

## MEANDRY KOMUNIKACYJNEJ EWOLUCJI. OD MEDIOSFERY DO MORALNOŚCI

Ignacy S. Fiut: WSPÓLCZESNE TRANSFORMACJE MEDIALNE. PRASA BEZPŁATNA, NOWE MEDIA I ETYKA. Wydawnictwo Aureus, Kraków 2015. S. 228.

Książka Ignacego S. Fiuta składa się ze „Słowa wstępnego” i trzech głównych części: „Ewolucja prasy bezpłatnej w Polsce”, „Geneza konwergencji i dywergencji mediów” oraz „Problemy współczesnej etyki mediów”, podzielonych na dwanaście krótszych rozdziałów. Praca zawiera również notę wydawniczą, bibliografię oraz indeks nazwisk.

W niezwykle szerokim spektrum poruszanych przez autora zagadnień podstawowymi kwestiami są postępujące współcześnie zmiany komunikacyjne, a dokładniej – głębokie transformacje zawartości starych i nowych mediów, przyczyny owych transformacji, jak również istotne zmiany form obecności nowych i starych mediów na dzisiejszym rynku medialnym. Jak wskazuje Autor, ewolucja aktualnych procesów komunikowania implikuje różnorodną problematykę: od wdrażania innowacyjnych technologii cyfrowych przez fenomen przewagi oglądania nad czytaniem, problem tworzenia, dystrybucji i użytkowania przekazów medialnych aż po zjawiska dywergencji i konwergencji przekazów medialnych bądź problem wpływu wymienionych form modyfikacji współczesnych

mediów na sferę ludzkich wartości oraz na obszar całej etyki społecznej. Są to kolejne, obszernie analizowane przez autora zagadnienia. Równocześnie formułuje on następną hipotezę badawczą, jak na przykład istnienie swoistej specyfiki bezpłatnej prasy w Polsce; stopniowe humanizowanie mediów przez ich użytkowników; skuteczność konwergencji przekazów w postaci gier medialnych lub też pojawienie się w ewolucji kultury nowego typu „doboru komunikacyjnego”. Hipotezy te są następnie błyskotliwie i przystępnie, lecz nigdy powierzchownie, dowodzone i argumentowane wieloma barwnymi przykładami.

Autor rozpoczyna pracę od prezentacji ewolucji polskiej prasy bezpłatnej po 1989 roku, precyzyjnie rekonstruując dwadzieścia lat przemian polskiego rynku gratisowych tytułów. Odwołując się do samodzielnie przeprowadzonych badań i analiz, prezentuje strukturę polskiego rynku bezpłatnych pism; omawia typologię tych pism i odmienne strategie rywalizacji; analizuje kierunek ewolucji rodzimej prasy bezpłatnej ku internetowej wirtualizacji. Autorskie opracowania Ignacego S. Fiuta przybliżają czytelnikowi charakterystykę wybranych zjawisk występujących w polskich materiałach prasowych, jak kreowany przez bezpłatne tytuły obraz przemocy w społeczeństwie. Autor komentuje także interesujące prawidłowości w budowie obrazu świata przez ten typ prasy. We wnioskach omówiona zostaje między innymi ewolucja od typowych nośników informacji do środków kreowania konsumpcji, jakimi stały się gratisowe pisma. Autor ukazuje mechanizmy budowania konsumpcyjnych wzorców kulturowych wśród czytelników oraz propagowanie tych wzorców przez polską prasę bezpłatną. Możemy się również dowiedzieć, jakie są przyczyny unikania tematyki finansowo-

-gospodarczej bądź też jakimi kryteriami selekcjonuje się informacje ze świata w gratisowych pismach regionalnych. W uzasadnieniu swych wniosków badacz przedstawia wyniki samodzielnych analiz zawartości wiodących tytułów prasy gratisowej w Polsce. Wskazuje przy tym groźne dla prasy przyczyny i skutki odpływu środków finansowych czy spadku nakładów w kontekście relacji między wydawcami prasy a środowiskiem internetowym. Szczególnie ciekawie brzmią rekomendowane przez autora wyzwania, jakie stoją przed rodzimą prasą bezpłatną w obliczu zjawiska tzw. *netgeneration*; rosnącego usieciowienia polskich czytelników; rozwoju komunikacji mobilnej; jak również coraz bardziej złożonych wymagań reklamodawców.

Druga część książki przybliża fenomen komunikowania w perspektywie konwergencji i dywergencji tego zjawiska. Autor rozpoczyna od rozdziału, w którym zapoznaje czytelnika ze złożoną teorią systemów Niklasa Luhmanna, wyjaśniającą proces komunikowania przez kategorię autopojetyczności, czyli samowytwarzania. Oznacza ona jednostkę samoobserwującą i konstruującą się, która wytwarza i reprodukuje samą siebie poprzez sieć własnych operacji. Mechanizm autopojetycznego rozwoju społeczeństwa inicjuje szeroko rozumiane akty komunikowania – zostają one następnie wyjaśnione przez autora w formie: transakcji; emergentnych zdarzeń; pobudzających bodźców oraz syntezy informacji, przekazu i rozumienia. Efektem autopojetycznej komunikacji jest, według Ignacego S. Fiuta, utrata podmiotowości komunikacyjnej – będąc we władaniu samoreprodukujących się opinii publicznych, jednostka staje się anonimowym bytem, pozbawionym tożsamości oraz zdolności krytyczno-refleksyjnych.

Problem zderzenia starych i nowych mediów ujmuje autor w kontekście pojęcia konwergencji i dywergencji mediów komunikacyjnych. Czytelnik poznaje definicje, podstawowe formy oraz przykłady konwergencji i dywergencji – w tym konwergencję mimetyczną i mimikryczną czy zjawisko hybrydyzacji form komunikowania. Nawijając do koncepcji Henry'ego Jenkinsa, autor

pracy dowodzi, że współcześni użytkownicy multimediiów nie odgrywają jedynie tradycyjnej roli biernych konsumentów przekazu, ale stają się także ich czynnymi właścicielami. Rodzi się zatem – jak chciałby Jürgen Habermas – możliwość reaktywacji nowej formy sfery publicznej, kultury współuczestnictwa, z wszelkimi tego pozytywnymi aspektami. Dodatkowo, proces rozwoju i ewolucji mediów w kontekście konwergencji – według Fiuta – najlepiej oddaje koncepcja miękkiego determinizmu technologicznego Paula Levinsona, która zostaje czytelnikowi wyjaśniona. Konsekwencją determinizmu jest polemika autora z twierdzeniem Jacques'a Ellula odnośnie do dehumanizacyjnej działalności mediów. Z kolei zjawiska związane z masowym komunikowaniem w środowisku globalnej sieci dogłębnie opisuje teoria cyfrowego materializmu Lwa Manovicha, na której tle autor pracy zwięźle przybliżył cechy nowych mediów. Analiza tak bezprecedensowych fenomenów, jak procesy kompozytowania przekazu, zjawisko teleobecności obiektów czy percepcja immersyjna, niewątpliwie zmusza do rewizji dotychczasowych rozstrzygnięć filozoficznych w obszarze współczesnej ontologii i epistemologii. Aktualizacji wymaga również dziedzina semiotyki i logiki. Z jednej strony, jak dowodzi autor, język nowych mediów eliminuje symboliczne i reprezentacyjne własności znaków, czyniąc je urynkowanymi przedmiotami konsumpcji – mamy do czynienia z komodyfikacją i merkantylizacją znaczeń. Z drugiej zaś strony dokonuje się tabloidyżacja mediów, faworyzująca oglądanie. Tym samym postępuje atrofia werbalnej komunikacji na rzecz komunikacji piktorialnej, co z kolei wiąże się ze zmianą sposobów myślenia i wnioskowania – odchodzenia od linearniej logiki dwuwartościowej ku sieciowej logice wielowartościowej i probabilistycznej. Przekształceniom wreszcie ulega myśl egzystencjalna, mierząca się ponownie z fenomenem samotności, frustracji, ostracyzmu, dyskryminacji i rozmycia tożsamości – tym razem w nowym, wirtualnym środowisku. Na podstawie refleksji Rogera Caillois i Derricka de Kerckhove'a badacz sugeruje pojawienie się nowych źródeł konwergencji interakcji

międzyludzkich, jakimi są gry medialne. Stanowią one ważny element dzisiejszej mediosfery: mianowicie wprowadzają technologię do życia codziennego; uczą improwizacji; rozwijają ciekawość oraz umiejętność modelowania różnych wersji otoczenia; tworzą interakcje i socjalizują jednostki – żeby wymienić tylko podstawowe zalety gier.

Trzecia część książki porusza niezmiennie aktualne, złożone problemy etyki mediów, ze szczególnym akcentem na etyczne aspekty funkcjonowania najnowszych technologii i masowych multimediów. Autor szuka odpowiedzi między innymi na pytania o wpływ relacji sieciowych na fluktuacje realnych interakcji międzyludzkich czy też o specyfikę komunikacji medialnie zapośredniczonej. W swych poszukiwaniach postuluje konieczność stworzenia nowego typu etyki komunikowania – określonej ogólnie mianem etyki życia publicznego – która zawierałaby w sobie etykę dziennikarską i etykę mediów, a sama stanowiłaby istotny element etyki społecznej. Głównym motywem postulowania nowej etyki jest przede wszystkim dynamiczny rozwój i specjalizacja przekazów medialnych wraz z oddziaływaniem Internetu na system wartości oraz postawy internautów. Wymienione zjawiska idą w parze z sukcesywną dezaktualizacją czy nieadekwatnością kategorii, norm i zasad etyki tradycyjnej. Autor dotyka tu bezpośrednio współczesnego problemu „magicznego świata” hiperkonsumpcji, komercjalizacji mediów oraz hedonizmu. Napędzany wirtualizacją codziennego życia konsumpcjonizm okazuje się głównym źródłem inflacji moralności w procesach komunikowania się, a wszechobecne media rozrywkowe zdają się osłabiać nasze poczucie odpowiedzialności. Przytaczane przez Ignacego S. Fiuta przykłady to problem moralności w obliczu autonomii komunikacyjnej maszyn samodzielnie produkujących informacje, ale również kwestia etycznych nadużyć podczas wirtualnie kreowanej „nowej magiczności”, bądź tak zwanej *eatertainment*, łączącej rozrywkę z aktami superkonsumpcji. Następuje tutaj sytuacja utowarowienia moralności, czyli relatywizacja wartości etycznych, sakralnych i estetycznych do celów hedoni-

styczno-uitylitarnych, zależnych wyłącznie od generowanego zysku finansowego. Jak podkreśla Ignacy S. Fiut, gdy zaczyna się liczyć głównie przyjemność wynikająca z rozrywki i konsumpcji, ludzie tracą odpowiedzialność za własne czyny.

Najważniejszym, wyraźnie podkreślonym przez autora wnioskiem płynącym z rozważań jest fakt coraz szybszej ewolucji współczesnych mediów oraz ewolucji form komunikowania się konsumentów owych mediów, które wymagają zarówno transformacji wzorców etycznych – szczególnie w obszarze dziennikarstwa i medioznawstwa – jak i rozwoju świadomości moralnej indywidualnego użytkownika. Dyskutowane obserwacje i analizy umożliwiają autorowi książki nakreślenie inspirujących przewidywań co do dalszego toku ewolucji multimediów komunikacyjnych. Szczególnie ciekawie brzmią takie prognozy autora, jak pełna cyfryzacja przekazów w postaci zindywidualizowanych multiplexów medialnych, gdzie użytkownicy sami będą wzbogacać gromadzone zasoby medialne; powszechne uprawianie pluralizmu komunikacyjnego na bazie nieskończonej liczby form interaktywnych aktów kreacji; a także izolacja reprodukcji umysłowej od reprodukcji biologicznej, kiedy to wybory seksualne będą służyć głównie rozwojowi umysłu.

Przygotowana z intelektualnym rozmachem praca Fiuta jest owocem zgromadzenia wniosków z kilkunastu lat badań i systematycznie pisanych tekstów. Posiada ona doniosłą wartość pedagogiczną, jednocześnie stanowiąc cenną pracę popularnonaukową. Może wszak swobodnie odgrywać rolę przewodnika po zawiłych ścieżkach specjalizacji nauk społeczno-humanistycznych, a zarazem jest przystępnym kompendium omawiającym najnowsze zjawiska kulturowo-medialne. Z całej plejady wybitnych intelektualistów przełomu XX i XXI wieku, których Ignacy S. Fiut nam przybliży, dość będzie wymienić nazwiska takich luminarzy, jak David M. Buss, Roger Caillois, Manuel Castells, Pierre Teilhard de Chardin, Guy Debord, Jacques Ellul, René Girard, Jürgen Habermas, Edward T. Hall, Harold A. Innis, Henry Jenkins, Derrick de Kerckhove, Paul Levinson, Niklas Luhmann,

Lev Manovich, Marshall McLuhan, Brian McNair, Geoffrey Miller, Elisabeth Noelle-Neumann, Karl R. Popper, Neil Postman, Georg Ritzer, Edward O. Wilson czy Robert Wright. Książka zadowoli wysokie oczekiwania merytoryczne akademickich badaczy oraz pracowników dydaktycznych, ale także spełni rolę wygodnego w użyciu podręcznika dla studentów bądź wszelkich zainteresowanych czytelników.

*Marcin Urbaniak*

## NARCYZM NOWOMEDIALNY

Magdalena Szpunar: KULTURA CYFROWEGO NARCYZMU. Wydawnictwa AGH, Kraków 2016. S. 220.

Centralną kwestią, o której pisze Magdalena Szpunar, jest dominująca obecnie w społeczeństwach zmedializowanych nowa forma narcyzmu, którą jest narcyzm kulturowy. Pojawia się on w kulturach rozwijających się w cyberprzestrzeni, tworzonych w duchu *biasu* internetowego, upowszechnianych w tzw. piśmienności wtórnej za pomocą najnowszych technologii i narzędzi nowych mediów. Nowe media umożliwiają tworzenie i publikowanie użytkownikom tych mediów własnych *selfie*, dostępnych na kolejnych urządzeniach mobilnych w tym samym systemie komunikacji. Są one następnie „lajkowane” lub „hejtowane” przez innych użytkowników komunikacji sieciowej, tworzących różne formy społeczności wirtualnych wokół własnych wizerunków. Użytkownicy ci nadają dynamikę interakcyjną współczesnemu społeczeństwu medialnemu w wymiarze globalnym, nierzadko przenoszoną na świat rzeczywistego życia społecznego, stanowiący dla niej symulacyjny układ realno-wirtualny.

Autorka szczególną uwagę zwraca na warstwę kulturowo-społeczną oraz na nowe wymiary społecznych interakcji generowanych przez zaawansowane technologie in-

formacyjne o charakterze cyfrowym. Technologie te powodują ekstensję poznawczą i emocjonalną człowieka w cyberkulturę, czyniąc go przysłowiowym „człowiekiem uczestniczącym”. W związku z tymi możliwościami użytkownik nowego modelu komunikowania – zrównującego nadawcę z odbiorcą – stara się stworzyć (produkować) i publikować własny wizerunek w cyberprzestrzeni, skupiając wokół siebie uwagę publiczności rekrutującej się spośród innych użytkowników sieci. Publiczność staje się mimowolnie uczestnikiem społeczeństwa teatralizowanego, eksponującego kulturę celebrytów i jej pochodne – np. „kulturę obnażania” cielesnego i duchowego.

W perspektywie szeroko rozumianej historii kultury Autorka wyjaśnia genezę i specyfikę narcyzmu, który właściwie od antyku jest obecny w kulturze europejskiej. Szczególną uwagę w swych analizach zwraca Szpunar na psychoanalityczne i neomarksistowskie rozumienie zjawiska narcyzmu oraz jego źródeł w kulturze XX wieku. Podobnie jak w kulturze modernistycznej, również w kulturze postmodernistycznej postawy narcystyczne są obecne. Ich geneza tkwi głęboko w warstwach podświadomych jednostkowej świadomości ludzkiej, z których emanuje lęk osobisty oraz strach egzystencjalny, rzutujący na wszystkie formy współżycia społecznego ludzi. Lęki i frustracje wynikają z szybkich zmian hierarchii wartości w świadomości społecznej oraz z odmiennego od tradycyjnego rozumienia ładu i pozycji społecznej jednostki. Niepokojom tym towarzyszą, w okresach represyjnych zmian, różne dysonanse psychiczne i poznawcze, które domagają się szybkiego zniesienia – postawa narcystyczna jest jedną z odpowiedzi ludzi na własną, zantagonizowaną kondycję egzystencjalną, w której indywidualna tożsamość jest nieustannie kwestionowana. Jak konkluduje autorka – obecne społeczeństwo medialne formacji ponowoczesnej, panująca w nim kultura neoliberalna połączona z kulturą strachu w komunikowaniu medialnym oraz multimedialnym, stanowią podłoże, źródła i narzędzia rozprzestrzeniania się postaw narcystycznych. Badaczka potwierdza swą tezę analizami rozlicznych koncepcji

filozoficznych oraz socjologicznych, ale i danymi z badań empirycznych, które wskazują, że współczesne mechanizmy społeczne mają charakter narcyzogenny i stąd trendy kulturowe faworyzują i sprzyjają krzewieniu się postaw nacechowanych narcyzmem. Jednym z nich jest mechanizm i ideologia promocji sukcesu, którego wyrazem jest konsumpcjonizm, a nawet kompulsywny superkonsumpcjonizm, obnoszenie się z nim za cenę niemożliwych do spłacenia finansowych zadłużeń, a w konsekwencji – promocji życia na kredyt, które ma być dostępne ogółowi obywateli. Wzorem do naśladowania, lansowanym przez media, nie jest już model klasy średniej, ale klasa ludzi najbardziej zamożnych, nierzadko ucieleśnianych przez celebrytów, gdzie sprytnie dbanie o własny wizerunek daje możliwości partycypowania w modelu superkonsumpcji bogaczy poza zasadą „dobra i zła”, jak opisali wcześniej ten fenomen Fryderyk Nietzsche, Zygmunt Freud czy często cytowany przez Autorkę Erich Fromm. Szpunar spostrzega to zjawisko i traktuje jako formę schorzenia – patologii obronnej przeciwko powstającym nowym lękom egzystencjalnym, rozniecanym przez media oraz samych interaktywnych użytkowników, a rozprzestrzenianym w ramach obecnej kultury ponowoczesnej. Ponowoczesność schlebia owym przeciętnym maluczkiem, budując w nich fałszywą świadomość możliwości urzeczywistnienia „amerykańskiego marzenia”, niemożliwego w praktyce do realizacji. Wynikiem tego schlebienia jest powszechny rozwój świadomości roszczeniowej w szerokich masach kolejnych generacji sieci, wchodzących w życie dorosłe. Autorka podkreśla, że ta sytuacja jest bardzo niebezpieczna dla dzieci i młodzieży, gdzie bylejakość, płytkość wiedzy, chamstwo, agresja, pozorowana grzeczność, przyjaźń i miłość stają się normami życia codziennego – współczesnej, neoliberalnej kultury konsumpcji. Oparta jest ona na ideologii i promocji łatwego sukcesu, dającego upragniony awans oraz władzę społeczną, której ostatecznie osobowości narcystyczne nie umieją sprawować, bowiem nie posiadają do tego ukształtowanych, rzetelnych kompetencji.

Co więcej, otrzymanie tego typu władzy wywołuje pośród narcystycznych jednostek pogłębienie się lęków i egzystencjalnego strachu, gdyż szybko okazuje się, że wielkością dóbr materialnych nie można „kupić sobie” szczęścia i rzeczywistego poczucia wolności.

Kulturę obecnego narcyzmu ujmuje Szpunar w kontekście koncepcji Christophera Lascha, który zaproponował pojęcie kultury narcyzmu, analizując wszechobecne panowanie obrazów, kult konsumpcji oraz indywidualnego sukcesu. Ostatecznie Lasch przypisuje mediom siłę sprawczą współczesnej formy kultury, gdzie coraz większą rolę odgrywa nasza „e-osobowość”, zawłaszczając czas i przestrzeń realnej osoby. Fenomen ten wiąże się z silną potrzebą pozostawienia po sobie w sieci wielu informacji, w tym *selfie*. Właśnie ową szerzącą się obecnie „kulturę *selfie*” Autorka przyjmuje za szczególny przejaw kultury narcyzmu, uważając ją – słusznie – za centrum narcyzmu cyfrowego.

Ponadto zjawiskami charakterystycznymi dla cyfrowego narcyzmu, które rozważa Szpunar, są tzw. *oversharing*, *self-branding* oraz afirmacja wizerunku wskazującego osiągnięty sukces. Pojęcie *oversharingu* oznacza obsesyjne informowanie o sobie użytkowników sieci, a wręcz próby ciągłego wywoływania sensacji za pomocą banalnych treści ubranych w krzykliwą formę. Jak dowodzi badaczka, nadmiarowe umieszczanie bezwartościowych treści wskazuje na rozpaczliwe poszukiwanie bliskiego kontaktu przez narcystyczne jednostki drogą wirtualnej akceptacji i podziwu. *Self-branding* polega na utowarowieniu własnej osoby i zdefiniowaniu się w kategorii marki w celu szybszego osiągnięcia sieciowej popularności rozumianej jako swoisty sukces. Autorka interesująco wykazuje, że swoistość wspomnianego sukcesu nie zależy od posiadanych umiejętności czy talentu, lecz od skuteczności pozycjonowania swej witryny internetowej oraz liczby posiadanych subskrybentów. Taka autopromocja, kreująca sztuczną e-osobowość, jest taktiką dotarcia do szerszej publiczności, jej czasu, uwagi i przychylności, nigdy zaś autentycznej ekspresją swej osoby. Z kolei afirmacja swego wizerunku jako internetowo wystylizowanej

maski okazuje się – zdaniem Szpunar – idealizacją ukrywającą lęki i kompleksy, bądź też doraźnym remedium, które wirtualnie zagłusza realne niepowodzenia i frustracje *homo narcissus*. Wszelkie oznaki niepewności, egzystencjalnych dylematów czy refleksje deprecjonujące wartość jednostki są niepożądane w ramach kultury cyfrowego narcyzmu. Medialnie rozgrywany spektakl pozorowanego szczęścia i doskonałości staje się imperatywem, ponieważ sztuczna osobowość istnieje tylko pod warunkiem bycia obiektem publicznego poklasku i sławy. Można stwierdzić, że bycie cyfrowym narcyzem jest poddawaniem się widowiskowej konsumpcji przez zachwyconą widownię. Bycie w centrum wirtualnego zainteresowania okazuje się namiastką, czy lepiej – efemerycznym surogatem sensu rzeczywistej egzystencji. Ostatecznym punktem odniesienia ustanawiającym sukces jest medialna widoczność implikująca pozytywną opinię publiczną, a więc poklask. To widownia rozstrzyga, co lub kto jest wystarczająco spektakularne, aby pozostać na scenie, czyli osiągnąć status bycia wartościowym. Cytując gwiazdy popkultury, „show must go on”.

Ciąg wniosków prowadzi czytelnika od fetyszyzmu wizerunków i kompulsywnej autopromocji przez merkantylizm, konsumpcjonizm oraz dyktaturę masowych trendów aż po obszar aksjologicznej deprywacji, skrajnego egocentryzmu i moralnego relatywizmu. Niewątpliwie praca Szpunar jest nie tylko wnikliwą obserwacją niepokojących zachowań uczestników współczesnej kultury, lecz także istotnym głosem w kwestii utraty relacji z drugim człowiekiem, potrzeby odbudowy tej relacji i rozpaczliwego jej poszukiwania. Jako inspirująca prolegomena pozostaje również sugestia do prowadzenia dalszych analiz na skrzyżowaniu pedagogiki, medjoznawstwa i nauk humanistyczno-społecznych. Warto w tym miejscu podkreślić, że od strony rozważań teoretycznych wspomnianych zjawisk oraz ich ujęć empirycznych badaczka wykorzystwała w pracy ogromną literaturę przedmiotową, bezpośrednio dotyczącą badanego zjawiska narcyzmu. Są to nazwiska następujące: Elias Aboujaoude, Zygmunt Bauman, Ulrich Beck, Ken Campbell, Guy

Debord, Erich Fromm, Anthony Giddens, Malcolm Gladwell, Martin Heidegger, Max Horkheimer, Karen Horney, Erving Goffman, Antoni Kępiński, Christopher Lasch, Herbert Marcuse, Kazimierz Obuchowski, Richard Sennett, Andrzej Stasiuk, Charles Taylor, Christine Rosen, Giovanni Sartori i wielu, wielu innych prominentnych badaczy, o istotnych dokonaniach w dziedzinie badań nad społeczeństwem, tożsamością kulturową i komunikowaniem.

*Marcin Urbaniak*

### KOLEJNA KSIĄŻKA O TYGODNIKU POWSZECHNYM

Evelina Kristanova: W KRĘGU ZAGADNIEŃ LITERACKICH *TYGODNIKA Powszechnego* (1945–1956). Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2016. S. 260.

*Tygodnik Powszechny* od lat budzi niezmiennie zainteresowanie wśród medjoznawców i historyków literatury, czego dowodem jest liczna grupa monografii poświęconych temu piśmie.

Trudno przecenić rolę, jaką *Tygodnik Powszechny* odegrał w dziejach PRL. Katolickie pismo, redagowane w przeważającej mierze przez świeckich i adresowane do inteligencji, którego stosunek do rzeczywistości politycznej był nacechowany realizmem i umiarem, potrafiło podkreślić swój brak akceptacji dla działań partii. Choć podlegało cenzurze, potrafiło wyartykułować swój własny pogląd na Kościół, Polskę i świat, o czym świadczy chociażby publicystyka Stefana Kisielewskiego. *Tygodnik Powszechny* stał w opozycji światopoglądowej i nierzadko politycznej wobec marksizmu-leninizmu, połączonej z respektowaniem praw powojennej państwowości polskiej i jej sytuacji geopolitycznej.

W bogatym wachlarzu zagadnień podejmowanych na łamach *Tygodnika Powszech-*

nego w latach 1945–1956 szczególne miejsce zajęła problematyka literacka. Krąg współpracowników *Tygodnika* żywo angażował się w dyskusje poświęcone zagadnieniom literackim, zarówno rodzimym, jak i zagranicznym. Dyskutowano na temat powojennego realizmu oraz literatury katolickiej, o której przypominano zwłaszcza w okresie stalinizmu. Tej właśnie tematyce została poświęcona książka Eveliny Kristanovej pt. „W kręgu zagadnień literackich *Tygodnika Powszechnego* (1945–1956)” wydana w 2016 roku przez Oficynę Wydawniczą ASPRA-JR.

Autorka książki z wykształcenia jest prazoznawcą, bibliologiem i teologiem. Opublikowała ponad pięćdziesiąt artykułów i dwie monografie: „Program społeczny i kulturalny *Tęczy* (1927–1939) na tle prasy katolickiej II Rzeczypospolitej” (Łódź 2006) oraz „Książka na łamach katolickich czasopism społeczno-kulturalnych w Polsce w latach 1945–1953” (Łódź 2012).

Założeniem monografii była chęć uzyskania odpowiedzi na pytania o wybór podejmowanej problematyki literackiej, preferowanych pisarzy i towarzyszącej temu polemice ideowej, która gościła na łamach jednego z najważniejszych pism katolickich po II wojnie światowej. Celem książki było ukazanie roli *Tygodnika Powszechnego*, jaką odgrywał w obronie niezależności pisarzy i twórczości oraz upowszechnianiu rodzimej i zagranicznej literatury katolickiej.

Książka składa się z czterech rozdziałów, wstępu, zakończenia, bibliografii oraz indeksu osobowego. W pierwszym rozdziale autorka przybliżyła genezę oraz formułę wydawniczą jedenastu periodyków społeczno-kulturalnych i literackich, które ukazywały się w latach 1945–1956, takich jak *Odrodzenie*, *Twórczość*, *Kuźnica*, *Nowa Kultura*, *Wieś*, *Przekrój*, *Dziś i Jutro*, *Odra*, *Tygodnik Warszawski*, *Przegląd Powszechny* oraz *Tygodnik Powszechny*. Autorka zwróciła uwagę na zawartość tygodników i miesięczników, zachodzące zmiany redakcyjne w latach 1945–1956 oraz wpływ Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk na dopuszczane do druku artykuły.

Drugi rozdział dotyczył sporów literackich toczonych na łamach *Tygodnika*

*Powszechnego* w latach 1945–1956 przez historyków literatury i publicystów pisma, takich jak Stefan Kisielewski, Zofia Starowieyska-Morstinowa, Hanna Malewska, Jan Parandowski lub Jerzy Zawieyski. Pierwsza poważna dyskusja, w którą włączyli się publicyści tygodnika, dotyczyła kształtu i kierunku prozy polskiej po 1945 roku. Wobec zmian, które zaszły w 1949 roku, czyli narzuconego literaturze i sztuce socrealizmu, publicyści *Tygodnika Powszechnego* zajęli odmienne stanowisko, broniąc niezależności pisarza i domagając się poszanowania człowieka jako jednostki.

Kolejne dwa rozdziały zostały poświęcone literaturze zagranicznej i polskiej (ostatni rozdział). Autorka zauważa, że w powojennym repertuarze tygodnika znaleźli się pisarze światowej sławy, zarówno należący do kręgu katolickiego, jak i spoza niego. Ukazywano dzieła przedstawicieli różnych kierunków, zarówno naturalizmu, egzystencjalizmu, jak i dzieła ateistów i wolnomyślicieli. Zdaniem Eveliny Kristanovej w sporze katolicyzmu z marksizmem redakcja tygodnika wykazywała dużą otwartość na odmienne poglądy, a w literaturze zagranicznej za wszelką cenę doszukiwano się wartości uniwersalnych. Wybrane dzieła stanowiły – zwłaszcza w trudnym okresie stalinizmu – chwilowe „schronienie” dla czytelników pisma poddawanych na co dzień działaniu propagandy państwowej.

Jedną z form oporu przeciwko narzuconej ideologii był powrót do klasyki literatury polskiej. Na łamach pisma Jerzego Turowicza odnoszono się do twórczości najwybitniejszych rodzimych pisarzy XIX i XX wieku, takich jak Józef Ignacy Kraszewski, Eliza Orzeszkowa, Bolesław Prus, Henryk Sienkiewicz, Stefan Żeromski, Adam Mickiewicz. Spośród wymienionych pisarzy najwięcej miejsca poświęcono Henrykowi Sienkiewiczowi. Dokładnie prześledzono i omówiono dorobek pisarza, a w 1946 roku, z okazji setnej rocznicy urodzin, wydano numer specjalny zawierający poważne studia o twórczości autora „Trylogii”. Dzieła Sienkiewicza, pisane „ku pokrzepieniu serc”, nie były przypadkowym wyborem redakcji.

Autorka książki zauważa, że twórczość klasyków ukazywano od strony wartości ponadczasowych i religijnych, sprzeciwiając się jednocześnie narzuconej przez krytykę marksistowską propagandowej interpretacji dziełowej ich dzieł.

Powrót do klasyki literatury polskiej przez redakcję tygodnika stanowił „ucieczkę” od rozważań na temat literatury socrealistycznej. Środowisko skupione wokół *Tygodnika Powszechnego* stanowiło w czasach komunistycznego terroru azyl dla osób o światopoglądzie katolickim. Evelina Kristanova udowadnia, że pomimo ograniczeń cenuralnych i instytucjonalnych publiczności należącej do środowiska krakowskiego pisma zabierali głos w dyskusji o socrealizmie, broniąc niezależności pisarza oraz oponując przeciwko zideologizowaniu twórczości. Współtwórcy *Tygodnika Powszechnego* uzasadniali stanowisko katolickie, stając po stronie wartości zwalczanych przez komunistów. Ośmieszali narzuconą interpretację twórczości polskich wieszczów narodowych, nie godząc się na reguły realizmu socjalistycznego. Jak twierdzi Autorka książki, polemikę z marksistami prowadzono w większości wypowiedzi nie wprost, lecz właśnie przez powrót do klasyki literatury polskiej i obcej, proponując jej własną interpretację. Wykorzystanie klasyki miało podwójne znaczenie – oprócz funkcji literackiej i estetycznej, polegającej na upowszechnianiu tekstów i ich omawianiu, dzieła przedstawicieli romantyzmu, pozytywizmu oraz Młodej Polski służyły polemice ideowej, głównie z *Kuźnicą*, która preferowała epokę Oświecenia, wybrany kanon pozytywizmu oraz starannie dobrane utwory okresu dwudziestolecia międzywojennego. Z kolei redakcja *Tygodnika Powszechnego* sięgała raczej do utworów doby romantyzmu, Młodej Polski i wielkich powieści dziewiętnastowiecznych.

Książka Eveliny Kristanovej to wartościowa i interesująca pozycja dla medioznawców oraz literaturoznawców, a zwłaszcza dla historyków prasy. Autorka monografii stawia tezę, iż *Tygodnik Powszechny* prowadził z władzą swoistą grę, obliczoną na zwiększenie zakresu autonomii, ale też obarczoną – co

z kolei udowodnił Roman Graczyk w głośniejszej książce poświęconej inwigilacji pisma przez Służbę Bezpieczeństwa – wieloma kompromisami. Książka Eveliny Kristanovej jest potwierdzeniem słów Jerzego Turowicza, który określając swój stosunek do ówczesnej rzeczywistości, skonstatował, że był on „nacechowany realizmem i umiarem”. Z drugiej jednak strony redakcja pisma potrafiła podkreślić – w wielu sytuacjach – swój brak akceptacji dla działań partii, zręcznie wchodząc w polemiki z marksistami, przy zachowaniu pozorów neutralności, oraz przypominając o wartościach istotnych dla członków redakcji i kręgu osób związanych z pismem. Autorka książki pisze: „Wybory literackie pisma odzwierciedlały wyznawane wartości ideowe. Dobierane repertuary świadczyły też o walce, która nie mogła być otwartym starciem różnych koncepcji i ideologii” (s. 223).

Książka zawiera bogatą bibliografię, w której niestety brakuje źródeł archiwalnych. Mogłyby one wzbogacić monografię, zwłaszcza pierwszy jej rozdział, który ma charakter wprowadzenia i stanowi *résumé* wiadomości powszechnie znanych, powielanych w wielu pracach poświęconych powojennej prasie. Interesujące byłoby sięgnięcie do źródeł proveniencji PZPR-owskiej, znajdujących się w Archiwum Akt Nowych, zwłaszcza tych wydziałów, które były odpowiedzialne za kształtowane polityki propagandowej PRL (w latach 1948–1953 był to Wydział Propagandy Masowej oraz Wydział Prasy i Wydawnictw; w latach 1953–1956 Wydział Propagandy i Agitacji oraz w latach 1955–1956 Wydział Prasy, Radia i Wydawnictw; od sierpnia do listopada 1956 r. – Wydział Propagandy i Prasy).

Książka Eveliny Kristanovej – co warto podkreślić, bowiem świadczy to o międzynarodowym zainteresowaniu pracą autorki – doczekała się już tłumaczenia na język angielski (*On Literary Issues in 'Tygodnik Powszechny' (1945–1956)*) i w 2016 roku została wydana przez LAB LAMBERT Academic Publishing w Saarbrücken (RFN).

Kamila Kamińska-Chełmniał



## NOWE ŻYCIE TELEWIZJI AMERYKAŃSKIEJ

Alicja Jaskiernia: OD TELEWIZJI MASOWEJ DO NETFLIKSA: TELEWIZJA W STANACH ZJEDNOCZONYCH W EPOCE CYFROWEJ. Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2016. S. 412.

Niezwykle ambitna i pod wieloma względami intrygująca książka Alicji Jaskierni podąża śladem opisywanego przez nią tematu – w sposób dynamiczny i wielowątkowy odsłania oblicza przeobrażeń telewizji amerykańskiej, które zarówno łatwo, jak i trudno przewidzieć. Świat zmieniającej się telewizji jest pełen paradoksów. Z jednej strony osadzony w plastycznie zmieniającym się ekosystemie mediów, z drugiej zakorzeniony w tradycyjnym amerykańskim modelu mediów elektronicznych. Z jednej strony podlega wpływom takich procesów, jak fragmentaryzacja widowni, konwergencja, rozwój masowej komunikacji zindywidualizowanej. Z drugiej strony, jak przekonuje autorka, telewizja adaptuje się do nowych warunków środowiska medialnego, stając się hegemonem treści.

Książkę można czytać chronologicznie lub zanurzając się w poszczególne jej nurty. Autorka decyduje się pokazać telewizję amerykańską w wielu odsłonach, rozpoczynając przypomnieniem podstawowych cech amerykańskiego modelu mediów elektronicznych w rozdziale pierwszym. Cechy te można podzielić na cztery zasadnicze wątki: strukturalny, funkcjonalny, technologiczny oraz audytoryjny. Wątek strukturalny omawia zarówno kwestie polityki medialnej, jak i aspekty organizacyjno-podmiotowe. Pomimo iż najistotniejszą cechą modelu amerykańskiej telewizji stanowi jej rynkowy i komercyjny charakter, krajobraz medialny nie rozwijał się poza strefą regulacji publicznej. Kształtowały go zarówno elementy polityki strukturalnej (przepisy antykoncentracyjne), jak i programowej (np. doktryna sprawiedliwości, odpowiedzialności publicznej). Alicja Jaskiernia omawia szcze-

gółowo najważniejsze ustawy w tym zakresie (The 1934 Communications Act, 1992 Cable Act oraz 1996 Telecommunication Act) oraz rolę instytucji regulacyjnej – Federal Communication Commission (FCC). Analiza ta pokazuje stopniowe odchodzenie od regulacji programowej na rzecz regulacji strukturalnej (licencyjno-własnościowej), choć ta ostatnia okazuje się mało skuteczna w walce z koncentracją własności. Przykłady megaląceń własnościowych wśród największych aktorów medialnych (takich jak Comcast i NBC, CBS i Viacom, Disney i ABC, itp.) oraz inwestycje we wspólne przedsięwzięcia (np. Hulu.com) potwierdzają utrzymywanie się modelu oligopolistycznego. Niedawno ogłoszone połączenie pomiędzy AT&T i korporacją Time Warner stanowiłoby zapewne dla Autorki następny przykład wykorzystania synergii produkcyjnej i dystrybucyjnej amerykańskich gigantów medialnych. Istotnym aspektem polityki medialnej jest także regulacja Internetu. Alicja Jaskiernia słusznie poświęca tej kwestii wiele miejsca, pokazując, jak koncepcja „neutralności sieci” (*net neutrality*), będąca kością niezgody pomiędzy dostawcami Internetu a organizacjami pozarządowymi reprezentującymi użytkowników, staje się przedmiotem działalności FCC. W rezultacie zwycięża próba prawnego i regulacyjnego traktowania Internetu jako „powszechnej usługi telekomunikacyjnej” zamiast „usługi informacyjnej”. Wątek funkcjonalny odsłania stopniowy rozwój form telewizji, które uzupełniają model rynkowy tzw. „telewizji darmowej”. Należą do nich media publiczne, dostawcy usług płatnych i wreszcie funkcjonalnie nowa forma telewizji neosieciowej. Wątek technologiczny przede wszystkim przybliży czytelnikom kolejne rewolucje w formie dystrybucji i zapisu usług telewizyjnych: rewolucję satelitarną, kablową i cyfrową. Z kolei wątek audytoryjny uwypukla zmiany w konsumpcji oraz użytkowaniu telewizji wśród widowni amerykańskiej.

W rozdziale drugim Autorka przygląda się uważnie tradycyjnym podmiotom telewizyjnym oraz ich formom działalności w epoce cyfrowej. Pomimo iż czas telewizji masowej przeminął wraz z rozwojem Internetu, trady-

cyjni nadawcy ciągle odgrywają decydującą rolę w dostarczaniu treści i usług odbiorcom. Cztery wielkie sieci naziemne (NBC, ABC, CBS oraz Fox) docierają prawie do wszystkich gospodarstw domowych w Stanach Zjednoczonych i dodatkowo stają się dominującym źródłem treści wśród tych, które nie inwestują w kanały telewizji płatnej. Autorka zauważa również, iż udział nadawców naziemnych w reklamie telewizyjnej przeważa w stosunku do pozostałych nadawców. Pozycja gigantów nie świadczy jednak o wykorzenieniu podmiotów mniejszych, najczęściej oscylujących wokół społeczności określających się przez pochodzenie etniczne, wspólnotę kultury i języka, płęć, lokalność, zainteresowania lub światopogląd (takie jak BET – Black Entertainment Television, The Green Network, Telemundo, Univision, Azteca America).

Rozdział trzeci mapuje obszar rozwoju telewizji kablowej oraz usług płatnych. Wiąże się z wychodzeniem nadawców poza model finansowania oparty na środkach z reklamy i zastępowaniem go usługami płatnymi i wraz z nimi – rozwojem kanałów tematycznych. Choć pogłębiająca się dywersyfikacja kanałów celuje w zaspokojenie najbardziej specyficznych potrzeb komunikacyjnych i medialnych odbiorców, Alicja Jaskiernia słusznie zauważa, że rozwój płatnej telewizji kablowej swój szczyt popularności ma za sobą. Niewątpliwie rola prekursorów płatnych kanałów filmowych (HBO), muzycznych (MTV), podróżniczych (Discovery, National Geographic) czy informacyjnych (CNN) będzie nadal wiodąca, przynajmniej w kontekście pewnego wzoru telewizji przeszczepianego z większym lub mniejszym powodzeniem w innych częściach świata, jednak dominacja Internetu wśród młodszej widowni pozostawia przyszłość niepewną. Paradoksalnie największy atut telewizji kablowej i kanałów tematycznych, jakim jest nadmiar ilościowy oferty, może być jednym z jej największych ograniczeń – potencjalni widzowie nie są w stanie konsumować z pełną uwagą całego wachlarza dostępnych usług. To może ich skłaniać coraz częściej do rezygnacji z oferty kablowej lub satelitarnej na rzecz płatnych usług dostępnych w Internecie. W tym kierunku rozwijają się tzw. usłu-

gi strumieniowe, które autorka opisuje jako przykład post-telewizji.

W rozdziale czwartym autorka przybliża ewolucję treści programowych. Od momentu swojego powstania telewizja amerykańska bazowała przede wszystkim na dwóch kategoriach gatunkowych – rozrywce oraz informacji. Nadejście nowych form telewizji spowodowało rosnącą specjalizację, a z nią pojawienie się pojęcia „telewizji jakościowej”, przypisywanego niektórym kanałom tematycznym (np. HBO), czy „telewizji edukacyjnej”, przypisywanego z kolei kanałom telewizji publicznej (PBS). To właśnie one tworzą płaszczyznę inwencji twórczej oraz eksperymentowania, bowiem ramówka i formaty telewizji uniwersalistycznej pozostają raczej schematyczne i ustabilizowane od wielu lat. Autorka zauważa, iż rozrywka staje się obecnie znacznie pojemniejszym gatunkiem obszarowym, przede wszystkim ze względu na pojawienie się „jakościowej” telewizji płatnej. Dotyczy to np. seriali, będących swoistymi przewodnikami kulturowymi, czy programów typu *reality show* lub *talent show*. W porównaniu z rozrywką gatunki informacyjne borykają się z odpływem widowni, jednak serwisy informacyjne i flagowe programy publicystyczne największych sieci ciągle odgrywają rolę wizytówek tych sieci. Ich symboliczne znaczenie często jest związane z tradycją osobowości prezenterów, a także historią programów. Niemalże znaczenie ma paralelizm ideologiczny, o którym Autorka pisze jako o zjawisku rosnącej polaryzacji politycznej, z drugiej strony pogłębiająca się fragmentaryzacja widowni skutkuje wzmocnioną lojalnością stałych odbiorców.

Rozdział piąty przedstawia ekosystem nowych mediów. Autorka podkreśla wzrost znaczenia sektora telekomunikacyjnego, wskazując jednocześnie na ogromną konsolidację i koncentrację największych podmiotów na rynku, takich jak Microsoft czy Google. Struktury te wpływają na architekturę sieci, w której najistotniejszym warunkiem staje się rozpoznawalność. Portale informacyjne i publicystyczne walczą o nią, coraz częściej oferując jakościowe dziennikarstwo i jednocześnie autentyczność *user-generated-*

-content (treści wygenerowanych przez użytkowników). Z kolei blogosfera posługuje się filtrem fachowości: największym i powracającym zainteresowaniem cieszą się informacje i opinie profesjonalnych dziennikarzy, specjalistów z różnych dziedzin, naukowców i artystów. Alicja Jaskiernia nie ulega jednak złudzeniu prospołecznego wymiaru przekazywania treści: opisuje nowy, sieciowy ekosystem mediów jako system głęboko zanurzony w logice komercjalizacji. Dotyczy to także serwisów społecznościowych, czy YouTube, bez których historii mediów audiowizualnych trudno już dzisiaj sobie wyobrazić.

Aby zrozumieć przeobrażenia w krajobrazie telewizji amerykańskiej, trzeba wyjść poza schemat jej tradycyjnego opisu. Książka Alicji Jaskierni pokazuje, że jej Autorka porusza się z erudycyjną lekkością i dokładnością w strumieniu zmian, zasilanym z wielu źródeł. W rezultacie wyłania się nowy model telewizji – a raczej „nowe życie” telewizji amerykańskiej, pokazujące pewne cechy systemowe. Z pewnością można do nich zaliczyć niezachwianą pozycję największych sieci telewizyjnych i medialnych, rosnące znaczenie telewizji interaktywnej oraz usług strumieniowych, utrzymanie tendencji fuzji i przejść własnościowych, zauważalną polaryzację polityczną i światopoglądową, rosnące znaczenie dziennikarstwa przeciekowego czy wzrost znaczenia serwisów społecznościowych oraz treści tworzonych przez ich użytkowników. Era posttelewizji – wbrew temu, co sama nazwa sugeruje – nie oznacza śmierci telewizji w dotychczasowym wydaniu. Oznacza zasadniczą modyfikację i odrodzenie, bowiem kluczowy „element zasilający” stanowią w tym przypadku widzowie i to oni, jak wskazuje Autorka, poświęcają coraz więcej swojego czasu, uwagi, a także wydatków telewizyjnym formom i usługom audiowizualnym. Książka Alicji Jaskierni stanowi obowiązkową lekturę dla wszystkich, którzy chcą lepiej zrozumieć zmiany telewizji w ekosystemie współczesnych mediów i zainspirować się doświadczeniem zaczerpniętym z modelu amerykańskiego.

Beata Klimkiewicz

## KRYZYS W ORGANIZACJI – JAK GO UNIKNĄĆ, JAK SOBIE Z NIM RADZIĆ?

Monika Kaczmarek-Śliwińska: PUBLIC RELATIONS ORGANIZACJI W ZARZĄDZANIU SYTUACJAMI KRYZYSOWYMI ORGANIZACJI. SZTUKA KOMUNIKOWANIA SIĘ. Difin, Warszawa 2015. S. 266.

Autorka podejmuje tematykę strategii i taktyki działań *public relations* w sytuacjach kryzysowych, które są nieodłącznym elementem funkcjonowania organizacji i instytucji we współczesnym świecie. W książce opisane są zarówno teoretyczne, jak i praktyczne aspekty działań komunikacyjnych; składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, zakończenia, bibliografii, spisu przypadków sytuacji kryzysowych, spisu rysunków, spisu fotografii, spisu tabel i indeksu osób.

W rozdziale pierwszym „Public relations jako strefa działań zarządczych organizacji” Autorka definiuje pojęcie *public relations* oraz określa jego rolę i funkcję w procesie zarządzania firmą. Wyjaśnia także pojęcia wizerunku i reputacji, które osadza w procesie zarządzania komunikacją organizacji. Ostatnia część pierwszego rozdziału przybliży problemy z zakresu zarządzania kryzysowego oraz prezentuje definicje pojęcia sytuacji kryzysowej w obszarze działań *public relations*. Autorka przytacza między innymi wypowiedzi Kathleen Fearn-Banks, która określa kryzys jako „ważne zderzenie z potencjalnie ujemnym wynikiem wstrząsającym organizacją, spółką albo branżą, jak również ich otoczeniem, produktami, usługami albo dobrym imieniem” (s. 51), oraz Wojciecha Budzyńskiego piszącego: „kryzys występuje nagle, wymaga natychmiastowej reakcji, zakłóca działalność firmy, wytwarza poczucie niepewności i stresu, zagraża reputacji firmy i jej wartościom, powoduje, że otoczenie uważnie i nieufnie obserwuje firmę, angażuje w te obserwacje media, nasilają się negatywne reakcje ze strony otoczenia i wymaga sta-

łego kontrolowania sytuacji ze strony firmy” (s. 50). Wreszcie, rozdział kończy się definicją pojęcia zarządzania sytuacją kryzysową, które – według Autorki – oznacza „działania podejmowane w zakresie prewencji kryzysu, a obejmujące przewidywanie potencjalnych sytuacji zagrażających wizerunkowi i reputacji organizacji oraz konstruowanie strategii przeciwdziałających ich wystąpieniu. Jeżeli sytuacja kryzysowa wystąpi, zarządzanie nią polega na minimalizowaniu skutków kryzysu mogącego zagrażać wizerunkowi i reputacji. Zarządzanie sytuacją kryzysową oznacza myślenie o wizerunku i reputacji w trzech wymiarach, gdzie pierwszy rozumiany jest jako prewencja, drugi oznacza działania bieżące, a trzeci przygotowuje dobry punkt wyjścia do działań organizacji po rozwiązaniu sytuacji kryzysowej” (s. 55).

W rozdziale drugim „Specyfika działań kryzysowych” przybliżone zostają pojęcia opinii publicznej oraz otoczenia biznesowego organizacji. Czytelnik poznaje także zagadnienia związane z cechami sytuacji kryzysowych, które opierają się na typologii Frasera P. Seitela. Należą do nich: zaskoczenie, niepełna informacja, eskalacja zdarzeń, utrata kontroli, wnikliwe obserwowanie firmy przez otoczenie, mentalność osaczonego, panika oraz intensywna dystrybucja treści przez otoczenie organizacji (s. 69). Autorka przywołuje także typy zdarzeń sytuacji kryzysowych, które określa za Samem Blackiem jako „znane nieznane” (te, które można przewidzieć, ale nie wiadomo, kiedy się wydarzą) oraz „nieznane nieznane” (wydarzenia, których nie można przewidzieć). Rozdział kończy się opisem faz sytuacji kryzysowej, które podzielone są na trzy główne koncepcje: wykorzystywane najczęściej w praktyce schemat Iana I. Mitroffa i Christine M. Pearson, schemat w ujęciu NATO przedstawiony w dokumencie Generic Crisis Management Handbook oraz wielofazowy nieliniowy model ZSK Tony’ego Jaques’a (s. 88).

Kolejny rozdział „Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi organizacji”, zawiera omówienie procesu planowania działań zarządczych w sytuacjach kryzysowych. Autorka podaje praktyczne wskazówki dotyczące przygotowa-

nia księgi zarządzania kryzysowego (*manual*), identyfikacji potencjalnych sytuacji kryzysowych czy podejmowanych działań pokryzysowych. Ta część pracy określa także cechy i rolę sztabu kryzysowego oraz definiuje strategie zarządzania sytuacjami kryzysowymi.

W rozdziale czwartym „Komunikowanie się organizacji z otoczeniem podczas sytuacji kryzysowych” autorka omawia rolę *media relations* w procesie oraz określa formę i zasady współpracy specjalistów *public relations* z dziennikarzami. W tej części publikacji przedstawionych jest wiele praktycznych przykładów rynkowych, które są analizowane pod kątem zasadności wybranych strategii działania.

Ostatni, piąty rozdział „Rola badań w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi”, poświęcony jest funkcji monitorowania mediów. Autorka na bazie przykładu związanego z podsumowaniem roku pracy straży ochotniczej w Gryficach omawia rolę analizy ilościowo-jakościowej, wykonanej na podstawie doniesień medialnych w okresie trzech miesięcy od zaistnienia problemowej sytuacji. W raportach medialnych uwzględnione powinny więc zostać: liczba przekazów medialnych, w podziale na: media, wydźwięk, profil mediów, zasięg i częstotliwość prasy, ekwiwalent reklamowy, powierzchnię materiałów prasowych, nakład publikacji, zestawienie źródeł i autorów materiałów oraz rozkład publikacji w czasie (s. 230). Rozdział jest uzupełniony o typy badań marketingowych, które wykorzystywane są w działaniach *public relations*. Autorka przywołuje między innymi podział wg Eugeniusza Michalskiego na badania odkrywcze, opisowe i przyczynowe. W tej części książki omówione są także metody i techniki badawcze stosowane w *public relations* podczas sytuacji kryzysowych. Należą do nich: badania sondażowe, wywiady pogłębione, obserwacja uczestnicząca, analiza danych statystycznych, analiza treści, analiza sieciowa/sieci relacji (s. 230).

Docenić należy kompozycję książki – autorka przeprowadza czytelnika przez spektrum zagadnień związanych z tematyką zarządzania sytuacjami kryzysowymi od ogółu do szczegółu, w jasny sposób opisując

powiązania pomiędzy ramami definicyjnymi, a praktycznym ich zastosowaniem. Mocnym punktem omawianej pozycji jest także bibliografia prezentująca wiele źródeł (zarówno publikacji książkowych, jak i artykułów) dotyczących omawianej tematyki, jak i szerzej – zagadnień związanych z *public relations*. Autorka przedstawiła dorobek zarówno polskich, jak i zagranicznych naukowców zajmujących się tematyką komunikacji kryzysowej, co wzbogaca kontekst omawianych w książce praktycznych przykładów zastosowania opisywanych teorii.

Mimo że ogólny odbiór publikacji jest pozytywny, niedosyt pozostawia ostatni, najkrótszy rozdział książki. Autorka zbyt pobieżnie omawia rolę i zastosowanie badań w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi, brakuje także określenia konkretnych narzędzi, które mogłyby odgrywać pomocniczą rolę w komunikacji kryzysowej. Zagadnienia związane z monitoringiem mediów omówione są w sposób ogólny, przez przykłady jego zastosowania. W zbyt uproszczony sposób opisana jest jednak jego rola – zarówno w sytuacjach codziennej pracy, jak i podczas zdarzeń wyjątkowych. Mimo to praca Marii Kaczmarek-Śliwińskiej jest jedną z najbardziej kompleksowych analiz działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych dostępną na polskim rynku. Ze względu na szerokie i wszechstronne omówienie tematu, poparte wieloma praktycznymi przykładami, książka jest obowiązkową pozycją dla specjalistów *public relations* oraz osób pracujących w działach komunikacji firm i instytucji.

Zdaniem recenzentki omawiana pozycja systematyzuje i uzupełnia dotychczasową literaturę przedmiotu, a przystępny sposób omówienia tematu powoduje, że publikacja jest użyteczna także dla osób, które dopiero rozpoczynają zgłębianie tematyki zarządzania sytuacjami kryzysowymi. Czytelnicy, którzy skorzystają z treści zawartych w omawianej pozycji, znajdą wiele ciekawych, użytecznych metod i narzędzi wspomagających podejmowanie decyzji i realizowanie działań komunikacyjnych. Wymienić należy między innymi szczegółowe omówienie funkcji monitoringu mediów, schemat podziału zespołów sytuacji

kryzysowych czy przykłady konstruowania materiałów prasowych. Liczba praktycznych przykładów przedstawionych w publikacji pozwala na ugruntowanie wiedzy i wykorzystanie jej w praktyce. Teoretycy zajmujący się komunikacją mają natomiast okazję poznać, w jaki sposób wiedza wykorzystywana jest w codziennej rzeczywistości gospodarczej.

Joanna Szpyt-Wiktorowska

### LEKTURA NADOBOWIĄZKOWA DLA HISTORYKÓW PRASY

Tadeusz Cegielski: DETEKTYW W KRAINIE CUDÓW. POWIEŚĆ KRYMINALNA I NARODZINY NOWOCZESNOŚCI 1841–1941. Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2015. S. 374.

Detektyw w czasach narodzin popkultury, postępowy bohater stworzony na obraz swoich czasów – taką niesentymentalną podróż, proponuje nam Tadeusz Cegielski. „Detektyw w krainie cudów. Powieść kryminalna i narodziny nowoczesności 1841–1941” to zbiór naukowych esejów oscylujących wokół tematu detektywów, tych literackich i prawdziwych, którzy „odważyli się przekroczyć granice dobrze im znanego, swojskiego świata oraz tego nieznanego, który nazwaliśmy nowoczesnością”.

Trudność, z jaką musiał się zmierzyć Tadeusz Cegielski, opracowując materiały do swojej książki, to z jednej strony zakres materiału, z drugiej wielość wątków, które można poruszyć, zderzając początki kultury popularnej z czasami, w których kształtowała się powieść detektywistyczna. Trzeba przyznać że to, co z naukowego punktu widzenia może być pułapką, u autora kryminałów „Tajemnica pułkownika Kowadły”, „Morderstwo w Alei Róż” stało się walorem publikacji. „Detektyw w krainie cudów” w kontekście naukowym

bazuje na angielskojęzycznych publikacjach dotyczących poruszanej tematyki. Książka roi się od przypisów, poruszanie się po niej i wyszukiwanie poszczególnych wątków, osób i postaci literackich ułatwia zamieszczony na końcu specjalny indeks. Cegielski podzielił swoją pracę na pięć rozdziałów, w każdym porusza się w określonym przez tytułowe ramy czasowe imaginarium kryminału i powieści detektywistycznej w czasach rodzącej się kultury popularnej.

Pierwsza część książki pod tytułem „Fenomen kultury popularnej. Powieść detektywistyczna” jest próbą krytycznego spojrzenia na moment, który uważamy za trzon narodzin kultury popularnej. Badacz przygląda się rozwojowi prasy, zmianom formatów prasowych i dostosowaniu ich walorów do potrzeb czytelników. Na gruncie angielskim i amerykańskim zwraca uwagę na kilka procesów, które wpłynęły na skomercjalizowanie i rozpowszechnienie się powieści detektywistycznej wśród szerokiej publiczności. Pierwszym z opisywanych zagadnień staje na proces „serializowania” powieści, czyli drukowania jej w gazetach w odcinkach, kolejnym tanie druki broszurowe, następnym szeroko pojęta tabloidyżacja prasy na wielu poziomach: doboru treści obrazu, grafik i fotografii. Równoległe do rozważań o charakterze medialnym profesor Cegielski przygląda się rozwojowi pierwszych koncepcji gatunku, który Gertruda Stein nazywała „jedyną naprawdę nowoczesną formą literatury”. Pisząc o fenomenie kultury, autor powołuje się na krytyków z XIX stulecia i zwraca uwagę na dychotomiczny podział między kulturą wysoką, artystyczną, jednostokową a tą „wagonową”, „brukową”, stworzoną dla stójkowych i kucharek. Warto mieć w pamięci, że w drugiej połowie XIX wieku określenie „powieść sensacyjna” wciąż ma pejoratywny charakter – spostrzeżenie to często pojawia się w pracach badaczy kultury masowej z tego okresu. Droga, jaką musiała przejść literatura kryminalna, jest długa i trudna, a próba zdefiniowania gatunku w XIX wieku również nie należy do najłatwiejszych zadań. Cegielski przytacza różne pomysły na skodyfikowanie modelu i reguł rodzącej się nowej gałęzi li-

teratury popularnej. W książce nie brakuje klasyfikacji i wielorakich spojrzeń na problemy: ofiary, sprawcy, identyfikacji czytelnika z określoną postacią, oraz motywów samego morderstwa (klasyfikacje Willarda Huntingtona Wrighta i Ronalda Arbuthnotta Knoxa).

Drugi rozdział podróży przez świat literatury kryminalnej i detektywistycznej autor poświęca narodzinom gatunku w świetle prawdziwych historii policjantów i detektywów, którzy zechcieli podzielić się swoimi doświadczeniami i przeżyciami z czytelnikami (rozdział „W świetle gazowej latarni. Narodziny rzeczywistego detektywizmu”). Jedną z archetypicznych dla literackiej fikcji postaci staje się Eugène-François Vidocq, twórca koncepcji nowoczesnej policji i detektywizmu, autor licznych kryminalistycznych innowacji, który w oczach Cegielskiego staje się pierwowzorem działań wielu literackich bohaterów powieści kryminalnych, którzy z kolei bez żenady i obaw sięgają po zdobycze kultury – nowe techniki kryminalistyczne, a także tworzą własne sposoby i systemy zbierania informacji z przestępczego półświatka. Analizując dziewiętnastowieczną historię Stanów Zjednoczonych, Cegielski zwraca uwagę na postać Allana Pinkertona, twórcę słynnej Agencji Pinkertona. Rozważając i analizując systemy działania amerykańskiego i angielskiego systemu policyjnego w XIX wieku, badacz próbuje także odpowiedzieć na pytanie: dlaczego stworzenie nowych systemów walki z przestępczością było tak bardzo potrzebne? Okazuje się, że stulecie Pinkertona i Vidocqa to czas licznych migracji, industrializacji, mechanizacji i urbanizacji, a te procesy można od razu wpisać na listę czynników kryminogennych.

Badacz nie poprzestaje jednak na nakreśleniu detektywistyczno-policyjnego tła epoki, kolejny rozdział rozważań poświęca początkom literackiej, fikcyjnej kryminalnej narracji. Na pioniera myślenia o detektywistycznej fikcji (którą autor w skrócie określa jako DF) wyrasta tu Edgar Allan Poe. Powodem, dla którego opowieść z detektywem w roli głównej pada na tak podatny grunt, staje się między innymi popularność powieści gotyckiej w anglosaskim społeczeństwie XIX wieku. „Potrzeba egzotyki, fascynacja tym,

co niecodzienne, niebezpieczne i nieprzewidywalne to przecież elementarne potrzeby każdego dorosłego człowieka” – konstatuje Cegielski. Twórczość Poego zostaje wyniesiona na gatunkowy piedestał z bardzo podstawowego powodu – badacz upatruje w tym krytyku literackim i noweliście pierwszego pisarza, który na poziomie tworzenia tekstu i jego redakcji osiągnął poziom mistrzowski. Ważnym i cennym walorem publikacji, na który warto zwrócić uwagę, staje się nie tylko tło historyczne, ale także złożoność procesów o charakterze psychologicznym i społecznym, związanych „z szybką, żywiołową industrializacją i urbanizacją Wysp Brytyjskich”. Stąd u pisarzy XIX wieku zagładanie w przeszłość oraz powrót do gotyckiej architektury widzianej jako mroczne odbicie ludzkiego niepokoju. Cegielski zwraca również uwagę czytelnika na „człowieka tłumy”, nowy konstrukt literacki pojawiający się w DF, który staje się odbiciem rzeczywistych procesów zauważanych przez teoretyków i krytyków kultury popularnej na przełomie XIX i XX wieku. Co ciekawe, autor „Detektywów w krainie cudów” nie poprzestaje jedynie na analizie treści poszczególnych dzieł Poego i zestawianiu go z innymi klasykami oraz kontynuatorami jego myśli, ale proponuje nam zderzenie z rodzajem się w tym czasie paradygmatem Nowej Nauki. W kontekście literatury grozy, reprezentowanej choćby przez Mary Shelley, późna twórczość Poego ukazana jest jako tworząca nową rzeczywistość, uwalniająca od przeszłości, choćby dlatego, że jego bohaterom udaje się rozwiązać zagadkę, uwolnić od koszmaru „wczoraj”. Okazuje się, że literatura XIX wieku pozostaje w stałej relacji z osiągnięciami nauki i nowymi trendami i teoriami. W rozważaniach na temat podwalin DF pojawia się także mniej znany polskiemu czytelnikowi Wilkie Collins, przez badacza uznawany za autora pierwszych powieści detektywistycznych napisanych po angielsku („Kobieta w bieli”, „Księżycowy Kamień”). W jego twórczości można odnaleźć nowatorstwo treści i formy, a także rozwiązań zbliżających czytelnika do zagadnień skorelowanych z raczkującą wtedy nauką – kryminalistyką. Swoje miejsce na mapie fikcji detektywistycznej w XIX wieku

znajdują też detektywi w spódnicy, kobiety nazywane „siostrami Sherlocka Holmesa”. W tym czasie rodzą się też dwa ciekawe podgatunki DF – powieść sensacyjna (*sensation novel*) oraz detektywistyczno-policyjna (*detective police – officer story*).

Poszukiwania postaci idealnej, detektywa, który na wiele lat zdominuje narrację gatunkową, muszą się też zatrzymać na opisie twórczości Arthura Conan Doyle’a i stworzonej przez niego postaci Sherlocka Holmesa. Autora „Studium w szkarlacie” Tadeusz Cegielski określa zresztą mianem „twórcy geniusza” i poświęca mu długi historyczno-analityczno-literaturoznawczy wywód, w którym zwraca uwagę na konstrukcję historii z detektywem-uczonym w roli głównej. Pobrzmiewa tu spostrzeżenie poczynione wcześniej, chodzi o wiedzę detektywa i korzystanie z naukowych osiągnięć wieku XIX oraz nowej metody rozumowania zwanej „sztuką dedukcji”. Cegielski analizuje złożoność postaci Holmesa – indywidualisty, który żyje, by pracować, oświeconego detektywa, schowanego jednak za czarnym, romantycznym płaszczem, nawiązującym nieco do estetyki romantycznej. Stworzenie bohatera, którego współcześnie moglibyśmy okrzyknąć kultową postacią kultury masowej, zaowocowało, co nie umyka Autorowi eseju, wieloma kontynuacjami wątku. Po raz kolejny okazało się, że kultura masowa przetwarza i wchłania wzorce, by korzystając z nich – permutować. Koniec Holmesa, którego Doyle uśmiercił w 1983 roku, stał się paradoksalnie początkiem prawdziwej ekspansji gatunku literackiego, a sam bohater znalazł wielu literackich naśladowców. Wśród tych, którym udało się znaleźć własną ścieżkę, a którzy pojawili się na literackim rynku po Arthurze Conan Doyle’u, Cegielski wylicza między innymi Gilberta K. Chestertona („Niewinność ojca Browna”) oraz Maurice’a Leblanca (twórcę postaci Arsène’a Lupina). Osobnym wątkiem eseju jest twórczość Agathy Christie, która na literacką arenę wprowadza protoplastę wśród literackich detektywów – Herkulesa Poirota, oraz bohaterki-detektywów, które Cegielski tropi i odnajduje w historii zarówno dziewiętnasto-, jak i dwudziestowiecznej literatury.

Śledząc rozwój różnych koncepcji bohatera FD i przyglądając się pomysłom na konstruowanie zagadek kryminalnych, docieramy do Złotego Wieku Kryminału, któremu poświęcony jest piąty, ostatni rozdział książki Tadeusza Cegielskiego, w znacznej części wypełniony analizą śledztw Herkulesa Poirota. W rozważaniach badacza nad wiekiem XX i rozwojem gatunku pojawia się ważna dla kanonu DF postać geniusza zbrodni – człowieka niepospolitego, z którym mierzą się główni bohaterowie. Innym ciekawym wątkiem okazuje się jedno z zainteresowań Agathy Christie, które znajduje swoje odzwierciedlenie w literaturze, a także w konsekwencji jest znamienne dla dalszej historii rozwoju DF. Chodzi o wplatanie w zagadki, zabójstwa i przestępstwa różnego rodzaju farmaceutyków, trucizn i leków. Agatha Christie, literacka matka Herkulesa, dla późniejszych twórców powieści detektywistycznej będzie dzięki temu także matką spojrzenia na nową specjalizację – toksykologię. Cegielski zauważa ważną dla XX wieku zmianę, czytelnik zostaje w wielu utworach wpisany w poziom aktywnej partycypacji w procesie odgadywania „kto-to-zrobił”.

Okazuje się, że zmianom cywilizacyjnym towarzyszy nowe spojrzenie na prozę i inne wobec niej wymagania. Odbiorcą treści kultury masowej jeszcze bardziej zaczyna się wpisywać w kontekst samego tekstu. Cegielskiemu, na szczęście, nie ucieka sprzed oczu literatura amerykańska, w której najszybciej dochodzi do zmian i przewartościowań na poziomie relacji twórca – odbiorca. Przykładem takiej przemiany stają się lata trzydzieste XX wieku i powstanie nowego podgatunku, będącego prostą odpowiedzią na wielki kryzys w USA. Chodzi o powieść gangsterską – nawiązującą charakterem do westernu, ale rozgrywającą się w wielkim mieście. W roli złych obsadzeni zostają gangsterzy, walka rozgrywa się w „świętym” czasie prohibicji, łamania wszystkich reguł. Z tego trzonu, jak dowodzi Cegielski, wyrosnie późniejsze kino *noir*. Dziś do klasyków literackich takiego ujęcia FD zalicza się Dashiella Hammetta i Raymonda Chandlera, ale Tadeusz Cegielski w eseju kieruje wzrok czytelnika także na pierwszych twórców tego podgatunku.

Czytając „Detektywa w krainie cudów”, przyglądamy się zmianom roli bohatera w układzie fabuły, roli czytelnika w recepcji tekstu, ale przede wszystkim stajemy się świadkami zmian cywilizacyjnych, urbanizacyjnych w życiu społeczeństw, które uczą się konsumowania treści kultury masowej, w tym powieści gatunkowej.

Tadeuszowi Cegielskiemu na szczęście starczyło zapału nie tylko do stworzenia obfitującej w odniesienia i konteksty publikacji, lecz także do krytycznych uwag, spostrzeżeń dotyczących powstawania pierwszych gatunkowych stereotypów. Badacz przygląda się im, śledząc historię Conan Doyle’a, który staje się epigonem własnej twórczości. Przygląda się też konsekwencjom stereotypizacji postaci kobiety-detektywa, która „w starciu tak z przestępcą, jak i z kolegami [...] pozostanie politycznie poprawnym obrazkiem, komiksowym, serialowym stereotypem”.

Popularnonaukowa publikacja profesora Cegielskiego to szerokokontekstowa analiza oparta na najważniejszych dla gatunku fikcji detektywistycznej nazwiskach, ale także książka szczegółowo rozszerzona o peryferia i bardzo interesujące wielowarstwowe tło, nie tylko literackie. Badacz, przyglądając się narodzinom gatunku, przygląda się także kulturze prasy i mediów w drugiej połowie XIX i pierwszej XX wieku – i w tym kontekście „Detektyw w krainie cudów” staje się bardzo ciekawą lekturą nadobowiązkową dla historyków prasy popularnej, niedziennikarskiej, i dla tych, których zagadnienia związane z tematyką powstawania kultury masowej interesują szczególnie.

To znakomita propozycja nie tylko dla fanów Agathy Christie i Sherlocka Holmesa, pokazująca, że bohater powieści detektywistycznej jest mocno zakorzeniony w rzeczywistości swojej epoki. Gdy spojrzymy na współczesne propozycje gatunkowe autorów skandynawskich albo polskie próby powieści detektywistycznej – jasne się staje, że nawet pod przykryciem rozliczeń z historią przebijają przez nie, często boleśnie, współczesność.

Lukasz Wojtusik