznych, fonicznych, motorycznych, również konsytuacyjnych” (Witosz 2010, s. 25). W tej ekspozycji znaków relacje intertekstowe, jak wskazuje Bożena Witosz, są z konieczności także relacjami intersemiotycznymi i interkodowymi, wykorzystywanymi do szerokiego oddziaływania perswazyjnego czy „manifestacji stylu” (Witosz 2010, s. 29 i nast.). Nikogo już więc nie dziwi termin „tekst kultury” o szerokiej denotacji. Tekstem kultury może być każdy „produkt” z oferty kulturowej: tekst multimedialny, klip, „filmik” z sieci, komentarz wraz ze zdjęciem, napis na koszulce, mem, reklama, tekst piosenki, skecz..., a więc znak z założenia przeznaczony do dekonstrukcji (Ożóg 2010, s. 63).

Ów znak to w zasadzie intertekst powstający z nałożenia starej i nowej jakości tekstu. Znaczenia, pochodzące z różnych porządków kodowych, aktywizują

---

Wileczek 2010). Bartłomiej Chaciński natomiast pisze o „młodych słowach” (*młodomowie*), nie przeprowadzając ścisłej demarkacji pokoleniowo-socjologicznej, a tym bardziej językowo-waloryzującej. Dla niego jest to: „Język potoczny, rozwijający się [...]. Niekoniecznie najnowszy – bo zwykle trudno stwierdzić, ile które słowo ma lat [...]. A że są ludzie młodzi duchem, w których metrykę się nie zagląda, bezpieczniej będzie powiedzieć: młode niż nowe [...]” (Chaciński 2007, s. 7–8). Taka pojemna denotacja wskazanego pojęcia jest też w gruncie rzeczy dość nieostra, uwzględnia z jednej strony pokoleniowość (bardziej ideową niż metrykalną), ale też wzajemną dyfuzję pomiędzy różnymi rejestrami językowymi.

się jednak w pełni dopiero w *interakcjach* i przez nie, gdyż wówczas dochodzi do „zderzenia” i osmozy sensów. Zobrazować to można przykładem zastosowań tekstowych popularnej formuły młodzieżowej (*nie*) *ogarniam* (por. także: *ogarniać coś* ‘rozumieć’, *ogarnij się* ‘doprowadź się do porządku’, *ogarniaj!* ‘bądź czujny, zachowuj się zgodnie z konwencją’, *być ogarniętym* ‘mądrym, rozsądnym’; Fliciński, Wójtowicz 2008, s. 120). Notowana w znaczeniu ‘nie rozumiem’, ale też ‘nie daję rady, mam dość’<sup>2</sup> – usamodzielniała się jako jednostka wypowiedzeniowa na tyle, że zaczęła być znacznikiem emocji, oceny, postawy egzystencjalnej.

Do upowszechnienia tych znaczeń przyczyniły się serwisy internetowe, typu Demotywatory, Joe.Monster, YouTube, Kwejk itd. Powstała nawet społeczność *Nie ogarniam* na Facebooku. Rozrost tekstów-wyznań, tekstów-zartów, tekstów-komentarzy nastąpił wraz z cieniowaniem znaczenia za pomocą dodawanego obrazu, symbolu o wyrazistej identyfikacji jakiejś konwencji, np. młodzieżowej, obyczajowej, historycznej czy religijnej: *Nie ogarniam matmy i facetów*; *Nie ogarniam...* w odniesieniu do ministra Arłukowicza; *K\*\*\*, nie ogarniam* – ze zdjęciem Jezusa z ramionami rozpostartymi nad światem; *Nie ogarniam, więc wstawiam cegłę* (zdjęcie cegły); ale także: *Jezus ogarnia. Przyjdź, ogarnij* (plakat informujący o koncercie muzyki chrześcijańskiej).

Intersemiotyczność burzy „prostą linearność odczytania” (Wasilewski 2010, s. 153), zderzając konwencje, często bardzo odległe kulturowo i aksjologicznie (np. przypisanie Jezusowi prostackiego wulgaryzmu), a słowo odgrywa tu dodatkowo rolę swoistego metatekstu. Pozwala na semantyczny konsensus, rozbłyskując w skojarzeniu, celnej sugestii czy refleksji, dosadnym komentarzu, ironicznej puencie. Poza tym nie pozwala tekstem semantycznie okrzepnąć. Zawieszono w sieci, linkowane i „lajkowane”<sup>3</sup> są ożywiane kolejnymi odśłonami czy komentarzami. Wchodzą w przestrzeń o niezwyklej mocy dyskursywnej, czyniąc intertekstualnym nawet sam rejestr językowy – *młodomowę*.

### *Młodomowa czy ponowoczesny interdialekt?*

Takie praktyki przejmujące – jak się zdaje – specyficzny ponowoczesny popkulturowy *interdialekt*. Na fundamencie potoczności określa przestrzeń dyskursu, zbliża partnerów komunikacji, dokonuje czegoś na kształt „wtórnej socjalizacji”. Znosi też dystynkcję pomiędzy ustnym i pisany, wysokim i niskim, realnym i wirtualnym, rozciągając desygnację mowy na sprawy *e-piśmienności* (por. *neto-*

<sup>2</sup> Za: <http://www.miejski.pl/slowo-nie+ogarniam> (dostęp: 24.06.2013).

<sup>3</sup> *Lajkować* – od ang. *like* ‘polubić coś na Facebooku’ i szerzej ‘polubić, zaakceptować’. Por.: „*lajk* [...] to słowo oznaczające po prostu klikanie w facebookową ikonkę ze słowami »lubię to«, która w angielskiej wersji Facebooka nazywana jest – *like it*. Niby mamy słowo *lubić* czy *polubić*, ale wolimy *lajkować*, *dawać lajka* albo *odlajkować* czy *cofnąć lajka*”; [http://www.mowimylajk.pl/technologie-i-auto/komputery-internet/slitasna-slitasni-co-oznacza-to-naduzywane-sowo,33\\_48016.html](http://www.mowimylajk.pl/technologie-i-auto/komputery-internet/slitasna-slitasni-co-oznacza-to-naduzywane-sowo,33_48016.html) (dostęp: 11.02.2013).

*mowa, lolmowa, hackmowa*). Wszak to nie medium jest w tym wypadku istotne, ale sukces komunikacyjny, który zapewniają: interakcyjność, wizualizacja i kontekstowość (zob. Warchała, Skudrzyk 2010, s. 207).

Semantyczna moc tekstu jest syntezą energii własnej oraz przywoływanego komunikatów, a przez nie również kodu werbalnego i kodów kulturowych. Jednostki tego kodu: „konwencje, symbole, koncepty skrypty, mity, ideologie – jak twierdzi Stanisław Gajda – istnieją w tkance tekstów eksplicytnie (werbalnie i niewerbalnie) albo implicytnie” (Gajda 2010, s. 20), stanowiąc o przekazie pokoleniowym, łącząc lub – wprost przeciwnie – odgradzając się od innych/obcych (Gajda 2010, s. 20).

Praktyki komunikacyjne opisane powyżej, dobrze znane *młodomowie*, są anektowane przez ponowoczesną kulturę, dla której potoczność (także językowa) stała się istotną wartością, jako niewyczerpane źródło nowych form. Przy czym to nie życiowe *praxis* staje się dawcą formy, ale gra uwalniająca ją od „ciężaru życia” (Simmel 1975, s. 53), poddająca radosnej estetyzacji (zob. Jaszewska 2002, s. 127.). Ponowoczesna ucieczka w wielokształtne formy to z jednej strony przejaw pokonwencjonalnej, wręcz nonszalanckiej kreacji, ale z drugiej strukturyzowanie wolności w jakimś nieustannym karnawale zużywających się znaczeń. Bo i nie o wartości czy trwałość znaczeń chodzi, ale o ekscytację nowym doświadczeniem w niekończącej się grze (por. Bauman 2006, s. 57).

Ten paradoks także jest dobrze znany *młodomowie*. Utożsamiana zwykle z socjalną odmianą języka ujawniająca się w nieoficjalnym, potocznym dyskursie nastolatków, coraz częściej wykracza poza rejestr „kodu ograniczonego”. Pomijając w tym miejscu specyfikę słownika i kategorii socjolektalnych, chciałabym zwrócić uwagę na uwodzicielski potencjał slangu młodzieżowego. Uwidacznia się on szczególnie w wielu próbach wykorzystania jego praktyk dyskursywnych oraz ideacyjnych. *Młodomowa* stała się popularnym kodem ponowoczesnym, gdyż niejako programowo, jako język nastoletniego buntu, epatuje kreatywnością, luzem, ekspresją. Apoteozuje recentywistyczną przyjemność (doświadczaną „tu” i „teraz”), w networkowej wspólnocie znajomych.

*Młodomowa* poddawana zabiegom „akceptatywnych stylizacji” (termin Stanisława Balbusa 1996) funkcjonuje zarówno we współczesnym dyskursie medialnym (np. internetowym, prasowym, reklamowo-politycznym, celebryckim), jak i w tekstach artystycznych (literatura, teksty piosenek) oraz paraartystycznych czy folklorystycznych (teksty „filmików” z sieci, skecze). Można wskazać na kilka strategii pragmatycznych, które wyznaczają kierunki owych stylizacji, a także pokazują motywację omawianych zabiegów.

## *Strategia odwróconej referencji, czyli „Tequila”, „młodzieżowa babcia” i konflikt pokoleń*

Użycia stylizacyjne, takie jak naśladowanie slangu młodzieżowego, zgodne są z zasadą odpowiedniości konwencji w tekstach wypowiedzianych przez młodych bohaterów literatury (np. *Magda.doc* Marty Fox, *LO story* Magdy Skubisz), reklamy (np. *Visaxinum*<sup>4</sup>) lub też nastoletnich twórców (np. *InterŚwiaty* Krzysztofa Skoczka czy blogi internetowe: *Supier,hipier,szalony!*<sup>5</sup>). Słownictwo i frazeologia znakują „grupę docelową” i jej funkcjonowanie w określonej przestrzeni komunikacyjnej.

Inaczej przebiega to w „odwróconej referencji”, gdy to dorosły posługuje się *młodomową*. Młodzi – czuli na zawłaszczanie „swojego” języka – demaskują takie zachowania jako nieautentyczne. Wkraczanie na teren wspólnoty młodych, zawłaszczanie prawa do odmienności, a szczególnie do specyficznego języka, przynosi zwykle zażenowanie, i to niezależnie, czy dotyczy tekstu reklamowego<sup>6</sup>, czy codziennej komunikacji w rodzinie: *Myślisz, że twoje zachowanie jest cool i trendy? Porażka!* – stwierdza „Charlotte” na łamach portalu Grono.net<sup>7</sup>.

Z tego powodu „dedykowany” swemu ojcu przez jednego z nastolatków oksymoron *hardkorowy starzec* jest ironicznym znacznikiem negatywnych treści: pozerstwa i butnej ignorancji: *Zawsze jak coś mówię jest jeden komentarz: [...] „spoko loko looz i ponton”. Na co mówię mu, że mówi się spontan jak już, to on na to „jedna cholera”* (tamże).

Można jednak wskazać stylizacje, w których nie dochodzi do estetyczno-ideacyjnego zgrzytu – niekompatybilności konwencji i światopoglądu. Tak dzieje się w *Tequili* (Varga 2001). Arsenał leksykalno-frazeologiczny, a także pragmatyczny *młodomowy* został tu wyzyskany do podkreślenia mentalności głównego bohatera, wprawdzie już nie młodzieńca, ale nieco podstarzałego *frontmena bendu* o ciągle „młodzieżowej” naturze. Z projektem młodości wiąże go ciągła kontestacja świata, w którym – jak czytamy – *właściwie nic nie jest w porzo*, a ludzie to *zbieranina*, bo *większość jest na haju, odjechana, zaklejona, ujarana, uwalona. Wielka wspólnota świrusów* (s. 97), oraz pochwała autentyczności (*Nie ma żadnej autentyczności, samo badziewie*, s. 37). Żywioł mowy podkreślony został zapisem fonetycznym. Wszechobecne skróty oddają dynamikę, z jaką żyją młodzi (por. częste wykorzystywanie monosylab typu *impra, muza, w porzo czy na ra*). Język skrótu służy do nadawania ekstremalnych emocjonalnie komunika-

<sup>4</sup> <http://marketing-news.pl/message.php?art=30777> (dostęp: 10.02.2013).

<sup>5</sup> <http://agaska.blox.pl/html> (dostęp: 11.01.2013).

<sup>6</sup> „Załamala mnie ta reklama – pisze „Mał”. Język straszny. Nie wiem, czy nastolatkom kupią taki «niby nasz» slang i takich luzackich ambasadorów... Dla mnie mało wiarygodne i przerysowane”. Komentarze na temat reklamy *Visaxinum*, <http://marketing-news.pl/message.php?art=30777> (dostęp: 22.04.2012).

<sup>7</sup> <http://grono.net.pl/ajakochamswojegotatopic/364679/sl/powiedzonka-naszzych-starych/16/1/129328042/1/> (dostęp: 10.02.2013).



tów: albo *noł fjuucer* i *czapa* albo *totalnie*, *oporowo* i *na maksa*. Warto też zwrócić uwagę na typową dla młodego pokolenia ekspresywność sformułowań, swobodę w podchodzeniu do tradycji i kultury: *Odpada Morrison, Hendriks, Dżaplinka, wszystko cieniasy, moje zejście to byłaby najślynniejsza rokowa kita* (s. 99).

Strategię „odwróconej referencji” wykorzystują też teksty popkultury. Jako przykłady mogą posłużyć komunikaty tzw. „Królowej Internetu” – Pani Basi i „młodzieżowej babci”. Popularność pierwszych wiąże się z łamaniem w nich tabu obyczajowego i językowego. „Dewulgaryzacja wulgaryzmów” w komentarzach starszej kobiety śmieszy, bo reinterpretuje stereotyp: „Młodzi przeklinają, starzy się oburzają”<sup>8</sup>, wypowiedzi „młodzieżowej babci” ilustrują natomiast praktykę bardziej złożoną – „zawłaszczenie” *młodomowy* przez marketing polityczny: *Nie ma bata* – mówi starsza pani. – *Ja na fejs bym go* (Jarosława Kaczyńskiego) *nie zaprosiła. Jemu tylko Hoffman statusy lajkuje. Jarek wychodzi z kotem na smyczy jak jest melanż i po pały dzwoni. Jak ja mogę porównywać Jarka z Tuskiem? To tak jakbym porównywała Tedego z Oстрыm (...). Super partia ma flow, a PIS ma tylko low. Ty synku podbijasz na wybory?*<sup>9</sup>.

Nawet jeśli ta „mistyfikacja” z kampanii wyborczej była odpowiedzią na działania politycznego PR zmierzające do przekonania wyborców, że „Głosowanie na PIS to nie *obciach*, lecz działanie *cool* i *jazzy*”<sup>10</sup>, to wskazuje, że socjolekt młodzieżowy jest dziś jednym z elementów medialnego pożądanego. Kreuje świat ludzi aktywnych, wyluzowanych i dowcipnych.

### *Strategia atrakcyjnej hiperrzeczywistości*

Praktyki komunikacyjne *młodomowy* przekraczają dychotomię: realne vs wirtualne, a pośrednio także mówione vs pisane. Slang młodzieżowy z powodzeniem obsługuje te dwie sfery, nie zmuszając do znacznej modyfikacji sposobu wypowiedzi. Tę zasadę wykorzystują komunikaty medialne przeznaczone dla nastoletniego odbiorcy. W popularnej prasie młodzieżowej, np. *Bravo*, *Dziewczyna*, *Popcorn*, *Twist*, czy filmach przeznaczonych dla nastolatków, np. „Iron Weaser”, „Nie ma to jak statek”, „Big Time Rush”, „I Carly” (ale też dla starszych dzieci, np. „Pingwiny z Madagaskaru”, „Kung Fu Panda”) posługiwanie się *młodomową* przez młodych bohaterów ze względu na konotowaną kategorię nastoletniego wieku staje się normą.

O ile we wskazanych realizacjach można to uznać za stylistycznie uzasadnione, o tyle nagromadzenie konstrukcji slangowych w tekstach młodzieżowej prasy kolorowej razi nawet samych starszych nastolatków. Wydaje się, że sztampowe połączenia typu: *Uderz do eksperta*, *Przeżyć dejtą*, *Oni mnie zlewają*, *Uuups, ale wtopa!*, *Do pionu*, *Robić sobie praśne dżółki*, *Rozkminiać lekcje*, *Można przyki-*

<sup>8</sup> Zob. <http://www.youtube.com/watch?v=wQ4KIZnkgN4&feature=related> (dostęp: 10.02.2013).

<sup>9</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=5GgcFEf4DzE> (dostęp: 11.02.2013).

<sup>10</sup> Broszura wyborcza PiS z 2011 r.

*mać, Cooltowa kolekcja, Pelen miks, Ekipa wymiata, Szpak (nazwisko) odlatuje, Zmiana looku, Spowiedź bez ściemy*<sup>11</sup> – zarezerwowane do nieoficjalnych i bezpośrednich kontaktów, są dyskredytowane jako „wyprodukowane” przez dorosłych redaktorów<sup>12</sup>. W tym wypadku nawet naśladowanie emocjonalnej skrótości komunikatu nastolatków nie przekonuje odbiorców, bo stanowi falsyfikację „młodzieżowego mówienia” (Kajtoch 1999, s. 90 i nast.)

Młodzi ludzie zapraszani są więc do działań kreatywnych, umożliwionych przez nowe media. Stając się także nadawcami, przydają wiarygodności poczynaniom redaktorów, producentów i copywriterów. Niemal każde czasopismo czy serial młodzieżowy ma swoją stronę internetową, na której można prowadzić blog, dyskutować na forum, przysyłać teksty, zdjęcia i filmy, zamieszczać linki. Młodzi nie zdają sobie sprawy, że uczestniczą w tworzeniu *symulakrum*, rozmawiając z nieistniejącą postacią filmową czy komentując z prawdziwym zaangażowaniem rzeczywistość upozorowaną: *Buhahaha ! xDD No to pojechałaś po bandzie. Nie, nie mam zrytego gustu muzycznego. Czego nie mogę powiedzieć o Tobie, i twoim zajędwabistym fajowskim nicku. Mwahaha*<sup>13</sup>.

Stwarzanie wspólnoty, tzw. społeczności wokół tytułu, idei, produktu czy portalu przypomina inną strategię pragmatyczną, którą można nazwać „wirusową”.

### *Facebook rządzi, czyli strategia „wirusowa”*

Przekaz wirusowy, znany z działań marketingowych, szczególnie preferuje młodych odbiorców, których wzajemne kontakty są niezwykle intensywne. Modne słowa czy frazy mają charakter „fali”, która otwiera punkt dostępu do określonych struktur mentalnych, zwykle o proveniencji ludycznej lub estetycznej. Dzięki temu wiadomość jest rozsyłana zdecydowanie chętniej. Celem jest wywieranie wpływu na postawy i zdobycie czyjejs akceptacji lub przychylności dla proponowanych treści albo po prostu perswazja. Takie działania towarzyszą zarówno kampaniom reklamowym (np. *Fruugo przyszło ze swoim facebookowym fanpage'em*<sup>14</sup>), jak i samoistnym akcjom młodych internautów, windujących na szczyty popularności ulubione treści typu: *Kocham spac*<sup>15</sup>, *Król Julian* (postać z kreskówki „Pingwiny z Madagaskaru”) czy *mały głód* z reklamy serka „Danio”.

Zwroty *fejsbuk mi powiedział... , zobaczymy się na fejsie, fejsbuk rządzi* wskazują zatem na współczesną rangę tego medium, a termin *unurzani w Facebooku* sugeruje jego wpływ na charakter komunikacji. Zamieszczane tam krótkie, statu-

<sup>11</sup> *Bravo* 21/2011, *Bravo Girl* 9/2010, *Twist* 11/2011.

<sup>12</sup> Zob. także: [http://www.beka.pl/txt\\_list\\_do\\_bravo.php](http://www.beka.pl/txt_list_do_bravo.php) (dostęp: 10.01.2012).

<sup>13</sup> <http://www.bravo.pl/blog/debesciara-xd/> (dostęp: 2.02.2013).

<sup>14</sup> Fan page, inaczej profil publiczny, czyli specjalny profil na Facebooku służący promocji marki, produktów, artystów, polityków, stron internetowych, organizacji i wszystkiego, „co publiczne”.

<sup>15</sup> Społeczność na Facebooku; strona „polubiona” przez 809 tys. osób. Zob. <https://www.facebook.com/kochamspac> (dostęp: 24.06.2013)

sy (komunikaty), posty, komentarze (*komentary*<sup>16</sup>) wraz z obrazami i linkami oparte są na intertekstowości semantyczno-substytutywnej, zapewniającej z jednej strony powtarzalność struktury, z drugiej – świeżość treści. Wszechobecny „przycisk lubienia” (ang. *like button*) pozwala szybko wyrazić emocje, aprobatę i dołączyć do wspólnoty fanów. Daje zarazem namiastkę wyboru i możliwość bezpiecznego zakotwiczenia wśród „swoich”. Ewoluuje także w kierunku pojemnej semantycznie ikony (charakterystyczny rysunek podniesionego kciuka), która staje się nośnikiem – z jednej strony sygnałem opinii, z drugiej aprobaty pozytywnych odczuć. Mario Klingemann na Festiwalu Sztuki Miejskiej i Medialnej „Ultra Social” w Monachium zainstalował pudełko: „Like This”, dzięki któremu można „polubić” obejrzone eksponaty. „Pożyczyłem – mówi artysta – wygląd guzika «lubienia», ponieważ stał się on ikoną kultury sam w sobie i wszyscy będą od razu wiedzieli, jak z niego korzystać. Chodziło o stworzenie dzieła sztuki, w które wbudowano możliwość wyrażenia, jak się nam ono podoba”<sup>17</sup>.

Tworzenie tzw. „wirusowych” więzi, opartych nie na personalnych relacjach, ale na „zarażaniu” się aprobatą i humorem, wyznacza także wysoką rangę strategii ludycznej. Jeden z serwisów nawołuje nawet: *Kliknij, zacznij nas lubić i być na bieżąco. Dołącz do ekipy ze zrytym poczuciem humoru!* (Chamsko.pl).

### Strategia ludyczna

Humorystyczne komentarze, wypowiedzenia, hasła zamieszczane w sieci wraz ze zdjęciami lub animacjami, tzw. *memy*, stanowią przykład *lolspeak* ‘śmiesznej mowy’. Dają początek ogromnej liczbie hipertekstów. Najlepsze z nich stają się z angielska *bestami*. Sukces komunikacyjny zostaje osiągnięty dzięki specyficznej intertekstualności, a więc powszechnej znajomości elementów składających się na budowę semantyczną *memu*.

Przykładem może być słynne *co ja pacze?* (wypromowane przez stronę Kwejk.pl), funkcjonujące potem w różnych konfiguracjach tekstowych. Fonetyczność zapisu, uprawnienie błędnej anakolutycznej formy (popr. *Na co ja patrzę?*) wraz z wizerunkiem kota generują absurdalność *memu*, ale też jego polisemiczność. W sieci przybywa hipertekstów składających się na swoisty dyskurs *pacyzmu*, np. kot ubrany w czapkę sarmacką z czaplím piórkem (*Cóżem ja obaczył?*), z hamletowską czaszką (*Paczeć czy nie paczeć?*), wystylizowany na aktora Cezarego Pazurę (*Chłopaki nie paczą*), a nawet stojący przed budynkiem ZUS (*Co ja place?* – modyfikacja kota nawiązująca do płacenia składek zusowskich<sup>18</sup>), kot na demonstracji z transparentem: *ACTA, pacze i nie wierzę*. Gra intertekstualna

<sup>16</sup> <http://www.miejski.pl/slowo-koment> (dostęp: 10.02.2013).

<sup>17</sup> Cyt. za: <http://technowinki.onet.pl/inne/wiadomosci/lajkowanie-zatacza-coraz-szersze-kregi-siegnelo-ga,1,4836838,artykul.html> (dostęp: 10.02.2012).

<sup>18</sup> Zob. <http://trybuna.kkvlab.com/social-media/1647/co-ja-pacze-o-co-chodzi-i-do-czego-moze-sie-przydac> (dostęp: 25.06.2013).

przebiega tu na kilku poziomach. Przez nawiązanie do hipotekstu (obrazu i pierwotnego komunikatu) oraz odwołania do tradycji i współczesności kulturowej, bieżących wydarzeń społeczno-politycznych<sup>19</sup> powstaje nowa jakość – „intertekst”, będący źródłem humoru.

Dużą pojemność semantyczną ma także struktura: *Jestem hardcorem*, dzięki czemu może funkcjonować w wielu kontekstach semantyczno-pragmatycznych. To wyznanie wyjęte z krótkiej narracji filmowej rozpowszechnionej przez serwis YouTube o „kaskaderze z hollywoodu”. Do neosemantyzacji młodzieżowego leksemu *hardcore* ‘ekstremalne doświadczenie’ przyczyniła się sytuacja. *Hardkor* to chłopak, który próbuje wspiąć się po kablu od internetu, aby wygrać zakład z kolegami. Dzięki słowom samego bohatera *Jestem hardcorem, robię w hollywoodzie. Mam na to certyfikaty cztery*, i przypadkowej kobiety z okna, filmik stał się „hitem internetu”<sup>20</sup>. Analizowany znak-tekst doczekał się licznych *memów* wykorzystujących konwencje popkulturowe: Myszka Miki, Maciek z Klanu czy Mario z gry komputerowej „Mario Bros” są *hardkorami*. Poręczna formuła: *jestem hardcorem* stała się popularnym frazemem ironicznie określającym „ryzykowne” zachowania, a zestawienie rzeczywistych czy wykreowanych sytuacji (kontekstu) z tym komunikatem daje efekt ludyczny. Wśród *memów*, które przeniknęły do *młodomowy*, można wskazać także: *Ale urwał!* (w TVN nazwa programu o sportach ekstremalnych) czy *Fail!* (‘porażka, wtopa, błąd, absurd’).

Integracja semiotyczna otwiera nieskończone możliwości budowania przestrzeni humoru także w konwencji absurdu i groteski. Umożliwia substytucję, a jednocześnie zabiegi kulturotwórcze i socjalizujące, łączy społeczność wielu portali: Demotywatory.pl, Joe.Monster.pl, Wtopa.pl, Zryte.pl., Humor.pl. itp. Tymczasem strona Mistrzowie.pl eksponuje humor słowny, zwykle niezamierzony, ujawniający się w codziennej komunikacji użytkowników. Dialogi, refleksje i komentarze, opatrzone paratekstualnym tytułem, są *lajkowane* i *linkowane*, szybko się rozprzestrzeniają, stając się źródłem ciągle świeżego komizmu. Opiera się on na niedorzecznym kontraście, który – jak pisał Wojciech Kajtoch – „potęguje się, gdy zostanie uzupełniony efektem niespodzianki. Osiągnięty wówczas zostaje efekt szczególnie niespodziewanej puenty (tym bardziej niespodziewanej, im bardziej odmiennej w swych sensach i stylistycznej formie od poprzedzających ją zdań)”<sup>21</sup>. Widać to choćby w dialogu:

<sup>19</sup> Wskazane zjawisko intertekstualności internetowej próbowano wykorzystać także w marketingu politycznym, np. w spocie SLD: *Nie ma takiego paczenia?*, gdy występowano przeciw nowym przepisom dotyczącym uprawnień kontrolerów NIK. Koncept opierał się na tej prawidłowości, że klip dodatkowo konotuje formy *patrzyć* ‘szukać wyrokiem’, a także *paczyć* ‘wypaczać’ (<http://www.skupienski.pl/2012/02/13/spot-sld-nie-ma-takiego-paczenia/> (dostęp: 3.02.2013).

<sup>20</sup> <http://www.hitypolskiegointernetu.pl/jestem-hardcorem> (dostęp: 10.02.2012).

<sup>21</sup> W. Kajtoch, *Językowy dowcip alternatywistów*, [http://zinelibrary.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=120:wojciech-kajtoch-jzykowy-dowcip-alternatywistow&catid=11:ozinach&Itemid=3](http://zinelibrary.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=120:wojciech-kajtoch-jzykowy-dowcip-alternatywistow&catid=11:ozinach&Itemid=3) (dostęp: 9.02.2013).

*Pies mi zdechl:*

- *K\*\*\*a pies mi zdechl*
- *Tak zwyczajnie?*
- *Nie, k... z efektami specjalnymi*<sup>22</sup>.

Elementy ludyczne zawierają się także w grach z konwencjami języka. Najczęstszą ich postacią – jak dowodził W. Kajtoch, pisząc o językowym dowcipie alternatywistów – są: „Zmiany formy graficznej wyrazu (np. ekstrawagancje ortograficzne czy narzucanie wyrazom swojskim obcej postaci graficznej i na odwrót)”<sup>23</sup>. Przykładem może być popularność profilu: „Zwierzęta, które nie znają ortografii”. Facebookowa strona prowadzona jest przez kota Admina. Jego wpisy przypominają zabawy lingwistyczne futurystów: *Tu kot admin. rzycie na wsi jest bardzo błogie, pszekonał mnie do tego znajomy bóldog wytwurca seruw kozih. codziennie pszynosi pełne wiadro kożego mleka i robi rurzne gołdy oras emętaler*<sup>24</sup>.

Komizm, kreacyjność i ekstremalność waloryzacji jako cechy ontologiczne *młodomowy* ujawniają się także w twórcach frazeologicznych, tzw. *opisach*. Stanowiły one pierwotnie bazę poręcznych struktur do komunikatorów. Wiele z nich ma charakter potocznych aforyzmów, ripost i alegacji: *Miłość to ściema, miłości nie ma, są tylko głupie zauroczenia, Braci się nie traci, Kochaj i szalej, nie pytaj co dalej*<sup>25</sup>. Nic więc dziwnego, że podobne struktury, już z nacechowaniem perswazyjnym, funkcjonują w obiegu medialnym, czego dowodem *Sorry memory* (Reklama TP), *Rok nie wyrok* (reklama Play – powtórzone za gwarą więzienną), *Młodzieży się należy* (reklama WBK).

### *Strategia nakręcania*

Teksty popkultury o dominującej funkcji perswazyjnej pozytywnie nastawiają nowoczesnych i młodych duchem do produktu, w myśl słów: *Ten smak was nakręci* (reklama Fanty). Komunikaty muszą być jednak utrzymane w odpowiedniej estetyce, by młodzi odbiorcy nie odrzucili ich jako nieautentycznych. Wskazywałam już wyżej, że swój slang nastolatkiwie traktują jak element tożsamości – wyróżniający i odróżniający. Niemniej chętnie używa się fraz konotujących slangowość: *Metoda na głoda, Na maksa wypasiony tablet, Eska rządzi, Na melanz rusz, Pozdro dla alergików*. Świeżym przykładem działań kreacyjnych pod tym względem są komunikaty reklamowe i ogłoszenia konkursowe Netii pod hasłem: *Wydżampuj swoje TV na fest*.

<sup>22</sup> [http://www.chamsko.pl/11216/Pies\\_mi\\_zdechl](http://www.chamsko.pl/11216/Pies_mi_zdechl) (dostęp: 10.02.2013).

<sup>23</sup> W. Kajtoch, jw.

<sup>24</sup> [http://www.facebook.com/zwierzenta?sk=app\\_208195102528120&app\\_data=dlt](http://www.facebook.com/zwierzenta?sk=app_208195102528120&app_data=dlt) (dostęp: 10.02.2013).

<sup>25</sup> <http://www.opisy.com/opisy-na-gg-rymowane,12741> (dostęp: 10.02.2013).

Uczestnik konkursu ma za zadanie nagrać krótki film prezentujący *wydzampowany* telewizor. Ponieważ słowo jest owocem działań copywriterów (internauci mówią nawet o języku Netii), a nie wspólnoty komunikacyjnej, dodano wyjaśnienie składające się z dobrze zakorzenionych w konwencji *młodomowy* jednostek: „*Wydzampowanie*” oznacza *odbajerowanie, podrasowanie, odpimpowanie, odpicowanie, tuningowanie, upgrade’owanie, udekorowanie, przerobienie*. Słowem *tak odpicować, aby wywołać „efekt WOW”*<sup>26</sup>.

Dominujący współcześnie model transmisji kulturowej oparty na prefiguracji (to młodzi dyktują wzorce) rodzi konsekwencje w postaci popkulturowych „umizgów” w stronę młodzieżowego stylu życia i sposobu komunikacji. Celebryci, piosenkarze, aktorzy, politycy wprowadzają do swoich komunikatów *młodomowę* w zasadzie bez ograniczeń, co owocuje zalewem konstrukcji sztampowych, pustych semantycznie, za to noszących znamiona subiektywnego zaangażowania mówiącego, typu: *Ale czaaad* (Agnieszka Chylińska w programie „Mam talent”), *Żadna spinka* („stres”) *nie jest możliwa, Więcej niż spoko* (Kayah w „The Voice of Poland”). Edyta Olszówka stwierdza, że jej obecne życie nie jest *lajtowe i czilautowe*. Najbardziej natomiast *rajcowny* jest dla niej teatr (audycja radiowa: „Taniec z Bryndalem” w Radiu Zet).

Te przypadki obrazują zjawisko „zapośredniczenia” języka młodych do uzyskania efektu nieoficjalności, luzu i niwelowania dystansu. Zjawisko to można nawet obserwować w dyskursie religijnym. W kategoriach stylizacji ludycznej można potraktować próby „przekładu” Ewangelii na socjolekt młodzieżowy (zob. <http://www.ziomjanek.pl/>), ale już modlitewnik „Na Czacie z Panem Bogiem” (Hafer 2006) wykorzystuje *młodomowę* w sposób pragmatyczny, jako jeden ze środków perswazji katechetycznej<sup>27</sup>.

## Zakończenie

Z powyższych przykładów wynika, że dla kultury ponowoczesnej niezwykle cenne są potoczne i nieoficjalne rejestry językowe. Szczególnie te, dla których oparciem jest wspólnota fatyczna i ludyczna zarazem. Słowa, jednostki frazeologiczne, teksty stają się fragmentem wielokanałowego dyskursu, aktywizując określone obrazy ideacyjne, tu: młodości, otwartości, nowości, permanentnej zmiany. Znaki *młodomowy* obarczane są nieustannie nową semantyką; jawią się nie tylko jako rezerwuar środków językowych, ale także jako mozaika praktyk komunikacyjnych. Mają służyć wyrażaniu „ja” jednostkowego i wspólnotowego w myśl zasady: nie ma lepszych lub gorszych sposobów użycia języka, ale trzeba pamiętać, że „upowszechnienie sposobu mówienia prowadzi do upowszechnienia sposobu myślenia” (Bralczyk 1998, s. 91).

<sup>26</sup> <http://www.aktualnekonkursy.pl> i blok reklamowy TVP (dostęp: 10.02.2012).

<sup>27</sup> Zob. też: W. Jędrzejewski: *Z Bogiem na czacie. Modlitewnik dla młodych*, Warszawa 2010.

## Bibliografia

- S. Balbus (1996): *Między stylami*, Kraków.
- E. Baniecka (2008): Gwara młodzieżowa jako odmiana współczesnej polszczyzny – próba charakterystyki, *Studia Gdańskie*, t. V, s. 157–167.
- J. Bartmiński (2008): Młodzież też ma swój język, którym opisuje świat. Rozmowa z M. Czermińską, <http://archiwum.kurierlubelski.pl/module-dzial-printpub-tid-9-pid-58004.html> (dostęp: 24.06.2013).
- Z. Bauman (2008): *Płynny lęk*, Kraków.
- Z. Bauman (2011): *Kultura w płynnej nowoczesności*, Warszawa.
- J. Bralczyk (1998): Wspólny język?, *Prace Filologiczne*, t. XLIII, s. 91–94.
- B. Chaciński (2007): *Totalny słownik najmłodszej polszczyzny*, Kraków.
- M. Dzido (2005): *Małż*, Kraków.
- P. Fliciński, S. Wójtowicz (2008): *Hip-hop słownik*, Warszawa.
- S. Gajda (2010): Intertekstualność a współczesna lingwistyka, [w:] J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl (red.): *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin, s. 13–23.
- T. i J. Hafer (2006): *Na czacie z Panem Bogiem*, Poznań.
- D. Jaszcwiska (2002): *Nasza niedojrzała kultura. Postmodernizm inspirowany Gombrowiczem*, Warszawa.
- W. Jędrzejewski (2010): *Z Bogiem na czacie. Modlitewnik dla młodych*, Warszawa.
- W. Kajtoch (1999): Odlotowe bez dwóch zdań! Kultura języka, stylu perswazji w czasopiśmie dla młodzieży, *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 79–102.
- W. Kajtoch, *Językowy dowcip alternatywistów*, [http://zinelibrary.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=120:wojciech-kajtoch-jzykowy-dowcip-alternatywistow&catid=11:o-zinach&Itemid=3](http://zinelibrary.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=120:wojciech-kajtoch-jzykowy-dowcip-alternatywistow&catid=11:o-zinach&Itemid=3) (dostęp: 9.02.2013).
- M. Marczevska (2010): Szlaufi ciachon, czyli o wojnie płci w młodomowie, [w:] P. Zbróg (red.): *Współczesna polszczyzna w badaniach językoznawczych: od leksyki do języka poezji*, Kielce, s. 31–40.
- K. Ożóg (2010): Kilka uwag o intertekstualności w dobie ponowoczesnej, [w:] J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl (red.): *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin, s. 61–69.
- K. Rapp (2001): *Młodomowa*, *Wprost*, nr 37, s. 76–77.
- G. Simmel (1975): *Socjologia*, Warszawa.
- K. Varga (2001): *Tequila*, Warszawa–Wołowiec 2001.
- J. Warchala, A. Skudrzyk (2010): *Kultura piśmienności młodego pokolenia*, Katowice.
- J. Wasilewski (2010): Pani dzisiaj jest w koszulce, czyli modna intertekstualność, [w:] J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl (red.): *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin, s. 152–165.
- A. Wileczek (2010): Pożyteczność „patologii”. Socjolekt młodzieżowy w perspektywie kognitywnej i edukacyjnej, [w:] P. Zbróg (red.): *Współczesna polszczyzna w badaniach językoznawczych: od leksyki do języka poezji*, Kielce, s. 41–56.
- B. Witosz (2010) *Kategoria intertekstualności w kontekście współczesnej stylistyki (wąskie czy szerokie ujęcie?)*, [w:] J. Mazur, A. Małyska, K. Sobstyl (red.): *Intertekstualność we współczesnej komunikacji językowej*, Lublin, s. 24–33.
- M. Wojtak (2002): *Potoczność w tekstach prasowych*, [w:] G. Szpila (red.): *Język a komunikacja*, 4, Kraków, s. 323–333.

## STRESZCZENIE

**Medialność młodomowy**

W artykule podjęto problemy związane z funkcjonowaniem socjolektu młodzieżowego w przestrzeni kulturowej. Ten ekspresywny i ludyczny rejestr językowy zyskał popularność nie tylko jako „mowa młodych”, ale także jako specyficzny „kod” służący do wyrażania ponowoczesnego stylu życia związanego z kultem młodości, luzu, dynamiki, otwartości na różne porządki kulturowe. Jako taki funkcjonuje na wzór „akceptatywnych stylizacji” zarówno w dyskursie medialnym (np. prasowym, reklamowym, politycznym, celebryckim), jak i w tekstach artystycznych i paraartystycznych (np. utwory literackie, teksty piosenek, formy filmowe, skecze). W tym kontekście zasadne staje się też pytanie o to, czy *młodomowa* i *socjolekt młodzieżowy* to wciąż zjawiska tożsame?

**Słowa kluczowe:** *młodomowa*, intertekstualność, komunikacja medialna





## KONTROLA SŁÓW

Dorota Degen, Marcin Żynda (red.): NIE PO MYŚLI WŁADZY. STUDIA NAD CENZURĄ I ZAKRESEM WOLNOŚCI SŁOWA NA ZIEMIACH POLSKICH OD WIEKU XIX DO CZASÓW WSPÓŁCZESNYCH. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2012. S. 456.

Wydany pod tytułem „Nie po myśli władzy” tom obejmuje 24 artykuły poświęcone różnym aspektom kontroli wolności wypowiedzi i odbioru informacji. Pod ogólnym hasłem cenzury poruszone zostały zagadnienia bardzo zróżnicowane, pokazujące metody i środki działań (różnych) władz na różnych polach, zmierzające do ograniczenia przekazu wyłącznie do tych treści, które są właśnie po myśli władzy.

Studia zostały w tomie ułożone w porządku chronologicznym. Na początku znalazły się trzy artykuły odnoszące się do wieku XIX i lat przed pierwszą wojną światową. Ilona Zaleska przedstawiła stanowisko polskich partii politycznych w Królestwie Polskim wobec ograniczeń wolności słowa do 1914 roku (s. 13–28). Antoni Krawczyk opisał książki zakazane i dozwolone przez cenzurę zagraniczną Cesarstwa Rosyjskiego w latach 1852–1855, a Rafał Machniak – system pruskiej cenzury stosowanej wobec prasy polskiej w Poznaniu.

Dwudziestolecie międzywojenne znalazło niewielkie odbicie w treści zbioru. Kilka akapitów dotyczących prasy kobiecej międzywojnia znalazło się w tekście Katarzyny Wodniak, która dokonała przeglądu tematów zakazanych i niewygodnych dla prasy kobiec-

cej zarówno w XIX, jak i XX wieku. Ostatnich chwil dwudziestolecia dotyka natomiast artykuł Waldemara Rezmera „Służba cenzury pocztowej Wojska Polskiego w 1939 roku”.

Aż 16 z 24 studiów zawartych w tomie dotyczy okresu Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, z czego dwa odnoszą się do publikacji poza granicami kraju. Zwraca uwagę wielość aspektów „wszechkontroli” słowa, zarówno tego wychodzącego od nadawcy, jak i tego mogącego trafić do odbiorcy: w prasie, książce, korespondencji prywatnej, edukacji szkolnej. Poza cenzurą tekstów przed drukiem kontroli podlegał też dostęp do książek w bibliotekach i w obiegu antykwarycznym. Rozpowszechnianiu treści wyłącznie po myśli władzy miała służyć też cała metodologia pracy gazety i jej redakcji. W artykule Wandy A. Ciszewskiej „Prasa narzędziem partyjnego kierowania masami. Socjalistyczna wizja redakcji prasowej” znajdujemy omówienie broszur do szkolenia partyjnego redaktorów z 1950 roku. Pierwsza z nich, zatytułowana jest „Masowa praca redakcji gazety”. Ta – tłumaczona z rosyjskiego – publikacja oprócz typowych twierdzeń ideologicznych okresu stalinizmu przynosi też wiele zaleceń co do budowania zespołów korespondentów robotniczych gazety, prowadzenia dla nich szkoleń, objazdów terenu i pomocy w organizowaniu zakładowych gazetek ściennych. Druga – „O listach do redakcji” – zaleca kładzenie nacisku na tę formę współpracy z szerokimi masami odbiorców. Kolejne broszury: „Zasady adiustacji dziennikarskiej” („opracowane na przykładach z pracy redakcyjnej Lenina i Stalina”), „O roli i zadaniach prasy” i liczne dalsze, mające już charakter bardziej historyczny niż metodologiczny, pokazują, jak w okresie natężenia stalinowskiej ideologizacji w latach 50. XX wieku wyobrażano sobie

„idealną” redakcję gazety, mającej stanowić wszak łącznik pomiędzy partią a masami.

Tom zamykają 3 teksty dotyczące współczesnych problemów mediów. Tomasz Mielczarek w artykule „Wygodni dla władzy. Dziennikarze polscy po 1989 roku” pokazał, że wolność wypowiedzi, która przez wiele lat znajdowała się na sztandarach walki o niezależność mediów, w postmodernistycznym świecie mediów przestała być wartością oczywistą. Inne aspekty pojmowania wolności wypowiedzi opisała Magdalena Mateja w studium przypadku zatytułowanym „O zmarłych tylko dobrze? Pośmiertny wizerunek Lecha Kaczyńskiego a problem wolności prasy”. Tekst zaś Adama Jachimczyka „Cenzura w wersji online” omawia wciąż żywy temat kontroli treści w internecie. Artykuł napisany przed wielką dyskusją wokół ACTA sygnalizuje, że problem wolności i kontroli w internecie nie ma prostych rozwiązań.

Tom „Nie po myśli władzy” wnosi kolejne cegiełki do historycznego, bibliologicznego i medioznawczego ujęcia zagadnień cenzury. Obszar badań trudno jednak uznać za wyeksplorowany, zwłaszcza że kolejne etapy rozwoju mediów stawiają wciąż nowe problemy na tym polu.

ajc

### NOWA KSIĄŻKA O KULTURZE POPULARNEJ

Arkadiusz Lewicki: OD HOUSE’A DO SHREKA. SERYJNOŚĆ W KULTURZE POPULARNEJ. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2011. S. 168

Kultura popularna w ponowoczesnym świecie stała się wszechobecna niemal we wszystkich aspektach i przestrzeniach otaczającej nas rzeczywistości. Tym bardziej cieszy fakt, że coraz częściej m.in.: medioznawcy, kulturoznawcy, filmoznawcy, socjologowie,

psychologowie, pedagodzy czy językoznawcy badają kulturę popularną i jej wpływ na kształtowanie postaw, sposobów myślenia i zachowania. Analizują także zmiany paradygmatów genderowych czy sposoby życia w społeczeństwach wysokorozwiniętych. Jednym z takich ciekawych przedsięwzięć jest niewątpliwie książka Arkadiusza Lewickiego pt. „Od House’a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej”, której autor, ze względu na złożoność i różnorodność problematyki, skoncentrował badania na audiowizualnych aspektach współczesnej kultury popularnej.

Publikacja składa się niejako z trzech części. Pierwszą badacz poświęcił rozważaniom teoretycznym dotyczącym telewizyjnej genologii oraz kinu i serialom telewizyjnym w epoce konwergencji mediów. Poddał analizie materię niezwykle skomplikowaną i dynamicznie się zmieniającą – m.in. pod wpływem nowych technologii oraz ewolucji kultury popularnej.

W związku z powyższym w pierwszym rozdziale „Programy telewizyjne. Rekonesans” Lewicki przypomniał czytelnikom i omówił różnego typu podziały w obrębie systemu gatunków telewizyjnych – m.in. ze względu na przestrzeń, czas, cel czy genezę powstania komunikatu. Nie zabrakło także klasyfikacji tematycznej. Takie ujęcie problematyki wydaje się niezwykle istotne, szczególnie ze studenckiej perspektywy (wyróżniam grupę odbiorców studentów, ponieważ z własnego dydaktycznego doświadczenia wiem, że książka ta cieszy się wśród nich popularnością). Daje czytelnikowi szansę na przypomnienie i usystematyzowanie wiedzy, która stanowi punkt wyjścia dalszych rozważań.

We fragmencie poświęconym „kinu i serialom telewizyjnym w epoce konwergencji mediów” Lewicki dobitnie ukazał przemiany zachodzące w obrębie kinowej i telewizyjnej produkcji. Uwypuklił także przenikanie do telewizji różnego rodzaju technik, dotychczas związanych z kinem – i odwrotnie. Swoje rozważania rozpoczął od przypomnienia rankingów 10 najlepszych filmów kinowych w latach 2007–2010.

Z przytoczonych statystyk wynika, że w Hollywood zaczęto stosować taktyki przejęte wprost od nadawców telewizyjnych. Twórcy koncentrowali się nie na pojedynczych filmach, lecz na konstruowaniu „medialnej marki”, czyli produkcji, która już z założenia pomyślana była jako seria czy wręcz, jak określił ją badacz, „kinowy serial kontynuowany”. Do tej oferty należą m.in.: „Piraci z Karaibów”, „Spiderman”, „Harry Potter”, „Shrek”, „Toy Story”, „Zmierzczy”, „Matrix”, „Władca Pierścieni” czy „Gwiezdne wojny”. Jednocześnie rozwój licznych stacji telewizyjnych oraz pojawianie się nowych kanałów wpłynęły na rozbudowywanie oferty telewizyjnej i dostosowanie jej do różnorodnych grup odbiorców. Badacz twierdzi, że dziś, w dobie wszechobecnej kultury popularnej, to „właśnie seriale telewizyjne, a nie filmy kinowe, poruszają drażliwe społecznie tematy, w nich prezentowane są treści, które nie funkcjonują w szerokim obiegu kultury za sprawą filmów kinowych” (s. 44). Jego zdaniem nawet „niszowe serialne mają kilkadziesiąt razy większą widownię niż przeznaczone dla bardziej wymagającego widza filmy pokazywane w kinie” (tamże). Przykładem: „Twin Peaks”, „Z Archiwum X”, „Zagubieni”, „24 godziny”, „Herosi” czy „Sześć stóp pod ziemią”.

Dруга część tej interesującej książki dotyczy seriali telewizyjnych i ich relacji ze współczesną kulturą popularną. Moim zdaniem jest to najcenniejszy fragment publikacji, dlatego poświęcę mu więcej uwagi. „Doktor House” to tytuł pierwszej z czterech produkcji, które zostały poddane wnikliwej analizie. W rozdziale „Doktor House jako serial medyczny” badacz omówił historię seriali medycznych na świecie, przybliżył klasyfikację gatunku oraz pokazał fenomen kulturowy serialu Davida Shore’a. Przyczyn jego popularności szukał w wysokim statusie społecznym, jakim cieszy się zawód lekarza nie tylko w społeczeństwie anglosaskim i amerykańskim. W dzisiejszym dyskursie publicznym niezwykle ważni i eksploatowani są eksperci, a lekarze, ze swoim poradnictwem dotyczącym wielu sfer ludzkiego życia, dobrze się wpisują w tę przestrzeń społeczną i kultu-

rową. Atrakcyjności serialom medycznym, w tym „Doktorowi House’owi”, przysparza ukazanie zarówno środowiska szpitalnego, dającego duże możliwości dramaturgiczne, jak i relacji interpersonalnych zachodzących na linii lekarz – pacjent.

„Magia kłamstwa” („Lie to me”) to kolejny serial, który autor poddał badaniom – przy okazji przybliżając czytelnikom zagadnienie kłamstwa, przywołując opinie najważniejszych teologów (św. Augustyna, św. Tomasza z Akwinu), filozofów (Nietzschego, Wittgensteina), mistrzów literatury (Wilde’a, Kafki, Ibsena) na temat roli prawdy i kłamstwa w życiu człowieka. Najciekawszym, popularnym, rozrywkowym produktem traktującym o tej tematyce, zdaniem Lewickiego, jest właśnie serial stworzony przez Samuela Bauma, a wyprodukowany przez telewizję FOX. Tu także widzimy ekspercki wymiar współczesnej kultury. Tym razem specjalista naukowiec tłumaczy widzowi subtelne detale związane z mimiką ludzkiej twarzy, z której wnikliwy obserwator jest w stanie odczytać przeróżne emocje. Dzięki znajomości psychiki ludzkiej i komunikacji niewerbalnej naukowiec potrafi precyzyjnie wskazać kłamiącą osobę.

„Magia kłamstwa” to jednak nie tylko serial o wykrywaniu kłamstw przez utalentowanych naukowców. Telewidzowi stawiane są także pytania o charakterze etycznym: jakie granice można przekroczyć, by odkryć kłamstwo, oraz jak oddzielić życie zawodowe od prywatnego i nie używać posiadanych umiejętności w relacjach niezwiązanych z pracą. Kolejnym interesującym wątkiem jest postawa „radykalnej szczerości”, którą prezentuje jeden z bohaterów – Eli Loker, i problemy z niej wynikające.

Następny rozdział swojej książki „Postmoderne podróże «Zagubionych»” poświęcił Lewicki serialowi pt. „Lost”, czyli „Zagubieni”. Tradycyjnie rozpoczął od krótkiej historii, tym razem traktowała ona o podróżowaniu. Autor pokazał czytelnikowi, jak w ciągu wieków skracał się czas potrzebny człowiekowi do pokonania danych odległości. Jego zdaniem „Zagubieni” to nie tylko opowieść o podróżowaniu, przygodach i perypetiach ludzi po katastrofie samolotu uwięzionych na

wyspie. To obraz współczesnego, wielokulturowego społeczeństwa, powstałego w wyniku procesów globalizacyjnych, społeczeństwa, którego członkowie uczą się żyć z sobą i obok siebie, wchodząc w różne interakcje, budując nową społeczność na nowym terenie. Wciąż są w ruchu, wciąż podróżują. Badacz przypomniał klasyka Zygmunta Baumana, według którego „metafory turysty i włóczęgi najlepiej charakteryzują członków współczesnych społeczeństw zachodnich”<sup>1</sup>. Ludzie konstytuujący te społeczeństwa i społeczności często są zagubieni w postmodernistycznym świecie, a serial „Zagubieni” jest trafną metaforą tego świata.

„Sześć stóp pod ziemią” to kolejny serial rozłożony przez Lewickiego na części pierwsze w rozdziale zatytułowanym „Atrakcyjne ciało sześć stóp pod ziemią”. Tym razem fabuła dotyczyła śmierci. W związku z tym autor rozpoczął od przypomnienia przemian, jakie zaszły w ciągu wieków w sposobach postrzegania śmierci, umierania, pogrzebu i traktowania martwego, ludzkiego ciała. Swoje rozważania podsumował stwierdzeniem Arièsa: „W XX wieku śmierć zastąpiła seks, stając się największym tematem tabu naszej kultury”<sup>2</sup>.

Allan Ball, twórca serialu, konstruując fabułę, nie unikał innych trudnych tematów. Zdaniem badacza w bezpośredniej formie zwrócił uwagę na te problemy, które oficjalna, masowa kultura chętnie pomijała. Poszczególne odcinki traktowały o miłości homoseksualnej, pornografii, relacjach intymnych osób starszych, seksuolizmie, zaburzeniach osobowości, chorobach psychicznych i aborcji, oraz splatały się z głównym wątkiem serialu, jakim było pokazanie różnych aspektów związanych ze śmiercią. Moim zdaniem na szczególną uwagę zasługuje fragment traktujący o obrzędach pogrzebowych, w kulturze polskiej niemal jednoznacznie związanych

z obrzędem religijnym. Lewicki zwraca uwagę czytelnika na różnorodność tych praktyk w społeczeństwie amerykańskim.

„Tytoń, alkohol, seks, które nie szkodzą, czyli rozkosz nieświadomości. Ameryka lat sześćdziesiątych w serialu «Mad Men»” to ostatni rozdział poświęcony popularnym serialom telewizyjnym. Tu autor przedstawił rolę i miejsce, jakie w amerykańskim społeczeństwie lat sześćdziesiątych XX wieku odgrywały alkohol, seks i papierosy. Twórca serialu, Matthew Weiner, zbudował fabułę wokół środowiska związanego z branżą reklamową, w którym używki były nieodłącznym atrybutem pracy i życia codziennego. Nie pojawiały się komentarze o szkodliwości tych substancji i ich negatywnym wpływie na zdrowie i kondycję psychiczną człowieka. Wydaje się, że świat przedstawiony w „Mad Men” składa się z samych rozkoszy, które nie są obarczone konsekwencjami. Dzięki Weinerowi, który odtworzył klimat lat sześćdziesiątych, widz może dostrzec, jak zmienił się otaczający go świat, kultura, społeczeństwo i normy w nim panujące.

Ostatnia część książki, szkoda, że nie tak wnikliwa i frapująca jak poprzednia, została poświęcona trzem filmom pełnometrażowym, a właściwie trzem seriom filmowym: „Przygody Agenta 007”, „King Kong” i „Shrek”. W podrozdziale „Przygody filmowego ciała. Cieleśność w serii filmów o Bondzie” autor przeanalizował, na podstawie 22 filmów o Agencie 007, wybrane aspekty zmieniającego się dyskursu dotyczącego cieleśności i ciała w kulturze popularnej. Jego zdaniem tytułowy bohater i jego relacje z kobietami, które możemy śledzić od 1962 roku<sup>3</sup>, w sposób wyraźny i klarowny uwypuklają przeobrażenia zachodzące w tej problematyce w ciągu niemal półwiecza w całym zachodnim społeczeństwie.

„King Kong i blondynki” to tytuł kolejnego rozdziału, w którym – opierając się na trzech odsłonach przygód wielkiej małpy, jej „spotkań” z pięknymi kobietami – badacz poszukuje przemian społecznych, jakie nastąpi-

<sup>1</sup> Więcej na ten temat zob.: Z. Bauman: *Nowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000; tenże: *Etyka nowoczesna*, Warszawa 1996.

<sup>2</sup> P. Ariès: *Rozważania o historii śmierci*, Warszawa 2007, s. 32–33.

<sup>3</sup> W tym roku ukazał się pierwszy z filmów o przygodach Jamesa Bonda pt. „Doktor No”.

ły tym razem w ciągu 70 lat. Jego zdaniem widać je w sposobie przedstawiania relacji damsko-męskich w każdym z kolejnych filmów, w których stosowano ten sam podstawowy schemat romansowy – „Piękna i Bestia”.

Ostatni rozdział książki, „Shrek i inni – role genderowe w współczesnych filmach animowanych”, Lewicki poświęcił bajce „Shrek”, a dokładniej rzecz ujmując, skoncentrował swoje badania na porównaniu różnych animacji, które ukazały się na rynku kinowym w latach 1994–2011<sup>4</sup>. Z przeprowadzonych analiz wynika, że tradycyjny podział ról społecznych związanych z płcią promowano w „Królu Lwie”. W tej społeczności, opartej na patriarchacie, trzech samców walczyło o dominację w stadzie. Lwice odpowiadały za pielęgnację potomstwa i troskę o ciepło „domowego ogniska”. Temu schematowi przeciwstawili się twórcy „Shreka”. Tytułowy bohater uczy się werbalizować swoje uczucia, stara się zaakceptować społeczną pozycję swojej wybranki, dorasta do roli ojca i bierze odpowiedzialność za założoną rodzinę, tworząc związek partnerski. Autor konkluduje: „dyskurs obecny w najpopularniejszych filmach animowanych ostatnich lat byłby więc dyskursem, w którym coraz wyraźniej odchodzi się od obowiązującej wcześniej ideologii patriarchalnej. Coraz wyraźniej (i na różnych poziomach) zaznaczana jest w nich zmiana, jak zaszła w społeczeństwach zachodnich, i coraz częściej ich głównym zadaniem staje się socjalizacja mężczyzn i przekształcenie tradycyjnych wzorców zachowań związanych z podziałami płci” (s. 158).

W moim przekonaniu Arkadiuszowi Lewickiemu udało się napisać ważną pracę o audiowizualnym aspekcie kultury popularnej. Autor zaznaczył we wstępie, że część z zamieszczonych w książce tekstów ukazała się już wcześniej, jako odrębna całość. Niestety w kilku fragmentach czytelnik spotyka

powtórzenia, które nie podnoszą wartości merytorycznej publikacji. Nie zmienia to jednak faktu, że jest to książka udana, stanowiąca wnikliwe studium przemian społecznych, którym autor przyglądał się, badając seriale i filmy kinowe cieszące się nie małą widownią.

*Olga Dąbrowska-Cendrowska*

### WAŻNA POZYCJA Z ZAKRESU EDUKACJI MEDIALNEJ

Małgorzata Lisowska-Magdziarz: PASAŻER Z TYLNEGO SIEDZENIA. MEDIA, REKLAMA I WYCHOWANIE W SPOŁECZEŃSTWIE KONSUMPCYJNYM. Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa 2010. S. 381.

Konsumowanie stało się dzisiaj naczelnym celem życia człowieka i podstawową formą jego aktywności, motorem zaś działań coraz częściej jest rywalizacja w sferze materialnej i ocenianie – zarówno innych, jak i siebie – przez pryzmat możliwości konsumpcyjnych, traktowanych jako główny wskaźnik wartości człowieka. Konsumpcja wkroczyła w te sfery życia, które do tej pory były wolne od jej wpływu, np. w bliskie związki między ludźmi. Tego właśnie zjawiska dotyczy książka Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz „Pasażer z tylnego siedzenia. Media, reklama i wychowanie w społeczeństwie konsumpcyjnym”, poświęcona analizie rozwoju i wychowania dzisiejszych dzieci – od urodzenia do 10. roku życia. Bohaterami książki są dzieci z klasy średniej, które pierwszą dekadę swojego życia spędzają na tylnym siedzeniu rodzicielskich samochodów, co w wyraźny sposób zmienia perspektywę widzenia świata, a także przebieg procesu ich socjalizacji. Ta obserwacja, poczyniona przez autorkę, wyjaśnia tajemniczo brzmiący tytuł książki.

<sup>4</sup> Osią rozdziału są dwie bajki: „Król Lew” i „Shrek”. Autor podaje przykłady z następujących filmów animowanych: „Gdzie jest Nemo”, „Epoka lodowcowa”, „101 dalmatyńczyków” oraz „Potwory i spółka”.

„Upakowanych w atestowane foteliki, wozi się ich do przedszkola i szkoły, na lekcje angielskiego, basen, tenis, karate, zajęcia artystyczne, do kina, teatru, muzeum, na zakupy, na wakacje, z wizytą do kuzyna i na urodziny koleżanki. Właściwie nie muszą sobie wymyślać zajęć – ich rozkład dnia jest wypełniony edukacją i planowaną przez dorosłych zabawą. Oglądają więc świat przez szybę samochodu. [...] Rodzice siadają za kierownicą i wożą dziecko tam, gdzie uważają za stosowne. Dostarczają je w miejsca bezpieczne, atrakcyjne, przyjemne, stymulujące umysłowo i emocjonalnie. W ten sposób przejmują pełną odpowiedzialność za całość jego doświadczeń i kontaktów społecznych. Robią to w znacznie większym stopniu niż ich własni rodzice, u schyłku PRL pozostawiający ich pod blokiem z kluczem na szyi i kanapką w rękę” (s. 58–59).

Książka składa się z czterech rozdziałów poprzedzonych obszernym, bo liczącym 54 strony, wstępem. Ta wstępna część, zatytułowana „Konsumpcja i pedagogika – wychowanie do sprzecznosci”, określa teoretyczne ramy zjawiska konsumpcjonizmu. Autorka wyjaśnia, czym charakteryzują się konsumpcjonizm i postkonsumpcjonizm, jakie funkcje pełni dziś konsumpcja i jakie relacje łączą ją z samorealizacją, a w zasadzie z człowieczeństwem.

„Wprowadzamy nasze dzieci w świat, w którym konsumpcja nie jest już tylko kryterium sukcesu i warunkiem szczęścia. Współczesna kultura konsumpcji wymaga, by przyjąć założenie, że konsumowanie jest warunkiem *sine qua non* samorealizacji jednostki; zatem nie można być w pełni człowiekiem, jeśli nie jest się konsumentem” (s. 16).

W części teoretycznej przedstawiony został również przebieg współczesnych procesów enkulturacyj i socjalizacji, które mają przystosować jednostkę do prawidłowego funkcjonowania w społeczeństwie konsumpcyjnym, co jest równoznaczne z uznaniem konsumpcji za podstawowy ludzki obowiązek.

„Aby karuzela konsumpcji się kręciła, potrzebni są jednak ludzie zainteresowani światem rzeczy materialnych. Członek spo-

łeczeństwa konsumującego musi uważać ich posiadanie za konieczność i za jeden z ważnych życiowych celów. Powinien być podatny na mody i presję konsumpcyjną; zainteresowany nie tylko własnym, lecz także cudzym stanem posiadania. Powinien się stale porównywać z innymi, niewolny od niepokoju o własny status” (s. 33).

Zasadnicza część książki zawiera opis dziesięciu lat życia Feliksa, dziecka rodziców polskiej klasy średniej, na początku XXI wieku. Opis ten został podzielony na cztery rozdziały, odpowiadające chronologicznie kolejnym okresom życia człowieka.

W rozdziale pierwszym, „Gdy byliśmy bardzo mali”, autorka wyjaśnia, w jaki sposób w pierwszych dwóch latach życia przygotowuje się człowieka do roli konsumenta. Podkreśla znaczenie przypisywane różnym akcesoriom niemowlęcym, odpowiedniemu urządzeniu dzieciennego pokoju, właściwym zabawkom itd., itd. Lektura tego rozdziału potwierdza tezę sformułowaną w podrozdziale „Dziecko-bombonierka, czyli o tym, co przewidział Thorstein Veblen”, że przez dziecko prezentowana jest pozycja społeczna rodziców, że dziecko służy niejako do demonstrowania statusu rodziny, dziś bowiem znaczenie dziecka dla dorosłych nie wynika jedynie z przyczyn emocjonalnych, ważniejsze jest, by dziecko było konsumentem, konsumentem spożywającym właściwe towary. „Status rodziców wyraża nie tylko sposób ubierania [dziecka], marka wózka czy krzesła samochodowego, rodzaj zabawek, książeczek itp., lecz także rozległość i bogactwo opcji życiowych, które rodzice mogą dla niego nabyć” (s. 69). Przedmioty, których używa niemowlę, są świadectwem statusu rodziców, ich stylu i stosunku do rodzicielstwa.

W rozdziale drugim, „Od niemowlaka do przedszkolaka”, została omówiona rola rodziny i masowych mediów w enkulturacyj konsumpcyjnej dziecka, zanim zacznie ono uczęszczać do przedszkola. W tym okresie życia szczególnie ważne jest ukształtowanie w dziecku przekonania, że dobrze jest posiadać jak najwięcej różnych rzeczy. Rzeczy te zaspokajają nie tylko potrzeby praktyczne, ale – co ważniejsze – różne potrzeby emo-

cyjnalne. „Rzeczy wskazują, kim jesteś, decydują o twoim miejscu w grupie społecznej, do której należysz” (s. 115). Autorka omawia działania marketingowców, których celem jest sterowanie decyzjami konsumpcyjnymi zarówno dzieci dysponujących własnymi pieniędzmi, jak i ich rodziców. Dzieci bowiem, zauważa Lisowska-Magdziarz, tworzą rynek wpływu wywierający nacisk na rodziców, żeby kupowali dany produkt. Wiele reklam produktów, przeznaczonych nie tylko dla dzieci, kierowanych jest właśnie w ich stronę. Marketingowcy już dawno zauważyli, że sprzedaż produktów szybko zbywalnych zwiększają reklamy, które podobają się dzieciom. „Ponieważ produkty tego typu [jogurty, pasta do zębów, margaryna, a nawet piwo] kupujemy bez zaangażowania, w znacznej mierze odruchowo, rzadko zastanawiając się nad różnicami między nimi, dlatego też stosunkowo łatwo poddajemy się naciskowi dziecka, skuszonego przez śmieszna, animowaną reklamę, chwytliwe hasło, atrakcyjne opakowanie albo dodany gadżet. Fachowcy mają nawet na to specjalny termin: nagging/pesting power” (s. 134).

Rozdział trzeci, „Zanim pójdziesz do szkoły”, został poświęcony omówieniu treningu konsumenckiego przeciętnego polskiego przedszkolaka. Trening ten prowadzony jest zarówno w przedszkolu, jak i we wszechobecnych mediach. Świetnym przykładem oddziaływań przedszkola, oddziaływań, których celem jest uczynienie z dzieci doskonałych konsumentów, jest opisana w książce wizyta smoka Danio w przedszkolu, do którego uczęszcza Feliks (s. 186–188). Maskotka smoka pełni funkcję perswazyjną, uczy dzieci kupowania impulsywnego i zachęca do konsumpcji nieopartej na racjonalnych przesłankach. Dzieci kupują serki Danio nie dlatego, że im smakują, a z powodu sympatii do rozpoznawanej maskotki. Za jej pomocą tworzona jest trwała, emocjonalna i ciepła relacja między produktem a jego użytkownikiem; relacja ta pomaga w zwiększeniu sprzedaży, przywiązuje bowiem dziecko do danej marki. Historia ta pokazuje, w jaki sposób instytucje edukacyjne uczestniczą w działaniach *stricte* marketingowych.

I wreszcie ostatni rozdział, „W szkole”, opowiadający o przebiegu późnego dzieciństwa, kiedy człowiek ma od siedmiu do jedenastu lat. Olbrzymią rolę odgrywa wtedy grupa rówieśnicza, koledzy i koleżanki oraz relacje z nimi. Sposób ubierania, sposób świętowania urodzin, posiadane gadżety, oglądane filmy, czytane książki – to wszystko decyduje o pozycji dziecka wśród rówieśników, a jednocześnie jest w pełni podporządkowane konsumpcji. Grupa rówieśnicza, której częścią jest Feliks, wymaga od niego intensywnej konsumpcji: musi mieć odpowiedni model telefonu komórkowego, organizować urodziny w modnej aktualnie sali zabaw, oglądać w kinie odpowiednie filmy, ubierać się w odzież znanych marek...

„Po dziesięciu latach zabiegów enkulturacyjnych i socjalizacyjnych rodziny, szkoły, mediów i grupy rówieśniczej Feliks jest umiętnym, wprawnym użytkownikiem kultury konsumpcyjnej; przyswoił jej podstawowe wartości, nauczył się używać narzędzi, wytrenował akceptowane zachowania, korzysta z przyjemności, jakie mu ona daje” (s. 365). Można więc powiedzieć, że cel został osiągnięty. Udało się ukształtować jednostkę potrzebną neoliberalnej gospodarce: konsumenta, dzięki którego aktywności świat nadal będzie się rozwijał. Konsumenti tacy to namiętni nabywcy dóbr i usług, ludzie podatni na działanie strategii marketingowych, ludzie, dla których konsumpcja jest celem egzystencji, i w związku z tym zajmuje centralne miejsce w ich życiu. Żyją oni zgodnie z zasadą: „robię zakupy, więc jestem” i dlatego ich aktywność służy neoliberalnej gospodarce. Ważne przy tym jest to, że ich konsumpcja tylko częściowo podyktowana jest prawdziwymi potrzebami. Częściej te potrzeby są sztucznie kreowane przez reklamę – na tyle skuteczną, że ludzie ulegają jej magii i wbrew rozsądkowi oraz własnym możliwościom finansowym kupują, gwarantując neoliberalnemu rynkowi obroty.

Wartość recenzowanej pracy podnosi umieszczona na końcu bogata bibliografia, na którą składa się zarówno literatura przedmiotu obejmująca pozycje na temat rozwoju

i wychowania dziecka, jak i filmografia oraz wykaz dziecięcych książek i czasopism.

Książkę Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz powinni przeczytać pedagodzy, nauczyciele oraz rodzice. Lektura pozwala wam zrozumieć, w jakich warunkach przebiega dziś proces wychowania i dlaczego wiele znanych z ubiegłych lat metod czy sposobów oddziaływania na dzieci jest po prostu nieskutecznych. Socjologowie z kolei znajdują tu informacje, które pomagają wyjaśnić narastające w krajach rozwiniętych problemy demograficzne. Młodzi ludzie nie chcą mieć liczego potomstwa, dominującym typem rodziny jest dziś w Polsce mała rodzina nuklearna, w której rodzice wychowują tylko jedno dziecko, w krajach zaś Europy Zachodniej coraz popularniejsze są rodziny bezdzietne z wyboru. Poza tym zjawiskiem powszechnym jest dziś późne rodzicielstwo polegające na tym, że rodzicami zostają ludzie dopiero w wieku 35–45 lat. Najczęściej ich dziecko jest oczywiście jedynakiem.

Z książki „Pasażer z tylnego siedzenia” wynika, że opisane wyżej zjawiska nie powinny dziwić. Realizacja „projektu dziecko” jest bardzo trudna i wymaga od rodziców olbrzymiego wysiłku. Najpierw muszą się długo uczyć, by zdobyć wykształcenie, które pozwoli im wykonywać zawód przynoszący wysokie dochody. Później dużo pracują, by zapewnić dziecku odpowiednie warunki życia: własny pokój, osobisty komputer, telefon komórkowy, prywatne przedszkole, wakacje nad ciepłym morzem, modne ubranie, prywatną opiekę medyczną, zajęcia sportowe i artystyczne. Zabiegi podejmowane przez rząd, takie jak wydłużenie urlopów macierzyńskich czy zwiększenie dostępności przedszkoli i żłobków, których celem jest walka z kryzysem demograficznym, raczej nie zachęcą młodych ludzi do posiadania liczego potomstwa.

W rodzącym się w Polsce społeczeństwie konsumpcyjnym wartościami cenionymi są wartości klasy średniej stanowiące dla większej części społeczeństwa ramy odniesienia i przedmiot aspiracji. Osiągnięcie tych wartości przy jednoczesnym wychowywaniu gromadki dzieci jest prawie niemożliwe.

*Justyna Dobrowolnic*

## Z ROCZNIKA HISTORII PRASY POLSKIEJ

*ROCZNIK HISTORII PRASY POLSKIEJ*  
2012, nr 1(29)

W niniejszym numerze *Zeszytów Prasoznawczych* otwierany cykliczny przegląd zawartości bieżących tomów *Rocznika Historii Prasy Polskiej*, jednego z czołowych i najbardziej prestiżowych pism naukowych poświęconych historii prasy, ze szczególnym uwzględnieniem okresów XIX i XX w. Na łamach czasopisma publikowane są również artykuły o szeroko rozumianej tematyce prasoznawczej. Periodyk jest organem Komisji Prasoznawczej krakowskiego oddziału PAN. Ukazują się dwa zeszyty w roku. Strukturę *Rocznika* tworzą działy: „Artykuły i rozprawy”, „Materiały i miscellanea”, „Przeglądy i recenzje”, „Kronika” oraz „Pro memoria”.

W zeszycie nr 1 (29) z 2012 r., w dziale „Artykuły i rozprawy” wydrukowano 7 tekstów, pogrupowanych wg „chronologii tematycznej” od XVII do XX w. Pierwszy artykuł, autorstwa Marcina Gadochy („Sytuacja polityczna w Polsce i Europie na łamach gazety seryjnej *Dyárusz Seimu Electionis* z 1697 r.”), jest swojego rodzaju przyczynkiem do badań nad historią prasy polskiej z okresu bezkrólestwa po śmierci Jana III Sobieskiego. W tym czasie w Warszawie ukazywał się *Dyárusz Seimu Electionis*, o którym wspominał Konrad Zawadzki, nazywając go „gazetą sejmową”. Gadocha posługuje się tą samą terminologią w odniesieniu do omawianego *Dyárusza*, który moim zdaniem należy zaliczyć do druków ulotnych – efemeryd. Myślę, że stosowanie terminu „gazeta” jest w tym wypadku nieporozumieniem, co powyżej historycznie usprawiedliwionym „typologicznym skrótem”. I pewnie to ostatnie miał na myśli autor. Jak sam zaznacza, znanych jest tylko 7 numerów (od 15 maja do 2 lipca 1697 r.), które ukazywały się z odstępem tygodniowym. Mamy więc do czynienia



z tygodnikiem „efemerydą”. Jeśli pominąć tę sprawę, artykuł M. Gadochy jest bardzo interesujący w swojej warstwie historyczno-dokumentacyjnej, co nie dziwi, zwłaszcza że autor jest historykiem z wykształcenia. Z tego też powodu wyraźnie podkreśla wartość historyczną *Dyariusza*, którego treść może być konfrontowana z wiadomościami pochodzącymi z innych diariuszy, pism i pamiętników z tego okresu. Gadocha nie ogranicza się tylko do analizy relacji z przebiegu obrad sejmiku elekcyjnego. Zwraca również uwagę na inne wiadomości, w tym ogłoszenia i ciekawostki krajowe i zagraniczne, które pojawiały się w *Dyariuszu*. Słusznie zauważa, że stosowany w piśmie podział treści nie odbiegał od schematu stosowanego w ówczesnych gazetach. W późniejszym czasie wykorzystano go również w *Kurierze Polskim* (1729).

Pomijając wysoką merytoryczną wartość artykułu, pozwolę sobie na drobną uszczypliwość, ryzykując tym samym popadnięcie w niełaskę redakcji *Rocznika*, na łamach którego zdarza mi się gościć. Złośliwość dotyczy chochlika, który prawdopodobnie, jak to chochlik, na złość korektorom wdarł się niepostrzeżenie do tekstu. Pojawia się dwukrotnie w stwierdzeniu, że lata 1661–1729 (czas od wydania *Merkurjusza* do ukazania się *Nowin Polskich*) były jeszcze niedawno uznawane przez historiografię za „białą palmę”... Cóż, palma to więc czy plama?

Następny artykuł, pióra Bożeny Popiołek, nawiązuje do czasów saskich, gdy w procesie przekazu informacji, obok gazet drukowanych, pism ulotnych oraz korespondencji, ważną rolę odgrywały tzw. gazety rękopiśmienne – nowiny rękopiśmienne. Zaspokajały one głód zarówno poważnych wiadomości politycznych i kulturalnych, jak i mniej poważnych: plotek towarzyskich, nowinek czy ciekawostek. Zdaniem autorki „wzrost popularności awizów powodował, że odgrywały one ważną rolę w procesie kształtowania społecznej opinii, mentalności i światopoglądu przez dobór treści i sposób ich prezentacji. Wywarły też niemały wpływ na ukształtowanie się pewnych postaw i wzorców zachowań

oraz uprzedzeń i stereotypów społecznych”<sup>5</sup>. Analiza krakowskich nowin z 1729 r. ujawniła również ich specyficzny układ treści, podział na „nowiny cudzoziemskie” i wieści z kraju. Popiołek doszła także do wniosku, że nowiny koncentrowały się przede wszystkim na wybranych wydarzeniach, zazwyczaj mało ważnych. Te istotne były w ówczesnym społecznym odbiorze mniej interesujące. Od siebie dodam tylko, że nasuwa się w tym miejscu pewne porównanie z późniejszym okresem prasy bulwarowej oraz współczesną „tabloidyzacją” mediów.

Trzeci artykuł przenosi nas do czasów mniej odległych, przełomu XIX i XX w., do okresu modernizmu. Jego autor, Adrian Kołtoniak, przedstawił analizę problematyki łamów *Tygodnika Ilustrowanego*. Na jej podstawie ukazał przemiany, jakie nastąpiły w latach 1898–1907 pod wpływem modernizmu, zwłaszcza w warstwie publicystycznej, w najważniejszym czasopiśmie kulturalnym ówczesnej Warszawy. Swoją koncepcję badawczą zbudował, opierając się na hipotezie o trzech etapach rozwoju problematyki modernistycznej w *Tygodniku*: (1) koncentrowania się *Tygodnika Ilustrowanego* na zagadnieniach przełomu pozytywistyczno-modernistycznego; (2) budowania świadomości modernistycznej wśród czytelników *Tygodnika Ilustrowanego*; (3) przewartościowania koncepcji sztuki i artysty.

W konkluzji autor stwierdza, że pismo przechodziło stopniową ewolucję w kierunku koncepcji młodopolskich. Modernizm powoli wypierał starsze, pozytywistyczne myślenie o sztuce. Jednocześnie w *Tygodniku* propagowano także specyficzną wersję estetyki modernistycznej, która wypływała z konserwatywnego oraz popularnonaukowego, komercyjnego charakteru pisma. Zdaniem A. Kołtoniaka *Tygodnik Ilustrowany* był pismem umiarkowanym, nastawionym na nowoczesność, realizującym jednak inną

<sup>5</sup> B. Popiołek: Z kraju i ze świata. Krakowskie nowiny rękopiśmienne z 1729 r. jako źródło do historii mentalności społeczeństwa czasów saskich, *Rocznik Historii Prasy Polskiej* 2012, z. 1(29), s. 24.

koncepcję prasy niż czasopisma kulturalne Krakowa. „Redakcja pisma propagowała idee młodopolskie osadzone w kontekście kultury polskiej, zwłaszcza w tradycji romantycznej, odchodząc jednocześnie od estetyzmu i koncepcji sztuki elitarnej ku modernizmowi zaangażowanemu społecznie i narodowo”<sup>6</sup>.

Władysław Marek Kolasa omówił dorobek naukowy badań nad historią prasy polskiej ukazującej się za granicą w latach 1918–1939. Przedstawił także wyniki analiz bibliometrycznych piśmiennictwa wydawanego w latach 1945–2009.

Z przeprowadzonych badań wynika, że najczęściej prac dotyczyło prasy polskiej w Niemczech (40% publikacji i 57% cytowań). Mniejszą popularnością wśród badaczy cieszyła się prasa w Wolnym Mieście Gdańsku (11% publikacji i 10% cytowań) oraz w USA (11% publikacji i 7% cytowań)<sup>7</sup>. Wyniki są interesujące, jeśli brać pod uwagę, że spośród 1148 tytułów czasopism i gazet, które ukazywały się w okresie międzywojennym poza granicami kraju, aż ok. 480 wychodziło w USA. W Niemczech drukowano niespełna 115 tytułów, a w Wolnym Mieście Gdańsku 57. Na tym tle wyjątkowo słabo wypadają badania nad polską prasą we Francji, gdzie w tym czasie wydano 166 tytułów<sup>8</sup>.

Okresu dwudziestolecia międzywojennego dotyczy również artykuł Jacka Gzelli, który przedstawił koncepcje stosunków polsko-węgierskich propagowane w latach 1922–1939 na łamach *Słowa* – organu wileńskich konserwatystów. Pismo pod redakcją Stanisława Mackiewicza (Cata) poświęcało wiele miejsca zagadnieniom polskiej polityki zagranicznej. Szczególne miejsce w tym obszarze zainteresowań pisma zajmowała idea wewnętrznie silnego państwa, powiązana z koncepcją systemu sojuszy, wśród których sojusz polsko-węgierski zajmował, m.in. ze

względów historycznych, miejsce szczególne. Artykuł J. Gzelli jest interesującą i gruntowną analizą wypowiedzi publicystycznych na ten temat, zamieszczanych w wileńskim *Słowie*. Ukazuje również zmiany, jakim ulegała sama koncepcja zakresu oraz form współpracy polsko-węgierskiej w zależności od czynników politycznych, głównie sytuacji międzynarodowej i położenia Polski.

Tekst pióra Piotra Lechowskiego dotyczy czasów powojennych, a ściślej – rozwoju periodyków wydawanych przez krakowskie muzea po zakończeniu II wojny światowej. Artykuł jest typową charakterystyką czasopism, w tym wypadku pism naukowych, dokonaną pod kątem struktury, cech formalno-wydawniczych, zawartości treści, funkcji, rangi naukowej i społecznego zasięgu. Przedmiotem badań objęto 14 tytułów (183 numery) ukazujących się w Krakowie od II połowy XX w. do roku 2010. Obecnie wydawanych jest (w wersji drukowanej) 12 tytułów przez 8 krakowskich muzeów: Muzeum Narodowe w Krakowie (3 tytuły), Muzeum Archeologiczne w Krakowie (2 tytuły) Zamek Królewski na Wawelu – Państwowe Zbiory Sztuki (2 tytuły) oraz Muzeum Etnograficzne w Krakowie, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa, Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie, Muzeum Przyrodnicze PAN w Krakowie oraz Muzeum UJ (po jednym tytule)<sup>9</sup>.

Dział „Artykuły i rozprawy” zamyka publikacja Ryszarda Żabińskiego na temat rozwoju rynku czasopism w Polsce w XXI w. W tekście zaprezentowano tendencje, jakie towarzyszyły funkcjonowaniu czasopism w latach 2001–2011. Autor wymienia m.in. spadek czytelnictwa tytułów, zwłaszcza periodyków opiniotwórczych, oraz zmiany popytu reklamodawców, przede wszystkim w zakresie ograniczeń wydatków na reklamę w prasie tradycyjnej spowodowanych wzrostem popularności i atrakcyjności reklamy w mediach elektronicznych. Mimo trudnej sytuacji makroekonomicznej w omawianym okresie nastąpiło zwiększenie liczby tytułów

<sup>6</sup> A. Kołtoniak: Problem modernizmu na łamach *Tygodnika Ilustrowanego* w latach 1898–1907, s. 59–60.

<sup>7</sup> W.M. Kolasa: Kierunki badań nad historią prasy polskiej 1918–1939, cz. 2. Prasa polska za granicą, s. 62.

<sup>8</sup> Tamże.

<sup>9</sup> P. Lechowski: Czasopisma naukowe muzeów krakowskich (po 1945 r.) – rozwój i stan obecny, s. 110.

z 5771 w 2001 r. do 7160 w 2009 r. Były to głównie czasopisma o mniejszej częstotliwości i o ograniczonym zasięgu. Zwiększył się również przeciętny nakład z 74 043 do 89 095 egz. W warunkach niekorzystnej koniunktury gospodarczej wydawcy byli zmuszeni do stosowania strategii wojen cenowych, nastąpił też rozwój portali internetowych na bazie czasopism. W rezultacie doszło do wyraźnego wzrostu znaczenia mediów elektronicznych<sup>10</sup>.

W dziale „Materiały i miscellanea” zamieszczono 4 teksty. Dwa z nich poświęcone zostały Sylwestrowi Dzikiemu z okazji 80-lecia urodzin wybitnego uczonego. Pierwszy to szkic biograficzny zasłużonego badacza, dokumentalisty, autora kilkuset publikacji naukowych z dziedziny prasoznawstwa i historii prasy polskiej. Na imponujący dorobek naukowy S. Dzikiego składają się książki, naukowe rozprawy, raporty, przeglądy, bibliografie, kroniki, recenzje, noty oraz liczne publikacje dziennikarskie. Charakterystyki bogatego dorobku Jubilata oraz prezentacji postaci dokonał W.M. Kolasa. Drugi tekst to autobiografia S. Dzikiego, zatytułowana „Moja droga do prasoznawstwa”.

Pozostałe dwie publikacje w dziale „różności” należą do Bolesława Faron a i Józefa Szockiego. Faron scharakteryzował *Almanach Muszyny*, wydawany od 1991 r. regionalny rocznik pogranicza polsko-słowackiego. Związła i konkretna analiza zawiera informacje na temat okoliczności powstania pisma, redakcji i rady programowej, stałych współpracowników, programu i etapów rozwoju, źródeł finansowania, kolportażu oraz inicjatyw społecznych *Almanachu*. Zdaniem autora: „W małym, urokliwym miasteczku nad Popradem wyrósł w ciągu 20 lat periodyk, który wyraźnie określił swoje miejsce na mapie czasopiśmiennictwa regionalnego, który — mimo skromnego podtytułu: «czyli co każdy wczasowicz, kuracjusz, gość i przyjaciel Muszyny wiedzieć powinien», przez swoją zawartość trafić powinien nie tylko do sugerowanego tutaj odbiorcy. Muszą bowiem do niego sięgać również wszyscy ci, którzy

interesują się naukowo Sądecką, różnymi aspektami doliny Popradu...”<sup>11</sup>.

Ostatni artykuł w części „Materiały i Miscellanea” został napisany przez Józefa Szockiego. Autor poświęcił go naukowemu czasopismu historycznemu *Zeszyty Obornik Śląskich*, wychodzącemu od 2004 r. W publikacji poruszył sprawy dotyczące okoliczności powstania *Zeszytów*, ich wydawcy, redakcji i współpracowników, omówił także takie zagadnienia, jak: *Zeszyty Obornik Śląskich* jako przykład prasy lokalnej, miejsce *Zeszytów* wśród naukowych czasopism historycznych, zawartość treściowa periodyku, jego odbiorcy, funkcje oraz szata graficzna pisma.

W dziale „Przeglądy i recenzje” wydrukowano 3 recenzje: książki Kamilli Łozowskiej-Marcinkowskiej „Problematyka czasopism kobiecych Drugiej Rzeczypospolitej” (Poznań 2010) – pióra Adama Bańdo, książki Mariusza Żuławnika „Polska prasa polityczno-informacyjna na Mazowszu Północnym w latach 1918–1939” (Warszawa 2011) – pióra Władysława Marka Kolasy, oraz opracowania „Media – The Fourth Esteta?” T. 3, pod red. Jacka Sobczaka i Witolda Machury (Opole 2011) – pióra Urszuli Lisowskiej-Kożuch.

*Rocznik* zamyka „Kronika”, w której zamieszczono 3 sprawozdania: Adama Ruty z Sesji Naukowej „Prasa sądecka od zarania do dziś (1891–2011). W 120. rocznicę wydania w Nowym Sączu pierwszego czasopisma” (Nowy Sącz, 15–17 VI 2011) oraz dwie relacje Adama Bańdo: „350 lat polskiej prasy” (Warszawa 16–17 VI 2011), i XI Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Kraków–Lwów. Książki, czasopisma, biblioteki XIX i XX wieku” (Kraków, 15–16 XI 2011).

Adam Bańdo

<sup>10</sup> R. Zabiński: Tendencje na rynku czasopism w Polsce w XXI w., s. 133–134.

<sup>11</sup> B. Faron: *Almanach Muszyny* – regionalne pismo pogranicza, s. 186.

## „Polski system medialny. Migracje do cyberprzestrzeni” Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, 21–22 maja 2013 roku

W dniach 21–22 maja 2013 roku na Uniwersytecie Jana Kochanowskiego w Kielcach, pod patronatem honorowym JM Rektora UJK prof. dra hab. Jacka Semaniaka i Prezesa Telewizji Polskiej dra Juliusza Brauna, odbyła się konferencja naukowa na temat kierunków transformacji polskiego systemu medialnego. Organizatorem konferencji był Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa kieleckiego uniwersytetu.

Po oficjalnym otwarciu konferencji przez JM Rektora oraz prof. Tomasza Mielczarka rozpoczęła się sesja plenarna, na której referaty wygłosili: Włodzimierz Gogołek z UW („Informacyjny potencjał rafinacji zasobów sieciowych”), Kazimierz Wolny-Zmorzyński z UJ („Nowe formy reportażu w internecie”), Ignacy S. Fiut z AGH („Migracja prasy bezpłatnej w cyberprzestrzeni”), Zbigniew Anculewicz z UW-M („Nowe technologie w służbie nowej lewicy. *Dziennik Opinii* w cyberprzestrzeni środowiska *Krytyki Politycznej*”) oraz Wojciech Lis z UMCS („Bezpieczeństwo w cyberprzestrzeni na gruncie normatywnym”). W krótkiej dyskusji po wystąpieniach szczególnie podkreślano dynamiczny rozwój internetowej sfery informacji, który wspiera, ale zarazem ogranicza, polski system medialny. Zwrócono też uwagę na nowe uwarunkowania ekonomiczne, mające zdecydowany wpływ na to, co nazywa się obecnie polską mediamorfozą.

W części popołudniowej obrady odbywały się w dwóch sekcjach problemowych: „Dziennikarstwo w cyberprzestrzeni” oraz „Media w cyberprzestrzeni”. Obradom pierwszej sekcji przewodniczył prof. Ignacy

Fiut, referaty zaś wygłosili następujący medioznawcy: Wojciech Jabłoński z Instytutu Dziennikarstwa UW („Polityczne dziennikarstwo wirtualne. Ucieczka w cyberprzestrzeń jako odejście od standardów uprawiania zawodu”), Izabela Bogdanowicz z tejże instytucji („Dziennikarstwo w portalu – nowe medium, nowa etyka komunikowania się?”), Adam Jachimczyk z IBiD UJK („Dziennikarstwo oparte na bazie danych. Casus polskiej prasy *online*”), Renata Piasecka z IBiD UJK („Biuletyn prasowy w cyberprzestrzeni. Analiza zjawiska na przykładzie ewolucji agencji informacyjnych w Polsce po 1989 roku”), Tomasz Chrząstek z tegoż uniwersytetu („Twitter jako kanał komunikacji politycznej na przykładzie wykorzystania serwisu przez polskich parlamentarzystów”), Mateusz Zapała (doktorant UJK – „Zjawisko *churnalismu* w największych polskich internetowych portalach ogólnoinformacyjnych”) oraz Judyta Perczak (także z IBiD UJK – „www.hokuspokus.pl. Polskie portale ezoteryczne: próba klasyfikacji i charakterystyki”).

W dyskusji po referatach wskazywano, że następuje szybkie obniżanie się standardów dziennikarstwa i zanik niektórych gatunków dziennikarskich, upadek moralności dziennikarskiej i medialnej, a wśród tzw. dziennikarzy społecznych szerzy się narcyzm. Podkreślano, że choć to nowe dziennikarstwo często opiera się na inspiracjach zaczerpniętych z internetowych baz danych, to w tej nowej sytuacji dobrze odnalazły się rodzime agencje prasowe: PAP (w postaci serwisu CIS), KAJ czy AKFA Press). Treściom komunikowanym, np. w ramach komu-

nikacji politycznej, daleko jednakże do rzetelnej informacji i często sprowadzają się one do „chwierkania o własnych emocjach”.

Obrady drugiej sekcji moderowali: prof. Włodzimierz Gogołek i prof. Zbigniew Anculewicz. Wygłosili w niej referaty: Ryszard Żabiński z UW (,,Zarządzanie konwergentnym dobrem medialnym, Anna Jupowicz-Ginalska z WDiNP UW (,,E-marketing medialny? Internet jako hiperprzestrzeń dla marketingu środków przekazu – na przykładzie wybranych środków przekazu Grupy Bauer Media Polska”), Jolanta Dzierżyńska z IBiD UJK (,,Oplacalność migracji do sieci wydawców prasowych”), Magdalena Piłat-Borcuch i Artur Borcuch z IZ UJK (,,Finansjalizacja mediów elektronicznych”), Agnieszka Garcarek-Sikorska z UŁ (,,RMF FM, www.rmf.fm, RMFon.pl, www.rmf – migracja treści tej samej grupy medialnej”), Małgorzata Cieślak-Florczyk z UKW (,,Telewizja internetowa jako nowa forma oddziaływania politycznego”), Ilona Dąbrowska z Zakładu Dziennikarstwa UMCS (,,Podaj dalej. Konwergencja w serwisach społecznościowych”), Alina Jaworska z UMK (,,PDF, EPUB, MOBI. Digitalizacja prasy w Polsce”) oraz Olga Dąbrowska-Cendrowska z IBiD UJK (,,Nowe kanały dystrybucji treści wybranych magazynów wysokonakładowych i programów śniadaniowych”).

W dyskusjach w tej sekcji dominowały spory o rolę informacji publikowanej w środowisku internetowym i jej wpływie na treści mediów. Zauważono, że pomimo eksplozji tytułów medialnych następuje homogenizacja informacji w „świecie mediów” – zarówno w internecie, jak i poza nim, co kojarzone z migracją po platformach medialnych nie tylko publiczności, ale i dziennikarzy budujących ich zawartości. Mówiono również o tym, że za tymi negatywnymi procesami stoją niewątpliwie uwarunkowania ekonomiczne, ale i „chodzenie na łatwiznę” przez

dziennikarzy oraz specjalistów od *public relations* i marketingu.

Tytuł sesji drugiego dnia konferencji brzmiał: „Media regionalne i lokalne w cyberprzestrzeni”, a obradom tej sekcji problemowej przewodniczyli: prof. UJK Jolanta Chwastyk-Kowalczyk oraz prof. Marian Gierula. Referaty przedstawili: Justyna Lehun z UO (,,«Usieciowienie» prasy lokalnej. Przymus cyberkulturowy czy możliwość poszerzenia oferty wydawniczej?”), Jolanta Kępa-Mętrak z IBiD UJK (,,Media lokalne o zasięgu globalnym?”), Krzysztof Kowalik z ID UW (,,Świętokrzyskie media samorządowe – cyberprzestrzeń nowym wyzwaniem”), Krzysztof Wasilewski z Wojewódzkiej i Miejskiej Biblioteki Publicznej w Gorzowie Wielkopolskim (,,Wpływ nowych mediów na lokalny rynek prasy, radia i telewizji. Przykład subregionu gorzowskiego”), Katarzyna Bernat z SzEiP w Kielcach (,,Prasa, radio, telewizja w Internecie na przykładzie mediów regionalnych w Kielcach”) oraz Grzegorz Gielniewski i Magdalena Wojtoń UMCS (,,Kres mediów tradycyjnych? – czytelnictwo nowych mediów a czytelnictwo prasy na przykładzie województw świętokrzyskiego oraz lubelskiego”).

Obrady tej sekcji problemowej zakończył panel z udziałem redaktorów naczelnych mediów kieleckich, który moderowali: prof. Marian Gierula oraz dr Jolanta Kępa-Mętrak. Przedmiotem dyskusji były zarówno tezy podniesione przez referentów, jak i struktura obiegu informacji w przestrzeni regionalno-lokalnej, szczególnie w województwie świętokrzyskim.

Konferencję podsumował prof. Tomasz Mielczarek, zapowiadając druk najciekawszych wystąpień w kolejnych numerach periodyku medioznawczego, wydawanego przez IBiD Uniwersytetu Jana Kochanowskiego.

Igor Mostowicz

## Autorzy

Justyna Dobrołowicz – dr, Wydział Pedagogiczny i Artystyczny, Instytut Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, ul. Krakowska 11, 25-029 Kielce; justdo@pu.kielce.pl

Andrzej Kaliszewski – dr hab., Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, ul. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków; kaliszew@if.uj.edu.pl

Walery Pisarek – profesor zwyczajny; prof. dr hab., Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, ul. Kanonicza 9, 31-002 Kraków; uwpisare@cyf-kr.edu.pl

Michał Wilczewski – dr, Wydział Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Warszawskiego, Instytut Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej, ul. Szturmowa 4, 02-678 Warszawa; mwilczewski@interia.pl

Anna Wileczek – dr, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Wydział Pedagogiczny i Artystyczny, Instytut Edukacji Szkolnej, ul. Krakowska 11, 25-029 Kielce; wileann@gmail.com

Mateusz Zapala – doktorant, Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, ul. Leśna 16, 25-509 Kielce; mat.zapala@gmail.com



**REDAKTOR PROWADZĄCY**

*Mirosław Ruszkiewicz*

**ADIUSTACJA**

*Krystyna Kajtoch*

**KOREKTA**

*Barbara Górską*

**SKŁAD I ŁAMANIE**

*Wojciech Wojewoda*

**Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego**

**Redakcja: ul. Michałowskiego 9/2, 31-126 Kraków**

**tel. 12-631-18-81, 12-631-18-82, fax 12-631-18-83**