

waną w badanych felietonach, jest depersonifikacja. Polacy przyrównani są zatem do zwierząt hodowlanych lub doświadczalnych. Z podobną częstotliwością występuje także metafora sportu, gdzie wyborcy i politycy biorą udział w wyścigu o władzę. Z kolei w przypadku opisu Polaków jako wspólnoty narodowej autor felietonów najczęściej stosuje animizacje i personifikacje, tzn. naród jawi się jako organizm, zwierzę, które może zostać zranione czy poniżone. Borkowski chętnie ucieka się także do metafor genealogicznych, przywołując w swoich tekstach motyw kolonizacji polskiego państwa i narodu i jego zniewolenia przez mocarstwa.

Omawiana książka nie tylko poszerza wiedzę na temat językoznawczych aspektów współczesnej publicystyki polonijnej, ale także pokazuje, jak sprawy krajowe są postrzegane i interpretowane za Oceanem. Warto dodać, że ów wizerunek Polski i Polaków – przynajmniej

na łamach „Dziennika Związkowego” – rysuje się w czarnych barwach, jako państwa i narodu podporządkowanego obcym interesom, którego sytuacja niewiele różni się od tej z okresu rozbiorów. W publicystyce Borkowskiego na próżno szukać pozytywów, a jeśli nawet jakieś się znajdują, to giną w morzu krytyki i dezaprobaty. Jest to zatem wizerunek radykalny, tożsamy raczej dla marginalnego odłamu rodzimej polityki. Tymczasem felietony analizowane przez Dembowską-Wosik pokazują, że wśród amerykańskiej Polonii takie postrzeganie Polski i Polaków znajduje się w głównym nurcie jej przekazu medialnego. Pominąwszy zatem – godną uwagi – wartość literaturoznawczą omawianej książki, może ona także posłużyć jako inspiracja dla politologicznych i socjologicznych badań postaw polskiej diaspory w USA.

Krzysztof Wasilewski



Tomasz Mielczarek

Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości

Universitas, Kraków 2018, s. 260, ISBN 97883-242-3402-8

Ukazała się nowa książka Tomasza Mielczarka – znanego badacza polskiego systemu medialnego – pt. *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości*. Opracowanie zostało wydane przez wydawnictwo Universitas w serii „Dziennikarstwo i świat mediów”. Prasa opinii, zarówno w ujęciu historycznym, jak i współczesnym zajmuje ważne miejsce w dorobku naukowym Tomasza Mielczarka, czego wyrazem są wartościowe opracowania zaliczane do kanonu literatury medioznawczej. Należą do niego m.in. *Od „Nowej Kultury” do „Polityki”*. *Tygodniki społeczno-kulturalne i społeczno-polityczne PRL* (2003); *Między mo-*

nopolem a pluralizmem. Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–1997 (1998); *Monopol–pluralizm–koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006* (2007).

Tym razem przedmiot rozważań autora stanowiło sześć największych tygodników społeczno-politycznych reprezentujących na polskim rynku prasowym współczesną prasę opinii: „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska”, „Uważam Rze”, „wSieci”, „Do Rzeczy”. Sięgam po tę publikację nie tylko jako historyk mediów, ale przede wszystkim jako czytelnik prasy opinii dostrzegający na łamach elitarnych

wszakże czasopism szereg niepokojących zjawisk, z tabloidyzacją zawartości i paralelizmem politycznym włącznie. Faktem jest, „że współczesna prasa opinii działa w warunkach rynkowych. Oznacza to, że jest także produktem, który klient musi zauważyć, skupić na nich uwagę i w końcu kupić” (s. 9). Z lektury omawianej publikacji wynika, że „złota era” prasy społeczno-politycznej przypadła na lata 90. minionego wieku. Obecnie audytorium tygodników społeczno-politycznych, oszacowane na ponad 1 mln osób, wykazuje tendencję malejącą. Autor zaznacza, że „spadek zainteresowania drukowaną prasą, w tym tygodnikami opinii, jest zjawiskiem trwałym – generacyjnym, co m.in. potwierdziły badania preferencji medialnych prowadzone wśród studentów” (s. 218).

Poza wspomnianymi wcześniej opracowaniami autora, na temat współczesnych polskich tygodników społeczno-politycznych pisano dotychczas niewiele. Oprócz literatury wspomnieniowej były to przede wszystkim nieliczne szkice monograficzne takich autorów jak Iwona Hofman, Magdalena Przybysz-Stawska, Ignacy Fiut, Maciej Kalbarczyk.

Książka Mielczarka to pierwsza, kompleksowa diagnoza tego istotnego segmentu rynku prasowego osiągnięta za pomocą zróżnicowanych metod badawczych. Uwagę zwraca dwoiści charakter przeprowadzonej analizy zawartości: analiza jakościowa właściwa naukom humanistycznym została poszerzona o analizy statystyczne typowe dla nauk społecznych. Co istotne, do celów analizy statystycznej autor zastosował własną metodę wywiedzioną m.in. z ustaleń Walerego Pisarka.

Główny cel badawczy omawianego opracowania stanowi jasno sprecyzowana kwestia dostosowywania się tygodników opinii do „płynnej (postkomunistycznej-postnowoczesnej) rzeczywistości”. Autor przedstawia kierunki rozwoju prasy opinii po 1989 r., śledzi nader złożony proces jej ewolucji oraz analizuje kondycję omawianej grupy czasopism w dobie kultury cyfrowej.

Przedmiotem analizy były ponadto uwarunkowania społeczno-polityczne wpływające na funkcjonowanie badanej prasy, ekonomiczna kondycja wydawców poszczególnych tytułów oraz zakres czytelnictwa czasopism podejmujących zagadnienia społeczno-polityczne w celu komentowania zmieniającej się rzeczywistości.

Ze względu na postępującą wizualizację przekazów prasowych przeanalizowano nie tylko zawartość, ale także szatę graficzną tygodników opinii, przypominając, że w polskim prasoznawstwie prekursorem tego typu badań był Mieczysław Kafel. Podobnych odniesień do dorobku polskiego prasoznawstwa znajdziemy w omawianej publikacji wiele, co stanowi doskonałą okazję do powtórki nieco zapomnianych lektur, pojęć i teorii – nie tylko przez studentów.

Zaletą omawianej publikacji jest jej przejrzysta konstrukcja. Książka składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, zakończenia, obszernej bibliografii, w której uwzględniono także szereg publikacji obcojęzycznych, indeksu nazwisk oraz dwóch aneksów, które zawierają dane statystyczne na temat zawartości tematycznej tygodników opinii, ich nakładu oraz sprzedaży. Rozdział pierwszy, o charakterze teoretyczno-historycznym, zawiera omówienie metodologii badań, przegląd definicji prasy opinii i ilustrowanych magazynów społecznych, historię czasopiśmiennictwa społeczno-politycznego i społeczno-kulturalnego. W części teoretycznej znajduje się również podrozdział dotyczący wpływu komercjalizacji rynku prasowego na sytuację prasy społeczno-kulturalnej i społeczno-literackiej.

Trzy kolejne rozdziały są poświęcone poszczególnym tytułom prasowym: „Polityce” (rozdział II), „Wprost” (rozdział III) oraz tygodnikowi „Newsweek Polska” (rozdział IV). W ostatnim rozdziale omówiono natomiast „w miarę jednorodną grupę czasopism”, tj. „Uważam Rze”, „Do Rzeczy” oraz „wSieci”. Warto zauważyć, że w części empirycznej omawianej książki wywód autora rozpoczyna się od „Poli-

tyki” – najstarszego czasopisma, a kończy się na najmłodszych pismach konserwatywnych. Uwagę czytelników zwrócą zapewne tytuły rozdziałów zestawione na zasadzie kontrastu: „Polityka”. Mozolna ewolucja vs. „Wprost”. Radykalna rewolucja.

Mielczarek, przedstawiając profil oraz za-
wiłe meandry linii redakcyjnej poszczególnych
czasopism, wskazuje także umowne granice
kolejnych dekompozycji polskich tygodników
społeczno-politycznych. Jedną z takich cezur
było pojawienie się na rynku „Newsweeka Pol-
ska” (3.09.2001). Fakt ten spowodował „wy-
kształcenie się nowego gatunku endemicznego,
który można było określić mianem ilustrowane-
go magazynu społecznego” (s. 116).

Autor zauważa szereg wspólnych cech ty-
powych dla współczesnej prasy opinii, m.in.
personifikację sporów, metody i techniki walki
właściwe tabloidom oraz zjawiska celebryty-
zacji i mediatyzacji. Dochodzi do wniosku, że
„w porównaniu z mediami audiowizualnymi
i „nowymi nowymi mediami” tygodniki opi-
nii są schyłkowym biznesem, co paradoksal-
nie eksponuje ich kulturotwórcze tradycje”. Za
swoisty paradoks uznaje fakt, że polska prasa
opinii „rozkwitła w warunkach państwa auto-
rytarnego, jakim była PRL”. Pisząca te słowa
w pełni zgadza z tym stwierdzeniem autora, po-
strzegając jednak PRL jako państwo totalitarne.
Mielczarek podkreśla, że tygodniki opinii za-
częły dywersyfikować swój produkt, w związ-
ku z czym „jego papierowa wersja z biegiem
czasu traci na znaczeniu i zastępowana jest
różnicowanymi cenowo pakietami dostępu do
baz danych [...] wytworzonych przez poszcze-
gólne redakcje” (s. 220).

Przeprowadzona analiza pozwoliła na sformu-
łowanie obiektywnej, wyważonej oceny po-
szczególnych tytułów stanowiących przedmiot
badań. Autor recenzowanej tu książki postrzega
zatem „Politykę” jako czasopismo, które „wy-
specjalizowało się w ewolucyjnym dostosowy-
waniu się do otaczającej rzeczywistości me-
dialnej i społecznej”. Z kolei „Wprost” określa

„jako pismo charakteryzujące się gwałtownymi
i nieprzewidywalnymi zmianami linii progra-
mowej i zawartości”, co w znacznym stopniu
dezorientowało czytelników zaskakiwanych
„rewolucjami kadrowymi, ideowymi i układu
zawartości” (s. 69, 115, 152). Akcentuje rów-
nież rolę komunikacji skandalizacyjnej, która
stała się niejako znakiem firmowym „Wprost”.

Trudno także nie zgodzić się z autorem, że
„Newsweek Polska” to tygodnik, „który pier-
wotnie nie tylko najlepiej wpisywał się w po-
jęcie ilustrowanego magazynu społecznego,
ale zarazem doprowadził do przekształceń ca-
łego polskiego segmentu tej prasy” (s. 153).
Co istotne, „przenosił na grunt polski przede
wszystkim doświadczenia amerykańskie, gdzie
w równym stopniu dbano o warsztatową rze-
telność i neutralność, jak wyjątkowy charakter
podejmowanych tematów upowszechnianych
w spektakularnej formie” (s. 176). Wypada jed-
nak żałować, że „z biegiem lat „Newsweek Pol-
ska” wpadał jednak w stare koleiny” (s. 176).

W przypadku prasy opinii reprezentującej
poglądy konserwatywne autor akcentuje kluczo-
wą rolę funkcji tożsamościowej, która „utwier-
dza [...] przekonania swych twórców i czytel-
ników, integruje wokół zespołu wspólnych po-
głądów i idei” (s. 177). Zwraca również uwagę
na zjawisko wizualizacji oraz personifikacji
przekazu. Badacz dostrzega szereg istotnych
prawidłowości dotyczących badanego segmen-
tu prasy opinii, m.in. podejmowanie przez nią
dwukrotnie częściej problematyki krajowej niż
tematyki zagranicznej, przy czym „im tygodnik
bardziej zorientowany politycznie, tym częściej
zajmuje się problematyką wewnętrzną” (s. 217).
Podkreśla, że tygodniki społeczno-polityczne
z biegiem czasu traciły na uniwersalizmie, peł-
niąc w coraz większym stopniu funkcje tożsa-
mościowe. Wypada zgodzić się z autorem, że
„personifikacja sporów, ponížanie i zohydżanie
ideowych przeciwników oraz używanie do tej
walki metod i technik dziennikarskich włści-
wym tabloidom [...] rodziło niebezpieczeństwo
[...] ograniczenia opiniotwórczych funkcji”

(s. 217). Przyczyn tego zjawiska Mielczarek upatruje w ewolucji całego systemu medialnego. Z drugiej zaś strony zauważa jednak, że zatrudnieni w tygodnikach dziennikarze stanowią elitę swego zawodu.

Jaka będzie przyszłość tygodników opinii? Autor dochodzi do wniosku, że „los tygodników opinii uzależniony jest od umiejętności szybkiego i wprawnego odczytywania sygnałów płynących z systemu medialnego i systemu społeczno-politycznego” (s. 220).

Podsumowując, książka Tomasza Mielczarka z pewnością zainteresuje szerokie kręgi odbiorców. Oprócz medioznawców i studentów dziennikarstwa sięgną po nią politolodzy, socjologowie i kulturoznawcy. Godna jest także uwagi historyków, wszak na łamach tygodników społeczno-politycznych, szczególnie prawicowych, toczono wiele głośnych dyskusji i sporów związanych z najnowszą historią Polski. Wystarczy

wskazać chociażby artykuły podważające sens powstania warszawskiego, które wyszły spod pióra znanych publicystów „Do Rzeczy”. Warto przy tym przypomnieć, że spółka Presspublica wydała miesięcznik „Uważam Rze. Historia”, a w marcu 2013 r. uruchomiono miesięcznik „Historia do Rzeczy”, redagowany przez Piotra Zychowicza. Wkrótce potem pojawiło się „wSieci Historii – miesięcznik zwycięskiej historii Polski”, kierowany przez Jana Żaryna (s. 208).

Lektura książki Mielczarka być może skłoni polityków i dziennikarzy do różnorodnych refleksji, m.in. „dlaczego dyskurs publiczny obniżył się do obecnego poziomu i co przesądziło o tym, że na łamach elitarnych czasopism znaleźć dziś można wzbudzające ogromne kontrowersje fotomontaże i emocjonalne stwierdzenia” (s. 10).

Renata Piasecka-Strzelec