

Tomasz Лия Петровна Евсеева
MIELCZAREK **Медия Польши на рубеже XXI века**
Факультет журналистики Московского
государственного университета,
Москва 2011, ss. 240

Lia Petrovna Yevseyeva
Polish Media in the Early 21st Century

Blisko dekadę temu prezentowałem na łamach „Rocznika” pracę Liji Pietrowny Jewsiejewej dotyczącą dziejów prasy polskiej z lat 1976–2000¹. Dziś dotarła do nas kolejna jej książka zatytułowana w wolnym tłumaczeniu *Polskie media w początkach XXI wieku*. Książka ta, w porównaniu z wcześniejszą publikacją, charakteryzuje się nie tylko większą objętością, ale też staranniejszą szatą graficzną, bogatszym barwnym materiałem ilustracyjnym i ciekawymi aneksami, a nade wszystko zmienionym sposobem opisu polskich mediów i odmiennym rozłożeniem wątków narracji.

Autorka podzieliła materiał na trzy rozdziały zatytułowane: *Początek transformacji mediów w Polsce; Ewolucja polskiego modelu mediów; Konkurencyjna walka mediów na początku XXI wieku. Telewizja dominuje na rynku mediów*. Wewnętrzna struktura poszczególnych rozdziałów jest szeroko rozbudowana, dlatego też, ze względu na ograniczone ramy tej recenzji, jej opis wypada sprowadzić do stwierdzenia, że Autorka koncentruje uwagę na takich szczegółowych kwestiach, jak: polityczne i prawne uwarunkowania funkcjonowania polskich mediów, najważniejsze podmioty systemu medialnego, ekspansja zagranicznego kapitału na polskim rynku mediów, tabloidyzacja, dynamiczny rozwój mediów audiowizualnych i cyfrowych. Trudno przy tym nie dostrzec, że zapewne z racji naukowych doświadczeń, L. Jewsiejewa koncentruje swą uwagę na klasycznych mediach drukowanych. Prze-

¹ T. Mielczarek, *I. Jewsiejewa, Polskie środki masowej informacji w latach 1976–2000*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, t. VI (2003) z. 1(11), s. 257–258.

znacza dla nich 141 stron tekstu, a dla radia, telewizji i Internetu — zaledwie 32 strony.

Praca została napisana przez osobę niezwykle życzliwą Polakom. Autorka unika zbyt prostych uogólnień, daleka jest od banalnej krytyki zachodzących zjawisk, nie znajdziemy w jej pracy mentorstwa czy pouczeń. Wypada jednak pamiętać, że książkę przygotowała Rosjanka, dlatego też na wiele spraw patrzy z zupełnie innej niż polska perspektywy. Jeden tylko przykład, ale jakże znamienity. W pierwszym zdaniu *Wstępu* L. Jewsiejewa stwierdza: „Pod wpływem zachodzących w latach 1988–1989 zmian w Związku Radzieckim zaczęły się polityczne i ekonomiczne przekształcenia w państwach Centralnej i Wschodniej Europy.” Dla czytelników, przekonanych o wyjątkowości wydarzeń polskiego roku 1989, zachodzących jeśli nie na przekór, to co najmniej niezależnie od tego co działo się w upadającym imperium, zdanie to wydaje się niezbyt zręcznie sformułowane. Jest to bodaj jedyne w całej książce stwierdzenie, które może potencjalnie zirytować polskich czytelników. Inne sądy wartościujące występują w książce niezwykle rzadko i zazwyczaj są powtórzeniem opinii polskich polityków lub badaczy środków komunikowania masowego.

Choć przeglądając ubogą bibliografię trudno w to uwierzyć, Autorka zna polskie realia wyjątkowo dobrze i wnikliwie słucha polskich medioznawców (zwłaszcza z OBP UJ) oraz czyta ich prace. Nie poprzestaje tylko na tym, ale też przegląda polską prasę (zwłaszcza „Gazetę Wyborczą”), a dzięki Internetowi studiuje zawartość portalu miesięcznika „Press” oraz niektórych firm badających opinię publiczną i stan polskiego rynku środków komunikowania masowego.

Jak już stwierdzono recenzowana książka składa się z trzech rozdziałów. Choć dwa pierwsze z nich zatytułowano nieco inaczej, to w gruncie rzeczy przedstawiają one najnowszą historię polskiej prasy. Autorka zaczyna swą opowieść od przypomnienia ustaleń „okrągłego stołu” dotyczących mediów, prezentuje polskie prawo medialne i zwraca uwagę na funkcjonowanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Prezentacja klasycznej drukowanej prasy opiera się przede wszystkim na podziale pism ze względu na periodyczność (gazety, tygodniki, miesięczniki), choć Autorka wprowadza też inne grupy typologiczne: prasę bezpłatną, prasę przeznaczoną dla kobiet, prasę katolicką, prasę regionalną i lokalną, a nawet pisze na s. 107–110 o specjalistycznych periodykach dotyczących funkcjonowania polskich mediów.

W grupie dzienników najwięcej miejsca przeznaczono dla „Gazety Wyborczej”. Takie rozłożenie akcentów wynika zapewne z faktu, iż Autorka uznała ten dziennik za swoisty fenomen, który ma cechy prasy prestiżowej, a mimo to zyskuje masową publiczność (s. 139). Oprócz danych dotyczących historii pisma, zespołu redakcyjnego, czy też miejsca na rynku, rosyjski czytelnik otrzymuje w skondensowanej formie przegląd zawartości dziennika. Choć polskim odbiorcom narracja ta

może wydać się nieco uproszczona, warto chociażby wiedzieć, że Rosjanie zwracają uwagę na takich aktorów polskiego życia publicznego, jak: Adam Michnik, Lech Wałęsa, bracia Kaczyńscy, ale i Lew Rywin. Autorka w treściach „Gazety Wyborczej” zauważa ponadto relacje polsko-rosyjskie, wątki dekomunizacji i lustracji.

Dla L. Jewsiejewej najbardziej charakterystyczną cechą polskiego systemu prasowego są tygodniki społeczno-polityczne. Uznaje tę grupę „z całej polskiej prasy periodycznej za najbardziej polską” (s. 130). Równie ciekawy wydaje jej się fenomen polskiej prasy katolickiej. Pisze o nim wiele i reprodukuje pierwsze stronicie „Tygodnika Powszechnego”, „Gościa Niedzielnego” i „W drodze”. Równie zaskakujące jest dla niej to, że w Polsce tak wiele się pisze i dyskutuje o stanie mediów. Tę część pracy kończą informacje dotyczące polskiego rynku reklamowego.

Choć ostatnia część pracy — jak wskazuje jej tytuł — dotyczy nade wszystko mediów elektronicznych, to jednak rozpoczynają ją treści stanowiące podsumowanie poprzednich rozdziałów. Rosyjska badaczka dochodzi do wniosku, że w latach 90. XX wieku polskie media z jednej strony dążyły do stanu pluralizmu, z drugiej zaś starały się uzyskać oryginalny narodowy charakter (s. 135). W kolejnej dekadzie dziennikarstwo okazało się jednak siłą destruktywną, bo — jak uważa L. Jewsiejewa — nastąpiła zbyt daleko idąca jego polityzacja.

Do innych niepokojących zjawisk Autorka zalicza też tabloidyzację mediów. W jej opinii związane jest to z ekspansją zachodnioeuropejskiego kapitału, a zwłaszcza pojawieniem się dziennika „Fakt”. Można odnieść nawet wrażenie, że trywializacja zawartości mediów związana jest właśnie z wprowadzeniem na polski rynek tego dziennika, a wcześniej w ogóle nie miała miejsca.

Tabloidyzacja według L. Jewsiejewej wynika z niskiego poziomu wykształcenia dziennikarzy, zacierania się granic pomiędzy światem polityki i mediów i naginania faktów do z góry narzuconych tez. Wynika z łamania zasad etyki dziennikarskiej, ograniczania źródeł informacji jedynie do Internetu itp. Jej efektem jest banalizacja przekazów medialnych i zaspokajanie potrzeb informacyjnych jedynie odbiorców masowych, a nie elit intelektualnych. Tabloidyzacja prowadzi też do spadku zainteresowania klasyczną drukowaną prasą i skłania odbiorców do „pasywnego odpoczynku przed telewizorem” (s. 142). Choć na pierwszy rzut oka stwierdzenia te wydają się kontrowersyjne, to z większością z nich w znacznej mierze można się zgodzić, chociażby dlatego, że z różną intensywnością i w różnych konfiguracjach były prezentowe w polskiej prasie i przez rodzimych analityków mediów.

Z nieco większym dystansem trzeba jednak podejść do przygotowanego przez L. Jewsiejewą opisu polskich mediów elektronicznych. Co prawda Autorka zna dzieje „Polsatu” i dostrzega fakt, że stacja ta powstała dzięki polskiemu kapitałowi, ale koncentruje swą uwagę na zagranicznych inwestycjach w polskie media elektroniczne. Ten wątek narracji stwarza wrażenie, że polska radiofonia i telewizja (oprócz publicznej) rozwijała się tylko i wyłącznie dzięki zachodnioeuropej-

skim inwestorom. Przypomnijmy, że fragment dotyczący mediów elektronicznych w książce L. Jewsiejewej jest wyjątkowo skromny, a niektóre jego wątki, jak chociażby rozwój polskiego internetu czy medialnych możliwości mobilnej telefonii, zostały jedynie zasygnalizowane.

L. Jewsiejewa kończąc swą pracę stwierdza, cytując Grzegorza Gaudena, że najważniejszym problemem polskiego systemu medialnego jest zachowanie niezależności dziennikarstwa od świata polityki. Trudno przy tym nie powstrzymać się od uwagi, że problem ten jest chyba obecnie dużo ważniejszy dla Rosjan, niż dla Polaków. Autorka z ogromnym optymizmem patrzy w przyszłość. W Polsce funkcjonuje oryginalny i dynamiczny system medialny. O pozytywnym stosunku Polaków do mediów świadczy też fakt, że każdy piątek jest swoistym medialnym świętem — co trzeci z nas kupuje wtedy jakąś gazetę (s. 178).

W tym miejscu recenzji zwykło się „rozprawiać” z merytorycznymi błędami popełnionymi przez Autora. L. Jewsiejewa nie uniknęła faktograficznych potknięć, pewnych nieporozumień wynikających z niedostatecznej znajomości polskich źródeł i polskiej literatury. Pozwolę sobie jednak ująć sprawę nieco inaczej: chciałbym znać rosyjski system medialny, tak jak L. Jewsiejewa zna system polski. Jej książka jest chyba jedynym opracowaniem zagranicznego autora, który zajmował się polskimi mediami po 1989 roku. Miejmy nadzieję, że 500-egzemplarzowy nakład tej publikacji znajdzie jak najliczniejsze grono rosyjskich czytelników.