

---

# mediator

---

kwartalnik koła naukowego studentów idiks uj

---

kwiecień-wrzesień 2004

nr 1-2/2004 (1-2) rocznik 1

---

w numerze m.in.

**K**oncepcja rytualnego chaosu a nasza debata publiczna

**M**anipulowanie sondażami

**M**edia nordyckie. Lokalność, etyka, Metro

**G**eografia świata. Ściągą

**P**rasa gejowska w Polsce...

---

# mediator

KWARTALNIK KOŁA  
NAUKOWEGO  
STUDENTÓW INSTYTUTU  
DZIENNIKARSTWA  
I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ  
UJ  
numer 1-2/2004  
Kwiecień-Wrzesień 2004 (rok I)

## Redaktor naczelny:

Paweł Migas

## Zastępca redaktora naczelnego:

Michał Kuźmiński

## Sekretarz redakcji:

Szymon Ostrowski

**Skład:** Koozmin&Migas

**Druk:** Wydawnictwo AA, Kraków

## Autorzy tekstów:

Małgorzata Barańska, Magdalena Gro-  
madzka, Adrian Grzebinoga, Michał  
Kuźmiński, Paweł Migas, Anna  
Olszowska.

## Wydawca:

Koło Naukowe Studentów Instytutu  
Dziennikarstwa i Komunikacji  
Społecznej Uniwersytetu  
Jagiellońskiego

## Opiekun koła:

dr Andrzej Nowosad

## Kontakt z redakcją:

idiks@op.pl

Instytut Dziennikarstwa  
i Komunikacji Społecznej UJ  
Rynek Główny 29, 31-010 Kraków

## Numer zamknięto:

25 września 2004r.

Redakcja zastrzega sobie prawo do  
adjustacji i redagowania nadesłanych  
tekstów.

Redakcja nie zwraca tekstów niezamówionych.

Każdy z opublikowanych artykułów  
został zrecenzowany przez pracownika  
naukowego IDiKS UJ.

Pismo dofinansowane przez Radę Kół  
Naukowych UJ

# SPIS TREŚCI

## Media w Polsce

|                                                             |   |
|-------------------------------------------------------------|---|
| Ostatnia strona,<br>czyli kogo nie lubi Nasz Dziennik ..... | 3 |
| Polska prasa gejowska .....                                 | 7 |

## Opinia publiczna

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| To samo, ale nie tak samo.<br>Kilka sposobów na zmanipulowanie sondaży ..... | 14 |
|------------------------------------------------------------------------------|----|

## Komunikowanie

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Koncepcja rytualnego chaosu<br>a debata publiczna w Polsce ..... | 17 |
|------------------------------------------------------------------|----|

## Media na świecie - Skandynawia

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Media nordyckie w zarysie .....                                     | 23 |
| Lokalne radio i telewizja w Szwecji .....                           | 28 |
| Etyka dziennikarska<br>i organizacje dziennikarskie w Szwecji ..... | 33 |
| Metro - gazeta z tramwaju .....                                     | 38 |

## Ściągą z geografii

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Organizacje międzynarodowe .....                        | 39 |
| Stolice państw świata - Europa .....                    | 39 |
| Stolice obu Ameryk<br>i państw Morza Karaibskiego ..... | 40 |
| Kraje Azji i Australazji .....                          | 41 |
| Stany USA .....                                         | 42 |
| Stolice państw świata - Afryka .....                    | 43 |

# Ostatnia strona, czyli kogo nie lubi „Nasz Dziennik”

## Analiza retoryczna

*Nasz Dziennik* to ogólnopolska gazeta o prawicowym nastawieniu. Powstała w lutym 1998 roku. Wydaje ją spółka „Spes”. Jak deklarowali twórcy i redaktorzy, gazeta miała być „odpowiedzią na kłamstwa i półprawdy zamieszczane w innych tytułach”. Nieformalnie jest silnie związana z toruńskim *Radiem Maryja*. Najlepszym na to dowodem jest fakt, że kilka razy dziennie na antenie stacji OO. Redemptorystów pojawia się zwiastun pod nazwą: *Dziś w Naszym Dzienniku*.

Paweł Migas

Od samego początku *Nasz Dziennik* uchodził za organ prasowy najbardziej prawej części Akcji Wyborczej „Solidarność”, a przed wyborami parlamentarnymi z 2001 roku stał się głównym organem prasowym Ligi Polskich Rodzin. Atakami na Gazetę Wyborczą, SLD, UW i AWS oraz eurosceptycyzmem zyskał sobie duże grono czytelników i niewątpliwie przyczynił się do sukcesu wyborczego LPR. Ponieważ nie należy do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, nie posiadamy wiarygodnych danych nt. nakładu. Szacowany jest on na ok. 70-300 tysięcy.

Układ kolumn w *Naszym Dzienniku* jest stały. Charakterystyczne dla tej gazety są stałe kolumny: *MYŚL JEST BRONIĄ*, *CZYTELNICY* i *OSTATNIA STRONA*. Stosunkowo rzadkie są reklamy. Tylko ogłoszenia *Szukam pracy – Dam pracę* są umieszczane regularnie, na ostatniej stronie w każdy poniedziałek. Na *OSTATNIEJ*

*STRONIE* umieszczane są krótkie komentarze i złośliwe uwagi, kierowane przeciwko innym gazetom oraz władzom. W niniejszym artykule podjąłem krótką analizę wybranych przykładów tekstów z *OSTATNIEJ STRONY*.

Szczególnie ekspresyjne i nacechowane emocjonalnie są nagłówki rubryk. Oto kilka przykładów: *Elyta nie syta*, *Lewidłowości*, *Eurokołchoźnik*, *Gołym okiem*, *Tele – morele*, *Palce lizać*, *Paradoksy* czy *Licentia stalinica*.

Przyjrzyjmy się bliżej temu ostatniemu tytułowi. Jest to parafraza łacińskiego zwrotu *Licentia poetica*. W tej rubryce *Nasz Dziennik* prezentuje utwory poetów polskich, pochodzące z okresu stalinizmu – „perełki” poezji socjalistycznej. Przykładem może tu posłużyć artykuł zatytułowany *Bezpieka bezsenna*, poświęcony wierszowi Andrzeja Mandaliana „Towarzyszom z Bezpieczeństwa”. Negatywną konotację ma u czytelnika wzbudzić komentarz umieszczony

po ostatnim wersie wiersza:

*„...Towarzyszu,/ wam tylko powiem,/ jakże bywa tu czasem trudno.” Jedynie ubekom na starość targanym przez sumienie i niemrawe sądy.*

Paradoksy są poświęcone „łamaniu praw człowieka” w krajach Unii Europejskiej. *Nasz Dziennik* stoi na stanowisku absolutnego posłuszeństwa nauce Kościoła rzymsko-katolickiego, ale pojmuję ją dość stronnictwo. Stawia, bowiem literę prawa nad jego duchem. Przykładem jest tekst *Prawa człowieka po europejsku*, o precedensowym orzeczeniu brytyjskiego sądu w zakresie eutanazji. Artykuł podsumowuje zdanie pełne sarkazmu: *Czekając na tę decyzję, chciałoby się rzec: Boże, chroń Królową Matkę przed... spadkobiercami.*

Równocześnie jest to parafraza słów hymnu brytyjskiego: „God save the Queen”. Trzeba przyznać, że jest to chwyt, na który mogą się „złapać” nawet ludzie z wyższym wykształceniem.

*Tele – morele* to rubryka, w której redaktorzy *Naszego Dziennika* wytykają „błędy” TVP i TV Puls. Typowym jest tutaj tytuł *TELEWIZNA*. Stanowi on kontaminację słów *TELEwizja* i *leWI-ZNA*. Ma ona sugerować czytelnikom, że w TVP dominują przedstawiciele koalicji SLD-UP, czyli byli członkowie PZPR.

*Palce lizać* to rubryka z komentarzami dotyczącymi lapsusów językowych polityków lewicy. W tekście *SLD jak LSD* redaktor Kasprzak z ironią puentuje przejęzyczenie Leszka Millera:

*„...ale proszę nie mówić cokolwiek, co by wskazywało, że LSD ma już jakiś skład przyszłego rządu”. I bez prochów postkomuna szkodzi.*

Negatywne skojarzenie partii z narkotykiem wzmacnia w uszach prawicowego czytelnika wrogie słowo-klucz: *postkomuna*. Temu słowu warto poświęcić kilka zdań. Jest to makaronizm powstały przez złożenie łacińskiego *post* z polską *komuną*. „Komuna” to negatywne określenie komunizmu; to słowo pochodzi od łacińskiego „communio” i oznacza wspólnotę. Tak, więc owo złożenie w słowniku oznacza po prostu:

„stan po komunizmie”, natomiast w cytowanym tekście zarówno SLD jako następcę PZPR, jak i Trzecią Rzeczpospolitą, która od 1989 roku przechodzi od socjalizmu do kapitalizmu. Trzecie znaczenie jest również prawdopodobne: sugeruje, że skoro „po komunistach” rządziła dawna opozycja, więc „postkomunistami” są zarówno członkowie rządu Tadeusza Mazowieckiego, jak i ekipy Jerzego Buzka, który był premierem po okresie rządów koalicji SLD (dla *Naszego Dziennika* – partii tożsamej z PZPR) z PSL (dawniej ZSL). Słowo-klucz „postkomuna” jest więc wieloznaczne, ale dla ND znaczy tyle, co (krypto)komuna.

## JAK TYTUŁUJE NASZ DZIENNIK?

Przyjrzyjmy się teraz tytułom artykułów na *Ostatniej stronie*. Są one reprezentatywne dla treści artykułów a zarazem bardzo zabawne. Z reguły bazują na ciekawym skojarzeniu lub metaforze.

*UIW na procent* – jest to artykuł w rubryce *Gołym okiem*. Pierwsze skojarzenie czytelnika jest bardzo proste – politycy Unii piją. Są zatem pijakami. Wniosek: nie głosujmy na pijaków z „uwecji”. Kolejne skojarzenie dla obrońców moralności z ND jest jeszcze bardziej obrzydliwe – polityków Unii można kupić. Wystarczy złożyć odpowiedni „datek” odpowiedniej osobie. A naprawdę to artykuł jest o kandydatce Bloku Senat 2001 Małgorzacie Jacynie-Witt ze Szczecina, która wzięła w obronę prostytutki. W kilku zdaniach Wojciech Olszak prezentuje sytuację, a następnie pozwala sobie na zjadliwy i ironiczny komentarz:

*Dla „uweckich” polityków rodzina stała zawsze na pierwszym miejscu. Rodzina państw europejskich oczywiście [zarzuca tu politykom UW zdradę narodową, lub co najmniej kosmopolityzm]. Z całego zamieszania widać tylko jedno: UIW łapie się wszelkich metod [parafraza powiedzenia: tonący brzytwy się chwyta], by zostać zauważona przez wyborców i w konsekwencji przekroczyć pięcioprocentowy próg wyborczy. A że zachowanie takie gra-*

niczy z polityczną prostytutką? Trudno – grunt, że cel został osiągnięty [„Cel – jak wiadomo – uświęca środki”, więc UW jest amoralna i nie należy na nią głosować].

Warto zwrócić uwagę na słowo „uweckich”. Formalnie oznacza ono członków UW, czyli Unii Wolności. Jednak tak naprawdę to ma budować skojarzenie z „ubecją”, czyli Urzędem Bezpieczeństwa z czasów PRL. Pozornie UW i UB różnią się znacznie, ale skoro nawet MS WORD „poprawia” *‘uwecję’* na *‘ubecję’*, to tym bardziej nieuważny czytelnik *Naszego Dziennika* przeczyta o *ubeckich politykach*.

Bardzo pomysłowym chwytem JMJ było napisanie tekstu w stylu judeizującym. Artykuł *Blida wygarnęła* jest napisany jako parodia narzekania starego Żyda. Parodia przeplata się tu z sarkazmem i ironią:

*Ajajaj! Nie tylko prawica się kłóci, jak mówią w telewizji. W eselde też się kłóć. I to o stołki. Barbara Blida, była minister od eksmisji na bruk, nie chciała pozostać wiceprzewodniczącą śląskiego SLD. Dlatego, że Sojuszowi ze Śląska nic nie skapnęło przy okazji rozlokowywania towarzyszy w rządzie: nie dostali ani jednego ministerstwa, mimo, że śląska struktura SLD zdobyła najwięcej mandatów spośród wszystkich okręgów w kraju. [...] „Potraktowano nas jak Murzyna, który zrobił swoje, a teraz może odejść” – wyrzuciła z siebie znana z wrażliwości na ludzką biedę Barbara Blida.*

Ironia zwarta jest tu w wewnętrznej sprzeczności opisu Barbary Blidy. Najpierw JMJ przedstawia ją jako byłą *minister od eksmisji na bruk*, a w ostatnim zdaniu pisze o jej wrażliwości na ludzką biedę. Czytelnik ma kojarzyć Blidę jako aparaczkę i karierowiczkę, a także nepotkę. Wrażliwa, ale tylko na kłopoty kolegów z własnej partii – oto ostateczny wniosek na temat wiceprzewodniczącej śląskiego SLD, jaki pozostaje w głowie czytelnika *Naszego Dziennika*. Przy okazji warto zwrócić uwagę na wyrażenie *wyrzuciła z siebie*. Jest to sformułowanie typowe dla opisu kłótni małżeńskiej lub spowiedzi. W zestawieniu z przytoczoną wypowiedzią Blidy jest to – delikatnie mówiąc – eufemizm.

*Udecja jak za Geremka* – to tytuł artykułu o „ulubionej” partii *Naszego Dziennika*. Media oczekiwały, że nowy przewodniczący UW (Władysław Frasyniuk) zmieni wizerunek partii. Tymczasem ND zauważa, że nie się nie zmieniło:

*Unia Wolności to doprawdy partia ludzi najbardziej inteligentnych. Nawet pośmiertnie. – Chcemy, aby społeczeństwo zatęskniło za Unią Wolności i uwierzyło, że jesteśmy odpowiedzią na rewolucję populizmu – powiedział na niedzielnym kongresie UW jej świeżo upieczony szef Władysław Frasyniuk.*

Tytułowa *Udecja* ma skojarzyć UW z *Ubecją*, czyli peerelowską Służbą Bezpieczeństwa. Taka gra słów sugeruje, że politycy tej partii to byli agenci SB – a obecnie jakiegoś obcego mocarstwa. Z treści innych artykułów wynika jednoznacznie, że członkowie UW to *agenci Brukseli*, którzy za nic mają interes narodowy. Przy okazji warto skomentować wyrażenie *świeżo upieczony szef* – to nie tylko kolokwializm i określenie z żargonu piekarzy, ale też sugerowanie, że Frasyniuk nie orientuje się w meandrach polityki (czyli – mówiąc studenckim żargonem – jest politycznym „kotem”). Tak nastawiony czytelnik *Naszego Dziennika* na pewno nie będzie głosował na UW.

Od samego początku ND był wrogo nastawiony do UW. Kilka dni przed wyborami pojawił się tekst, w którym określono głosowanie na UW jako *nekrofilę*. Trudno o bardziej obrazowy przykład hiperboli i peryfrazy. Natomiast w omawianym tekście – chwytając UW za słówka – JMJ zgryźliwie komentuje przytoczoną powyżej wypowiedź jej przewodniczącego:

*Nieważne, czy kieruje nią profesor [to antonomazja imion i nazwisk poprzednich szefów UW – Leszka Balcerowicza i Bronisława Geremka], czy kierowca TIR-a, musi się wymądrzać. Jedyne co potrafi.*

Typowym oksymoronem jest tytuł *Bezinteresowna zawiść*. Zestawienie dwóch przeciwstawnych sobie pojęć tworzy absolutnie nową rzeczywistość. Rzecz dotyczy prezydenckiego

weta do ustawy o pomocy finansowej państwa dla rodzin wielodzietnych. *Bezinteresowność* jest cechą pozytywną, natomiast *zawiść* ma konotację negatywną. Takie zestawienie ma być hiperbolą wskazująca na wysoce negatywną opinię *Naszego Dziennika* o decyzji prezydenta.

Typową alegorią i zapożyczeniem jest tytuł *Sen nocy letniej*. Nie jest to, jak można by było oczekiwać, relacja z przedstawienia teatralnego, ale wstęp do ironicznego komentarza nt. wydarzenia artystycznego, jakie reklamowała *Gazeta Wyborcza* (4.09.2001). Rzecz działa się w „Galerii XXI” w Warszawie, gdzie miało zasnąć 25 osób. Nietypowy performance miał posłużyć do spisania przez Joannę Rajkowską „*Dziennika snów*”. Puenta zawarta jest w dwóch ostatnich zdaniach, które muszę tu przytoczyć:

...według niepotwierdzonych źródeł, akcję reklamową „*Wyborcza*” nieoczekiwanie przerwała. Michnik źle się przysnił.

Przy okazji warto zwrócić uwagę na typową dla *Naszego Dziennika* metonimię – używanie nazwiska *Adama Michnika* jako synonimu *Gazety Wyborczej*, *Unii Wolności*, *Platformy Obywatelskiej* lub liberałów, czyli wszystkich przeciwników LPR i ND/*Radia Maryja*.

Absolutnym szyderstwem jest tytuł *Zrzuta na Michnika*. Jest to nie tylko hasło bardzo emfaticzne, ale też pełne ironii. Trudno, bowiem przypuszczać, że Adam Michnik jest osobą ubogą i potrzebuje kilku złotych *na chleb*. Artykuł jest propozycją wysłania do redakcji *Gazety Wyborczej* kilku egzemplarzy książki J. R. Nowaka pt.: *Sto kłamstw J. T. Grossa*.

Przy okazji: „Michnik” jest antonomazją nazwy „ulubionej” gazety *Naszego Dziennika*, czyli „*Gazety Wybiórczej*” (tak się ją w omawianym piśmie zazwyczaj nazywa). Na pograniczu asteizmu i sarkazmu znajduje się ostatnie zdanie tego „apelu”:

...Czas najwyższy życzliwie wyciągnąć rękę do niedoinformowanej Redakcji. Na naukę przecież nigdy nie jest za późno. – Pozostawiam je bez komentarza.

Bezpośrednio po wyborach w rubryce *Palcelizać!*, w której *Nasz Dziennik* przytacza szczególnie trafne (jego zdaniem) cytaty, pojawił się zapis piosenki z wieczoru wyborczego w TV Puls. Utrzymana w stylu ludowym piosenka nastraja czytelników/słuchaczy przeciwko nowemu rządowi:

*Już płaczą ojcowie, matki, oj będą wyższe podatki,/ biedne dziatki też zapłaczą, jak SLD w ławach zobaczą,/ suchym chlebem się racząc!*

Atak na SLD to za mało dla redaktorów ND, musieli też dołożyć wrogowi numer 1, czyli Unii Wolności:

*Posłuchajcie ludkowie,/ wieść Hiobową wam powiem: „ałaaaa!”./ Unia Wolności płacze,/ gdyż jest w Sejmie inaczej, nie weszła raczej!/ Autobus jej nie pomógł,/ dowiózł ci ją do domu,/ poległa pod samym progiem,/ oj pocieszcie niebogię,/ już normalnie nie mogę!*

Szyderstwem jest podszyta ta piosenka, gdyż trudno uwierzyć, że ND naprawdę żałuje klęski UW. Przy okazji znakomicie parodiuje polityczną poprawność w mediach, gdyż o porażce UW napisano: *weszli do Sejmu inaczej*, tak jak o homoseksualistach pisze się „kochający inaczej”.

## Podsumowanie

Sarkazm, ironia, parafraza, antonomazja i asteizm to najczęstsze środki retoryczne stosowane na *Ostatniej Stronie*. Najczęściej służą one do niewybrednych ataków na ściśle określone środowiska: szeroko pojętych liberałów i *Gazetę Wyborczą*. Choć czasami wydają się prostackie lub prymitywne, niewątpliwie są skuteczne, a wielokrotnie powtarzane wchodzą do szerszego obiegu i utrwalają pewne stereotypy. Najwyraźniej redakcja wzięła sobie do serca słowa J. Goebbelsa, który powiedział, że *kłamstwo sto razy powtórzone staje się prawdą*.

**Paweł Migas**

# Polska prasa gejowska

Na początku lat 80. przy austriackiej organizacji homoseksualistów HOSI-Wien powstało Biuro Informacyjne o Europie Wschodniej (EEIP – Eastern Europe Information Pool). Biuro to zajmowało się zbieraniem wiadomości o sytuacji gejów i lesbijek, głównie w krajach bloku socjalistycznego. Zgromadzone informacje publikowano potem w biuletynie HOSI-Wien „Lambda Nachrichten”, który od 1983 roku tłumaczono m.in. na język polski. Periodyk ten – powielany na ksero – może zostać uznany za pierwsze polskie czasopismo gejowskie. W 1987 roku biuletyn ów został przejęty przez wrocławską nieformalną grupę gejowską „Etap” i od tej pory ukazywał się pod tytułem „Etap”<sup>1</sup>.

*Magdalena Gromadzka*

**W** listopadzie 1986 roku pojawił się „Filo Express. Gejowski Biuletyn Kulturalny”, początkowo wydawany przez Gdańską Grupę Gejowską „Filo”. Pierwszy numer, który ukazał się w nakładzie 30 egzemplarzy był zaledwie jedną stroną formatu A5, zaś jego treść brzmiała jak zaproszenie do obejrzenia filmów o tematyce gejowskiej. Jednak każdy kolejny numer tego periodyku miał więcej stron i zawierał coraz więcej informacji, np. gdzie szukać wiadomości o homoseksualizmie, o AIDS; poza tym zamieszczano w nim artykuły o sztuce. Pierwszy redaktor naczelny podpisywał się jako Blanka Kuśka. Miesięcznik wydawany był poza zasięgiem cenzury, z dopiskiem: *Zwolnione z kontroli GUKPiW. na podstawie Ustawy z 31.VII.1981 art. 4 pkt. 11 i 22.* – czyli jako druk w nakładzie do 100 egzemplarzy.

W 1987 roku warszawskim aktywistom gejowskim udało się wydać kilka numerów „Efebosa”, kolejnego czasopisma dla homoseksualistów.

Te pierwsze trzy periodyki: „Etap”, „Filo” i „Efebos” należały do prasy trzeciego obiegu i powielane na kserokopiarkach, wychodziły w bardzo niskich nakładach. Dwa z nich przestały się ukazywać jeszcze przed rokiem 1989; przetrwał jedynie „Filo”, który – od 1997 roku pod tytułem „Facet” – ukazywał się jeszcze do 2001 roku.

## Biuletyny informacyjne

Po 1989 roku czasopisma przeznaczone dla gejów wyrastały jak grzyby po deszczu. Od tego czasu pojawiło się ponad 20 nowych tytułów. Wszystkie dążyły do realizacji jednego z trzech typów idealnych: albo pisma społeczno-kulturalnego, albo biuletynu informacyjnego organizacji, albo pisma pornograficznego.

Biuletyny informacyjne pojawiały się w zależności od potrzeb i możliwości danych organizacji. Pierwszym z nich był, wspomniany już wcześniej, biuletyn „HOSI-Wien” (późniejszy

„Etap”). W latach 1990-91 organem prasowym pierwszej legalnej ogólnopolskiej organizacji gejów i lesbijek „Stowarzyszenie Grup Lambda” było „Filo”, o którym jednak nie można powiedzieć, żeby wpisywało się w konwencję biuletynu informacyjnego.

„Inicjatywa Gdańska”, już jako samodzielna grupa nieformalna (w latach 1992-94 była oddziałem terenowym „Stowarzyszenia Grup Lambda”), w latach 1994-97 wydawała „Różowy Puls”, periodyk informacyjno-kulturalny dla panów, zaś dla pań w latach 1994-95 redagowano „Fioletowy Puls”. Możliwe, że w tym samym czasie zaczął wychodzić „Filo Gay Chart” Lambdy Olsztyn. Na stronach tych periodyków zamieszczano informacje o działalności oddziałów terenowych, o imprezach kulturalnych organizowanych z myślą o homoseksualistach i – dla urozmaicenia treści – krótkie artykuły i felietony służące rozbawieniu czytelnika (w tym przodował „Różowy Puls”).

Dopiero, gdy ogólnopolska Lambda chyliła się ku upadkowi, w Polsce zaczęło powstawać coraz więcej organizacji dla homoseksualistów (o zasięgu najwyżej regionalnym), które spróbowywały wydawania swoich organów prasowych. Wtedy pojawiły się: „Intro” Nieformalnej Grupy Lambola<sup>2</sup> w Olsztynie (1995), „Tęcza” – biuletyn informacyjny Stowarzyszenia Dolnośląskiej Grupy Lesbijek i Gejów „Tęcza” (1996) oraz „Impuls”, dodatek członkowski Inicjatywy Gdańskiej (1996).

Obecnie wszystkie organizacje homoseksualistów w Polsce zamieniły biuletyny drukowane na strony internetowe, na których zawsze można znaleźć aktualne informacje o ich działalności.

W połowie lat 90. powstały dwa periodyki, które pełniły funkcję informacyjną (obok równie ważnej, reklamowej), ale nie były organami żadnych organizacji. W 1996 roku wrocławskie wydawnictwo Remick zaproponowało środowisku bezpłatny miesięcznik informacyjno-ogłoszeniowy „Gay Forum” – trochę wiadomości, ze dwa felietony oraz reklamy pozostałych ofert wy-

dawniczych Remicka. Rozprowadzany był w lokalach dla gejów.

Drugim z nich był „Queer” – przewodnik po lokalach dla gejów i lesbijek. Tu podawano adresy klubów, pubów oraz terminarze odbywających się w nich imprez. Miesięcznik ten utrzymywał się z reklam. Obecnie jego kontynuatorem jest „Queer City”, na którego łamach pojawia się jednak coraz więcej artykułów o tematyce społeczno-kulturalnej. Ten periodyk rozprowadzany jest bezpłatnie w lokalach i siedzibach organizacji gejowskich.

## Pisma społeczno-kulturalne

Ilość i zawartość pism gejowskich aspirujących do miana społeczno-kulturalnych bądź pornograficznych zależała od panującej mody i dostępnych środków technicznych. Lata 1983-88 to pierwsze kroki, nieśmiałe próby tworzenia prasy przeznaczonej dla osób homoseksualnych. Zaś od roku 1989 do dnia dzisiejszego można wyróżnić 4 okresy w rozwoju tej prasy: okres pism społeczno-kulturalnych; okres erotyzmu i nagości, okres specjalizacji i okres pornografii<sup>3</sup>.

Pierwszy z nich, okres pism społeczno-kulturalnych, zaczął się w roku 1989 (choć równie dobrze za jego początek można uznać 1986, kiedy to pojawił się „Filo” – periodyk jak najbardziej społeczno-kulturalny). W tym właśnie roku rozpoczęła pracę redakcja łódzkiego pisma „Kabaret. Biuletyn gejowskiego klubu Irys”. Wewnątrz każdego numeru czytelnik mógł znaleźć opowiadania, wiersze, fragmenty słynnych powieści z wątkami homoerotycznymi (np. „Teleny” Oskara Wilde’a). Drukowano też „Dodatek Informacyjny”, w którym zamieszczano krótkie teksty z życia tworzącego się w Polsce ruchu gejowskiego. „Kabaret” na początku pojawiał się tylko w sprzedaży wysyłkowej i to dość nieregularnie. Ukazywał się w prawdzie przez 3 lata, ale w tym czasie doliczyłam się jedynie 5 numerów. Ostatni z nich, z 1990 roku, wszedł do sprzedaży w kioskach.

W 1990 roku zaczęto sprzedawać w kioskach także trzy zupełnie nowe miesięczniki,



deklarujące się jako pisma dla gejów i lesbijek: „Inaczej”, „Okay” i „Gayzeta – Nie? Tak!”, o rejestrację tytułu postarał się także wydawca „Filo”. We wszystkich pisano o wydarzeniach ze świata sztuki (spektaklach teatralnych, wystawach fotograficznych, operach, baletach itd.), nowościach wydawniczych, w których występował wątek homoerotyczny oraz o filmach poruszających problemy gejów. Opisywano też sytuację gejów w Polsce, ich relacje rodzinne, nietolerancję społeczną, a z drugiej strony pokazywano, jak żyją i współpracują ze sobą homoseksualiści zagranicą. Poza tym publikowano wiele tekstów (informacje oraz artykuły krytyczne i analizy) o ruchu gejowskim na całym świecie i raczkującym dopiero „Stowarzyszeniu Grup Lambda”. Uwadze redaktorów nie uchodziły też kluby gejowskie oraz inne bardzo modne w tych czasach miejsca spotkań homoseksualistów (tzw. pikiety). Drukowano też ogłoszenia czytelników poszukujących partnerów życiowych. Na kilku stronach zawsze pojawiały się męskie akty.

Najbliżej ideału pisma społeczno-kulturalnego było „Okay”, ukazujące się od sierpnia 1990 do maja 1992 roku – z kilkumiesięczną przerwą z powodu kłopotów finansowych. Powierzchnię tego pisma poświęcano między innymi na przedstawianie życiorysów słynnych homoseksualistów (np.: Michała Anioła, Andy’ego Warhola, Walta Whitmana, czy Józefa Czechowicza), w każdym numerze zamieszczano krytyki przedstawień teatralnych oraz oper, drukowano artykuły popularno-naukowe o homoseksualizmie w Starożytnej Grecji, Rzymie, czy w innych nieistniejących już cywilizacjach. Teksty o kulturze wysokiej przeplatano reportażami-zwierzeniami gejów opowiadających o reakcjach najbliższego otoczenia na ujawnienie ich orientacji seksualnej. W „Okay” pojawiały się także felietony, w których w dowcipny sposób opisywano społeczność gejowską w Polsce. Periodyk zniknął z kiosków po samobójczej śmierci Włodzimierza Antosa, redaktora naczelnego i wydawcy.

O ile o „Okay” można powiedzieć, że było pismem wręcz kulturalno-społecznym, to twórcy

„Inaczej” kładli nacisk na problemy społeczne, a zwłaszcza na uświadamianie gejom i lesbijkom ich praw. Tu wiele pisano o prawach człowieka, o instytucjach stojących na ich straży, dyskutowano nad zapisami, które powinny się znaleźć w opracowywanej jeszcze konstytucji RP, zajmowano się sprawą rejestracji związków partnerskich.

Pod koniec 1990 roku w kioskach ukazał się miesięcznik „Gayzeta – Nie? Tak!”. Czasopismo, jeśli chodzi o treść tekstów, nie wyróżniało się niczym szczególnym. Drukowano trochę wiadomości o wydarzeniach kulturalnych, trochę recenzji książek, trochę zwierzeń gejów, trochę informacji o ruchu homoseksualistów w Polsce i na świecie. Po wydaniu trzech numerów nastąpiło niewielkie przetasowanie w redakcji „Gayzety”, tytuł zmieniono na „O Zmierzchu”, w środku zaś zwiększono liczbę zdjęć nagich panów. Mimo zmian, pod nową nazwą i w nowej szacie udało się wydać tylko dwa numery miesięcznika. Pismo upadło z powodu problemów finansowych.

## „Filo”

Początkowo było to piśmko trzeciego obiegu. Potem na rok stało się organem prasowym „Lambdy”, która zadbała o kolportaż swojego miesięcznika w kioskach, wreszcie w 1991 roku został on sprywatyzowany. Przez cały ten czas zachował charakter periodyku społeczno-kulturalnego. Od innych pism gejowskich odróżniał się tym, że częściej przestrzegał czytelników przed zakażeniem wirusem HIV i przedstawiał im zasady bezpieczniejszego seksu, dokładniej informował o postępach w badaniach nad szczepionką przeciwko HIV oraz pojawieniu się nowych leków przedłużających życie chorych na AIDS.

W okresie pism społeczno-kulturalnych z inicjatywy wrocławskiego wydawnictwa Remick powstał kwartalnik „Magazyn Gejowski”, który nieszczególnie wpisywał się w panującą wówczas modę na zawartość pism gejowskich. Na jego łamach zamieszczano lakoniczne informacje

o ruchu gejowskim, pojawiło się parę opowiadań, a całość miały dopełniać nieliczne zdjęcia nagich mężczyzn. Prawdopodobnie był rozprawiany jedynie w prenumeracie i zniknął po ukazaniu się 3 numerów.

Należy także odnotować, że w roku 1992 pojawiło się pierwsze, erotyczne pismo gejowskie: „MEN!”. Jego twórcą i wydawcą był Sławek Starosta (obecnie właściciel wydawnictwa Pink-Press, specjalizującego się w prasie pornograficznej dla homo i heteroseksualistów). Redakcja nowego miesięcznika reklamowała następująco: *Takiego pisma jeszcze nie było! Co miesiąc 32 strony kolorowych zdjęć najprzystojniejszych mężczyzn i chłopców z całego świata, na papierze jakiego w Polsce jeszcze nie było! Co miesiąc plakat z chłopakiem z okładki, którego sam możesz wybrać. Co miesiąc wiele ciekawych ofert towarzyskich z kraju i z zagranicy. Co miesiąc 32 strony najlepszej gejowskiej publicystyki, reportaży, humoru, psychotestów, sprawdzonych informacji i plotek. Wszystkiego, co może zainteresować każdego prawdziwego mena.*<sup>4</sup> – Faktycznie, na stronach nowego pisma dominowały fotografie nagich panów. Redaktorzy „MENA!” wychodzili z założenia, że jeśli nie ma się nic ciekawego do powiedzenia – najlepiej jest opublikować zdjęcia. Z czasem tekstów przybywało, a charakteryzowały się dowcipnym, ironicznym i ostrym językiem.

## Erotyzacja (okres erotyzmu i nagości)

Jak już wspomniałam, redakcja „Gayzety” (a w zasadzie już „O Zmierzchu”) jako pierwsza znacznie zwiększyła ofertę zdjęć nagich mężczyzn już w 1991 roku (wtedy jednak oferta okazała się jeszcze nietrafiona). Niedługo później powstało pierwsze pismo erotyczne dla mężczyzn homoseksualnych, „MEN!”. Jednak kolejny okres, który nazwałam okresem erotyzmu i nagości, przypada dopiero na lata 1994-97. Wtedy „Inaczej” i „Filo” (jedyne miesięczniki społeczno-kulturalne dla homoseksualistów, które nie upadły jeszcze w pierwszym okresie) zaczęły powoli zmieniać czarno-białe strony na

kolorowe i wydawać się na lepszym papierze. Te nowinki techniczne sprzyjały publikowaniu fotografii.

A jakie zdjęcia drukowano w pismach gejowskich? Oczywiście mężczyzn nagich, podkreślających walory swojej męskości, uprawiających stosunki seksualne. Z drugiej strony było to wyjście naprzeciw oczekiwaniom czytelników, którzy chcieli więcej seksu na stronach swoich ulubionych pism. Oferta nie była tak bogata jak dzisiaj. „Inaczej” i „Filo” wprowadziły nowy rodzaj zdjęć, zwiększyły ich ilość, ale nadal drukowano tam artykuły poruszające problemy gejów

Ponadto w tych latach ukazywały się dwa magazyny pornograficzne: upadający „MEN!”, o którym wspomniałam i właśnie założony „Nowy Men”. W 1995r. zmienili się wydawca i redakcja „MENA!”. Nowa ekipa nieco zmodyfikowała profil pisma. Treści erotyczne i pornograficzne zaczęły sąsiadować z większą ilością artykułów, w których nie przewijał się seks (Nie należy jednak sądzić, że „MEN!” ewoluował w stronę pisma społeczno-kulturalnego. To posunięcie miało raczej maskować pornograficzny charakter periodyku). Nie uchroniło ono jednak pisma przed zamknięciem w 1996 roku. A może po prostu modyfikujący się „MEN!” nie wytrzymał konkurencji „Nowego Mena”, do którego powstania znów przyczynił się Sławek Starosta?

„Nowego Mena”, ze względu na ludzi, którzy go tworzyli i dalej tworzą, można poniekąd uznać za kontynuację starego „MENA!”, tego sprzed zmian w redakcji. To tu znowu pojawił się dowcipny, niekiedy ironiczny i krytyczny język, który zniknął w zmodyfikowanym „MENIE!”. Do dziś redaktor naczelny zawsze wita czytelnika artykułem wstępnym, będącym omówieniem bieżących wydarzeń, dotyczących homoseksualizmu i homoseksualistów, potem podaje się kilka informacji ze świata gejów. Na następnych stronach publikowane są jednak już tylko zdjęcia modeli podczas stosunków seksualnych, opowiadania erotyczne, recenzje filmów pornograficznych, ogłoszenia towarzyskie; prezentują się „Chłopcy z różnych stron świata”.

## Specjalizacja

W 1998 roku nadszedł okres specjalizacji na rynku prasy dla gejów, który skończył się wraz z ostatnim numerem „Inaczej” (maj 2002). Pisma obierały w tym czasie jedną z dwóch ścieżek: powrót do idei pisma społeczno-kulturalnego lub zdecydowanie się wyłącznie na pornografię. W tym czasie „Inaczej” zaczęło się specjalizować w tematach społecznych. Najwięcej miejsca poświęcało na artykuły o organizacjach gejowskich i ich przedsięwzięciach, o klubach dla gejów i odbywających się tam imprezach, zaś zupełnie zrezygnowało z pokazywania nagości (ta pozostała jedynie w reklamach) i do minimum ograniczyło powierzchnię przeznaczaną na artykuły dotyczące seksu.

Zaś „Filo” w roku 1997 przemianowało się na „Faceta”, a zmiana tytułu pociągnęła za sobą stopniowe zmiany treści pisma. Pojawiało się w nim coraz więcej foto-story przedstawiających pary podczas stosunku seksualnego. Z drugiej jednak strony nadal drukowano artykuły, których treść nie miała nic wspólnego z seksem – ale z kolei coraz rzadziej poruszano w nich problematykę gejowską. Taki dobór materiałów wynikał z nowego profilu magazynu: „Facet” od tej pory miał być ogólnopolskim miesięcznikiem nowoczesnego mężczyzny. Niemniej pismo nie przyjęło się w takiej formie. W roku 2000, by przyciągnąć czytelników upodobniono magazyn w treści i formie do istniejących na rynku prasowym pism pornograficznych dla gejów („Nowego Mena” i „Adama”). Mimo to „Facet” zniknął z kiosków w 2001 roku.

Monopol „Nowego Mena” na pokazywanie gejowskiej pornografii złamał w 1998 roku „Adam”, który od 6 lat stara się zaspokoić apetyt swoich czytelników na seksualną perwersję. W każdym numerze jest trochę informacji o bieżących wydarzeniach ze świata gejowskiego, trochę nowinek z sex-shopów i mnóstwo fotosów z panami oddającymi się różnym przyjemnościom seksualnym. Temperaturę podnoszą opowiadania opisujące zaskakujące okoliczności, w których dwóch lub więcej mężczyzn

dało upust swojemu pożądaniu, stosując czasem dość zaskakujące techniki seksualne. W każdym numerze jest wywiad z chłopakiem spośród czytelników, który zgłasza się na ochotnika, bo chce zaprezentować swoje wdzięki i powiedzieć coś o sobie. Są także recenzje filmów pornograficznych (redakcja idzie z duchem czasu – pojawiły się też recenzje stron www) i kącik dla wielbicieli zabaw sadomasochistycznych.

W 1999 powstało pismo, w którym spróbowano pogodzić treści społeczno-kulturalne z pornograficznymi. „Gejzer” (znów tytuł Sławka Starosty), wydawany w całości na kredowym papierze, dopracowany graficznie – sprawiał wrażenie pisma z najwyższej półki. Zamieszczano w nim materiały uznawane za kontrowersyjne (np.: raporty o stanowisku Kościoła katolickiego wobec homoseksualizmu), starano się szokować (np.: drukując na okładce zdjęcie Chrystusa otoczonego gejami i lesbijkami w skórzanej konfekcji) i zaskakiwać treścią. Wiele pisano o sztuce, wystawach, kinie, wydarzeniach artystycznych, w których pojawiał się wątek homoerotyczny. Na ostatnich stronach publikowano opowiadanie pornograficzne i zdjęcia panów bez skrępowania prezentujących wszystkie swoje wdzięki. Jeden z czytelników napisał: *Sądziłem, że „Gejzer” ma być miesięcznikiem społecznym, ukazującym gejów, ich problemy i współżycie w świecie heteryków. Myślałem, że będzie to swego rodzaju organ prasowy do walki o tolerancję, społeczną akceptację gejów i lesbijek, transów, biseksów i „innych” stłamszonych obłudą i kołtunierią świata zewnętrznego. I faktycznie ma w sobie coś z tego, ale ... [...] Proponujemy, byście nie robili „NM-bis”<sup>5</sup>. Wszystkie story i foto story – zostawcie dla niego, albo nie róbcie nowego pisma, tylko dodajcie 120 stron do „Nowego Mena”. Postarajcie się stworzyć pismo nie tylko dla gejów. Niech będzie w nim coś dla nas, ale niech to nie zniechęca, nie krępuje heteryków. Niech to nie będzie schowane głęboko pod ladą, ale na widoku, niech zainteresuje ich swą zawartością<sup>6</sup>.*

Dopiero 5 lat później pojawiło się pismo, które spróbowało się zmierzyć z tymi postulatami. A „Gejzer” ukazywał się nieregularnie jeszcze przez dwa lata.

## Pisma pornograficzne

O okresie przewagi pism pornograficznych można mówić od roku 2002. Nie było już wtedy „Gejzera”, a ostatni numer „Inaczej” ukazał się w maju 2002 roku. Do „Adama” i „Nowego Mena” dołączyła zaś konkurencja.

We wrześniu 2001 roku nakładem wspomnianego już wydawnictwa PinkPress wyszedł pierwszy numer „Alexxx. Tylko o młodych tylko dla dorosłych”. To miesięcznik skierowany do najmłodszych gejów (i tych, co lubią na młode ciała popatrzeć, bo z reguły są tu zdjęcia modeli wyglądających młodziej niż w pozostałych pismach). Przez kilka pierwszych numerów drukowano fragmenty pamiętników dorastających chłopaków, odkrywających swoje gejostwo. Artykuły wstępne w nim zamieszczane charakteryzują się lekkim, łatwym i młodzieżowym językiem. Na kolejnych stronach pojawiają się tradycyjne opowiadania pornograficzne i foto-story, nierzadko przedstawiające orgie.

„On i on” wszedł do kiosków w 2002 r. Jest wydawany przez Agencję Wydawniczo-Reklamową Softpress, której nakładem przez 12 lat ukazywało się „Inaczej”. Można w nim wydzielić dwie części tematyczne: w pierwszej jest trochę plotek o słynnych gejach, porady psychologa, zwierzenia czytelników (często o tym, jak nieszczęśliwi są w życiu, jak trudno im ze swoim gejostwem funkcjonować w społeczeństwie itd. – z publikowania tego typu historii redakcje poszczególnych pism gejowskich powoli rezygnowały już w drugiej połowie lat 90. na rzecz motywowania środowiska do walki o swoje prawa). Druga część to już czysta pornografia: opowiadania i zdjęcia czasem nawet ostrzejsze niż w „Adamie”. To dość dziwne połączenie treści znajduje jednak swoich czytelników.

Dla „smakoszy” Softland, wydawca „Adama”, zaproponował „Super Adama”. To czasopismo dla poszukujących naprawdę mocnych wrażeń seksualnych. Zawiera dużo zdjęć

i teksty instruktażowe, co i jak zrobić, by dogodzić sobie w niecodzienny sposób. Zainteresowanych odsyłam do lektury miesięcznika.

Gdzie się podziały pisma społeczno-kulturalne?

We wrześniu 1996 roku powstała pierwsza strona internetowa dla gejów i lesbijek [www.in-nastrona.pl](http://www.in-nastrona.pl). Po jej udanym debiucie pojawiły się kolejne i z czasem przejęły rolę drukowanych pism społeczno-kulturalnych. Na stronach internetowych można znaleźć najnowsze, dotyczące gejów i lesbijek wiadomości z kraju i ze świata, artykuły o ostatnich wydarzeniach kulturalnych, teksty o modzie, zdrowiu, erotyce, przewodniki po klubach w całej Polsce i ogłoszenia towarzyskie. Jest tu dużo więcej informacji, które znacznie szybciej docierają do czytelnika. Internet umożliwia też przeprowadzanie rozmów przebiegających w czasie rzeczywistym z ludźmi z odległych miejsc, przyspiesza poznawanie się, umożliwia umawianie się na spotkania. Nie trzeba tygodniami wyczekiwać na listy. Poza tym okazjonalny dostęp do sieci jest tańszy niż zakup czasopisma drukowanego.

Zastanawiające jest, dlaczego Internet nie wyparł także pism pornograficznych. Przecież jest mnóstwo stron, na których można znaleźć nie tylko zdjęcia panów eksponujących swoje genitalia, ale także filmy z orgiastycznymi scenami. Na pewno sprzedaż czasopism w dobie upowszechnienia Internetu spadła. Niektóre redakcje próbowały zachęcać czytelników do kupna prezentami w postaci prezerwatyw, zdjęć na płytach CD czy filmów pornograficznych na płytach DVD. Ale pisma pornograficzne jeszcze długo nie znikną z kiosków, bo zapewniają więcej intymności niż komputer. Zawsze łatwiej się z nimi schować, np. w łazience czy innym kąci i „oddać się bez pamięci lekturze”. Nie zapominajmy, że są to pisma, które mają pobudzić seksualnie, a to wciąż jest jednak sprawa wstydliva.

## Pismo, które nie krępuje „heteryków”

W maju 2004 roku ukazał się pierwszy numer „InterHoma”, miesięcznika, którego redakcja postanowiła spełnić postulaty cytowanego wyżej, zawiedzionego czytelnika „Gejzera”. Jego wydawcą był Softpress (wspominany już przy omawianiu „Inaczej” i „On i on”), a współtworzyli ludzie, którzy przez wiele lat byli redaktorami „Inaczej” (np. Sergiusz Wróblewski, czy Marta Maciejewska). W tym piśmie dla gejów i lesbijek nie było ani jednego zdjęcia mężczyzny bez majtek, ani jednej nagiej kobiecej piersi. Były za to reportaże z warszawskiej Parady Równości, czy z krakowskiego festiwalu „Kultura dla tolerancji”, wywiady, np. z prof. Marią Szyszkowską, autorką projektu ustawy o rejestrowanych związkach partnerskich osób tej samej płci, z Ewą Drzyzgą, która niejednokrotnie w „Rozmowach w toku” gościła gejów i lesbijki, informacje z kraju i ze świata, recenzje i fragmenty książek z wątkiem homoerotycznym, recenzje filmów, przegląd stron internetowych, felieton (wzbudzający zazwyczaj wiele kontrowersji) przewodniki gejowskie po miastach europejskich, adresy klubów dla gejów w Polsce itd. Pismo z zainteresowaniem mógł przeczytać także „heteryk” i nic nie powinno było wzbudzić w nim oburzenia, niesmaku czy zażenowania.

Wypowiedzi na forach internetowych wskazywały, że pierwsze numery „InterHoma” czytano z zainteresowaniem. Skarżono się jedynie na trudności ze znalezieniem czasopisma w kioskach. Jednak po wydaniu 4 numerów miesięcznik zawieszono. Na stronie internetowej „InterHomu” ukazała się informacja – *Drodzy Czytelnicy, z dniem 1 września Wydawnictwo Softpress zadecydowało o zawieszeniu wydawania papie-*

*rowej wersji miesięcznika „InterHom”. Nie będziemy ukrywać, że decyzja taka została podyktowana twardymi prawami ekonomicznymi. Nie oznacza to jednak, że „InterHom” znika całkowicie z rynku. Pozostanie bowiem ta strona, która będzie kontynuatorką wersji papierowej. Systematycznie będziemy zamieszczać w tym miejscu przygotowane wcześniej materiały. Kontynuować będziemy rubrykę „Podróże”, opisując kolejne, mniej z gejowskiego punktu widzenia znane kraje. Pozostaną także omówienia gejowskich stron internetowych oraz klubowy rozkład jazdy, który dzięki temu będzie mógł być na bieżąco aktualizowany. Mamy również nadzieję, że pojawią się ciekawe artykuły i wywiady. Zachęcamy więc Was do odwiedzania naszej strony, która będzie systematycznie rozbudowywana, oraz zapewniamy, że powrócimy do wydawania wersji papierowej tak szybko, jak tylko będzie to możliwe<sup>7</sup>.*

Czy uda się wznowić „InterHoma” w wersji papierowej? A może inne wydawnictwo podejmie ryzyko wydania nowego czasopisma społeczno-kulturalnego dla homoseksualistów? Nie wiem. Jednak z krótkiego epizodu z „InterHomem” wynika, że w Polsce jest zbyt małe zapotrzebowanie na czasopismo dla homoseksualistów o treściach społeczno-kulturalnych, by jego wydawanie było opłacalne. Potrzeby większości zaspokajają widocznie wydawnictwa pornograficzne, mniejszość musi szukać treści dla siebie w Internecie bądź pismach zagranicznych.

**Magdalena Gromadzka**

<sup>1</sup>Por. Marek Mrok, Historia LGBT w Polsce, [www.zagaynik.zieloni2004.pl/hist.htm](http://www.zagaynik.zieloni2004.pl/hist.htm).

<sup>2</sup>Nieformalną Grupę Lambola założyli homoseksualiści z Olsztyna, którzy w 1994 roku wystąpili z Lambdy Olsztyn.

<sup>3</sup>Periodyzację tę opracowałam na podstawie badań, które zawarłam w opracowaniu: „Historia prasy gejowskiej w Polsce. Praca licencjacka”, Kraków 2004, zdeponowanym w bibliotece OBP UJ.

<sup>4</sup>Cyt. Od redakcji, „MEN!” nr 1, s. 3.

<sup>5</sup>„Nowego Mena – bis”.

<sup>6</sup>Cyt. *Relacje*, „Gejzer” nr 2/99, s. 44.

<sup>7</sup>Cyt. Sergiusz Wróblewski, Zawieszenie InterHoma, [www.interhom.pl](http://www.interhom.pl).

# To samo, ale nie tak samo

## Kilka sposobów na zmanipulowanie sondaży

Niemal co tydzień stacje telewizyjne i radiowe podają wyniki badań opinii publicznej, określające jakim poparciem cieszą się poszczególne partie polityczne. Wiele firm i instytucji zleca kosztowne badania, aby sprawdzić swoją: popularność, słuchalność, oglądalność, itd. Wyniki sondaży są zwykle publikowane i komentowane w mediach, a także wykorzystywane w kampaniach politycznych i reklamowych. Moim zdaniem wpływanie sondaży na opinię publiczną poprzez publikowanie rezultatów jest bezsporne. Poniżej przedstawię wybrane sposoby manipulowania wynikami sondaży i różne błędy w ich interpretacji.

*Paweł Migas*

Sondaż (ang. *survey*, franc. *sondage*) to szczególny sposób badania opinii, postaw, wartości, norm społecznych, etc. przy pomocy wywiadów z konkretnymi ludźmi, najczęściej przy pomocy z góry przygotowanych kwestionariuszy. Badanie może być przeprowadzone na próbie reprezentatywnej lub celowej. Dla rzetelności ankiety niezbędne jest zadawanie pytań jasnych i jednoznacznych oraz przedstawianie możliwych odpowiedzi do wyboru lub zadawanie tzw. pytań otwartych. Odpowiedni dobór pytań i możliwych odpowiedzi może posłużyć manipulacji.

Jak istotne może okazać się sugerowanie odpowiedzi na pytanie, pokazuje przykładowo sondaż OBOP-u z 1995 r. opublikowany przez „Głos Wielkopolski” (1995, nr 74). Przedstawiono tam dwa wykresy popularności kandydatów na prezydenta. W pierwszym nie sugerowano możliwych kandydatów, a w drugim przedsta-

wiono ciąg nazwisk. Efekt był bardzo interesujący. Aleksander Kwaśniewski uzyskał 16%, gdy nie sugerowano nazwisk i 33% gdy był umieszczony na liście. Jeszcze większą różnicę wykazało porównanie wyników poparcia dla Jacka Kuronia: 9% (niewymieniony) i 28% (wymieniony jako kandydat). Stanisław Tymiński został wskazany przez 4% respondentów, gdy był na liście, a nikt go nie wskazał w pytaniu otwartym. Moim zdaniem popularność oznacza, że ludzie znają daną osobę, a nie to, że koniecznie ją popierają. Rozgłos nie przekłada się bezpośrednio na poparcie dla polityków.

Najczęstsze błędy w sondażach to: zamiana słowa *popularność* na *zaufanie*, brak szerszych informacji u respondentów, zakamuflowane uprzedzenie, sztuczność pytania, ogólnikowość pytań i bezzasadne porównanie. Przyjrzyjmy się im nieco dokładniej.

## Zamiana słowa *popularność* na *zaufanie*

Najczęstszym błędem jest utożsamianie w sondażach słowa *popularność* z *zaufaniem*. Często *Wprost* i *Gazeta Wyborcza* podają w jednej rubryce informację: „CBOS o popularności polityków” i „Komu ufamy najbardziej?”. Po przedstawieniu „popularnych” postaci sceny publicznej prezentuje się ich jako cieszących się największym zaufaniem. Niewątpliwie służy to kreowaniu autorytetów, chociaż jest – równolegle – dezinformowaniem czytelników. Sygnalizuje się, że najpopularniejszy polityk, jest także tym, któremu najbardziej ufa społeczeństwo. Już poprzedni przykład pokazał, że popularny oznacza przede wszystkim znany, a niekoniecznie cieszący się zaufaniem.

## Brak szerszych informacji u respondentów

Ankietowany musi wiedzieć, o czym mówi, mieć rozeznanie w temacie. Publikowane przez media sondaże zwykle nie przestrzegają tej zasady. Przykładem może być sondaż sopockiej Pracowni Badań Społecznych z 1994 roku, w którym pytano: „Czy zgadza się Pan/Pani, czy też nie zgadza się na sposób, w jaki Lech Wałęsa sprawuje urząd prezydenta RP?” Pytanie było jednoznaczne i jasne, ale nie zbadano jaki procent pytanych interesuje się polityką. Uważam, że spora część ankietowanych nie interesuje się polityką i nie ma zdania na temat osoby prezydenta. Przedstawianie opinii osób nie orientujących się dokładnie w badanym temacie prowadzi, co najmniej, do wypaczeń. Jest to prosty sposób wpływania na społeczeństwo. Jeśli nie mający informacji i własnego zdania, usłyszą, że ktoś cieszy się dużą lub małą popularnością, prawdopodobnie, w następnym sondażu powtórzą taką opinię według modelu samo-spełniającego się proroctwa.

## Zakamuflowane uprzedzenie

Rzetelny sondaż powinien być wolny od osobistych sympatii politycznych, religijnych, etc. Niestety takie bywają tylko badania naukowe. Obecnie sondaże zamawiają głównie partie polityczne oraz media. Skutek jest oczywisty. Narusza się zasadę obiektywizmu pytań poprzez takie ich konstruowanie, aby same narzucały „właściwe” odpowiedzi. Przykładem może być pytanie: „Czy zgadza się Pan/Pani na sposób, w jaki sprawują swój urząd: 1) Prezydent Lech Wałęsa, 2) Premier Józef Oleksy?” Były trzy możliwe odpowiedzi: a) tak, b) nie, c) trudno powiedzieć. Osobami właściwymi do oceniania sposobu sprawowania urzędu są ci, którzy znają uprawnienia i obowiązki Prezydenta i Prezesa Rady Ministrów. Trudno oczekiwać, aby ktoś nieorientowany i niekompetentny mógł wyrazić obiektywny sąd o wysokich urzędnikach państwa. Spora część społeczeństwa nie interesuje się polityką, a pełną wiedzę o funkcjach prezydenta posiadają de facto tylko absolwenci prawa, politologii i kierunków pokrewnych. Tak więc, ocena ludzi nie mających kompetencji jest oceną osoby, a nie urzędu. Jeśli taki sondaż poprzedzi kampania ukazująca błędy osoby pełniącej dany urząd publiczny, to w ankiecie uzyska ona niskie poparcie, choć specjaliści mogą uważać ją za najbardziej kompetentną do pełnienia danej funkcji. Zatem badanie dotyczące oceny „sprawowania urzędu” powinno być poprzedzone pytaniem o znajomość kompetencji danego urzędu. Jeśli ankietowany wie, co ów urzędnik powinien robić, a co nie należy do jego uprawnień, to może dość rzetelnie ocenić tego człowieka.

## Sztuczność pytania

Błąd ten polega na zadaniu pytania pozbawionego sensu. Przykładem jest sondaż CBOS-u z czerwca 1995 r. (*Wprost*, czerwiec 1995, nr 27), w którym pytano o *popularność Kościoła Rzymskokatolickiego*. Do tekstu redakcja dołączyła graficzny wykres mający ilustrować społeczną aprobatę i dezaprobatę. Już wcześniej wskazywa-

łem, że słowo *popularny* oznacza przede wszystkim *znany*, czyli określa medialny rozgłos, a nie dez/aprobate dla tej instytucji publicznej. Sądzę, że wszyscy obywatele Polski słyszeli o Kościele Katolickim, więc wynik dla popularności powinien być bliski 100%, co nie jest równoznaczne z tym, że wszyscy popierają doktrynę i stanowisko Kościoła w wielu kwestiach. Zadawanie takich pytań prowadzi do wprowadzania w błąd ankietowanych i może wpływać myląco na opinię publiczną.

## Ogólnikowość pytań

Rzetelny sondaż zawiera pytania konkretne i tak sformułowane, aby była możliwa jednoznaczna odpowiedź. Jeśli ogólnikowo postawione pytania mają dwie skrajne odpowiedzi, to zwykle wyniki są sprzeczne z rzeczywistą opinią społeczeństwa. Jednym z przykładów jest pytanie OBOP-u o to, czy programy TVP S.A. wpływają na zwiększenie przestępczości (41%), czy też na zmniejszenie liczby przestępstw (29%)? Pytanie pozornie jest jednoznaczne, ale wachlarz możliwych odpowiedzi jest zbyt wąski względem pytania. Nie zawiera też tego, kto i jakie programy ogląda. Trudno oczekiwać, aby osoba oglądająca tylko prognozę pogody i sport uznała, że TVP wspiera przestępczość, a widz oglądający wyłącznie filmy akcji uznał, że telewizja nie odpowiada za wzrost przestępczości. Stosowanie ogólnikowych pytań wymusza na respondentach odpowiedzi powierzchowne i generuje nierzetelność (czyt. manipulowanie) badań.

## Bezzasadne porównanie

Zdarzają się sondaże, w których jesteśmy pytani o aprobatę dla instytucji publicznych. Zestawia się je wówczas wybiórczo i bez wyjaśnienia, co oznacza termin „aprobata”. Sondaż CBOS lipca 1995 roku (omówiony w artykule „Kościół w dołku” opublikowanym przez *Gazetę Wyborczą*, nr 176), jest dobrym tego przykładem, bowiem pytano w nim o: Polskie Radio,

wojsko, TVP, RPO, policję, samorząd lokalny, NIK, Kościół katolicki, rząd, Sejm, Senat i prezydenta. Wybrano różne typy instytucji zupełnie bezładnie. Moim zdaniem Kościół katolicki można porównywać z innymi wyznaniem, a nie z władzą ustawodawczą czy wykonawczą. Podobne zastrzeżenia budzi brak mediów komercyjnych na liście, przy jednoczesnej obecności mediów publicznych oraz brak prasy, gdy wymienione są tylko radio i telewizja. Trudno też jednoznacznie zrozumieć, co oznacza termin „aprobata”. Słowo to może być utożsamiane z poglądami danej instytucji całkowite, lub częściowe w mniejszym lub większym stopniu. Sondaż ten miał na celu wykazanie niechęci wobec niektórych instytucji. Podobnie jest z sondażami popularności osób z pierwszych stron gazet, gdy zestawia się prymasa Polski z prezydentem i aktorem. Wszyscy są znani, ale każdy w inny sposób.

## Podsumowanie

Zamykając te rozważania chcę podkreślić, że sondaże opinii publicznej są potrzebne i przydatne, ale winny być przeprowadzane przez niezależnych specjalistów. Zredagować dobry sondaż jest niełatwą sztuką. Jednocześnie mam nadzieję, że ucząc się na swoich błędach oraz korzystając z doświadczeń innych krajów, nasi ankieteryzy i analitycy – z biegiem czasu – będą prezentować coraz wyższy poziom zawodowy i przedstawiać bardziej rzetelny obraz rzeczywistości.

**Paweł Migas**

Przytoczone w artykule przykłady zostały zaczerpnięte z książki Ryszarda Dyoniziaka „Sondaże a manipulowanie społeczeństwem”, wyd. UNIVERSITAS, Kraków 1997.



# Koncepcja rytualnego chaosu a debata publiczna w Polsce

W latach 1947 – 1989 nie istniała w zasadzie możliwość omawiania ważnych dla kraju wydarzeń czy problemów z udziałem wszystkich grup społecznych. To oczywiste. Istniały przynajmniej dwie główne płaszczyzny debat publicznych: nomenklatury partyjnej oraz zwykłych obywateli. Jako, że jedyną uprawnioną debatą, była ta, którą narzucała i kontrolowała PZPR, tematy omawiane w trakcie „ogólnospołecznych” dyskusji dyktowane były przez władzę. A były to zazwyczaj zagadnienia zastępcze, odciągające uwagę od kwestii ważkich.

*Adrian Grzebinoga*

**P**rzelom 1989 r. zaowocował przywróceniem do życia debaty publicznej. Przestrzeń dyskursu publicznego znacznie się zwiększyła i zyskała akceptację społeczeństwa, które zdawało się chętnie, po latach przymusowej diety w wygłaszaniu opinii, przystępować do omawiania spraw ważnych. Dyskurs publiczny stał się pojęciem pełnym, choć znów nie udało się uniknąć jego sterowania. Rolę rozdzielającego i kontrolującego myśli zaczęły spełniać media. Media jednakże, jak wynika z ich definicji, są jedynie narzędziem. Prawdziwym, jak się zdaje, wykonawcą roli animatora ważnych społecznie motywów stały się elity symboliczne. W rozumieniu Teuna van Dijka należą do powyższej kategorii publicyści, dziennikarze, pisarze, autorzy podręczników szkolnych, intelektualisci, a także występujący w mediach politycy, inaczej mówiąc: te grupy i osoby, które sprawują bezpośrednią kontrolę nad publicznie dostępną wiedzą, publicznie prawomocnymi przekonaniami, nad kształtem i treściami pu-

blicznego dyskursu. Dla systemów totalitarnych władza w sferze symbolicznej jest kontrolowana przez dysponentów władzy politycznej.

Napisałem, że elity symboliczne pełniły władzę symboliczną. Nie jest pewne czy to masy są manipulowane przez media, czy też może media są „uwodzone” przez masy. Ta druga, przewrotna teza, zgodna z teorią Jeana Baudrillarda, zakłada, że masom odbiorców nie zależy na niczym innym, jak tylko by pozwolono im na bierność i milczenie. Mechanizm, który obserwujemy przy każdorazowym wertowaniu programu telewizyjnego, miałby polegać na dopasowaniu przekazów do niezmiennych oczekiwań odbiorcy. To już nie kreatywne wprowadzanie tematów debat i gospodarowanie ich językiem, ale pasywne i oportunistyczne „układanie się” pod widza. Elity symboliczne w tym ujęciu tracą zupełnie na znaczeniu stając się ślepym wykonawcą życzeń leniwej masy absorbującej przekaz.

Teoria ta broni się przy cynicznym założeniu niezmienności gustów masy odbiorców. Opiera się na przesłance, która głosi, że ludzie nie chcą być zaskakiwani przez przekazy, które odbierają. Korzystając jednak z logiki rozumowania Baudrillarda, można podważyć obserwowane powszechnie dążenie do coraz silniejszych podniet (zarówno intelektualnych, emocjonalnych jak i cielesnych) w przekazach perswazyjnych (np. reklamach). Masa domaga się zabiegania o jej świadomość poprzez wybieranie sygnałów o coraz silniejszym przekazie, a jednocześnie pragnie być biernym odbiorcą, któremu dostarczona jest łatwa do strawienia medialna papka? Wynika z tego, że istnieją dwa – równie dynamiczne i aktywne – obozy. Elity symboliczne próbujące zawładnąć mentalnością masy oraz masa, która zmusza elity do redukcji tych zapędów mentorskich do poziomu nie wymagającego zaangażowania.

Obserwacja współczesnych mediów wzmaga pesymizm. Wydaje się, że elity symboliczne całkowicie poddały się dominacji masy i kreują obraz przez nie narzucony. Elity symboliczne decydują o kształcie debaty publicznej na etapie narzucania tematów i języka. Natomiast element przekazywania wiedzy i doświadczeń tzw. kultury wysokiej wydaje się w mediach marginalny.

Wraz z rozpadem aktywnej publiczności następuje upadek dyskursu elit symbolicznych, który wiąże się z systematyczną degradacją i postępującym zanikiem tradycyjnego, normatywnego wzoru niezależnego uczonego i poszukującego intelektualisty. Ucieleśnieniem nowego typu reprezentanta elit symbolicznych jest np. pseudointelektualna gwiazda środków masowego przekazu.

\*\*\*

Zachłyśnięcie się pluralizmem, a jednocześnie zarysowanie ścisłych podziałów ideologicznych, stworzyło pewien schemat prowadzenia dyskusji publicznych w Polsce. Schemat ten przetrwał do dziś, uświadamiając nam, jak powolnej ewolucji poddawana jest sfera debaty publicznej w Polsce.

Oglądając jakikolwiek program publicystyczny w telewizji łatwo dostrzec obowiązujący schemat dyskusji. Publicystyczny, gdyż jego formuła wymusza uczestniczenie w debacie – biorą w nim udział przedstawiciele elit symbolicznych, których sposób zachowania niesie wzorce zachowania dla ogółu. Program nadawany przez telewizję, ponieważ posługując się analizą dyskursu w klasycznym rozumieniu odnosimy się do tekstów mówionych, można dzięki telewizji obserwować także zachowania pozawerbalne uczestników.

Analizowany przez nas abstrakt programu publicystycznego odbywa się wg następującego scenariusza:

- a) Prowadzący program przedstawia temat spotkania
- b) Uczestnicy dyskusji przedstawiają swoje stanowiska wobec problemu
- c) Dyskusja polega na dyskredytacji przeciwnika przy jednoczesnym prezentowaniu rozbieżnych od niego poglądów
- d) Podsumowanie i przedstawienie „protokołu rozbieżności”

Z obserwacji wynika, że audycja nie ma na celu osiągnięcia konsensusu, lecz jedynie kolejne zaprezentowanie publiczności swojego zdania. Wrażenie, że porozumienie jest z gruntu niemożliwe, a stronom sporu nie chodzi o nic więcej, aniżeli nagłośnienie własnych racji jest wywołane schematem dyskusji, który w literaturze przedmiotu nosi nazwę rytualnego chaosu. Strukturalne cechy tego typu komunikatu, czyli chaos, stają się istotnym metakomunikatem, a wobec sprzeczności i nieczytelności całości przekazu, także głównym komunikatem docierającym do odbiorcy. Towarzyszy temu rytualizacja zachowań.

\*\*\*

Warto prześledzić źródła i skutki powyższego schematu, jako że – jak już podkreślałem – zdaje się on głównym mechanizmem odbywania dyskusji w Polsce. Żeby schematy te były wyrażniejsze, posłużę się dyskursem politycznym.

Różnorodność sceny politycznej, wielość partii (pluralizm), prowadzi do wymuszonego różnicowania w sferze programowej, która na polskiej scenie politycznej przeradza się w sferę ideologiczną. Jest to pozostałość po nieodzownej silnej polaryzacji areny politycznej po 1989 r. Środki masowego przekazu narzucają specyficzną dramaturgię i retorykę walki o obecność, opartą na dążeniu do potęgowania wyrazistości politycznego głosu. Jak ujęliby to specjaliści od reklamy – należy dobrze upozycjonować markę, którą jest partia polityczna. Polaryzacja zaś prowadzi, według uczestników debaty, do silnej konfrontacji – zwłaszcza, kiedy różnice leżą aż na płaszczyźnie ideologicznej czy nawet moralnej. W rezultacie polską scenę polityczną cechuje ograniczenie zdolności do kompromisowego rozwiązywania konfliktów, a nawet niemal zanik skłonności do poszukiwania takich rozwiązań. Sprzyjają temu rozliczne warunki prowadzenia debat politycznych w Polsce:

- a) Wiele z debat dotyczących problemów bieżących, powiedzmy codziennych w funkcjonowaniu państwa, przekształca się w nacechowany moralistyczną retoryką spór o znaczeniu, jak się wydaje odbiorcom (i prawdopodobnie uczestnikom również), zasadniczym.
- b) Spór ten żywi się kontrastami. Wyodrębniony jest obraz różnic, opozycji i podziałów przedstawianych jako nieusuwalne.
- c) Debata przekształca się w spektakl autoprezentacji. Publiczne konfrontacje polityków tracą wtedy własności dialogu, polemiki, przekształcając się w ciąg monologów, zrytualizowanych przez ciągle powtarzanie tych samych tematów i argumentów.
- d) Dyskurs polityczny jest bardzo zbrutalizowany. Polega on bardzo często na dyskredytacji przeciwnika. Metody stosowane przez reprezentantów partii politycznych wykraczają często już nie poza ramy dozwolonych obyczajów, co nawet prawa.

Retoryka ostrego konfliktu zasad moralnej słuszności wygrywa na polskiej scenie dyskur-

su politycznego z retoryką kompromisu w imię zasad instrumentalnej skuteczności.

David Apter określa mechanizm walki partii politycznych o tożsamość. Co prawda Apter pisze o momentach przełomowych w życiu państwa, ale założenia jego teorii pozwalają analizować współczesny dyskurs polityczny w Polsce. Czyżbyśmy od piętnastu lat żyli wciąż w okresie przełomowym? Niewykluczone. Według Aptera moment przełomowy to stan wymagający dla państwa nowych rozwiązań ideologicznych, łączących obrazy wartości, celów i tradycji z instrumentalnymi zasadami panowania i rozwiązywania problemów, a więc tworzących całościowe – jak powiada autor – mito/logiki. Proponowany mechanizm wygląda następująco: 1) walka o tożsamość prowadzi do silnej ideologizacji i moralizacji sporów programowych, będącej konsekwencją roszczenia do wyłączności własnej racji; 2) wynikająca stąd blokada dialogu wzmacnia tendencje do rytualizacji dyskursu; 3) rytualizacja, wymuszająca eskalację środków wyrazu tożsamości, w połączeniu z absolutyzacją własnego stanowiska, tworzy podatny grunt dla praktyk dyskredytacyjnych, te zaś z kolei wzmacniają roszczenie do wyłączności własnej racji.

W walce o uznanie istotności swoich głosów strony sporu posługują się kilkoma rodzajami argumentacji. Struktury argumentacyjne to: typ argumentacji *światłego obywatela*, który można podzielić, ze względu na odniesienie do elementu rzeczywistości, na głos *eksperta* (kiedy strona szuka racji w prawidłowościach nauki) i *mędrca* (kiedy argumentacja opiera się na podstawach religijnych i moralnych) – w obydwu wariacjach odwołanie następuje do wyspecjalizowanej wiedzy o tym, jak się w danej sytuacji rzeczy mają niezależnie od opinii i woli tych, których się traktuje jako laików.

Typ *rzecznika* to struktura argumentacyjna, która odnosi się do głosów laików i nadaje im ważność. Głos *rzecznika* oparty jest zazwyczaj na badaniach opinii publicznej.

*Rzecznik* przemawia w imię ludu czy dominującej większości i wypowiedź ma charakter czysto ideologiczny, odwołuje się do ideologicznej i pozaempirycznej wizji zbiorowości. Analiza argumentacji używanej przez polityków, wywołała potrzebę wydzielenia jeszcze jednej kategorii – argumentacji *bojownika*.

Poprzez głoszenie radykalnych poglądów i przedstawianie prostych wizji świata i rozwiązania problemów oraz poprzez wskazanie wroga (najlepiej spersonalizowanego), wkrada się do świadomości społeczeństwa. Silna krytyka skompromitowanej w oczach wyborców klasy politycznej, jeszcze wzmacnia poparcie dla tego rodzaju argumentacji. Można ten rodzaj dyskursu zakwalifikować do pojęcia *rzecznika*, lecz chyba wykracza ona poza tę kategorię. *Bojownik* rozpoczyna od własnej, często samotnej walki, kreując dopiero popyt na taką argumentację.

Jeśli już w normalnej rzeczywistości politycznej argumentacja typu *światły obywatel* i *rzecznik* występuje zazwyczaj razem w łonie danej partii, tak połączenie argumentacji *światły obywatel* i *bojownik* jest „z definicji” niemożliwe. Te typy argumentacji są przeciwstawne, a nie rozłączne, jak *światły obywatel* i *rzecznik*.

Podczas gdy w Europie Zachodniej dyskurs polityczny zdominowany został przez retorykę instrumentalną (typu *światły obywatel*), tak w Polsce dominuje raczej retoryka moralistyczna i ideologiczna. Dochodzi niejednokrotnie do absurdalnych pod względem logicznym połączeń argumentacji jako równorzędnych i wyznaczających motywy sporu. Nie wiem, czy to z braku tradycji konstruktywnego dialogu, czy z rzeczywistej niemożności przekonania się do argumentacji przeciwnika w dyskusji, jednak wszelkie debaty kończą się zazwyczaj przeforsowaniem „twardego” stanowiska ugrupowania posiadającego akurat większość w parlamencie, a nie osiągnięciem konsensusu. Znana z teorii gier zasada zminimalizowania strat swoich i przeciwnika w celu wygrania jest na naszej scenie politycznej kompletnie niezauważalna.

W wyniku spiętrzenia argumentów używanych w ramach strategii forsowania „mocnych programów” – argumentów branych ze wszystkich możliwych źródeł uprawomocnienia naraz – opozycja między prezentowanymi stanowiskami staje się w końcu w publicznym odbiorze zderzeniem racji absolutnych, a tym samym odpornych na krytyczny dialog. Wyczerpanie zasobu argumentów nie może prowadzić na scenie politycznej do przerwania debaty, przekształca jedynie polemikę w spektakl oświadczeń, przypomnień i napomnień, obietnic i odpowiedzi stron na własne, retoryczne pytania, w których przeciwnik zostaje osadzony w retorycznie narzuconych rolach.

Publicznej wagi nabiera nie to, co się mówi, lecz sam fakt, że coś się po raz kolejny powtarza, zaś informacją staje się zaznaczenie obecności na scenie, prezentowania jako cnota niezmienności stanowiska, a tym samym niemożność osiągnięcia ugody. Pojawia się rytualizacja dyskursu, która cechuje się dążeniem w kierunku zaspokojenia oczekiwań odbiorców. Wyostrowanie prezentowanych poglądów polega nie na konieczności przekonania do nich przeciwnika, ten bowiem ma już swe niepodważalne racje, lecz skierowane jest ku masowemu audytorium, poszukującemu wyrazistych odzwierciedleń swych lęków i nadziei oraz wyraźnej polaryzacji stanowisk, ułatwiającej orientację wśród aktorów politycznych.

Rytualizacja, która następuje w opisywanym przypadku, polega na utrwalaniu się zestalonych, powtarzanych i niepodatnych na zmianę wzorów działania – mamy, więc do czynienia, zgodnie z terminologią Ervinga Goffmana, z rytualizacją konwencjonalną. Konwencjonalna rytualizacja w przypadku zachowań komunikacyjnych oznacza przede wszystkim, że przekazem staje się nie tyle treść komunikatu, ile fakt, że został on przekazany w określony sposób lub, że formaprzekazania treści nie odbiegła od konwencjonalnych oczekiwań.

Wielokrotne powtarzanie argumentów prowadzi do ich wyczerpania, upodabniając się one do sloganów reklamowych. W rytualnym użyciu

wypowiedzi politycznej chodzi o wywołanie odruchowego, bezkrytycznego, niemal automatycznego, odzewu na hasło, a nie o krytyczną analizę argumentów.

Na marginesie odnotujmy, że najbardziej nośne i najczęściej cytowane slogany polityczne to „Wyberzmy przyszłość” z kampanii wyborczej Aleksandra Kwaśniewskiego przed wyborami prezydenckimi oraz „Balcerowicz musi odejść” Andrzeja Leppera i Samoobrony głoszone przy każdej nadarzającej się okazji. Te dwa różne hasła oddziałują na zupełnie inną część świadomości społecznej. Pierwsze, o dużym stopniu abstrakcji i ogólności, utożsamia kandydata z przyszłością kraju – utrwalenie w świadomości wyborców tegoż połączenia jest już w zasadzie gwarancją wygranej. Drugie hasło ma za zadanie zjednoczenie elektoratu (bo o to przecież chodzi) wokół wspólnego wroga. W dodatku wróg jest konkretny. Slogan jest jasnym przykładem powyższej teorii.

Rytualny chaos święci tryumfy zwłaszcza w przekazach medialnych. Środki masowego przekazu dostarczają niezwykle silnego impulsu dla intensyfikacji dramatycznych cech komunikowania się. Skłonność elit politycznych do traktowania mass-mediów jako podstawowego instrumentu wywierania odpowiedniego wrażenia na potencjalnym elektoracie jeszcze wzmacnia tendencje dramatyczne dyskursu w mediach. W bezpośrednich starciach polityków przed publicznością obserwujemy, że w czasie kolejnego przedstawiania nie dających się pogodzić racji, mamy do czynienia z inscenizacją. Cały wysiłek przeciwników skierowany jest w uwiedzenie publiczności, a nie przekonania przeciwnika.

W mediach dominują komunikaty o wysokim stopniu konwencjonalizacji. Badacze dyskursu podkreślają, że medium szczególnie silnie podatnym na konwencjonalną rytualizację jest telewizja, a wśród programów telewizyjnych rytualne cechy zaznaczają się szczególnie wyraźnie m. in. w dyskusjach z udziałem polityków.

Rytualizacja przedstawień strony w warunkach nie dającego się rozstrzygnąć sporu zawiera w sobie możliwość eskalacji środków komunikowania wad i słabości przeciwnika, uniemożliwiających skuteczne porozumiewanie się. W naturalny sposób sprzęga się z tym zjawiskiem roszczenie do wyłączności racji, które jest równoznaczne z odmową uznania prawomocności, dopuszczalności, a w skrajnych przypadkach sensowności i zrozumiałości punktu widzenia przeciwnika. Spór zakłada wspólne uniwersum dyskursu. Rozpoczęcie debaty jest sygnałem o obustronnym przeświadczeniu o wystarczającym zasobie punktów odniesienia. Jeśli jedna strona sporu uznaje, że przeciwnik nie przedstawia zrozumiałych argumentów, odmawia mu zdolności do bycia stroną sporu, a tym samym dyskredytuje go jako przeciwnika.

\*\*\*

Przewyciężenie sytuacji problematycznej, przed którą stają strony, może być realizowane na arenie sporu. Arena może być zorientowana na współdziałanie lub na konflikt. W pierwszym przypadku uczestnicy podejmują próby ograniczenia lub zapośredniczenia sprzeczności interesów i różnic perspektyw raczej za pomocą artykulacji odmiennych stanowisk i dochodzenia do uzgodnień. W drugim przypadku uczestnicy nastawiają się na eskalację konfliktu. Teoria gier dostarcza większej ilości możliwych strategii rozwiązywania konfliktów. Mogą to być gry nastawione na współpracę (wygrana obydwu stron), na pełen konflikt (gry wojenne, gry wyborcze), gry o częściowym konflikcie (minimalizowanie strat) i gry rokowań. Każda z tych strategii pozwala przewidzieć optymalne zachowania przeciwnika w danym układzie zależności. Niestety polski dyskurs polityczny niejednokrotnie wymyka się tym opisom.

Bipolarny schemat rozwiązań na arenie sporu rozwidla się w cztery ścieżki przebiegu. Obydwu wariantom odpowiadają po dwa mechanizmy: produktywny i destruktywny. W nastawionym na kooperację schemacie opanowywania sytuacji problematycznych można wy-

różnić mechanizmy o etykietach: *porozumienie i ceremonia*; w nastawionym na konflikt: *dramat społeczny i rytualny chaos*.

Porozumienie opiera się na gotowości brania pod uwagę odmiennych punktów widzenia o różnym stopniu złożoności. Mechanizm porozumienia jest kooperacyjnym sposobem radzenia sobie z konfliktogennymi dylematami i sprzecznościami społecznych okoliczności. Efektem stosowania tego mechanizmu zazwyczaj nie może być stan faktycznego i pełnego porozumienia osób i grup składających się na zbiorowość, lecz jedynie przejściowy stan „porozumienia roboczego”.

Ceremonia to mechanizm dyskursu publicznego wynikający z nadmiernie schematycznej, zrutynizowanej i powierzchownej orientacji na kooperację, która prowadzi do jej fasadowego stosowania. Fasadowość ta polega na grze pozorów: deklarowanym metakomunikatem jest tu idea pełnego porozumienia, podczas gdy w rzeczywistości istnieje wyłączenie istotnych stanowisk z zakresu punktów widzenia branych pod uwagę lub nawet blokada ich artykulacji.

Dramat społeczny to pojęcie opisujące proces symbolicznie nacechowanych i dramatycznie skumulowanych faz artykulacji, eskalacji, opanowywania i zakończenia konfliktu społecznego. Z chwilą zainicjowania dramatu społecznego, co wymaga symbolicznie doniosłego złamania norm społecznych, dramat rozwija się zgodnie z zasadą fatalnej konieczności i potęgującego się bezładu, lecz w efekcie prowadzi do twórczego i produktywnego przepracowania napięć i sprzeczności, które stały u jego źródła.

Rytualny chaos jest konwencjonalnie rytualizowaną, skrajnie schematyczną, sfetysyzowaną, niemal karykaturalną formą dramatu społecznego. I tu następuje charakterystyczne zjawisko narastania bezładu, w odróżnieniu jednak od dramatu społecznego, przeciwności nie ulegają tu przewyciężeniu. Kryzysowa eskalacja konfliktu nie stanowi zatem w tym przypadku przejściowej fazy szerszego, konstruktywnego procesu, lecz jego stałą i domi-

nującą cechę. Dodatkowe komunikaty płynące w stronę publiczności sygnalizują niemożliwość porozumienia się oraz bezkonkludowność sporu. Bezład komunikacyjny jest w tego typu sytuacjach w gruncie rzeczy uporządkowany, a jego krańcową stereotypizację da się opisać. Rytualny chaos jest bezproduktywnym mechanizmem pozornego radzenia sobie z zaistniałym konfliktem i prowadzi do symbolicznie nacechowanej stabilizacji chaosu.

\*\*\*

Teoria rytualnego chaosu jest w przypadku polskiej debaty publicznej słuszna. Niestety, polska scena polityczna nie wypracowała metod skutecznego realizowania codziennych zadań bez oglądania się na ideologię. Samobójcze strategie wygrywania sporów nie poddają się opisom i próbom zracjonalizowania. Jedynie analiza dyskursu pozwala na orientację w tych poczynaniach – nie daje jednak nadziei na poprawę. Nie wiem tylko, czy bezproduktywne spory polityków są wynikiem czy źródłem ogólnospołecznego mechanizmu zażegnania sporów. Dyskurs polityki jest częścią dyskursu publicznego, więc raczej to politycy są „ofiarami” kultury sporu w społeczeństwie. Jednocześnie media utrwalają ten destrukcyjny wzorzec coraz dalej oddalając chwilę, w której polskie społeczeństwo stanie się społeczeństwem współpracy i dialogu.

**Adrian Grzebinoga**

# Skandynawia

## Media nordyckie w zarysie

W krajach skandynawskich rozwój systemu mediów przebiegał nieco inaczej niż w krajach Europy Zachodniej. Oczywiście, sytuacja mediów w poszczególnych państwach różni się od siebie, istnieją jednak pewne wspólne tendencje, zwłaszcza dla zmian w drugiej połowie lat 80.

Anna Olszowska

### Przemiany w latach 80. – ogólne tendencje

We wszystkich krajach nordyckich prasa staje się bardziej lokalna niż ogólnokrajowa, ale zarazem prawie nie spotyka się rejonów, gdzie ukazują się więcej niż dwie gazety. W Norwegii i Szwecji nastąpiła *monopolizacja* rynku gazet w wymiarze lokalnym, co oznacza zwalczanie konkurentów, wykupywanie pism „na niższym poziomie lokalności”, zakładanie TV kablowej, radiostacji (tzw. *monopolizacja terytorialna*). Zwiększają się wpływy z reklam, zmniejszają z subsydiów rządowych. Wiąże się to również z *depolityzacją* treści. Przyspieszają procesy *koncentracji* (umacniają się *łańcuchy* wydawców kontrolujących znaczną część rynku prasowego) oraz *uniwersalizacji* (duże domy wydawnicze inwestują w media elektroniczne i vice versa).

Charakterystyczny dla krajów skandynawskich jest długi okres monopolu publicznego

rozgłośni radiowych (najdłuższy w Finlandii). Przełamany został w latach 80. przez powstanie radia lokalnego: w Szwecji i Norwegii półprofesjonalnego, a w Finlandii od razu profesjonalnego. W Danii miał on wyłącznie komercyjny charakter. Wszędzie, prócz Szwecji, czerpano dochody z reklam.

Lata 80. przyniosły również wyraźną *demonopolizację* telewizji publicznej (najpóźniej w Norwegii). Drugi kierunek rozwoju to *lokalność*, a głównie tworzenie lokalnych sieci telewizji kablowych. Splata się to z *umiędzynarodowieniem* treści poprzez szeroki odbiór telewizji satelitarnej (pannordyckiej oraz niemiecko- i anglojęzycznej).

### NORWEGIA

**Prasa:** W Norwegii rozwinięte jest wyjątkowo czytelnictwo gazet. W przeciwieństwie do tendencji światowych już w latach 80. nie za-

uważano wzrostu zainteresowania elektronicznymi środkami komunikowania kosztem prasy. Spowodowane to było m.in. małym wyborem stacji - przez długi czas tylko jedna telewizja i dwa ogólnokrajowe programy radiowe, istniało natomiast około 200 dzienników (lokalne rynki prasowe miały często więcej niż jeden tytuł). Nakład prasy był najwyższy *per capita* w całej Europie<sup>1</sup>. Jak można przeczytać na oficjalnej stronie Ambasady Norwegii w Warszawie, czytelnictwo prasy należy w tym kraju do najwyższych w Europie. Ze względu na górzyste ukształtowanie terenu, występuje tu tendencja do koncentracji prasy - głównie na najbardziej zaludnionym zachodnim wybrzeżu i na południu kraju. System kolportażu drogą lotniczą stworzono dopiero w 1977 r.

W latach 1950 - 60 nastąpiła recesja na rynku prasowym. Stało się tak, ponieważ konkurencja wymagała oszczędności, co pociągnęło za sobą spadek nakładów dzienników. Dobrze prosperowały tylko największe gazety, utrzymujące się ze sprzedaży ulicznej i reklam. Do dziś wielkie dzienniki do 50% powierzchni przeznaczają pod reklamy.

Jako że mniejsze dzienniki nie miały się jak finansować, na początku lat 60. zaczęto zastanawiać się nad przyznaniem dotacji rządowych dla prasy. Decyzję przyspieszyło zamknięcie kilku norweskich gazet, co zbiegło się w czasie z ogłoszeniem rządowych subsydiów w Szwecji. Pod naciskiem Partii Chłopskiej, przy poparciu Partii Pracy, rząd ogłosił program dotacji dla prasy w 1969 roku. Przeciwno byli konserwatyści, którzy przestrzegali przed uzależnieniem finansowym od rządu. Doprowadzili oni do zmniejszenia subsydiów o 25%. Dotacje polegały m. in. na obniżeniu opłat pocztowych, tanich kredytach, a uzależnione były od liczby sprzedanych egzemplarzy (nakład musiał być poniżej 80 tysięcy egzemplarzy, czyli dotyczyło to wszystkich gazet, prócz trzech: *Aftenposten*, *Verdens Gang* i *Dagbladet*).

W omawianym okresie koncerny prasowe należały do spółki akcyjnej Partii Pracy, rodziny Schibsted (najstarszy i największy koncern,

wydający *Aftenpost* i *Verdens Gang*) oraz Orkli (posiadał 12 dzienników, telewizję kablową i satelitarną TV Norge).

Podstawowym zadaniem prasy było (wg Raportu ze Zjazdu Dziennikarzy w Oslo w 1991 r.): „wychowywanie społeczeństwa przez publikacje o charakterze kulturalnym i historycznym”. Do dwudziestolecia międzywojennego za miernik jakości publikacji uważało się również stopień reprezentacji faworyzowanego stronnictwa politycznego (dlatego raporty były często jednostronnie przedstawiane). Potem zaczęto żądać wyważonej relacji, o czym świadczy sukces *Aftenposten*. *Dagbladet* i *VG* są pismami bardziej sensacyjnymi, choć stosunkowo łagodnymi w porównaniu z niemieckimi tabloidami. Pod koniec lat 70. pojawiło się napięcie między rządem a prasą. W wyniku spotkania Związku Dziennikarzy Norweskich z Ministrem Spraw Zagranicznych wydano precedensowy Akt Wolności Informacyjnej, dający prawo dla prasy do wglądu w procedury administracyjne.

Norwegia ma dwie krajowe agencje prasowe (w Oslo): A/C Norsk Telegrambyra (NTB) od 1867 r. i A/C NPC (od 1954). Z pierwszą z nich łączy się anegdota, wg której musiała ona wydawać niemieckie biuletyny w czasie wojny, stąd skrót oznacza „not to believe”.

**Radio:** W okresie po drugiej wojnie światowej, sprzedaż radioodbiorników rosła w szybkim tempie. Do 1950 każda rodzina miała swój własny. Wg danych z połowy lat 90. XX w. Norwegia plasuje się na 5 miejscu w Europie pod względem ilości radio-odbiorników na 1000 osób (790/1000), po Wielkiej Brytanii, Finlandii, Francji i Szwecji. Przez niemal 50 lat NRK (Norsk Riks-ringkasting - od 1933) miała wyłączne prawo do zakładania stacji radiowych i telewizyjnych oraz rozpowszechniania programów za pomocą elektronicznych środków komunikowania. Jak doszło do powstania monopolu? Pierwsze prywatne stacje radiowe założono w 1920 r., ale 10 lat później parlament uznał, że radio jest dobrem publicznym i osoby prywatne nie powinny czerpać z niego korzyści. Na NRK nałożono obowiązek pokrycia całego kraju



przekaznikami i co istotne: zabroniono reklamy! (zakaz istnieje do dziś w państwowych stacjach).

NRK był silnie powiązany z instytucjami państwowymi. Dyrektor generalny powoływany był przez rząd na 8 lat. Jego decyzji nie mogli zmieniać ani członkowie zarządu, ani przedstawiciele rządu. W 1975 r. spisano założenia NRK: „udostępnianie informacji i kultury narodowi norweskiemu. Wyczerpujące sprawozdania i programy NRK powinny pobudzać do rozważań nad zagadnieniami życia publicznego (...)” itp. Spory na temat monopolu radiowego toczyły się na forum politycznym. Partia Pracy, Partia Ludowa i Chrześcijańska Partia Ludowa broniły NRK, przeciw była Partia Konserwatywna. Po wygranych wyborach konserwatyści doprowadzili do powstania sieci prywatnych radiostacji (1981).

Rok później powstało pierwsze prywatne radio, a za kolejne dwa lata drugie. W 1988 r. parlament zezwolił na wprowadzenie reklamy jako źródła finansowania prywatnych stacji, co jednak nie weszło w życie. Radia lokalne prowadzili najczęściej amatorzy, ze względu na brak pieniędzy; miały one bardziej rozrywkowy charakter od radia państwowego. Wśród Norwegów popularne są też stacje duńskie i szwedzkie.

**TV:** Pierwszy program telewizyjny wyemitowano w Norwegii stosunkowo późno – dopiero w 1960 roku. Spowodowane to było oporem rządu i NRK, które obawiało się zbyt wysokich kosztów. Pierwowzorem telewizji w Norwegii była brytyjska BBC. Program norweski koncentrował się jednak znacznie bardziej na kulturze lokalnej. Zachodnie wzorce programowe przystosowywane były często do norweskich, lub szerzej: skandynawskich struktur. W Norwegii (a także w innych krajach nordyckich) nie stosuje się dubbingu. Od połowy lat 80. wzrasta średni czas korzystania z mediów elektronicznych.

Ciekawy był proces wprowadzania na rynek nowej telewizji TV2, która działa dopiero od

1992 r.! Z przeprowadzonych badań opinii publicznej okazało się, że tylko 1/2 respondentów chciała nowej telewizji, podczas gdy wielu ludzi obawiało się tego. Koncesję otrzymała w końcu grupa Schibsted. Program TV2 jest pewnego rodzaju kompromisem między bardziej wyważoną ofertą programową nadawców publicznych i programem komercyjnym. Przyzwolono również na reklamy (dopiero w 1992), z ograniczeniem dotyczącym tytoniu, alkoholu, leków i usług lekarskich. Warto zaznaczyć, że Norwegia jest jednym z pionierów telewizji kablowej.

## DANIA

**Prasa:** Pojawieniu się TV na początku lat 50 towarzyszył tzw. „system czterech gazet”: każda z czterech głównych partii politycznych miała własny dziennik w każdym mieście. Szybko jednak to telewizja zaczęła wyznaczać Duńczykom kierunek polityczny. Ze 187 niezależnych gazet zostało tylko 65. Następowala też zmiana rodzaju prasy: od prasy opinii, przez tzw. omnibusy (gazety ogólnoinformacyjne) do dużych gazet prowincjonalnych.

**Radio:** Do roku 1983 monopolistą radiowym było Duńskie Radio Publiczne. Wówczas powstały pierwsze stacje radia lokalnego. Pięć lat później umożliwiono powstanie „Fundacji Radia Lokalnego”, która miała dofinansować stację nie prowadzącą działalności komercyjnej. Pomimo tego wielką słuchalność zdobyły radia komercyjne. W końcu lat 80. dwie trzecie rozgłośni radiowych i siedemdziesiąt procent telewizyjnych utrzymywało się z reklam!

**TV:** W Danii funkcjonują dwie ogólnokrajowe stacje telewizji publicznej: Telewizja Duńska (siedziba w Kopenhadze, od 1951 r.) oraz TV2 (od 1988 r. w Odense). Druga z wymienionych stacji powstała, by przełamać monopol Telewizji Duńskiej oraz by podnieść jakość i różnorodność oferty programowej. Ważnym powodem była również chęć stworzenia stacji, która mogłaby konkurować z telewizją kablową i zagraniczną. TV2 finansowane jest zarówno z opłat abonamentowych, jak i z reklam. Aby zreali-

zować postulat decentralizacji, utworzono w ramach TV2 osiem regionalnych stacji telewizyjnych, które jednak nie spełniły oczekiwań: zużyły jedną trzecią budżetu stacji, dając jedynie dziesięć procent produkcji i pozyskując małą publiczność.

## ISLANDIA

**Radio i TV:** Krajobraz medialny Islandii wydaje się być bardziej ubogi w porównaniu do sąsiadów. Wiąże się to przede wszystkim z niewielką liczbą mieszkańców. Jednak w latach 80. zmiany zaszły także w islandzkim krajobrazie medialnym. Islandia była jednym z ostatnich państw, które wprowadziły telewizję (1966). Za nią była tylko Albania, Lichtenstein, Andora i San Marino. W latach 50. wojska NATO stacjonujące w Keflavik zaczęły emitować program telewizyjny, który również odbierali Islandczycy. Odpowiedzią na zainteresowanie amerykańska rozrywką było utworzenie państwowego centrum RUV (Ríkisutvarpid), który miał monopol radiowy i telewizyjny do roku 1986, kiedy to powstała pierwsza prywatna stacja radiowa. Obecnie, jak podaje strona iceland.pl Islandia ma trzynaście stacji radiowych.

Tak mały rynek łatwo może ulec zmonopolizowaniu, dlatego w kwietniu br. islandzki parlament zatwierdził projekt ustawy, która może doprowadzić do podziału największego lokalnego giganta medialnego - Nordurljós. Projekt przewiduje, iż w efekcie nie będzie możliwe by jedna spółka była właścicielem jednocześnie stacji telewizyjnej i gazety codziennej. Nordurljós połączył się w lutym 2004 r. ze spółką Frétt, publikującą gazety: DV i Fréttablaðið. Nordurljós jest również właścicielem wytwórni muzycznej Skífan oraz sieci sklepów muzycznych.

## SZWECJA

**Prasa:** Prasa codzienna odgrywa istotną rolę w Szwecji. Jest tu jeden z najwyższych wskaźników nakładów gazet na jednego mieszkańca. Ukazują się tu głównie dzienniki lokalne lub regionalne,

a jedynie dwa tytuły mogą być traktowane jako ogólnokrajowe: Dagens Nyheter i Svenska Dagbladet. Wydawany od 1854 r. DN jest jedną z najbardziej prestiżowych gazet w krajach skandynawskich. Prezentuje poglądy liberalne. Założony w 1884 r. w Sztokholmie SD to dziennik ogólnoinformacyjny reprezentujący poglądy konserwatywne.

**Radio:** Od 1925 r. w dziedzinie radiofonii monopolistą było Sveriges Radio. W latach 70. zezwolono na nadawanie programów w ramach tzw. „radia sąsiedzkiego”. Owe lokalne radia miały pomóc organizacjom społecznym, początkowo kościelnym, później także politycznym i związkowym. Obowiązywał tam również zakaz nadawania reklam, podobnie jak radiu i telewizji publicznych. Trwało to aż do lat 90. W radiu publicznym pojawiły się trzygodzinne „okienka”, prezentujące programy regionalne. Jako samodzielne jednostki zaczęły funkcjonować dopiero w 1987 r.

**TV:** Od 1955 r. istnieje telewizja publiczna – STV (Sveriges Television). Już w 1969 uruchomiono jej drugi kanał. W latach 80. Wprowadzono szwedzkie kanały telewizji komercyjnej, transmitowane przez satelitę. Powstały prywatne kampanie produkujące lokalny serwis telewizyjny dla potrzeb sieci telewizji kablowej, a także kilka stacji prywatnych, które jednak nie rozwinęły się ze względu na zakaz zamieszczania reklam.

W Szwecji zaobserwować można dwie sprzeczne tendencje: wzrastający udział nowych mediów na rynku lokalnym oraz narastanie produkcji mediów ogólnokrajowych poza centralnym rejonem Sztokholmu. Media stały się bardziej niezależne politycznie, co oznacza także wzrost znaczenia czynników ekonomicznych. System mediów zróżnicował się, odbiorca ma duży wybór kanałów i bogatszą ofertę programową (tzw. fragmentaryzacja systemu mediów). Jednym z dynamicznych nowych kanałów jest TV4<sup>2</sup>.

## FINLANDIA

Można wskazać trzy specyficzne cechy Finlandii, które wpływały na rozwój mediów:

- 1) nie było tam monopolu telekomunikacji, a prywatne firmy odegrały dużą rolę w rozwoju telewizji kablowej,
- 2) silna prasa lokalna miała ogromny wpływ na lokalne radio,
- 3) publiczność telewizyjna była przyzwyczajona do reklam.

**Prasa:** Do roku 1989 redakcje gazet były jednym z najpoważniejszych pracodawców w Finlandii, uzyskując połowę globalnych obrotów. Pod koniec lat 80. nastąpił spadek eksportu (głównie do b.ZSRR), co spowodowało niedofinansowanie tego działu. W 1989 wskaźnik ilości dzienników na 1000 mieszkańców wynosił 554. Wydawano 174 gazety lokalne, w tym 140 bezpłatnych. W latach 1948-1989 około 40 dzienników uległo likwidacji, bądź wchłonięciu przez inne tytuły. Zwykle dotyczyło to gazet powiązanych z partiami politycznymi. W latach 80. wzrosła koncentracja prasy w Finlandii: cztery firmy wydawnicze kontrolowały blisko połowę globalnych nakładów (największa z grup Aemulethi-Group posiadała 12 dzienników). Następnie w wyniku wykupywania przez większe gazety prowincjonalne mniejszych, powstały „łańcuchy”. Wydawcy gazet inwestowali w inne media, aby umocnić swą pozycję na rynku, np. ponad 30 gazet zaangażowało się w telewizję kablową. Wzrost prasy został zahamowany w latach 90., gdy zmniejszyła się ilość reklam. Fińskie gazety mają właściwie charakter lokalny. Jedynie kilka pism rozprowadzanych jest w całym kraju. Najbardziej znane to: Helsingin Sanomat, Demari, Ilta-Sanomat (drugi pod względem wielkości nakład w kraju) i Iltalehti. Ogólnofiński zasięg mają też specjalizujący się w biznesie *Kauppalehti* i rolniczy - *Maasehdun Tulevaaisuus*. W 1998 r. ukazywały się 82 dzienniki, a łączny nakład prasy fińskiej wyniósł ok. 3,5 mln egz.

**Radio:** Monopol radiowy YLE przerwany został dopiero w połowie lat 80., kiedy przyznano 22 koncesje dla prywatnych lokalnych rozgłośni (w większości wydawnictwom praso-

wym). Miały one prawo do nadawania reklam. Na początku lat 90. działały 64 takie rozgłośnie, w tym jedynie 7 niekomercyjnych. Zyskały one słuchaczy kosztem rozgłośni publicznej YLE.

**TV:** Utrzymujący się od lat 30. ubiegłego wieku monopol telewizyjny kampanii radiowej YLE, został przełamany w latach 50. przez dwie niezależne stacje telewizyjne, które jednak już w roku 1964 podporządkowane zostały YLE. Odtąd funkcjonował system zwany „duopolizmem”, polegający na dominacji YLE nad komercyjną telewizją MTV (nie mylić z amerykańskim kanałem muzycznym). MTV miało prawo asystować w produkcji programów i tworzyć rynek reklam. W 1986 r. za sprawą Nokii system przekształcił się w „trypolizm”. Uruchomiono Trzeci Kanał - TV3, koncentrujący się na regionalnym i lokalnym rynku reklam na terenach aglomeracji fińskich. Telewizja kablowa, która powstała w 1975 r. utrzymuje się przeważnie z opłat abonentów i nie ma dużego znaczenia na rynku reklam. Choć telewizja ogólnokrajowa ma stosunkowo bogatą ofertę, zwiększa się rola telewizji satelitarnej i kablowej.

**Anna Olszowska**

#### **BIBLIOGRAFIA:**

- F. Balle, *Media et Societes*, Montchrestien, E.J.A., 1999, s.517  
 E. Banaszkiewicz-Zygmunt (red.) PWN-leksykon MEDIA, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.  
 R. Filas, „Przemiany mediów skandynawskich w latach osiemdziesiątych”, *Zeszyty Prasoznawcze* nr 3-4 (131-132), Kraków 1992  
 A.J., „Szwecja” [w:] *Prasa, radio i telewizja w świecie. Informator*, pod red. B. Golki, Krajowa Agencja Wydawnicza, Warszawa 1980, s.229-233  
 H. Ostbye, „Norwegian Media in the 1990s. Internationalization, Concentration and Commercialization”, *Nordicom* nr 1 (vol 21), Juni 2000  
 B. Płonka, *Radio i telewizja w Norwegii ze szczególnym uwzględnieniem sporów o II program telewizji*, UJ Instytut Nauk Politycznych, Kraków 1993  
 T. Syversten, G.M.M. Karlsen, „The Norwegian Television Market in the 1990s. Legal Framework, Market Situation, Financial Information and Programming of Public and Private Television” [w:] *Media Trends 1997 in Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden*, pod red. U.Carlsson, E.Harvie, Nordicom, Goteborg 1997  
**Strony internetowe:** [ambasadadanii.pl](http://ambasadadanii.pl), [amb-norwegia.pl](http://amb-norwegia.pl), [iceland.pl](http://iceland.pl), [virtual.finland.fi](http://virtual.finland.fi).

# Lokalne radio i telewizja w Szwecji

Szwedzki system mediów od początku konstruowany był jako silnie scentralizowany i oparty o kontrolę rządową. Przez długi czas istniały w tym kraju wyłącznie publiczne radio i telewizja, z czego wynika ich dzisiejsza silna pozycja. Stacje komercyjne funkcjonują w Szwecji dopiero od dekady.

*Michał Kuźmiński*

Częściowa i kontrolowana komercjalizacja szwedzkiego systemu elektronicznych środków masowego przekazu miała zmienić zarysowany powyżej krajobraz medialny.

Szwedzi zdecydowanie cenią sobie lokalne media – na przykład, to właśnie wysoka pozycja i popularność lokalnej prasy sprawia, że Szwecja jest krajem o jednym z najwyższych wskaźników czytelnictwa na świecie. Preferowanie lokalnych mediów idzie w parze ze szwedzką tradycją społeczeństwa obywatelskiego.

Celem niniejszego opracowania jest przede wszystkim przybliżenie polskiemu czytelnikowi treści raportu *Developments in the Media Field 2002*, wydanego przez Szwedzką Komisję ds. Radia i Telewizji, który kompleksowo omawia sytuację mediów w tym kraju. Pochodzi z niego większość zamieszczonych tu informacji, które zestawione zostały m.in. z danymi publikowanymi przez nadawców na swoich stronach internetowych.

## Radio

### **Krajobraz lokalnego radia – krótka historia i zasady**

Dopiero w 1977 roku dysponujący trzema ogólnokrajowymi kanałami nadawca publiczny *Sveriges Radio* (SR) zdecydował się na uruchomienie sieci rozgłośni lokalnych, działających pod wspólną nazwą SR4. Wydzielono 24 regiony nadawania na terytorium całego kraju a całe przedsięwzięcie, choć było bardzo drogie, okazało się trafiające w potrzeby odbiorców, przywiązanych do lokalności mediów. W tygodniu SR4 nadawało program lokalny, w weekendy zaś – wspólne audycje rozpowszechniane ze Sztokholmu. Taki system radia publicznego funkcjonuje w Szwecji do dzisiaj.

Początek lat 90. XX wieku przyniósł zmianę w znajdującym się dotychczas pod całkowitą kontrolą rządową systemie radiowym w Szwecji. Zdecydowano się wtedy na dopuszczenie

funkcjonowania rozgłośni komercyjnych, jednakże postawiono warunek, że mogłyby to być wyłącznie rozgłośnie lokalne. Było to podstawowe założenie dla szwedzkiego radia prywatnego. Uruchomienie stacji wymaga licencji przyznawanej przez Szwedzki Komitet ds. Radia i Telewizji, a licencje te zdecydowano się odstępować na aukcjach, według zasady „kto da więcej”. Zdaniem UllaStiny Ewenfeldt z Uniwersytetu w Göteborgu, powodowało to, że już na samym początku komercyjni nadawcy musieli zmierzyć się z poważnymi trudnościami. Pierwsza aukcja odbyła się we wrześniu 1993 roku i sprzedano wówczas 36 licencji na nadawanie w północnej i centralnej Szwecji. Następne aukcje w listopadzie 1993, marcu i listopadzie 1994 oraz w listopadzie 1995, przynosiły stopniowy spadek popytu na licencje: na drugiej sprzedano ich 21, na zachodnią i południową Szwecję, zaś na ostatniej, z 13 oferowanych znaleźli się nabywcy tylko na 11. Obecnie funkcjonuje ich 94 i średnio 75% ludności Szwecji odbiera prywatne (lokalne) stacje radiowe. Dzieśięć z tych 94 licencji przyznano na Sztokholm, pięć na Göteborg i po dwie praktycznie na każdy region.

W grudniu 2000 zdecydowano się zreformować ten system. Nowe reguły przyznawania licencji dopuszczają posiadanie kilku z nich przez jedną instytucję, pod warunkiem że nie dotyczą one tego samego regionu. Minimalne wymagania od nadawcy to emisja minimum trzech godzin własnego programu między godziną 6 a 21, a w przypadku gdy o licencję ubiega się więcej niż jeden kandydat, komitet bierze pod uwagę trzy kryteria: założenia programowe, warunki techniczne i finansowe oraz własność – idea systemu to *wspieranie różnorodności i wolności wypowiedzi oraz wzmacnianie lokalnych związków z lokalnym radiem komercyjnym*. Znacznie też obniżono opłatę licencyjną i ustalono jednakową stawkę, zamiast systemu aukcyjnego. Głównie to postanowienie spowodowało falę krytyki ze strony funkcjonujących licencjobiorców, którzy zarzucali komitetowi m.in. naruszenie zasad konkurencji. Jesienią 2001 Szwedzka Komisja ds. Radia i Telewizji przyznała 11 licen-

cji lokalnym stacjom komercyjnym. Po zmianie reguł przyznawania popyt gwałtownie skoczył – o licencje te ubiegało się 96 kandydatów.

Trzecim filarem szwedzkiego systemu radiowego są tzw. *radia komunalne*, wprowadzone w kwietniu 1979. Są to małe, nadające w promieniu do 5 kilometrów stacje, które można nazwać „gminnymi”. Do prowadzenia ich wymagana jest licencja Szwedzkiego Komitetu ds. Radia i Telewizji, a przyznawana jest ona lokalnym organizacjom typu *non-profit*, kościołom i organizacjom kościelnym, uniom studenckim oraz stowarzyszeniom powstałym w celu założenia takiego radia. Stacje te mają działać jako kanał komunikowania tychże organizacji. Przez pierwsze trzy lata funkcjonowania powstały one w szesnastu miejscach w Szwecji. 1 stycznia 1986 zakończył się okres próby i radia komunalne na stałe zaistniały w szwedzkim eterze, a popyt na licencje ciągle rośnie – w ostatnich latach liczba licencjobiorców ustaliła się na poziomie ok. 1210 w maju 2002.

### Lokalne stacje komercyjne

Warunek lokalności, jaki postawiono nadawcom prywatnym, szybko stracił na znaczeniu wobec obciążeń finansowych, jakie nałożono na nich na początku komercjalizacji. Jako że szwedzkie prawo definiuje „radio lokalne” jako „radio nadające lokalnie”, nie było większych przeszkód dla połączenia się stacji komercyjnych w grupy nadawców, działających na zasadzie koordynacji programowej i reklamowej. Ich programy produkowane są głównie w Sztokholmie, a emitowane lokalnie. Można wyliczyć cztery najważniejsze sieci radiowe i niemalże wszystkie rozgłośnie komercyjne do nich należą. Są to NRJ/Energy, Mix Metropol, Radio RIX/MTG oraz Fria Media.

#### • Fria Media

Do Fria Media należy 14 licencji, a koncern w imieniu stowarzyszonych w nim nadawców sprzedaje czas reklamowy. Jest to też współwłaściciel wielu firm – posiadaczy licencji oraz dużych lokalnych tytułów prasowych w Norrköping, Växjö, Kalmar, Blekinge i Helsingborg.

- Radio RIX/MTG

Do grupy należy 31 nadawców, 11 przynależących do RIX i 20 z MTG Radio. MTG Radio AB, w całości należące do działającej na giełdzie firmy Modern Times Group (MTG), na podstawie umów franchisingowych z nadawcami sprzedaje na terenie całego kraju ich czas reklamowy, zapewnia im obsługę marketingową, pomoc techniczną i prawa do marki „RIX FM” oraz dostarcza do 16 godzin programu dziennie. W Sztokholmie MTG jest właścicielem stacji Power Hit Radio, a na początku 2002 firmy przynależące do tej grupy zdobyły dwie kolejne licencje w stolicy od RTL Radio AB (prowadząca stację z klasyką muzyki pop – *Lugna Favoriter 104,7*) i WOW 105,5 AB. Zaś od 22 kwietnia 2002 działa w ramach MTG kanał *Metro FM 101,9*, gdzie słuchacze za pomocą wiadomości SMS głosują jaka piosenka ma być nadana.

- Mix Megapol

Zrzeszająca 14 stacji grupa działa wokół spółki Bonnier Radio AB, która zajmuje się produkcją programów i sprzedażą czasu reklamowego w imieniu skupionych w niej właścicieli licencji. Jedną z ważniejszych stacji jest w tej grupie *Radio Four 106,1* działające w Gotlandii, a w Sztokholmie Bonnier Radio prowadzi rozgłoszenie *Vinyl 107*, która nie jest objęta współpracą programową sieci Megapol. Wszystkie jednak stacje włączone są do wspólnej sieci reklamowej.

- NRJ/Energy

Wszystkich ośmiu zrzeszonych w tej grupie właścicieli licencji, posiadających ogółem 21 licencji, objętych jest umowami franchisingowymi z RF Radio Franchise Sverige AB (RF), właścicielem 49% akcji którego jest francuska spółka NRJ S A a 51% - Cedska AB. Na mocy umowy stacje posługują się marką NRJ, RF dostarcza im do 16 godzin programu dziennie, a za resztę produkcji odpowiedzialne są objęte umową stacje. Przy czym RF ma prawo do ustalania formatu stacji.

- Inne grupy

Poza czterema głównymi grupami radiowymi funkcjonuje jeszcze 14 nadawców zrzeszonych m.in. w *Radio City*, działającym w

Sztokholmie, Göteborgu i Lund a także w *107,5 Stockholm AB*, przy czym udziałowcem obu grup jest Scandinavian Broadcasting Systems (SBS). W ostatnim czasie większość nadawców, którym przyznano licencje, także nie jest związanych z żadną z powyższych czterech grup. Może się to wiązać z nadmienioną wcześniej zmianą zasad przyznawania licencji, na korzyść mniejszych nadawców.

## Lokalne radio publiczne

Założony w 1986 publiczny kanał lokalny Sveriges Radio 4 (SR4) osiągnął swój pełny rozwój w 1989 roku. Do 1986 natomiast, programy lokalne nadawane były w „okienkach czasowych” kanału SR3 (publiczny kanał młodzieżowy, profilem podobny do polskiej *Trójki*). Przed komercjalizacją w 1993 roku połączono SR4 oraz SR3 współpracą programową, ten pierwszy sprofilowano pod kątem starszych słuchaczy, przenosząc do niego audycje dla starszych poprzednio emitowane w kanale trzecim. Dzisiaj, w nocy i w weekendy SR4 nadaje wspólny program dla wszystkich swoich 25 rozgłośni lokalnych.

Dzienny zasięg programu czwartego wynosi 39%, głównie wśród ludzi w średnim wieku i starszych. Statystycznie dziennie słucha go przez trzy godziny około 3 milionów Szwedów. Warto podkreślić, że wiąże się to ze szczególnym przywiązaniem szwedzkich odbiorców mediów do lokalnych środków przekazu, zwłaszcza do wiadomości, które SR4 w dni robocze nadaje raz na pół godziny. 42% zawartości stanowi muzyka.

## Radio komunalne

Stacje non-profit, na prowadzenie których licencje przyznaje się organizacjom publicznym, są charakterystyczną cechą szwedzkiego eteru i wpisują się w szerszy kontekst szwedzkiego modelu społeczeństwa obywatelskiego, gdzie publiczne inicjatywy są bardzo promowane i hojnie finansowane. UllaStina Ewenfeldt określa to wprowadzone około 1979 roku rozwiązanie jako pomysł polityków na zainteresowanie większej ilości ludzi szeroko rozumianą lokalną de-

mokracją. Zasięg radia komunalnego nie może przekroczyć jednego miasta, z wyjątkiem sytuacji gdzie ze względu na „wyjątkowe okoliczności” zezwoli na to Szwedzki Komitet ds. Radia i Telewizji. Może to być sytuacja gdy miasteczko jest zbyt małe na to, żeby powstała w nim organizacja mogąca utrzymać więcej, niż kilka godzin nadawania w tygodniu.

Najwięcej rozgłośni komunalnych znaleźć można w południowej i centralnej Szwecji, a najwięcej jest ich – z oczywistych względów – w regionach, na których terenie leżą największe miasta: w maju 2002 roku działały w Sztokholmie 233 stacje komunalne, 304 w Południowej Gotlandii i 159 w Skanii. Największym źródłem finansowania tych stacji są, co ciekawe, subskrypcje członkowskie. Niektóre stowarzyszenia otrzymują dofinansowania od władz lokalnych, a poza tym prawo dopuszcza emisję reklam w komunalnych rozgłoszeniach.

## Telewizja

Szwedzka telewizja to system bardzo silnie scentralizowany. Właściwie wszystkie poważne programy nadawane są na skalę krajową, ze Sztokholmu. O faktycznie lokalnych kanałach telewizyjnych można mówić w przypadku niektórych nadawców. W 2001 roku zdecydowano o nieprzedłużeniu licencji dla *Stockholm 1 Lokal-television i Stockholm*, jako że nadawca ten nie zaczął emisji programu.

### Telewizja publiczna

W 1987 próbowano zreorganizować założoną w 1956 szwedzką telewizję publiczną *Sveriges Television* (SVT) – program pierwszy SVT1 (wówczas Channel1) miał działać ze Sztokholmu jako bazy, podczas gdy program drugi SVT2 (wówczas TV2) miał się opierać na dziesięciu stacjach regionalnych w całym kraju. Jednak po niespełna 10 latach, w 1996 roku zrezygnowano z regionalnego profilu SVT2. To właśnie wtedy przemianowano oba kanały na SVT1 i SVT2. Obecnie szwedzka telewizja publiczna nadaje pięć kanałów lokalnych w naziemnym systemie

cyfrowym. Natomiast produkcja programowa SVT od 2000 roku odbywa się w 6 lokalnych jednostkach w całej Szwecji. Poza Sztokholmem pracują jeszcze cztery grupy stacji: SVT Południe, SVT Zachód, SVT Centrum i SVT Północ.

### TV4 – Dynamiczny nadawca komercyjny

Prywatna stacja TV4 zaczęła emisję z nadajników naziemnych w 1992 roku, przedstawiając się jako *wiodące i najbardziej dynamiczne szwedzkie źródło rozrywki, wiadomości, informacji sportowych i dziennikarstwa społecznego w telewizji i innych mediach elektronicznych*. Obecnie emituje ona w paśmie cyfrowym 16 programów lokalnych, cztery programy w Internecie oraz prowadzi portal TV4 Interaktiv. Na najbliższy czas TV4 zapowiedziała reorganizację – ma zostać utworzone pięć okręgów lokalnych, nadające w dalszym ciągu z 16 istniejących stacji.

W swoich 16 kanałach lokalnych, od Öresund na południu, w Sztokholmie, Göteborgu, Jönköping, aż po stację Nörrbotten na północy, TV4 nadaje wiadomości, serwisy pogodowe i aktualności. Stacja, która stara się łączyć swoją ofertę telewizyjną z nowymi środkami komunikowania, otworzyła w 2000 roku serwis – przewodnik miejski *Allt om Stockholm* („Wszystko o Sztokholmie”), który ma być komplementarny dla lokalnego kanału *TV4 Stockholm*. Serwisy takie zostały także uruchomione dla Göteborga i Malmö.

### Lokalne telewizje kablowe

W Szwecji funkcjonują dwa typy telewizji kablowych. Pierwszy z nich to *sieci retransmitujące*, emitujące w kablu kanały naziemne czy satelitarne. Drugi, to *nadawcy oryginalni*, którzy mogą ubiegać się tak o prawo nadawania własnego programu tak lokalnego, jak i ogólnokrajowego. Szwedzki Komitet ds. Radia i Telewizji może przyznawać spółkom status lokalnego nadawcy kablowego, co daje takiej jednostce prawo nieodpłatnego dostępu do infrastruktury kablowej. Ale taki nadawca musi spełniać warunki takie, jak *dawanie prawa wypowiedzi różnorodnym grupom i opiniom czy wypełnianie w możliwie jak*

najszerszym stopniu prawa do wolności wypowiedzi i informacji. Zwykle tacy nadawcy ograniczeni są do terenu jednej miejscowości, a komitet przyznaje przeważnie prawa do nadawania w danej miejscowości tylko jednej stacji kablowej. Oczywiście, dopuszczalne są wyjątki.

Obecnie status taki posiada 26 lokalnych telewizji kablowych. Cztery spośród nich obejmują zasięgiem po dwie miejscowości. Najwięcej, bo sześć, jest ich w hrabstwie Sztokholmu. W sześciu hrabstwach, Kronoberg, Kalmar, Gotland, Halland Värmland i Västernorrland, nie działa żadna z nich.

## Podsumowanie

Szwedzkie media, choć z jednej strony stanowią niemalże wzór wolnego i niezależnego dziennikarstwa, pod względem formalnym tworzą system dość silnie oparty o rządowe, publiczne środki przekazu. Rozgłośnie i stacje komercyjne są tu zjawiskiem stosunkowo nowym, jako że Szwecja otworzyła rynek mediów prywat-

nych jako jeden z ostatnich krajów w Europie. Choć specjalny nacisk kładziono tu na lokalność, co odpowiadało potrzebom i przyzwyczajeniom społeczeństwa, względy finansowe, szczególnie istotne w przypadku mediów elektronicznych, wymusiły centralizację. Niemniej, takie charakterystyczne zjawiska szwedzkiego krajobrazu medialnego, jak radio komunalne, czy lokalne stacje kablowe, świadczą o tym, że obecność lokalnego radia i telewizji jest tu co najmniej pożądana.

**Michał Kuźmiński**

### Źródła

**Developments in the Media Field 2002**, The Swedish Radio and Television Authority, Sztokholm 2002  
**SVT.se**, <http://www.svt.se/svtinfo/inenglish/index.html>, odwiedzone 24.06.2003  
**TV4.se**, <http://tv4.se/>, odwiedzone 24.06.2003  
**PR4 Riks**, [http://www.sr.se/p4/fakta/fakta\\_p4.stm](http://www.sr.se/p4/fakta/fakta_p4.stm), odwiedzone 24.06.2003

Korzystałem z informacji udzielonych przez pracowników naukowych Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Masowej JMG na Uniwersytecie w Göteborgu, UllaStiny Ewenfeldt i Jana Strida, 5 i 10 lutego 2003

# K

oło Naukowe Studentów  
**IDIKS** UJ zaprasza studentów i wszystkich zainteresowanych do włączenia się w działalność koła

### Nasz adres:

Koło Naukowe Studentów  
 Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej  
 Uniwersytetu Jagiellońskiego  
 Rynek Główny 29, 31-010 Kraków  
 e-mail: [kolonaukowe@media.miks.uj.edu.pl](mailto:kolonaukowe@media.miks.uj.edu.pl)  
 lub [idiks@op.pl](mailto:idiks@op.pl)

## Zarząd koła:

**prezes**  
 Paweł Migas  
**wiceprezes**  
 Adrian Grzebinoga -  
**sekretarz**  
 Cyprian Szyszka  
**skarbnik**  
 Szymon Ostrowski

**Komisja rewizyjna:**  
 Tadeusz Płatek  
 Tomasz Czech

**Kurator koła:**  
 Dr Andrzej Nowosad



# Etyka dziennikarska i organizacje dziennikarskie w Szwecji

W Szwecji bardzo niewiele spraw dotyczących praktyki dziennikarskiej regulowanych jest jakimikolwiek aktami prawnymi (oczywiście za wyjątkiem np. tajemnicy wojskowej, czy pornografii dziecięcej). To środowisko dziennikarskie oddolnie reguluje reguły swojej pracy, co wydaje się dobrze świadczyć o zrozumieniu misji prasy. System ten określany jest jako *samodyscyplinujący się*, a opiera się o dobrowolność.

Małgorzata Barańska  
Michał Kuźmiński

Rynek medialny Szwecji, podobnie jak innych krajów skandynawskich (z wyjątkiem Danii) zdominowany jest przez silną prasę o pozycji ugruntowanej przez kilka wieków istnienia i utrzymujący się wysoki wskaźnik czytelnictwa. Do najważniejszych elementów szwedzkiego rynku prasowego należy duża liczba tytułów, silna pozycja prasy lokalnej, system abonencki, jak również rozwinięty system subsydiów. Rozwój radio i telewizji przez szereg lat był ograniczany i regulowany przez wydawców prasowych, zabiegających o utrzymanie dominującej pozycji prasy. Monopol państwa na posiadanie stacji radiowych i telewizyjnych został przełamany dopiero w latach 90., a działalność obu rodzajów mediów nadal jest ograniczona licznymi restrykcjami dotyczącymi głównie publikowania płatnych ogłoszeń i reklam.

## Prawo prasowe w Szwecji

Prawo prasowe w Szwecji należy do jednego z najbardziej liberalnych w Europie. Jego podstawę stanowi Akt Wolności Prasy uchwalony

w 1766 roku, gwarantujący prawo publicznego swobodnego wyrażania opinii. Wskutek uchwalonego prawa prasa wkrótce stała się forum dla dyskusji politycznych a jej związki z głównymi partiami politycznymi są silne nawet współcześnie.

Do innych chronionych ustawą praw należy nieograniczony dostęp do oficjalnych informacji, prawo do nieujawniania źródła informacji, jak również ustanowienie instytucji wydawcy odpowiedzialnego, ponoszącego konsekwencje wynikające z publikowania informacji i opinii.

Wraz z rozwojem pozostałych mediów, regulacje dotyczące prasy zostały rozszerzone także na radio i telewizję, jednak wkrótce potrzeba uchwalenia dodatkowych praw stała się nieodzowna. Prawo wolności wypowiedzi gwarantuje swobodę publikowania informacji i opinii, które mogą stać się przedmiotem oskarżenia dopiero po ich rozpowszechnieniu, uniemożliwiając tym samym cenzurę prewencyjną. Sprawy sądowe o zniesławienie sporadycznie kończą się jednak niekorzystnie dla wydawcy. Postępowania

nia te są jednocześnie jedynym przypadkiem, w którym o werdykcie orzeka sąd przysięgłych.

Kolejny dokument, Prawo o Radiu i Telewizji reguluje między innymi kwestie związane z praktyką *product placement*, które nie zostały uwzględnione w prawie prasowym. Wykroczenia przeciwko tej ustawie rozpatrywane są przez Szwedzką Komisję Nadawczą. Pozostałe regulacje zawarte są w przyznawanych przez komisję licencjach na nadawanie.

## Twórcy kodeksu etyki dziennikarskiej w Szwecji

W obliczu liberalnych regulacji prawnych, dużą rolę w kontrolowaniu publikacji w Szwecji odgrywają zasady etyki dziennikarskiej. Jej trzon stanowią trzy organizacje: Szwedzki Związek Wydawców Prasy (*Svenska Tidningsutgivareföreningen, STU*), Szwedzka Unia Dziennikarzy (*Svenska Journalistförbundet, SJF*) oraz Klub Wydawców (*Publicistklubben, PK*), zrzeszająca dziennikarzy i wydawców zainteresowanych etycznymi aspektami działalności mediów.

W 1916 roku trzy wymienione organizacje podpisały dokument podkreślający znaczenie odpowiedzialności mediów za publikowane informacje. Stworzony w ten sposób honorowy trybunał odpowiedzialny jest za przestrzeganie i informowanie o zasadach odpowiedzialności dziennikarskiej.

### Główne zasady szwedzkiego kodeksu etyki dziennikarskiej.

Współczesny szwedzki kodeks etyki dziennikarskiej składa się z trzech zbiorów zasad wytworzonych niezależnie przez każdą z trzech organizacji, nad których przestrzeganiem czuwają dodatkowo odrębne instytucje.

Najstarszym zbiorem zasad są uchwalony przez PK w kwietniu 1900 roku reguły dobrej praktyki dziennikarskiej, nazywane też Regułami Publikowania. Ich trzon stanowi pięć naczelných postulatów:

1) rzetelności publikowanych informacji,

- 2) respektowania prywatności,
- 3) szanowania praw osób udzielających wywiadu,
- 4) prawo do odpowiedzi,
- 5) zasady publikowania fotografii.

Nad przestrzeganiem tych zasad czuwa Rada Prasowa oraz Prasowy Rzecznik Praw (Prasowy Ombudsman).

Sformułowane w 1968 roku zasady profesjonalnego dziennikarstwa, stanowiące drugi element szwedzkiego kodeksu etyki, były początkowo wewnętrznym kodeksem Szwedzkiej Unii Dziennikarzy. Dotyczą one w głównej mierze sposobu pracy dziennikarza, odnosząc się między innymi do sposobów zdobywania informacji, odwoływania się do źródeł, jak również chroniąc osobę dziennikarza, jak zasady dotyczące respektowania integralności osobistej dziennikarza i zlecania upokarzających zadań. Ewentualne przekraczanie tych zasad rozpatrywane jest przez Komitet ds. Etyki Zawodowej działający przy SJF.

Ostatnim elementem szwedzkiego kodeksu etyki dziennikarskiej są Reguły Publikowania Reklam i Ogłoszeń, wprowadzone przez Szwedzki Związek Wydawców Prasy w roku 1970. Zasady te określają relacje między tekstem dziennikarskim a reklamowym, stosując za kryterium rozstrzygające istotność i ważność informacji w opozycji do funkcji reklamowej. Zgodnie z postanowieniami STU tekst reklamowy musi być wyróżniony spośród tekstów dziennikarskich w sposób uniemożliwiający wprowadzenie czytelnika w błąd.

Instytucją nadzorującą jest powołany przy STU Komitet ds. Publikowania Reklam i Ogłoszeń.

### Instytucje nadzorujące

Powołana przez STU Rada Prasowa i Prasowy Ombudsman (PO) rozpatrują skargi dotyczące łamania zasad dobrego dziennikarstwa. Osoba mająca zająć to drugie stanowisko nominowana jest przez specjalny komitet składający

się z Rzecznika Praw Obywatelskich, przewodniczących Szwedzkiej Rady Adwokackiej oraz Szwedzkiego Klubu Prasy. Skargi na naruszenia zasad dziennikarstwa, które przed utworzeniem instytucji PO trafiały bezpośrednio do Rady Prasowej, obecnie przegląda najpierw Ombudsman, przy czym ma on także prawo działania z własnej inicjatywy, jeśli strony chcą rozstrzygnąć kwestię sporną polubownie. Po otrzymaniu skargi decyduje on, czy problem może być rozwiązany za pomocą sprostowania, bądź odpowiedzi. Jeśli to nie wystarczy, PO może podjąć dochodzenie, zwracając się do redaktora naczelnego gazety o udzielenie odpowiedzi na zarzuty. Następnie skarżący zostanie poproszony o komentarz. Jeśli w wyniku dochodzenia Ombudsman stwierdzi faktyczne naruszenie zasad etyki dziennikarskiej, kieruje sprawę do Rady Prasowej. Jeśli zaś ją umorzy, skarżący może odwołać się bezpośrednio do Rady.

W skład Rady Prasowej wchodzi po jednym członku każdej z organizacji i dwóch reprezentantów społeczeństwa, przewodniczy jej osoba z wykształceniem prawniczym i praktyką w dziedzinie prawa prasowego. Jej werdykty mają charakter opiniotawczy, jednak cieszą się dużym autorytetem a gazeta uznana za winną łamania zasad etyki dziennikarskiej ma obowiązek opublikowania werdyktu rady na własnych łamach i opłacenia kosztów Rady (nie są to jednak wysokie sumy). Złożenie skargi jest bezpłatne, a PO zajmuje się także odpowiadaniem na pytania społeczeństwa dotyczące etyki dziennikarskiej. W ostatnich latach rejestrowano rocznie około 350-400 skarg, z których jedną trzecią Rada Prasowa rozpatrzyła, bądź na wniosek Ombudsmana, bądź w wyniku odwołania się od decyzji o umorzeniu. Średnio co dziesiąta z nich kończyła się formalną karą, czyli decyzją o opublikowaniu na łamach zaskarżonej gazety krytykującego ją werdyktu.

W odmienny sposób funkcjonuje utworzony przy SJF Komitet Etyki Zawodowej. Jego członkowie wybierani są spośród członków Unii Dziennikarzy a sam komitet spełnia tylko funkcję doradczą w stosunku do zarządu SJF, który

w szczególnych przypadkach może podjąć decyzję o wykluczeniu ze związku dziennikarza łamiącego zasady etyki. Od czasu powstania Unii sytuacja taka nie miała jednak miejsca.

W skład Komitetu ds. Publikowania Reklam i Ogłoszeń wchodzi członkowie wszystkich trzech organizacji. Rozpatrują oni różne kwestie związane z zasadami publikacji. Jest to jednocześnie najmniej aktywna instytucja spośród wszystkich trzech wymienionych.

## Rozwój szwedzkiego kodeksu etyki dziennikarskiej

Niepisane zasady etyki dziennikarskiej istniały w Szwecji już w drugiej połowie XIX wieku. Ich kodyfikację zapoczątkowało memorandum wystosowane przez prezydium PK do wszystkich swoich członków, zawierające propozycję unikania publikacji danych osobowych młodocianych przestępców jak również osób skazanych na łagodne kary. Działanie to miało na celu ochronę opisywanych osób i ułatwienie im powrotu do społeczeństwa.

Zasady te zostały przyjęte bez sprzeciwu przez większość środowiska wydawców i dziennikarzy i stały się podstawą uchwalonych niedługo później zasad dobrego dziennikarstwa.

W 1916 trzy główne organizacje dziennikarzy i wydawców podpisały porozumienie o utworzeniu honorowego trybunału rozpatrującego kwestie etyki dziennikarskiej, Radę Prasową (*Pressens Opinionsnämnd*, PON). W ten sposób stała się ona najstarszym tego typu trybunałem na świecie.

W 1923 roku PK uchwala pierwszy pisany kodeks etyki dziennikarskiej, dotyczący w głównej mierze ujawniania danych osobowych osób podejrzanych o popełnienie przestępstw. W następnych latach kodeks ten ulegał stopniowemu rozszerzaniu, obejmując także kwestie samobójstw oraz przestępstw na tle seksualnym.

Doświadczenia II wojny światowej skłoniły organizacje dziennikarzy i wydawców do rewii-

zji dotychczasowych zasad, czego efektem było uchwalenie w 1953 roku nowego kodeksu podającego ogólne wytyczne dotyczące działalności dziennikarskiej. Podczas gdy poprzednie regulacje kładły nacisk na to, czego należy unikać, nowe wprowadziły szereg ogólnych wytycznych dla informacji prasowej, jak nacisk na rzetelność i weryfikowanie informacji, poszanowanie prywatności, czy ostrożność podczas publikowania zdjęć i danych osobowych. Kolejna rewizja w roku 1967 wzmocniła niektóre zasady a także dodała prawo chroniące prywatność osób publicznych.

Dwa lata później powołano do życia instytucję Prasowego Ombudsmana a w 1970 do ogólnych zasad dobrego dziennikarstwa dołączono kodeks dla prasy, radio i telewizji tworząc w ten sposób Reguły Publikowania. Ostatnia rewizja wyróżniła sześć głównych zasad stanowiących trzon szwedzkiej etyki dziennikarskiej:

- 1) dostarczanie rzetelnych informacji,
- 2) prawo do opublikowania odpowiedzi,
- 3) respektowanie godności osobistej,
- 4) powstrzymanie się od oceny przed wysłuchaniem stron,
- 5) szczególna ostrożność podczas publikacji zdjęć,
- 6) ostrożność podczas publikowania danych osobowych.

Najważniejsze zmiany szwedzkiego kodeksu etyki dziennikarskiej poprzedzone były licznymi debatami w parlamencie, były więc w dużej mierze odzwierciedleniem nie tylko poglądów środowiska dziennikarzy i wydawców, ale także odbiciem stosunku opinii publicznej. Zasady etyki dziennikarskiej stanowią ważny punkt odniesienia dla dziennikarzy, znajdują także potwierdzenie w przekonaniach obywateli.

## Dylematy i zmiany

Britt Börjesson i Lenart Weibull z Uniwersytetu w Göteborgu, którzy przeprowadzili badania porównawcze między opiniami dziennikarzy a

społeczeństwa na temat zasad etyki prasowej w Szwecji stwierdzają, że system ten jest silnie zakorzeniony tak wśród dziennikarzy, jak i w opinii publicznej. Niekiedy jednak kwestionowano potrzebę wprowadzania zasad spisanych – pojawiają się opinie, że w takiej sytuacji dziennikarze zamiast mieć na uwadze zasady etyczne w swojej pracy, odnoszą się mechanicznie i bez refleksji do zapisów kodeksu. Börjesson i Weibull stwierdzili, że opinie takie pojawiają się głównie wśród młodszych dziennikarzy. W szwedzkim środowisku zainteresowanym problemami etyki medialnej toczy się dziś debata pomiędzy konserwatywnymi zwolennikami sformalizowanych zasad opartych o silne instytucje, a neoliberalami, którzy kładą nacisk na indywidualną odpowiedzialność dziennikarzy.

Badania Börjesson i Weibulla pokazują także, że pomiędzy dziennikarzami a społeczeństwem różnice opinii o granicach prawa do prywatności są stosunkowo nieznaczne, chociaż opinia publiczna chętniej niż dziennikarze widziałaby ujawnione nazwiska osób publicznych popełniających np. oszustwa podatkowe, mniej zaś przychylnie niż dziennikarze odnosi się do ujawniania nazwisk ofiar wypadków. Szwedzkie społeczeństwo nie akceptuje identyfikowania osób prywatnych, choćby pojawiały się w sferze publicznej, podczas gdy jest znacznie surowsze dla osób publicznych, znacznie słabiej rozgraniczając ich prywatną sferę życia od publicznej, niż dziennikarze.

Na początku lat 90 krytyka systemu etyki dziennikarskiej wywodziła się z dwóch źródeł. Po pierwsze pojawiały się głosy, że – paradoksalnie – system ten jest zbyt silny i przez to oderwał się od rzeczywistych problemów codziennego dziennikarstwa. Kodeks stał się namiastką prawa i przestał być integralną częścią dziennikarskiej praktyki – tak skład Rady Prasowej, jak i osoba Prasowego Ombudsmana były prawnikami. Za sprawą tej krytyki wprowadzono w 1990 zapis w kodeksie, że *etyka nie oznacza formalnego zastosowania zestawu nadanych reguł, lecz odpowiedzialne zachowanie przy wykonywaniu*

zawodu dziennikarza. Zapis ten, choć elegancki, nie zmienił jednak instytucjonalnego charakteru zasad etyki dziennikarskiej w Szwecji.

Drugim źródłem krytyki było postrzeganie Rady Prasowej jako ciała, którego decyzje miały konserwatywny i rygorystyczny charakter. Dotyczyła ona również samych zapisów kodeksu, które były formułowane negatywnie (*Nie publikuj nazwisk...*). W 1991 roku zapisy zostały przekształcone (*Zachowaj szczególną ostrożność publikując nazwiska...*), co umożliwia bardziej indywidualną interpretację poszczególnych przypadków. W 1993 roku zdecydowano się natomiast zrestrukturyzować zasady funkcjonowania Rady Prasowej i Prasowego Ombudsmana. Wprowadzono dwa składy Rady, pracujące naprzemiennie, co wymierzone było w rygorystyczność i arbitralność decyzji. Pozycja Ombudsmana, dotychczas postrzeganego raczej jako krytyka prasy, niż obrońcy etyki prasowej, została osłabiona – jego rolą stało się przygotowywanie zażaleń dla Rady Prasowej, rzadziej zaś występuje on publicznie. Odseparowano także jego stanowisko od Rady, zakazując mu obecności w czasie jej obrad.

## Szwecja – kraj mocnych zasad etycznych

Wspomniane badania Börjesson i Weibula pokazały, że tak dziennikarze jak i opinia publiczna, cytując autorów, respektują zasady gry. Pozycja kodeksu etyki dziennikarskiej jest tu tak silna dzięki jego instytucjonalności i ściśle mu związkowi z dwoma najmocniejszymi organizacjami w szwedzkim środowisku mediów – praktycznie wszystkie gazety należą do STU, a także prawie wszyscy dziennikarze, z *freelancerami* włącznie, należą do SJF. W dodatku praktycznie wszyscy członkowie Klubu Wydawców (PK) należą też do którejś z dwóch powyższych organizacji.

Po drugie zaś, siła systemu etyki wynika też ze sposobu, w jaki się rozwijał. Według Börjesson i Weibula, wszystkie nowo wprowadzane zasady związane były z bieżącymi problemami

powstającymi w praktyce. Powodowało to, że reguły były natychmiast i chętnie akceptowane.

Warto też zaznaczyć, że w Szwecji bardzo niewiele spraw dotyczących praktyki dziennikarskiej regulowanych jest jakimikolwiek aktami prawnymi (oczywiście za wyjątkiem np. tajemnicy wojskowej, czy pornografii dziecięcej). To środowisko dziennikarskie oddolnie reguluje reguły swojej pracy, co wydaje się dobrze świadczyć o zrozumieniu misji prasy. System ten określany jest jako *samodyscyplinujący się*, a opiera się o dobrowolność i finansowany jest wyłącznie przez omówione instytucje, które go budują.

**Małgorzata Barańska**  
**Michał Kuźmiński**

### Źródła:

Börjesson Britt, Weibull Lenart, **Perspectives on Changes in Swedish Press Ethics in the beginning of the 1990s**, Institutionen för Journalistik och Masskommunikation, Biblioteka Göteborgs Universitet, 21.04.1993

Weibull Lenart, **Views on press ethics - do readers and journalists agree?** JMG, Biblioteka GU

Weibull Lenart, **Perspectives on Changes in Swedish Press Ethics in the beginning of the 1990s**, JMG, Biblioteka GU

**PO-PON.** Allmänhetens Pressombudsman - Pressens Opinionsnämnd  
<<http://www.po.se/english.jsp?avd=english>>  
(odwiedzone 17.06.2003)

### Zasady publikowania artykułów:

- \* Zainteresowani publikacją tekstów w kolejnych numerach kwartalnika "Mediator" proszeni są o kontakt z redakcją na podany w stopce adres.
- \* Redakcja nie zwraca tekstów nie zamówionych.
- \* Redakcja zastrzega sobie prawo do odmowy publikacji zgłoszonego tekstu, wprowadzania skrótów oraz adjustacji.
- \* Akceptowane są teksty o objętości od 9 do 20 stron znormalizowanego maszynopisu.
- \* Każdy opublikowany artykuł musi mieć pozytywną opinię pracownika naukowego IDiKS.

**Termin nadsyłania prac do numeru 3/2004 upływa 10 listopada 2004r.**

# Gazeta z tramwaju

W połowie lat 90. troje przyjaciół wpadło na genialnie prosty pomysł. Przeciętny Szwed spędza w tramwaju czy metrze 15-20 minut. Wystarczy dać mu wtedy do ręki gazetę

*Michał Kuźmiński*

**S**zwedzi to naród czytelników prasy – w 2001 roku czytelnictwo wynosiło aż 86 procent, a jej zasięg, czyli ilość kopii na tysiąc osób, sięgał wg danych World Press Trends 541. Dla porównania liczba ta w Polsce wynosiła 28.

Skąd taka pozycja prasy? Prof. Lenart Weibull z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Masowej Uniwersytetu w Göteborgu tłumaczy, że od roku 1766, gdy powstał Akt Wolności Prasy, zaznała ona ponad dwustu lat niezakłóconego rozwoju. Prasa była chroniona i dofinansowywana przez państwo. Co ważniejsze, Szwedzi najczęściej sięgają po gazety lokalne – to 3/4 prasy w tym kraju. Do 1977 roku nie było w Szwecji lokalnej telewizji, a stacje komercyjne powstały jeszcze później, bo w latach 90. Stąd wypracował się zwyczaj sięgania po gazety. Szwecja to kraj o bardzo rozproszonym osadnictwie, stąd zainteresowanie sprawami lokalnymi.

Po drugie, uzupełnia profesor, większość gazet w Szwecji jest prenumerowana, czyli dociera do swoich czytelników codziennie i regularnie. Oprócz lokalnej gazety, żeby wiedzieć co słychać w świecie, lubiący prasę Szwed zamawia też przy okazji tytuł ogólnokrajowy, jak choćby największy dziennik *Aftonbladet*, tabloid czytany dziennie przez 500 tysięcy osób.

Ale to nie wszystko – właśnie w Szwecji narodził się jeszcze jeden sposób dystrybucji. W każdym tramwaju i na przystanku jest pojemnik z napisem: „Proszę bardzo, *Metro* jest za darmo” i „zabierz do domu, lub odłóż na miejsce”. *Metro* to bezpłatny dziennik rozdawany w środkach komunikacji. W połowie lat 90. troje przyjaciół, Pelle Andersson, Monica Lindstedt i Robert Braunerhielm wpadło na genialnie prosty pomysł: przeciętny Svensson spędza w tramwaju czy metrze 15-20 minut. Wystarczy dać mu wtedy do ręki gazetę z krótkimi informacjami, niewielkimi artykułami i jedną *cover story*, mini-reportażem. Niech będzie w niej nieco mniej sportu, bo to nie interesuje wszystkich, za to więcej informacji o wydarzeniach rozrywkowych. Zaprojektowali swoją gazetę tak, żeby lektura zajmowała nie więcej niż kwadrans. W formacie tabloidu, żeby wygodnie czytało się w tramwaju. 8 marca 1994 w stołecznych środkach komunikacji pojawił się ich eksperyment – ośmiostronicowa *StockholmsNotisen*, zrobiona przez cztery osoby, w nocy, w niewielkim biurze przy Kocksgatan. Później udało się im zdobyć wydawcę, firmę Stenbeck, właściciela programu TV3. Podpisali umowy z firmami komunikacyjnymi i 13 lutego 1995 mieszkańcy Sztokholmu dostali do ręki *Metro*.

Początkowo gazeta składała się głównie z przedruków informacji agencyjnych. Jako darmowa, nie miała dobrej opinii w środowisku, dziennikarze nie chcieli tu pracować. Ale było tak tylko kilka miesięcy. Szybko okazało się, że *Metro* odniosło błyskawiczny sukces. W 1998 powstaje wersja dla Göteborga, rok później – dla Malmö. Dziś tę gazetę czyta ponad milion osób dziennie, w tym 716 tysięcy w samej stolicy. Utrzymuje się ona z reklam.

Według Jana Strida, medioznawcy z Uniwersytetu w Göteborgu, *Metro* dociera do tych, którzy zwykle gazet nie czytają – ludzi z niższych warstw społecznych czy imigrantów. Pełni też rolę wychowawczą – przyzwyczajają do regularnego czytania gazet. Gdy np. imigrant z czasem dorobi się, będzie prawdopodobnie regularnie sięgał po gazety płatne.

Dzisiaj *Metro* wychodzi szesnastu krajach, ma 25 wydań, głównie w Europie, ale też w obu Amerykach (Montreal, Toronto, Boston, Filadelfia, Santiago de Chile) i Azji (Seul, Hongkong). W listopadzie 2000 roku na ulicach Warszawy pokazał się *Metropol*, według danych SMG/KRC docierający do co czwartego mieszkańca stolicy. Czy będzie uczył czytać prasę i Polaków? Zobaczymy.

# Ściągą z geografii

## Organizacje międzynarodowe

### Unia Europejska (od 1 maja 2004 r.):

Austria, Belgia, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Polska, Portugalia, Słowacja, Słowenia, Szwecja, Węgry, Wielka Brytania, Włochy.

### Kraje członkowskie Organizacji Paktu Północnoatlantyckiego (NATO):

Belgia, Bułgaria, Czechy, Dania, Estonia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Islandia, Kanada, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Niemcy, Norwegia, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Turcja, USA, Węgry, Wielka Brytania, Włochy

### Wspólnota Niepodległych Państw:

Armenia, Azerbejdżan, Białoruś, Gruzja, Kazachstan, Kirgizja, Mołdawia, Rosja, Tadżykistan, Turkmenistan, Ukraina, Uzbekistan

### Kraje powstałe po rozpadzie ZSRR:

Armenia, Azerbejdżan, Białoruś, Estonia, Gruzja, Kazachstan, Kirgizja, Litwa, Łotwa, Mołdawia, Rosja, Tadżykistan, Turkmenistan, Ukraina, Uzbekistan

### Kraje powstałe z rozpadu JUGOSŁAWII:

Bośnia i Hercegowina, Chorwacja, Macedonia (FYROM), Serbia i Czarnogóra, Słowenia

## Stolice państw świata - Europa

| Kraj                 | Stolica    | Kraj                | Stolica    |
|----------------------|------------|---------------------|------------|
| Albania              | Tirana     | Łotwa               | Ryga       |
| Andora               | Andora     | Macedonia           | Skopie     |
| Austria              | Wiedeń     | Malta               | Valletta   |
| Belgia               | Bruksela   | Mołdawia            | Kiszyniów  |
| Białoruś             | Mińsk      | Monako              | Monako     |
| Bośnia i Hercegowina | Sarajewo   | Niemcy              | Berlin     |
| Bułgaria             | Sofia      | Norwegia            | Oslo       |
| Chorwacja            | Zagrzeb    | Polska              | Warszawa   |
| Cypr                 | Nikozja    | Portugalia          | Lizbona    |
| Czechy               | Praga      | Rosja               | Moskwa     |
| Dania                | Kopenhaga  | Rumunia             | Bukareszt  |
| Estonia              | Tallin     | San Marino          | San Marino |
| Finlandia            | Helsinki   | Serbia i Czarnogóra | Belgrad    |
| Francja              | Paryż      | Słowacja            | Bratysława |
| Grecja               | Ateny      | Słowenia            | Lublana    |
| Hiszpania            | Madryt     | Szwajcaria          | Berno      |
| Holandia             | Amsterdam  | Szwecja             | Sztokholm  |
| Irlandia             | Dublin     | Ukraina             | Kijów      |
| Islandia             | Rejkiawik  | Watykan             | Watykan    |
| Liechtenstein        | Vaduz      | Węgry               | Budapeszt  |
| Litwa                | Wilno      | Wielka Brytania     | Londyn     |
| Luksemburg           | Luksemburg | Włochy              | Rzym       |

**Terytoria autonomiczne pod administracją:****duńską:** Wyspy Owcze (stolica: Thorshaven)**norweską:** Jan Mayen /autonomiczna część Norwegii/, Svalbard (stolica: Longyearbyen)**brytyjską:** Man (stolica: Douglas), Wyspy Normandzkie (Saint Peter Port - stol. wyspy Guernsey, Saint Helier - stol. wyspy Jersey)**Terytoria zależne pod administracją brytyjską:** Gibraltar (stol. Gibraltar)*Stolice obu Ameryk i państw Morza Karaibskiego*

| <b>Kraj</b>       | <b>Stolica</b> | <b>Kraj</b>               | <b>Stolica</b> |
|-------------------|----------------|---------------------------|----------------|
| Antigua i Barbuda | Saint John's   | Kostaryka                 | San Jose       |
| Argentyna         | Buenos Aires   | Kuba                      | Hawana         |
| Bahamy            | Nassau         | Meksyk                    | Meksyk         |
| Barbados          | Bridgetown     | Nikaragua                 | Managua        |
| Belize            | Belmopan       | Panama                    | Panama         |
| Boliwia           | Sucre          | Paragwaj                  | Asuncion       |
| Brazylia          | Brasilia       | Peru                      | Lima           |
| Chile             | Santiago       | Portoryko                 | San Juan       |
| Dominika          | Roseau         | Saint Kitts i Nevis       | Basseterre     |
| Dominikana        | Santo Domingo  | Saint Lucia               | Castries       |
| Ekwador           | Quito          | Saint Vincent i Grenadyny | Kingstown      |
| Grenada           | Saint George's | Salwador                  | San Salvador   |
| Gujana            | Georgetown     | Stany Zjednoczone:        | Waszyngton     |
| Gwatemala         | Gwatemala      | Surinam                   | Paramaribo     |
| Haiti             | Port-au-Prince | Trynidad i Tobago         | Port-of-Spain  |
| Honduras          | Tegucigalpa    | Urugwaj                   | Montevideo     |
| Jamajka           | Kingston       | Wenezuela                 | Caracas        |
| Kanada            | Ottawa         |                           |                |
| Kolumbia          | Bogota         |                           |                |

*Terytoria autonomiczne, niesamodzielne i zależne:***brytyjskie:**

Anguilla (The Valley)  
 Bermudy (Hamilton)  
 Brytyjskie Wyspy Dziewicze (Road Town)  
 Kajmany (Georgetown)  
 Montserrat (Plymouth)  
 Turks i Caicos (Grand Turk)  
 Falklandy/Malwiny (Stanley)

**duńskie:**

Grenlandia (Nuuk (Godthab) )

**francuskie:**

Gujana Francuska (Kajenna)  
 Gwadelupa (Basse-Terre)  
 Martynika (Fort-de-France)  
 Saint-Pierre i Miquelon (Saint-Pierre)

**holenderskie:**

Antyle Holenderskie (Willemstad)  
 Aruba (Oranjestad)

**Stanów Zjednoczonych:**

Wyspy Dziewicze USA (Charlotte Amalie)



*Stolice państw świata - Azja*

| <b>Kraj</b>              | <b>Stolica</b>      | <b>Kraj</b>                | <b>Stolica</b>  |
|--------------------------|---------------------|----------------------------|-----------------|
| Afganistan               | Kabul               | Korea Północna             | Phenian         |
| Arabia Saudyjska         | Rijad               | Kuwejt                     | Kuwejt          |
| Armenia                  | Erewan              | Laos                       | Wientian        |
| Azerbejdżan              | Baku                | Liban                      | Bejrut          |
| Bahrajn                  | Manama              | Malediwy                   | Male            |
| Bangladesz               | Dakka               | Malezja                    | Kuala Lumpur    |
| Bhutan                   | Thimphu             | Mongolia                   | Ułan Bator      |
| Brunei                   | Bandar Seri Begawan | Myanmar (d. Birma)         | Rangun          |
| Chińska Republika Ludowa | Pekin               | Nepal                      | Katmandu        |
| Filipiny                 | Manila              | Oman                       | Maskat (Masqat) |
| Gruzja                   | Tbilisi             | Pakistan                   | Islamabad       |
| Indie                    | Nowe Delhi          | Singapur                   | Singapur        |
| Indonezja                | Dżakarta            | Sri Lanka (Cejlon)         | Kolombo         |
| Irak                     | Bagdad              | Syria                      | Damaszek        |
| Iran                     | Teheran             | Tadżykistan                | Duszanbe        |
| Izrael                   | Jerozolima          | Tajlandia                  | Bangkok         |
| Japonia                  | Tokio               | Tajwan (Republika Chińska) | Tajpej          |
| Jemen                    | Sana                | Timor Wschodni             | Dili            |
| Jordania                 | Amman               | Turcja                     | Ankara          |
| Kambodża                 | Phnom Penh          | Turkmenistan               | Aszchabad       |
| Katar                    | Dauha               | Uzbekistan                 | Taszkient       |
| Kazachstan               | Astana              | Wietnam                    | Hanoi           |
| Kirgistan                | Biszkek             | Zjedn. Emiraty Arabskie    | Abu Zabi        |
| Korea Południowa         | Seul                |                            |                 |

**Terytoria autonomiczne:**

Izraelskie: Autonomia Palestyńska (stolica: Ram Allah)

*Kraje Australazji*

| <b>Kraj</b>                  | <b>Stolica</b> | <b>Kraj</b>       | <b>Stolica</b>     |
|------------------------------|----------------|-------------------|--------------------|
| Australia                    | Canberra       | Papua-Nowa Gwinea | Port Moresby       |
| Federacyjne Stany Mikronezji | Palikir        | Samoa Zachodnie   | Apia               |
| Fidżi                        | Suwa           | Tonga             | Nukualofa          |
| Kiribati                     | Bairiki        | Tuvalu            | Vaiaku             |
| Mariany Północne             | Chalon Kanoa   | Vanuatu           | Vila               |
| Nauru                        | Jaren          | Wyspy Cooka       | Avarua             |
| Niue                         | Alofi          | Wyspy Marshalla   | Dalap-Uliga-Darrit |
| Nowa Zelandia                | Wellington     | Wyspy Salomona    | Honiara            |
| Palau                        | Koror          |                   |                    |

## *Terytoria niesamodzielne i zależne:*

### **USA:**

Guam (Agania)  
Midway, Wake - brak stolic  
Samoa Amerykańskie (Pago Pago)

### **Francji:**

Nowa Kaledonia (Numer)  
Wallis i Futura (Mata-Utu)  
Polinezja Francuska (Papeete)

### **Australii:**

Norfolk (Kingston)  
W. Bożego Narodzenia (Flying Fish Cove)  
Wyspy Kokosowe (Bantam Village)

### **Wielkiej Brytanii:**

Pitcaim (Adamstown)

### **Nowej Zelandii:**

Tokelau (Fakaofu)

## *S t a n y   U S A*

| <b>stan</b>              | <b>stolica stanu</b>      | <b>stan</b>        | <b>stolica stanu</b> |
|--------------------------|---------------------------|--------------------|----------------------|
| <i>Dystrykt Kolumbii</i> | Waszyngton (stolica fed.) | Michigan           | Lansing              |
| Alabama                  | Montgomery                | Minnesota          | Saint Paul           |
| Alaska                   | Juneau                    | Mississippi        | Jackson              |
| Arizona                  | Phoenix                   | Missouri           | Jefferson City       |
| Arkansas                 | Little Rock               | Montana            | Helena               |
| Connecticut              | Hartford                  | Nebraska           | Lincoln              |
| Dakota Południowa        | Pierre                    | Nevada             | Carson City          |
| Dakota Północna          | Bismarck                  | New Hampshire      | Concord              |
| Delaware                 | Dover                     | New Jersey         | Trenton              |
| Floryda                  | Tallahassee               | Nowy Jork          | Albany               |
| Georgia                  | Atlanta                   | Nowy Meksyk        | Santa Fe             |
| Hawaje                   | Honolulu                  | Ohio               | Columbus             |
| Idaho                    | Boise City                | Oklahoma           | Oklahoma City        |
| Illinois                 | Springfield               | Oregon             | Salem                |
| Indiana                  | Indianapolis              | Pensylwania        | Harrisburg           |
| Iowa                     | Des Moines                | Rhode Island       | Providence           |
| Kalifornia               | Sacramento                | Teksas             | Austin               |
| Kansas                   | Topeka                    | Tennessee          | Nashville            |
| Karolina Południowa      | Columbia                  | Utah               | Salt Lake City       |
| Karolina Północna        | Releigh                   | Vermont            | Montpelier           |
| Kentucky                 | Frankfort                 | Waszyngton         | Olympia              |
| Kolorado                 | Denver                    | Wirginia           | Richmond             |
| Luizjana                 | Baton Rouge               | Wirginia Zachodnia | Charleston           |
| Maine                    | Augusta                   | Wisconsin          | Madison              |
| Maryland                 | Annapolis                 | Wyoming            | Cheyenne             |
| Massachusetts            | Boston                    |                    |                      |

*Stolice państw świata - Afryka*

| <b>Kraj</b>                   | <b>Stolica</b> | <b>Kraj</b>                  | <b>Stolica</b> |
|-------------------------------|----------------|------------------------------|----------------|
| Algieria                      | Algier         | Mali                         | Bamako         |
| Angola                        | Luanda         | Maroko                       | Rabat          |
| Benin                         | Porto Novo     | Mauretania                   | Nawakszut      |
| Botswana                      | Gaborone       | Mauritus                     | Port Louis     |
| Burkina Faso                  | Wagadugu       | Mozambik                     | Maputo         |
| Burundi                       | Buzumbura      | Namibia                      | Windhuk        |
| Czad                          | Ndżamena       | Niger                        | Niamej         |
| Demokratyczna Republika Konga | Kinszasa       | Nigeria                      | Abudża         |
| Dżibuti                       | Dżibuti        | Rep. Południowej Afryki      | Kapsztad       |
| Egipt                         | Kair           | Rep. Środkowoafrykańska      | Bangi          |
| Erytrea                       | Asmara         | Rep. Zielonego Przylądka     | Praja          |
| Etiopia                       | Addis Abeba    | Ruanda                       | Kigali         |
| Gabon                         | Libreville     | Sahara Zachodnia             | Al-Ujun        |
| Gambia                        | Bandżul        | Senegal                      | Dakar          |
| Ghana                         | Akra           | Seszele                      | Victoria       |
| Gwinea                        | Konakri        | Sierra Leone                 | Freetown       |
| Gwinea Bissau                 | Bissau         | Somalia                      | Mogadiszu      |
| Gwinea Równikowa              | Malabo         | Suazi                        | Mbabane        |
| Kamerun                       | Jaunde         | Sudan                        | Chartum        |
| Kenia                         | Nairobi        | Tanzania                     | Dodoma         |
| Komory                        | Moroni         | Togo                         | Lome           |
| Kongo                         | Brazzaville    | Tunezja                      | Tunis          |
| Lesotho                       | Maseru         | Uganda                       | Kampala        |
| Liberia                       | Monrowia       | Wyb.Kości Słoniowej          | Jamusukro      |
| Libia                         | Trypolis       | Wyspy Św. Tomasza i Książęca | Sao Tome       |
| Madagaskar                    | Antananarywa   | Zambia                       | Lusaka         |
| Malawi                        | Lilongwe       | Zimbabwe                     | Harare         |

*Terytoria niesamodzielne i zależne***brytyjskie:**

Brytyjskie Terytorium Oceanu Indyjskiego;  
 Święta Helena - stolica: Jamestown;

**francuskie:**

Reunion - stolica: Saint-Denis;  
 Majotta - stolica: Dzaoudzi

**portugalskie:**

Madera /region autonomiczny Portugalii/;

**hiszpańskie:**

Terytoria Hiszpańskie w Afryce Północnej  
 /Ceuta i Melila/;

Wyspy Kanaryjskie - stolica: Santa Cruz de Tenerife;

**Jemenu:**

Sokotra /integralna część Jemenu/;

