

KULTURA 45 Media 2021 Teologia

ISSN 2081-89-71

KWARTALNIK
NAUKOWY
WYDZIAŁU
TEOLOGICZNEGO
UKSW W WARSZAWIE



KULTURA Media TEOLOGIA

NUMER 45/2021

TEMAT NUMERU:

MĄDROŚĆ I KOMUNIKOWANIE
WE WSPÓŁCZESNOŚCI

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA

KWARTALNIK NAUKOWY WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW W WARSZAWIE

ISSN 2081-8971

- WYDAWCA:** Wydział Teologiczny Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego
w Warszawie, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa
- REDAKCJA:** ks. dr hab. Rafał Leśniczak, prof. UKSW (redaktor naczelny)
dr hab. Piotr Drzewiecki, prof. UKSW (zastępca redaktora naczelnego)
dr Marta Jarosz (sekretarz redakcji)
ks. dr Waldemar Bartocha
dr Dagmara Jaszewska
dr Mateusz Kot
dr hab. Małgorzata Laskowska, prof. UKSW
ks. dr hab. Dariusz Pater, prof. UKSW
dr Marek Robak
- Rada naukowa:** ks. prof. dr hab. Stanisław Dziekoński (UKSW)
ks. prof. dr hab. Witold Kawecki (UKSW)
prof. dr hab. Jan Stanisław Wojciechowski (UJ)
prof. dr hab. Rafał Habielski (UW)
ks. dr hab. Krzysztof Stępiak, prof. UKSW
ks. dr hab. Jarosław Woźniak (KUL)
ks. dr hab. Mieczysław Różański, prof. UWM Olsztyn
dr hab. Mariola Marczak, prof. UWM Olsztyn
dr hab. Anna Czajka-Cunico, prof. UKSW
dr hab. Damian Guzek, prof. UŚ
prof. dr Michał Masłowski (Université Paris IV – Sorbonne)
Prof. Andrius Vaišnys (Uniwersytet Wileński – Litwa)
Doc. Mgr. Katarína Fichnová, PhD. – Uniwersytet Konstantyna Filozofa w Nitrze
(Słowacja)
Prof. Dr. Alexander Fedorov, Ed.D., (Państwowy Uniwersytet Ekonomiczny
w Rostowie, Rosja)
Prof. Imre Szijártó, Ph.D. (Uniwersytet Károly'a Eszterházy'ego w Egerze,
Węgry)
Prof. Paul A. Soukup, S.J. (Santa Clara University, USA)
Prof. Daniel Arasa (Pontificia Università della Santa Croce, Włochy)
Prof. Norberto González Gaitano (Pontificia Università della Santa Croce, Włochy)
prof. HSE dr hab. Victor Khroul (National Research University – Higher School
of Economics, Rosja)
- Korekta:** dr Marta Jarosz oraz Zespół
- Skład:** Stanisław Tuchołka • www.panbook.pl
- Logo:** dr hab. Andrzej Adamski, prof. WSiIZ;
fot. na okładce: <https://pixabay.com/pl/photos/dubrownik-chorwacja-europa-4106788/>
- Adres redakcji:** „Kultura–Media–Teologia”, ul. Dewajtis 5, 01-815 Warszawa
- Kontakt:** e-mail: kmt.uksw@gmail.com; <http://www.kmt.uksw.edu.pl>

Redakcja zastrzega sobie prawo skracania i redagowania tekstów oraz zmiany tytułów.
Materiałów niezamówionych nie odsyłamy. **Wersję pierwotną (referencyjną) wydawanego
czasopisma stanowi publikacja online dostępna na stronie kmt.uksw.edu.pl**

Spis treści

ARTYKUŁY I ROZPRAWY	7
<i>Mariusz Boguszewski</i>	
FACEBOOK JAKO NARZĘDZIE KOMUNIKACJI INSTYTUCJONALNEJ SEKCJI POLSKIEJ PAPIESKIEGO STOWARZYSZENIA POMOC KOŚCIOŁOWI W POTRZEBIE	8
<i>Marek Kita</i>	
NAZAREJCZYK – UNIWERSALNA MĄDROŚĆ	27
<i>Dariusz Kucharek</i>	
PUNKT WIDZENIA W INTERPRETACJI TEKSTÓW BIBLIJNYCH	56
ANALIZA OPOWIADANIA O KRÓLU MANASSESIE 2 KRL 21,1-18	56
<i>Sylwia Szostak</i>	
KULTURA PRODUKCJI POLSKICH SERIALI FABULARNYCH W LATACH 1998-2012	73
<i>Agnieszka Węglińska</i>	
DZIENNIKARSTWO TVP SA A ZMIANA TECHNOLOGICZNA – BADANIA JAKOŚCIOWE DZIENNIKARZY	115
<i>Anita Zawisza</i>	
O KINIE W RADIU WATYKAŃSKIM – ANALIZA TREŚCI AUDYCJI RADIOWYCH PT. „KINO – WEHIKUŁ LUDZKICH TĘSKNOT”	139
RECENZJE	166
<i>Łukasz Flak</i>	
NOWE TECHNOLOGIE – REMEDIUM CZY SPIRITUS MOVENS KRYZYSU PSYCHICZNEGO W ERZE BIG DATA?	167

ARTYKUŁY I ROZPRAWY

KULTURA – MEDIA – TEOLOGIA 45/2021

Mariusz Boguszewski

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego

Facebook jako narzędzie komunikacji instytucjonalnej Sekcji Polskiej Papieskiego Stowarzyszenia Pomoc Kościołowi w Potrzebie

Facebook as a Social Institutional Communication tool of Polish Section of Pontifical Foundation Aid to the Church in Need

ABSTRAKT

Artykuł prezentuje wyniki badań obejmujące półroczny okres działalności Sekcji Polskiej Papieskiego Stowarzyszenia Pomoc Kościołowi w Potrzebie (PKWP) na Facebooku. Dokonano typologii postów z badanego okresu według ujednoliconych rodzajów działalności. Prezentowane treści oraz model komunikacji społecznej instytucjonalnej odzwierciedlają sposób działania organizacji PKWP i w realistyczny sposób zarysowują jej wizerunek. W badanym okresie w dwóch grupach sympatyków PKWP, utworzonych na Facebooku, zrzeszonych było ponad 1000 osób. W tym samym czasie liczba polubień fanpage'a PKWP wzrosła o 7,5%.

SŁOWA KLUCZOWE

Facebook, tagowanie, Sekcja Polska Pomoc Kościołowi w Potrzebie (PKWP), komunikacja społeczna instytucjonalna, prześladowania chrześcijan, wolność religijna

ABSTRACT

The article presents the results of the research covering the six-month period of the activity of the Polish Section of the Pontifical Foundation Aid to the Church in Need (PKWP) on Facebook. A typology of posts from the analyzed period was made according to standardized types of activity. The presented content and the model of institutional social communication reflect the way the PKWP organization operates and outline its image in a realistic way. In the analyzed period, over 1,000 people participated in two groups of PKWP supporters that created on Facebook. At the same time, the number of PKWP fan page likes increased by 7.5%.

KEYWORDS

Facebook, tagging, Polish Section of Pontifical Foundation Aid to the Church in Need (PKWP), social institutional communication, persecution of Christian, religious freedom

WPROWADZENIE

Spośród wielu symboli naszych czasów należy zauważyć *social media* (media społecznościowe), które Słownik Języka Polskiego PWN definiuje jako „technologie internetowe i mobilne, umożliwiające kontakt pomiędzy użytkownikami poprzez wymianę informacji, opinii i wiedzy”¹. W literaturze medioznawczej wskazuje się na epokę *drugiego Internetu*, kiedy to rozwinęły się *social media* zbudowane na nowych potrzebach i doktrynie bliskości wobec zwykłych ludzi². Facebook jako ich przedstawiciel jest jednym z ważniejszych narzędzi komunikacyjnych wielu instytucji. Łatwość i powszechność dostępności do tej platformy wymiany infor-

W literaturze medioznawczej wskazuje się na epokę *drugiego Internetu*, kiedy to rozwinęły się *social media* zbudowane na nowych potrzebach i doktrynie bliskości wobec zwykłych ludzi. Facebook jako ich przedstawiciel jest jednym z ważniejszych narzędzi komunikacyjnych wielu instytucji. Łatwość i powszechność dostępności do tej platformy wymiany informacji, powoduje jej ważność w procesie komunikacji instytucjonalnej oraz w komunikacji interpersonalnej.

macji, powoduje jej ważność w procesie komunikacji instytucjonalnej oraz w komunikacji interpersonalnej. Według badań Wearesocial.com i Hootsuite w styczniu 2019 r. 3,25 mld osób było użytkownikami mediów społecznościowych³.

¹ Słownik Języka Polskiego, <http://www.sjp.pwn.pl> (dostęp 4 lutego 2021 r.)

² R. Sierocki, *Praktykowanie religii w nowych mediach. Katolicka przestrzeń Facebooka*, Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek, 2018. s. 55.

³ M. Kuchta-Nykiel, *Ilu użytkowników korzysta z sieci i social media w 2019 roku?*, <https://socialpress.pl/2019/02/ilu-uzytkownikow-korzysta-z-sieci-i-social-media-w-2019-roku> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

Powyższe dane wskazują też na stałą tendencję wzrostową użytkowników oraz na coraz większą ich dostępność.

Sekcja Polska Papieskiego Stowarzyszenia Pomoc Kościołowi w Potrzebie (dalej: PKWP) działa w ramach trzech biur: w Warszawie, w Krakowie (Pola Dialogu) i w Poznaniu (Misja na Szewskiej). Biuro poznańskie posiada w Kaliszu grupę wolontariuszy, którzy nazwali swój ośrodek Misja Kalisz. Wsparciem w realizacji zadań PKWP jest działalność Fundacji im. Ojca Werenfrieda, która przede wszystkim zajmuje się realizacją projektów pomocy humanitarnej. W związku z religijnym charakterem PKWP, a z drugiej strony występującymi potrzebami humanitarnymi, fundacja zaradzając problemom egzystencjalnym, niejako odpowiada na potrzeby jakie odkryje stowarzyszenie, a nie są one możliwe do realizacji w ramach statutu stowarzyszenia. Chodzi głównie o pomoc humanitarną. Tematykę PKWP podejmują m.in. polscy badacze Mariusz Boguszewski⁴ i Waldemar Cisko⁵. Każdy oddział PKWP ma własny fanpage⁶. Biuro w Warszawie jest nadrzędnym i decyzyjnym organem dla dwóch regionalnych. W trakcie organizacji znajduje się biuro we Wrocławiu⁷. Proces decyzyjny dotyczący organizacji pracy PKWP i komunikacji, uzależniony jest od głównych wytycznych wskazanych przez Kongregację ds. Duchowieństwa jako właściwego organu prowadzącego w Watykanie oraz centralę zarządzającą i wykonawczą w Königstein im Taunus w Niemczech. Proces decyzyjny w Polsce oparty jest na decyzjach podjętych przez dyrektora sekcji polskiej ks. W. Cisko i Radę PKWP.

Facebook jest narzędziem komunikacji PKWP, który prowadzony jest przez pracowników instytucji. Publikowane treści odzwierciedlają przekaz komunikacyjny

⁴ Por. M. Boguszewski, *Pontifical Foundation Aid to the Church in Need – the overview of aid activity in selected African countries*, „Collectanea Sudanica” 2020, nr 2, s. 287–307; tenże, *From humanitarian to development aid. A case study of the activities of Pontifical Foundation Aid to the Church in Need*, „Polish Journal of Political Science” 2019, nr 5(4), s. 117–131.

⁵ W. Cisko, *Między cierpieniem a pomocą. Obserwacje z Sudanu Południowego*, w: Bilad as-Sudan – Między przeszłością a teraźniejszością, red. W. Cisko, J. Różański, M. Ząbek, Pelplin, Bernardinum, 2020, s. 211–231.

⁶ *Misja Kalisz*, <https://www.facebook.com/MisjaKalisz>; *Misja na Szewskiej*, <https://www.facebook.com/MisjaNaSzewskiej>; *Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, <https://www.facebook.com/PomocKosciolowiWPotrzebie>; *Pola Dialogu*, <https://www.facebook.com/poladialogu> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

⁷ W niedalekiej przyszłości planowane jest otwarcie biura we Wrocławiu, które zapewne stworzy własny profil na *social mediach*.

stowarzyszenia. Posty pokrywają się z treściami podawanymi w innych przekazach medialnych. Osoby odpowiadające za treści postów Facebooka PKWP są oddelegowani do tej pracy, zaś publikowane przez nich komunikaty są wynikiem wcześniejszej komunikacji wewnętrznej PKWP. Podstawowym źródłem informacji jest strona internetowa, na której zamieszczane są oficjalne i pierwotne informacje⁸. Większość tych informacji jest upowszechniana za pomocą Facebooka. W porównaniu z oficjalną stroną internetową Facebook jest narzędziem skuteczniej ułatwiającym dostęp do szerszej grupy odbiorców. Proces komunikacji PKWP przy użyciu Facebooka, zawiera przede wszystkim komunikację zewnętrzną. Jest też ważnym elementem komunikacji wewnętrznej. Fanpage'e biur regionalnych mają w organizacji znaczenie pomocnicze. W lokalnym środowisku biura prowadzą własną działalność zgodną z wytycznymi centrali. Działalność lokalna niemal zawsze udostępniana jest na fanpage'u PKWP. W badanym okresie udostępniono 33 posty biur regionalnych: *Stacja dialog* – 1, *Pola Dialogu* – 12, *Misja na Szewskiej/Kalisz* – 20. Pomocniczą funkcję wobec fanpage'a PKWP, posiada grupa publiczna *Pomoc Kościołowi w Potrzebie* na Facebooku, do której należy ponad 800 członków⁹. Spośród biur regionalnych jedynie krakowskie posiada grupę prywatną złożoną z ponad 200 członków¹⁰.

Większość postów, jakie ukazują się na fanpage'u sekcji polskiej, stanowią tłumaczenie postów z fanpage'a prowadzonego w języku angielskim ACN International. W nielicznych przypadkach administratorzy polskiego fanpage'a, ubogacają tłumaczenia własnymi dodatkami i refleksjami. Obok postów informacyjnych i translatorskich występują nieliczne teksty autorskie osób zaangażowanych w działalność PKWP. Działające w Polsce biura, w Krakowie, Poznaniu i Kaliszu, promują własną, lokalną działalność, która stanowi ich specyfikę odróżniającą te ośrodki od biura warszawskiego i centrali. Wszystkie posty ukazują się na głównym fanpage'u, zbierającym informacje pochodzące z powyższych czterech ośrodków działalności PKWP pomimo istnienia 3 oddzielnych fanpage'ów oraz 2 grup. Ukazywanie się postów nie jest określone ramami czasowymi, ale odbywa się na potrzeby bieżących wydarzeń. Posty dotyczące działalności lokalnej

⁸ *Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, www.pkwp.org (dostęp 4 lutego 2021 r.).

⁹ *Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, <https://www.facebook.com/groups/127630057254284> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

¹⁰ *Pola Dialogu w Krakowie – Grupa Sympatyków i Wolontariuszy*, <https://www.facebook.com/groups/236735294287021> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

stanowią treści nieobecne na fanpage'u centrali. Treści publikowane na fanpage'u centrali i warszawskiego biura PKWP są powielane niemal w całości na Twitterze¹¹. Niewielkie zastosowanie w pracy organizacji ma Instagram. Jedynie biuro krakowskie posługuje się tym narzędziem i posiada konto pod nazwą *Pola Dialogu*¹². Pomoc Kościołowi w Potrzebie posiada na serwisie internetowym Youtube własny kanał¹³. Doświadczenie pracy z *social media* wskazuje na największą użyteczność Facebooka w PKWP. Osoby zainteresowane działalnością PKWP posługują się przede wszystkim Facebookiem. Twitter i inne narzędzia komunikacyjne nie są tak popularne w gronie odbiorców PKWP. Preferowanie Facebooka w pracy PKWP znajduje potwierdzenie w stworzonej na Facebooku grupie publicznej obejmującej ponad 800 sympatyków. Ponadto regionalna grupa krakowska tworząca na Facebooku grupę prywatną *Pola Dialogu w Krakowie – Grupa Sympatyków i Wolontariuszy*, liczy ponad 200 członków. Łącznie w obu grupach skupionych jest około 1000 sympatyków. W dniu 21 lipca 2020 r. liczba polubień wyniosła 6 168, zaś w dniu 21 stycznia 2021 r. wzrosła do 6 628¹⁴. W badanym okresie liczba polubień fanpage'a PKWP wzrosła o 7,5%.

Celem artykułu jest rzeczowa i ilościowa analiza informacji przekazywanych na fanpage'u PKWP w kontekście założeń teoretycznych komunikacji społecznej instytucjonalnej. Pojęcie „komunikacja instytucjonalna” autor rozumie jako rodzaj komunikacji prowadzonej w sposób zorganizowany przez instytucję lub jej przedstawicieli i kierowanej do osób i grup z otoczenia społecznego, w którym prowadzi ona swoją działalność. Ma na celu ustanowienie jakościowych relacji między instytucją a publicznością, z którą się kontaktuje. Poprzez tę formę komunikowania uzyskuje rozgłos społeczny i osiąga wizerunek publiczny adekwatny do celów i działań samej instytucji. W dziedzinie reklamy termin ten oznacza komunikację mającą na celu promocję całościowego wizerunku organizacji; komercyjnej, lub innej¹⁵. Do realizacji celu przeanalizowano posty publikowane przez

¹¹ PKWP@PomocKosciolowi, <https://twitter.com/PomocKosciolowi/status/1292877763368681472> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

¹² Poladialogu, <https://www.instagram.com/poladialogu/> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

¹³ Pomoc Kościołowi w Potrzebie, <https://www.youtube.com/channel/UCNLgPTDTuuZ-pJVWK Cepmiuw> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

¹⁴ Dane przekazane przez administratora fanpage'a PKWP.

¹⁵ J. M. La Porte, *Comunicazione istituzionale*, w: *La comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, red. F. Lever, C. Rivoltella, A. Zancchi, Roma, Pontificio Ateneo Salesiano, 2002.

okres sześciu miesięcy, od 21 lipca 2020 r. do 21 stycznia 2021 r. Grupę tę uznano za reprezentatywny materiał do analizy. Wyselekcjonowana próba badawcza obejmuje 277 postów. Zróżnicowane treści zawarte w postach zostały podzielone na grupy tematyczne. W pierwszej kolejności były to wskazania papieskie i ogłoszenia centrali. Z powyższej analizy wynikają realizowane zadania, które można zgrupować jako zbieranie i przekazywanie informacji o prześladowaniu chrześcijan i potrzebach pomocy humanitarnej. Formę pełnej realizacji celów stanowią przypadki udzielenia wsparcia prześladowanym i poszkodowanym. Praktyczną formą pomagania jest informowanie o potrzebach, zachęta do modlitwy, oraz gromadzenie i przekazywanie funduszy. Cykliczną formą organizacji pomocy są kampanie. Sposób działania organizacji generuje informacje, które na Facebooku przekazywane są w formie postów. Analizowane posty nie są otagowane co utrudnia podział rzeczowy. Wobec tego braku badający był zmuszony wykonać pracę, którą zaniedbano w trakcie administrowania kontem na Facebooku. Podzielone posty pogrupowano za pomocą metody statystycznej. Podział treści szczegółowo został ukazany w tabeli 1.

Ponadpiętnastoletnie doświadczenie funkcjonowania biura PKWP w Polsce pozwoliło na rozpoznanie profilu grupy odbiorców propagowanych treści. Zarysowany powyżej instytucjonalny kształt organizacji PKWP oraz przytoczona ogólna wiedza na temat Facebooka, narzucają hipotezę o użyteczności i trafności wyboru tego medium w celu realizacji społecznej komunikacji instytucjonalnej. Pomiedzy użytecznością a trafnością, występuje w tym wypadku ścisły związek. Użyteczność odnosi się do wymiernych korzyści jakie płyną z realizacji komunikacji na Facebooku, natomiast trafność weryfikowana jest na podstawie używania wybranego narzędzia komunikacji. Jednocześnie użyteczność i trafność wzajemnie się weryfikują. Zarysowana zależność dyktuje dynamikę analizy materiału badawczego i prowadzi do uzasadnienia trafności wyboru. Ponadto w związku z postawioną hipotezą narzuca się problem krytyki komunikacji realizowanej przez PKWP na Facebooku.

WYNIKI ANALIZY

Wśród wyselekcjonowanych postów należy zauważyć dziewięć wypowiedzi papieża. Posty papieskie dotyczą najważniejszych problemów religijnych i humanitarnych, które korespondują z misją PKWP oraz realizowanymi projektami

pomocowymi. Nauczanie to skupione jest na temacie modlitwy oraz formułowanych zachętach i pomysłach do konkretnych czynów pomocowych. W tym kontekście pandemia koronawirusa jest kolejną przyczyną do niesienia pomocy. Istotną informacją w interesującym nas kontekście jest zapowiedź pielgrzymki papieskiej do Iraku jako miejscu współczesnych prześladowań¹⁶. Inspiracje papieskie, jak również analiza własna wykonywana przez ACN International, znajduje wyraz w postach instytucjonalnych. Od 2018 r. przewodniczącym wykonawczym ACN International jest Thomas Heine-Geldern¹⁷, poprzez swoje oficjalne wystąpienia oceniał dotychczasowe działania, komunikował plany prac biur narodowych oraz centrali w Königstein im Taunus. Posty z wypowiedziami przewodniczącego ACN dotyczyły głównie prześladowania chrześcijan. W badanym okresie były to: post z 30 października 2020 r. informujący o reakcji przewodniczącego wykonawczego ACN, na zamach w bazylice Notre-Dame w Nicei. Przewodniczący w imieniu stowarzyszenia wyraził głębokie poruszenie tragedią i zdystansował się zarówno od ateizmu współczesnych Europejczyków jak i radykalnego fundamentalizmu islamistów. W bazylice w wyniku ataku fundamentalistów islamskich, zginęły trzy osoby, w tym kobieta, której ścięto głowę. Kolejnym znaczącym problemem była kwestia Muzeum Hagia Sofia w Turcji, które przekształcono na meczet. Przykładem nienawiści do chrześcijaństwa były wydarzenia zawarte w poście na temat spalenia dwóch kościołów w Santiago de Chile. Atak ten był poprzedzony brutalnymi zamieszkami. W każdym z wymienionych przypadków, przewodniczący w jednoznaczny sposób stawał w obronie chrześcijan. Ataki w Nicei oraz w Chile potępił jako przejawy brutalnej nienawiści. Zamianę muzeum Hagia Sofia na meczet uznał za ograniczenie chrześcijanom dostępu do tego miejsca.

Wydaje się, że wypowiedzi przewodniczącego ACN International tylko wyznaczają kierunek działań stowarzyszenia, ale są też adekwatną, potrzebną reakcją na bieżące wydarzenia w świecie. Przewodniczący jako reprezentant instytucji odniósł się do zaledwie trzech spraw. Wypowiedzi te jednak są znaczące i dotyczą bardzo drażliwych problemów. Ideowość i odwaga jakie zawarte są

¹⁶ B. Zajączkowska, *Papieska pielgrzymka do Iraku pod znakiem braterstwa*, <https://www.vaticannews.va/pl/kosciol/news/2021-01/papieska-pielgrzymka-do-iraku-pod-znakiem-braterstwa.html> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

¹⁷ Przewodniczący wg. Statutu ma nazwę w j. angielskim Executive President of ACN International co w polskim tłumaczeniu PKWP jest używane na dwa różne sposoby: przewodniczący wykonawczy bądź zarządzający PKWP.

w wypowiedziach przewodniczącego wskazują na jakość jego komunikacji, którą można uznać za wzorcową, zgodną z misją instytucji. Jednoznaczne wypowiedzi w obronie chrześcijan stawiają komunikującego w niebezpieczeństwie wzięcia na siebie ataków związanych z wrogością wobec chrześcijan. Działanie przewodniczącego powoduje również wyraziste zarysowanie profilu instytucji i jest właściwą formą komunikacji instytucjonalnej¹⁸. Wypowiedzi przewodniczącego występowały w formie oświadczeń. Inne komunikaty centrali miały formę krótkich komunikatów dotyczących działalności CRTN¹⁹ oraz wydarzeń dotyczących wszystkich biur narodowych oraz zaangażowania przedstawicieli centrali ACN International na arenie międzynarodowej. Odnotowano w tym czasie między innymi szczególne osiągnięcie. Było to przywrócenie przez Unię Europejską funkcji specjalnego wysłannika ds. wolności wyznania, którym jest Jan Figiel (słowski polityk od wielu lat zaangażowany w obronę praw wolności religijnej w świecie)²⁰.

Dyrektor sekcji polskiej PKWP ksiądz Waldemar Cisło wzmacnia na gruncie polskim, komunikaty instytucjonalne ACN International oraz dodaje nowe. W odróżnieniu od przewodniczącego ACN International, dyrektor PKWP ks. W. Cisło do przekazów ideowych dodaje wypowiedzi na temat konkretnych projektów pomocowych realizowanych przez PKWP. W badanym okresie odnotowano 31 postów związanych z wypowiedziami ks. W. Cisko. Komunikaty te pozwalają

¹⁸ [Ojciec Federico Lombardi wspominając zmarłego o. Andrzeja Koprowskiego, wskazuje na wypracowany przez niego model dziennikarstwa polegający na funkcji jakościowej informacji. Takie podejście stanowi postulat dla komunikacji instytucjonalnej Kościoła. „To było właśnie to, czego również bardzo pragnąłem, kiedy przyszedł mnie zastąpić, to znaczy osoby, która nie ograniczała się do technicznego aspektu komunikacji, który zmienia się w zależności od dostępnych narzędzi, ani nie ma obsesji na punkcie wiadomości z ostatniej chwili, ale osoby, która stara się odczytać znaczenie tego, co się dzieje, i pobudza dziennikarzy do zadawania sobie pytań oraz do stawiania pytań innym o konsekwencje głębokich przemian, tego, co dzieje się w naszych czasach i o znaczenie, jakie mają one dla moralnego i duchowego życia ludzi, a także, naturalnie, dla Kościoła.”] Por. *Świadectwo ojca Federico Lombardiego o ojcu Andrzeju Koprowskim*, 30.01.2021, <https://m.niedziela.pl/artukul/64274/Swiadectwo-o-ojcu-Andrzeju-Koprowskim> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

¹⁹ CRTN – Catholic Radio and Television Network. Instytucja działająca w ramach ACN International, zajmuje się produkcją filmów o tematyce związanej z działalnością ACN International.

²⁰ A. Paś, *UE przywróci urząd specjalnego wysłannika ds. wolności religii*, https://pkwp.org/newsy/ue_przywruci_urzad_specjalnego_wyslannika_ds_wolnosci_religii (dostęp 4 lutego 2021 r.).

odbiorcy na zapoznanie się z wybranymi, reprezentatywnymi formami pomocy realizowanej w konkretnych projektach ACN International. Ponadto realizowany przez ks. W. Cisło sposób komunikowania wzmacnia ideowość i wprowadza elementy sprawozdawczości. Dyrektor PKWP do przekazu ideowego wykorzystuje swoją działalność uniwersytecką, prezentując na konferencjach naukowych treści, którymi od strony organizacyjnej zajmuje się w PKWP. Ten rodzaj komunikowania w formie, różny jest od oświadczeń przewodniczącego Thomasa Heine-Gelderna, dociera jednak do wyselekcjonowanego odbiorcy przez co dodatkowo podnosi jakość przekazu.

Podczas międzynarodowej konferencji online zorganizowanej 9 grudnia 2020 r. przez The Universal Rights Accademy, ks. W. Cisło postulował oddanie sprawiedliwości ofiarom wojny w Iraku i w Syrii. Przy okazji życzeń świątecznych poruszał tematykę Bożego Narodzenia i odniósł się do sytuacji polityczno-społecznej w Ziemi Świętej. W tym samym czasie sekcja polska PKWP realizowała kampanię SOS dla Ziemi Świętej. Kampania ta polega na propagowaniu wiedzy na temat prac rękodzielniczych wykonywanych w przydomowych zakładach chrześcijan mieszkających w Ziemi Świętej. Jednocześnie z informacjami na temat prac kierowana jest zachęta do wsparcia duchowego chrześcijanom w Ziemi Świętej – odmawianie modlitw. Dzięki wsparciu PKWP produkty wykonywane przez chrześcijan są sprzedawane w Polsce jako pamiątki. Informacje zawarte w wypowiedzi ks. W. Cisło korespondują z postami na temat kampanii *SOS dla Ziemi Świętej*. Całokształt działań w tej kwestii stanowi dojrzałą formą pomocy jaką świadczy wobec tych chrześcijan sekcja polska PKWP. Trzy elementy treści prezentowanych na Facebooku: religijny, humanitarny oraz sprzedaż rękodzieła chrześcijan tworzą spójną całość. Poprzez sprzedaż dewocjonaliów produkowanych przez chrześcijan z Ziemi Świętej, PKWP przyczynia się także do wsparcia ich działań o charakterze gospodarczym. Działania te ograniczają migrację oraz przyczyniają się do ograniczenia ogaławania Ziemi Świętej z chrześcijan, którzy w trudnych warunkach politycznych nie znajdując pracy w miejscu zamieszkania, zmuszeni są emigrować. Wieloletnie doświadczenie w pracy w PKWP, na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego oraz bogate kontakty krajowe i międzynarodowe ks. W. Cisło owocują własnym, autorskim sposobem komunikowania. Praca ta zapewniła mu pozycję opiniotwórczą w polskiej przestrzeni publicznej. Obok ks. W. Cisło występuje nurt informacji przekazywanych przez ks. Mariusza Boguszewskiego, ks. Pawła Antosiaka i ks. Andrzeja Pasia. Są to wywiady i felietony.

Tematyka i sposób komunikowania mieszczą się w ideowej i sprawozdawczej funkcji realizowanej przez ks. W. Cisło. Odnotowano 17 postów związanych z tymi trzema autorami. Posty przypisane do nazwisk zaliczono do poszczególnych tematów. Zauważa się prawidłowość, że teksty autorskie dotyczą ważniejszych informacji i kampanii prowadzonych przez PKWP. Oczywistym celem jest dotarcie z informacją oraz pozyskanie środków materialnych na planowane cele. Problemy podejmowane przez centralę, ks. W. Cisło i innych pracowników, posty tworzone przez biura regionalne, posty tworzone przez administratorów Facebooka PKWP podzielono tematycznie, co obrazuje tabela. Od numeru 1 do 5 zestawiono

Wieloletnie doświadczenie w pracy w PKWP,
na Uniwersytecie Kardynała Stefana
Wyszyńskiego oraz bogate kontakty
krajowe i międzynarodowe ks. W. Cisło
owocują własnym, autorskim sposobem
komunikowania. Praca ta zapewniła mu
pozycję opiniotwórczą w polskiej przestrzeni
publicznej.

kampanie (cykliczne działania promocyjne) w numerze 6 zawarto tematykę prześladowań chrześcijan w ogólności (przyczyny, konsekwencje i teoria prześladowań). Od numeru 7 do 24 rozpisano tematykę prześladowań, którą dało się przyporządkować do konkretnego kraju. Od numeru 25 do 30 umieszczono pomoc humanitarną, a następnie inne tematy: informacje z życia Kościoła, ekumenizm, edukacja. Podział zróżnicowanych postów i przyporządkowanie ich do określonej tematyki wynika z praktyki pracy organizacji. Postulatem na przyszłość pozostaje stosowanie tagów – słów kluczowych, przy postach co pozwoliłoby na znaczenie uporządkowanie pracy, podniosłoby jakość.

Tabela 1. Zestawienie tematyczne i liczebnościowe postów na fanpage'u PKWP w okresie od 21 lipca 2020 r. do 21 stycznia 2021 r.

Lp.	Tematyka	Liczebność
1	<i>Red Week</i>	4
2	Dzień Solidarności z Kościołem Prześladowanym	41
3	Milion Dzieci modli się na Różańcu	16
4	SOS dla Ziemi Świętej	15
5	Piknik w Rymanowie	1
6	Prześladowania chrześcijan (w ogólności)	61
7	Prześladowania chrześcijan. Albania	2
8	Prześladowania chrześcijan. Armenia	1
9	Prześladowania chrześcijan. Białoruś	1
10	Prześladowania chrześcijan. Chile	3
11	Prześladowania chrześcijan. Chiny	1
12	Prześladowania chrześcijan. Egipt	1
13	Prześladowania chrześcijan. Etiopia	2
14	Prześladowania chrześcijan. Filipiny	1
15	Prześladowania chrześcijan. Francja	1
16	Prześladowania chrześcijan. Indie	1
17	Prześladowania chrześcijan. Irak	1
18	Prześladowania chrześcijan. Kongo	1
19	Prześladowania chrześcijan. Mozambik	2
20	Prześladowania chrześcijan. Nigeria/Nigr	11
21	Prześladowania chrześcijan. Nikaragua	1
22	Prześladowania chrześcijan. Pakistan	19
23	Prześladowania chrześcijan. Syria	1
24	Prześladowania chrześcijan. Wenezuela	2
25	Pomoc humanitarna. Irak	1
26	Pomoc humanitarna. Liban	36
27	Pomoc humanitarna. Pakistan	2
28	Pomoc humanitarna. Palestyna	2
29	Pomoc humanitarna. Syria	11
30	Pomoc humanitarna. Wenezuela	1
31	Informacje z życia Kościoła	14
32	Ekumenizm	3
33	Edukacja	19
34	Ocalenie dóbr kultury	1
35	Odbudowa kościołów. Norwegia. Syria. Chile	3
36	Raport o Sahelu	2
37	Raport <i>Uwolnić Jeńców</i>	1

Źródło: *Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, <https://www.facebook.com/PomocKosciolowiWPotrzebie> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

Pod hasłem „kampanie” zestawione są akcje: *Red Week*, *Dzień Solidarności z Kościołem Prześladowanym*, *Milion Dzieci modli się na Różańcu*, *SOS dla Ziemi Świętej* oraz *Piknik w Rymanowie*. Spośród wymienionych kampanii najważniejszy jest *Dzień Solidarności*. Kampania ta prowadzona jest jedynie przez sekcję polską PKWP i polega na wybraniu jednego kraju bądź regionu uznanego za najbardziej godny uwagi z powodu prześladowania chrześcijan i potrzeb humanitarnych. Jest to jedyna kampania, która jest organizowana przy współudziale Konferencji Episkopatu Polski i zwykle przypada w drugą niedzielę listopada. W badanym okresie Dzień Solidarności poświęcono Republice Środkowej Afryki. Jako najważniejsza kampania proporcjonalnie posiadała największą ilość postów – 41. *Red Week* to kampania ogólnoswiatowa, która w rzeczywistości polskiej z racji na bliskość czasową z *Dniem Solidarności*, pełniła funkcję pomocniczą. *Dzień Solidarności* w praktyce polskiej skupił i zaktywizował odbiorców zainteresowanych tematyką prześladowań. Odzwierciedla to liczba tylko 4 postów. Należy zwrócić uwagę, że *Red Week* daje możliwość prezentacji treści dotyczących wszystkich krajów gdzie są prześladowania należałoby postulować większą pracę i uwagę poświęconą tej kampanii. Kampania *Milion Dzieci modli się na Różańcu* osiągnęła liczbę 16. postów. Natomiast kampania *SOS dla Ziemi Świętej* 15 postów. Niewielkie znaczenie ma lokalna kampania *Piknik w Rymanowie* – 1 post. Kampania o różańcu ma charakter internetowy (informacyjny) oraz wymiar duchowy (modlitwa). Osiągnęła ona stosunkowo dużą liczbę postów. Kampania ta nie wiąże się z żadną zbiórką pieniężną. *SOS dla Ziemi Świętej* w odróżnieniu od kampanii różańcowej, jest akcją o charakterze gospodarczym. Polega ona na hurtowym zakupie i detalicznej sprzedaży wysyłkowej dewocjonaliów produkowanych przez chrześcijan w Betlejem. Kampania ta stanowi dojrzałą etycznie formę pomocy. Dzięki sprzedaży dewocjonaliów chrześcijanie pochodzenia arabskiego mają możliwość zarobkowania we własnej ojczyźnie. Działanie to zapobiega emigracji. Ma to szczególnie ważne znaczenie w perspektywie zatrzymania chrześcijan w Ojczyźnie Jezusa Chrystusa. Działalność organizacji, którą odzwierciedlają informacje na Facebooku wskazuje na porównywalną uwagę poświęconą tym skrajnie różnym kampaniom. Dużą grupę postów wygenerował temat prześladowań chrześcijan, który występuje w postaci ogólnej w 12 postach oraz w znacznej części postów zawierających autorskie wypowiedzi księży pracujących w stowarzyszeniu – 50 postów. Pozostałe 48 postów na temat prześladowań udało się podzielić na 16 krajów. Łącznie temat prześladowań obejmuje około 110 postów. Dodatkowo 41

postów na temat *Dnia Solidarności*, który był dedykowany Republice Środkowoafrykańskiej, dotyczą faktycznie tematu prześladowania chrześcijan w tym kraju. Łącznie 151 postów dotyczy prześladowań. Jak wynika z tabeli, prześladowania chrześcijan dotyczyły 18. krajów. Po włączeniu w tę liczę tematyki dnia solidarności, przybywa 19 kraj Republika Środkowej Afryki. Drugą wiodącą tematyką po prześladowaniu chrześcijan jest pomoc humanitarna. Dotyczyła ona 6 krajów, przy czym należy dodać analogicznie Republikę Środkowoafrykańską, której tematyka zawarta jest w kampanii dzień solidarności. Posty na temat dnia solidarności dotyczą zarówno prześladowania chrześcijan jak i pomocy humanitarnej. Łącznie na ten temat napisano 53 posty. Po dodaniu 41 postów (*Dzień Solidarno-*

Kampania ta [*Dzień Solidarności*] prowadzona jest jedynie przez sekcję polską PKWP i polega na wybraniu jednego kraju bądź regionu uznanego za najbardziej godny uwagi z powodu prześladowania chrześcijan i potrzeb humanitarnych. Jest to jedyna kampania, która jest organizowana przy współudziale Konferencji Episkopatu Polski i zwykle przypada w drugą niedzielę listopada.

ści) otrzymujemy łącznie 94. Z powyższych analiz wynika, że pomoc humanitarną świadczone w 7 krajach natomiast upowszechniano informacje o prześladowaniu chrześcijan z 19 krajów. Proporcje w przebadanym okresie wskazują na zgodność praktyki stowarzyszenia z celami statutowymi. Dominuje tematyka informacyjna na temat świadectwa wiary chrześcijańskiej. Dodatkową przyczyną tych proporcji są względy finansowe i organizacyjne. Właściwie we wszystkich krajach gdzie jest prześladowanie chrześcijan występuje potrzeba udzielania pomocy humanitarnej. Praktyka pracy stowarzyszenia wskazuje na prawidłowość uprzedniego nagłośnienia problemu w następstwie czego możliwe jest niwelowanie skutków polegające między innymi na niesieniu pomocy humanitarnej. Najpopularniejszy

post dotyczył tematyki planowanego transportu humanitarnego do Libanu, realizowanego przy współpracy z Ministerstwem Obrony Narodowej. Liczba unikalnych odbiorców osiągnęła 20 983²¹. Jeśli chodzi o liczbę polubień, dwa kolejne posty dotyczą prześladowania chrześcijan. Posty o zamieszkach w Santiago de Chile i podpaleniu dwóch katolickich kościołów osiągnęły liczbę 18 348²². Post o mężczyźnie, który rzucił bombę zapalającą katedrę Niepokalanego Poczęcia NMP w Managui w Nikaragui osiągnął liczbę 13 385²³. Średnia liczebność odbiorców jednego postu PKWP kształtuje się w granicach od 2 do 2,5 tys.²⁴.

SOS dla Ziemi Świętej w odróżnieniu od kampanii różańcowej, jest akcją o charakterze gospodarczym. Polega ona na hurtowym zakupie i detalicznej sprzedaży wysyłkowej dewocjonaliów produkowanych przez chrześcijan w Betlejem. Kampania ta stanowi dojrzałą etycznie formę pomocy. Dzięki sprzedaży dewocjonaliów chrześcijanie pochodzenia arabskiego mają możliwość zarabkowania we własnej ojczyźnie. Działanie to zapobiega emigracji.

Przeanalizowane posty zostały podzielone na trzy najważniejsze grupy: kampanie, prześladowanie chrześcijan, pomoc humanitarna. Pozostałe posty zgrupowano w dolnej części tabeli przyporządkowując je do słów kluczowych:

²¹ Grupa publiczna *Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, <https://www.facebook.com/PomocKo-sciolowiWPotrzebie/posts/3182185175200415> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

²² Grupa publiczna *Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, <https://www.facebook.com/PomocKo-sciolowiWPotrzebie/posts/3410541279031469> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

²³ Grupa publiczna *Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, <https://www.facebook.com/PomocKo-sciolowiWPotrzebie/posts/3172050836213849> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

²⁴ Dane przekazane przez administratora fanpage'a PKWP.

ekumenizm, edukacja i inne. Biorąc pod uwagę charakter stowarzyszenia i powtarzane postulaty centrali chroniące organizację kościelną od zredukowania jej do poziomu działalności organizacji humanitarnej – NGO, należy zwrócić uwagę na dwa przypadki: odbudowa trzech kościołów i ocalenie dóbr kultury. Odbudowa kościołów, to działalność na rzecz sacrum. Ocalenie dóbr kultury dotyczy rękopisów które są świadectwem historii i tożsamości miejscowego Kościoła. Analizowany przykład dotyczy uratowania starych, bogatych zbiorów biblioteki dominikanów w irackim Mosulu. Należałoby postulować zwiększenie działalności organizacji w tych dwóch przestrzeniach, gdyż to pomaga odsunąć widmo niebezpiecznego humanitaryzmu, czy nawet charytatywności. Z oczywistych względów gdy ludzie głodują, chorują i giną należy przeznaczać środki materialnie i siły organizacji przede wszystkim na cel humanitarny. Jednak alarmowanie przy tej okazji na temat miejsc sakralnych i kościelnych dóbr kultury, nie wymaga natychmiastowych środków. Ponadto jest ono również postulatem szczególnym w całościowym traktowaniu lokalnych Kościołów chrześcijańskich.

WNIOSKI

W teorii na temat Facebooka wskazuje się na funkcje tego narzędzia komunikacji. Wśród kilku funkcji największe zastosowanie w odniesieniu do badanego przedmiotu mają dwie: możliwość prezentacji działalności organizacji oraz utrzymywanie kontaktu z beneficjentami, sympatykami, ofiarodawcami. Ponadto propagowanie treści oraz utrzymywanie kontaktu jest okazją do wzywania osób zainteresowanych do okazywania wsparcia modlitewnego.

Zważywszy na treści i jakość przekazywanych komunikatów zarówno w formie tłumaczeń jak i wzmacnianych autorskimi wypowiedziami dyrektora ks. W. Cisło, należy uznać realizowaną formę przekazu PKWP jako odpowiadającą kryteriom komunikacji społecznej instytucjonalnej. Wymiernym argumentem i potwierdzeniem skuteczności obranej metody pracy jest licząca około 1000 osób społeczność sympatyków PKWP zbudowana na Facebooku. Drugim potwierdzeniem jest wzrastająca liczebność polubień fanpage'a PKWP. W badanym okresie liczebność wzrosła o 7,5%. Ciągły wzrost grupy sympatyków a także wzrost popularności komunikatów, korespondują z profesjonalizmem komunikacji PKWP. Zauważony tu przekaz kreuje, wzmacnia a nade wszystko wytwarza na gruncie polskim model komunikacji instytucjonalnej PKWP. Instytucje kościelne w Polsce,

nierzadko dalekie są od profesjonalizmu medialnego, są uwarunkowane funkcjonowaniem instytucji i brakiem warsztatu medialnego. Konsekwencją tego jest słaba komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna instytucji. Cierpi na tym sprawa Ewangelii. Od strony teorii medioznawczej zajmuje się tym między innymi Rafał Leśniczak, który analizując zawartość polskich mediów opinii, zwraca uwagę na problem medialnego wizerunku kościołów i związków wyznaniowych, jak również teoretycznego namysłu nad linią programową przedstawicieli mediów w kontekście prezentowania i interpretowania zagadnień z życia Kościoła katolickiego²⁵. Omówiony model komunikacji PKWP na Facebooku potwierdza hipotezę trafności i użyteczności wyboru tego medium.

Zważywszy na treści i jakość przekazywanych komunikatów zarówno w formie tłumaczeń jak i wzmacnianych autorskimi wypowiedziami dyrektora ks. W. Cisły, należy uznać realizowaną formę przekazu PKWP jako odpowiadającą kryteriom komunikacji społecznej instytucjonalnej. Wymiernym argumentem i potwierdzeniem skuteczności obranej metody pracy jest licząca około 1000 osób społeczność sympatyków PKWP zbudowana na Facebooku. Drugim potwierdzeniem jest wzrastająca liczebność polubień fanpage'a PKWP. W badanym okresie liczebność wzrosła o 7,5%.

²⁵ R. Leśniczak, *Wizerunek prasowy i internetowy instytucji kościelnej a linia redakcyjna – casus fundacji „Dzieło nowego tysiąclecia”*, *Polityka i Społeczeństwo* 2018, nr 3(16), s. 67–81; tenże, *Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016)*, Warszawa, Wydawnictwo UKSW, 2019; tenże, *Polish Catholic Press and political communication of the Church on the basis of the 2000–2015 presidential election*, „Political Preferences” 2018, nr 18, s. 37–56.

Przeprowadzone analizy pracy organizacji oraz publikowania informacji na Facebooku, domagają się również oceny krytycznej. Przede wszystkim należy wskazać na potrzebę tagowania postów. Generalnie przekazywane informacje są zgrupowane w dwóch blokach: prześladowanie chrześcijan i pomoc humanitarna. Najczęstszymi słowami kluczami używanymi do tagowania winny być hasła: *prześladowanie chrześcijan* oraz *pomoc humanitarna*. Jeśli jest to możliwe do tych dwóch podstawowych, kluczowych słów winno być dodawane trzecie – nazwa kraju np. *Syria*, w którym są prześladowania, lub udzielana jest pomoc humanitarna. Posty dotyczące kampanii winny posiadać słowa kluczowe, za które należy przyjąć oficjalne nazwy kampanii *Red Week*, *Dzień Solidarności z Kościołem Prześladowanym*, *Milion Dzieci modli się na Różańcu*, *SOS dla Ziemi Świętej*, *Piknik w Rymanowie* i inne. Analogicznie jak w przypadku postów na temat prześladowań chrześcijan i pomocy humanitarnej, poszczególne posty na temat kampanii, winny być oznaczane nazwami krajów i w miarę możliwości nazwami miejscowości których dotyczą. Obok trzech wymienionych grup, występują posty o tematyce różnej. Przeanalizowany materiał pozwolił pogrupować posty w tabeli pod odpowiednimi hasłami, które stanowią faktycznie słowa kluczowe: *informacje z życia Kościoła*, *ekumenizm*, *edukacja*, *ocalenie dóbr kultury*, *odbudowa kościołów*, *Raport o Sahelu*, *Raport „Uwolnić Jeńców”*. Aby opisać nowe działania każdy post należałoby również starać się oznaczyć nazwami geograficznymi – kraj i miejscowość. Zaprezentowany tu projekt tagowania, ogranicza się do pierwszego, podstawowego oznaczenia postów. Dodatkowo należy w ważniejszych przypadkach starać się o słowa kluczowe łączące różnorodne treści pochodzące z różnych regionów geograficznych, hasłami syntetycznymi np. *wolność religijna*, *prawa człowieka*, *wolność wyznania* i *sumienia*, *chryścianofobia*, *rasizm*, *marksizm*, *komunizm*, *ISIS*, *radykałny fundamentalizm* i inne. Administratorzy kont na Facebooku, nie powinni pomijać pierwszego poziomu tagowania. Poziom drugi, jako wymagający analizy naukowej winien być konsultowany wewnątrz organizacji. W praktyce, szczególnie autorskie wypowiedzi i teksty pracowników PKWP, należałoby przy autoryzacji opatrywać słowami kluczowymi sugerowanymi przez autorów. Wypracowany model komunikacji PKWP na Facebooku należy ocenić pozytywnie. Zaprezentowana krytyka dotyczy spraw technicznych (tagowania). Po zrealizowaniu tego postulatu zarysowują się kolejne merytoryczne przestrzenie rozwoju modelu pracy na Facebooku dla organizacji PKWP. Wytworzony cykl kampanii odbywających się w ciągu roku wymaga większej systematyczności i szukania

skuteczniejszych narzędzi komunikacyjnych. Organizacja winna bardziej profesjonalnie śledzić i nagłaśniać wypowiedzi hierarchii kościelnej związanej z tematyką prześladowań chrześcijan. Wieloletnia praca organizacyjna PKWP dojrzewa do poziomu, na którym konieczna jest współpraca z ośrodkami naukowymi. W tym kontekście duże nadzieje należy wiązać z powołanym na UKSW Uniwersyteckim Centrum Badań Wolności Religijnej.

BIBLIOGRAFIA

Opracowania

- Boguszewski M., *From humanitarian to development aid. A case study of the activities of Pontifical Foundation Aid to the Church in Need*, „Polish Journal of Political Science” 2019, nr 5(4), s. 117–131.
- Boguszewski M., *Pontifical Foundation Aid to the Church in Need – the overview of aid activity in selected African countries*, „Collectanea Sudanica” 2020, nr 2, s. 287–307.
- Boratyn D., *Aktywność posłów do Parlamentu Europejskiego IX kadencji na portalu społecznościowym Facebook. Analiza porównawcza*, „Nowa Polityka Wschodnia” 2020, nr 2(25) s. 160–176.
- Cisło W., *Między cierpieniem a pomocą. Obserwacje z Sudanu Południowego*, w: *Bilad as-Sudan – Między przeszłością a teraźniejszością*, red. W. Cisło, J. Różański, M. Ząbek, Pelplin, Bernardinum, 2020, s. 211–231.
- La Porte J. M., *Comunicazione istituzionale*, w: *La comunicazione. Il Dizionario di scienze e tecniche*, red. F. Lever, C. Rivoltella, A. Zancchi, Roma, Pontificio Ateneo Salesiano, 2002.
- Leśniczak R., *Polish Catholic Press and political communication of the Church on the basis of the 2000–2015 presidential election*, „Political Preferences” 2018, nr 18, s. 37–56.
- Leśniczak R., *Wizerunek prasowy i internetowy instytucji kościelnej a linia redakcyjna – casus fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”*, „Polityka i Społeczeństwo” 2018, nr 3(16), s. 67–81.
- Leśniczak R., *Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016)*, Warszawa, Wydawnictwo UKSW, 2019.
- Sierocki R., *Praktykowanie religii w nowych mediach. Katolicka przestrzeń Facebooka*, Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek, 2018.

Netografia

- Grupa publiczna Pomoc Kościołowi w Potrzebie*, źródło: <https://www.facebook.com/groups/127630057254284> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- <https://www.facebook.com/PomocKosciolowiWPotrzebie/posts/3172050836213849> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- <https://www.facebook.com/PomocKosciolowiWPotrzebie/posts/3182185175200415> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

- <https://www.facebook.com/PomocKosciolowiWPotrzebie/posts/3410541279031469> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Kuchta-Nykiel M., *Ilu użytkowników korzysta z sieci i social media w 2019 roku?*, <https://socialpress.pl/2019/02/ilu-uzytkownikow-korzysta-z-sieci-i-social-media-w-2019-roku> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Misja Kalisz, <https://www.facebook.com/MisjaKalisz> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Misja na Szewskiej, <https://www.facebook.com/MisjaNaSzewskiej> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- PKWP@PomocKosciolowi, <https://twitter.com/PomocKosciolowi/status/1292877763368681472> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Poladialogu, <https://www.instagram.com/poladialogu/> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Pola Dialogu w Krakowie – Grupa Sympatyków i Wolontariuszy, <https://www.facebook.com/groups/236735294287021> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Pomoc Kościołowi w Potrzebie, <https://www.youtube.com/channel/UCNLgPTDTuuZ-pjVWKCEpmiuw> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Pomoc Kościołowi w Potrzebie, <https://www.facebook.com/PomocKosciolowiWPotrzebie> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Pola Dialogu, <https://www.facebook.com/poladialogu> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Paś A., *UE przywróci urząd specjalnego wysłannika ds. wolności religii*, https://pkwp.org/newsy/ue_przywroci_urzad_specjalnego_wyslannika_ds_wolnosci_religii (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Słownik Języka Polskiego, <http://www.sjp.pwn.pl> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Świadectwo ojca Federico Lombardiego o ojcu Andrzeju Koprowskim, 30.01.2021, <http://m.niedziela.pl/artikul/64274/Swiadectwo-o-ojcu-Andrzeju-Koprowskim> (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Pomoc Kościołowi w Potrzebie, www.pkwp.org (dostęp 4 lutego 2021 r.).
- Zajączkowska B., *Papieska pielgrzymka do Iraku pod znakiem braterstwa*, <https://www.vaticannews.va/pl/kosciol/news/2021-01/papieska-pielgrzymka-do-iraku-pod-znakiem-braterstwa.html> (dostęp 4 lutego 2021 r.).

Biogram

Mariusz Boguszewski ur. 1979 r., kapłan diecezji drohiczyńskiej, dyrektor biura Sekcji Polskiej Papieskiego Stowarzyszenia Pomoc Kościołowi w Potrzebie. W roku 2010 uzyskał licencjat z zakresu komunikacji społecznej instytucjonalnej w Rzymie na Papieskim Uniwersytecie Santa Croce, w roku 2016 uzyskał stopień doktora teologii na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Od roku 2017 r. wykładowca w Instytucie Nauk Teologicznych oraz w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Publikacje na stronie: <https://independent.academia.edu/MariuszBoguszewski>. Kontakt: e-mail: m.boguszewski@uksw.edu.pl ORCID: 0000-0002-1770-1933

Marek Kita

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

Nazarejczyk – uniwersalna Mądrość

The Nazarene – Universal Wisdom

ABSTRAKT

Artykuł zarysowuje syntezę dwóch perspektyw chrystologicznych: chrystologii ubogich, rozwiniętej w kontekście latynoamerykańskim, oraz chrystologii kosmicznej, w jej postaci odnowionej współcześnie przez Richarda Rohra – wpisując je obie w ramy chrystologii mądrości. Dzięki temu zostaje uwypuklone połączenie i przenikanie się w chrześcijaństwie wymiaru humanistycznego z mądrością o charakterze holistycznym, a zatem jego otwarcie na „ekologię integralną”. W dyskurs został też wpleciony istotny wątek teologicznofundamentalnej eksplikacji teologii odkupienia.

SŁOWA KLUCZOWE

Chrystologia kosmiczna, chrystologia mądrości, chrystologia ubogich, mądrość krzyża, opcja preferencyjna na rzecz ubogich, teologia Nazaretu, Victor Codina, Denis Edwards, Rafael Luciani, Richard Rohr

ABSTRACT

In my article, I aim to outline a synthesis of two important Christological perspectives by placing them both within the framework of a third, very essential one: Christology of the poor, developed in the Latin American context, the cosmic Christology, as renewed today by Richard Rohr, synthesized in the third perspective – Wisdom Christology. The proposed approach allows to emphasize the connection and interpenetration of the humanistic dimension with holistic wisdom in Christianity. This shows, therefore, the openness of Christianity to integral ecology. The paper also incorporates the fundamental explication of the redemption theology into the discourse.

KEYWORDS

Cosmic Christology, Christology of the poor, Wisdom Christology, the wisdom of the Cross, preferential option for the poor, the theology of Nazareth, Victor Codina, Denis Edwards, Rafael Luciani, Richard Rohr

WPROWADZENIE

Nazywamy się „chrześcijanami” od słowa *Christos*, wierząc w zapośredniczenie Boskiego udzielania się „wszelkiemu stworzeniu” (por. Mk 16,15) przez osobę żydowskiego Mesjasza. Utożsamiamy Go z Jezusem Nazarejczykiem i przyjmując dość paradoksalną Nowinę, uznajemy tę postać za kogoś o wiele większego

niż prorok lub mędrzec (por. Mt 12,41–42). Widzimy w Nim, na podstawie Nowego Testamentu, Boskie osobowe Słowo-Mądrość (por. (J 1,1–4)¹. Jezus Chrystus łączy w sobie cechy historycznego Nazarejczyka oraz uniwersalnego Pana kosmosu i dziejów, a to połączenie historyczności z uniwersalnością objawia Go jako *universale concretum et personale*, konkretny i osobowy „powszechnik”². Już samo objawienie się uniwersalnej Mądrości w tak radykalnie „punktowy” sposób – jakkolwiek treść owego „punktu” jeszcze procesualnie się odsłania, aż po kres historii (por. Ef 4,13) – stanowi filozoficzny skandal. Wydaje się jednak, że do wspomnianego skandalu wcielenia-uczułowienia Logosu Boga w istotny sposób należy też łatwe do zlekceważenia odesłanie do macierzystego środowiska Jezusa, zawarte w przydomku *Nazōraios*. A jednak zaznaczona w ten sposób „lokalność” Mesjasza wbrew pozorom ma uniwersalne znaczenie, analogicznie jak Jego poniżenie przez krzyżową egzekucję ma ścisły związek ze specyfiką przejawiania się mocy Boga.

PARADOKSALNE UCIELEŚNIENIE MĄDROŚCI

Jak wiadomo, w Pierwszym Liście do Koryntian apostoł Paweł wiąże objawienie „Bożej mądrości w misterium” (*Theou sophia en mystērīō*, 1 Kor 2,7)³ z Jezusem stającym przed nami jako ukrzyżowany. Przegrany w starciu z logiką świata, zmiażdżony w trybach systemu, nie mający do powiedzenia nic błyskotliwego, skrajnie bezsilny – Chrystus okazuje się „Bożą mocą i Bożą mądrością” (1 Kor 1,24). A więc Jezus ukrzyżowany ucieleśnia mądrość idącą w poprzek starań o zaprowadzenie nad sytuacją życiową dzięki intelektowi lub sile, nawet uzyskanym z nieba (por. 1 Kor 1,22)... Boża mądrość obecna w misterium Osoby Jezusa, oraz wyrażona w misterium Jego Przejścia (Paschy) przez śmierć do życia, nie uwodzi

¹ Choć w słynnym prologu Ewangelii według Jana określeniem Syna Bożego pozostaje „Słowo” (*Logos*), a nie „Mądrość”, to jednak cały ten tekst nawiązuje do wizji Mądrości (*Sophia*) ze Starego Testamentu, zwł. Mdr 7,22–10,21, oraz Prz 8,22–31. Zob. R.A. Burridge, *Cztery Ewangelie, jeden Jezus? Interpretacja symboliczna*, tłum. W. Fladziński, Wyd. M, Kraków 2014, s. 172–173. A grecki termin *Logos* oznacza słowo pełne sensu, słowo rozumne... Może także po prostu oznaczać „rozum” lub „sens”.

² Zob. H.U. von Balthasar, *Teologia dziejów. Zarys*, tłum. J. Zychowicz, Wyd. Znak, Kraków 1996, s. 85.

³ Cytaty biblijne w niniejszym artykule przytaczane są niekiedy w przekładzie Biblii Tysiąclecia, lecz często także we własnym tłumaczeniu autora.

obietnicą przeniknięcia sekretów losu, ani nie pomaga podporządkować sobie rzeczywistości.

Jest to mądrość poszukująca nas na drogach zwykłego człowieczeństwa („na rozstajach i w miejskich bramach”, por. Prz 8,2–3) i tam właśnie rodząca się z głębokiego respektu wobec Autora życia (czyli z „bojaźni Bożej”, por. Ps 111,10) W ludzkim bytowaniu Syna Bożego ta „mądrość z góry” (por. Jk 3,17) wyraża się w absolutnym zaufaniu do Ojca, którego królowanie Jezus afirmuje z „cichością i pokorą serca” (por. Mt 11,29), oraz w absolutnej życzliwości dla bliźnich. Jest to mądrość afirmacji drugiego i daru z siebie, odwzorowująca w relacjach z otoczeniem to, co Syn przeżywa w relacji z Ojcem (por. J 17,10–11.20–21.23). To także mądrość „tracenia duszy” (czyli *ego*, jaźni doświadczanej w codziennej samorealizacji i trosce o byt) na drodze ofiarnej hojności serca, żeby w ten paradoksalny sposób zyskać autentycznego siebie (jaźń ukochanego dziecka Boga)⁴ dzięki wybawieniu przekraczającemu zwykłą logikę.

W Jezusie „oddającym życie, żeby je znów odzyskać” (J 10,17) wyraża się mądrość powierzenia siebie „Dobremu, który jest w ukryciu” (por. Mt 19,17 oraz Mt 6,6) i zatonięcia w Jego rękach głębiej niż w piekle zgotowanym przez chory świat (zob. Mt 27,46 i Łk 23,46). Ta mądrość daje nieoczywiste, lecz realne wybawienie od zguby – nie tyle ocalenie *przed* śmiercią, co ocalenie *ze* śmierci. List do Hebrajczyków zawiera zaskakujące na pierwszy rzut oka stwierdzenie, że Jezus wołając o wybawienie podczas dramatycznego wieczoru w Getsemani, „został

⁴ Zob. Mt 16,25, a także korespondujące z przesłaniem tego wersetu refleksje franciszkańskiego teologa, Richarda Rohra: „*Śmierć nie jest tylko fizycznym obumieraniem, lecz również zstąpieniem na głębię, sięgnięciem dna, dojściem do punktu, w którym tracimy wszelką kontrolę, całkowicie wychodząc poza to, czym teraz jesteśmy. (...) Wszyscy kiedyś umrzemy; nie mamy co do tego żadnego wyboru. Fizyczną śmierć poprzedzają jednak różne stopnie umierania. Jeśli uczciwie się zastanowimy, będziemy musieli przyznać, że umieramy całe życie, a jeśli jesteśmy dość pojętni, umierając uczymy się, że w głębi i w śmierci wszystkiego, co nas otacza, kryje się łaska. (...) nasze prawdziwe «ja» jest tym, kim jesteśmy w Bogu i tym, kim Bóg jest w nas. Duszy nie utracimy naprawdę nigdy; możemy jedynie, z ogromną stratą, nie umieć jej sobie uprzytomnić; wówczas ją mamy, a zarazem jej nie mamy (...)* Nie tworzymy naszego prawdziwego «ja», nie próbujemy na nie zasłużyć czy wypracować go sobie, wkładając w to jakiś wysiłek – moralny czy rytualny. Ono jest danym nam wszystkim, bez wyjątku i na zawsze, darem miłosierdzia. Nie szturmujemy naszego prawdziwego «ja», jak podczas zdobywania niebosiężnych szczytów. Nie bójmy się spaść w jego głębię. Wówczas paradoksalnie odnajdziemy wreszcie siebie” (Richard Rohr, *Nieśmiertelny diament. W poszukiwaniu prawdziwego ja*, tłum. M. Chojnacki, Wyd. WAM, Kraków 2017, s. 20.45.53)

wysłuchany” (Hbr 5,7). Kielich konfrontacji z wrogością „grzechu świata” (por. J 1,29) wprowadzie Go nie ominął, lecz Jezus tonąc w śmierci przeszedł przez nią na wylot ku „sycącemu duszę” spełnieniu (por. Iz 53,11) – a Ojciec „nie pozwolił Mu doznać rozkładu” (zob. Ps 16,10). Pozytywną odpowiedzią na modlitwę o ratunek było przyjęcie oddanego Ojcu ducha (por. Łk 23,46) i wskrzeszenie uśmierconego ciała.

Dodajmy, że to paradoksalne spełnienie prośby o ratunek było zarazem wypełnieniem woli Ojca, którą Jezus w modlitwie postawił ponad własną (zob. Mt 26,39). Rzecz jasna, wolą Tego, który „chce miłosierdzia, a nie ofiary” (zob. Mt 9,13; 12,7) była nie męka i śmierć Syna, lecz uśmiercenie przez Niego wrogości świata „w sobie” – poprzez wzięcie na siebie impetu tej wrogości i wygaszenie go przebaczeniem (zob. Ef 2,16; Łk 23,34a). Cios zadany Bogu-Słowu prosto w serce, utonął w wypełniającym to serce miłosierdziu. Wolą Ojca Miłości było, żeby Syn „kochał do końca” (por. J 13,1), bez względu na sytuację, jaką stworzą ludzie. Jak zwraca uwagę Gerald O’Collins, Biblia dokonuje transformacji sensu używanych w niej pojęć „pojednania”, „przebłagania” i „odkupienia”⁵. Nie chodzi o pojednanie dwóch zwaśnionych stron, lecz o inicjatywę Boga niedającego się z nami skonfliktować, „dobrego dla niewdzięcznych i złych” (zob. Łk 6,35) – który prosi, żebyśmy zechcieli się z nim pojednać (zob. 2 Kor 5,20). Nie chodzi o przebłaganie obrażonego bóstwa, bo Bóg ze swej strony nigdy nie był na nas obrażony („Miłość... nie liczy zła”, 1 Kor 13,5). Nasza skrucha jest owocem, a nie powodem przebaczenia (por. Łk 7,47). Nie chodzi więc również o „spłacenie długu” absolutnej sprawiedliwości, lecz o to, że „Bóg przez Chrystusa czule pochyla się nad naszymi grzechami”⁶, a ta miłość do zbuntowanych „kosztowała Chrystusa wiele”⁷.

Tak więc ukrzyżowany Chrystus to wcielona mądrość Tego, który „jedynie jest mądry” (Rz 16,27) i który „jest miłością” (1 J 4,8.16) – wcielona Mądrość Miłości pełnej miłosierdzia. Jest to mądrość Pasterza idącego za zgubioną owcą na manowce, mądrość Gospodyni schylającej się ku zakamarkom domu w poszukiwaniu zgubionej drachmy (por. Łk 15,1–9). To mądrość Ojca, dla którego sprawiedliwe jest nie poniesienie przez marnotrawnego konsekwencji jego postępowania, lecz

⁵ Zob. G. O’Collins, *Jezus nasz Odkupiciel. Chrześcijańskie ujęcie zbawienia*, tłum. J. Pocięj, Wyd. UJ, Kraków 2009, s. 10–16.

⁶ Tamże, s. 16.

⁷ Tamże, s. 169.

odzyskanie serca dziecka, przywrócenie zerwanej relacji (zob. Łk 15,32). Właśnie tej Mądrości pojednania i komunii Trzykroć Świętego z „będącymi prochem” (por. Rdz 3,19) nie potrafili zrozumieć „władcy świata” skazujący Jezusa na śmierć (zob. 1 Kor 2,8).

W Jezusie ukrzyżowanym mamy do czynienia z kulminacją, decydującym rozbłyskiem tej nieziemskiej mądrości, której ucieleśnieniem Nazarejczyk był przez całe swe życie „w postaci niewolnika” (por. Flp 2,7), pokornego sługi zbawienia. Na zniżenie się nie tylko do naszego poziomu, ale wręcz do pozycji kogoś stojącego u dołu drabiny społecznej – by w końcu zaznać krańcowego wykluczenia, wyrażonego okrzykiem : „Precz! Ukrzyżuj Go!” (J 19,15) – wskazuje już samo przypisanie do miejsca, gdzie się wychował (zob. Łk 4,16) i skąd wyruszył na publiczną misję: „przyszedł Jezus z Nazaretu Galilejskiego...” (Mk 1,9). Niespecjalnie chwalebne określenie pochodzenia („Czy z Nazaretu może być coś dobrego?”, J 1,46) towarzyszyło Jezusowi stale (zob. Mk 10,47), aż po nie tylko okrutną, lecz i społecznie degradującą śmierć. Umieszczone na krzyżu uzasadnienie egzekucji rozpoczynały, jak wiadomo, słowa: „Jezus Nazarejczyk...” (J 19,19). Víctor Codina, czerpiąc z szerszego dorobku teologii latynoamerykańskiej, widzi w tym trwałym połączeniu imienia Chrystusa z określeniem odsyłającym do lichej prowincjonalnej osady⁸ istotny element Objawienia. „Nazaret nie jest tylko miejscem na mapie. To przede wszystkim miejsce teologiczne (*locus theologicus*) i wiąże się z określonym stylem życia. (...) Jezus prowadził w Nazarecie życie ukryte, monotonne, anonimowe. (...) Wszystkie te doświadczenia 30 lat życia w Nazarecie określają styl i treść Jezusowego nauczania oraz ukształtują Jego duchowość. (...) Nazaret stanowi *locus theologicus* i uprzywilejowany klucz hermeneutyczny konieczny do tego, aby zrozumieć historię zbawienia”⁹. Codina, który łączy pracę wykładowcy uniwersyteckiego w Cochabamba z posługą duszpasterską w slumsach, interpretuje wybraną przez Wcielone Słowo kondycję jako wyraz opcji preferencyjnej samego Boga na rzecz ludzi prostych i biednych, niemających znaczenia. Ucieleśnienie

⁸ Zgodnie z ustaleniami historyków i archeologów Nazaret z czasów Jezusa był małą, pozbawioną znaczenia oraz szerzej nieznaną wioską, zamieszkałą przez kilkaset osób żyjących z pracy na roli. Cała ówczesna Galilea stanowiła region peryferyjny zarówno dla świata żydowskiego, jak i dla rzymskiego imperium. Zob. V. Codina, *Kościół wykluczonych. Teologia z perspektywy Nazaretu*, tłum. K.M. Kaproń, Wyd. WAM, Kraków 2018, s. 17–18. Por. J. Martin, *Jezus*, tłum. K. Jasiński, A. Wawrzyniak, Wyd. Święty Wojciech, Poznań 2015, s. 92–104.

⁹ V. Codina, *Kościół wykluczonych*, dz. cyt., s. 19–22.

zbawczej Mądrości zaczyna się w zaścianku na końcu świata, wśród kamiennieo-glinianych domostw o dachach z gałęzi, na wspólnych sąsiedzkich podwórkach. Wieczna Mądrość zstąpiła w egzystencję wieśniaków obarczonych codzienną krzątaniną, przytłoczonych siecią zależności społecznych, przygniatanych konsekwencjami polityki dziejącej się wysoko nad ich głowami¹⁰.

Ucieleśnienie zbawczej Mądrości zaczyna się
w zaścianku na końcu świata, wśród kamiennieo-
glinianych domostw o dachach z gałęzi,
na wspólnych sąsiedzkich podwórkach.
Wieczna Mądrość zstąpiła w egzystencję
wieśniaków obarczonych codzienną krzątaniną,
przytłoczonych siecią zależności społecznych,
przygniatanych konsekwencjami polityki dziejącej
się wysoko nad ich głowami.

Nazareńskość Jezusa jest istotna dla zrozumienia Boskiego „Słowa, które stało się ciałem” (zob. J 1,14). Jak pisze teologiczny ekspert Konferencji Episkopatu Ameryki Łacińskiej, Rafael Luciani: „takie stwierdzenie, jak to z formuły chalcedońskiej, że *Jezus jest prawdziwym człowiekiem i prawdziwym Bogiem* powinno łączyć się zawsze z *rozpoznaniem i akceptacją tego, że Jego człowieczeństwo, objawiające swój ostateczny cel, jak również ukazujące żywe i prawdziwe oblicze dobrego Boga, jest prawdziwe, i że jest autentycznym życiem Żyda z Galilei, który egzystował w realiach Palestyny I wieku, i w tych właśnie okolicznościach musiał rozeznaczyć swoją misję i osobiście opowiedzieć się za swoimi braćmi w świetle projektu królestwa, a przez to działając dla dobra ludzkości z perspektywy swojej intymnej relacji synowskiej z Ojcem. On był Prorokiem z Nazaretu*”¹¹. Innymi słowy, zbawiające nas ucłowieczenie Logosu Boga – Słowa Mądrości, w którym Ojciec

¹⁰ Zob. R. Luciani, *Powrócić do Jezusa z Nazaretu. Na drodze poznania Boga i człowieka poprzez życie Jezusa*, tłum. A. Komorowska, Wyd. Bratni Zew, Kraków 2019, s. 111–117.

¹¹ R. Luciani, *Powrócić do Jezusa z Nazaretu. Na drodze poznania Boga i człowieka poprzez życie Jezusa*, tłum. A. Komorowska, Wyd. Bratni Zew, Kraków 2019, s. 97.

się wyraża – nie jest abstrakcyjne. Logos wypowiada niebiańską treść, „egzegezę niewidzialnego Boga” (por. J 1,18: *monogenēs Theos... ekeinos eksēgēsato*) za pomocą treści bardzo konkretnej ziemskiej egzystencji w określonych warunkach historycznych, geograficznych i kulturowych.

LOGOS STAŁ SIĘ NAZAREJCZYKIEM

Fakt, że „Słowo stało się ciałem nazaretańskim”¹², że Zbawiciel wyszedł do świata jako reprezentant wiejskiego plebsu (*am-ha'aretz*, „ludu ziemi”) z głębokiej prowincji mającej opinię religijnie zaniedbanej („Galilei pogan”, Mt 4,15), objawia charakter Boga (czyli, mówiąc biblijnie, Jego „imię” oraz „oblicze”, por. J 17,6; J 14,9). Chrystus-Logos, będący zgodnie ze starochrześcijańską intuicją teologiczną właśnie osobowym Imieniem Ojca¹³, zrodzoną z Niego objawicielską Ekspresją – a zatem również jawiącym się nam Jego Obliczem¹⁴ – okazuje się nie kim innym, tylko bliźnim biedaków i rodakiem zagubionych, „siedzących w ciemności” (por. Mt 4,16). Teologia „nazareńska”, o którą upomina się cytowany jezuita z Boliwii, nie oznacza hołdowania utopijnej wizji proletariatu – Codina podkreśla, że w postulowanej po Soborze Watykańskim II „opcji na rzecz ubogich” nie chodzi o idealizację tych ostatnich¹⁵: „preferencyjna opcja na rzecz ubogich Kościoła nie opiera się na antropologii, psychologii lub też moralnej dobroci ubogich, lecz na pełnej życzliwości postawie Boga względem nich. Ostateczny fundament tej opcji tkwi nie w antropologii, lecz w teologii. W ten sposób postępuje Bóg. Bóg jest właśnie taki”¹⁶. Poprzez swą nazareńską kondycję Jezus-Logos objawia *miser cordiae*

¹² V. Codina, dz. cyt., s. 20.

¹³ Zob. J. Danielou, *Teologia judeochrześcijańska. Historia doktryn chrześcijańskich przed Soborem Nicejskim*, tłum. S. Basista, Wyd. WAM, Kraków 2002, s. 205–220.

¹⁴ Według wspomnianych starochrześcijańskich intuicji Logos-Chrystus występował już na kartach Pierwszego Testamentu tam, gdzie nie dający się ujrzeć Bóg (por. Wj 33,20) staje się w jakiś sposób dostrzegalny w postaci „Anioła JHWH” (por. Rdz 16,7.13; 22,15–18; Wj 3,2–6; Sdz 2,1; 11–23). Zob. J. Danielou, dz. cyt., s. 175.

¹⁵ W kontekście bliskiego towarzyszenia ubogim Pascal Pingault, założyciel Wspólnoty Chleb Życia (której polską twarzą pozostaje s. Małgorzata Chmielewska), sformułował zarazem celną i teologicznie cenną uwagę: „postawa wobec biednych naprawdę musi być realistyczna: biedny jest obecnością Chrystusa, ale jako człowiek jest grzesznikiem” (P. Pingault, *Kwiatki „Chleba Życia”*, tłum. D. Szczurba, Wyd. WAM, Kraków 1993, s. 68).

¹⁶ *Kościół wykluczonych*, dz. cyt., s. 36.

vultus, oblicze Boga, którego imię brzmi: Miłosierdzie¹⁷. Ten, którego nazywano Nazarejczykiem (zob. Mt 2,23), wszedł we wspólnotę z ludźmi, których ubóstwo materialne okazało się połączone z ciasnotą umysłów-serc. Pamiętamy przecież, że zgodnie z przekazem ewangelistów mieszkańcy Nazaretu nie okazali się otwarci na objawienie Mądrości w osobie Sąsiada, okazując Mu dystans, a nawet reagując agresją (zob. Mt 13,57; Mk 6,2–3; Łk 4,29).

Jednak personalna Epifania jest w sposób dla siebie oczywisty związana ze środowiskiem „tych, co się źle mają” (zob. Mt 9,12), wyraża paradoksalną bliskość Najwyższego wobec „niebędących z Nim” (jak to zwerbalizuje w refleksji nad swym nawróceniem św. Augustyn)¹⁸. Wcielone Słowo Mądrości okazuje się wyrazem ratującego i uzdrawiającego JESTEM „Boga z nami” (por. J 6,20). Zgodnie z zapisanym w Ewangelii Mateusza zwiastowaniem przekazanym Józefowi, imię *Jeszua* („Ratunek”) stanowi mistyczny równoważnik określenia *Imanu-El* (zob. Mt 1,21–23). Ratunkiem dla naszego śmiertelnie pogubionego istnienia jest komunია Boga ze stworzeniami za pośrednictwem Logosu, skonkretyzowana w najwyższym stopniu dzięki świętej auto-profanacji, szokującemu spokrewnieniu się z nami „odblasku Bożej chwały i wyrazu Bożej istoty” (zob. Hbr 1,3; 2,11–12). A wchodząc w to pokrewieństwo Logos „rozbił wśród nas namiot” (zob. J 1,14) egzystencji utkanej z prostoty, ograniczeń i wytrwałych zmagania z losem, przyjął status, do którego nie mamy zwyczaju aspirować, pozostając zapatrzeni w „wielki świat”. Zrobił to kontynuując trwające już w Pierwszym Testamencie objawienie bliskości Boga wobec doświadczających braku, słabych, zagrożonych, zmarginalizowanych i uciśnionych. Najwyższy jawił się Izraelowi jako „ojciec sierot i opiekun wdów” (Ps 68,6), rzecznik praw osób uciskanych, opiekun imigrantów, Ten, kto „podnosi pochyłonych” (zob. Ps 146,7–9).

Jak pisze Rafael Luciani: „Na przestrzeni całej historii Izraela Bóg zawsze objawiał się w odpowiedzi na krzyk tych, którzy żyli na marginesie historii. Był to Bóg, który, przez wzgląd na swe przymierze, czuwał nad pokrzywdzonymi, ubogimi, chorymi i grzesznikami tego świata. Jego miłość nie była zmienna, ani nie przymykała oczu na zło, lecz wyzwalała i umacniała nowe życie. (...) Zbawienie, które głosi

¹⁷ Zob. List apostolski papieża Franciszka *Misericordiae vultus* (którego pierwsze zdanie brzmi: „Jezus Chrystus jest obliczem miłosierdzia Ojca”), oraz wywiad-rzekę tegoż papieża dla Andrei Torniello *Miłosierdzie to imię Boga* (tłum. J. Ganobis, Wyd. Znak, Kraków 2016).

¹⁸ Zob. *Wyznania* X, 27: „Piękności tak dawna, a tak nowa (...) Ze mną byłaś, a ja nie byłem z Tobą” (tłum. Z. Kubiak).

Jezus w synagodze w Nazarecie (Łk 4,16–21) na podstawie proroctwa Izajasza (Iz 61,1 i dalej), przemawiając z mocą jako ten, który chce urzeczywistnić Boże pragnienie, dokonuje się poprzez zwrócenie ku ubogim i zapomnianym, ku chorym i cierpiącym, wykluczonym i odrzuconym, nieczystym i grzesznikom, wreszcie ku tym wszystkim, którzy żyjąc na marginesie oficjalnego nurtu historii i religii, wołają o wyzwolenie, o sprawiedliwe i godne warunki życia, tak, aby Bóg był «wszystkim we wszystkich» (1 Kor 15,28), by wszyscy mogli uwierzyć w Jego nieskończoną dobroć¹⁹. Boskie Słowo Mądrości, Logos Miłosierdzia, ucieleśnia się w kondycji

Ratunkiem dla naszego śmiertelnie pogubionego istnienia jest komunia Boga ze stworzeniami za pośrednictwem Logosu, skonkretyzowana w najwyższym stopniu dzięki świętej auto-profanacji, szokującemu spokrewnieniu się z nami „odblasku Bożej chwały i wyrazu Bożej istoty” (zob. Hbr 1,3; 2,11–12). A wchodząc w to pokrewieństwo Logos „rozbił wśród nas namiot” (zob. J 1,14) egzystencji utkanej z prostoty, ograniczeń i wytrwałych zmagania z losem, przyjął status, do którego nie mamy zwyczaju aspirować, pozostając zapatrzeni w „wielki świat”.

tych, których egzystencja głośno krzyczy o ratunek, o jałmużnę (*eleēmosyne* – „zmiłowanie”) przywrócenia godności, sensu życia, wewnętrznego pokoju i zewnętrznego dobrostanu – a następnie „wzbogaca ich przez swe ubóstwo” (por. 2 Kor 8,9), dzieląc się sobą z *nepioi* – „małymi” (zob. Mt 11,25), z którymi trwa we wspólnocie. Komentując to ewangeliczne określenie, oznaczające dosłownie „niemowlęta”, Codina pisze: Możemy odnieść słowo *nepioi* do osób, które nie liczą się w danym społeczeństwie, do ludzi bez znaczenia. Są to ci, którzy ani nie zdobyli odpowiedniej wiedzy, ani władzy, aby się z nimi liczone. (...) Są oni tymi samymi,

¹⁹ Powrócić do Jezusa z Nazaretu, dz. cyt., s. 104–105.

w stosunku do których św. Paweł używa sformułowań: głupie, niemocne, nieposiadające szlachetnego urodzenia, wzgardzone i to, co nie jest. Co wyróżnione zostało jednak przez Boga, który to, co jest, unicestwia, tak, by się żadne stworzenie nie chełpiło wobec Boga i aby w Panu się chlubił ten, kto się chlubi (por. 1 Kor 1,26–31)²⁰. Jedynym motywem pokornej dumy „dźwigniętych z prochu i gnoju” (jak dosadnie wyraża się Psalmista, zob. Ps 113,7) jest pełna zdumienia świadomość, że Bóg „pamięta i troszczy się” (por. Ps 8,5), choć nie daliśmy Mu ku temu żadnych powodów. Słowo Bożej Mądrości wcieliło się pośród zupełnie nieznających „synów ludzkich”, gdy zechciało mówić o sobie: „Syn Człowieczy”²¹.

Związane z imieniem Jezusa odesłanie do Nazaretu ma więc głębokie znaczenie teologiczne, a latynoski akcent położony po Soborze Watykańskim II na preferencję dla ubogich i marginalizowanych wyraża istotny rys Ewangelii. Tym rysem jest uniwersalizm darmowej łaski (por. Tt 2,11), Bożej życzliwości dla ludzi, darzonych przez Stwórcę bezwarunkowym „upodobaniem” (por. Łk 2,14), sympatią niezależną od ich (naszych) win, pobłądzeń, upadków, czy wręcz podłości (zob. Łk 6,35). Ponadto symboliczny Nazaret – kondycja ubogich prowincjuszy – stanowi *locus theologicus* ze względu na swą (ukrytą przed spojrzeniem uwiedzionym przez standardy świata) reprezentatywność w odniesieniu do człowieczeństwa w ogóle. Jeśli poborca opłat, skonfrontowany w Jezusowej przypowieści z religijnym gorliwcem (zob. Łk 18,9–14), zyskuje nad tym ostatnim przewagę polegającą na świadomości swej duchowej biedy (na którą każdy z nich w jakiejś mierze cierpi), to podobna możliwość rysuje się przed ubogimi tego świata. Gdy Chrystus mówi, że przyszedł zwołać „nie prawych, lecz grzeszników-błądzących” (*hamartōlous*, Mt 9,13), to przecież nie dyskredytuje prawości, lecz sygnalizuje stan faktyczny „tych, którzy ufają sobie, że są prawi, a innymi gardzą” (zob. Łk 18,9). Jego słowa nie są „dyskryminacją porządných”, lecz Dobrą Nowiną dla wszystkich, gdyż „wszyscy zgrzeszyli i pozbawieni są chwały Bożej” (zob. Rz 3,23). Analogicznie Boża opcja preferencyjna na rzecz ubogich, pokrzywdzonych, upośledzonych i słabych nie stanowi chorej gloryfikacji nieszczęścia (o co posądzał chrześcijan Nietzsche), lecz odsłania oblicze Boga schylającego się ku

²⁰ *Kościół wykluczonych*, dz. cyt., s. 66–67

²¹ Jak wiadomo, ten właśnie logion, uznawany przez egzegetów za jedno z *ipsissima verba* Jezusa, stanowi aluzję do wizji proroka Daniela (zob. Dn 7,13–14), jednak w całościowym kontekście zniżenia się istniejącego „w postaci Bożej” Syna ku nam i naszej biedzie (por. Flp 2,6–7) można chyba widzieć w nim również afirmację zwykłej ludzkiej kondycji...

każdemu rodzajowi biedy w duchu solidarności z ludźmi w ich biedzie fundamentalnej. W odniesieniu do Boskiej pełni życia jesteśmy wszyscy biedakami niezasłużenie obdarowanymi przez Króla – i jeśli wydaje nam się, że możemy ufać swym dochodom i oszczędnościom, w nich upatrując bezpieczeństwa oraz spełnienia, to jesteśmy zwyczajnie głupi (zob. Łk 12,16–21). Naszym prawdziwym „bogactwem u Boga” jest ufność-wiara (*pistis*) biedaków, którymi jesteśmy, w stosunku do Niego, który właśnie „nędzarza z prochu podnosi” (Ps 113,7).

Symboliczny Nazaret – kondycja ubogich
prowincjuszy – stanowi *locus theologicus* ze
względu na swą (ukrytą przed spojrzeniem
uwiedzionym przez standardy świata)
reprezentatywność w odniesieniu do
człowieczeństwa w ogóle. Jeśli poborca opłat,
skonfrontowany w Jezusowej przypowieści
z religijnym gorliwcem (zob. Łk 18,9–14), zyskuje
nad tym ostatnim przewagę polegającą na
świadomości swej duchowej biedy (na którą
każdy z nich w jakiejś mierze cierpi), to podobna
możliwość rysuje się przed ubogimi tego świata.

Nie jest nam łatwo przyjmować to bogactwo ufnej wiary, tożsame z ewangelicznym „ubóstwem w duchu” (zob. Mt 5,3). Víctor Codina podkreśla, że ideał wspomnianego ubóstwa – przez które człowiek nabywa „królestwo niebios”, ma udział w Boskim królowaniu – z jednej strony niekoniecznie znajduje realizację w środowiskach ludzi cierpiących materialne ubóstwo, a z drugiej strony nie tylko im jest proponowany²². Przywołuje zarazem uwagę zamordowanego w Salwadorze teologa wyzwolenia, Ignacia Ellacurí, iż „utopię” ubóstwa w Duchu „z trudnością wprowadzają w życie ludzie ubodzy, a jeszcze w mniejszym stopniu

²² Zob. *Kościół wykluczonych*, dz. cyt., s. 37.

udaje się to bogatym”²³. Ta obserwacja rzuca światło na preferencyjny, a nie wyłączny, charakter Bożej i eklezjalnej opcji na rzecz ubogich, zgodnej z logiką znaną nam z biblijnej historii zbawienia: „Tak jak Bóg chciał zbawić całą ludzkość i dlatego, aby cel ten osiągnąć, wybrał jeden naród, którym był Izrael, a następnie ustanowił Kościół jako narzędzie i sakrament powszechnego zbawienia (*Lumen gentium*, 9), tak samo wybiera ubogich, aby wychodząc od nich, wszystkim głosić zbawienie. Mówi o tym konferencja w Aparecidzie: «Jeśli nie ma nadziei dla ubogich, nie będzie jej dla nikogo, nawet dla tak zwanych bogatych» (nr 395)”²⁴. Analogia między pierwszeństwem Izraela – trwałym i nieusuwalnym, choć niebezkrytycznym i niewykluczającym z Bożej łaski nikogo spośród *goim* (zob. Rz 11,28–32) – a pierwszeństwem ubogich, pozwala tym mocniej trwać przy intuicji widzącej w nazareńskości Jezusa istotny rys Ewangelii Bożej Mądrości jako objawienia Mądrości Miłosierdzia.

GORZKA WERSJA SAKRAMENTU CIAŁA

Jeśli „Nazaret” jako ludzka kondycja Logosu Boga, stanowi tak istotną teologicznie, intencjonalną konkretyzację Jego człowieczeństwa, dzięki któremu Bóg jest z nami – i dzięki któremu człowieczeństwo pozostaje drogą „uczestnictwa w Boskiej naturze” (zob. 2 P 1,4) – to tenże „Nazaret” wymaga od ucznia Chrystusa afirmacji na dwóch poziomach. Z jednej strony „Nazaret” czy też „nazareńskość” jako synonim wewnętrznej prostoty, pokory i wdzięczności wobec Autora życia, oraz poczucia wspólnoty i solidarności ze wszystkimi Bożymi biedakami, powinien zostać przyjęty jako własny styl funkcjonowania. Ze wspomnianą pokorą wiąże się zgoda na wyjściowe uwarunkowania własnej kondycji, nieuciekanie przed nimi, lecz przyjęcie ich jako punktu wyjścia ku „żywej nadziei” (por. 1 P 1,3). Jak odnotował w jednym z tomików swych refleksji Brat Roger z Taizé: „Świadomość własnego ubóstwa pozwala mi być sobą. Obierając za punkt wyjścia swoje ubóstwo, człowiek kocha, tworzy, walczy, zachwyca się...”²⁵ Z drugiej strony przyjęcia domaga się „Nazaret” reprezentowany przez bliźnich – zarówno skarby ich ubóstwa w Duchu, a więc ufnej wiary i pokornej wytrwałości, jak też ich małość, niedosko-

²³ Tamże.

²⁴ Tamże, s. 39.

²⁵ Brat Roger, przeor Taizé, *Niech twoje święto trwa bez końca*, tłum. A. Szymanowski, Wyd. Pax, Warszawa 1982, s. 6.

nałość, ograniczenia i obciążenia sprawiające, że nie są przyjemni w obyciu. Zatem „Nazaret” to medal, którego jedną stroną pozostaje „ubóstwo w Duchu”, a drugim ubóstwo po prostu, bieda, brak, rodzące nieraz frustrację i małostkowe, lub wręcz podłe, reakcje. Te dwie strony „Nazaretu” są sobie ogromnie bliskie, bo trwanie w łasce to nic innego jak otchłań biedy przyjmująca ocean Miłosierdzia (por. Ps 42,8). A bieda, która jeszcze nie zaczęła świadomie chłonać łaski, już jest pełna nieświadomej tęsknoty za nią. Jest jak serce kobiety z Samarii, którą w Czwartej Ewangelii Jezus spotyka przy studni koło Sychar – pogubionej w swym pragnieniu miłości, oszukiwanym namiastkami i wciąż niezaspokojonym (por. J 4,13–18). Natomiast Jezus Nazarejczyk wchodzi we wspólnotę właśnie z „mającymi się źle” i zanurza się (jak w jordański chrzest, którego nie potrzebował, por. Mt 3,14–15) właśnie w to „ubóstwo po prostu”, żeby je przemieniać w ubóstwo zanurzone w Duchu Świętym. Ludzka bieda już z Nim nieświadomie dialoguje.

Stan duchowej, mentalnej i materialnej biedy okazuje się stanem „szczęśliwym” (Mt 5,3; Łk 6,20) dlatego, że Bóg przychodzi nas z tego wszystkiego podźwignąć, przez co ubóstwo staje się miejscem spotkania z Miłosierdziem. Jezus Nazarejczyk, ukrzyżowany i zmartwychwstały pod tym imieniem (zob. J 19,19; Dz 2,22–24) – Logos żyjący w ciele naszej biedy, podobny do nas „we wszystkim”, z wyjątkiem rozejścia się z Tym, „od którego wyszedł i do którego idzie” (por. Hbr 4,15; J 13,3), a ostatecznie ucieleśniający „nadzieję naszego powołania” (por. Ef 1,18) – to znak, narzędzie i uobecnienie Miłosierdzia, jego Pra-sakrament. Jako taki zaprasza nas do karmienia się prawdą Jego ciała (por. J 6,48–51), a więc przyjmowania naszej, przyjętej już przez Niego i subtelnie transformowanej, kondycji. „Chrystus przez swoje wcielenie zjednoczył się jakoś z każdym człowiekiem”²⁶,

²⁶ Zob. Sobór Watykański II, Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym *Gaudium et spes*, nr 2; 13; Jan Paweł II, Encyklika *Redemptor hominis*, 8; por. rozwinięcie tej intuicji przez Brata Rogera z Taizé, według którego dwudziestowieczny sobór odsłonił „przejrzystość Ewangelii, długo zakrytą kurzem lat”, a przecież obecną w wersetach Jana o „Światłości prawdziwej, która oświeca każdego człowieka, gdy na świat przychodzi” (J 1,9) oraz obecności Zmartwychwstałego w nas za pośrednictwem Ducha-Parakleta (J 14,16–20). Założyciel ekumenicznej wspólnoty podsumowywał: „Ta światłość, to światłość zmartwychwstałego Chrystusa, Być może nie bardzo zdajemy sobie z tego sprawę, ale On jest blisko każdego człowieka. (...) Wiele istot ludzkich nie wie, że Chrystus jest z nimi zjednoczony, i nie zna Jego pełnego miłości spojrzenia, jakim ogarnia całe ich życie. Nie wiedzą o Bogu nic, nie znają nawet Jego imienia. A przecież On trwa w komunii z każdym człowiekiem” (zob. *Bóg może tylko kochać*, tłum. M. Prusak, Wyd. Księży Marianów, Warszawa 2005, s. 13–16).

przez co zmienia kruche i poranione człowieczeństwo w chleb powszedni komunii życia z Nim. Nazareńskość to wyrazista reprezentacja człowieczeństwa a człowieczeństwo to wspólnota z Emmanuelem, „przyjmującym nasze słabości i dźwigającym nasze choroby” (Mt 8,16–17, por. Iz 53,4) – choć także „zastawiającym nam stół wobec wrogów” (zob. Ps 23,5) i celebrującym dyskretnie radość swych zaślubin z nami (por. Mt 9,15; Mk 2,19). Przenikniętą Chrystusem cielesność możemy dźwigać w chwilach trudnych jako codzienny krzyż (zob. Łk 9,23), ale też chwalić w niej Boga (por. 1 Kor 6,20), bez cierpiętnictwa (podobnie jak Jezus „zniósł krzyż ze względu na obiecaną Mu radość”, *anti tēs prokeimenēs autō charas hypemeinen stauron*, Hbr 12,2).

To do tej komunii egzystencjalnej, będącej wciąż odnawianym *constans* życia ucznia Chrystusa, odsyła nas komunia sakramentalna, moment celebracji i wspomnianego odnawiania Przymierza. Czy to możliwe, żeby „jedzenie Ciała Syna Człowieczego i picie Jego Krwi” (por. J 6,53) miało się ograniczać do rytualnego spożywania Darów Ołtarza? Zgodnie z nauczaniem Pierwszego Listu do Koryntian zbawienne działanie sakramentu Wieczerzy wiąże się ze „zważaniem na Ciało Pana” (por. 1 Kor 11,29), czyli (jak wynika z kontekstu tych słów) z pielęgnowaniem właściwych relacji bratersko-siostrzanych we wspólnocie, będącej Ciałem Chrystusa (por. 1 Kor 12,27). Zamiast według „prawa dżungli” upadłego świata „kasać i pożerać” się nawzajem (zob. Ga 5,15), mamy przyjmować siostrę lub brata jako znak oraz uobecnienie Niewidzialnego Boga (por. 1 J 4,20), podarowaną sobie część świętego Ciała (por. Rz 12,5), w której pulsuje Krew Zbawcy – Jego Życie (por. Kpł 17,14). Mamy się wzajemnie „przyswajać”, żyć radościami i smutkami drugiej osoby (por. Rz 12,15), „jedni drugich ciężary nosić” (zob. Ga 6,2), być „jedno” przeżywając Chrystusa w nas (por. J 17,22–23). Co ciekawe, sakramentem Syna Człowieczego okazują się według Ewangelii nie tylko członkowie widzialnej *Ekklēsia*, Gminy Zwołanych, formalnie rozumianego Kościoła. Ten, który jawi się jako Głowa nie tylko dla Eklezji, lecz również dla całej stworzonej rzeczywistości (por. Ef 1,10.22–23), przychodzi w sposób wyjątkowo intensywny we wszystkich „najmniejszych” świata: najmniej znaczących, najmniej mogących, najmniej imponujących (zob. Mt 25,40.45). Aktywna afirmacja każdego głodnego, spragnionego, imigranta, kogoś obdartego z dóbr, „bezużytecznego” chorego, a także pogubionego życiowo więźnia, odsiadującego swój wyrok (por. Mt 25,35–36.41–43), to przyjęcie Chrystusa w Jego poranionym Ciele.

Rzeczywista obecność Pana²⁷ w „sakramencie ubogiego” (o którym nauczał już św. Jan Chryzostom), miewa gorzki smak, lecz przyjmowanie tego egzystencjalnego sakramentu jest niezbędne do życia „w Chrystusie” (por. 2 Kor 5,17), do pełnej realizacji zaproszenia-przykazania: „To czyńcie na Moją pamiątkę” (Łk 22,19). Powtórzmy pytanie: Czy w zaleceniu uobecniającej pamiątki mogło chodzić tylko o instrukcję dla przyszłych celebransów, dotyczącą ceremonii? Czy nie chodzi także i przede wszystkim o praktykowanie na pamiątkę Jezusa tej samej ofiarności, którą On urzeczywistnił i do której nas uzdalnia: ofiarować samych siebie innym bez względu na koszt, wylewać z siebie życie dla innych w duchowej transfuzji? Jest to możliwe dzięki Chrystusowi, udzielającemu nam własnego życia ze swych otwartych ran – a uobecnieniem tych życiodajnych ran Zbawcy są ubodzy, których napotykamy. Przyjmowanie ubogich (czy może trafniej: uboższych niż my) do swego życia, w zasięg swej uwagi i troski, do kręgu pielęgnowanych relacji, to nie powód do chełpienia się własną dobrocią, lecz korzystanie z daru życia i życiowa konieczność. Nie ma w sobie nic z kokieterii stwierdzenie wielu świadków Miłosierdzia, że w istocie „to ubodzy nas ewangelizują”²⁸ – natomiast

²⁷ W przedmowie do swego studium o „Chrystusie Powszechnym” Richard Rohr przytacza dłuższy fragment świadectwa dwudziestowiecznej brytyjskiej mistyczki, Caryll Houselander (1901–1954) o dojmującym przeżyciu obecności Chrystusa podczas jazdy londyńskim metrem: „Byłam w kolejce podziemnej, w zatłoczonym pociągu, w którym wszyscy cisnęli się na siebie, siedząc lub zwisając na uchwytych – pracownicy wszelkich profesji wracali do domów pod koniec dnia. Całkiem nagle ujrzałam intelektem, ale tak żywo, jakby to był wspaśniały obraz, Chrystusa we wszystkich. Lecz widziałam też coś więcej: nie tylko Chrystus był w każdym z nich, żył w nich, umierał w nich, cieszył się w nich i smucił, ale ponieważ On był w nich, a oni byli tutaj, również cały świat był tu, w tym podziemnym pociągu; nie tylko świat, który istniał w tamtym momencie, nie tylko wszyscy ludzie we wszystkich krajach świata, lecz wszyscy, którzy żyli w przeszłości i wszyscy, którzy dopiero się pojawiają. (...) Zobaczyłam też, jaki szacunek każdy z nas musi mieć dla grzesznika. Zamiast przebaczać jego grzech, który w rzeczywistości jest jego największym smutkiem, trzeba pocieszyć cierpiącego w nim Chrystusa. I ten szacunek należy okazywać nawet grzesznikom, których dusze wydają się być martwe, ponieważ to Chrystus, będący życiem duszy, jest w nich martwy; oni są Jego grobami, a Chrystus w grobie to potencjalnie Chrystus zmartwychwstały... Chrystus jest wszędzie; w Nim każdy rodzaj życia ma sens i ma wpływ na każdy inny rodzaj życia” (*The Universal Christ*, dz. cyt., s. 2–3).

²⁸ W całej swojej, wspomnianej już wyżej, niedoskonałości, ubodzy niosą nam Chrystusa głoszącego swą Dobrą Wiadomość: „Jezus stwierdził kiedyś tę zadziwiającą rzecz: «ubogim głosi się Ewangelię» (Łk 7,22). Nie mówi, że należy im głosić Ewangelię, ale że to już się dokonuje. A dlaczego? Już przez sam fakt biedy i poranienia są oni bliżej Biednego i Poranionego *par excellence*, Jezusa Chrystusa, najbiedniejszego z biednych. Ubodzy umieją bardziej niż

papież Paweł VI, podczas swej podróży do Kolumbii w roku 1968, wprost nazywał ubogich „sakramentem Chrystusa”²⁹. W nauczaniu wspomnianego papieża o Chrystusie w ubogich szczególnie mocną wymowę miało też wyznanie skierowane w 1965 r. do osadzonych w rzymskim więzieniu: „Samo wasze nieszczęście, wasza rana, wasze rozdarte i ułomne człowieczeństwo, to wszystko samo w sobie jest powodem, dla którego przychodzę do was, aby was kochać, towarzyszyć wam, pocieszyć was i powiedzieć wam, że jesteście obrazem Chrystusa, że pokazujecie przede mną ukrzyżowanego Jezusa... Dlatego przyszedłem, aby upaść przed wami na kolana...”³⁰

Powtórzmy więc: otwartość na ubogich, „pamiętanie o nich” (por. Ga 2,10)³¹, okazuje się wyraźnym znakiem oraz drogą „uznania, że Jezus Chrystus przyszedł w ciele” (por. 1 J 4,2), przyjmowania tej Chrystusowej cielesności o nieusuwalnie nazareńskich rysach i karmienia nią swej egzystencjalnej komunii z Bogiem. Towarzyszy temu afirmacja konkretności ciała własnych ograniczeń i niedostatków jako miejsca spotkania z Łaską. Nazaret w sobie i Nazaret bliźnich pozostają absolutnie istotne, w związku z czym Codina oznajmia sugestywnie: „Poza Nazaretem nie ma zbawienia”³². Nazaret, o który chodzi, to „ubodzy, osoby takie jak Maryja

ktokolwiek inny dawać nam Boga, nawet wcale o tym nie wiedząc. (...) Ubodzy mają dla nas przesłanie. (...) Cóż to za przesłanie? Przesłanie błogosławieństw w najlepszym wydaniu” – pisze jeden z autorów, dodając cytata z Jeana Vaniera: „Ubogi objawia Jezusa Chrystusa. Pozwala, by ten, kto przyszedł z pomocą, odkrył swe własne ubóstwo i swoją wrażliwość; objawia mu także jego zdolność do kochania, siłę miłości ukrytą w sercu. Ubogi posiada tajemniczą moc; w swojej słabości zyskuje siłę, by poruszyć zatwardziałe serca i ujawnić im ukryte w ich głębi źródło wody żywej. Jest jak rączka dziecka, której się przecież nie obawiamy, a która przeciska się przez kraty więzienia naszego egoizmu. Dziecko otwiera drzwi. Wypuszcza nas na wolność. A w dziecku kryje się Bóg. Ubodzy uczą nas zasad życia zgodnych z Ewangelią” (A. Daigneault, *Droga niedoskonałości. Świętość ubogich*, tłum. A. Kuryś, Wyd. Karmelitów Bosych, Kraków 2010, s. 99–101).

²⁹ Zgodnie z tą wypowiedzią ubodzy są „sakramentem – świętym znakiem obecności Chrystusa na świecie...” Cyt. za: M. Stępnia, *Opcja preferencyjna na rzecz ubogich: od Vaticanum II do Katechizmu Kościoła Katolickiego*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 5/1996, s. 214.

³⁰ A. Daigneault, *Droga niedoskonałości*, dz. cyt., s. 102.

³¹ Niniejszy odnośnik biblijny zasługuje na uwagę ze względu na kontekst przywołanej wzmianki. Otóż „pamięć o ubogich” została dorzucona jako jedyne zastrzeżenie przy zatwierdzaniu przez apostołów „uznanych za filary” specyfiki misji Pawła i Barnaby, adresowanej do *goim*: „nie polecieli mi dodawać czegokolwiek (...) podali mnie i Barnabie prawicę na znak wspólnoty, byśmy szli do pogan, oni zaś do obrzezanych, byleśmy pamiętali o ubogich”.

³² Taki właśnie tytuł nosi epilog książki o „Kościele nazareńskim” (*Kościół wykluczonych*, dz. cyt., s. 295–298).

i Józef. Nazaret to dom Jezusa. Nazaret to działanie Ducha”³³. Codina dodaje, że jego parafraza formuły Cypriana wyraża w gruncie rzeczy, jako teologiczne potwierdzenie, naukę o Kościele jako powszechnym sakramencie zbawienia i że Ciałem Chrystusa, poza którym zbawienie nie jest dane, są właśnie ubodzy: *Extra pauperes nulla salus*³⁴. Mądrość Nazareńska to zbawienie jawiące się w biedzie świata.

MESJASZ SKANDALICZNY

Jak pamiętamy z przywołanego wcześniej Pierwszego Listu do Koryntian, objawienie Mądrości Boga w Chrystusie uniżonym i skrzywdzonym stanowi dla mentalności „obecnej ery świata (*aiōnos toutou*) i jego rządców” (por. 1 Kor 2,6) niepojęty skandal. Nazareńska Mądrość zbawienia „wywyższona” na krzyżu (por. J 3,14) rozmija się z oczekiwaniami dotyczącymi „Syna Dawida” – który, choć przewyższył dawnego króla jako jego „Pan” (zob. Mk 12,35–37), to jednak, paradoksalnie, wybrał w swym królowaniu tę wcześniejszą od królewskiej kondycję swego poprzednika-figury: status namaszczonego przez Niebo plebejusza z „marginesu historii” (por. 1 Sm 16,11–12; 2 Sm 7,8). Jezus nie okazał się Mesjaszem „jerozolimskim” i stolica Izraela nie chciała Go zaakceptować (por. Łk 19,41–44; J 7,52). Nazareńskość jako wybór „ubogich środków” restytucji królowania Boga stała się stylem bycia „Króla łagodnego i pokornego” (zob. Mt 21,5; por. Za 9,9), wyrazem mądrości realizowanej epoki mesjańskiej. Jezusowy program działania nie wiązał się ani z bezcielesną utopią, ani z ideologicznymi obietnicami zmiany porządku politycznego: zgodnie z prorocstwem Izajasza Nazarejczyk ogłaszał „początek roku łaski, nie zaś nadejście Boga przemocy, jakiego wielu oczekiwało”³⁵. Łaska, życzliwa bliskość czułego Ojca Mądrości, oznacza wyzwolenie człowieka do inicjatywy i odpowiedzialności w realizacji królewskiego stylu bycia w ramach „królowania nie z tego świata” (por. J 18,36). Po nazareńsku pokorny Logos „daje moc stania się dziećmi Bożymi” (zob. J 1,12) i naśladowania Jednorodzonego w praktykowaniu relacji z Ojcem i ludźmi – jak stwierdza Luciani, cytując wenezuelskiego teologa Pedro Trigo. „Dlatego nadejście królestwa oznaczało

³³ *Kościół wykluczonych*, dz. cyt., s. 297.

³⁴ Tamże, s. 298.

³⁵ R. Luciani, *Powrócić do Jezusa z Nazaretu*, dz. cyt., s. 106–107.

radykałne *tak* Boga względem Jego córek i synów, ale także *jeszcze nie*, ponieważ byli tacy ludzie i takie instytucje, które Go odrzucały i przeciwdziały Mu. Królestwo Boże jest symbolem sieci takich relacji, które splatają się we wzajemności dwóch pragnień: Boga i człowieka. Niemożliwe jest królestwo Boże, które nie obejmowałoby wszystkich ludzi, podobnie jak stół, jaki zastawi On w swoim królestwie podczas wielkiej uczty; *lecz niemożliwe jest pełne człowieczeństwo, jeśli ludzie nie potrafią dzielić się owocami ziemi tak, jak czyni to Bóg, zamiast dać się unosić na fali przemocy*. Gniew i autorytaryzm nie mają swojego miejsca w królestwie Bożym³⁶.

Bóg ludzkiej wolności i odpowiedzialności z jednej strony nie wyręcza nas w zmaganiu o bardziej po Bożemu (Chrystusowemu) ludzki świat, ale z drugiej strony nie błogosławi walce o coś analogicznego do ziemskich systemów władzy. Chce za pośrednictwem swych dzieci ujawniać własny „całkowity sprzeciw wobec każdych warunków społeczno-ekonomicznych, religijnych i politycznych, sprzyjających pauperyzacji i nieopowiadających się, niesprzyjających temu, by dać ludziom możliwość bycia autonomicznym (*ja*) przy jednoczesnym uznaniu heteronomii (*odmienność*)”³⁷. Inspiruje natomiast do „współczucia”, „pasji współdzielonej z drugim”, oraz „żarliwości o drugiego, «aby był sobą, a nie mną»”. Tam, gdzie ludziom utrudnia się życie i odmawia godności, człowiek Boży protestuje – jak prorocy Izraela, jak Matka Jezusa – Wieśniaczka z Nazaretu i prorokini Boga „zdejmującego możnych z tronów, a wywyższającego uniżonych” (por. Łk 1,52). Dziełem Boga w ludziach jest owocujące naśladownictwem ufne oddanie (*pistis*) wobec Jego Wysłannika (por. J 6,29; 14,12), czyli Chrystusa zdejmującego z innych ciężary (por. Mt 8,16–17) i uczącego ich życiodajnej wspólnoty (por. J 15,12). Dziełem Boga w Jego ubogich jest ich zaangażowana solidarność w Duchu królewskiej wolności (por. Ga 6,2; 2 Kor 3,17), jak również prorocka krytyka nadużyć w życiu społecznym, politycznym i religijnym (por. Łk 16,19–31; Mt 20,25–26; 23,4.13–15.23–24). Natomiast Boskim potwierdzeniem i uznaniem takiego właśnie stylu życia, pieczęcią z nieba na objawieniu zbawczej Mądrości, pozostaje zmartwychwstanie Jezusa. „Kiedy Bóg Ojciec wskrzesza Jezusa, swojego Syna, uznaje tym samym najwyższą wartość tej *praxis*, którą On wcielał w życie, przyjmuje *verba, acta et passa in carni*

³⁶ Tamże, s. 107.

³⁷ Tamże.

tego sprawiedliwego, niewinnego i cierpiącego sługi, który poniósł zło całego świata”³⁸.

Jezus Nazarejczyk to Mesjasz oczekiwany, lecz niespodziewany, niespełniający popularnych oczekiwań mesjańskich, lecz przywracający poniżonym nadzieję Bożych dzieci³⁹. Bóg, którego objawia Słowo Mądrości wcielone w kondycji ubożego, nie jest przemocowym Mścicielem sprawiedliwości, tylko „czuwającym w ukryciu” (por. Mt 6,6) Ojcem Syna Człowieczego, ucieczką „ubogich JHWH”, „małych” (*nēpioi*, por. Łk 10,21). Solidarny i współodczuwający ze wszystkimi udręczonymi nieprawością różnych układów tego świata, „Jezus nie modlił się do silnego, mściwego Boga, lecz do Boga, który zawsze, w każdej chwili Go wysłuchuje (J 11,41–42), Boga doskonałego (Mt 5,48), do którego chce być podobny w dobroci i współczuciu (Mk 10,18), ponieważ jest On «nieskory do gniewu, bardzo łagodny i wierny» (Ps 86)”⁴⁰. Takiego samo-objawienia się Boga – gdzie Jego relacja z człowiekiem wielorako ubogim ujawnia Jego wewnętrzne życie, staje się refleksem relacji wiecznego Ojca z wiecznym Synem w Duchu afirmacji i oddania (por. J 17,21–23) – nie pojęli nie tylko wspomniani już „władcy świata” (1 Kor 2,8). Jest to „mowa” trudna również dla uczniów Jezusa, ludzi dotkniętych już łaską, którym „nie ciało i krew, ale Ojciec z nieba objawił” tożsamość Mesjasza (por. Mt 16,17). W ślad za znaną z Nowego Testamentu ekspresją małostkowości Piotra, hołdującego triumfalistycznej i przemocowej wersji mesjańskich oczekiwań, historyczne chrześcijaństwo nie raz ulegało i ulega pokusie „myślenia nie po Bożemu, lecz po ludzku”, które ostatecznie zdradza inspirację szatańską (por. Mt 16,23). „Jezus opowiadał się za niepolitycznym stylem mesjańskim, to znaczy: wiedział, że jest namaszczone i prowadzone przez Ducha Świętego, aby dawać życie, służyć, podnosić tych, którzy upadają. Praktykował zatem mesjanizm *przyjmujący*, którego konsekwencje społeczno-polityczne i religijne były nieuniknione, lecz nigdy sprowokowane czy wymuszone na drodze przemocy i przy użyciu siły zbrojnej (J 18,36)”⁴¹. Mesjasz nazareński to przewodnik na „drodze pokoju” (por. Łk 1,79), mistrz „gwałtowności pokój czyniących” (*violence des pacifiques*), którą

³⁸ Tamże, s. 108.

³⁹ Zob. *Powrócić do Jezusa z Nazaretu*, dz. cyt., s. 160–165.

⁴⁰ Tamże, s. 164.

⁴¹ Tamże, s. 165.

Brat Roger z Taizé będzie medytował w kontekście napięć społecznych i niepoko-
jów duchowych lat sześćdziesiątych XX wieku⁴².

NAZAREJCZYK POWSZECHNY

Afirmacja nazareńskiego stylu przeżywania wiary, jako droga wierności Ewangelii o „przyjściu Chrystusa w ciele” (por. 1 J 4,2), wymaga jednak syntezy z przeżywa-
niem „znajomości Chrystusa nie według ciała” (zob. 2 Kor 5,16). Zmartwychwsta-
ły, który zgodnie z sugestywnym wyrażeniem prawosławnego teologa, Oliviera
Clémenta (1921–2009) „już nie zawiera się w świecie, lecz sam zawiera w sobie
świat”⁴³, stanowi teraz (jak stanowił od początku)⁴⁴ swoistą Pra-Zasadę, para-fi-
lozoficzną *Archē* (por. Kol 1,18), jakoś analogiczną do *apeironu* Anaksymandra
i alternatywną wobec pretendujących do tej roli „elementów (*stoicheia*) świata”
(Kol 2,8)⁴⁵. Nasze życie może być przeżywane *en Christō* (wyrażenie wciąż powra-
cające u Pawła)⁴⁶ oraz *kata Christon* – w swoistej „przestrzeni” wszechobecnego
Zbawcy oraz według Jego sposobu egzystowania, pod Jego wpływem, zgodnie
z pulsowaniem bijącej od Niego, ożywiającej nas i udzielającej się nam miłości
(por. J 15,1–11). Naśladowanie Chrystusa nie jest zwykłym „braniem przykładu”
z historycznej postaci, lecz wynika z głębokiego zjednoczenia, z dzielenia Ducha
ze Zmartwychwstałym Panem, w którego zostaliśmy „obleczeni” (zob. Ga 3,27).
Aby mogła zaistnieć ta głęboko wewnętrzna, a zarazem wszechogarniająca ko-

⁴² Por. Brat Roger, *Walka ludzi pokoju*, tłum. W. Pelc, Éditions du Dialogue, Paris 1974.

⁴³ Olivier Clément, *Pamiętniki nadziei. Rozmowa z Jean-Claudem Noyer*, tłum. M. Żuraw-
ska, Wyd. W drodze, Poznań 2008, s. 55.

⁴⁴ Zob. wiążące ze sobą stwórczy początek i paschalną kulminację stwierdzenie Karla
Rahnera: „Gdy kielich Jego ciała został strzaskany w śmierci, Jezus został rozlany na cały ko-
smos, stał się realnie, w swej ludzkiej naturze, tym, czym od zawsze był w swojej godności,
najgłębszym centrum stworzenia”. Cyt. za: D. Edwards, *Bóg ewolucji. Teologia trynitarna*, tłum.
Ł. Kwiatek, Wyd. Copernicus Center Press, Kraków 2016, s. 187. To zdanie wypada, w ślad za
Denisem Edwardsem, uzupełnić akcentem rezurekcyjnym: „Jezus (...) powstały z martwych,
jest nieodwołalną obietnicą i rzeczywistością zbawienia działającą wewnątrz ewoluującego
wszechświata” (tamże). Uwielbiony Jezus nie tylko (jak stwierdzał Clément) zawiera w sobie
świat, ale również w ukryciu go przenika...

⁴⁵ Zob. J.M. Kozłowski, *Jezus jako filozoficzna Archē w Liście do Kolosan 1, 18*, „Warszaw-
skie Studia Teologiczne” XXIX/4/2018, s. 184.

⁴⁶ Zob. J. Flis, *Znaczenie wyrażenia w Chrystusie (en Christō) w Liście do Filipian*, „Studia
Koszalińsko-Kołońskie”, t. 17, 2011.

munia, historyczny Jezus wręcz musiał zniknąć nam z pola percepcji: „Pożyteczne jest dla was moje odejście” (J 16,7). Jak to ujmuje współczesny franciszkański teolog, Richard Rohr: „Jezus (dobry człowiek) musiał umrzeć, by mógł zmartwychwstać Chrystus (powszechna obecność)”⁴⁷.

Zacytowany teolog z Albuquerque jest między innymi autorem inspirującego studium, wpisującego się w tradycję chrystologii kosmicznej i rekomendowanego przez Tomáša Halíka jako ciekawy przykład koniecznej dziś releksji podstawowych tematów refleksji w wierze⁴⁸. W tej książce o „Chrystusie powszechnym”, nawiązując do kosmicznej wizji z *Corpus Paulinum* oraz Prologu Jana (por. Kol 1,15–20; Ef 1,3–14; Hbr 1,1–14; J 1,1–18), Rohr dobitnie upomina się o rozumienie tajemnicy Chrystusa jako „zamieszkiwania Bożej Obecności we wszystkim i we wszystkich” i to „od zarania dziejów”: proponuje dostrzec w imieniu Chrystusa określenie „*transcendentnego wnętrza* każdej «rzeczy» we wszechświecie”, „ogromnej przestrzeni prawdziwej Miłości”, oraz „nieskończonego horyzontu, który pociąga nas od wewnątrz i ciągnie nas naprzód”. W takim ujęciu „Chrystus to *inne imię dla wszystkiego* – w jego pełni”⁴⁹. Nie ma przy tym mowy o anihilacji historycznego Jezusa, który jednak jako Chrystus okazuje się tożsamy z wiecznym Namaszczeniem (*Chrisma*) wszechrzeczy Boskim Światłem – skoro jest Logosem, odwieczną Matrycą Bożego zamysłu. Jego pierwszą, subtelną inkarnację stanowiło według Rohra już stworzenie Kosmosu, ponieważ towarzyszący swym kreacjom Stwórca („w którym żyjemy, poruszamy się i jesteśmy”, por. Dz 17,28) poprzez Logos „połączył się w jedności z fizycznym wszechświatem i stał się światłem wewnątrz wszystkiego”⁵⁰. Kiedy Logos Boży przyjął człowieczeństwo, to nie tyle nastąpiło Jego wtargnięcie z zewnątrz w obręb stworzenia, ile raczej „Jezus wyłonił się ze świata już przesiąkniętego Chrystusem”⁵¹.

⁴⁷ R. Rohr, *Nieśmiertelny diament. W poszukiwaniu prawdziwego ja*, tłum. M. Chojnacki, Wyd. WAM, Kraków 2017, s. 88.

⁴⁸ Zob. T. Halík, *Pandemia jako doświadczenie ekumeniczne* [w:] W. Kasper, G. Augustin (red.), *Odkrywanie wspólnoty. Wiara w czasach pandemii koronawirusa*, tłum. M. Chojnacki, Wyd. WAM, Kraków 2020, s. 142., przypis.

⁴⁹ R. Rohr, *The Universal Christ. How a forgotten reality can change everything we see, hope for and believe*, Society for Promoting Christian Knowledge (London – New York) 2019, s. 1–2.5. Tłum. cytatów własne.

⁵⁰ Tamże, s. 13.

⁵¹ Tamże, s. 15.

Mamy tu znaczące rozszerzenie, dość radykalną releksję pojęcia Chrystusa-Mesjasza, pozostającą jednak w nurcie Objawienia nowotestamentowego. Richard Rohr widzi konieczność restytucji chrystologii kosmicznej (obecnej we wczesnym chrześcijaństwie i pielęgnowanej w teologii Kościoła wschodniego, a także u św. Bonawentury) dla uniknięcia spłylenia perspektywy wiary. Jeśli wy-

Miłośnie i miłosiernie „partnerskie” traktowanie stworzenia, objawione w całej historii biblijnej, a najdobitniej w Ewangeliach, zaczynałoby się dużo wcześniej niż kreacja człowieka – i również ta kosmiczna komunia ze stworzeniem poprzez Logos miałaby rys „nazareński”. Oto Bóg wybiera towarzyszenie stworzeniom w dyskrecji i pokorze, a także inicjuje cud świadomej interakcji „prochu ziemi” ze sobą nie gdzie indziej, jak na peryferiach Drogi Mlecznej, stanowiącej bynajmniej nie centralny punkt Grupy Lokalnej, usytuowanej z kolei na peryferiach Gromady Galaktyk w Gwiazdozbiorze Panny, będącej niewielką częścią Supergromady Lokalnej... Układ Słoneczny z naszą Ziemią można postrzegać jako kosmiczny „Nazaret”.

znawca pozostaje przy wizji Jezusa zredukowanego do indywiduum (nawet jeśli uznaje to indywiduum za Boskie), to gubi z oczu rzeczywistą wielkość Boga oraz faktyczny uniwersalizm zbawienia. Staje się narażony na hołdowanie religijności ekskluzywnej i w gruncie rzeczy egoistycznej: „Skupiamy się (...) na utrzymywaniu z Nim «osobistej relacji» i na tym, co On może zrobić, żeby ocalić ciebie i mnie od jakiejś wiecznej, ognistej męki. (...) Ale jeśli uważasz, że głównym celem Jezusa jest zapewnienie środków osobistego, indywidualnego zbawienia, zbyt łatwo jest

pomyśleć, że nie ma On nic wspólnego z historią ludzkości – z wojną, niesprawiedliwością, zniszczeniem przyrody czy czymkolwiek innym, co jest sprzeczne z pragnieniami naszego *ego* lub naszymi kulturowymi uprzedzeniami”⁵². Tymczasem zamysłem Boga, aktualnym jeszcze przed zaistnieniem kosmosu, była nasza uszczęśliwiająca wspólnota z Chrystusem, stanowiącym też punkt koncentracji „wszystkiego na niebiosach i na ziemi” (por. Ef 1,3.10–11).

Synteza kosmicznej wszechobecności i historycznego uczłowieczenia Chrystusa-Logosu pozostaje kluczowa dla objawienia zarówno Boga, jak i Jego замыслу: „Bóg jedynie osobowy staje się plemienny i sentymentalny, a Bóg jedynie uniwersalny nigdy nie opuszcza królestwa abstrakcyjnej teorii i zasad filozoficznych. Ale kiedy nauczymy się to łączyć, *Jezus i Chrystus* dają nam Boga, który jest zarówno *osobowy*, jak i *uniwersalny*”⁵³. Cała historia kosmosu i ludzkości pozostaje w wizji Rohra (analogicznie jak u Teilharda de Chardin) ogarnięta wielopoziomową inkarnacją Logosu, czyli powszechnym namaszczeniem – Chrystusowością wszechrzeczy. Nim nastąpi eschatologiczna komunია, mamy do czynienia z trójstopniowym zjednoczeniem Logosu z kosmiczną rzeczywistością: „pierwszy raz w stworzeniu; drugi w Jezusie, «żebyśmy mogli usłyszeć, ujrzeć naocznie, obserwować i dotknąć rękoma Słowa, które jest życiem» (1 J 1,1–2); i po trzecie, w istniejącej Umiłowanej Wspólnocie (zwanej przez chrześcijan Ciałem Chrystusa), która powoli ewoluuje w całej historii ludzkości (Rz 8,18n.)”⁵⁴.

Wyraźne zaaplikowanie do wspomnianej wyżej syntezy perspektyw chrystologicznych „nazareńskiej” charakterystyki człowieczeństwa Logosu – w jej omówionym wcześniej i fundamentalnym dla logiki Objawienia-Zbawienia⁵⁵ sensie – pozwala lepiej uwzględniać uniwersalny wymiar „Nazaretu” w ludzkim doświadczeniu (będącym zawsze dialogiem z Bożym Słowem kreacji i komunii). Jak wiadomo, chrystologia kosmiczna była w Piśmie oraz refleksji wczesnochrześcijańskiej (a także u wspomnianego Bonawentury) łączona z chrystologią

⁵² Tamże, s. 18.

⁵³ Tamże, s. 19.

⁵⁴ Tamże, s. 20.

⁵⁵ Należy pamiętać, że jeśli „życie wieczne to znać Boga” (por. J 17,3), a biblijnie rozumiana „znajomość” oznacza w gruncie rzeczy komunię, to Boskie objawienie się – tożsame z zawiązaniem wspólnoty z nami, oraz związane z przewyciężeniem spowodowanego upadkiem dystansu – ostatecznie pokrywa się ze zbawieniem.

mądrości⁵⁶, przy czym Chrystus-Mądrość pozostawał tam jak najbardziej tożsamy z Jezusem Nazarejczykiem, wędrującym i nawołującym „na wzniesieniach, przy drodze, na rozstaju (...), przy bramach” (Prz 8,2–4). Jeśli starotestamentowa Mądrość, towarzysząca Stwórcy przy kreacji (por. Prz 8,27–30), następnie woła w Piśmie i sumieniach: „Prostaczek niech tutaj przyjdzie! (...) Chodźcie, nasyćcie się moim chlebem!” (Prz 9,4–5) – to Chrystus, „w którym, przez którego i dla którego wszystko jest stworzone” (por. Kol 1,16) woła jako Człowiek: „Chodźcie do Mnie wszyscy trudzący się i obciążeni, a ja wam dam odpocząć!”; „Ja jestem chlebem życia” (Mt 11,28; J 6,35).

Skoro wieczna Boża „Mądrość zbudowała sobie dom między nami w Jezusie z Nazaretu”⁵⁷ (por. Prz 9,1; J 1,14) i skoro kulminacją rozbłysku jej „chwały, którą oglądaliśmy” pozostaje (o czym była już mowa) „skrajny wyraz ludzkiej słabości”⁵⁸ w ukrzyżowanym Jezusie, to rysuje się tutaj frapująca synteza: „mądrość działająca we wszechświecie teraz objawia się we wrażliwej miłości (...) Chrystologia mądrości, która jest wierna Pawłowym ideom, będzie utrzymywać razem «miłość, co wprawia w ruch słońce i gwiazdy» Dantego, miłość ujawnioną we wszechświecie we wszystkich swoich przejawach, z szokującymi otchłaniami Boskiego miłosiernego współczucia dla cierpiącego świata ujawnionego w krzyżu Jezusa”⁵⁹. Australijski teolog Denis Edwards (1943–2019), trzeźwo uwzględniając w teologicznej syntezie kontekst danych dostarczanych przez nauki przyrodnicze, łączył ze sobą perspektywy *kenosis* Chrystusa-Nazarejczyka oraz samoograniczenia Logosu-Mądrości w procesie kreacji – dokonującej się, jak wiadomo, na drodze ewolucji z jej logiką „prób i błędów” doboru naturalnego oraz mutacji zachodzących przypadkowo. Aplikując, w ślad za kenotyczną teoekologią, do zakwalifikowanego dzięki naukom obrazu świata zarówno teologię stworzenia, jak i trynitologię rysującą się w świetle Wydarzenia Jezusa, Edwards konstatawał, że w kreacji kosmosu Stwórca powołuje elementy bytu zarówno do istnienia, jak i do relacji, i kształtuje kosmos w sposób „elastyczny”, towarzysząc procesom będącym ekspresją danej bytom potencjalności rozwoju⁶⁰. „Boski akt stworzenia może być rozumiany jako akt miłości, przez który Osoby Trójcy dobrowolnie robią

⁵⁶ Zob. D. Edwards, *Bóg ewolucji*, dz. cyt. s. 174–191.

⁵⁷ D. Edwards, *Bóg ewolucji*, dz. cyt., s. 176.

⁵⁸ Tamże, s. 179.

⁵⁹ Tamże, s. 180.

⁶⁰ Zob. tamże, s. 55–85.

miejsce na stworzenie i dobrowolnie akceptują ograniczenia procesu stwórczego. (...) Bóg szanuje integralność natury, jej procesów i praw. A w stworzeniu i związaniu się z człowiekiem Bóg dobrowolnie akceptuje wrażliwość osobowej miłości i wchodzi w relację miłości z Boską zdolnością do poświęcającej się miłości”⁶¹.

Logika „nazareńska” byłaby powszechnym prawem stwórczej i zbawczej ekonomii, stylem gospodarowania rzeczywistością przez Boga, który „powołuje nieistniejące do istnienia” (Rz 4,17) oraz kocha się zniżać do poziomu tego, co małe, słabe i kruche. On towarzyszy każdemu wróblowi spadającemu na ziemię (por. Mt 10,29), oraz jest przy nas gdy „ścielimy swe posłanie w śmierci” (por. Ps 139,8). Można by chyba powiedzieć, że Logos Boży, wieczne *vis-à-vis* Ojca-*Pantokratora* i „Odbicie Jego istoty” (Hbr 1,3), jest Nazarejczykiem zanim zaistniał glob ziemski i jego nazareński zakątek. Jest „Bliżnim Powszechnym”, Bratem wszelkiego stworzenia, będącym jednak szczególnie blisko ze swym „rodzeństwem najmniejszym” (por. Mt 25,40.45).

Tak więc miłośnie i miłosiernie „partnerskie” traktowanie stworzenia, objawione w całej historii biblijnej, a najdobitniej w Ewangeliach, zaczynałoby się dużo wcześniej niż kreacja człowieka – i również ta kosmiczna komunია ze stworzeniem poprzez Logos miałyby rys „nazareński”. Oto Bóg wybiera towarzyszenie stworzeniom w dyskrekcji i pokorze, a także inicjuje cud świadomej interakcji „prochu ziemi” ze sobą nie gdzie indziej, jak na peryferiach Drogi Mlecznej, stanowiącej bynajmniej nie centralny punkt Grupy Lokalnej, usytuowanej z kolei

⁶¹ Tamże, s. 65–66.

na peryferiach Gromady Galaktyk w Gwiazdozbiorze Panny, będącej niewielką częścią Supergromady Lokalnej⁶²... Układ Słoneczny z naszą Ziemią można postrzegać jako kosmiczny „Nazaret”. Logika „nazareńska” byłaby powszechnym prawem stwórczej i zbawczej ekonomii, stylem gospodarowania rzeczywistością przez Boga, który „powołuje nieistniejące do istnienia” (Rz 4,17) oraz kocha się zniżać do poziomu tego, co małe, słabe i kruche. On towarzyszy każdemu wróblowi spadającemu na ziemię (por. Mt 10,29)⁶³, oraz jest przy nas gdy „ścielimy swe posłanie w śmierci” (por. Ps 139,8). Można by chyba powiedzieć, że Logos Boży, wieczne *vis-à-vis* Ojca-*Pantokratora* i „Odbicie Jego istoty” (Hbr 1,3), jest Nazarejczykiem zanim zaistniał glob ziemski i jego nazareński zakątek. Jest „Bliźnim Powszechnym”, Bratem wszelkiego stworzenia, będącym jednak szczególnie blisko ze swym „rodzeństwem najmniejszym” (por. Mt 25,40.45).

KONKLUZJA

Tak więc nie tylko Jezus z Nazaretu okazuje się Chrystusem Powszechnym⁶⁴, ale tenże jako uniwersalne Słowo Mądrości (Logos), niesie w sobie to, co symbolizuje Nazaret. Mądrość „kosmiczna”, kreująca uniwersum, okazuje się „nazareńska” jako styl myślenia i bycia Boga „anonimowo” bliskiego, obecnego wśród stworzeń w „ubóstwie” samoograniczenia swej wszechmocy, dyskretnie towarzyszącego światu „od wewnątrz”. Z jednej strony Jego wspierająca nas moc pracuje w ukryciu wewnątrz naszego doświadczenia, „skutkuje w bezsilności” (*en astheneia teleitai*, 2 Kor 12,9). Z drugiej zaś – jest to „Synowsko-Człowiecza” mądrość pokornej prostoty, ufności wobec Ojca z niebios i solidarności z niedoskonałymi, pogubionymi

⁶² Zob. N.I. Libeskind, R.B. Tully, *Nasze miejsce we Wszechświecie*, „Świat Nauki” nr 8/2016; <https://www.swiatnauki.pl/8,1613.html>, dostęp 01.03.2021.

⁶³ Grecki tekst Ewangelii mówi, że ani jeden wróbel *ou peseitai epi tēn gēn aneu tou Patros hymōn*, „nie spadnie na ziemię bez waszego Ojca”. Nie ma tu sformułowania o „woli Ojca”, obecnego w wielu przekładach. Czy tych, padających w kontekście zapewnienia o Bożym czuwaniu nad naszym losem, słów nie należałoby raczej rozumieć tak, jak sugerował Wacław Hryniewicz: „Nawet spadający, zabity wróbel nie spada bez wiedzy Ojca stworzenia. W świecie wiele rzeczy dzieje się bez woli Boga – nawet wbrew Jego woli – ale nigdy bez Niego i bez Jego troski...”? (W. Hryniewicz, *Nad przepaściami wiary. Rozmawiają Elżbieta Adamiak i Józef Majewski*, Wyd. Znak, Kraków 2008, s. 17).

⁶⁴ To frapujące, że błogosławiony Karol od Jezusa, czyli Charles de Foucauld (1858–1916), pustelnik z Sahary, wybrawszy jako rys własnej duchowości naśladowanie nazareńskiego, „ukrytego” życia Jezusa, lubił zarazem nazywać siebie „bratem powszechnym”.

mi, upadłymi, skrzywdzonymi i lekceważonymi. Nazareńska mądrość stanowi rys Bożej Opatrzności ogarniającej i przenikającej wszystko, oraz człowieczeństwa realizującego „Boże podobieństwo” (por. Rdz 1,26).

Dostrzeżenie, w świetle Nowiny o Jezusie, „nazareńskiego” rysu uniwersalnej Mądrości Bożej towarzyszącej stworzeniu, każe skorygować na poziomie werbalnym przytoczoną wcześniej mocną tezę Victora Codiny o ugruntowaniu opcji na rzecz ubogich „nie w antropologii, lecz w teologii”. Jak zauważył jeden z recenzentów *Kościół wykluczonych*, w tezie tej pobrzmiewa fideizm oraz sugestia arbitralności Boskiego wyboru⁶⁵. Jednak można też po ignacjańsku „ocalić” istotny sens tamtej wypowiedzi. Bo choć stwórczą Mądrość stanowi Logos Miłości („Bóg jest miłością”, 1 J 4,8), a inspiracja teologiczna bynajmniej nie kłóci się z antropologią (projekt natury określa Słowo pełne łaski, por. J 1,14), to jednak antropologię w sposób kompletny i decydujący dla chrześcijan ukazuje objawienie się tegoż Słowa (*Theou Logos*) w Pismach i Jezusie.

Chrystologia mądrości z akcentem „nazareńskim” niesie w sobie inspirację zarówno dla chrześcijańskiej ekologii (opiekuńcze towarzyszenie stworzeniu bez stosowania przemocy), jak i dla chrześcijańskiego humanizmu (bycie wśród ludzi jako życzliwy bliźni). Wbrew możliwej na pierwszy rzut oka obawie, że perspektywa „kosmiczna” osłabia wezwanie do dbania o relacje międzyludzkie, ona tylko (i aż) wpisuje jakość tych relacji w kontekst uniwersalny. Oto moja empatyczna życzliwość wobec sąsiadów, sprzedawcy w supermarkecie, czy osoby bezdomnej spotkanej na rogu ulicy, ma udział w Bożej trosce o ład wszechświata. Aspekt antropologiczny uniwersalnej mądrości podkreśla także Richard Rohr: „Szczerze mówiąc, *Jezus przyszedł w o wiele większym stopniu po to, żeby pokazać nam, jak być człowiekiem, niż po to, by uczyć, jak być uduchowionym* – a proces ten wydaje się wciąż być na swym wczesnym etapie”⁶⁶. Rzecz jasna, człowieczeństwo „jako takie” okaże się ostatecznie w świetle Ewangelii jak najbardziej „uduchowione”. Chrystus – Słowo Mądrości pozostaje „wśród nas” (por. J 1,14) Mistrzem człowieczeństwa zanurzonego w Duchu Świętym i właśnie dlatego „normalnego” w sposób bezpretensjonalny, po „nazareńsku”. Jednak chrystologia „uniwersalna” pozwala też dostrzec, że ten wzorcowy Syn Człowieczy jest zawsze *semper maior*, znacząco przekracza jakikolwiek pobożnościowy ideał. W związku z powyższym

⁶⁵ Zob. W. Zalewski, *Gdzie tej nocy będą spać ubodzy?*, „Znak” nr 765 (2) 2019, s. 107.

⁶⁶ *The Universal Christ*, dz. cyt., s. 23.

duchowość sugerowana przez najstarsze prawdopodobnie określenie uczniów Jezusa – „nazarejczycy” (Dz 24,5) – to uniwersalizm przeżywany w postawie prostoty i łagodnej życzliwości, propagowany za pomocą „środków ubogich”.

BIBLIOGRAFIA

- Balthasar Hans Urs von, *Teologia dziejów. Zarys*, tłum. J. Zychowicz, Wyd. Znak, Kraków 1996.
- Brat Roger, *Bóg może tylko kochać*, tłum. M. Prussak, Wyd. Księży Marianów MIC, Warszawa 2005.
- Brat Roger, *Niech twoje święto trwa bez końca. Zapiski (1969–1974)*, tłum. A. Szymanowski, Inst. Wyd. Pax, Warszawa 1982.
- Brat Roger, *Walka ludzi pokoju*, tłum. W. Pelc, Éditions du Dialogue, Paris 1974.
- Burridge Richard A., *Cztery Ewangelie, jeden Jezus? Interpretacja symboliczna*, tłum. W. Fladziński, Wyd. M, Kraków 2014.
- Clement Olivier, *Pamiętniki nadziei. Rozmowa z Jean-Claudem Noyer*, tłum. M. Żurowska, Wyd. W drodze, Poznań 2008.
- Codina Victor, *Kościół wykluczonych. Teologia z perspektywy Nazaretu*, tłum. K.M. Kaproń, Wyd. WAM, Kraków 2018.
- Daigneault André, *Droga niedoskonałości. Świętość ubogich*, tłum. A. Kuryś, Wyd. Karmelitów Bosych, Kraków 2010.
- Danielou Jean, *Teologia judeochrześcijańska. Historia doktryn chrześcijańskich przed Soborem Nicejskim*, tłum. S. Basista, Wyd. WAM, Kraków 2002.
- Edwards Denis, *Bóg ewolucji. Teologia trynitarna*, tłum. Ł. Kwiatek, Copernicus Center Press, Kraków 2016.
- Flis Jan, *Znaczenie wyrażenia w Chrystusie (en Christō) w Liście do Filipian*, „Studia Koszalińsko-Koło-brzeskie”, tom 17, 2011, s. 27–39.
- Franciszek, *Miłosierdzie to imię Boga. Rozmowa z Andreą Torniellim*, tłum. J. Ganobis, Wyd. Znak, Kraków 2016.
- Halik Tomáš, *Pandemia jako doświadczenie ekumeniczne* [w:] W. Kasper, G. Augustin (red.), *Odkrywanie wspólnoty. Wiara w czasach pandemii*, tłum. M. Chojnacki, Wyd. WAM, Kraków 2020, s. 131–164.
- Hryniewicz Wacław, *Nad przepaściami wiary. Rozmawiają Elżbieta Adamiak i Józef Majewski*, Wyd. Znak, Kraków 2008.
- Kozłowski Jan M., *Jezus jako filozoficzna Arché w Liście do Kolosan 1, 18*, „Warszawskie Studia Teologiczne” nr XXIX/4/2018, s. 178–187.
- Libeskind Noam I., TULLY R. Brent, *Nasze miejsce we Wszechświecie*, „Świat Nauki” nr 8/2016; <https://www.swiatnauki.pl/8,1613.html>, dostęp 01.03.2021.
- Luciani Rafael, *Powrócić do Jezusa z Nazaretu. Na drodze poznania Boga i człowieka poprzez życie Jezusa*, tłum. A. Komorowska, Wyd. Bratni Zew, Kraków 2019.

- O'Collins Gerald, *Jezus nasz Odkupiciel. Chrześcijańskie ujęcie zbawienia*, tłum. J. Pociąg, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- Pingault Pascal, *Kwiatki „Chleba Życia”*, tłum. D. Szczerba, Wyd. WAM, Kraków 1993.
- Rohr Richard, *Nieśmiertelny diament. W poszukiwaniu prawdziwego ja*, tłum. M. Chojnacki, Wyd. WAM, Kraków 2017.
- Rohr Richard, *The Universal Christ, How a forgotten reality can change everything we see, hope and believe*, Society for Promoting Christian Knowledge, London-New York 2019.
- Stępnia Marek, *Opcja preferencyjna na rzecz ubogich: od Vaticanum II do Katechizmu Kościoła Katolickiego*, „Łódzkie Studia Teologiczne”, nr 5/1996, s. 211–218.
- Zalewski Wojciech, *Gdzie tej nocy będą spać ubodzy?*, „Znak” nr 765 (2) 2019, s. 106–108.

Biogram

Marek Kita, ur. 1965, dr hab. teologii, dr filozofii, profesor Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, pracownik tamtejszego Instytutu Teologii Fundamentalnej, Ekumenii i Dialogu. Wykładowca w seminarium duchownym salezjanów w Krakowie oraz łódzkim seminarium archidiecezjalnym. Autor kilkudziesięciu artykułów i dwóch monografii naukowych, kilku pozycji popularnoteologicznych, serii komentarzy biblijnych na portalu Bractwa Słowa Bożego, oraz teologicznych esejów na portalu „Więzi”. Wraz z żoną Magdaleną zaangażowany we Wspólnotę Chemin Neuf. Mieszka w Łodzi.
ORCID: 0000-0003-4513-112X

Dariusz Kucharek

The Catholic Academy in Warsaw, Collegium Joanneum

Punkt widzenia w interpretacji tekstów biblijnych Analiza opowiadania o Królu Manassesie 2 Krl 21,1–18

Point of view in the interpretation of biblical texts Analysis of the King Manasseh narrative in 2 Kings 21,1–18

ABSTRACT

The article shows that biblical stories of the Old Testament feature point of view as a narrative technique used by the authors to demonstrate theological truths, moral judgement of protagonists, text interpretation, etc. This paper, analysing the story of King Manasseh from 2 Kings 21,1–18, presents this narrative technique and demonstrates how it is useful in the interpretation of biblical pericopes.

KEYWORDS

King, Manasseh, Narrative, Narratology,
Point of View, 2 Kings 21,1–18

ABSTRAKT

Artykuł pokazuje, że biblijne historie Starego Testamentu posiadają punkt widzenia jako technikę narracyjną używaną przez autorów do zademonstrowania prawd teologicznych, moralnego osądu bohaterów, interpretacji tekstu itp. Artykuł ten, analizujący historię króla Manasses z 2 Księgi Królewskiej 21,1–18, przedstawia tę technikę narracyjną i pokazuje jej użyteczność w interpretacji perykop biblijnych.

SŁOWA KLUCZOWE

Król, Manasses, Narratologia,
Punkt widzenia, 2 Krl 21,1–18

Every person speaking about a specific topic expresses their subjective opinion, their views and emotions. The spoken word, just like a prosaic text, poetic work, a painted canvas, directed film, composed musical piece, short text message, tweet or Facebook post, demonstrates a so-called “point of view,” i.e. how this world is perceived along with events taking place therein and other people. In their stories, written by inspiration of the Holy Spirit, authors of biblical texts also express themselves, their mentality and sensitivity, which is why we should analyse their texts using proper narrative techniques. These research methods will be this paper’s main topic of interest because they are exceedingly helpful

when interpreting biblical pericopes. Therefore, the story of King Manasseh in 2 Kings 21: 1–18, which is part of the Deuteronomic tradition, was selected for analysis. The analysis of this text will consist of the following stages: an introduction to the issue of the narrative method and the classification of concepts; point of view as a part of the narrative method; conclusion.

1. INTRODUCTION TO THE ISSUE OF THE NARRATIVE METHOD AND CLASSIFICATION OF CONCEPTS

1.1. Introduction to the issue of the narrative method

Point of view is a component of narrative analysis¹, which in turn examines the text itself and not its history or origins. It asks: What is the role of the literary art in the formation of a biblical story? What is the evolution of the presented narrative? What is the level of communication between the text and the reader? How does the narrative progress?

It also takes into consideration the fact that history can be told in many ways depending on what effect the narrator wishes to achieve for the recipient².

Narrative analysis is a part of narratology, which studies text and artistic (stage, film, etc.) narrative. The first researchers who initiated the method of narrative criticism (this term was first coined by David Rhoads) include: Seymour Chatman, Wayne Booth (in terms of narrative rhetoric), Paul Ricoeur, Gérard Genette (in terms of narrative structure), Boris Uspensky (in terms of text poeticness), Wolfgang Iser (in terms of the concept of a reader—the text's recipient). This method was first used to analyse a biblical text (in a systematic manner in which the author reviews the qualities of a biblical narrative) by Robert Alter in his *L'arte della narrativa biblica*³. His interest in the Bible from the position of a literary critic and not a theologian emerged from a new type of literary research that came into existence in the late 70s in the United States. Another important publication was written by David Rhoads and Donald Michie, entitled *Mark as*

¹ Narrative analysis is also called narrative critique.

² A good story influences and generates the reader's interest on three levels: intellectual (interest in facts and their interpretation), aesthetic (narrative properties of the story), human (success or failure of the story's protagonists); cf. L. Zappella, *Io Narrerò Tutte le Tue Meraviglie. Manuale di Analisi Narrativa Biblica*, Bergamo 2010, p. 11–43.

³ Cf. R. Alter, *L'Arte della Narrativa Biblica*, Brescia 1990.

*Story*⁴; it is the first book to present narrative techniques with respect to the entirety of a single book of the Bible. For the first time, a biblical author is treated as a writer⁵.

Narrative critique involves narrative texts. Narration is defined as the action or transformation of events/occurrences. When we say “narrative” we mean a situation where a text contains a single transformation, i.e. something that is told and represents a story that contains events and descriptions. Transformations can take place on various planes: temporal, spatial, situational, psychological, etc.

Narrative critique involves narrative texts. Narration is defined as the action or transformation of events/occurrences. When we say “narrative” we mean a situation where a text contains a single transformation, i.e. something that is told and represents a story that contains events and descriptions. Transformations can take place on various planes: temporal, spatial, situational, psychological, etc. Therefore, narrative texts include, among other things, stories, tales, novellas, legends, myths, etc. A narrative is different from speech (oration, address, monologue, discussion, dialogue) even from the perspective of grammatical forms (narratives are characterized by thirdperson grammatical verbs, while speech is primarily formulated as firstperson statements). Narratives are characterized by objectivity, whereas speech is marked by subjective elements. Narratives can contain speech, when the narrator gives voice to one of the characters. A narrative is also different from history, which is invoked through the events being told. At the

⁴ Cf. D. Rhoads, J. Dewey, D. Michie, *Mark as Story, An Introduction to the Narrative of Gospel*, Minneapolis (MN) 1999².

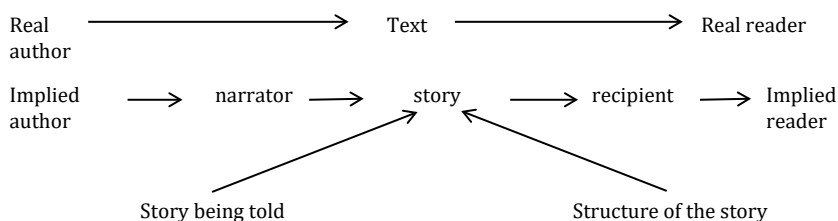
⁵ Cf. M. A. Powell, *What Is the Narrative Criticism?*, Minneapolis (MN) 1990, p. 1–21; D. Marguerat, Y. Bourquin, *Per Leggere i Racconti Biblici*, Roma 2011², p. 15–17.

level of narrative analysis, significance is given not just to the events and their development, but to the manner in which the narrator tells them⁶.

One of the methods used by researchers (literary critics, biblical scholars) is the synchronous analysis. It involves various themes present in the text's different levels and connected to its narrative. The literary analysis process that embodies the point of view that is of interest to us is discussed in detail in *Manuale di esegesi dell'Antico Testamento* by Michaela Bauks and Christophe Nihan⁷, which lists the following phases of analysis⁸: *narrative temporality*, presenting the organization of the story in the context of time and the relationship between events and chronology; *narrative framework*, containing circumstances of the story being told, e.g. time, place, etc.; *plot and its stages*, presenting phases of the story's development, emphasizing its crucial points, i.e. the structure and development of the story presented by a given text; *protagonists*, i.e. how the story's protagonists are presented to and characterized for the recipient; *point of view*, i.e. from what perspective is the story shown to the recipient; *repetitions*, i.e. the phenomenon of repetitions used to emphasize the objective and the original purpose of the story.

1.2. Classification of concepts

In order to better understand this topic we should classify the concepts appearing throughout this paper, used to better understand the issue at hand.



⁶ Cf. S. Szymik, *Współczesne Modele Egzegezy Biblijnej*, Lublin 2013, p. 69–70.

⁷ Cf. Marguerat, Per Leggere.

⁸ This book does not include the narrative framework in the stages of analysis as an independent stage of research; cf. M. Bauks, C. Nihan, *Manuale di esegesi dell'Antico Testamento*, Bologna 2010, p. 45–85. The following publications are useful when learning about narrative analysis: cf. S. Bar-Efrat, *Narrative Art in the Bible*, Sheffield 1989; G. Genette, *Narrative Discourse an Essay in Method*, Ithaca (NY) 1980; J. Ska, *"Our Fathers Have Told Us": Introduction to the Analysis of Hebrew Narratives*, Roma 2000; Zappella, *Io Narrerò*; Ska, *I Nostri Padri ci Hanno Raccontato. Introduzione all'Analisi dei Racconti dell'Antico Testamento*, Bologna 2012, p. 19–54.

There is a *real author* in narrative analysis, i.e. a historical, individual or collective figure responsible for writing the story, but who does not enter the space of the narrative. The text is about what is presented on the paper, while the *real reader* is an individual or collective figure representing the reader – recipient to whom the real author addresses their text (this term also means any person reading said text). By the term *implied author* we should understand the notion of the author presented by the text through the selection and provision of the narrative strategy. The *narrator* is the voice of the narrative, a person with whom the story originates and who tells it. The term *story* should be defined as the sequence of events contained in the text, while the *recipient* is the literary figure of the reader, a person or instance to whom the narrator presents their story. The *implied reader* is the recipient of the text created by the text itself, capable of actualizing it in a manner determined by the author⁹.

A good story generates the reader's interest on three levels: intellectual (interest in facts and their interpretation), aesthetic (narrative properties of the story), human (success or failure of the story's protagonists).

A good story generates the reader's interest on three levels: intellectual (interest in facts and their interpretation), aesthetic (narrative properties of the story), human (success or failure of the story's protagonists).

2. POINT OF VIEW AS PART OF THE NARRATIVE METHOD

When defining the notion of a "point of view," which will be used, we should note that it helps us to discern the perspective – whose eyes, which protagonist sees the story? We therefore seek answers to the following questions: Who is the protagonist whose point of view is presented in the story? Who is looking? To whom does the

⁹ Cf. Marguerat, *Per Leggere*, p 19–23.

presented perspective belong? Is the narrator the person telling the story? If not, then who is¹⁰?

Points of view are perceived on several planes of the narrative: on the phraseological level: in the layout of the narrative, in direct speech, quotations; in the spatial and temporal organization: references to places and events; in the ideology: direct notes, comments, moral judgements; on the psychological plane: the transformation that takes place within the protagonist during the story¹¹.

The text of 2 Kings 21,1–18¹² contains points of view of the narrator (v. 1–4b.5–7d.9–10.16–18) and YHWH (v. 4,7–8.11–15), whereas other characters, in particular Manasseh, the main protagonist, remain “silent,” in the background.

2.1. To see with the narrator's eyes – the narrator's point of view (1–4b.5–7d.9–10.16–18)

Focalization¹³ of the narrator's parts is zero; they have a greater knowledge than the reader and present the facts that the author wishes to emphasize, which are useful to present their ideas of the author. Thus the events presented during the story's development – perceived by the reader through the author's eyes – depict their conception of the world; they are used to demonstrate that Manasseh is

¹⁰ Cf. Genette, *Nouveau Discours*, Paris 1983, p. 43.

¹¹ Cf. Szymik, *Współczesne*, p. 78.

¹² Comprehensive text analysis can be found in: F. Stavrakopoulou, *King Manasseh and Child Sacrifice Biblical Distortions of Historical Realities*, Berlin 2004; Idem, *The blackballing of Manasseh*, in L. Grabbe (eds.), *Good kings and bad kings: The Kingdom of Judah in the seventh century BCE*, London 2004, p. 248–263; about reinterpretation the history of Manasseh in 2 Chr 33:1–20 see: K. Kinowski, *Reinterpretation of History in the Books of Chronicles: The Case of King Manasseh*, “Collectanea Theologica” 2020/90, p. 193–220.

¹³ Focalization: a narratological category concerning the intratextual perspective used to present parts of the story in a given narrative piece or its fragment. This term was introduced to literary criticism by Gérard Genette.

– zero (nonfocalized narrative): the narrator (N) does not limit themselves to the perception and consciousness of a protagonist (P), manifesting a certain surplus of knowledge (N>P). This is a situation characteristic of novels with an omniscient narrator;

– internal: the narrator adopts the perspective of a protagonist, limiting themselves to their state of mind and/or psychosomatic experiences (N=P; however, it must be emphasized that this equality does not include personal identity);

– external: the narrator draws their knowledge about a protagonist only from the external expressions of their behaviour (N<B), like in behaviourist literature; cf. Marguerat, Per Leggere p. 83–88.

a sinner, emphasize the significance of the Temple and indicate the importance of the unity and purity of worship.

2.1.1. Manasseh through the eyes of the narrator

The voice of the narrator depicts Manasseh only from the point of view of his sins, omitting the king's other acts known to the author: "As for the other events of Manasseh's reign, and all he did, including the sin he committed, are they not written in the book of the annals of the kings of Judah?" (2 Kgs 21,17). This is the perspective the narrator uses to judge the life of the protagonist so that the reader can form an opinion reflecting the author's own opinion on the king's life. This judgement¹⁴ reverberates through the use of repetitions: "He did evil in the eyes of the Lord" (2 Kgs 21,2.16), which depict Manasseh throughout the story as a ruler of a dark nature.

Another method utilized by the narrator to evaluate the king's life is comparing Manasseh's deeds to those of other kings or pagan peoples. These confrontations, which are explanatory in nature¹⁵, present Manasseh as an imitator of evil kings (the figure of king Ahab as the one who initiated the cult of *Baal*), and not a person who emulates good examples (mention of Hezekiah as an explanation – who destroyed the high places), as a ruler who surpasses all crimes of Canaanites (explanation why Manasseh commits a greater evil than Canaanites).

We should notice that there is a certain narrative "gap" concerning punishment that is a condemnation of evil behaviour. It is an important issue that is not presented from the narrator's point of view but should be closely analysed.

2.1.2. The central place of the Temple and the topic of unity and purity of worship

The Temple in Jerusalem is a central theme of the books describing the history of the kings of Israel and Judah (1–2 Sam, 1–2 Kgs). Moreover, the authors do not

¹⁴ The assessment takes place without presenting all circumstances of the events, while the narrator presents their judgement; cf. Idem, p. 115–116. For example, the narrator in Manasseh's story does not provide any information concerning the king's political actions, presenting a foreign policy in which the Southern Kingdom in Manasseh's times was a vassal to Assyria.

¹⁵ The explanation operates as an expanding gloss, i.e. the narrator's comment wherein they explain or qualify a certain aspect or situation within the story; cf. Idem, p. 116.

demonstrate that the sanctuaries of the Northern Kingdom – Bethel, Dan and Samaria – are legal. This is also discernible in the narrator's voice. Two quotes referring to the Temple in Jerusalem suggest its special role because of the presence of the Name of God inside it and the realization of the cult of YHWH. The aforementioned sentences function as biblical arguments containing words of God, confirming the narrator's voice. These quotes are placed within the context of Manasseh's deeds, serving as a reminder of the privileged position of Israel among all the peoples on Earth. We should note that among all the sins listed by the narrator as Manasseh's transgressions, only the "shedding of innocent blood" does not touch upon the Temple cult; however, the manner in which all others are presented strongly suggests concern about the purity of worship (do not venerate other gods), about nondesecration of the Temple (do not place other altars inside it) and about the centralization of worship (do not erect other places where other gods or YHWH could be worshipped¹⁶).

2.1.3. A positive king and negative king: figures of other rulers

The first two ideas presented above have one point in common, i.e. the evaluation of kings compared to the archetypes of positive or negative rulers in the context of being faithful to God, which is expressed in the concern about the unity and purity of worship. All kings of the Northern Kingdom are judged through the prism of Jeroboam's sin, i.e. whether they made offerings at the sanctuaries in Bethel and Dan, which are presented in 1–2 Kings as illegal competitors of the Temple in Jerusalem (e.g., 1 Kgs 12). On the other hand, there is David as the reference point for all kings of the Southern Kingdom, who are judged based on their faithfulness towards the Temple or their condemnation of other places of cult (e.g., 1 Kgs 15,3.11; 2 Kgs 14,3; 16,2; 18,3; 22,2)¹⁷. This idea is also visible in the point of view presented to us by the narrator indirectly comparing Manasseh's deeds to Jeroboam's (there is a transtextuality here, which is present in 2 Kgs 21,1–18), to Ahab's [a negative figure (e.g., 1 Kgs 16,31)] and indirectly to David's¹⁸ through

¹⁶ Cf. G. Knoppers, *Yhwh's Rejection of the House Built for His Name. On the Significance of Anti-temple Rhetoric in the Deuteronomistic History*, in: Y. Amit, E. Zvi (eds.), *Essays on Ancient Israel in Its Near Eastern Context*, Winona Lake (IN) 2006, p. 232.

¹⁷ Cf. T. Römer, *Dal Deuteronomio ai Libri dei Re. Introduzione Storica*, Torino 2007, p. 95.

¹⁸ David is mentioned in the story, but the narrator does not make any direct comparison, instead introducing David and Salomon in the plot as initiators of the cult of YHWH in

Hezekiah's, who emulated David's good deeds (e.g., 2 Kgs 18,3). Thus Manasseh is a king who, on the one hand, exceeds Ahab's wrong deeds (just like he does not imitate king David), and on the other hand, commits acts that are contrary to Hezekiah's behaviour (e.g., 2 Kgs 21,3), who is an imitator of David¹⁹ and leads the people to abandon the cult of YHWH. According to God's words, David, unlike Manasseh, strode in the presence of the Lord with his heart righteous and unyielding, implementing God's advice, abiding by the Law and norms (e.g., 1 Kgs 9,4). Manasseh's behaviour is depicted as contesting David, a perfect ruler archetype. Manasseh is portrayed, according to the narrator's point of view, as the worst king in the entire history of Israel, and as the one responsible for the fall of Jerusalem and Judah.

2.2. Voice of God

The author chose an internal focalization. By using the introductory form *hinnî* (behold) (v. 12b) they signal a change in the point of view and allow the reader to move their focus to the word of YHWH. When analysing God's statement, whether in the form of a quotation or monologue, we can notice the presentation of Manasseh from God's point of view, which involves the topics of the fulfilment of prophecies, the sins of the king and Judah's citizens, and the contrast between Manasseh and David.

2.2.1. God realizes prophetic predictions

The words of God present the story of Manasseh as the almost final part of the fulfilment of prophecies through which God's apostles, whether well-known [like Ahijah the Shilonite (e.g., 1 Kgs 11,29), Jehu son of Hanani (e.g., 1 Kgs 16,1), Elijah from Tishbe in Gilead (e.g., 1 Kgs 17,1), Elisha son of Shaphat (e.g., 1 Kgs 19,16) and Huldah the prophetess, wife of Shallum (e.g., 2 Kgs 22,14)] or unknown [like in the case of Manasseh's story: "The Lord said through his servants the prophets" (2 Kgs 21,10)], convey the will of God. The story directly shows the fulfilment of prophecies, two of which had been realized during the lives of Jeroboam and Ahab, during the fall of Israel; subsequent ones contained in God's monologue

Jerusalem (cf. 1 Kgs 5,8).

¹⁹ Cf. B. O. Long, *2 Kings*, Grand Rapids (MI) 1991, p. 248–249.

await the proper moment, which will consist of the events related to the fall of Jerusalem and Judah.

According to Ahijah the Shilonite, there will be consequences to Jeroboam's sin. The first one was the slaughter of royal descendants (e.g., 1 Kgs 14,7–11), while the second one was realized in the fall of Israel, i.e. the Northern Kingdom, and the deportation of its populace (e.g., 1 Kgs 14,15–16); in the Manasseh story, the most interesting point is the realization of the second part of God's punishment referred to by the following words: "I will stretch out over Jerusalem the measuring line used against Samaria and the plumb line used against the house of Ahab" (2 Kgs 21,13). The destruction of Samaria and deportation of Israelites to Assyria took place during Hoshea's time, when Shalmaneser was the king of Assyria (e.g., 2 Kgs 17,1–23).

According to Ahijah the Shilonite, there will be consequences to Jeroboam's sin. The first one was the slaughter of royal descendants (e.g., 1 Kgs 14,7–11), while the second one was realized in the fall of Israel, i.e. the Northern Kingdom, and the deportation of its populace (e.g., 1 Kgs 14,15–16); in the Manasseh story, the most interesting point is the realization of the second part of God's punishment referred to by the following words: "I will stretch out over Jerusalem the measuring line used against Samaria and the plumb line used against the house of Ahab" (2 Kgs 21,13).

As mentioned before, God directs three prophecies to Ahab concerning the holy war, the murder of Naboth, and his religious policies (e.g., 1 Kgs 21,20–26). From God's point of view, the story of Manasseh is more important than these words because it concerns the future of Jerusalem and Judah. According to the prophecy, the house of Ahab will be destroyed [meaning the king's descendants will be killed (e.g., 1 Kgs 21,21–26)] because he practices idolatry and emulates

Jeroboam's sin. The punishment proclaimed by the prophet Elijah is realized during the lives of Ahab's children, not his own (e.g., 2 Kgs 1,17; 9,1–26), because the father humbled himself before the Lord (e.g., 1 Kgs 21,28–29).

Just like in the cases of Jeroboam and Ahab discussed above, where a specific punishment is announced, the proclamation of the punishment of Jerusalem and Judah, i.e. the destruction of the Holy City and the Babylonian exile caused by the sins of Manasseh and the people, will be realized; moreover, YHWH repeats His previous announcements (e.g., 2 Kgs 22,14–17). Huldah the prophetess, through her words aimed at Josiah, reminds us of the damnation prepared by God for Jerusalem and the people of Judah because of Manasseh's deeds (e.g., 2 Kgs 23,26); however, the fulfilment of these prophecies is postponed due to Josiah's good deeds (e.g., 2 Kgs 22,19–20). This case is similar to the punishment prepared for Ahab. In light of the fact that God is always committed to His words, the fall of Jerusalem and deportation of the people of Judah to Babylonia should be interpreted as the realization of the following words: "I am going to bring such disaster on Jerusalem and Judah" (2 Kgs 21,12), which were a consequence of Manasseh's idolatry (e.g., 2 Kgs 21,11–13)²⁰.

2.2.2. YHWH notices the sins of Manasseh and Judah

The words of YHWH demonstrate how God judges the behaviour of Manasseh and his people. Two verses are particularly useful for noticing this judgement. In the first one Manasseh is depicted as responsible for the people's sins (v. 11), in the second one the behaviour of the Israelites is framed as transgressing God's commandments, from the moment of leaving Egypt to the generation contemporary to Manasseh (v. 15).

God's speech emphasizes three aspects of the ruler's behaviour: "detestableness," "leading Judah into sin," and "cult of idols." These three deeds characterize the idolatry and nonobservance of the *Torah*, which result in the king's condemnation; however, the second case accentuates the theme of punishment more because the king is responsible for being faithful to the word that had been communicated by Moses, since he is a leader who had been teaching the people how to choose the path of God²¹.

²⁰ Cf. M. Weinfeld, *Deuteronomy and the Deuteronomic School*, Oxford 1972, p. 15–26.

²¹ Cf. Idem, p. 171.

The aforementioned sins are not detailed. God states that the Israelites “have done evil in my eyes and have aroused my anger,” yet other fragments of the OT where this phrase is used suggest that the reason for angering God is always nonobservance of the Law (not listening to the voice of God) (e.g., Jer 7,21–26; 11,7–8), and in particular worshipping other gods (e.g., 1 Sam 8,8–9). Thus in this case, too, the Lord looks at the Judahites from the perspective of the exodus from Egypt, i.e. the election of Israel and observance of the covenant, which requires monotheism and not idolatry. This very thought can be seen in the second quote where YHWH assumes that Israelites will observe the precepts of law communicated by Moses: “If only they will be careful to do everything I commanded them and will keep the whole Law that my servant Moses gave them” (2 Kgs 21,8).

The words of YHWH demonstrate how God judges the behaviour of Manasseh and his people. Two verses are particularly useful for noticing this judgement.

2.2.3. Manasseh and David

The second quote confronts the life of Manasseh with the lives of two other figures, David and Salomon, whose deeds touch upon everything that can be called the presence of the Name of YHWH in the Temple in Jerusalem (v. 7). David and Salomon were advocating the construction of the Temple, which envisaged the presence of God among His people²². Manasseh is compared to the two distinguished rulers and, in comparison to them, he seems to be a ruler who does not care for the Temple and does not observe the Law, which required him to maintain monotheism, centralize and purify worship. As a consequence, he did not fulfil his task. As a ruler he should have ensured the fulfilment of obligations under the covenant with God, but he did not do it.

²² David is a special example of a king who maintains all words of the covenant, which is why he receives his promise: the Davidic Covenant between God and the house of David, wherein YHWH guarantees that the Davidic dynasty will last forever (cf. 2 Sam 23,5); the pact itself consisted of many laws that were to be observed (cf. 1 Kgs 2,4; 8,25; 9,4 ff.).

In conclusion, the text does not exclusively present the narrator's point of view used by the author to tell the story of Manasseh; however, it also uses the Divine perception of the king's life and God's judgement of his deeds, because the author states the Lord's opinion on the ruler's actions: "He did evil in the eyes of the Lord" (2 Kgs 21,2.6.16), "arousing his anger" (2 Kgs 21,6). The purpose of this literary measure is to present God's intention²³ and demonstrate the reasons for God's actions²⁴.

Two different focalizations depict the same way of thinking, the same intention of the author: the narrator first expresses a judgement concerning Manasseh's deeds (v. 2.16), which is identical to God's judgement (v. 11–15). The narrator introduces God's words (v. 4a-b. 7a-c) and His direct speech (v. 10) to confirm the narrator's own assessment of the behaviour of the evil king and his people and, to emphasize it, invokes God's authority. The author does all this to demonstrate that the narrator is omniscient and that their judgement is not false. The same line is also present in themes touched upon by the entire story of Manasseh. It reflects the world and the author's way of thinking, wishing to express them through the mouth of the narrator or the words of YHWH. Both points of view present a common way of perceiving the history of Israel, which is identical to the position of the Deuteronomist contained in 1–2 Kings, i.e. eliminating idolatry, ensuring the centralization of worship, demonstrating God's goodness by emphasizing events from the history of Israel (the exodus, covenant, choice of the people), monotheistic faith, which is distinctively expressed in the observance of the covenant, promise of the Promised Land, fulfilment of prophecies and continuation of the Davidic dynasty²⁵.

²³ YHWH's idea of "putting [his] Name forever" (v. 4c, 7f), "I will not again make the feet of the Israelites wander" (v. 8a), "I am going to bring such disaster on Jerusalem and Judah" (v. 12b) and condemnation of Israel: "I will forsake the remnant of my inheritance" (v. 14a) and "give them into the hands of enemies" (v. 14b).

²⁴ Reasons for YHWH's actions: Manasseh's evil actions "Manasseh king of Judah has committed these detestable sins. He has done more evil than the Amorites who preceded him" (v. 11a), "and has led Judah into sin" (v. 11c), Israel's nonobservance of the law: "They have done evil in my eyes and have aroused my anger" (v. 15a-b).

²⁵ Elimination of idolatry is expressed by the Deuteronomist in various ways: "do not follow other gods" (e.g., 1 Kgs 11,10; 21,26; 2 Kgs 17,15), "do not serve other gods" (e.g., 1 Kgs 9,6; 2 Kgs 21,21), "do not serve Baal and Asherah" (e.g., 1 Kgs 9,6; 16,31; 22,54; 2 Kgs 10,18; 17,16), "do not worship and serve other gods" (e.g., 1 Kgs 9,9; 22,54; 2 Kgs 17,35; 21,3.21),

The text, as mentioned before, does not present the point of view of the main protagonist, i.e. Manasseh and other figures (particularly the collective

“do not make for yourself other gods” (e.g., 1 Kgs 14,9), “do not turn your hearts after other gods” (e.g., 1 Kgs 11,2.4), “do not burn incense to other gods” (e.g., 2 Kgs 22,17; 23,5), “do not bow down to and worship other gods” (e.g., 2 Kgs 17,7.35.37.38), “do not sacrifice their sons in fire” (e.g., 2 Kgs 16,3; 17,31; 21,6; 23,10), “do not engage in detestable practices” (e.g., 1 Kgs 14,24; 2 Kgs 16,3; 21,2.11; 23,13. The theme of the centralization of cult and the privileged position of the Temple in Jerusalem as a place chosen by YHWH can be found in the following expressions: “the city God has chosen” (e.g., 1 Kgs 8,16.44.48; 11,13.32.36; 14,21; 2 Kgs 21,7; 23,7), “house which bears my name” (e.g., 1 Kgs 8,43), “in which to put his Name” (e.g., 1 Kgs 9,13; 11,36; 14,21; 2 Kgs 21,4,7), “Temple in which my Name shall be” (e.g., 1 Kgs 8,16.29; 2 Kgs 23,27), “build a house for God’s Name” (e.g., 1 Kgs 3,2; 5,17–19; 8,17–20.44.48; 9,17). The thought of the exodus and the covenant at Mt Sinai, like the theme of the people chosen by the Lord is seen in the following expressions: “bring my people out of Egypt” (e.g., 1 Kgs 8,16.51.53; 10,28–29; 2 Kgs 21,15), “chosen people” (e.g., 1 Kgs 3,8), “be the Lord’s people” (e.g., 2 Kgs 11,17), “your people Israel” (e.g., 1 Kgs 8,33.34.38.43.52), “inheritance” (e.g., 1 Kgs 8,51.53), “who receives great kindness (in the context of the covenant)” (e.g., 1 Kgs 3,6; 8,23) and phrases that demonstrate God’s power shown in the history of Israel (e.g., 1 Kgs 8,42; 2 Kgs 17,36). Monotheism is expressed in the following way: “know that the Lord is God and there is no other” (e.g., 1 Kgs 8,22.23.60), “you alone are God” (e.g., 2 Kgs 19,15.19), “you have made heaven and earth” (e.g., 2 Kgs 19,15). Verses that raise the theme of observing the Law and the covenant: “faithfulness” (e.g., 1 Kgs 2,4; 3,3.6.12.14; 8,23.25.40.43.48.58.61; 9,4.6; 8,58.61; 11,6.11.33–34.38; 14,8; 15,5.11; 22,43; 2 Kgs 10,30.31; 12,3; 14,3.6; 15,3.34; 16,2.3; 17,13.15.19.32–34.37.39–41; 18,3.6.18.27; 20,3; 21,8.21; 22,2.8.11.43; 23,3.25) “betrayal” (e.g., 1 Kgs 11,6; 14,22; 15,26.34; 16,19.25.30; 21,20.25; 22,53; 2 Kgs 3,2; 8,18.27; 13,2.11; 14,24; 15,9.18.24.28; 17,2.17; 18,12; 21,2.6.16.20; 22,2.43; 23,32.37; 24,9.19), “provoke” (e.g., 1 Kgs 9,8–9; 14,5; 15,3.26.30.34; 16,7.13.19.26.31.33; 21,20.22.25; 2 Kgs 13,2; 17,14.17.21.22; 21,6; 23,19). The legacy of the Promised Land is expressed using various statements: “receive land for an inheritance” (e.g., 1 Kgs 8,36), “receive pagan land” (e.g., 1 Kgs 14,24; 2 Kgs 16,3; 17,8.41; 21,2), “have rest” (e.g., 1 Kgs 5,18; 8,56; 14,15). Biblical authors express the idea of realizing YHWH’s words using the following phrases: “build the temple for the Name of God” (e.g., 1 Kgs 2,4; 8,20; 12,15), “fulfil the word of God” (e.g., 1 Kgs 2,27; 8,15.24.56; 2 Kgs 10,10), “what have you fulfilled today” (e.g., 1 Kgs 3,6; 8,24.61), “bring disaster on” (e.g., 1 Kgs 9,9; 14,10; 21,21.29; 2 Kgs 21,12; 22,16.20); “that the ears of everyone who hears of it will tingle” (e.g., 2 Kgs 21,12), “change evil ways” (e.g., 1 Kgs 13,33; 2 Kgs 17,13), “wipe out” (e.g., 1 Kgs 14,10.11; 16,3.4; 21,21.23–24; 2 Kgs 9,10.36), “servants the prophets” (e.g., 2 Kgs 9,7; 17,13.23; 21,10; 24,2), “humble oneself before the Lord” (e.g., 1 Kgs 21,29; 2 Kgs 22,19). The covenant between David and YHWH is expressed in the words: “for the sake of David, my servant” (e.g., 1 Kgs 11,12.13.32.34; 15,4; 2 Kgs 8,19; 19,34; 20,6), “David may always have a lamp” (e.g., 1 Kgs 11,36; 15,4; 2 Kgs 8,19), “chose David” (e.g., 1 Kgs 8,16; 11,34), “lift David’s descendants up” (e.g., 1 Kgs 14,7; 16,2), “follow David’s path or not” (e.g., 1 Kgs 15,11; 2 Kgs 14,3; 16,2; 18,3; 22,2), “leave David’s descendants on the throne of Israel” (e.g., 1 Kgs 2,4; 8,25; 9,5), “tear the kingdom away” (e.g., 1 Kgs 11,11.13.31; 14,8; 2 Kgs 17,21); cf. Idem, p. 320–355.

protagonist of Judah). Therefore, the reader does not have any information about why the king indulged in idolatry and allowed his people to follow him, or why the populace of the Southern Kingdom refused to observe the Law and the covenant established with God on Mt Sinai. The text does not contain either words nor thoughts that would externally depict the life of Manasseh and the people²⁶.

3. CONCLUSION

Point of view is present in several layers of the text:

- a) the phraseological layer: in the layout of the narrative, in direct speech and quotations;
- b) spatial and temporal organization: invocation of places and events;
- c) ideology: direct notes, comments, moral judgements;
- d) the psychological level: changes taking place in the psychological presentation of the characters.

The excerpt from 2 Kings 21,1–18 meets everything required to qualify it as a narrative text, which is why the story of King Manasseh can be analysed as follows: What does the author show us by using the narrative element of the point of view? The story of King Manasseh does not exclusively present the narrator's point of view used by the author to tell the story of the ruler; it also uses the Divine perception of the king's life and God's judgement of his deeds, because the author states the Lord's opinion on the ruler's actions: "He did evil in the eyes of the Lord" (2 Kgs 21,2,6,16), "arousing his anger" (2 Kgs 21,6). The purpose of this literary measure is to present God's intention and demonstrate the reasons for God's actions. Two different focalizations – intratextual perspectives – depict the same way of thinking, the same intention of the author: the narrator first expresses a judgement concerning Manasseh's deeds (v. 2,16), which is identical to God's judgement (v. 11–15), then introduces God's words (v. 4a-b.7a-c) and His direct speech (v. 10) to confirm the narrator's own assessment of the behaviour of Manasseh and his people and, to emphasize it, invokes God's authority. The author does all this to demonstrate that the narrator is omniscient and their judgement is not false. The same line is also present in themes touched upon by the entire story

²⁶ Cf. P. Keulen, *Manasseh Through the Eyes of the Deuteronomists. The Manasseh Account (2 Kings 21:1–18) and the Final Chapters of the Deuteronomistic History*, Leiden 1996, p. 87.

of Manasseh. It reflects the world and the author's way of thinking, wishing to express it through the mouth of the narrator or the words of YHWH. Both points of view present a common way of perceiving the history of Israel, which is identical to the position of the Deuteronomist contained in 1–2 Kings, i.e. eliminating idolatry, ensuring the centralization of worship, demonstrating God's goodness by emphasizing events from the history of Israel (the exodus, covenant, choice of the people), monotheistic faith, which is distinctively expressed in the observance of the covenant, promise of the Promised Land, fulfilment of prophecies and continuation of the Davidic dynasty.

The text, as mentioned before, does not present the point of view of the main protagonist, i.e. Manasseh and other figures (particularly the collective protagonist of Judah). Therefore, the reader does not have any information about why the king indulged in idolatry and allowed his people to follow him, or why the populace of the Southern Kingdom refused to observe the Law and the covenant established with God on Mt Sinai. The text does not contain either words nor thoughts that would externally depict the life of Manasseh and the people, i.e. other events not related to worship but showing political, military and daily lives.

BIBLIOGRAPHY

- Alter, R., *L'Arte della Narrativa Biblica*, Brescia 1990.
Bar-Efrat, S., *Narrative Art in the Bible*, Sheffield 1989.
Bauks M., Nihan C., *Manuale di esegesi dell'Antico Testamento*, Bologna 2010.
Genette, G., *Narrative Discourse an Essay in Method*, Ithaca (NY) 1980.
Genette, G., *Nouveau Discours*, Paris 1983.
Keulen, P., *Manasseh Through the Eyes of the Deuteronomists. The Manasseh Account (2 Kings 21:1–18) and the Final Chapters of the Deuteronomistic History*, Leiden 1996.
Kinowski K., *Reinterpretation of History in the Books of Chronicles: The Case of King Manasseh*, "Collectanea Theologica" 2020/90, p.193–220.
Knoppers, G., *Yhwh's Rejection of the House Built for His Name. On the Significance of Anti-temple Rhetoric in the Deuteronomistic History*, in: Amit Y., Zvi E. (eds.), *Essays on Ancient Israel in Its Near Eastern Context*, Winona Lake (IN) 2006.
Long, B. O., *2 Kings*, Grand Rapids (MI) 1991.
Marguerat D., Bourquin, Y., *Per Leggere i Racconti Biblici*, Roma 2011².
Powell, M. A., *What Is the Narrative Criticism?*, Minneapolis (MN) 1990.
Rhoads D., Dewey J., Michie, D., *Mark as Story, An Introduction to the Narrative of Gospel*, Minneapolis (MN) 1999².
Römer, T., *Dal Deuteronomio ai Libri dei Re. Introduzione Storica*, Torino 2007.

- Ska, J., *"Our Fathers Have Told Us": Introduction to the Analysis of Hebrew Narratives*, Roma 2000.
- Ska, J., *I Nostri Padri ci Hanno Raccontato. Introduzione all'Analisi dei Racconti dell'Antico Testamento*, Bologna 2012.
- Stavropoulou, F., *King Manasseh and Child Sacrifice Biblical Distortions of Historical Realities*, Berlin 2004.
- Stavropoulou, F., *The blackballing of Manasseh*, in L. Grabbe (eds.), *Good kings and bad kings: The Kingdom of Judah in the seventh century BCE*, London 2004, p. 248–263.
- Szymik, S., *Współczesne Modele Egzegezy Biblijnej*, Lublin 2013.
- Weinfeld, M., *Deuteronomy and the Deuteronomistic School*, Oxford 1972.
- Zappella, L., *Io Narrerò Tutte le Tue Meraviglie. Manuale di Analisi Narrativa Biblica*, Bergamo 2010.

Biography

The author earned his Licentiate in Biblical Sciences from the Pontifical Biblical Institute in Rome and a PhD in Biblical Theology from the Pontifical Urbaniana University in Rome. Currently, he is Spiritual Father and lecturer at the Major Seminary in Drohiczyn and lecturer at the Catholic Academy in Warsaw.
ORCID: 0000-0003-1083-5821

Sylwia Szostak

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Kultura produkcji polskich seriali fabularnych w latach 1998–2012

Production culture of Polish domestic TV series between 1998 and 2012

ABSTRAKT

Polski rynek telewizyjny, taki, jakim znamy go dzisiaj, ukształtował się po roku 1997, kiedy to w efekcie procesu licencyjnego powstały pierwsze dwie komercyjne stacje telewizyjne - Polsat oraz TVN. W pierwszych latach swojej działalności, jako zupełnie nowi gracze na polskim rynku, obie stacje musiały stawić czoła wielu wyzwaniom, takim jak: ogromne zapotrzebowanie na programy, aby wypełnić swoje ramówki, nieistniejące struktury produkcyjne, brak wyspecjalizowanego personelu produkcyjnego. Te uwarunkowania rynkowe lokalnych stacji komercyjnych sprawiły, że w pierwszych latach swojej działalności nie były one w stanie produkować polskich programów na potrzeby swoich ramówek. Okazało się jednak, że produkcja krajowych seriali to dla nadawcy naziemnego kwestia przetrwania na rynku. W artykule tym uwaga Autorki skupia się na konkretnych praktykach branżowych, które umożliwiły stacji TVN, w stosunkowo niedługim czasie, przejście z importu seriali do ich produkcji lokalnej. Opierając się na autorefleksyjnych narracjach profesjonalistów z branży telewizyjnej, autorka nazywa konkretne strategie w ich pracy, które pomogły im rozwinąć kompetencje zawodowe niezbędne do kreacji polskich seriali. Artykuł opiera się na wywiadach z praktykami związanymi

z produkcją dla telewizji, przeprowadzonych między 2011 a 2013, w których producenci i scenarzyści mówią o własnych metodach pracy odwołując się w swoich rozważaniach do wczesnych lat istnienia stacji TVN. Takie przyjrzenie się kontekstowi produkcyjnemu i procesowi kreatywnemu z początkowego okresu istnienia sektora komercyjnego, pozwala nam na lepsze zrozumienie w jaki sposób polski rynek telewizyjny nabierał dojrzałości. Analiza kontekstu branżowego, w którym nastąpił znaczący wzrost liczby polskich produkcji fabularnych dla telewizji, zachęca czytelnika do spojrzenia na polskie seriale w nowym świetle.

SŁOWA KLUCZOWE

seriale, produkcja, praktyki produkcyjne, TVN, scenarzysta, transfer know-how

ABSTRACT

The Polish TV market, as we know it today, started operating in 1997, when the two main commercial TV stations – Polsat and TVN – were established as a result of the licensing process. In the first years of activity, as completely new players on the Polish market, they both faced many challenges, such as a huge demand for programming to fill their schedules, non-existent production structures and the lack of specialized production personnel. Due to these market conditions,

they were both unable to produce Polish series to fill their schedules for many years since their inception. It transpired, quite early on however, that the production of domestic series is a matter of survival for all the players in the terrestrial sector. This article looks at the specific industrial practices that enabled the commercial broadcaster TVN to move from programme importation to local production, all in a relatively short period of time. Based on the self-reflective discourse of TV professionals, this article maps out specific strategies in the work of industry personnel that helped them develop the professional competencies necessary to create Polish domestically produced TV series. The article is based on interviews with TV practitioners,

conducted between 2011 and 2013, in which producers and scriptwriters talk about their own working methods, going back in their recollections to the early years of TVN's existence. Such a look at the production context and the creative processes in the commercial sector's early years allows us to better understand how the Polish television market gained maturity throughout the years. The analysis of the industry context behind the significant increase in the number of Polish TV series encourages the reader to look at the popular Polish series in a new light.

KEYWORDS

tv series, production, production practice, TVN, scriptwriting, knowledge transfer

1. WPROWADZENIE

Upadek komunizmu w Europie Środkowo-Wschodniej w 1989 r. zapoczątkował przejście od autorytarnych reżimów i gospodarek kontrolowanych przez państwo, do demokratycznych i partyjno-pluralistycznych systemów politycznych. W następstwie tych zmian systemowych krajobrazy telewizyjne krajów Europy Środkowo-Wschodniej przeszły procesy liberalizacji i deregulacji, które obejmowały przejście od telewizji państwowej lub partyjnej do systemu nadawców publicznych. W okresie bezpośrednio po transformacji polski rynek telewizyjny był nieuregulowany. Dla Polski przełomowym momentem było dopiero powstanie w dniu 29 grudnia 1992 r. *Ustawy o Radiofonii i Telewizji*, która ustanowiła ramy prawne dla regulacji nowo wprowadzonego dualnego, pluralistycznego modelu mediów, typowego dla krajów zachodnich, w których współdziałają media publiczne i prywatne. Wprowadzenie ustawy położyło kres monopolowi państwowej telewizji i stworzyło dualny rynek telewizyjny. W rezultacie do Polski wkroczyły stacje prywatne i finansowanie komercyjnie, a Telewizja Polska przestała być nadawcą kontrolowanym przez państwo i została na nowo zdefiniowana jako nadawca publiczny TVP. Kolejnych pięć lat zajęło zakończenie procesu licencjonowania nadawców komercyjnych, tworząc stabilne środowisko telewizyjne, w którym trzech największych polskich nadawców naziemni - TVP, obecnie nadawca publiczny,

i jego dwaj komercyjni konkurenci Polsat (uruchomiony w 1992 r., uzyskał licencję w 1994 r.) oraz TVN (uruchomiony i licencjonowany w 1997 r.), rozpoczął działalność. Operatorzy komercyjni zatem na dobre zagościli w polskiej mediasferze w 1997 r., kiedy zakończył się proces licencjonowania. Ten moment wyznacza początek dualnego rynku telewizyjnego jaki znamy dzisiaj. Ponieważ lata 1989–1997 były okresem pewnego rodzaju chaosu organizacyjnego, na potrzeby tego artykułu koncentruję się na okresie od 1998 roku.

W artykule tym podjęta zostaje próba przyjrzenia się pewnym praktykom w branży telewizyjnej, które pomogły nowo powstałej stacji komercyjnej TVN rozwinąć produkcję lokalną, skupiając się na jednym gatunku programów telewizyjnych, mianowicie na serialu fabularnym. Zawężenie badań do tego jednego gatunku telewizyjnego podyktowane jest paroma przesłankami. Już od samego początku wejścia na rynek stacji komercyjnych, seriale stały się nieodzownym elementem ramówek Polsatu i TVN, a z czasem również bardzo ważnym elementem preferencji programowych Polaków jak i znaczącą częścią produkcji dla telewizji. W ciągu dekady od powstania sektora komercyjnego, seriale awansowały do rangi najchętniej oglądanych programów w Polsce¹. W 2008 r. prasa branżowa okrzyknęła, że „Polacy kochają seriale telewizyjne”². Według danych Nielsen Audience Measurement, w 2012 roku przeciętny polski widz poświęcał na oglądanie wyłącznie seriali około 48 minut dziennie, co było znaczącym wzrostem z 28 minut poświęcanych na seriale w 2002 roku³. Pod tym względem Polska nie różni się znacząco od innych rynków na świecie. Seriale telewizyjne są istotnym elementem większości lokalnych rynków, o czym świadczy uwaga, jaką badacze na anglo-amerykańskiej arenie naukowej przywiązują do tego typu programów. Els de Bens i Hedwig de Smaele nazwali seriale telewizyjne „zdecydowanie najważniejszą kategorią programów w telewizji europejskiej”⁴. Seriale są też, według

¹ W. Godzic, *Raport. Portret polskiej rodziny w odbiciu szklanego ekranu, czyli Polacy przed telewizorem*, <https://www.yumpu.com/xx/document/read/36869129/portret-polskiej-rodziny-w-odbiciu-szklanego-ekranu-upc-polska> (dostęp 14.01.2021 r.)

² Ł. Szewczyk, *Raport UPC: Polacy kochają seriale*, Media2.pl z 15.12.2008 r., <http://media2.pl/media/44815-raport-upc-polacy-kochaja-seriale.html> (dostęp 14.01.2021 r.)

³ M. Kurdupski, *Polacy oglądają więcej seriali i programów dla dzieci, a mniej teleturniejów*, Wirtualne Media z 29.08.2012 r., <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/polacy-ogladataj-wiecej-seriali-i-programow-dla-dzieci-a-mniej-teleturniejow> (dostęp 14.01.2021 r.)

⁴ E. de Bens i H. de Smaele, *The Inflow of American Television Fiction on European Broadcasting Channels Revisited*, „European Journal of Communication” 2001 z. 16 nr 1, s. 54.

Jeanette Steemers, najbardziej wartościowym przedmiotem handlu⁵ i bardzo dobrym wskaźnikiem wydolności sektora produkcyjnego i dojrzałości rynku telewizyjnego. Giovanni Bechelloni w corocznym raporcie Eurofiction z 1999 roku opisuje seriale telewizyjne nie tylko jako najbardziej kosztowny produkt telewizyjny, ale również jako najtrudniejszy rodzaj programu do kreacji i wyprodukowania. Z punktu widzenia wkładu produkcyjnego, seriale fabularne nie tylko wymagają lokalnego talentu kreatywnego, wykwalifikowanych pracowników ekip, którzy potrafią pracować zespołowo pod presją, ale również złożonej organizacji produkcyjnej⁶. Można zatem stwierdzić, że badanie kontekstu produkcyjnego seriali jest ważne, ponieważ pozwala to nie tylko na zrozumienie rozwoju branży telewizji komercyjnej w Polsce, ale też jak zmieniały się metody pracy praktyków telewizyjnych, których zaangażowanie w samodoskonalenie swojego warsztatu było determinantem szybkiego rozwoju sektora produkcji w jego wczesnych latach.

2. ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE BADAŃ PRODUKCYJNYCH POLSKIEJ TELEWIZJI

Wydolność polskich nadawców komercyjnych w produkowaniu polskich seriali to wypadkowa kontekstu branżowego i wynikających z niego modeli i kultury pracy. Aby w pełni docenić zmiany jakie nastąpiły na polskim rynku telewizyjnym na przestrzeni ostatnich 20 lat warto przyrzeć się złożonemu kontekstowi produkcyjnemu, ekonomicznemu i rynkowemu, w jakim rozwijała się i ewoluowała polska branża telewizyjna. Bardzo przydatny do tego celu jest nurt badań naukowych określany przez Timothy Havensa, Amandę D. Lotz i Serre Tinic jako *critical media industry studies*⁷. Ich podejście do analizy szeroko pojętego terminu produkcji audiowizualnej centralizuje termin *industry* czyli branżę produkcyjną i kładzie nacisk na zrozumienie jak czynniki takie jak polityka wewnętrzna firmy, regulacje i praktyki twórcze wpływają na proces produkcyjny i jego finalne

⁵ J. Steemers, *Selling Television. British Television in the Global Marketplace*, London: BFI, 2004, s. 149.

⁶ G. Bechelloni, *Introduction*, w: *Shifting Landscapes. Television Fiction in Europe*, M. Buonanno (red.), Luton: University of Luton Press, 1999, s. xvi.

⁷ T. Havens, A. D. Lotz, S. Tinic, *Critical Media Industry Studies: A Research Approach "Communication Culture & Critique"* 2009 nr 2, s. 234–253.

rezultaty. Wyjątkowo wartościowym aspektem badań z nurtu *critical media industry studies* jest analiza nie tylko wpływu konkretnych uwarunkowań na kształt produktów audiowizualnych, ale też badanie jak dyskursy na temat tych czynników są konstruowane i artykułowane w różnych kontekstach instytucjonalnych takich jak materiały promocyjne, artykuły branżowe, publikacje organizacji zawodowych, wywiady czy nawet eventy promocyjne lub spotkania branżowe. Zatem w ramach proponowanej przez Havensa, Lotz i Tinic metodologii, badacze patrzą na sposób, w jaki sami praktycy pracujący w sektorze medialnym rozumieją i interpretują czynniki, które mają wpływ na ich pracę i jej efekty. Analizie poddaje

Critical media industry studies i production studies oferują bardzo przydatny model badawczy, rzadko wykorzystywany w rodzimych studiach medioznawczych, do eksploracji zagadnień związanych z polską telewizją. Takie podejście oferuje szansę przyjrzenia się złożonym kontekstom produkcyjnym, procesowi twórczemu i realiom pracy w telewizji, oferując jednocześnie możliwość obserwacji jak różnego rodzaju wpływy i inspiracje są negocjowane przez praktyków telewizyjnych w ich własnej pracy.

się również sposób w jaki te dyskursy w autorefleksyjnych narracjach praktyków są włączane do i negocjowane w ramach ich pracy twórczej w określonym kontekście społeczno-historycznym. Równolegle z Havensem, Lotz i Tinic, John Thornton Caldwell w swojej znamienitej, nieprzetłumaczonej do dziś na język polski, książce, *Production Culture* zaproponował podobną metodologię badań łączącą różne perspektywy z pogranicza dyscyplin w ramach holistycznej analizy praktyk produkcyjnych, której celem było lepsze zrozumienie jak powstają produkty

kultury audiowizualnej i jakie czynniki wpływają na ich finalny kształt⁸. Podejście Caldwell, ze względu na szczególną uwagę poświęconą kulturowym praktykom produkcji medialnej, doprowadziło do wyodrębnienia się osobnej dziedziny studiów medioznawczych zwanej *production studies*. Te dwa podobne do siebie nurty badawcze wspólnie tworzące studia nad kulturą produkcji, stały się najbardziej dynamicznie rozwijającymi się obszarami studiów medioznawczych.

Critical media industry studies i *production studies* oferują bardzo przydatny model badawczy, rzadko wykorzystywany w rodzimych studiach medioznawczych, do eksploracji zagadnień związanych z polską telewizją. Takie podejście oferuje szansę przyjrzenia się złożonym kontekstom produkcyjnym, procesowi twórczemu i realiom pracy w telewizji, oferując jednocześnie możliwość obserwacji jak różnego rodzaju wpływy i inspiracje są negocjowane przez praktyków telewizyjnych w ich własnej pracy. Studia nad kulturą produkcji uwzględniają takie czynniki jak cyrkulacja międzynarodowych produktów audiowizualnych i pomysłów programowych, polityka wewnętrzna, oraz cele branżowe jako istotne czynniki, które mają namacalny wpływ na faktyczną produkcję. Takie podejście ukazuje rynek telewizyjny w bardziej holistyczny sposób, pokazując szerszą perspektywą produkcyjną niż przykładowo jedynie analiza ilościowa lub analiza tekstu. Przyglądając się czynnikom branżowym, które determinują pracę praktyków na polskim rynku telewizyjnym i ich diachroniczną zmienność, a także analizując istniejące publikacje, zauważyłam potrzebę zaktualizowania dostępnej wiedzy i rzucenia nowego światła na zmiany w polskim rynku telewizyjnym. Przedstawiona w niniejszym artykule perspektywa uwzględnia najnowsze podejście do badań telewizji z angloamerykańskiej akademii, a jednocześnie jest odzwierciedleniem trwających obecnie poszukiwań w obszarze *production studies* w Polsce. Takie naukowe właśnie spojrzenie na kulturę produkcji w Polsce jest praktycznie zupełnie nieobecne w sposobie badań nad polską kulturą telewizyjną. Brak ten został opisany przez Annę Wróblewską, która stwierdziła, że *production studies* to nowy na polskim gruncie nurt filmoznawstwa, który znajduje się na etapie rozwojowym⁹. Według Wróblewskiej „naukowa refleksja nad produkcyjnym aspek-

⁸ J. T. Caldwell, *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*, Durham: Duke University Press, 2008.

⁹ A. Wróblewska, *Production Studies w Polsce – stan badań*, „Panoptikum. Film / Nowe Media / Sztuki Wizualne” 2016 nr 16, s. 14.

tem kinematografii powinna zostać rozszerzona o produkcję telewizyjną. Tymczasem studia medioznawcze wciąż rzadko obejmują aspekty produkcyjne”.¹⁰ Istnieje jednak kilka ciekawych opracowań na temat kultury produkcji wydanych po polsku. Marcin Adamczak jest najwybitniejszym dotychczas polskim badaczem z nurtu badań nad kulturą produkcji, który jako pierwszy dokonał przełożenia postulatów Caldwella na rodzimy grunt. Już w wydany w 2013 roku tomie „Images”, Adamczak zachęcał lokalnych badaczy do sprawdzenia poznawczej wartości metod Caldwella w naszym lokalnym kontekście.¹¹ Jego książka z 2014 roku *Obok Ekranu: Perspektywa Badań Produkcyjnych a Społeczne Istnienie Filmu* jest próbą odpowiedzi na pytanie „jak się filmy produkuje, kto to robi, w jaki sposób, jak wygląda sam proces produkcji, jaki wpływ mają na niego instytucjonalne uwarunkowania oraz system finansowania”¹². Oprócz tej nowatorskiej publikacji, godna uwagi jest również książka *Społeczny Wymiar Tworzenia Filmu w Polsce* – efekt pracy zespołu badawczego złożonego z Tomasza Kożuchowskiego, Iwony Morozow i Romana Sawki, pod opieką Marcina Adamczaka jako kierownika grantu¹³. Obie publikacje to prace w nurcie filmoznawstwa, a zatem telewizja nie leży w kręgu ich zainteresowań. Celem niniejszego artykułu jest przyczynić się do zwiększenia wolumenu prac z nurtu kultury produkcji i wzbogacenia naukowego dyskursu w tej dziedzinie badań w Polsce oraz rozszerzyć ich zastosowanie na produkcję telewizyjną.

Badania kultury produkcji jako dziedzina nauki oferuje szeroki zakres metodologii badawczych, takich jak na przykład analiza dyskursu branżowego, wywiady, badania etnograficzne, badanie konkretnych *case studies*. Główny materiał badawczy ukazujący rozwój polskiego rynku w tym artykule stanowią zapisy doświadczeń praktyków. Zostały one zebrane poprzez pogłębione i częściowo ustrukturyzowane wywiady z pracownikami przemysłu audiowizualnego, takimi jak producenci i scenarzyści seriali telewizyjnych oraz pracownicy struktur organizacyjnych. Dane te mają formę autorefleksyjnej narracji praktyków, w której

¹⁰ Tamże, s. 13.

¹¹ M. Adamczak, *Wstęp*. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication” 2013 vol. XIII, no. 22.

¹² M. Adamczak, *Obok Ekranu: Perspektywa Badań Produkcyjnych a Społeczne Istnienie Filmu*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, 2014, s. 8.

¹³ T. Kożuchowski, I. Morozow, R. Sawka, *Społeczny Wymiar Tworzenia Filmu w Polsce*, Łódź: PWSFTviT, 2019.

eksperci branżowi i pracownicy polskiej telewizji analizują swoją własną pracę i jej środowisko. Opisują oni ich własne rozumienie kontekstu organizacyjnego i kulturowego, w którym operują, i które zarazem wpływa na ich twórczą działalność. Artykuł opiera się zatem na tym, co John Thornton Caldwell, w swojej znakomitej książce o kulturze produkcji, nazywa *industrial reflexivity*¹⁴. Tenże dyskurs autorefleksyjny pokazuje jak przedstawiciele branży telewizyjnej w Polsce negocjują różne czynniki mające wpływ na ich prace: kontekst produkcyjny, ekonomiczny i rynkowy, które zwyczajowo znajdują się poza obszarem badań telewizji w Polsce. Opowieści branżowe dostarczające wiedzy na temat autorefleksji przedstawicieli środowiska praktyków telewizyjnych traktuję podobnie jak Denise Mann, czyli jako kulturowe artefakty zawierające dowody zawilego, zazębiającego się systemu silnie skodyfikowanej, dyskursywnej wiedzy¹⁵.

O ile relacje pracowników produkcji, dyrektorów i twórców telewizyjnych pozwalają lepiej zrozumieć współczesną kulturę produkcji telewizyjnej w Polsce i zmiany w branży medialnej, o tyle sam taki materiał nie wystarczy do gruntownej naukowej dyskusji. Materiał pochodzący z rozmów może być postrzegany jako „skażony” dyskurs, jak opisuje to Caldwell w rozdziale *How Producers Theorize*, twierdząc, że dyrektorzy branżowi i producenci mogą formułować informacje zgodnie z pewnym ustalonym wcześniej zamiarem i interesem, legitymizując tym samym długotrwałe, mocno zakorzenione mity i nie ujawniając faktycznych kulis produkcji¹⁶. Dlatego też, jak nalega Denise Mann, na badaczu szeroko pojmowanej kultury produkcji spoczywa obowiązek, by na podstawie zachowania i komentarzy przedstawicieli branży wyczuć, czy poddają się oni którymś z tych narzuconych sobie dyscyplinujących działań, czy nie, czy dokonują autocenzury pewnych informacji, mogących potencjalnie zapewnić badaczowi znaczący wgląd w to, jak faktycznie działa branża¹⁷. Zważywszy na wyzwania stojące przed badaczem materiałów źródłowych tego typu, warunkami powodzenia badań nad kulturą

¹⁴ J. T. Caldwell, *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television* Durham: Duke University Press, 2008.

¹⁵ D. Mann, *It's Not TV, It's Brand Management TV. The Collective Author(s) of the Lost Franchise* w: V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell (red.) *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries* New York i London: Routledge, 2009, s. 104–105.

¹⁶ J. T. Caldwell, *How Producers 'Theorize': Shoot-outs, Bake-offs and Speed-Dating*, w: R. Hammer, D. Kellner (red.), *Media/Cultural Studies: Critical Approaches*, New York: Peter Lang, 2009, s. 70.

¹⁷ D. Mann, art. cyt., s. 104–105.

produkcji jest „współpraca z ekspertami branżowymi i tworzenie zespołów złożonych z badaczy posiadających różnorodne kompetencje wynikające zarówno z doświadczeń akademickich, jak i praktycznych”¹⁸. Autorka niniejszego tekstu [Sylwia Szostak] posiada nie tylko akademickie kompetencje pozwalające na podjęcie badań z nurtu *production studies*, ale też uczestniczyła w instytucjonalnej organizacji produkcji telewizyjnej, pracując dla stacji TVN od 2015 do 2020 roku. Praktyczne doświadczenie autorki tekstu przekłada się na lepszy wgląd w omawianą tematykę, a tym samym stanowi mocną stronę niniejszego artykułu. Dodatkowo, przyjmując podejście Mann, autorefleksyjny materiał dyskursywny praktyków telewizyjnych ukazany jest w oparciu o analizę ramówek telewizyjnych i oferty programowej, a także analizę literatury branżowej i raportów eksperckich.

3. DROGA OD IMPORTU SERIALI DO LOKALNYCH KREACJI PROGRAMOWYCH

W 1998 roku seriale emitowane na trzech ogólnopolskich antenach były w przytłaczającej większości importowane. Na przestrzeni dwóch dekad strategia programowa w obrębie seriali fabularnych uległa ogromnej zmianie. Dla trzech polskich nadawców ogólnopolskich – publicznego TVP1 i jego dwóch komercyjnych konkurentów, TVN i Polsatu, analiza wrześnieowej ramówki (reprezentującej *high season* w Polsce gdzie programuje się najmocniejsze pozycje programowe) z 2019 roku, pokazuje przytłaczającą dominację lokalnej fikcji nad serialami importowanymi¹⁹. Badanie wycinka z wrześnieowej ramówki w postaci kontentu programowego z jednego tygodnia wskazuje na znaczący wzrost krajowej produkcji na kanale TVP1, z czterech odcinków polskiego serialu w danym tygodniu w 1998 roku do szesnastu odcinków w 2019 roku. Podobna zmiana nastąpiła w przypadku obydwu polskich naziemnych nadawców komercyjnych. W wybranym do analizy tygodniu emisji z września 2019 r. wśród 20 odcinków seriali fabularnych nadawanych przez Polsat wszystkie były wyprodukowane w Polsce. Podobny trend można zaobserwować w TVN – drugim nadawcy komercyjnym, którego cała produkcja fabularna w przykładowym tygodniu września 2019 (16 odcinków) była produktem lokalnym.

¹⁸ A. Wróblewska, art. cyt., s. 15.

¹⁹ Analiza porównawcza nie obejmuje roku 2020 ze względu na zaburzenia typowego rytmu emisyjnego wywołanego sytuacją pandemiczną w Polsce.

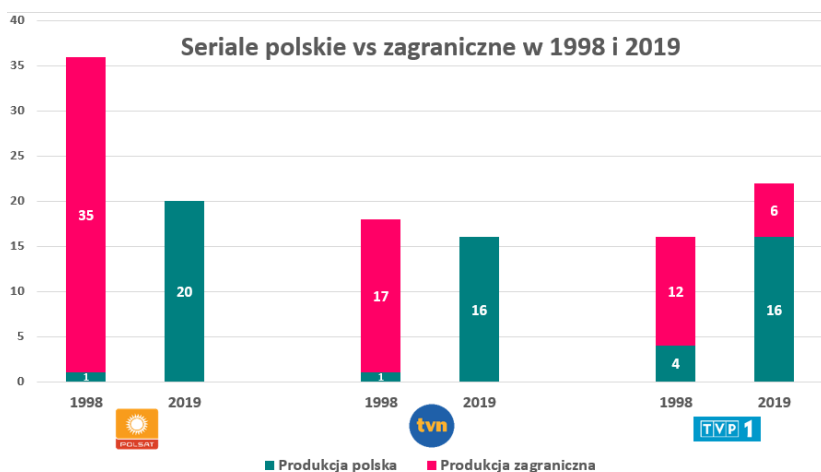


Tabela 1. Podział ze względu na kraj produkcji wszystkich odcinków seriali fabularnych wyemitowanych między 16:00 a 23:00 na przestrzeni jednego tygodnia w analogicznym okresie: 18 września – 24 września 1998 oraz 20 września – 26 września 2019 (analiza własna).

Polscy nadawcy nie są wyjątkowi w tej strategii programowej, która zakłada przejście od importu do produkcji krajowej. Taka zmiana jest to bowiem kolejny etap rozwoju i biznesowa strategia wzrostu kanałów telewizyjnych. W swoich wczesnych latach nowo powstałe stacje telewizyjne często zwracają się w stronę importu, ponieważ produkcja krajowa jest poza zasięgiem ich możliwości. W wyniku dramatycznych zmian w krajobrazie telewizyjnym w Polsce po 1989 r. wydłużono godziny nadawania dotychczasowego nadawcy państwowego TVP. W 1991 r. oba kanały TVP nadawały od 7.00 lub 8.00 do po 23:00²⁰. Wkrótce potem czas nadawania na pierwszym kanale został wydłużony do 22 godzin dziennie, a później to samo miało miejsce na drugim kanale. Dodatkowo nowe kanały komercyjne stały się dostępne dla polskich widzów w dwóch procesach licencyjnych, z 1994 i 1997 r. Najbardziej bezpośrednią konsekwencją tej transformacji była pilna potrzeba wypełnienia ramówek dużą, niemalże hurtową, ilością programów. Brak rozwiniętej infrastruktury produkcyjnej, brak wystarczającej ilości wyszkolonego personelu oraz wysokie koszty uruchomienia i funkcjonowania nowych kanałów oraz ich początkowa nieopłacalność uniemożliwiły polskim

²⁰ "Radio i Telewizja," 1991, Warszawa, s. 1–29.

nadawcom wyprodukowanie wystarczającej ilości produktu krajowego, aby sprostać zapotrzebowaniu programowemu, które powstało w latach 90. W rezultacie zarówno nadawca publiczny, jak i nowi gracze komercyjni pilnie potrzebowali dużych ilości programów telewizyjnych. Ponieważ tego zwiększonego zapotrzebowania na programy nie można było zaspokoić na rynku krajowym poprzez rodzimą produkcję, polska branża napotkała kłopoty symptomatyczne dla rozwijających się rynków telewizyjnych, a mianowicie konieczność przejścia na import w celu wypełnienia swoich ramówek. Historycznie rzecz ujmując, kanały telewizyjne na dopiero rozwijających się rynkach zawsze zwracały się w kierunku Stanów Zjednoczonych jako źródła tanich programów fabularnych, które zapewniały wysoką oglądalność²¹. Dla nowych polskich nadawców komercyjnych, kupowanie seriali w USA było tańszym sposobem na wypełnienie dużej ilości czasu nadawania i pomogło szybko wygenerować nowych odbiorców i zyski. Anna Kozaneczka, Head of Film Acquisitions and Programming w stacji Polsat, w następujący sposób wyjaśnia brak lokalnych seriali w ramówce Polsatu w pierwszych latach nadawania stacji Polsat:

Brak produkcji jeśli chodzi o stację Polsat był związany z finansami. Polsat zaczynał jako pierwsza stacja komercyjna w Polsce i przez kilka lat od powstania był zmuszony do funkcjonowania w ograniczonych zasobach. Brak lokalnych seriali w tym okresie nie był uwarunkowany kwestią popularności czy popytu, ale po prostu paradygmatem finansowym. W tamtym okresie różnica w kosztach finansowych wyprodukowania odcinka we własnym zakresie i importu z zagranicy była dramatyczna, zwłaszcza jeśli wziąć pod uwagę brak niezależnych producentów, ponieważ sektor niezależny rozwinął się dopiero później. Jedynym producentem w tym czasie był nadawca publiczny, ale TVP produkowała programy dla własnych ramówek. To był podstawowy problem²².

Generowanie nowych odbiorców i dochodów, wymaga od powstających kanałów czasu, ale dopiero zgromadzenie odpowiedniej publiczności i stabilna sytuacja finansowa umożliwiają produkcję lokalną. Przypadek polskich nadawców komercyjnych potwierdza obserwację Jeanette Steemers, poczynioną z myślą

²¹ M. G. Cantor, J. M. Cantor, *American Television In the International Marketplace*, "Communication Research" 1986 z. 13, s. 511.

²² Anna Kozaneczka, Head of Film Acquisitions and Programming, Polsat, wywiad osobisty, styczeń 2012.

o Europie Zachodniej. Badaczka twierdzi, że import z USA często był niezbędny dla wprowadzenia telewizji komercyjnej, ale w miarę dojrzewania rynków europejskich i stopniowej produkcji większej ilości programów krajowych, amerykańskie programy z czasem przestają być niezbędne do kontynuowania komercyjnego modelu nadawania²³. W przypadku Polski, podobnie jak w Europie Zachodniej, jest prawdą, że w miarę dojrzewania rynku, ramówki lokalnych nadawców stają się mniej zależne od importu, a bardziej opierają się na produkcie krajowym. Kiedy polski sektor telewizyjny zaczął się rozwijać i dojrzewać, dogonił europejskie strategie preferencji produkcji krajowej. Polska w tym przypadku odzwierciedla te same trendy, które miały miejsce w krajach Europy Zachodniej pod koniec lat 90²⁴. Przejście do produkcji lokalnej i odejście od importu programów jest też zwykle związane z poglądem, że treści lokalne są lepiej odbierane przez lokalną publicznością, jeśli chodzi o widza telewizji szerokopasmowej. Joseph D. Straubhaar, posługując się teorią *cultural proximity*, twierdzi, że lokalni widzowie wolą programy krajowe od importowanych i wybierają własne produkty kulturowe kiedy tylko mogą, ponieważ wolą narracje, które zawierają znajome im elementy²⁵. Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, potwierdził, że dla polskich widzów kanałów ogólnodostępnych bliskość kulturowa odgrywała ogromne znaczenie przy wyborze programów:

Jest taka prawidłowość nie tylko na naszym rynku. Lokalne produkcje zawsze sprawdzają się lepiej. Widzowie wolą jak w serialu mówią po polsku, jak widzą problemy, do których mogą się odnieść. Ogólna prawda jest taka, że ludzie chcą oglądać polskie seriale bardziej niż importowane programy²⁶.

Taki pogląd podziela również Izabela Łopuch, która w czasie przeprowadzania wywiadu była producentką w departamencie produkcji fabularnych TVN,

²³ J. Steemers, art. cyt., s. 14.

²⁴ Podobieństwa strategii programowych między Polską a Europą Zachodnią omawiam dokładniej w: S. Szostak, *Poland's Return to Europe: Polish Terrestrial Broadcasters and TV Fiction*, "VIEW Journal of European Television History and Culture" 2012 z. 1, nr 2, s. 79–93.

²⁵ J. D. Straubhaar, *Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity*, "Critical Studies in Mass Communication" 1991, nr 8, s. 51. J. D. Straubhaar, *World Television. From Global to Local*, 2007, s. 27.

²⁶ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

wcześniej pełniła funkcję szefowej działu literackiego i wicedyrektorki departamentu produkcji fabularnych:

Widz szerokopasmowej telewizji zawsze bardziej docenia to co jest zrobione w Polsce i po polsku. Docenia w znaczeniu chętniej ogląda. To nie jest przypadek, że żadna duża stacja telewizyjna, TVP, Polsat czy TVN w prime-time nie programują rzeczy nabytych²⁷.

Przejście polskich stacji od importu do produkcji lokalnej nie jest niczym nowym ani zaskakującym. Natomiast to, co wydaje się niezwykle płodne poznawczo jest spojrzenie jak w ciągu tych dwóch dekad lokalny polski rynek i jego praktycy nabyli umiejętności, które umożliwiły im tworzenie seriali w Polsce, tym samym likwidując konieczność importu seriali zagranicznych.

4. MONITOROWANIE RYNKÓW ZAGRANICZNYCH JAKO PRAKTYKA ZAWODOWA

Kiedy polscy nadawcy naziemni pod koniec lat 90. i w pierwszej dekadzie XXI zaczęli podejmować wzmożone próby produkcji telewizyjnej na potrzeby własnych ramówek, mieli niewielkie doświadczenie produkcyjne w tworzeniu kontentu telewizyjnego, w tym również seriali. Formuły narracyjne charakterystyczne dla seriali, kreacje i tryby produkcji były zupełnie obce polskim nadawcom komercyjnym, ponieważ zaczęli oni funkcjonować dopiero w latach 90. – Polsat w 1992 i TVN w 1997 – i nie posiadali własnego zaplecza produkcyjnego ani wykwalifikowanego personelu branżowego. Trudno było im znaleźć inspirację i wsparcie w granicach kraju, ponieważ rynek producentów niezależnych był w tamtym czasie w załóżku, a istniejące firmy produkcyjne związane były z TVP, dawnym nadawcą państwowym, który po 1989 roku przekształcony został w nadawcę publicznego. Bogdan Czaja podkreślał, jak ważny był dynamicznie rozwijający się sektor niezależnych firm produkcyjnych:

Konkurencja rynkowa i dobrze rozwinięty sektor niezależnych firm produkcyjnych działa pozytywnie na rynek telewizyjny. U nas, niestety ten rynek niezależnych

²⁷ Izabela Łopuch, obecnie Head of Original Production HBO Polska, w momencie przeprowadzania wywiadu była producentką w stacji TVN, wywiad osobisty, styczeń 2012.

producentów nie jest jak na przykład w Holandii. Teraz to już jest co innego niż było, ale i tak, mogłoby być lepiej. To właśnie z tego rynku niezależnych producentów najfajniejsze pomysły wychodzą. Bo nadawcy i stacje telewizyjne będą zawsze trochę konserwatywni i zachowawczy, moim zdaniem. Wolą pójść w bezpieczne rozwiązanie niż inwestować w coś innowacyjnego. Dla niezależnego producenta wymyślenie czegoś nowego jest racją bytu. My w TVN możemy sobie wziąć format i czuć się z tym bezpieczniej niż wymyślać coś nowego. A taki producent niezależny po prostu musi wymyślić coś nowego i sprzedać to stacji. To nakręca rynek, u nas niestety jeszcze w bardzo małym stopniu. Na rynku brytyjskim jest mnóstwo małych i większych firm produkcyjnych, ale generalnie niezależnych. Są też stacje, które chętnie blisko współpracują z niezależnymi producentami. Channel 4 jest tutaj dobrym przykładem. Zawsze był to kanał innowacyjny i ma to wpisane w swoje statuty. I tam ten rynek kreacji telewizyjnych bardzo fajnie się rozkręca. My jesteśmy trochę z tyłu jeśli chodzi o kreacje telewizyjne. To pewnie po części wynika z tego, że podążanie za innymi rynkami daje większe poczucie bezpieczeństwa. TVN bardzo rozbudował swój dział produkcji nie dlatego, że tak chciał, ale musiał. Nie było z kim pracować na rynku. Było parę małych firm. ITI w tamtym czasie weszło w joint venture z Endemolem Neo-Vision, dzięki czemu był przepływ know-how, ale też przede wszystkim kilka fajnych formatów do nas spłynęło z Endemola. Z resztą musieliśmy rozbudować swoją produkcję, bo nie było za bardzo z kim współpracować. Koło telewizji polskiej było trochę firm produkcyjnych, które były zasiedziały od lat. Bardzo powoli zaczynało się tworzyć niezależne środowisko producenckie. Ale było ono bardzo cherlawe. Dzisiaj już jest kilka dobrze funkcjonujących firm: Roch Star, Akson, Max Film, ATM²⁸.

Brak dobrze rozwiniętego i prężnego rynku producentów w późnych latach 90., sprawił, że producenci i praktycy branżowi zerkali na zagraniczne, bardziej rozwinięte i dojrzałe rynki telewizyjne jako wsparcie w poszukiwaniu nie tylko poczucia bezpieczeństwa, ale też jak za chwilę pokażę, inspiracji w kreacji i produkcji seriali.

²⁸ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

Brak dobrze rozwiniętego i prężnego rynku producentów w późnych latach 90., sprawił, że producenci i praktycy branżowi zerkali na zagraniczne, bardziej rozwinięte i dojrzałe rynki telewizyjne jako wsparcie w poszukiwaniu nie tylko poczucia bezpieczeństwa, ale też jak za chwilę pokażę, inspiracji w kreacji i produkcji seriali. Bogdan Czaja w następujący sposób opisywał swoje sposoby na obserwowanie zagranicznych rynków TV:

Mamy swoje źródła do monitorowania zagranicznych rynków. Pomijając nasze kontakty zdobyte przez wiele lat pracy w branży, mamy też dostęp do serwisów, które pozwalają nam monitorować co dzieje się poza granicami Polski. Nie dostarczają one tak precyzyjnych informacji jak te, które posiadamy na temat polskiego rynku, ale zbierają przydatne informacje ze świata i piszą o tym, co się sprawdziło na innych rynkach. Korzystamy obecnie z trzech firm. Mediametrie, to jest taka francuska firma, która współpracuje z lokalnymi firmami badającymi rynek w różnych krajach. Przygotowują oni raporty w języku angielskim w oparciu o informacje, które dostają od lokalnych firm badających oglądalność. Drugą firmą jest The WIT, a trzecią jest TAPE Reports – oni głównie badają rynek angielski i amerykański. Ale robią to dosyć precyzyjnie. Mając te trzy raporty, prenumerując je, przeglądając na bieżąco, mamy wystarczająco dobry przegląd tego, co się dzieje na rynku międzynarodowym. Mamy też mocną pozycję jako nadawcy na dość dobrze postrzeganym polskim rynku to też wszystkie ciekawsze rzeczy ze świata do nas spływają po prostu w formie propozycji. Dystrybutorzy przesyłają nam różne propozycje, dzwonią, pokazują nowości na targach. Mamy również kilka osób w firmie, które zajmują się kontaktami ze światem. Mamy jedną specjalistkę odpowiedzialną za formaty, która się spotyka z dystrybutorami sprzedającymi formaty. Generalnie jako struktura, jako TVN, mamy wystarczające kontakty ze światem, żeby być ze wszystkim na bieżąco. W pewnym momencie my zmieniliśmy podejście do tego, co dla nas jest punktem odniesienia czyli jakie rynki. Ja pamiętam, a pracuję już w TVN długo, 13 lat, to na początku punktem odniesienia dla nas były te rynki, powiedziałbym obyczajowo i kulturowo nam bliższe, w sensie obyczajowości katolickiej, czyli Hiszpania, Włochy. Rynki bardziej konserwatywne niż rynki niemieckie, skandynawskie, holenderskie. I wtedy patrzyliśmy na to, co się dzieje właśnie we Włoszech czy Hiszpanii. I pamiętam takie dyskusje, *Big Brother* w Holandii, no fajnie, ale byliśmy raczej sceptyczni. Jednak holenderskie społeczeństwo a polskie to coś zupełnie innego. Potem to się zmieniło i okazało się, że dobrym punktem odniesienia jest niemiecki rynek. Dużo rzeczy, które tam zostały wymyślone albo zaadaptowane i się przyjęły, fajnie sprawdzają się też u nas. Jeśli chodzi o Europę, to te rynki, które pod kątem kreacji wysuwają się na przód to jest rynek angielski, holenderski, szwedzki. Teraz obserwujemy głównie rynek amerykański. Jeśli chodzi o rynki pozaeuropejskie, to je raczej mało obserwujemy. W tych raportach The Wit jest przegląd rynków latyno-amerykańskich, które obserwowaliśmy kilka lat temu, kiedy byliśmy zainteresowani

telenowelami. Ale teraz raczej się już odwróciliśmy od tego. To jednak w Stanach jest najlepsze źródło kreacji, najlepsza kopalnia pomysłów²⁹.

Analogiczne podejście wyłania się z kultury pracy producentki Izabeli Łopuch:

Ogląda się wszystko co robią Amerykanie. Natomiast my przez lata istnienia na tym rynku mamy już nawiązane kontakty ze znakomitą większością producentów i firm sprzedających seriale. My jesteśmy w nieustającym kontakcie z przedstawicielami dużych firm w stylu Warner, Sony. Te duże firmy mają swoje biura w Europie. Spotykamy się raz lub dwa razy do roku na MIP w Cannes, ale też jesteśmy w stałym kontakcie telefonicznym, emailowym. Jeśli oni mają coś nowego w swoim katalogu to zawsze o tym informują, przesyłają płyty lub zapraszają do specjalnych stron internetowych, do których dostajemy dostęp i możemy sobie pooglądać wszystko to, co mają nowego. To jest już taka sieć kontaktów, które budowaliśmy sobie przez lata. Ale także monitorujemy te rynki mniej oczywiste. Stany i Wielka Brytania są łatwe do monitorowania, są tam firmy działające od lat, struktury ułatwiające przepływ informacji i kontakt. Ale takie rynki jak Izrael, Holandia, Kanada, to już od tego są specjalni ludzie, którzy te terytoria znają, często tam mieszkają, znają specyfikę rynku. To są często małe firmy, które tam działają i my z nimi współpracujemy. Ale też jak ja jadę za granicę to zawsze oglądam kanały lokalnej telewizji, czy jak lecimy samolotem to zawsze oglądamy te rzeczy, które nie są popularne, znane i uniwersalne, tylko właśnie a nóż, może coś znajdziemy fajnego w lokalnej ofercie. Takie rynki mniej oczywiste są trochę trudniejsze do zmonitorowania³⁰.

Powyższe relacje ukazują, jak istotną rolę dla ekspertów z branży telewizyjnej są kontakty międzynarodowe i obserwacja tego co dzieje się poza granicami kraju, na rynkach, które uchodzą za bardziej rozwinięte pod kątem kreacji telewizyjnych i umiejętności produkcyjnych. Z czasem na polski rynek wkroczyły również międzynarodowe firmy producenckie zakładając własne lokalne filie. Między 1998 i 2002 funkcjonował w Polsce lokalny dział Pearson Media, potem przekształcony w FremantleMedia Polska. W 1997 roku do Polski wkroczył Endemol, w 2005 roku Zodiak Television, potem znany pod nazwą Mastiff Media Polska, finalnie przekształcony w Golden Media Polska. Od 2006 działa w Polsce niemiecki Constantin Entertainment. To bardzo ułatwiło międzynarodowy przepływ telewizyjnego know-how.

²⁹ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

³⁰ Izabela Łopuch, obecnie Head of Original Production HBO Polska, w momencie przeprowadzania wywiadu była producentką w stacji TVN, wywiad osobisty, styczeń 2012.

Przytoczone wyżej wypowiedzi opisujące kulturę pracy w telewizji pokazują jasno, że integralną częścią praktyk zawodowych ludzi pracujących w branży telewizyjnej jest stałe monitorowanie rynków zagranicznych i po prostu oglądanie dużej ilości programów telewizyjnych. Takie stwierdzenie nie jest być może odkrywczym samo w sobie, ale staje się przyczynkiem do postawienia następującego pytania: jaki ma to wpływ na to, co było produkowane w Polsce czyli finalnie to, co mogliśmy oglądać w polskiej telewizji jako widzowie? To z kolei staje się przyczynkiem do wnikliwej obserwacji efektów takich praktyk pracowników branży telewizyjnej.

(...) integralną częścią praktyk zawodowych ludzi pracujących w branży telewizyjnej jest stałe monitorowanie rynków zagranicznych i po prostu oglądanie dużej ilości programów telewizyjnych.

5. ADAPTACJA FORMATÓW FABULARNYCH JAKO DOSKONALENIE WARSZTATU PRACY KREATYWNEJ

Pierwszym ewidentnym wpływem jaki miała obserwacja zagranicznych rynków telewizyjnych na lokalną produkcję w Polsce było rozpoczęcie adaptacji formatów. Polskie stacje ogólnodostępne zwróciły się w stronę międzynarodowych formatów, ponieważ dawały one rozwijającym się nadawcom poczucie bezpieczeństwa. Bogdan Czaja tak wspominał kulisy decyzji o adaptacji zagranicznych formatów:

Wprowadzenie czegoś kompletnie nowego wiąże się ze znacznym ryzykiem. Myślę, że my nigdy nie odważylibyśmy się zrobić sami programu reality o tańcu. BBC, które ma imperatyw robienia nowych rzeczy stworzył taki program i okazał się on mega sukcesem na całym świecie. Łatwiej jest się zdecydować na program, który zrobiono przykładowo w Anglii. Można zobaczyć jak fajnie im to poszło i pomyśleć, dlaczego by nie zrobić tego u nas. Jednak jakby ktoś przyszedł do nas z takim pomysłem, zanim ten format stał się sukcesem, to byśmy chyba tego nie wzięli. Jest kilka rynków,

które są bardzo kreatywne i podejrzewam, że tam konkurencja nadawców wymusza podejmowanie ryzykownych decyzji programowych. My jesteśmy rynkiem peryferyjnym na skale światową, mimo iż polski rynek jest postrzegany jako duży, rosnący i obiecujący. W Holandii czy Wielkiej Brytanii jest tak, że pojawia się fajny pomysł od niezależnego producenta i nadawca musi szybko podejmować decyzję, bo inaczej weźmie go konkurencja. My mamy ten komfort, że nie jesteśmy nadawcą o profilu cutting-edge, więc możemy patrzeć co się sprawdziło w Stanach, w Anglii, Holandii, w Szwecji i w Niemczech. Możemy sobie pozwolić na to, aby obserwować międzynarodowe trendy, a niekoniecznie podejmować ryzyko kreacji czegoś zupełnie nowego. Łatwiej jest podjąć decyzję jak można zobaczyć wyniki i zobaczyć jak to wyszło, jak ludzie reagują. Kupując format, kupuje się poczucie bezpieczeństwa. To są sprawdzone scenariusze, zrobione już na innych rynkach, przyniosły mierzalne efekty. Może u nas też się sprawdzą³¹.

Jedną z pierwszych adaptacji w Polsce był teleturniej *Koło Fortuny* (TVP2, 1992–1998) czyli lokalna wersja *Wheel of Fortune* (NBC, 1975–1989; CBS 1989–1991). Od tamtego czasu polscy nadawcy naziemni w dużym stopniu polegali na formatach międzynarodowych w dziedzinie reality i talent show. Co więcej, po roku 2005 rozszerzyli użycie formatów międzynarodowych na gatunki fabularne. Format telewizyjny, podobnie jak w wielu innych branżach kreatywnych, jest sposobem na zmniejszenie ryzyka i daje szansę na dobre wyniki oglądalności, niosąc ze sobą obietnicę sukcesu wspartą udanymi adaptacjami w innych lokalizacjach. Jednak bardziej szczegółowa analiza praktyk produkcyjnych w obrębie formatów fabularnych pokazuje, że decyzje, które konkretnie formaty adaptować, były wynikiem innych przesłanek niż jedynie większe poczucie bezpieczeństwa lub gwarancja sukcesu. Wybór konkretnego formatu często był podyktowany trudnością z jaką zmagali się praktycy telewizyjni w produkcji pewnych konkretnych gatunków seriali. Formaty stały się zatem rozwiązaniem na konkretne problemy z jakimi zmagali się nadawcy w tamtym okresie.

Relacja Izabeli Łopuch, opisująca jej doświadczenia z pracy przy produkcji różnych gatunków seriali pokazuje jak decyzje o zakupie konkretnych formatów podyktowane były trudnościami w znalezieniu zadowalających scenariuszy:

Jeśli chodzi o formaty fabularne, to zawsze jest jeden powód do tego, aby je kupować: jest to sytuacja, gdy nie ma scenariuszy na rynku lokalnym, którymi stacja byłaby

³¹ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

zainteresowana. To nie jest tak, że mówimy sobie ok, w tym roku musimy wpuścić na antenę cztery rzeczy, bo tyle mamy pasm do zapełnienia. To weźmy jeden format, a resztę napiszemy sami. To nie tak działa. To jest zawsze wypadkowa kilku czynników: gdzie jesteśmy z naszymi własnymi scenariuszami, czy coś ciekawego pojawiło się na zagranicznym rynku co przeczuwamy, że jeśli pojawiłoby się w Polsce w wersji lokalnej to odniosłoby sukces. Z reguły jednak się szuka konkretnego gatunku do zaadaptowania. TVN bardzo rzadko adaptuje 45 minutowe seriale. To się zdarzyło tylko dwa razy: w przypadku *Usta Usta* czyli angielskiego *Cold Feet* i *Klubu Szalonych Dziewic*. To oznacza, że na polskim rynku jesteśmy w stanie wygenerować kreację naszą i przede wszystkim scenarzystów, z którymi współpracujemy, historie w tym formacie 45 odcinków. Jeśli chodzi o sitcomy w Polsce, za wyjątkiem *Kiepskich* i *Daleko od Noszy* żaden sitcom nie był napisany w tym kraju. Wszystkie sitcomy, z którymi mieliśmy do czynienia na wszystkich stacjach przez długie, długie lata to są adaptacje. Dlaczego? W Polsce nie ma, i mówię to po kilku latach zajmowania się tym dosyć wnikliwie od strony scenariuszowej, nie ma tradycji ani umiejętności pisania sitcomowego. Amerykanie są w tym absolutnymi mistrzami świata i dlatego z reguły są to amerykańskie rzeczy, które adaptujemy. Więc to zawsze jest tak, że szukamy czegoś konkretnego. Na przykład wiemy, że mamy jeszcze dwa sezony *Niani*, coś trzeba będzie włożyć w to pasmo, bo zbudowaliśmy pasmo sitcomowe, czyli wiemy, że szukamy sitcomu. Z reguły to jest tak właśnie, że szukamy sitcomu³².

Sitcomy zostały po raz pierwszy wprowadzone do polskiego środowiska medialnego w latach 90., kiedy polscy nadawcy zaczęli mocno polegać na tego rodzaju programach w swoich ramówkach, importując takie tytuły jak *Karolina w Mieście* (*Caroline in the City*, NBC, 1995–1999), *Świat Według Bundych* (*Married with Children*, Fox, 1987–1997), *Skrzydła* (*Wings*, NBC, 1990–1997), *Niania* (*The Nanny*, CBS, 1993–1999), *Wszyscy Kochają Raymonda* (*Everybody Loves Raymond*, CBS, 1996–2005), *Bajer z Bel-Air* (*The Fresh Prince of Bel-Air*, NBC, 1990–1996) i inne. Zależność od amerykańskich sitcomów skończyła się pod koniec lat 90., kiedy to wszyscy ogólnopolscy nadawcy zaczęli stopniowo rezygnować z importu amerykańskich seriali. Niemal natychmiast amerykańskie sitcomy zaczęły być zastępowane przez te pochodzenia krajowego. Jednak polscy nadawcy słabo radzili sobie z produkcją tego gatunku seriali fabularnych, dlatego adaptacja sitcomów stała się rozwiązaniem długoterminowym, aby wypełnić lukę programową, której nadawca nie był w stanie wypełnić poprzez pozyskiwanie oryginalnych kreacji w oparciu

³² Izabela Łopuch, obecnie Head of Original Production HBO Polska, w momencie przeprowadzania wywiadu była producentką w stacji TVN, wywiad osobisty, styczeń 2012.

o polskie scenariusze. W 2005 roku TVN wyprodukował *Nianię*, polską adaptację amerykańskiego formatu *The Nanny*. Rok później TVN adaptował format *Grace under Fire* (ABC, 1993–1998) jako *Hela w Opałach* (TVN, 2006–2007, 2010–2011), a w 2011 adaptował *Everybody Loves Raymond* jako *Wszyscy Kochają Romana* (TVN, 2011). Polsat również produkował lokalne wersje amerykańskich formatów sitcomowych, w tym *The Honeymooners* (CBS, 1955–1956) jako *Miodowe Lata* (1998–2003) oraz *Who's the Boss* (ABC, 1984–1992) jako *I Kto Tu Rządzi* (2007–2008). W tym przypadku polskie adaptacje formatów fabularnych zastąpiły programy importowane, kontynuując ich gatunkowy charakter i marginalizując zwłaszcza amerykańskie produkty w czasie największej oglądalności. Formaty okazały się zatem szczególnie ważne w przypadku gatunku sitcom, który był obcy polskiemu rynkowi audiowizualnemu, dlatego lokalny sektor produkcji miał problemy z jego kreacją.

Warto również zauważyć, że polskie wersje formatów międzynarodowych były często produkowane przez lokalne oddziały międzynarodowych firm produkcyjnych, które były jednocześnie właścicielami praw do formatów. Alternatywnie, lokalnych nadawców w procesie produkcji wspierali konsultanci, tak zwani *flying producers*. Bliska współpraca między właścicielami formatu a stacjami telewizyjnymi zlecającymi produkcję lokalnej wersji umożliwiała transfer specjalistycznej wiedzy produkcyjnej poprzez doradztwo lub koprodukcję. Właściciel formatu wspierał proces adaptacji, oferując swój *know-how* w zakresie efektywnej organizacji produkcji tym samym szkoląc lokalną społeczność branżową. W rezultacie, lokalne zespoły produkcyjne, w tym scenarzyści, mieli szansę szybko rozwinąć swoje umiejętności, korzystając z wypróbowanych na innych rynkach rozwiązań i sprawdzonych pomysłów. Taki transfer wiedzy okazał się szczególnie korzystny dla praktyków w okresie, gdy polski rynek produkcyjny dopiero się rozwijał. Potwierdza to wypowiedź Doroty Chamczyk, jednej z pierwszych producentek fabularnych zaangażowanych przez TVN, późniejszej współtwórczyni departamentu produkcji fabularnych i jego wicedyrektorki, do dzisiaj związanej ze stacją i produkcją fabularną:

Po kilkunastu latach pracy w Teatrze Telewizji zdecydowałam się w 2002 r. na pracę producenta w TVN przy konkretnym projekcie jakim był start serialu *Na Wspólnej*. Jednym z argumentów zachęcających mnie do przyjęcia tej propozycji była możliwość współpracy z firmą o międzynarodowym doświadczeniu w produkcji seriali. TVN był wówczas ostatnią stacją, która jeszcze nie ruszyła z codziennym serialem. Ten fakt z pewnością wpłynął na proces decyzyjny co do wyboru firmy, mającej ów

serial produkować. Obawiano się ryzyka z krajowymi producentami przy tak dużej i ważnej dla nadawcy produkcji. Doświadczenia wyniesione z produkcji rozrywkowych formatów wpłynęły na decyzję o wyborze zagranicznego formatu *Beetwen Friends* i zagranicznego koproducenta – Fremantle Media³³.

Z tej perspektywy wyjątkowo ciekawe zdaje się doświadczenie scenarzystki Agnieszki Kruk, która pracowała przy wspomnianym przez Chamczyk serialu *Na Wspólnej* (TVN, 2003–), będącym adaptacją międzynarodowego formatu *Between Friends*. Adaptacja tego formatu fabularnego, należącego do portfolio Fremantle Media, została wyprodukowana przez lokalne oddziały firmy w Niemczech jako *Unter Uns* (RTL, 1994–); na Węgrzech jako *Barátok közt* (RTL Klub, 1998–), we Włoszech jako *Un Posto al Sole* (Rai 3, 1996–); w Finlandii jako *Salatut Elämät* (MTV3, 1999–). Polska adaptacja podobnie jest produkowana przez polski oddział FremantleMedia. Kruk w swojej relacji dostarcza cennego wglądu w proces adaptacji z punktu widzenia lokalnego scenarzysty. Opowiada ona o tym, jak skorzystała z wiedzy oferowanej przez zagranicznych profesjonalistów i wyjaśnia, jakie aspekty transferu wiedzy uznała za szczególnie przydatne, ukazując przy tym pozytywny wpływ adaptacji formatu na jej rozwój zawodowy. *Na Wspólnej* był jej pierwszym doświadczeniem w zawodowym pisaniu scenariuszy fabularnych i opisuje je ona w następujący sposób:

Scott Taylor [*head writer*] chciał nas nauczyć, jak działa system pisania seriali codziennych. Nasz rynek scenopisarski dopiero się profesjonalizował, więc każda produkcja telewizyjna działała we własnym systemie. W Polsce mieliśmy seriale, które były prowadzone przez jednego scenarzystę. W tamtym czasie w naszym zespole było 10 scenarzystów oraz około 20 dialogistów, pracujących z domu. Więc to był ogromny zespół. Takiego sposobu pracy nie widziano wcześniej w Polsce. I to jest bardzo ważna rzecz, że mogliśmy nauczyć się systemu od kogoś, kto pochodził z tamtego doświadczonego świata, w którym w określony sposób realizowało się codzienne formaty. Mieliśmy szczęście, że poznaliśmy ten system, który jest fantastycznym sposobem pracy. Wymaga dużo planowania, dobrej organizacji i wspólnej pracy w grupie. Scott Taylor był jedynym, który stale współpracował ze scenarzystami jako główny scenarzysta, ale od czasu do czasu pojawiali się też konsultanci [z FremantleMedia w Londynie], tacy jak Josie Ward. Wpadali na kilka dni, ale to jednak Scott Taylor był naszym głównym przewodnikiem po pisaniu seriali codziennych. Nauczył nas technik, które są niezwykle przydatne dla pisarzy, technik otwierania

³³ Dorota Chamczyk, producentka w stacji TVN, styczeń 2012.

umysłu do pisania i tworzenia historii. Również w początkowym okresie, pojawiał się Wayne Henry [wówczas producent adaptacji formatu ze strony FremantleMedia]. Był wspaniałą osobą do współpracy, z imponującym doświadczeniem, pracował na przykład przy *Coronation Street* w Wielkiej Brytanii. Pamiętam, że kiedy go spotkałam, powiedział mi, że pracując przez rok przy *Coronation Street*, udało mu się podnieść ratingi serialu. Zapytałam go jak to zrobił i powiedział coś, co zapadło mi w pamięć na zawsze: dałem wolność kreatywną scenarzystom. Jeśli pisanie scenariusza zaczynasz od zera, ten wzrost oglądalności może być wolniejszy niż w przypadku adaptacji formatu. Jeśli masz solidną podstawę – a w przypadku adaptacji – masz bardzo solidną podstawę, ponieważ zwykle jest to format, który został dobrze przemyślany i wyprodukowany gdzie indziej, więc wiesz, jak wygląda, jak działa. Możesz zdecydować, co wykorzystać, z czego zrezygnować, a co poprawić. Przy *Na Wspólnej* nauczyliśmy się na tej solidnej podstawie, a gdy już wiedzieliśmy, jak działa gatunek, jak powinien być konstruowany codzienny serial, mogliśmy pisać własne wątki. Więc pozwolono nam być kreatywnymi, gdy dowiedzieliśmy się, jak działa system pisania codziennych seriali obyczajowych. Początkowo otrzymaliśmy biblię formatu – oryginalny tytuł brzmiał *Between Friends* – która była napisana w języku angielskim i byliśmy odpowiedzialni za przygotowanie polskiej adaptacji tej biblii na polski rynek, a następnie zaczęliśmy pisać odcinki. Najpierw dostosowano fabułę; początkowo trzymaliśmy się dość blisko oryginalnego formatu, oryginalnych postaci i wątków, ale dość wcześnie zaczęliśmy podążać własną drogą. Myślę, że od odcinka 50 zaczęliśmy pisać coraz więcej własnych wątków, a od odcinka 100 scenariusze były oparte na polskich oryginalnych wątkach, które zostały napisane po polsku. Zatem praca nad adaptacją formatu może być bardzo kreatywnym projektem. Niedoświadczonemu scenarzyście o wiele łatwiej jest najpierw pracować nad adaptacją, ponieważ uczysz się procesu, uczysz się, jak budowane są scenariusze oraz możesz poznać i zrozumieć mechanizm, który za tym stoi, a to pomaga w wykonywaniu rzemiosła. Więc dla mnie było to wspaniałe doświadczenie twórcze i edukacyjne. To, czego się wtedy nauczyłam, pomogło mi w dalszej karierze. Korzyścią dla scenarzystów adaptujących zagraniczny projekt jest to, że format jest już napisany, postacie są już stworzone i wiadomo, że te historie i te postacie już się sprawdziły. Pisanie oryginalnego formatu wiąże się z pewnym ryzykiem dla producenta i nadawcy: czy zadziała, czy nie? W przypadku zakupu formatu, który sprawdził się gdzie indziej, jest wysoce prawdopodobne, że sprawdzi się również tutaj, zwłaszcza jeśli zostanie odpowiednio zlokalizowany³⁴.

Praca scenarzystów w zespole head writer'a Scotta Taylora pozwoliła na dość szybkie nauczenie zespołu scenarzystów efektywnego trybu pracy koniecznego przy produkcji serialu codziennego. Już od odcinka 100 serial *Na Wspólnej*

³⁴ Agnieszka Kruk, scenarzystka telewizyjna, wywiad osobisty, marzec 2013.

powstaje w oparciu o oryginalne polskie scenariusze. Relacja Kruk stanowi zatem dowód na transfer wiedzy, który może mieć miejsce w procesie adaptacji, rozwijając warsztat lokalnego talentu. Z perspektywy producenta TVN, adaptacja formatu *Na Wspólnej* była trudniejszym wyzwaniem. Według Doroty Chamczyk:

Rzeczywistość okazała się dużo bardziej skomplikowana, a pokładane nadzieje zarówno w zagranicznym formacie, jak i zagranicznych fachowcach musiały ulec ostrej korekcie. Czym bowiem innym jest adaptacja *Koła Fortuny* czy nawet *Big Brothera*, a zupełnie czym innym adaptacja scenariuszy serialu, który nie tylko dialogami w języku polskim, ale swoją fabułą, bohaterami, swoim światem przedstawionym musi rezonować z polską widownią. Zagraniczny właściciel formatu faktycznie posiadał wiedzę o systemie pisania i organizacji pracy od planowania przez story, treatmenty, drabinki do dialogów. Head writer oraz flying producer formatu starali się ten system przekazać, ale to były jednak technikalnia. Niestety dysponując tekstami odcinków tegoż formatu nie potrafili wraz z, wówczas niedoświadczonym pisarsko, a głównie znającym dobrze język angielski, zespołem wyjść poza tłumaczenia dialogów i pisanie wątków nieprzystających do mentalności polskiego widza. Dlatego też ze strony TVN zapadła radykalna decyzja o rezygnacji z zagranicznych tekstów i pisaniu od 100 odcinka oryginalnych polskich scenariuszy, w których mogła odbić się i odnaleźć polska widownia. Ta decyzja uratowała serial. Rezygnacja z zagranicznych tekstów okazała się koniecznością, co oczywiście przy toczącej się produkcji i już stworzonych bohaterach było szalenie trudnym procesem. Gdyby nie determinacja TVN, aby *Na Wspólnej* zostało „lokomotywą prime time’u” i podejmowane właśnie z naszej strony decyzje produkcyjne i scenariuszowe, to konsultanci z Londynu nie przełamałiby kryzysu. Cały proces był trudną, ale dobrą, bo praktyczną szkołą dla wielu piszących i nauczył TVN bardzo dużo. Doświadczenia z tej adaptacji zdecydowanie wpłynęły na późniejsze wybory zagranicznych formatów do adaptacji oraz całego procesu ich produkcji, bardzo często już w ramach produkcji wewnętrznych. Przygoda z *Na Wspólnej* nauczyła mnie, że podstawą dobrej adaptacji każdego fabularnego formatu jest świetny zespół scenarzystów i dobry producencki nadzór. Dało to nam na przyszłość szereg wniosków, z których korzystaliśmy przy pisaniu oryginalnych weekly seriali takich jak *Kryminalni*, *Magda M.*, *Teraz albo Nigdy*, *Lekarze*³⁵.

Producentka serialu *Na Wspólnej* opisuje w swojej relacji bardzo ważny aspekt adaptacji, mianowicie ogrom pracy jaki musi być włożony w przystosowanie danego formatu do realiów danego rynku i widowni. Mimo, iż w tym przypadku lokalizacja formatu okazała się wymagać tak dużej ingerencji w scenariusze,

³⁵ Dorota Chamczyk, producentka w stacji TVN, styczeń 2012.

że ich adaptacja przestała mieć rację bytu, to jednak producentka nadal uważa to doświadczenie za cenne i rozwijające. Fakt, że zespół scenarzystów był w stanie udźwignąć stojące przed nimi wyzwanie pisania scenariuszy bez opierania się o format świadczy o pozytywnym wpływie procesu adaptacji na ich warsztat pracy. Bogdan Czaja potwierdza ten aspekt z perspektywy eksperta, widząc w adaptacji formatu sposób na rozwinięcie warsztatu scenarzystów:

Adaptacja to pewnego rodzaju wychowywanie ekipy. Ktoś kto nie miał wcześniej w ogóle do czynienia z pisaniem scenariuszy, nie od razu napisze scenariusz od zera. Może lepiej niech się nauczy fachu adaptując. Po pierwsze, my go sprawdzimy czy ta osoba potrafi pisać, czy ma jakieś fajne pomysły. Po drugie, on się też nauczy pewnych mechanizmów, struktur i tak dalej. Pisanie scenariuszy nie jest to wiedza tajemna, ale jednak jest to wiedza, którą należy zdobyć. Serial ma swoją strukturę, punkty zwrotne w odcinku. Są to warsztatowe rzeczy, których się trzeba nauczyć. I jeśli ktoś nie miał wcześniej do czynienia z serialem, i zaczął pisać adaptację, to zaczął się wdrażać i zaraz może napisze własny scenariusz. Trzeba oczywiście mieć jakiś talent do pisania, ale warsztat też trzeba wypracować³⁶.

Ten pozytywny wpływ pracy przy adaptacji formatu jako wykształcenie zespołu scenarzystów jest bardzo dobrze widoczny w przypadku przygody stacji TVN z gatunkiem telenoweli. Pod koniec lat 90., TVN importował telenowełe z Ameryki Południowej. Były to takie tytuły jak, między innymi, *Esmeralda* (Televisa, 1997), *Rosalinda* (Canal de las Estrellas, 1999), *Valeria* (*Ricos y famosos*, Canal 9, 1997–1998), *Porywy Serca* (*Por Tu Amor*, Canal de las Estrellas, 1999), *Virginia* (*La Intrusa*, Televisa, 2001), *Brzydula* (*Betty La Fea*, RCN TV, 1999–2001). Z czasem jednak stacja zrezygnowała z importu telenoweli, tak jak w przypadku sitcomów i zdecydowała się produkować telenowełe na rynku krajowym. Aby zminimalizować ryzyko związane z produkcją nowego gatunku, TVN zdecydował się na realizację formatów, które sprawdziły się na różnych rynkach zagranicznych. I tak TVN zlecił lokalne adaptacje *Betty*, *La Fea* w 2008 i 2009 jako *BrzydUla*, w 2010 zaadaptował *Sos mi Vida* (Canal 13, 2006–2007) jako *Prosto w Serce*, i wenezuelską *Juana La Virgen* (RCTV, 2002) w 2011 jako *Majka*. Po trzech adaptacjach tego gatunku, w 2012 roku TVN wyprodukował pierwszą oryginalną telenowelę pod tytułem *Julia* (TVN, 2012). Powstanie telenoweli w oparciu o oryginalną

³⁶ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

lokalną kreację można uznać za ukoronowanie pewnego wieloletniego procesu, podczas którego nadawca uczył się trybu produkcji tego konkretnego gatunku. Adaptując zagraniczne formaty, stworzono jednocześnie możliwość dla scenarzyistów, aby nauczyć się sztuki pisania charakterystycznego dla tego typu produkcji. Świadomość tego procesu transferu wiedzy jest widoczna nie tylko z perspektywy lokalnego scenarzysty, ale także w decyzyjnych strukturach stacji TVN oraz na poziomie producenckim. Izabela Łopuch docenia ten praktyczny aspekt adaptacji formatu:

Zawsze w momencie uruchamiania zupełnie nowej rzeczy, a dla TVN w tamtym czasie telenowela była nową rzeczą, warto się oprzeć o coś, co gdzieś już zostało sprawdzone. Pierwszą telenowelą, która my zrobiliśmy była *BrzydUla*, która – wiadomo, jest międzynarodowym hitem. Okazało się, że prawa do adaptacji są dostępne na polski rynek i byliśmy maksymalnie zainteresowani, żeby to zrobić. Myślę, że to nam dało dobrą szkołę, jak się takie rzeczy robi. Bo to jest jednak pewna specyfika, to nie jest tak, że autor, który pisze filmy fabularne siada i w trzy miesiące pisze telenowelę. To jest zupełnie inny sposób prowadzenia historii, kreowania bohaterów i prowadzenia dialogów również. I to jest pewien rodzaj sztuki. Na *BrzydUli* wychowały się dwa mocne zespoły scenarzystów, którzy teraz też telenowelami się zajmują. Każdy gatunek rządzi się swoimi prawami. Do pewnego czasu szukaliśmy formatów telenowel, teraz piszemy sami. Myślę, że wykształciliśmy przez te trzy lata ludzi, którzy mogą to zrobić od zera i nie musimy już podpatrywać, jak robią to inni³⁷.

Lokalna adaptacja zagranicznego formatu pomogła zatem TVN-owi wprowadzić nowe rodzaje seriali fabularnych do swojej oferty programowej krajowych produkcji. Proces lokalnej adaptacji, jak pokazują powyższe obserwacje praktyków, ma potencjał, aby wspierać lokalnych twórców i producentów w polepszaniu warsztatu pracy i tworzeniu kreacji dla telewizji, a co za tym idzie, generowaniu lokalnych seriali. Warto tutaj dodać, że ten aspekt opierania się na międzynarodowych formatach jest szczególnie istotny w obrębie produkcji konkretnych gatunków telewizyjnych, z których kreacją akurat dany rynek ma trudność. W przypadku polskich nadawców komercyjnych te walory formatowania były szczególnie istotne w pierwszych latach ich działania na polskim rynku.

³⁷ Izabela Łopuch, obecnie Head of Original Production HBO Polska, w momencie przeprowadzania wywiadu była producentką w stacji TVN, wywiad osobisty, styczeń 2012.

6. ODDOLNE PRAKTYKI SAMODOSKONALENIA

Proces licencjonowanego formatowania, w którym produkcja lokalnych wersji odbywa się z przestrzeganiem praw autorskich, nie jest jedynym sposobem w jaki producenci i scenarzyści mogą opierać się na zagranicznych programach w rozwijaniu swojego warsztatu i swoich kompetencji zawodowych, a co za tym idzie w produkcji lokalnych programów. Oprócz wielu legalnie adaptowanych formatów, praktycy z branży telewizyjnej mogą też inspirować się w generowaniu pomysłów na programy bez ujawniania ich źródła ani płacenia tantiem. Bogdan Czaja ujmuje to w ten sposób: „można podglądać co robią inni i pisać własne”³⁸. Podobnie widzi to producent Bogumił Lipski:

Amerykanie mają prawie 60 lat doświadczenia jeśli chodzi o telewizję. Jest ich więcej i tam się zjechali wszyscy najlepsi. Potrafią to robić i nie chcą się jakoś szczególnie tą wiedzą dzielić. Można wyciągać wnioski jedynie z tego co się widzi na ekranie, co się ogląda. Jeśli ma się możliwość zobaczenia tekstu lub zobaczenia tego w obrazku, to można dojść do pewnych wniosków³⁹.

Badacze telewizji już dawno uznali to zjawisko naśladowania, które obejmuje zapożyczanie pewnych elementów lub modyfikowanie innych tekstów kulturowych w celu zwiększenia produkcji lokalnej, za powszechne w branży medialnej. Albert Moran twierdzi, że kopiowanie i dzielenie się wiedzą dotyczącą produkcji programów było i jest obecne w branży audiowizualnej na ogromną skalę nieustająco przez ostatnie 80 lat⁴⁰. Michael Keane, Anthony Y.H. Fung i Albert Moran zgodnie twierdzą, że rzeczywistość dzisiejszego międzynarodowego środowiska medialnego opiera się na odwzorowywaniu i modyfikowaniu odnoszących sukcesy kreacji programowych przez lokalne stacje, które desperacko walczą o zaistnienie w środowisku wzmożonej konkurencji⁴¹. Jeremy Tunstall i David Machin argumentują, że w poszukiwaniu inspiracji producenci z przeróżnych krajów mają

³⁸ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

³⁹ Bogumił Lipski, producent i reżyser telewizyjny, w czasie przeprowadzania wywiadu pracował w stacji TVN, obecnie pracuje w HBO Polska, wywiad osobisty, marzec 2012.

⁴⁰ A. Moran, *Introduction: 'Descent and Modification'*, w: A. Moran (red.), *TV Formats Worldwide: Localising Global Programs*, Bristol 2009, s. 15.

⁴¹ M. Keane, A. Y. H. Fung i A. Moran, *New Television, Globalisation, and The East Asian Cultural Imagination*, Hong Kong 2007, s. 88.

tendencję do patrzenia w kierunku Stanów Zjednoczonych, gdzie mają możliwość wyboru z największej ilości kanałów i ogromnej ilości kreacji telewizyjnych⁴². To stwierdzenie oczywiście jest prawdziwe również w odniesieniu do rynku polskiego, o czym świadczą przytoczone wcześniej relacje polskich praktyków. Rynek amerykański nie jest, rzecz jasna, jedynym rynkiem, który znajduje się stale pod obserwacją, ale z pewnością jest on najłatwiejszym rynkiem do monitorowania ze względu na jego wielkość, wydolność produkcyjną jak i bardzo dobrze rozwinięte struktury handlowe. Co więcej, na lokalnych rynkach europejskich, nie tylko w Polsce, zerką się na to co robią Amerykanie, ponieważ wymiana programowa między krajami europejskimi, w obrębie seriali przynajmniej, była i jest niezmiernie słaba. W efekcie to, co można było oglądać w ramówkach stacji nadawczych w krajach europejskich, w perspektywie historycznej, to amerykańskie importy, które w ramach upływu czasu zastępowane są przez seriale produkcji lokalnej. Z tego powodu to właśnie szczególnie programy amerykańskie miały znaczący wpływ w branży audiowizualnej w Europie⁴³. Jeszcze jeden aspekt wydaje się przemawiać za amerykańskim rynkiem jako źródłem pomysłów i kreacji programowych, które mogą być przydatne praktykom w innych lokalizacjach. Bardzo trafnie ujmuje to Izabela Łopuch:

Ameryka to największy rynek i też najłatwiejszy do przepatrzenia. Oni też ze względu na liczbę odbiorców muszą pisać rzeczy uniwersalne. Mówimy tu o kanałach ogólnych takich jak NBC, który musi zdobyć wielomilionowego widza, więc musi pisać seriale dosyć uniwersalne. W związku z tym można to wyemitować lub zaadaptować w wielu innych krajach, w tym w Polsce⁴⁴.

Amerykańska telewizja zatem daje większą gwarancję odniesienia sukcesu w innych lokalizacjach. Z pewnością to jest jeden z powodów, dla których amerykańskie importy odniosły tak duży sukces na całym świecie, ale jak widać dotyczy

⁴² J. Tunstall and D. Machin, *The Anglo-American Media Connection*, Oxford 1999, s. 4.

⁴³ Więcej informacji na temat wpływu amerykańskich seriali na lokalne rynki europejskie można znaleźć w: I. Bondebjerg, *American Television. Point of Reference or European Nightmare?*, w: J. Bignell and A. Fickers (red.), *A European Television History*, Oxford 2008; J. Bourdon, *Imperialism, Self-Inflicted? On the Americanizations of Television in Europe*, w: W. Uricchio (red.), *We Europeans?: Media, Representations, Identities* 2009.

⁴⁴ Izabela Łopuch, obecnie Head of Original Production HBO Polska, w momencie przeprowadzania wywiadu była producentką w stacji TVN, wywiad osobisty, styczeń 2012.

się to również innych praktyk programowania, takich jak chociażby poszukiwanie wzorów godnych naśladowania.

Jest jeszcze jeden aspekt, dlaczego to właśnie amerykańskie programy stały się istotnym punktem odniesienia dla praktyk produkcyjnych w Polsce. W wyniku bezpośredniego powstania sektora komercyjnego pod koniec lat 90. konkurencja o widzów stała się kluczowa dla zabezpieczenia bytu nadawców komercyjnych i równie ważna dla nadawcy publicznego częściowo finansowanego z reklam. Wraz z dojrzewaniem sektora prywatnego w pierwszej dekadzie XXI wieku trzej główni nadawcy naziemni (publiczna TVP i jej dwaj komercyjni konkurenci – TVN i Polsat) zaczęli konkurować nie tylko ze sobą, ale w coraz większym stopniu także z nowo powstałymi tematycznymi kanałami kablowymi i satelitarnymi: AXN, FOX, Universal Channel i inne. Sektor telewizji kablowej i satelitarnej, w tym kanały tematyczne dedykowane serialom, głównie amerykańskim, stopniowo odwracały polską widownię od nadawców naziemnych. W 2007 r. łączny udział płatnych kanałów telewizyjnych stanowił 20% udziału w oglądalności osób dorosłych w wieku 16–49 lat i od tego czasu stale dynamicznie wzrastał: do 24% w 2008 r., 29% w 2009 r. i 32% w 2010 r. W 2010 r. na 38 mln Polaków, którzy mieli dostęp do usług telewizyjnych, 26,6 mln miało dostęp do oferty płatnej telewizji⁴⁵. W miarę jak polska branża telewizyjna pogrążała się w zaostrej konkurencji o ratingi, polscy nadawcy telewizji naziemnej walczyli o widza produktem pochodzenia krajowego. Musiał to jednak być program jakością dorównujący serialom amerykańskim, które były wcześniej importowane, a w późniejszym okresie emitowane przez sektor kablowy. Bogdan Czaja w następujący sposób wyjaśnia to zjawisko:

My chcemy trafić z naszym kontentem do konkretnej widowni. Jako TVN, mamy swoją grupę docelową i ona jest raczej trudno dostępna. To są ludzie z wielkich miast, raczej młodszy niż starsi. Zdefiniowana grupa docelowa TVN-u to jest 16–49 z miast powyżej 100 000 ludzi. My chcemy dotrzeć do takiej właśnie widowni, która nie przyjdzie na *M jak Miłość*. Jest to trudne zadanie. Jak my robimy serial, dla takiej właśnie widowni, to musimy się obronić w konkurencji z amerykańskimi serialami, takimi naprawdę fajnie robionymi. Bo dla tych ludzi punktem odniesienia nie jest *Klan*, bo dla nich *Klan* nie istnieje. Oni muszą mieć serial, który wytrzyma

⁴⁵ Ł. Szewczyk, *Polska: 26,6 mln widzów płatnej TV*, „Media2.pl” z 23.01.2011 r., <http://media2.pl/media/73956-Polska-26,6-mln-widzow-platnej-TV.html> (dostęp 14.01.2021 r.).

porównanie z *Przyjaciółmi* przykładowo albo z innymi tego typu serialami, *Rodziną Soprano* chociażby. Oni te seriale znają, uważają je za fajne. I oni mówią: „proszę bardzo, zróbcie mi polski serial, ja go bardzo chętnie obejrzę, ale musi to być lepsze, albo tak samo dobre jak te amerykańskie seriale, które znam.” *Gotowe na Wszystko* przykładowo. Rywalizowanie w tej konkurencji nie jest łatwą sprawą⁴⁶.

Zapożyczanie czy imitacja w kontekście relacji Bogdana Czaj to praktyki endemiczne dla polskiego rynku telewizyjnego, gdzie amerykańska telewizja stała się ważnym źródłem inspiracji dla lokalnych profesjonalistów telewizyjnych. Jednak nieformalne praktyki kopiowania wywodzą się raczej ze strukturalnych uwarunkowań polskiej telewizji i nie były jedynie indywidualnymi metodami pracy w odniesieniu do konkretnych praktyków tego środowiska. Wywiady z różnymi profesjonalistami telewizyjnymi, jak wykażę, stanowią podstawę do twierdzenia, że praktyki emulacji nie są odosobnionymi przypadkami, ale istotną częścią pracy w polskiej branży telewizyjnej. Chciałabym zatrzymać się przy tym temacie i zastanowić się jaki, tak naprawdę, był wpływ amerykańskich seriali na oryginalne polskie kreacje serialowe i jak polscy profesjonalści telewizyjni naśladowali ikoniczne cechy amerykańskiej telewizji.

Ien Ang twierdzi, że wpływ Ameryki na rynki telewizyjne niemal wszędzie widoczny jest jako upowszechnianie zestawu specjalistycznych praktyk, które w telewizji przybierają formę ciągłego przekształcania względnie stałych formatów i gatunków takich jak przykładowo program policyjny, sitcom, opera mydlana⁴⁷. Spostrzeżenie Ang pasuje do polskiego kontekstu, w którym gatunki amerykańskie miały duży wpływ na rodzaj rodzimego serialu jaki był produkowany w pierwszej dekadzie XXI. Komercyjni nadawcy, aby dotrzeć do wartościowej widowni i zniechęcić ich od szukania atrakcyjnej oferty serialowej na kanałach tematycznych lub w Internecie, zaczęli produkować seriale fabularne w stylu amerykańskim. Polscy nadawcy komercyjni potrzebowali skutecznej recepty na produkcje oryginalnych kreacji, aby zwiększyć szanse na komercyjny sukces lokalnych seriali. Amerykańskie seriale telewizyjne i ich gatunki uznano za doskonałe wzorce do produkcji konkurencyjnych seriali na rynku polskim, odgrywając w ten sposób ważną rolę rozwojową w budowie polskiego rynku telewizyjnego. Dobrym przykładem takiego wpływu telewizji amerykańskiej w obszarze

⁴⁶ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

⁴⁷ Ien Ang, *Living Room Wars*, London 1996, s. 154.

gatunku jest *Prawo Agaty* (TVN, 2012–2015) – pierwszy polski dramat prawniczy, którego premiera w TVN miała miejsce w marcu 2012 roku.⁴⁸ Bogumił Lipski, producent tej oryginalnej kreacji w następujący sposób opisuje genezę projektu:

Zrobiłem badania w terenie. Wnikliwie patrzyłem na *Na dobre i na złe*. To jest serial, który ewoluuje i zmienia się. Tak więc miała miejsce próba wyciągnięcia wniosków z tego co u nich działa. Ale też czerpałem wiedzę z innych źródeł. Miałem kilka seriali amerykańskich na tapecie. Akurat na *Ally McBeal* oparłem się w najmniejszym stopniu. Obejrzałem *The Good Wife*, *Harry's Law*, *Drop Dead Diva*, to leciało swojego czasu na kanale Polsat. Oglądałem pojedyncze odcinki *Orłów z Bostonu* plus klasyczne filmy amerykańskie, których akcja rozgrywała się właśnie na sali sądowej, przykładowo *Erin Brokovich*. Z nich wszystkich chciałem wyłapać to co jest istotne dla gatunku. Dla nas pewnego rodzaju odnośnikiem, odwołaniem się do wzorców i największym przykładem było *The Good Wife*. Natomiast nie znajdziemy bezpośrednich odniesień do tego programu w *Prawie Agaty*. Bo nasz pomysł wyszedł z czego innego. My korzystaliśmy z *The Good Wife*, tylko i wyłącznie w kwestii tego jak oni rozpisują sprawy prawne do odcinków. Ale nie jakiego rodzaju są to przypadki, bo nie znajdzie się takich samych. Dla mnie największą lekcją, jaką wyciągnąłem z oglądania *The Good Wife* i innych seriali prawniczych, było to, niby bagatelna rzecz, jak są rozgrywane sprawy sądowe. Nie kto co mówi, ale raczej jak to jest filmowane. Wciągnąłem w to reżysera i operatora i odbyliśmy wielogodzinne rozmowy na ten temat. Oglądając *The Good Wife* zauważyłem też, co jest ważne w tych sprawach sądowych. Czasami są to drobne gesty, które wykonują bohaterowie. Muszą być jasno zarysowywane relacje między bohaterami spraw sądowych, jasne konflikty. Więc to dbałość o te drobne szczegóły i dobre ich ukazanie przykuły moją uwagę. Paliwem takiego serialu jest obyczaj czyli to, co ma tego widza serialowego przyciągnąć co tydzień do telewizora, jest to więcej niż tylko rozwiązywanie konkretnej sprawy sądowej. Aspekt emocjonalny to jest ta historia, która przyciąga. Nie mam wiary w to, że same prawnicze historie w każdym odcinku byłyby wystarczające, aby przyciągnąć widza, zachęcić go, żeby wracał. Jak czymś zaczepimy, to widz pomyśli sobie, aha jak nie obejrzę kolejnego odcinka, to może coś stracę. Albo jak jest dobre zawieszenie w odcinku to jednak chce zobaczyć co jest dalej. To jest wielka sztuka połączyć te dwa światy w ramach jednego odcinka, aby jeden i drugi wątek był atrakcyjny i żeby jeden i drugi się napędzał. W każdym odcinku nowa historia jako paliwo i napęd, dający potencjał świeżości w każdym odcinku. Poczucie czegoś nowego, dodatkowej niespodzianki i nagrody dla widza poprzez opowiedzenie zamkniętej historii, którą od początku do końca będzie można prześledzić z punktem

⁴⁸ Już w roku 2005 pojawił się na rynku serial *Magda M.* (TVN, 2005–2007), którego tytułowa bohaterka była prawniczką. Serial ten klasyfikuję jednak jako serial obyczajowy z wątkami sądowymi, gdyż nie posiada on cech klasycznego serialu z gatunku dramatu prawniczego.

zwrotnym w jednym odcinku. Zastanawiałem się zatem jak pogodzić losy obyczajowe z historiami prawniczymi⁴⁹.

Relacja Bogumiła Lipskiego pokazuje, jak oglądanie amerykańskich programów może wspierać lokalnych producentów w poszerzeniu oferty gatunkowej seriali produkowanych lokalnie. Takie podejście nie jest odosobnionym przypadkiem. We wrześniu 2012, miała miejsce premiera serialu *Lekarze* (TVN, 2012–2014; 5 sezonów). TVN poszerzył tym samym swój repertuar programowy o kolejny nowy gatunek; w tym przypadku pierwszy polski dramat medyczny na podstawie oryginalnego scenariusza⁵⁰. Dorota Chamczyk – producentka serialu – przygotowała się do produkcji nowego gatunku w podobny sposób:

Mieliśmy pomysł kupienia *Grey's Anatomy*. Skończyło się jednak tak, że ani telewizji publicznej ani nam tego tytułu nie udało się kupić. To jest świetny serial i chciałybyśmy mieć scenarzystów, którzy potrafią tak pisać i mogliby napisać polskich *Chirurgów*. Przed przystąpieniem do pracy nad *Lekarzami* na pewno naoglądałam się wszystkich możliwych seriali medycznych. Oglądałam głównie amerykańskie jak *ER*, *Grey's Anatomy*, *Dr House*, *Private Practice*, *Siostra Jackie*. Oglądałam również brytyjskie, niemieckie czy francuskie seriale medyczne, z tym, że one same w sobie są odbiciem amerykańskich. W moim odczuciu polskiemu widzowi najbliższy jest serial *Grey's Anatomy* – taki serial, który pozwala zaprzyjaźnić się z bohaterami, lekarzami, stawiać na nich a nie na epizodyczną historię jednego pacjenta w odcinku, jak mamy do czynienia w *Na dobre i na złe*. Przyglądałam się i analizowałam jak są realizowane odcinki *Chirurgów*, jaki jest montaż, jakie są dekoracje, ile jest scen zewnętrznych plenerowych, a ile wewnętrznych studyjnych. Wszystkim, których zaprosiłam i którzy dołączali do mojego projektu, począwszy od scenarzystów, kazałam oglądać i analizować *Grey's Anatomy*. Co nie znaczy, że moim marzeniem było skopiować i zrobić polskich *Chirurgów*, ale przyznaję, że to oni byli moją inspiracją. Wiem także, że chciałam się absolutnie różnić i nie przypominać ani w strukturze odcinka, ani w estetyce *Na dobre i na złe*. Mam tu na myśli zarówno sposób filmowania, świecenia, scenografię i montaż. Moje poszukiwania co do formy i struktury były nakierowane na zagranicę, głównie na Amerykę, bo to ona dominuje w tym gatunku. Starałam się, aby wyżej wymienione seriale były dla mnie inspiracją, by mnie

⁴⁹ Bogumił Lipski, producent i reżyser telewizyjny, w czasie przeprowadzania wywiadu pracował w stacji TVN, obecnie pracuje w HBO Polska, wywiad osobisty, marzec 2012.

⁵⁰ Warto zaznaczyć, że nadawca publiczny TVP od 1999 roku emituje serial medyczny *Na Dobre i Na Złe*. Serial ten był początkowo produkowany jako adaptacja formatu, a dopiero później zaczął być produkowany w oparciu o oryginalne scenariusze. Dlatego *Na Dobre i Na Złe* nie traktuję jako oryginalnej kreacji serialu medycznego.

nauczyły jak skonstruowane są odcinki, jak zaczynają się poszczególne historie, kiedy kończą się wątki. Oglądając i analizując zagraniczne seriale, próbowałam nauczyć się tego co potem wykorzystałam, nadzorując prace scenariuszowe i całą produkcję *Lekarzy*⁵¹.

Te przykłady potwierdzają moją wcześniejszą tezę, że polska branża telewizyjna w pierwszej dekadzie XXI produkowała oryginalne kreacje fabularne, które swoje istnienie zawdzięczały wpływowi amerykańskich seriali. Oglądając amerykańską telewizję, polscy praktycy mieli szansę poszerzyć swoje zrozumienie jak funkcjonują pewne konkretne gatunki telewizyjne, które do tamtego czasu nie były produkowane w Polsce, a jedynie importowane z Ameryki. Stopniowo polscy producenci byli w stanie stworzyć oryginalne kreacje oparte na modelach z amerykańskiej kultury telewizyjnej. Polscy producenci stali się tym samym aktywnymi agentami w trwającym procesie wzmacniania istniejącego repertuaru polskich nadawców o nowe gatunki, wzorowane na amerykańskich tradycjach gatunkowych.

Wraz z rozszerzaniem repertuaru gatunkowego, podobne zjawisko miało miejsce w odniesieniu do struktur narracyjnych. Twórcy *Prawa Agaty* postanowili prowadzić narrację w sposób zbliżony do amerykańskiego modelu opowiadania historii charakterystycznego dla dramatu prawniczego, czyli takiego, który łączy zamkniętą w sobie epizodyczną strukturę różnych spraw sądowych z osobistymi wątkami rozciągającymi się na cały sezon. Podążanie za taką strukturą narracyjną oznaczało odejście od rodzimej tradycji pisania seriali z gatunku telenoweli. Robin Nelson nazywa taki sposób prowadzenia narracji starającej się zrównoważyć formułę epizodyczną z wrodzoną serialowością – *flexi-narrative*⁵². Ten tryb opowiadania historii nagradza oddanych widzów, wprowadzając większe łuki narracji, ale także pozwala sporadycznym lub nowym widzom cieszyć się samodzielnymi odcinkami⁵³. Polskie seriale telewizyjne, takie jak *Prawo Agaty* i *Lekarze*, mają zatem formalne atrybuty tego sposobu opowiadania historii współczesnej

⁵¹ Dorota Chamczyk, producentka w stacji TVN, styczeń 2012.

⁵² R. Nelson, *TV Drama in Transition. Forms, Values and Cultural Change*, Basingstoke 1997, s. 30–49. Michael Z. Newman z kolei nazywa ten rodzaj prowadzenia narracji “contemporary scripted prime-time serial” w: M. Z. Newman, *From Beats to Arcs: Toward A Poetics of Television Narrative*, “The Velvet Light Trap” 2006 nr 58, s. 16.

⁵³ J. Mittell, *Narrative Complexity in Contemporary American Television*, “The Velvet Light Trap” 2006 nr 58, s. 29.

telewizji amerykańskiej, w którym epizodyczne sprawy, odpowiednio, prawne i medyczne, są uzupełniane nadrzędnymi wątkami akumulacji postaci. Ale *Prawo Agaty* i *Lekarze* to nie są odosobnione przypadki. Bogdan Czaja dostrzega rosnące znaczenie takiej formy narracji na polskim rynku telewizyjnym:

Jest taka zasada, że w telewizjach ogólnodostępnych, może nieco inaczej to działa w HBO, nie za bardzo działają seriale, które wymagają uważnego śledzenia kontynuacji. Niestety, ludzie różne mają przyzwyczajenia. Oczywiście, jest jakaś zaangażowana grupa, która co tydzień przyjdzie i obejrzy, ale dużo ludzi ogląda na zasadzie „co tam dziś w TVN-ie”. Jak się wymaga od nich, aby śledzili odcinek po odcinku, a oni się zgubią gdzieś po drodze, to niestety słabo – wtedy tracimy widownię. Jak ktoś nie obejrzy dwóch odcinków i straci wątek, to już go nie odzyskamy. Lepiej jest mieć taki serial, który, nawet jak ma kontynuację, to generalnie można wskoczyć i wyskoczyć. To się lepiej sprawdza⁵⁴.

Relacje te sugerują, że w Polsce narodził się nowy paradygmat prowadzenia narracji w serialu telewizyjnym, w którym zatarła się granica między formą epizodyczną a seryjną kontynuacją. Nowe formy opowiadania historii pojawiły się, gdy polscy praktycy sięgnęli do sprawdzonych tradycji narracji z amerykańskiej telewizji. Choć lokalni praktycy i producenci zwracają się ku amerykańskim produktom kultury audiowizualnej, zawsze starannie przeprowadzają konieczne modyfikacje, aby ich programy rezonowały z polską publicznością, a tym samym miały większe szanse powodzenia. Dlatego też wpływ programów amerykańskich i ich gatunków na polską kreację serialową nie jest wyrażany poprzez naśladowanie konkretnych historii, postaci czy wątków – po prostu dlatego, że przeniesienie takich aspektów na grunt polski jest zwyczajnie niemożliwe. Najczęściej, poleganie na programach amerykańskich wyraża się w praktykach zapożyczania i przetwarzania konkretnych aspektów produkcyjnych na potrzeby lokalnego kontekstu, jak widzieliśmy w przypadku amerykańskich tradycji gatunkowych. Nigdy natomiast nie ma to formy naśladowania jeden-do-jednego.

Kontakt z amerykańskimi produkcjami nie tylko wpłynął na język strukturalny polskiej kultury telewizyjnej, a mianowicie na standardy gatunkowe i narracyjne, ale także podniósł świadomość znaczenia estetyki wizualnej w produkcji telewizyjnej. W podobnym duchu do wcześniejszych uwag Bogdana Czai, Dorota

⁵⁴ Bogdan Czaja, zastępca dyrektora programowego TVN, wywiad osobisty, grudzień 2011.

Chamczyk zwraca uwagę, że amerykański produkt wygenerował pewne konkretne oczekiwania widzów co do jakości wizualnej dramatu telewizyjnego:

Amerykańskie programy, które wszyscy oglądaliśmy, dały nam nadzieję na więcej. Jakość kinowa produkcji amerykańskich, zwłaszcza kablowych, jest bardzo wysoka. Polski widz nie chce już oglądać tańszych, siermiężnych wyglądających programów, ale oczekuje lepszej jakości wrażeń wizualnych, kojarzonych z produkcjami amerykańskimi właśnie⁵⁵.

Amerykański produkt, który zdominował polskie ramówki w latach 90., przyzwyczaił polskich widzów do programów telewizyjnych o pewnym walorze estetycznym. W efekcie czego, oceny stylu i jakości zarówno wśród polskich widzów, jak i profesjonalistów telewizyjnych w coraz większym stopniu kształtowane były przez porównania z amerykańskim produktem, który – jak przekonuje John Thornton Caldwell – kładzie nacisk na wysokie walory produkcyjne i kultywowanie stylu⁵⁶. Relacje Lipskiego i Chamczyk pozwalają wierzyć, że polski serial był coraz częściej postrzegany jako starannie zaplanowany produkt, powstający z rosnącym naciskiem na dbałość o szczegóły. Bogata semiotycznie scenografia i wyeksponowanie poszczególnych elementów tego, co widać na małym ekranie, a także sposób ich organizacji, stały się wyznacznikami jakości. Takie rozumienie jakości wizualnej jest wynikiem wpływu programów amerykańskich, których estetyka stała się nowym standardem w produkcji seriali telewizyjnych. Wizualny aspekt produkcji telewizyjnej i jakość tego, co widać na małym ekranie, zależy nie tylko od spójności, dbałości o szczegóły i mise-en-scène. Kwestie estetyki i stylu są nieuchronnie związane z technologią. Aby zapewnić wysoką wartość produkcyjną dla telewizji i produkować obrazy o organicznym wyglądzie i klimacie filmowym, TVN przy produkcji *Lekarzy* przestawił się z kamer HD Betacam na najnowocześniejszą na tamten czas kamerę Arri Alexa, która była już wtedy standardem w amerykańskim przemyśle telewizyjnym. Na kamerach Alexa pracowali twórcy takich amerykańskich seriali jak *Czysta Krew* (*True Blood*, HBO, 2008–2014), *Dziewczyny* (*Girls*, HBO, 2012–2017), *Gra o Tron* (*Game of Thrones*, HBO, 2011–2019); *Dr House* (*House*, Fox, 2004–2012), *Kości* (*Bones*, Fox, 2005–2017);

⁵⁵ Dorota Chamczyk, producentka w stacji TVN, styczeń 2012.

⁵⁶ J. T. Caldwell, *Televisuality: Style, Crisis, and Authority In American Television*, New Brunswick 1995.

Castle (ABC, 2009–2016), *Homeland* (Showtime, 2011–2020)⁵⁷. TVN zdecydował się pracować na sprzęcie, który był standardem w amerykańskim przemyśle, aby dorównać jakością obrazu amerykańskim produkcji telewizyjnym wysokiego kalibru. Chamczyk w następujący sposób wspomina przejście na nową kamerę Arri Alexa, które miało na celu poprawę jakości wizualnej jej produkcji:

Jestem szalenie wdzięczna za odwagę Prezesa Waltera w podjęciu tak ważnej decyzji. To dzięki niemu w tej chwili pracujemy na kamerach filmowych Arri Alexa. Na nich właśnie powstają seriale amerykańskie. Nie pracujemy już na HD Betacam. Zrobiliśmy dodatkowy krok do przodu. Wiedzieliśmy, że będziemy produkować serial, którego bardzo duża część będzie realizowana w dekoracjach studyjnych. Zdjęcia nawet najlepiej zbudowanej dekoracji na hali zależne są i od elektroniki, i od światła, czyli od talentu operatorów. Zależnie od sprzętu może być tak, że widzimy tę sztuczną „butaforkę” w dekoracjach albo jej nie widzimy. Chcieliśmy sobie pomóc. Wiedziałam z założenia, że będziemy łączyć obiekt, który jest naturalny, ze scenografią na hali. Nie chciałam, żeby ktoś o tym wiedział; aby to rzucało się w oczy. Chcieliśmy stworzyć maksymalne wrażenie wiarygodności naszego szpitala. Mamy tam sale operacyjne, SOR, różne oddziały, hol, po prostu cały szpital. Na pewno jakość odbioru związana jest mocno z tak zwaną formą, czyli kompozycją elementów plastycznych w scenografii, kostiumach, charakteryzacji, ale też sposobem świecenia czyli realizacją zdjęć. Dla jakości odbioru ważny jest zatem ów aspekt techniczno-technologiczny – jakość kamer⁵⁸.

Z powyższego opisu wynika, że amerykańskie seriale wpłynęły na rodzimą produkcję w odniesieniu do estetyki wizualnej na wielu płaszczyznach: od nacisku na ambitne mise-en-scène i spójność kompozycyjną po techniczne ulepszenia. Pracując na sprzęcie, który był standardem w amerykańskiej telewizji, TVN zrobił kolejny krok w kierunku odwzorowania wizualnej estetyki amerykańskich programów. Produkcja TVN *Lekarze* była pierwszą polską produkcją kręconą z wykorzystaniem Alexy.

7. WNIOSKI

Zjawiska przedstawione w artykule oparto na wywiadach z pracownikami branży telewizyjnej przeprowadzonych między 2011 a 2013, co pozwala lepiej zrozumieć

⁵⁷ *Credits*, „Arri”, <https://www.arri.com/en> (dostęp 14.01.2021 r.).

⁵⁸ Dorota Chamczyk, producentka w stacji TVN, styczeń 2012.

funkcjonowanie produkcji telewizyjnej rodzimego rynku. Opisane przypadki są jedynie wycinkiem realiów pracy w telewizji, jednak przedstawione procesy są wystarczające, aby wyciągnąć pewne uogólnione wnioski dotyczące rozwoju produkcji seriali fabularnych w Polsce w omawianym okresie. Nasza lokalna kultura telewizyjna rozwinęła się bardzo dynamicznie między innymi dzięki asymilacji zagranicznych wzorców takich jak amerykańskie gatunki czy formuły narracyjne. Podobnie, wycucie estetyczne lokalnych produkcji, ich styl wizualny kształtowały się w oparciu o konkretne programy twórczo adaptowane z zagranicy. W efekcie, niektóre polskie serie mają styl i formę kojarzoną wcześniej wyłącznie z importowanymi produkcjami amerykańskimi. Co należy podkreślić, praktyka sięgania do zagranicznych wzorców doprowadziła do powstania seriali, które odniosły znaczący sukces komercyjny u ich nadawców. Zarówno *Lekarze*, jak i *Prawo Agaty* zdołały przyciągnąć duże rzesze widzów, a także reklamodawców. Każdy odcinek pierwszego sezonu serialu medycznego TVN, emitowanego od 3 września do 26 listopada 2012 r., przyciągał średnio ponad 3 miliony widzów, co dało TVN-owi 23,10% udziału w widowni o 21.30 wśród grupy demograficznej 4+ i, co ważniejsze, prawie 24% udziału w grupie demograficznej 16–49. Tak wysokie notowania uplasowały TVN w roli najpopularniejszego kanału w poniedziałkowym ślocie w godzinach największej oglądalności. Serial *Lekarze* poprawił również oglądalność stacji w swoim ślocie w porównaniu z analogicznym okresem w 2011. Dodatkowo, serialowi udało się przyciągnąć reklamodawców, zarabiając dla stacji 29,3 mln⁵⁹. Podobnie każdy odcinek pierwszego sezonu *Prawa Agaty*, emitowanego od 4 marca 2012 r. do 3 czerwca 2012 r. w niedzielne wieczory o godzinie 21:00, przyniósł TVN-owi drugie miejsce w omawianym ślocie⁶⁰. Drugi sezon zapewnił nadawcy aż 26 mln zł wpływów z reklam⁶¹. Można zatem zaryzykować twierdzenie, że to właśnie praktyki produkcyjne opisane w niniejszym artykule

⁵⁹ M. Kurdupski, *Lekarze hitem telewizji TVN, 29 mln zł z reklam*, „Wirtualne Media” z 28.11.2012 r., <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/lekarze-hitem-telewizji-tvn-29-mln-zl-z-reklam> (dostęp 14.01.2021 r.).

⁶⁰ M. Kurdupski, *3 mln widzów „Prawa Agaty”, jesienią druga seria*, „Wirtualne Media” z 05.06.2012 r., <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/3-mln-widzow-prawa-agaty-jesienia-druga-seria> (dostęp 14.01.2021 r.).

⁶¹ M. Kurdupski, *„Prawo Agaty” straciło widzów. 26 mln zł z reklam*, „Wirtualne Media” z 29.11.2012 r., <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/prawo-agaty-stracilo-widzow-26-mln-zl-z-reklam> (dostęp 14.01.2021 r.).

przyczyniły się do sukcesu poszczególnych produkcji, tym samym wspierając lokalnych twórców i nadawców w ich drodze do sukcesu.

(...) nie tylko same seriale uległy zmianie w wyniku zaprezentowanych praktyk branżowych, ale tak samo omówiony transfer międzynarodowego know-how przyczynił się do rozwoju warsztatu praktyków telewizyjnych.

Obserwacje poczynione w niniejszym artykule pokazują również, że nie tylko same seriale uległy zmianie w wyniku zaprezentowanych praktyk branżowych, ale tak samo omówiony transfer międzynarodowego *know-how* przyczynił się do rozwoju warsztatu praktyków telewizyjnych. Jeśli przyjrzymy się jak w kolejnych latach rozwinęła się kariera osób, których autorefleksyjną narrację przytoczono w artykule, jasnym staje się, że ich metody rozwijania swojego warsztatu okazały się z perspektywy czasu niezwykle skuteczne. Od czasu zaangażowania w *Na Wspólnej*, jej pierwszym projekcie scenariuszowym, Agnieszka Kruk pracowała przy kilku oryginalnych polskich serialach telewizyjnych. Kruk jest obecnie aktywną działaczką na rzecz wzrostu statusu scenarzystów w branży kreatywnej. Stworzyła i przez sześć edycji organizowała największy w kontynentalnej Europie festiwal dla scenarzystów, Script Fiesta. Angażuje się między innymi w kształcenie scenarzystów i konsultantów scenariuszowych. Jako wykładowczyni prowadziła zajęcia w Warszawskiej Szkole Filmowej, PWSFTViT w Łodzi, Uniwersytecie Gdańskim, Collegium Civitas i Baltic Film, Media and Arts School w Tallinie. Stworzyła StoryLab.Pro, gdzie jest dyrektorką programową i prowadzi kursy przygotowujące do zawodu. Od roku 2016 jest w puli ekspertów programu Creative Europe MEDIA. Bogumił Lipski oraz Izabela Łopuch przeszli ze stacji TVN do sektora premium, a dokładnie do kanału HBO i wspólnie pracowali przy produkcji serialowego hitu *Wataha*. Łopuch była również producentką serialu *Pakt*, a od października 2012 roku zajmuje stanowisko Head of Original Production w HBO Polska. Bogumił Lipski z kolei pracuje obecnie nad kolejnym

oryginalnym polskim serialem HBO – *Odwilż*. Dorota Chamczyk, nazywana przez media „królową polskich seriali”⁶², może poszczycić się jako producentka nie tylko wcześniej wymienionymi tytułami, ale licznymi sukcesami jej ostatnich hitów takich jak *Chyłka* (TVN, 2018–2021) oraz *Żywioty Saszy – Ogień* (TVN, 2021). *Chyłka* jako jedyny serial stacji ogólnopolskiej znalazł się wśród pięciu najpopularniejszych seriali roku 2019 w opinii widzów internetowych, jak donosi Badanie Video Track 5 przeprowadzone przez agencję Wavemaker opublikowane pod koniec października 2020. *Chyłka* uplasowała się zaraz za *Wiedźminem*, serialem *Gra o Tron*, *Wataha* i *Dom z Papieru*⁶³. Stacja TVN jest, według przytoczonego wyżej raportu, trzecim po HBO i Netflixie producentem seriali cieszącym się największym uznaniem widzów internetowych. W kolejnym roku *Chyłka* osiągnęła jeszcze lepszy wynik stając się najczęściej oglądanym serialem przez Polskich internautów. W zestawieniu za rok 2020 opublikowanym przez serwis JustWatch, *Chyłka* wyprzedziła nawet hit Netflixa *Gambit Królowej* (2020)⁶⁴. Zwracając uwagę na aktualną pozycję stacji TVN oraz śledząc losy zawodowe bohaterów wywiadów, możemy śmiało stwierdzić, że podjęte przez nich próby samodoskonalenia zawodowego w okresie najintensywniejszego rozwoju polskiego rynku telewizyjnego przypadającego na końcówkę lat 90. i pierwszą dekadę XXI wieku, nie tylko przyczyniły się do rozwoju rodzimej produkcji serialowej, ale też do zawodowego wzrostu każdego praktyka z osobna.

Materiały źródłowe, czyli wypowiedzi pracowników sektora kreatywnego, cytowane w tym artykule z pewnością dostarczają ciekawych i unikatowych informacji na temat branży telewizyjnej. Jednak nie powinny być one traktowane jedynie jako anegdoty branżowe. Chciałabym zatrzymać się na chwilę przy tym temacie i rozważyć wartość jaką posiada autorefleksyjny dyskurs praktyków branżowych dla badaczy studiów medioznawczych. Refleksje twórców kreacji dla telewizji na temat ich własnej pracy i kontekstu w jakim się znajdują dostarczają empirycznych

⁶² Dorota Chamczyk: *Królowa polskich seriali*, „Interia” z 26.02.2014 r., <https://film.interia.pl/telewizja/news-dorota-chamczyk-krolowa-polskich-seriali,nId,1817050> (dostęp 14.01.2021 r.).

⁶³ M. Kurdupski, *Wavemaker: 16 mln widzów internetowych ogląda seriale*, „Wirtualne Media” z 1.12.2020 r., <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/najpopularniejsze-seriale-wiedzmin-gra-o-tron-wataha-dom-z-papieru-chylka> (dostęp 14.01.2021 r.).

⁶⁴ J. Dąbrowska, *JustWatch: „Chyłka” i „Gambit Królowej” serialami 2020 roku. „Joker” filmem roku*, „Wirtualne Media” z 6.02.2021 r., <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/justwatch-chylka-i-gambit-krolowej-serialami-2020-roku-joker-filmem-roku> (dostęp 28.04.2021 r.).

materiałów umożliwiających wyjście poza klasyczne pojmowanie serialu jako skończonego tekstu, który poddawany jest analizie, ocenie, krytyce, porównaniom oraz rozmaitym strategiom interpretacyjnym. Rzecz jasna, tego typu badania kontentu telewizyjnego zasługują na swoje miejsce w studiach medioznawczych. Moim zamiarem jest jednak zaproponowanie innego podejścia do badania fabularnych produkcji dla telewizji, podejścia uzupełniającego dominujące dotychczas kierunki w studiach medioznawczych. Nowe podejście badawcze, które proponuję to spojrzenie na to, co dzieje się dużo wcześniej zanim zdjęcia do serialu się zakończą, zanim serial dotrze do widzów i użytkowników, być może nawet zanim ekipa wejdzie na plan. Obierając taki kierunek badawczy serial fabularny staje się już nie tylko zamkniętym tekstem audiowizualnym, ale jawi się jako proces twórczy, jako dyskursywna praktyka sektora kreatywnego, zależna od indywidualnego warsztatu praktyków z wielu dziedzin, ich umiejętności pracy zespołowej, ich kreatywności i wrażliwości, ale też instytucjonalnej kultury pracy i cech lokalnego rynku. Zarysowany przeze mnie i proponowany kierunek badań nad telewizją musi być rozwijany i uzupełniany przez kolejne, empirycznie osadzone analizy poszczególnych przypadków i wynikające z nich, odpowiednio zebrane, wnioski. Badania przedstawione w niniejszym artykule stanowią w mojej ocenie asumpt dla nowych perspektyw badawczych w obrębie studiów medioznawczych. Badania kultury produkcji telewizyjnej, dotychczas pomijane w rodzimych studiach medioznawczych, oferują lepszy, pełniejszy opis i zrozumienie działań sektora kreatywnego branży telewizyjnej. W tym właśnie widzę sens prowadzenia badań produkcyjnych nad kontentem telewizyjnym, jako uzupełnienie dotychczasowych perspektyw i wzbogacenie naszej wiedzy na temat kultury audiowizualnej, socjologii twórczości oraz kultury pracy w sektorze kreatywnym. Do osiągnięcia tych celów, zgromadzenia niezbędnej wiedzy posłużyć mogą pogłębione wywiady z praktykami z branży. Nie sposób znaleźć tej wiedzy w innych źródłach.

PODZIĘKOWANIA

Serdecznie dziękuję ekspertom z branży telewizyjnej, cytowanym w tej publikacji, za poświęcony mi czas, a także otwartość i chęć pogłębionej rozmowy. Wiedza zdobyta podczas tych spotkań nie tylko umożliwiła mi pracę naukową w Polsce i za granicą, ale też do dnia dzisiejszego procentuje, jako inspiracja do dalszych badań nad polską kulturą produkcyjną.

BIBLIOGRAFIA

- Adamczak M., Wstęp. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, 2013 vol. XIII, no. 22.
- Adamczak, M., Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM 2014.
- Ang, I., *Living Room Wars*, London 1996, s. 154.
- “Arri”, <https://www.arri.com/en> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Bechelloni, G. Introduction, w: *Shifting Landscapes. Television Fiction in Europe*, M. Buonanno (red.), Luton: University of Luton Press, 1999, s. xvi.
- Bens, E. de i Smaele, H. de *The Inflow of American Television Fiction on European Broadcasting Channels Revisited*, “European Journal of Communication” 2001 z. 16 nr 1, s. 54.
- Bondebjerg, I., *American Television. Point of Reference or European Nightmare?*, w: J. Bignell and A. Fickers (red.), *A European Television History*, Oxford 2008.
- Bourdon, J., *Imperialism, Self-Inflicted? On the Americanizations of Television in Europe*, w: W. Uricchio (red.), *We Europeans?: Media, Representations, Identities* 2009.
- Caldwell, J. T., *Televisuality: Style, Crisis, and Authority In American Television*, New Brunswick 1995.
- Caldwell, J. T., *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television* Durham: Duke University Press, 2008.
- Caldwell, J. T., *How Producers ‘Theorize’: Shoot-outs, Bake-offs and Speed-Dating*, w: R. Hammer, D. Kellner (red.), *Media/Cultural Studies: Critical Approaches*, New York: Peter Lang, 2009, s. 70.
- Cantor, M. G., J. M. Cantor, *American Television In the International Marketplace*, “Communication Research” 1986 z. 13, s. 511.
- Dąbrowska, J., *JustWatch: „Chyłka” i „Gambit Królowej” serialami 2020 roku. „Joker” filmem roku, „Wirtualne Media” z 6.02.2021 r.*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/justwatch-chylka-i-gambit-krolowej-serialami-2020-roku-joker-filmem-roku> (dostęp 28.04.2021 r.).
- Dorota Chamczyk: *Królowa polskich seriali, „Interia” z 26.02.2014 r.*, <https://film.interia.pl/telewizja/news-dorota-chamczyk-krolowa-polskich-seriali,nId,1817050> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Godzic, W., *Raport. Portret polskiej rodziny w odbiciu szklanego ekranu, czyli Polacy przed telewizorem*, <https://www.yumpu.com/xx/document/read/36869129/portret-polskiej-rodziny-w-odbiciu-szklanego-ekranu-upc-polska> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Havens, T., Lotz, A. D., Tinic, S., *Critical Media Industry Studies: A Research Approach “Communication Culture & Critique”* 2009 nr 2, s. 234–253.
- Keane, M., A. Y. H. Fung, A. Moran, *New Television, Globalisation, and The East Asian Cultural Imagination*, Hong Kong 2007, s. 88.
- Koźuchowski, T., I. Morozow, R. Sawka, *Społeczny Wymiar Tworzenia Filmu w Polsce*, Łódź: PWSFTviT, 2019.

- Kurdupski, M., Polacy oglądają więcej seriali i programów dla dzieci, a mniej teleturniejów, *Wirtualne Media* z 29.08.2012 r., <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/polacy-ogladaja-wiecej-seriali-i-programow-dla-dzieci-a-mniej-teleturniejow> (dostęp 14.01.2021 r.)
- Kurdupski, M., Lekarze hitem telewizji TVN, 29 mln zł z reklam, „Wirtualne Media” z 28.11.2012 r., <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/lekarze-hitem-telewizji-tvn-29-mln-zl-z-reklam> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Kurdupski, M., „Prawo Agaty” straciło widzów. 26 mln zł z reklam, „Wirtualne Media” z 29.11.2012 r., <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/prawo-agaty-stracilo-widzow-26-mln-zl-z-reklam> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Kurdupski, M., 3 mln widzów „Prawa Agaty”, jesienią druga seria, „Wirtualne Media” z 05.06.2012 r., <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/3-mln-widzow-prawa-agaty-jesienia-druga-seria> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Kurdupski, M., Wavemaker: 16 mln widzów internetowych ogląda seriale, „Wirtualne Media” z 1.12.2020 r., <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/najpopularniejsze-seriale-wiedzmin-gra-o-tron-wataha-dom-z-papieru-chylka> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Mann, D., *It's Not TV, It's Brand Management TV. The Collective Author(s) of the Lost Franchise* w: V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell (red.) *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries* New York i London: Routledge, 2009, s. 104–105.
- Mittell, J., *Narrative Complexity in Contemporary American Television*, „The Velvet Light Trap” 2006 nr 58, s. 29.
- Moran, A., Introduction: ‘Descent and Modification’, w: A. Moran (red.), *TV Formats Worldwide: Localising Global Programs*, Bristol 2009, s. 15.
- Nelson, R., *TV Drama in Transition. Forms, Values and Cultural Change*, Basingstoke 1997, s. 30–49.
- Newman, M. Z., *From Beats to Arcs: Toward A Poetics of Television Narrative*, „The Velvet Light Trap” 2006 nr 58, s. 16.
- „Radio i Telewizja,” 1991, Warszawa, s. 1–29.
- Steeemers, J., *Selling Television. British Television in the Global Marketplace*, London: BFI, 2004, s. 149.
- Straubhaar, J. D., *Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity*, „Critical Studies in Mass Communication” 1991, nr 8, s. 51.
- Straubhaar, J. D., *World Television. From Global to Local*, 2007, s. 27.
- Szewczyk, Ł., Raport UPC: Polacy kochają seriale, *Media2.pl* z 15.12.2008 r., <http://media2.pl/media/44815-raport-upc-polacy-kochaja-seriale.html> (dostęp 14.01.2021 r.)
- Szewczyk, Ł., Polska: 26,6 mln widzów płatnej TV, „Media2.pl” z 23.01.2011 r., <http://media2.pl/media/73956-Polska-26,6-mln-widzow-platnej-TV.html> (dostęp 14.01.2021 r.).
- Szostak, S., Poland’s Return to Europe: Polish Terrestrial Broadcasters and TV Fiction, „VIEW Journal of European Television History and Culture” 2012 z. 1, nr 2, s. 79–93.
- Tunstall, J., and D. Machin, *The Anglo-American Media Connection*, Oxford 1999, s. 4.
- Wróblewska, A., *Production Studies w Polsce – stan badań*, „Panoptikum. Film / Nowe Media / Sztuki Wizualne” 2016 nr 16, s. 14.

Biogram

Adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Stopień doktora uzyskała na University of Nottingham w Wielkiej Brytanii w 2014 roku. Pracowała przy projekcie Screening Socialism na University of Loughborough, który badał rolę telewizji w życiu codziennym w okresie socjalizmu. Publikowała w cenionych, międzynarodowych czasopismach akademickich między innymi: *European Journal of Cultural Studies*, *The Journal of Popular Television*, *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*. Przez kilka lat zawodowo związana była ze stacją TVN, gdzie zajmowała się między innymi działaniami z zakresu public relations seriali i programów rozrywkowych. Prowadzi wykłady z zakresu telewizji, kultury audiowizualnej oraz marketingu i PR-u kontentu telewizyjnego. Interesuje się kulturą produkcji sektora telewizyjnego, organizacją branży telewizyjnej, marketingiem show biznesu i przemysłem kreatywnym.

ORCID: 0000-0001-9119-1874

Agnieszka Węglińska

Dolnośląska Szkoła Wyższa

Dziennikarstwo TVP SA a zmiana technologiczna – badania jakościowe dziennikarzy

The journalism of TVP SA and technological transformation-qualitative research

ABSTRAKT

W artykule poruszony jest problem oddziaływania nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych na praktykę dziennikarską w TVP SA. Cel opracowania stanowi przedstawienie, jak praktyka dziennikarska w TVP SA zmieniła się pod wpływem rozwoju technologicznego.

Autorka stawia tezę, iż zmiany w pracy dziennikarza TVP SA związane z rewolucją technologiczną dokonywały się oddolnie, wymagały nowych kompetencji i nie miały znacznego wsparcia instytucji. W celu zilustrowania tezy zostały przeprowadzone wywiady nieustrukturyzowane (N=20) z dziennikarzami TVP SA. Wyniki badań wskazują, że choć respondenci pracują w wysoce archaicznej strukturze, potrafią sprawnie wykorzystywać nowe technologie.

Dziennikarze młodego i średniego pokolenia prezentują wyższe kompetencje nowomediálne. Transformacja nowomediálna dokonała się w TVP SA oddolnie inicjowana przez dziennikarzy bądź władze ośrodków regionalnych.

SŁOWA KLUCZOWE

dziennikarze, TVP SA, nowe media, media społecznościowe, badania jakościowe dziennikarzy

ABSTRACT

This paper discusses the problem of the impact of new technologies on the journalistic practice at TVP SA. The main aim of the study is to present how the journalistic practice at TVP SA has been changing under the influence of technological development. The central thesis of this paper is that the changes in the work of a TVP SA journalist related to the technological revolution were initiated by journalists and had no institutional support. Unstructured interviews (N = 20) were conducted with journalists of TVP SA to illustrate the thesis. The results of the research indicates the respondents work in a highly archaic structure. Moreover they are able to efficiently use new technologies. Journalists of the young and middle generation present higher new media competences. Technological transformation in TVP SA has been grassroots initiated by the journalists or the authorities of regional centers.

KEYWORDS

journalists, TVP SA, new media, social media, qualitative research of journalists

WPROWADZENIE

Współczesne społeczeństwo obywatelskie podlega stałej przemianie, mają na nie wpływ nowe technologie informacyjno-komunikacyjne, wielkie korporacje nowomediálne i sieci społecznościowe. Nowe media sprzyjają decentralizacji dzięki rozwojowi komunikowania horyzontalnego i centralnego poprzez globalny obieg informacji¹. W państwach demokratycznych daje się zauważyć wkład nadawców publicznych w rozwój społeczeństwa obywatelskiego². Telewizja publiczna, która jest przedmiotem badań tego artykułu działa w sytuacji nieustannej transformacji i deregulacji. Wiąże się to ze zmianami technologicznym i stanowi wyzwanie dla dziennikarzy takiego medium.

Media publiczne postrzegane są jako osiągnięcie demokracji europejskiej.

Media publiczne postrzegane są jako osiągnięcie demokracji europejskiej. Ewa Świątkowska zauważa:

W dobie technologii cyfrowych, nowych możliwości aktywnego uczestnictwa w formułowaniu treści i odbioru mediów, istnienie mediów publicznych jest nieodzownym elementem gry rynkowej demokratycznego społeczeństwa. Media publiczne zazwyczaj cieszą się opinią wiarygodnego nadawcy³.

Kluczowym elementem publicznych modeli mediów są dziennikarze. W dużym uproszczeniu istnienie mediów publicznych w demokracjach europejskich legitymizuje wypełnianie zadań, czyli misji i jest to w ogromnej mierze

¹ K. Doktorowicz, *Spółeczeństwo obywatelskie w czasach informacyjnego. Ile korzyści, ile strat, ile ryzyka?*, w: W. Skrzydlewski, A. Węglińska, A. Zięty, (red.), *Telewizja internetowa a granice mediów posttelewizyjnych*, Polkowice 2013, s. 155.

² K. Albarra, E. Nowak, R. Kuhn, *An Introduction*, w: K. A. Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn (red.), *Public service media in Europe: a comparative approach*, London 2015, s. 1–4.

³ E. Świątkowska, *Źródła finansowanie misji mediów publicznych – wybrane zagadnienia*, „Studia medioznawcze” 2014 z. 4/59/, s. 153–167.

domena dziennikarzy i wydawców. Jednym z ustawowych zadań misyjnych TVP SA jest innowacyjność, która wiąże się z rozwojem technologicznym. Postulat innowacyjności stawia przed dziennikarzami stały wymóg rozwijania kompetencji i umiejętności nowomediálních. Zatem współczesny dziennikarz powinien sprawnie korzystać z możliwości mediów społecznościowych i umieć użyć nowych technologii przy tworzeniu zawartości mediów. Technologia głęboko wpłynęła na praktykę dziennikarską. Praca stała się bardziej indywidualna, zespoły się skurczyły i zmniejszyło się znaczenie kolegalnej dyskusji.

Dziennikarze TVP SA w dobie rewolucji technologicznej musieli zdobyć nowe umiejętności, a jednocześnie zachować dbałość o standardy, która jest wymogiem ustawowym. Pojawia się jednak problem, czy sygnalizowane zmiany dokonały się oddolnie przez samych dziennikarzy, czy też miały charakter instytucjonalny. TVP SA dopiero w ostatnich pięciu latach zaczęła intensywniej inwestować w rozwój mediów internetowych, jednak raczej na poziomie centralnym, pomijając regiony⁴.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie, jak praktyka dziennikarska w TVP SA zmieniła się pod wpływem rozwoju technologicznego. Autorka stawia hipotezę, że zmiany pracy dziennikarza TVP SA związane z rewolucją technologiczną dokonywały się oddolnie, były inicjowane przez dziennikarzy, wymagały nabycia nowych kompetencji i nie miały wsparcia instytucji. W celu zweryfikowania niniejszej hipotezy zostało przeprowadzonych i przeanalizowanych 20 wywiadów nieustrukturyzowanych z dziennikarzami TVP SA, miały one miejsce na przełomie 2019 i 2020 r.

W pierwszej części artykułu zaprezentowano przegląd literatury, podstawy prawnej i dokumentów wewnętrznych TVP SA w kontekstach: misji nadawcy publicznego oraz dynamiki rewolucji technologicznej. W kolejnym fragmencie artykułu przedstawiono metodologię badań jakościowych (wywiad nieustrukturyzowany). Najobszerniejsza część tekstu stanowi prezentację wyników badań. Ostatni fragment opracowania stanowi podsumowanie i rekomendacje.

⁴ A. Węglińska, *Dziennikarze Telewizji Publicznej w Polsce. Między polityką, misją a rynkiem*, Wrocław 2018, s. 228.

NADAWCA PUBLICZNY – DEFINICJA, MISJA, WYZWANIA TECHNOLOGICZNE

Nadawcami publicznymi zajmowali się w Polsce przedstawiciele różnych dyscyplin. Jacek Sobczak⁵, Maria Wąsicka-Sroczyńska⁶, Jędrzej Skrzypczak⁷, czy Ryszard Chruściak⁸ analizowali media publiczne pod kątem prawnym. Michał Głowacki zajmuje się aspektami zarządzania i partnerstwa publiczno-prywatnego analizowanych nadawców. W obrębie politologii prężnie rozwijają się badania systemów medialnych, których istotny element stanowią media publiczne. Prekursorkami są Bogusława Dobek-Ostrowska⁹ i Beata Ociepka¹⁰.

Mało jest jednak badań dziennikarzy mediów publicznych jako grupy zawodowej. Prowadzi je od lat Lucyna Szot, jednak koncentruje się ona jedynie na ośrodku wrocławskim¹¹. Warto zatem prowadzić badania tej grupy zawodowej i wypełnić lukę powstałą w polskim medioznawstwie. Na dziennikarzach telewizji publicznej spoczywa szczególna odpowiedzialność, aby ją zrozumieć, należy przypomnieć, co wyróżnia media publiczne.

Maria Wąsicka-Sroczyńska następująco definiując media publiczne zauważa, iż tego typu nadawca wypełnia określone powinności wobec odbiorcy, czyli misję publiczną.

⁵ Sobczak J., *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako konstytucyjny organ stojący na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji*, w: Barańska M., A. Balczyńska-Kosman, M. Balcerek-Kosiarz, K. Duda, Duda (red.) *Polityka medialna w Polsce. Bilans dwudziestolecia obowiązywania Ustawy o Radiofonii i Telewizji*, Poznań 2015, s. 49.

⁶ Maria Wąsicka-Sroczyńska, *Polskie parlamentarne partie polityczne wobec Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i nadawców publicznych*, Poznań 2019, s. 57.

⁷ Skrzypczak J., *Spór o media publiczne w Polsce w świetle standardów europejskich*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, 2015 z.6, s. 91–112.

⁸ R. Chruściak, *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji w systemie politycznym i konstytucyjnym*, Warszawa 2007, s. 67.

⁹ B. Dobek-Ostrowska, *Polish Media System in a Comparative Perspective: Media in Politics*, Politics in Media, Frankfurt, s. 61.

¹⁰ B. Ociepka, *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie*, Wrocław 2003, s. 76–78.

¹¹ L. Szot, L. (2016). *Wartości i standardy zawodowe dziennikarza*. „Zeszyty Prasoznawcze” 2016 z. 2 (226), s. 369–391.; L. Szot, *Pionierska cyfryzacja Radia Wrocław*, „Studia i Perspektywy Medioznawcze” 2020 z. 2, s. 97–113.

Po drugie, wyróżnikiem tego rodzaju mediów jest również sposób ich finansowania, sprowadzający się do wnoszenia przez publiczność tzw. opłaty abonamentowej, która powinna stanowić główne źródło utrzymania tego typu nadawcy. Po trzecie, nadzór nad działalnością tego nadawcy powinien sprawować organ powołany na mocy odpowiedniej ustawy i niezależny od jakichkolwiek wpływów¹².

Teraźniejszy polski system mediów publicznych tworzą Telewizja Polska – Spółka Akcyjna i Polskie Radio – Spółka Akcyjna. Telewizja Polska – Spółka Akcyjna została powołana do tworzenia i rozpowszechniania ogólnokrajowych programów telewizyjnych I, II i TV Polonia oraz programów regionalnych. Organami spółki są: zarząd, rada nadzorcza oraz walne zgromadzenie¹³.

Media publiczne w Polsce reprezentują mieszany model finansowania z abonamentu radiowo-telewizyjnego, reklamy i innych działań komercyjnych. Wymaga on transparentności.

Media publiczne w Polsce reprezentują mieszany model finansowania z abonamentu radiowo-telewizyjnego, reklamy i innych działań komercyjnych. Wymaga on transparentności. Ważnym elementem telewizji i radiofonii publicznej w pierwszych latach jej kreowania była misja. Płacimy abonament na realizację celów misyjnych. Koncepcję abonamentu z ideą służby publicznej wykreował twórca BBC, John Reith¹⁴. Istotnymi komponentami tego przedsięwzięcia są: informacja, edukacja i rozrywka, których powinien dostarczać odbiorcom nadawca publiczny. Abonament jest formą podatku na realizację zadań publicznych, to także koncepcja Reitha¹⁵. Do uiszczania tej opłaty zobowiązani są wszyscy

¹² Maria Wąsicka-Sroczyńska, dz. cyt., s. 57.

¹³ A. Węglińska, *Dziennikarze...*, dz. cyt., s. 134.

¹⁴ P. Scannel, *Public Service Broadcasting: The History of Concept*, w: A. Goodwin, G. Whannel (red.), *Understanding Television*, London 1990, s. 11–30.

¹⁵ Maria Wąsicka-Sroczyńska, dz. cyt., s. 55

posiadacze odbiorników w Polsce¹⁶. W części krajów europejskich abonament płąć także posiadacze komputerów, czy nośników mobilnych, ponieważ na nich także można oglądać telewizję oraz słuchać radia, nazywa się to abonamentem rozszerzonym. Rozszerzenie abonamentu na inne nośniki to efekt zmian technologicznych. W Polsce cały czas płacimy jedynie za posiadanie odbiornika¹⁷.

W Ustawie o Radiofonii i Telewizji został wyszczególniony katalog powinności misyjnych, w którym pojawia się zobowiązanie nadawców publicznych w Polsce do wdrażania nowych technologii. Pojęcie misji publicznej pojawiło się w Ustawie o Radiofonii i Telewizji w 2004 roku w nowelizacji, której celem było dostosowanie Ustawy do wytycznych Unii Europejskiej¹⁸. Wcześniej w Ustawie pojawiał się termin – zadania nadawcy publicznego. Katalog powinności misyjnych próbowano poszerzyć w 2001 r. W roku 2004 nałożono na nadawców publicznych obowiązek sprawozdawania wydatków na realizację misji. Był to również wymóg UE¹⁹.

Ważnym elementem misyjnym jest też uwzględnienie, w przypadku mediów publicznych, różnorodności form przekazu, co wiąże się z zadaniem publicznym, jakim jest innowacyjność, która pojawia się w katalogach zadań misyjnych np. Europejskiej Unii Nadawczej (EBU), która zrzesza nadawców publicznych nie tylko z krajów europejskich. EBU rekomenduje jako kierunek rozwoju mediów publicznych innowacyjność i wykorzystanie nowych kanałów komunikacji z młodą publicznością np. media społecznościowe²⁰. W dokumentach Parlamentu Europejskiego już z 2004 r. można znaleźć liczne stwierdzenia o transformacji cyfrowej. Przedsięwzięcia misyjne mogą być realizowane za pomocą Internetu, również na

¹⁶ B. Klimkiewicz B., *Between Autonomy and Dependency. Funding, Mechanisms of Public Service Media in Selected European Countries*, w: K.A Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn, (red.), dz. cyt., s. 114.

¹⁷ W. Świerczyńska-Głównia, *Ewolucja rynku telewizyjnego w Polsce*, Kraków 2014, s. 39–41

¹⁸ A. Węglińska, *Dziennikarze...*, dz. cyt., s. 120

¹⁹ A. Jaskiernia, M. Głowacki, *Nowe technologie oraz walka z zagrożeniami wolności mediów. Zmiany personalne w obszarze polityki medialnej oraz zapowiedzi nowych regulacji i działań w Radzie Europy i w Unii Europejskiej*, „Studia Medioznawcze” 2015 z. 1(60), s. 149–157.

²⁰ Sobczak J., *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako konstytucyjny organ stojący na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji*, w: Barańska M., A. Balczyńska-Kosman, M. Balcerek-Kosiarz, K. Duda, Duda (red.) *Polityka medialna w Polsce. Bilans dwudziestolecia obowiązywania Ustawy o Radiofonii i Telewizji*, Poznań 2015, s. 49.

nośnikach mobilnych. Zaleca się, aby nadawcy publiczni nadawali swoje programy za pomocą różnych nośników i sieci. Także członkowie PE zaznaczają, iż rozwój komunikacji nowomediowej jest szczególnie istotny w przypadku mediów publicznych²¹. W pracach Rady Europy zawarto wskazania, iż media publiczne powinny kłaść nacisk na rozwój kanałów tematycznych, na żądanie, internetowych etc. Innowacyjna i technologicznie zawansowana telewizja publiczna winna stanowić konkurencji i wyznaczać standardy jakości dla innych nadawców²².

Nadawcy publiczni w sposób szczególny są zobligowani do tego, aby odpowiedzieć na potrzeby młodszego pokolenia.

W latach dziewięćdziesiątych czy na początku wieku XXI jeszcze mówiliśmy o mediach publicznych raczej w kontekście instytucji nadawczych, czyli stacji telewizyjnych, bądź radiowych. Rewolucja technologiczna spowodowała jednak zmianę tej perspektywy. Tim O'Reilly wprowadza termin *architektury uczestnictwa*, Henry Jenkins pisze o *kulturze uczestnictwa*, która jest elementem definiującym pokolenie Web 2.0. Charakteryzuje się wykorzystaniem potencjału kolektywnej, zbiorowej inteligencji poprzez rozdział kapitału społecznego i intelektualnego użytkowników sieci²³. Są cyfrowi tubylcy (digital natives), czyli osoby, które nie znają już świata bez sieci²⁴. Młoda publiczność, do której można zaliczyć osoby poniżej 35 roku życia, rezygnuje z mediów tradycyjnych na rzecz platform streamingowych takich jak Netfliks. Nadawcy publiczni w sposób szczególny są zobligowani do tego, aby odpowiedzieć na potrzeby młodszego pokolenia. Kluczowe byłoby dostosowanie przekazu do jego zwyczajów odbiorczych,

²¹ European Parliament (1996b), *Resolution on the Role of Public Service Television in a Multi-Media Society*, 19th of September, A4-0243/96, s. 24.

²² Council of Europe, *Recommendation 1878 (2009) of the Parliamentary Assembly on Funding of Public Service Broadcasting*, 2009.

²³ T. Harrison., M.B. Barthel, M. Fielding, *New media in Web 2.0: exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products*, „New Media & Society” 2009 z. 11, s. 155–178.

²⁴ M. Prensky, *Digital natives, digital immigrants*, „On the Horizon” 2001 z. 9(5), s. 1–6.

języka i oczekiwań. Młodzi ludzie w uproszczeni oczekują od mediów skondensowanej i precyzyjnej informacji, takiej jak w mediach społecznościowych²⁵.

Równocześnie należy pamiętać o odbiorcach starszego pokolenia, którzy korzystają z mediów tradycyjnych i kultywują długoletnie nawyki i oni również mają prawo do realizacji potrzeb. Można zatem zauważyć, że dwa różne sposoby recepcji i różne typy odbiorcy koegzystują w społeczeństwie postindustrialnym²⁶. Dziennikarze mediów publicznych stoją przed dużym wyzwaniem i muszą tworzyć zawartość, tak dla użytkownika mediów społecznościowych, jak i czytelnika anachronicznej telegazety, która jednak jest cały czas aktywna²⁷. Powinni również działać aktywnie w mediach internetowych i budować relacje z publicznością, która nie korzysta już z mediów tradycyjnych. Dziennikarze mediów publicznych służą zróżnicowanemu społeczeństwu. Stanowią instytucję sfery publicznej, niekomercyjną a ponadto narodową²⁸.

Misyjność, charakteryzowana powyżej, nakłada szczególne zadania na dziennikarzy, którzy nie tylko dostarczają treści, ale powinni robić to tak, aby wyznaczać standardy. Współczesne media, także publiczne mają służyć zindywidualizowanemu, postindustrialnemu społeczeństwu i jest to wyzwanie. W miejsce kanałów i ramówki powstały platformy z zawartością gromadzoną z różnych źródeł. Te platformy funkcjonują lub będą działać w spersonalizowanym, nieliniowym, interaktywnym środowisku Internetu. Wszystkie te transformacje, tak odbioru, jak i rozpowszechniania treści dokonują się stopniowo, niemniej jednak konsekwentnie²⁹. Od dziennikarzy TVP SA władze stacji wymagają obecności w mediach społecznościowych.

²⁵ L. Galan, J. Osseman, T. Parker, & M. Taylor, *How young people consume news and the implications for mainstream media*, Reuters, Oxford, 2019, s. 28.

²⁶ Ch. S. Nissen, *Digitization and Public Service Media: What Service to which Public*, w: K. A. Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn (red.), s. 63. K. Doktorowicz, *Spółeczeństwo obywatelskie w czasach informacyjnego*, dz. cyt., s. 103–104.

²⁷ A. Węglińska, *Dziennikarze...*, dz. cyt., s. 196.

²⁸ K. Jakubowicz, *Media publiczne Media publiczne. Początek końca czy nowy początek?...*, s. 153; M. Wąsicka-Sroczyńska, dz. cyt., s. 65; M. Wnuk, *Media publiczne – obywatelskie czy narodowe?*, „Studia medioznawcze” 2016 z. 3(66), s. 77–91.

²⁹ T. Raats, K. Donders, *From Centralized to Distributed Public Service Media*, „International Journal of Digital Television” 2015 z. 6, s. 103–23; L. Küng, *Strategic Management in the Media: Theory to Practice*, London 2010, s. 12., M. Głowacki, *Sposoby badania społecznego odbioru oferty programowej mediów publicznych w wybranych krajach europejskich*, Analiza dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (16.05.2016), <http://www.krrit.gov.pl/Data/>

Wytyczne, które zawarto w dokumentach TVP SA, są bardzo niejasne. Władze stacji nie dają pracownikom wskazówek, jak jej mają poruszać się w mediach społecznościowych, czy na Twitterze są osobami prywatnymi, czy reprezentantami nadawcy? Poniższy cytat z dokumentu *Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja* nie wyjaśnia, co właściwie dziennikarzowi TVP SA wolno w mediach społecznościowych, a czego nie. Dokument nie daje też odpowiedzi jakie zachowania dziennikarzy TVP SA w sieci są dopuszczalne, a jakie nie. Bardzo ogólnikowe sformułowania mogą stanowić przyczynek do nadinterpretacji. W jednym z punktów pojawia się zdanie, że *dziennikarz powinien traktować media społecznościowe jako formę publicznej wypowiedzi, mając na uwadze, że także tam reprezentuje Telewizję Polską S.A. oraz że prywatne wypowiedzi dziennikarzy powszechnie kojarzonych z TVP S.A. mogą być postrzegane jako jej stanowisko i mieć znaczący wpływ na opinie o TVP SA*³⁰. W stacjach z kulturą organizacyjną na wysokim poziomie, tego rodzaju wytyczne są precyzyjnie wyjaśnione i poparte przykładami dobrych praktyk³¹.

Podsumowując powyższą część artykułu, należy wskazać problemy, które napotyka dziennikarz TVP SA w związku z ekspansją nowych technologii. Dziennikarze stają przed wyzwaniem jak: konieczność nabycia nowych kompetencji, tworzenie programów na różne nośniki i dla różnych publiczności. Współczesny dziennikarz telewizyjny musi być wielozadaniowy, wyczulony na potrzeby tak młodego, kompetentnego technologicznie odbiorcy, jak starszego przyzwyczajonego do mediów tradycyjnych. Instytucjonalnie TVP SA nie wspiera dziennikarzy, ogranicza się do ogólnikowych wskazań. Paradoksalnie od dziennikarzy wymaga się obecności w mediach społecznościowych. Warto dokładnie przeanalizować, jak sami dziennikarze oceniają własne kompetencje technologiczne, jak zapatrują się na relacje z publicznością w mediach społecznościowych, czy wsparcie ze strony władz stacji w tej sprawie. Problemy posuszone w części teoretycznej są analizowane dokładniej w poniższych fragmentach badawczych.

Files/_public/Portals/0/komunikaty/spoleczny-odbior-mediow-publiczn/raport.docx (dostęp: 22.02.20210).

³⁰ *Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja* (brak daty opubl.), <https://centruminformacji.tvp.pl/15781035/kodeksy-etyczne> (dostęp 21.02.2021 r.).

³¹ A. Węglińska, *Dziennikarze...*, dz. cyt., s. 257.

ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE

Wywiad jako procedura badawcza ma wiele ograniczeń, jednak pozwala najgłębiej wyjaśnić postawy, zachowania i poglądy respondentów. Wywiad nieustrukturyzowany wymaga od badacza kontroli prowadzonej dyskusji, ponieważ zakres pytań w tego rodzaju rozmowie jest bardzo ogólny i ma szeroki zakres³². Zatem przy analizach grup zawodowych wywiad sprawdza się, ponieważ pozwala na kooperację pomiędzy badającym a badanym, w tym wypadku dziennikarzami. Dodatkową wartością tej techniki jest inspiracja dziennikarza do autoanalizy, a co za tym idzie autorefleksji. Wywiady pozwalają również na obserwację rozmówcy, co stanowi dodatkową informację dla badacza³³.

Interesujące w tym wypadku wydaje się ukazanie wewnętrznych motywacji zachowań dziennikarzy. Narzędzie, jakim jest wywiad, daje badaczowi szansę na zgłębienie mechanizmów praktyki dziennikarskiej. Kwestia reprezentatywności wyników i obiektywizmu to podstawowe zarzuty wobec badań jakościowych³⁴. Łatwo je jednak odeprzeć, gdyż w tego rodzaju procedurach szczególnie ciekawe jest poszerzenie wiedzy w danej dyscyplinie, dotarcie do istoty problemu, a reprezentatywność wyniku nie jest już tak bardzo ważna³⁵. Wywiad jako procedura badawcza pozwala dokładnie zapoznać się z opiniami, motywacjami i wartościami, którymi kierują się współczesne grupy zawodowe i jest to niepodważalna zaleta.

Badania nad dziennikarzami odpowiedzialnymi za ostateczną zawartość programową TVP SA mogą dać odpowiedzi na następujące pytania. Jak TVP SA funkcjonuje w środowisku internetowym? Jakie czynniki związane z nowymi mediami wpływają na tworzenie programów? Na ile nowe technologie oddziałują na model dziennikarstwa TVP? Warto zastanowić się nad kwestią, czy misyjny postulat innowacyjności jest obecny w świadomości moich rozmówców i jak jest przez nich rozumiany? Istotne dla celu badań, który został przedstawiony we wprowadzeniu jawi się przeanalizowanie, jaki istnieje związek pomiędzy trybem pracy

³² R. D. Wimmer, J.R. Dominick, *Mass media – metody badań*, Kraków 2008, s. 281–283.

³³ J. W. Creswell, *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*, Kraków 2013, s. 39.

³⁴ R. D. Wimmer, J.R. Dominick, *dz. cyt.*, s. 215.

³⁵ S. Gudkova, *Wywiad w badaniach jakościowych*, w: D. Jemielniak (red.), *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*, Warszawa 2012, s. 113–117.

dziennikarza TVP SA a rozwojem nowych technologii? Czy dziennikarze szukają tematów w mediach społecznościowych, czy komunikują się z publicznością za ich pośrednictwem i czy świadomie posługują się nimi w kreowaniu wizerunku indywidualnego? Trzeba również wziąć pod uwagę różnice generacyjne dziennikarzy TVP SA i to jak dziennikarze, którzy nie są z pokolenia cyfrowych tubylców radzą sobie w środowisku nowomiedialnym?³⁶

W celu odpowiedzi na powyższe pytania badawcze przeprowadzone zostały badania o charakterze jakościowym wśród dziennikarzy TVP SA. W niniejszym artykule przedstawiona została analiza dwudziestu wywiadów nieustrukturyzowanych z czynnymi dziennikarzami TVP SA. Kryteria doboru rozmówców były celowe i przemyślane. Zostali wybrani dziennikarze reprezentujący różne pokolenia i staż pracy. Na potrzeby tego artykułu pokolenia zostały zdefiniowane następująco: pokolenie młode (20–35 lat), pokolenie średnie (35–50 lat) i starsze (50+). Do udziału w badaniach zostali zaproszeni dziennikarze z pasma ogólnopolskiego oraz ośrodków regionalnych (Wrocław, Kielce, Białystok, Olsztyn, Gorzów Wielkopolski, Rzeszów, Szczecin, Poznań, Opole). Rozmówcy reprezentowali różne specjalności dziennikarskie: sportową, informacyjną, międzynarodową, internetową, reportaż, kultura itp. Uczestnicy byli na różnych etapach rozwoju zawodowego: wydawcy, prezenterzy, korespondenci zagraniczni, komentatorzy sportowi, dziennikarze informacyjni, dziennikarze redakcji internetowych. Pozwoliło to uzyskać różnorodną i reprezentatywną próbę badawczą. Jeśli chodzi o proporcję, to w badaniu wzięło udział ośmiu mężczyzn i dwanaście kobiet. Anonimizacja wywiadów była warunkiem ich przeprowadzenia. Interlokutorzy pozyskani zostali drogą mailową oraz poprzez kontakty osobiste. Wysłanych zostało ok. 100 maili.

Wywiady zostały przeprowadzone zimą na przełomie 2019/2020 r. za pomocą komunikatora Skype. Wytypowani rozmówcy pracowali w TVP S.A. w momencie przeprowadzania wywiadu na różnych stanowiskach, na etacie, bądź jako stali współpracownicy. Wszystkie wywiady zostały zarejestrowane na nośniku cyfrowym, a następnie poddane transkrypcji. Wszyscy rozmówcy zostali zakodowani, ale tak, aby wskazać czytelnikowi jak najwięcej zmiennych a zarazem zachować anonimowość respondenta. Respondent bądź respondentka kryje się pod inicjałem-np. T. Płeć rozmówców oznaczono jako M- mężczyzna lub K- kobieta. Wiek określa wartość liczbowa np. 27. Kolejna zmienna to R-regiony oraz

³⁶ M. Prensky, dz. cyt., s. 1–6.

C-centrala. Respondent zakodowany jako T/M/27/R/ to mężczyzna w wieku 27 lat, który pracuje w ośrodku regionalnym. W przypadku niektórych respondentów posłużono się zapisem CiR, co oznacza, że dziennikarz pracuje i w Warszawie i w stacji regionalnej. Tego rodzaju oznaczenia pozwalają w cytatach, w których autorka konfrontuje różne opinie dotyczące tych samych kwestii odnieść poszczególne fragmenty do wieku rozmówcy, czasu przeprowadzenia wywiadu, płci czy miejsca pracy.

Materiał empiryczny został pogrupowany tematycznie za pomocą dwóch komplementarnych kategorii. Pierwsza dotyczy postaw dziennikarzy wobec rewolucji technologicznej. Zawiera ona następujące elementy:

- diagnozę świata przed i po rewolucji technologicznej stawianą przez dziennikarzy,
- ocenę nowych kompetencji w pracy dziennikarza,
- analizę stosunku dziennikarzy do mediów społecznościowych.

Druga kategoria analizowanych wywiadów dotyczy postaw dziennikarzy wobec użyteczności nowych mediów w pracy dziennikarza telewizyjnego. Konstytuują ją następujące elementy:

- nowe narzędzia cyfrowe a praktyka dziennikarska,
- zmiana zwyczajów w redakcjach pod wpływem nowych technologii (upadek dyskusji, indywidualizacja),
- rozwój redakcji internetowych (ostatnie 15 lat),
- nowe formy dziennikarskie w mediach społecznościowych,
- specyfika audytoriów w ośrodkach regionalnych.

Wyszczególnione kategorie zostały przeanalizowane i zinterpretowane w ustalonej powyżej kolejności.

DZIENNIKARZE W STARCIU Z TECHNOLOGIĄ

Dziennikarze chętnie korzystają z udogodnień rewolucji technologicznej, jednak robią to intuicyjnie, bez odgórných wytycznych. Nie wszyscy dziennikarze starszego pokolenia doceniają znaczenie nowych technologii na dzisiejszym rynku medialnym, jest to także widoczne w przeprowadzonym badaniu. Dziennikarze niezależnie od pokolenia potrafią posługiwać się nowymi technologiami, choć w wywiadach pojawiły się stwierdzenia, że młodzi są w tym bardziej sprawni.

Istotne jest, aby dokładniej przeanalizować postawy dziennikarzy wobec nowych technologii. Dziennikarze z dłuższym stażem pracy ok. 15–20 lat mogli porównać jak funkcjonowała TVP SA przed rewolucją technologiczną, a przede wszystkim przed ekspansją mediów społecznościowych. Dziennikarze wskazują, że rewolucja technologiczna była w TVP SA raczej ewolucją. Zmiany, które zachodziły, nie były instytucjonalne, ale oddolne. Sami dziennikarze wprowadzali nowe techniki. Wspominają oni stan rzeczy przed rewolucją technologiczną, jakby mówili o bardzo dalekiej przeszłości. Przywołują dawne narzędzia i wskazują, że niektóre kompetencje, ważne w czasach analogowych, są dziś niepotrzebne np. „research w archiwum”. Zauważają również mniejsze znaczenie erudycji, która kiedyś była zaletą dziennikarza. ponieważ jej funkcje przejmują wyszukiwarki.

Nie wszyscy dziennikarze starszego pokolenia doceniają znaczenie nowych technologii na dzisiejszym rynku medialnym.

Pamiętam taśmy VHS, Beta camera, teraz płyta i aparaty. Pamiętam research w archiwum. (P/K/25/i CiR)

Pamiętam taśmy VHS, Beta camera, teraz płyta i aparaty. (Z/M/8/C)

Jak zaczynałam wszystko było „na betach”, korespondenci wysyłali materiały satelitą, a teraz to już nawet tych „lifów” nikt nie wykupuje, tylko karty avi west, internet, komputer. To się działo stopniowo, nawet tego nie zauważyliśmy.

Piętnaście lat temu skończyła się w Polsce erudycja. (N/K/15/C)

Szczególnie dziennikarze z dłuższym stażem sądzą, że to Internet a szczególnie portale społecznościowe odpowiadają za obniżenie standardów dziennikarskich. Z jednej strony część rozmówców ocenia postawę dziennikarzy wobec nowych technologii pozytywnie, wskazuje, że cechy tej grupy zawodowej pozwalają jej szybko dostosować się do zmian. Z drugiej strony niektórzy rozmówcy uważali, że dziennikarze nie umieją korzystać z możliwości nowych technologii i się nie doksztalcają. Szczególnie brak potrzeby doksztalcania wskazywali dziennikarze ze starszego i średniego pokolenia u młodszych kolegów.

Dziennikarze to grupa otwarta, szybko się przystosowali.

(N/K/15/C)

Dziennikarze zastygli od 20 lat, materiał idzie do montażu, regiony się nie doksztalają. Szczególnie młodzi, próbują im coś pokazać, nie interesuje to ich.
(M/K/22/R)

Władze TVP SA włączyły się w rewolucję internetową, ale dużo później niż sami dziennikarze. Jeden z rozmówców dziennikarz serwisu internetowego zauważa.

W 2010 r. TVP weszła na FB i Twitter – tworzyłem ten zespół. Dwa lata temu (2018) dyrektor zdecydował o profilach na FB, że dziennikarze powinni mieć profile oficjalne.

W trzech przypadkach działa to dobrze. (Ł/M/8/R)

Młodzi dziennikarze i ci ze średniego pokolenia lepiej funkcjonują w środowisku cyfrowym, szybciej też nabywają kompetencji w tym obszarze, są już cyfrowymi tubylcami. Dla starszego pokolenia nabycie tych umiejętności jest trudniejsze. Odruchem obronnym jest lekceważenie potencjału sieci, możliwości kontaktów z widzami, czy tworzenia wizerunku przy pomocy platform społecznościowych. Niektórzy nie rozumieją takich określeń jak wiral, czyli krótki materiał filmowy, który szybko staje się popularny w sieci, czy hasztag, który pomaga sklasyfikować informację tematycznie³⁷. Zatem młodzi dziennikarze najsprawniej używają nowych technologii i lepiej rozumieją ich znaczenie. Młode i średnie pokolenie stara się budować w mediach społecznościowych markę osobistą i reputację zawodową. Poniższe cytaty pochodzą wypowiedzi reprezentantów młodego pokolenia.

Dziennikarze, szczególnie starsi, nie rozumieją znaczenia MS, ich potencjału promocyjnego. Widzowie chętniej będą oglądać i kontaktować się z osobą, którą znają. (Ł/M/8/R)

Buduję na FB i Twitterze swój wizerunek, jestem tam aktywny jako dziennikarz TVP.(B/M/4/C)

Starsze pokolenie jest sceptyczne wobec mediów społecznościowych, to nie jest ich środowisko. Raczej są tam, bo takie są wymagania władz.

Media społecznościowe – raczej biernie używam FB, Nie publikuje zdjęć rodziny, na FB. Nie tworzę też profilu zawodowego. (C/K/17/R)

³⁷ S. Hille, P. Bakker, *Engaging the Social News User*, "Journalism Practice", nr 8/5/2014, s. 63–572.

Na mediach społecznościowych buduje się markę, ja to nazywam zbieracze lików, ja tego nie robię. W mediach społecznościowych, mamy profile publiczne, nasz materiał trafia do młodszej grupy. (P/K/25/CiR)

Nowe systemy takie jak np. Dalet i MOG zostały zakupione przez telewizję ok. dziesięć lat temu. System Dalet obsługuje wszystkie etapy produkcji programów informacyjnych począwszy od wideo, poprzez montaż, pisanie tekstów dziennikarskich, tworzenie list emisyjnych, aż po emisję całego wydania programu informacyjnego³⁸. MOG służy natomiast do obróbki dźwięku. Dziennikarze musieli ponownie zdobyć nowe kompetencje. Część z nich obecnie sprawnie obsługuje te programy. Jedna z rozmówczyń, reprezentantka średniego pokolenia wskazuje w tym przypadku na postawę młodego pokolenia dziennikarzy.

Od 2011 weszły systemy Dalet i MOG. Umiem sama sobie wszystko zrobić w tym Dalecie, nauczyłam się, choć nie musiałam.

Są redakcje, które wykorzystują te możliwości, jakie daje komputer, udogodnienia, ale to jest jakieś 15% dziennikarzy. Większości, szczególnie młodych, się po prostu nie chce.

(A/K/9/R)

Po 2016 r. władze położyły nacisk na rozwój redakcji internetowych, a także intensyfikację działań w mediach społecznościowych.

Ostatnie lata, to trochę więcej uwagi dla mediów społecznościowych (M/M/9/R)

Szczególnie obecność ta uwidacznia się na Twitterze, który jest ważną przestrzenią komunikowania się dziennikarzy³⁹. Nie ulega wątpliwości, że pod wpływem rozwoju nowych technologii zmieniła się natura zawodu, zwyczaje a także wymiar praktyczny dziennikarstwa. Twitter jest istotny w przypadku dziennikarzy informacyjnych, czy korespondentów międzynarodowych. Stanowi źródło informacji o polityce a także przestrzeń do komunikacji pomiędzy dziennikarzami oraz dziennikarzami a politykami⁴⁰. Wypowiedź jednej z rozmówczyń stanowi ilustrację powyższych stwierdzeń. Dziennikarka zauważa nawet, że portal

³⁸ Sprawozdanie zarządu z wykorzystania przez TVP SA wpływów z opłat abonamentowych na realizację misji publicznej w 2014 roku, Załącznik do Uchwały Nr 90/2015 Zarządu Spółki TVP S.A. z dnia 11 marca 2015 roku, s. 97.

³⁹ A. Węglińska, *Public Television in Poland (TVP) and journalists: a technological challenge*, "Zarządzanie Mediami", 2019 z. 7 (4), s. 215–231.

⁴⁰ P. Łokić *Aktywność dziennikarzy polskich w serwisie Twitter – analiza wybranych przypadków*, „E-Politikon” 2014, z. 12(2), s. 126–149.

społecznościowy przejął funkcję agencyjną. Rozmówczyni wskazuje na to, że tempo pracy jest wymuszone przez rozwój technologiczny. Współczesna telewizja bazuje na bardzo szybko aktualizowanej zawartości, czasami niestety kosztem rzetelnej weryfikacji.

Twitter – używam w wymiarze zawodowym, Twitter jest źródłem informacji, szybko, wiem, gdzie szukać. Na wyjazdach, korespondenci zagraniczni wymieniają się tam (na Twitterze) informacjami. Trochę jest to funkcja agencyjna, dziennikarze z innych krajów, nie są konkurencją. Jak mam czas to weryfikuję, pokazuję źródło i podaje, że to jest prawdopodobne. (N/K/15/C)

Twitter jest ważny dla dziennikarzy i sportowców, jest branżowy. (Ł/M/8/R)

Twitter pełni też inne funkcje, może dostarczyć dziennikarzowi tematów, służyć jako natychmiastowe narzędzie do weryfikacji newsa, dzięki kontaktom interpersonalnym.

Twitter pełni też inne funkcje, może dostarczyć dziennikarzowi tematów, służyć jako natychmiastowe narzędzie do weryfikacji newsa, dzięki kontaktom interpersonalnym

Korzystam z mediów społecznościowych, FB to kopalnia tematów. Twitter ma lepsze komentowanie i jest branżowy. (G/M/3/C)

Szukam wszędzie inspiracji w sieci ok. 2h dziennie spoglądam, szukam ludzi, Czasami sprawdzam odbiór, Ale też jako gość, sprawdzam w czasie programu, patrzę jak temat jest. (J/K/23/R)

Dziennikarze coraz więcej czynności mogą zrobić sami, zanika potrzeba używania i obsługi promptera, choć wymaga to od dziennikarza skupienia i przestrzegania reżimu czasowego.

Promptery są zrobione z tabletów i telefonów, aplikacje, prompterzystka nie jest potrzebna. Siłą rzeczy trzeba to sobie przećwiczyć, trzeba pilnować czasu. BBC-ma specjalną aplikację w iPhone, używają zestawu głośnomówiącego. Wtedy jakość jest ok. Jeśli zależy na jakości, to wóz satelitarny, jeśli na szybkości Internet. (N/K/15/C)

Ekipa może być jednak mniej liczna, a, co za tym idzie, tańsza. Kiedyś z dziennikarzem aby zrobić materiał musiał jechać zespół złożony z: oświetleniowca, dźwiękowca, operatora kamery a czasami jeszcze asystenta operatora. Dziś wystarczy dobry telefon i znajomość aplikacji i można tworzyć zawartość programową. Zawód operatora telewizyjnego oczywiście nie zanikł, kiedy do TVP SA wkroczyły nowe technologie, jednak również zmienił się, zindywidualizował. Do obróbki dźwięku również służą programy MOG. Praca montażystów, dźwiękowców i operatorów nie jest już analogowa, konieczna jest w niej umiejętność korzystania oprogramowania, które zostało scharakteryzowane powyżej.

Teraz sprzęt jest dofinansowany, HD, 4K, jest za dużo technologii, ale inwestują, nie zgadzam się z tym, że dziennikarz może sobie zrobić sam, ja jednak chcę mieć dobre zdjęcia reportażowe, popracować tłem. Dlatego ja potrzebuję operatora, który to potrafi robić. Jeszcze będą potrzebni operatorzy, jeśli chcemy mieć dobry materiał. (N/K/15/C)

Jakość przekazu wymaga jednak inwestycji. Nie jest jednak tak, że Internet całkowicie wyeliminował wozy transmisyjne, cały czas są wykorzystywane, o czym również mówią uczestnicy badania.

Mamy Avi i nie ma wozów transmisyjnych, możemy wejść wszędzie dziennikarz i operator i mogą na żywo transmitować. Ekipa bardzo się skurczyła, z wyjątkiem dużych wydarzeń, wtedy wykorzystujemy jeszcze wozy. Operatorzy także musieli się uczyć obsługi, przecież pracowali na zupełnie innym sprzęcie. (P/K/25/CiR)

Dziennikarze informacyjni TVP SA w dużej mierze są samowystarczalni. Wiele materiałów dziennikarze tworzą w domach. Mają własną kamerę i małe, domowe studio i nie mają kontaktu z resztą zespołu. Praca dziennikarza telewizyjnego, który ma własny sprzęt i firmę stała się w dużej mierze działaniem indywidualnym. Dziennikarzom brak kolegów redakcyjnych, wsparcia kolegów, z drugiej strony doceniają niezależność.

Potrafię montować, w naszym ośrodku jest tak, że montują tylko montażyści. Samemu można sobie przygotować ujęcia, podmontować, na wyjazdach, sama też montuję, dźwięk sama ustawiam. Ja jestem decydentką, muszę mu (montażyście) jednak wszystko wytłumaczyć. Oni to robią lepiej niż my, jeśli słuchają. Surówki wysyłam podmontowane. (N/K/15/C)

W domu mam swoje studio do obróbki i montażu, nie potrzebuję specjalnie pomocy. Zmienił się charakter pracy, nie ma spotkań redakcyjnych, burzy mózgów,

dyskusowania tematów. Ucierpiały relacje ale też praca przesunęła się w stronę działań bardziej indywidualnych. (A/M/27/R)

Dziennikarze informacyjni czasami wspominają, że brak im wsparcia wydawców.

W TVP SA dziennikarze najczęściej mają własne firmy, nie są pracownikami etatowymi. Tworzą materiał, tak aby go najkorzystniej sprzedać, najlepiej w paśmie ogólnopolskim, bo tam zawartość jest wyżej wyceniana⁴¹. Szukają tematów atrakcyjnych i wykorzystują do tego sieć, szczególnie dziennikarze informacyjni.

Ja nie korzystam z FB, ale większość kolegów tak. Szukają tam tematów, sprawdzają feedback. (N/K/6/R)

Redakcje internetowe rozwijają się w regionach od przynajmniej pięciu lat. Wcześniej też istniały, o czym nadmienił jeden z rozmówców, cytowanych powyżej, ale były traktowane, jako dodatek do dziennikarstwa tradycyjnego. W ostatniej pięćdziesiątce rozbudowano zespoły w tych redakcjach.

Mamy redakcję nowych mediów 1,5 osoby, współpracują graficy, na samozatrudnieniu. To są inne zadania niż dziennikarze. (R/M/22/R)

Mamy w ośrodku. Mamy kilka osób odpowiedzialnych za nowe media ok 4. osób, wszyscy są na dziele. Wcześniej była jedna osoba, teraz (od 2017) jest cztery. (A/K/9/R)

To znaczy, że od pewnego czasu rozbudowujemy redakcję internetową. Od roku(2019) jest nowa osoba, która to koordynuje. (D/K/8/R)

Tradycyjni dziennikarze raczej nieufnie odnoszą się do tych internetowych.

Tradycyjni dziennikarze raczej nieufnie odnoszą się do tych internetowych. Jak wcześniej wspomniano, nie doceniają potencjału nowych komunikatorów i tego, że widownia jest dziś mocno rozproszona, zatem widzowie z FB, to pełnoprawni odbiorcy. Taka postawa dziennikarzy wynika z braku kompetencji nowo-medialnych i braku wiedzy o współczesnym rynku telewizyjnym.

Pokazuję koledze, zobacz ile odsłon, on patrzy, nic nie rozumie, a ja podekscytowany (M/M/9/R)

⁴¹ A. Węglińska, *Dziennikarze...*, dz. cyt., s. 239–246.

Dziennikarze, nie to nie są dziennikarze w redakcji internetowej, to tylko obróbka tekstu i wstawianie. Mamy taką aplikację, reporter nie potrzebuje operatora, sami się nagrywamy to się nazywa MOJO (aplikacja do tworzenia materiałów filmowych i zdjęć). (N/K/6/R)

Rozmówcy pracujący w redakcjach internetowych wskazują, że materiał atrakcyjny dla mediów społecznościowych powinien być inny, niż ten przygotowany do mediów tradycyjnych.

W materiałach na FB zawsze trzeba zacząć mocnym ujęciem. (Ł/M/8/R)

Podpowiada kolega,, który mówi nam, żeby temat pociągnąć, my myślimy, że zrobiliśmy newsa, ale on nam mówi, że trzeba pociągnąć, bo jest konieczność. (D/K/8/R)

Należy jednak zauważyć, że publiczność TVP SA, szczególnie ośrodków regionalnych, to ludzie starsi, często nie mają dostępu do Internetu. Mają swoje nawyki odbiorcze, korzystają z tak archaicznych form jak Telegazeta i często nie korzystają z mediów społecznościowych, co więcej nie mają dostępu do komputera. Istnieją prognozy, że w 2030 roku co trzeci Polak będzie miał powyżej pięćdziesięciu lat⁴². Aktywizacja i wsparcia tej grupy społecznej powinno być zadaniem misyjnym TVP SA. Zatem trzeba zauważyć, że TVP SA kieruje swój przekaz do dwóch typów publiczności: młodej, przyzwyczajonej do odbioru zdecentralizowanego, multiplatformowego oraz do osób starszych o bardziej archaicznych przyzwyczajeniach, ale ciągle płatników abonamentu. Poniższy cytat potwierdza, że charakteryzowane powyżej problemy, dotyczą w szczególności ośrodki regionalne.

Nasz region to przewaga 60+, dlatego nas nowe technologie nie dotyczą w tej kwestii. To jest konieczność, nie da się przenieść na FB całego wydania za długie, żeby odbierać w telefonie komórce na przystanku. Decydenci nie rozumieją nas, w regionach. W Internecie i telewizji tradycyjnej musi być inna narracja, inne treści itp. Dla nas media społ. są konieczne, będziemy musieli się ich nauczyć. Pracujemy w rozdzieleniu jaźni, dysonansie. Innej telewizji oczekują starsi widzowie o 18.30, innej młodzi, którzy nie czekają, oglądaj skrót. (R/M/22/R)

Dziennikarz wskazał na bardzo istotne problemy, że media publiczne są dla wszystkich i mają realizować swoje zadania wielopłaszczyznowo. Starsze

⁴² J. Sawicki, A. Kotliński, S. Śliwa, J. Wawrzyniak, Ż. Rosiak, A. Gabory, K. Gutta, *Sytuacja osób powyżej 50. i 60. roku życia na rynku pracy Dolnego Śląska*, Wrocław 2013, s. 10.

pokolenie ciągle jeszcze jest przywiązane do tradycyjnej ramówki. Młode pokolenie odeszło od TVP SA do rozproszonej oferty w sieci, szczególnie w regionach i potrzeba pracy, inwestycji i planu, aby je odzyskać choć w jakiejś części. Potrzeba współpracy pomiędzy zarządzającymi TVP SA a władzami ośrodków regionalnych. Podstawą tej współpracy powinna być komunikacja wertykalna pomiędzy centralą a regionami na temat kierunku rozwoju redakcji internetowych. Dziennikarz zauważa, że w tym wypadku również wszelkie zmiany są raczej oddolne, czyli wynikają z inicjatywy dyrekcji poszczególnych ośrodków. Należy jednak stwierdzić, iż powiększenie redakcji internetowych jest krokiem w dobrą stronę.

PODSUMOWANIE

Transformacja technologiczna wpłynęła na pracę dziennikarzy, niejako wymusiła na nich zmianę sposobu pracy, nawyków zawodowych i zdobycie nowych kompetencji. Trzeba zwrócić uwagę, że rewolucja cyfrowa wpłynęła na profesję: dziennikarzy informacyjnych, reportażystów, dokumentalistów, montażystów, operatorów oraz, że powstała nowa profesja operatora serwisu internetowego⁴³. Wyraźnie widać, że na kształt stacji wpłynęły nowe technologie. Media społecznościowe są przestrzenią dyskusji politycznej i społecznej pomiędzy dziennikarzami, z odbiorcami, a także z klasą polityczną. Dziennikarze chętnie korzystają z udogodnień rewolucji technologicznej, jednak robią to intuicyjnie, bez wsparcia instytucji. Nie wszyscy przedstawiciele starszego pokolenia doceniają znaczenie nowych technologii na dzisiejszym rynku medialnym, jest to także widoczne w przeprowadzonym badaniu. Nie dostrzegają oni potencjału sieci jako przestrzeni do kontaktów z odbiorcami. Nie widzą możliwości natychmiastowego sprzężenie zwrotnego i szansy na szybką reakcję. Młodszy dziennikarstwo widzą te aspekty, jak również to jak zmieniła się ich profesja pod wpływem technologii. Dziennikarze niezależnie od pokolenia potrafią posługiwać się nowymi technologiami, choć w wywiadach pojawiły się stwierdzenia, że młodzi są w tym bardziej sprawni.

Pod wpływem nowych technologii zmieniła się praktyka dziennikarska. Zmiany dotyczą całego środowiska dziennikarskiego, nie tylko TVP SA. Uczestnicy wywiadów wskazali na trendy do nieustannego podnoszenia kompetencji, konieczność pracy wielozadaniowej i zmianę w korzystaniu ze źródeł. Dziennikarze

⁴³ A. Weglińska, *Dziennikarze TVP SA...*, dz. cyt., s. 57.

zamiast z archiwów czy opinii ekspertów częściej korzystają dziś z wyszukiwarek. W mediach społecznościowych poszukują tematów i sprawdzają tam reakcje publiczności. Systemy do tworzenia programów na wszystkich etapach wprowadzone w TVP SA wymagały od dziennikarzy zdobycia nowych Media społecznościowe, szczególnie Twitter przejęły funkcję agencyjną. Rewolucja nowomiedialna przekształciła zawody operatora, specjalisty od dźwięku czy montażysty. Dziennikarz za pomocą nośników mobilnych jest w stanie obecnie sam przygotować zawartość jakości wystarczającej do emisji w TVP SA. Jeżeli jednak dziennikarz, chce uzyskać rzeczywiście wysoką jakość musi skorzystać z pomocy operatora. Internet narzuca szybkie tempo pracy, co warunkuje gorszą weryfikację źródeł i informacji. Dziennikarze zdają sobie sprawę z tendencji współczesnych mediów do skrótowości i szybkości. Rozmówcy wskazują, że praca dziennikarza uległa indywidualizacji. Coraz rzadsze są kolegia redakcyjne. Dziennikarze zamiast współpracować, konkurują ze sobą. Uczestnicy badania

Respondenci, którzy uczestniczyli w wywiadach, w większości nie wykorzystują mediów społecznościowych, czy blogów internetowych do budowania wizerunku zawodowego i zdobywania profesjonalnej reputacji. Wyjątek stanowi trzech rozmówców – przedstawiciele młodego pokolenia, którzy są świadomi potencjału platform społecznościowych w życiu zawodowym.

W TVP SA istniejące w regionach redakcje internetowe zostały rozbudowane w ostatnim pięcioleciu i potwierdzają to uczestnicy wywiadów. Stało się to jednak ich zdaniem dzięki decyzjom dyrektorów ośrodków regionalnych. Takie zmiany były koniecznością i stanowią pozytywny prognostyk na przyszłość, choć jak wskazują dziennikarze było to znowu działanie z inicjatywy poszczególnych ośrodków, jedynie wspierane przez centralę. W działaniach na rzecz rozwoju technologicznego w TVP SA brakuje jednolitej strategii i standaryzacji. Hierarchiczna i scentralizowana struktura TVP SA nie sprzyja innowacjom, zauważają to także niektórzy rozmówcy, szczególnie ci z dłuższym stażem.

W wyniku rozwoju redakcji internetowych w ośrodkach regionalnych zaczęła powstawać w TVP SA zawartość przeznaczona do mediów społecznościowych. Tendencja ta ma charakter globalny i dotyczy wszystkich członków EBU. Media tradycyjne muszą dostosować przekaz do zwyczajów odbiorczych użytkowników mediów społecznościowych. Należy zauważyć, że nie wszyscy dziennikarze są świadomi różnicy pomiędzy zawartością przygotowaną dla mediów społecznościowych, a tą dla kanałów tradycyjnych. Najmocniej świadomi tej różnicy są

pracownicy redakcji internetowych. Dziennikarze internetowi i znaczenie portali społecznościowych są przez pracowników innych redakcji marginalizowane, co uwidacznia się w badaniu.

Na zakończenie warto zarekomendować TVP SA dalszy rozwój w środowisku Internetu, co stanowi krok w kierunku odzyskania choć części młodszej publiczności, która właśnie tam szuka informacji. Nie należy jednak pomijać potrzeb przywiązanych do tradycyjnej oferty nadawców regionalnych pokolenia 60+.

Kolejną ważną rekomendacją dla rozwoju stacji jest konieczność kierowania się opiniami płynącymi z poszczególnych ośrodków. Regiony Polski są różne, mają różną strukturę demograficzną i potrzeby. W planowaniu rozwoju TVP SA należałoby uwzględnić takie właśnie czynniki i nie stosować takich samych rozwiązań w całym kraju, a różnicować je w zależności od potrzeb lokalnych.

BIBLIOGRAFIA

- Council of Europe, *Recommendation 1878 (2009) of the Parliamentary Assembly on Funding of Public Service Broadcasting*, 2009.
- Creswell J. W., *Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane*, Kraków 2013.
- Dobek-Ostrowska B., *Polish Media System in a Comparative Perspective: Media in Politics, Politics in Media*, Frankfurt 2019.
- Doktorowicz K., *Społeczeństwo obywatelskie w czasach informacyjnego. Ile korzyści, ile strat, ile ryzyka?*, w: W. Skrzydlewski, A. Węglińska, A. Zięty, (red.), *Telewizja internetowa a granice mediów posttelewizyjnych*, Polkowice 2013.
- Dz.U.04.253.2531, art. 21.
- European Parliament (1996b) 'Resolution on the Role of Public Service Television in a Multi-Media Society', 19th of September, A4-0243/96, s. 24.
- Galan L., Osserman J., Parker T., Taylor M., *How young people consume news and the implications for mainstream media*, Oxford, 2019.
- Głowacki M., *Sposoby badania społecznego odbioru oferty programowej mediów publicznych w wybranych krajach europejskich*, Analiza dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (16.05.2016), http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/komunikaty/spoleczny-odbior-mediow-publiczn/raport.docx. (dostęp: 22.02.2021 r.).
- Gudkova S., *Wywiad w badaniach jakościowych*, w: D. Jemielniak (red.), *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*, Warszawa 2012.
- Harrison T., Barthel M.B., Fielding M., *New media in Web 2.0: exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products*, „New Media & Society” 2009 z. 11, s. 155–178.

- Hille S., Bakker P., *Engaging the Social News User*, „Journalism Practice” 2014, z. 8/5/2014, s. 63–572.
- Ibarra K. A., Nowak E., Kuhn R., *Introduction*, w: K. A. Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn (red.), *Public service media in Europe: a comparative approach*, London 2015.
- Jakubowicz K., *Media publiczne Media publiczne. Początek końca czy nowy początek?*, Warszawa 2007.
- Jaskiernia A., M. Głowacki, *Nowe technologie oraz walka z zagrożeniami wolności mediów. Zmiany personalne w obszarze polityki medialnej oraz zapowiedzi nowych regulacji i działań w Radzie Europy i w Unii Europejskiej*, „Studia Medioznawcze”, Nr 1(60) 2015, s. 149–157.
- Klimkiewicz B., *Between Autonomy and Dependency. Funding, Mechanisms of Public Service Media in Selected European Countries*, w: K.A Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn, (red.) *Public service media in Europe: a comparative approach*, London, 2015.
- Küng L., *Strategic Management in the Media: Theory to Practice*, London 2010.
- Łoć P., *Aktywność dziennikarzy polskich w serwisie Twitter – analiza wybranych przypadków*, „E-Politikon” 2014 z. 12(2) s. 126–149.
- Nissen Ch. S., *Digitization and Public Service Media: What Service to which Public*, w: K. A. Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn (red.), *Public service media in Europe: a comparative approach*, London 2015.
- Ociepka B., *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Środkowej*, Wrocław 2003.
- Prensky M., *Digital natives, digital immigrants*, „On the Horizon” 2001 z. 9(5), s. 1–6.
- Raats T., Donders K., *From Centralized to Distributed Public Service Media*, „International Journal of Digital Television” 2015 z. 6, s. 103–23.
- Rastić T., *New Lanuguage Media: Internet memes manuscript*, „University Journal of Information Technology and Economics “ 2014, s. 38–44.
- Rostek H., *Regulacje dotyczące koncentracji własności na rynku mediów w wybranych krajach*, Warszawa 2015.
- Sawicki J., Kotliński A., Śliwa S., Wawrzyniak J., Rosiak Ż., Gabory A., Gutta K., *Sytuacja osób powyżej 50. i 60. roku życia na rynku pracy Dolnego Śląska*, Wrocław 2013.
- Scannel P., *Public Service Broadcasting: The History of Concept*, w: A. Goodwin, G. Whannel (red.), *Understanding Television*, London 1990, s. 11–30.
- Skrzypczak, J., *Spór o media publiczne w Polsce w świetle standardów europejskich*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, 2015 z.4, s. 91–112.
- Sobczak, J., *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako konstytucyjny organ stojący na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji*, w: Barańska M., A. Balczyńska-Kosman, M. Balcerek-Kosiarz, K. Duda, Duda (red.) *Polityka medialna w Polsce. Bilans dwudziestolecia obowiązywania Ustawy o Radiofonii i Telewizji*, Poznań 2015.
- Sprawozdanie zarządu z wykorzystania przez TVP SA wpływów z opłat abonamentowych na realizację misji publicznej w 2014 roku*, Załącznik do Uchwały Nr 90/2015 Zarządu Spółki TVP S.A. z dnia 11 marca 2015 roku, s. 97.

- Świątkowska E, *Źródła finansowanie misji mediów publicznych – wybrane zagadnienia*, „Studia medioznawcze” 2014 z. 4(5).
- Świerczyńska-Głownia W., *Ewolucja rynku telewizyjnego w Polsce*, Kraków 2014.
- Szot, L. *Pionierska cyfryzacja Radia Wrocław*, „Studia i Perspektywy Medioznawcze”, 2020, z. 2, s. 97–113.
- Szot, L., *Wartości i standardy zawodowe dziennikarza*. „Zeszyty Prasoznawcze” 2016 z. 2 (226), s. 369–391.
- Wąsicka-Sroczyńska M., *Polskie parlamentarne partie polityczne wobec Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i nadawców publicznych*, Poznań 2019.
- Węglińska A., *Dziennikarze Telewizji Publicznej w Polsce. Między polityką, misją a rynkiem*, Wrocław 2018.
- Węglińska A., *Public Television in Poland (TVP) and journalists: a technological challenge*, „Zarządzanie Mediami”, 2019 z. 7 (4), s. 215–231.
- Wimmer, J. Dominick, R., *Mass media – metody badań*, Kraków 2008.
- Wnuk, M., *Media publiczne – obywatelskie czy narodowe?*, „Studia Medioznawcze” 2016 z. 3(66), s. 77–91.
- Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. – informacja, publicystyka, reportaż, dokument, edukacja* (brak daty publ.), <https://centruminformacji.tvp.pl/15781035/kodeksy-etyczne> (dostęp 21.02.2021 r.).

Biogram

dr hab. Agnieszka Węglińska – jest profesorem Dolnośląskiej Szkoły Wyższej w Kolegium Studiów o Komunikacji Społecznej i Mediach. Autorka licznych książek i artykułów z zakresu medioznawstwa. Koncentruje się przede wszystkim na mediach publicznych, nowych mediach i edukacji medialnej. Członkini Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej oraz European Media Management Association. Jej ostatnia książka *Dziennikarze Telewizji Publicznej w Polsce. Między polityką, misją a rynkiem* ukazała się w 2018 r. ORCID: 0000-0002-2573-5981

Anita Zawisza

Uniwersytet Warszawski

O kinie w Radiu Watykańskim – analiza treści audycji radiowych pt. „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”

Cinema in Vatican Radio – analysis of the content of radio broadcasts “Cinema – the vehicle of human longings”

ABSTRAKT

Cykl audycji radiowych pt. „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” jest częścią programu Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego. Każdy odcinek odnosi się do wybranego filmu, pochodzącego z danego przedziału czasowego w dziejach kina światowego. W zeszłym roku audycje zostały zdigitalizowane (w ramach projektu z MEN) i umieszczone w wolnym dostępie na platformie Polskiej Biblioteki Cyfrowej. Niniejszy artykuł sprowadza się do zwięzłej, aczkolwiek skrupulatnej analizy treści jedenastu rubryk składających się na poszczególne odcinki. Charakterystyka materiału sprowadza się do opisu zawartości słuchowisk, instytucji i osób bezpośrednio związanych z ich emisją, jak i jednostek pośrednich – projektu cyfryzacji cyklu o kinie przez PBC.

SŁOWA KLUCZOWE

audycja, radio, kino, przekaz, media, Radio Watykańskie, Polska Biblioteka Cyfrowa

ABSTRACT

A series of radio broadcasts entitled „Cinema – the vehicle of human longings” is part of the program of the Polish Section of Vatican Radio. Each episode relates to a selected film from a given time period in the history of world Cinema. The broadcasts were digitized last year (as part of a project with the Ministry of Education and Science) and placed in free access on the platform of the Polish Digital Library. Present article comes down to a concise but precise analysis of the eleven columns content, which involves the individual sections. The characteristics of the material come down to the description of the content of radio plays, institutions and people directly related to their broadcast, as well as intermediate units – project of digitization the series about Cinema by the PDL.

KEYWORDS

broadcast, radio, cinema, transmission, media, Vatican Radio, Polish Digital Library

1. WSTĘP

„Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”, to cykl audycji przygotowanych przez ojca misjonarza – werbistę Andrzeja Danilewicza dla Radia Watykańskiego. Artykuł przedstawia wnikliwy opis zebranych materiałów audio pochodzących z owego

cyklu, które zostały zdigitalizowane, a następnie udostępnione na platformie Polonijnej Biblioteki Cyfrowej¹.

Publikacja ma charakter deskryptywny opierający się na analizie treści audycji radiowych. Schemat artykułu składa się z trzech głównych punktów. Po pierwsze, prezentacja osób i organizacji, które przyczyniły się do powstania, jak i później digitalizacji całego cyklu (materiałów audio) Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego pt. „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”. Z tego też względu, zaprezentowana zostanie sylwetka autora audycji – ojca Danilewicza – krótka charakterystyka jego osoby posłuży w końcowej części publikacji do podjęcia tematu i udowodnienia m.in.: co łączy misjonarza, osobę duchowną z kulturą, a w szczególności z X Muzą. Czy obrona przez realizatora projektu tematyka, łączy się z jego doświadczeniem bądź kwalifikacjami? Czy pozostaje w obszarze jego zainteresowań, czy może daleko poza nie wykracza? Ponadto związane zaprezentowanie instytucji Misjonarzy Werbistów – historii i bogatej działalności, obejmującej także komunikację medialną, która łączy się z osobą o. Danilewicza. Co więcej, w podanej publikacji przybliżone zostaną związane opisy: projektu Polonijnej Biblioteki Cyfrowej – miejsca otwartego dostępu do plików audio polskiej sekcji radia watykańskiego, jak również wspomnianej organizacji Radia Watykańskiego – macierzystego medium dla audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”. Punkt drugi stanowi rozprawę na temat koneksji radia z kinem. Pierwsze polskie audycje radiowe odnośnie do kina i ich rozwój. Następnie, w punkcie trzecim autorka przejdzie do głównego obiektu badań, czyli rubryk z audycjami i dokona opisu, uwzględniając w nim przedmiot główny – film. W każdym z odcinków radiowych omawiany jest jeden, wybrany film. Celem analizy audycji radiowych, jest przede wszystkim popularyzacja opublikowanych na stronie Polonijnej Biblioteki Cyfrowej materiałów, które dotąd nie stanowiły przedmiotu badań żadnej innej publikacji naukowej. Autorka poprzez swoją pracę zamierza przybliżyć, jakie tematy, a przede wszystkim jakie filmy stanowią rozprawę audycji ojca A. Danilewicza. Ostatnią część artykułu stanowią wnioski.

Celem podjętej analizy treści audycji radiowych, jest przede wszystkim wnikliwa charakterystyka zawartej w nich tematyki, tj. poznanie głównego przedmiotu treści każdego odcinka – filmu. A konkretnie: jakie obrazy filmowe zostały wybrane i omówione w cyklu audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”? Jak

¹ zob. <http://www.pbc.uw.edu.pl/>

cezury czasowe zostały wyróżnione w danej podróży filmowej? Gdyż, jak sam tytuł sugeruje – kino przyrównane jest w nim do wehikułu², a więc dane audycje radiowe są podróżą w czasie, co więcej powrotem do przeszłości – co z kolei sugerują nam słowa „ludzkich tęsknot”. Lekturą pomocniczą jak i podstawową dla części analitycznej (metodologicznej) jest publikacja Karoliny Szczepaniak pt. *Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych – refleksje metodologiczne*³, wedle której w sposób systematyczny i ilościowy zostanie opisany materiał badawczy – wybrane filmy w audycjach radiowych. Autorka publikacji wysnuwa kilka kategorii badawczych dla analizy treści odcinków (punkt trzeci w publikacji), w tym rozpoznania filmów pod względem: 1. Gatunkowości, 2. Narodowości, 3. Roku produkcji (cezura czasowa), jak i 4. Reżysera.

Dzięki powyższym kryteriom zostanie sporządzona czytelna i przejrzysta lista dzieł filmowych danego cyklu audycji (zebranych i umieszczonych w jednej tabeli na końcu publikacji), jak również ich ilościowe badanie (charakterystyczne dla analizy treści)⁴, jak i klasyfikacja. Co więcej, dane kategorie pozwolą ukazać motywację bądź koncepcję, którą kierowali się realizatorzy audycji przy wyborze danych dzieł, składających się na całość cyklu o jakże zagadkowym a zarazem znaczącym tytule: „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”.

Przedłożona publikacja w dużej mierze odnosi się do źródeł online, m.in. witryn internetowych instytucji i zgromadzeń werbistów, polonijnej biblioteki cyfrowej, wirtualnego muzeum cyfrowego, jak również innych katolickich czy świeckich platform medialnych odwołujących się do tematu. Ze względu na główne źródło badań, tj. witrynę Polonijnej Biblioteki Cyfrowej, z której autorka publikacji czerpie materiał (audycje radiowe), spora część odsyłaczy źródłowych będzie charakteryzowała się zauważalną powtarzalnością. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, iż jest to temat stricte odnoszący się do nowej formy – zdigitalizowanych, scyfryzowanych⁵ mediów, które umieszczone w jednym miejscu, w wolnym dostępie, umożliwiają ich uporządkowaną i wnikliwą analizę.

² Według „Słownika Języka Polskiego”, termin „wehikuł” oznacza: w powieściach lub filmach fantastycznonaukowych: urządzenie przenoszące ludzi w przeszłość lub przyszłość, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/wehiku%C5%82.html> (dostęp: 4.05.2021).

³ K. Szczepaniak, *Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych – refleksje metodologiczne*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica” 2012 z. 42, s. 83–112.

⁴ Tamże, s. 86.

⁵ Zmiana struktury z analogowej na cyfrową.

2. CHARAKTERYSTYKA INSTYTUCJI ZGROMADZENIA SŁOWA BOŻEGO – WERBISTÓW I POSTACI O. ANDRZEJA DANILEWICZA

Historia zgromadzenia sięga XIX w., a dokładniej 1875 roku, w którym to niemiecki kapłan Arnold Janssen założył pierwszy dom misyjny, w holenderskiej miejscowości Steyl nad rzeką Mozą. Dzięki wyjazdom członków zgromadzenia na misje (które stanowiły ich nieodłączny cel) instytucja werbistów poszerzyła swoją działalność o kolejne państwa, jak np. Japonia, USA, kraje Ameryki Południowej, Nowa Gwinea, Chiny czy kraje europejskie (w tym Polskę). Aktualnie wobec danych na 2020 rok, do zgromadzenia należy 6016 członków, zrzeszających 79 krajów świata i sześć kontynentów⁶. Genezę działalności polskiego zgromadzenia misyjnego szczegółowo opisuje w swoim artykule o. Janusz Brzozowski, który wskazuje, że pierwsi Polacy w Zgromadzeniu Słowa Bożego pojawili się dzięki Niższemu Seminarium Misyjnemu działającemu od 1892 roku w Domu Misyjnym św. Krzyża w Nysie. Jednakże osiedlenie się na stałe na ziemiach polskich, nastąpiło dopiero po I wojnie światowej, w miastach: Poznaniu i Bytomiu. Jednakże pierwsze w Polsce Niższe Seminarium Misyjne zostało założone w 1923 roku w Rybniku – dając początek prac dydaktyczno-wychowawczych dla kolejnych pokoleń werbistów⁷.

Poza działalnością dydaktyczno-wychowawczą, skupiającą się głównie przy Misyjnych Seminariach Duchownych Księży Werbistów, większość pozostałych inicjatyw Zgromadzenia Słowa Bożego odnosi się do animacji misyjnej społeczeństwa polskiego. W tym zakresie również do zaangażowania medialnego ojców werbistów. Do aktywności tego szczebla przynależą następujące zadania i inicjatywy: organizacja imprez oraz cyklicznych akcji o charakterze ściśle animacyjnym, w tym „Wakacji z misjami” oraz akcji „Kierowcy Misjom”; działalność duszpasterska na terenie parafii; duszpasterstwo rekolekcyjne (Górna Grupa, Laskowice, Nysa); duszpasterstwo specjalistyczne wśród mniejszości narodowych, emigrantów, narkomanów, chorych na AIDS, dzieci ulicy itp. (Białystok, Warszawa); praca naukowa na KUL, UKSW, Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie oraz

⁶ B.a., *Życie zakonne. Serwis informacyjny Konferencji Wyższych Przełożonych Zakonów Męskich w Polsce*, z 8.04.2008, <https://www.zyciezakonne.pl/informator/zakony-meskie/werbisci-366/> (dostęp: 16.11.2020).

⁷ J. Brzozowski, *75 lat Polskiej Prowincji Zgromadzenia Słowa Bożego (cz. I)*, „Misjonarz” 2012 nr 1, s. 24, http://www.misjonarz.pl/files/pdfy/misjonarz_1_2012.pdf (dostęp: 17.11.2020).

Kolegium Teologicznym w Królewcu; działalność w środkach społecznego przekazu: Wydawnictwo VERBINUM, miesięcznik „Misjonarz” i drukarnia misyjna, Telewizja Niepokalanów, programy radiowe dla m.in. radia watykańskiego, itp.; działalność Apostolatu Biblijnego; działalność dydaktyczna; działalność Muzeum Misyjno-Etnograficznego (Pieniężno wraz z filiami w Białymstoku, Chłudowie, Górnej Grupie, Nysie i Laskowicach)⁸. Działalność ojców werbistów jest wszechstronna – działają na najróżniejszych polach szczebla społecznego – w tym również medialnego, czego dowodem jest aktywność w środkach masowego przekazu: prasie, radiu i telewizji.

Osobą realizującą cykl audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” dla Radia Watykańskiego (we współpracy z redaktorem Janem Pniewskim) jest ojciec werbista Andrzej Danilewicz, który z mediami jest ściśle związany, chociażby ze względu na odebraną edukację. Doświadczenie o. Danilewicza jest różnorodne, jednakże nie jest szczegółowo opisane w źródłach, do których dotarła autorka artykułu. Dlatego też niektóre informacje przedstawione zostały w sposób ogólny. Mianowicie po zdobyciu wykształcenia filozoficzno-teologicznego, o. Danilewicz wstąpił do misjonarzy werbistów w 1985 roku, a przyjął święcenia kapłańskie w kwietniu 1992 roku. W swojej posłudze misjonarskiej odbył misje zagraniczne, m.in. na Słowacji, czy w Irlandii, gdzie ukończył studia podyplomowe w Instytucie Kairos na kierunku „Chrześcijańskiej Komunikacji i Rozwoju”. Swoją przygodę z radiem rozpoczął po powrocie z zagranicy. Współpracował m.in. z Radiem Niepokalanów, przygotowywał cykliczne audycje dla Radia Watykańskiego, Radia Maryja i wielu innych rozgłośni diecezjalnych. Ojciec Danilewicz poza swoją posługą duchowną i misjonarską wyróżniał się swoim zaangażowaniem w prace na rzecz mediów. W 1998 roku objął stanowisko Prowincjonalnego Koordynatora do spraw Środków Społecznego Przekazu⁹. Do dziś jest aktywny w mediach, m.in. w zespole redakcyjnym miesięcznika pt. „Misjonarz. Miesięcznik księży werbistów”¹⁰. Co więcej jest autorem projektu „RównoleżnikM” misjonarzy werbistów, w którym prowadzi działalność dziennikarską w formie podcastów, prowadząc rozmowy z innymi werbistami na misjach, a także publikuje artykuły na bloga,

⁸ Tamże, s. 22.

⁹ zob. B.a., *O. Danilewicz prowincjałem werbistów*, <https://info.wiara.pl/doc/164919.O-Danilewicz-prowincjalem-werbistow> z 12.03.2007 (dostęp: 22.10.2020).

¹⁰ zob. *Misjonarz.pl, Redakcja*, <http://www.misjonarz.pl/pl/misjonarz-redakcja> (dostęp: 22.10.2020).

będącego częścią tego projektu¹¹. Ponadto swoje zainteresowanie filmem wyraża na osobistym profilu społecznościowym „Twitter” (aktywny od 2011 roku), gdzie zamieszcza posty dotyczące polecanych filmów m.in. misyjnych¹². Ojciec A. Danilewicz obecnie pełni rolę sekretarza ds. misji i rzecznika prasowego polskiej prowincji zgromadzenia werbistów.

2a. Geneza i charakterystyka powstania Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego

Oficjalna data rozpoczęcia działalności radiowej Radia Watykańskiego przypada na 12 lutego 1931 r. Pierwsze słowa należały do współzałożyciela watykańskiej stacji radiowej – włoskiego konstruktora, Guglielma Marconi, który w uroczystość 40-lecia Encykliki *Rerum Novarum*, zapowiedział wystąpienie Papieża Piusa XI. W swojej długiej i bogatej historii, na czele Radia Watykańskiego stawało wielu przodowników (zazwyczaj byli to przedstawiciele zgromadzeń kościoła katolickiego). Poprowadzenie rozgłośni watykańskiej Pius XI powierzył Towarzystwu Jezusowemu, a pierwszym dyrektorem generalnym radia został jezuita Giuseppe Gianfranceschi. W pierwszych latach istnienia misja radia w Stolicy Apostolskiej ograniczała się tylko do celów komunikacyjnych, jednakże z biegiem lat i mających miejsce wydarzeń historycznych, ukształtował się także aspekt ewangelizacyjny i kulturowy.

Sekcja Polska Radia Watykańskiego miała swoją oficjalną inaugurację, kilka lat później, tj. 24 listopada 1938 roku. Szczególną rolę w początkach rozwoju polskiej sekcji odegrał jej ówczesny dyrektor ojciec Feliks Lason, a w radiowych transmisjach wspomagał go ksiądz Józef Młodochowski – rektor Papieskiego Instytutu Polskiego. Na ziemiach polskich, sekcja radia watykańskiego ograniczała się do wiadomości ze Stolicy Apostolskiej, a w szczególności do działań Papieża. Na początku audycje prowadzone były 2 razy w tygodniu, aczkolwiek wraz z kolejnymi latami rozwoju polskiej sekcji radia watykańskiego, częstotliwość zmieniła się do nadawania codziennych audycji. Polska sekcja Radia Watykańskiego powstała na krótko przed wybuchem drugiej wojny światowej. W tym burzliwym dla narodu okresie była jedyną rozgłośnią katolicką nadawaną na ziemiach polskich. Poza główną formą przekazywania treści informacyjnych z terenów włoskich – z siedziby Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego w Palazzo Pio przy ulicy

¹¹ zob. <https://www.rownoleznik.werbisci.pl/> (dostęp: 22.10.2020).

¹² zob. <https://twitter.com/danilewiczsvd?lang=pl> (dostęp: 22.10.2020).

Piazza Pia 3 w Rzymie, napływały słowa ku pokrzepieniu serc, które napawały rodaków nadzieją i poczuciem zjednoczenia z polonią będącą za granicami kraju. Niemniej jednak to w szczególności okres pontyfikatu Papieża Jana Pawła II przyczynił się do zwiększenia grupy słuchaczy i w znacznej mierze wpłynął na przyszłość polskiej sekcji radia watykańskiego. Transmisje z audyencji papieża Polaka, relacje z pielgrzymek do Polski czy przekazywanie informacji o wizytach międzynarodowych – ekipa radia towarzyszyła papieżowi w każdej podróży, transmitując i relacjonując wydarzenia przez radiowy nośnik¹³. Aktualnie papieska rozgłośnia zatrudnia 384 osoby z 59 narodowości. Transmisje radiowe prowadzone są w 45 językach za pomocą internetu, telewizji satelitarnej oraz fal radiowych. Codziennie z Watykanu w eter trafia 65 godzin programów¹⁴.

Audycje Sekcji Polskiej Radia Watykańskiego nadawane są także w wielu rozgłoszeniach ogólnopolskich, np. w Polskim Radio Program Pierwszy, Radiu Maryja oraz w katolickich stacjach lokalnych, jak na przykład: Radio eM, Radio Jasna Góra, Radio Rodzina, Radio Nadzieja, Radio Głos, Radio Emaus, Katolickie Radio Podlasie, Radio Plus Warszawa, Radio Warszawa, czy Katolickie Radio Zamość. Przez 80 lat działalności, PSRW doczekała się pokaźnej listy współpracowników radia. Byli to znani przedstawiciele kościoła katolickiego a zarazem nauki, jak m.in.: ks. Janusz Boloneka, ks. Adam Boniecki, ks. Sławoj Leszek Głódź, prof. Stanisław Grygiela, ks. Marek Starowieyski, o. Andrzej Danilewicz, czy ks. Józef Tischner¹⁵.

2b. Profil Polonijnej Biblioteki Cyfrowej – historia, cel, misja

Polonijna Biblioteka Cyfrowa powstała w 2012 roku. Pomysłodawcą i kustoszem projektu jest prodziekan ds. finansowych Wydziału Dziennikarstwa Informacji i Bibliologii – prof. Dariusz Kuźmina. Platforma biblioteki została utworzona w drodze konkursu „Współpraca z Polonią i Polakami za granicą”, ogłoszonego przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Finansowana jest głównie ze środków

¹³ T. Dobrowolski, *60 lat polskiej sekcji radia watykańskiego*, „Opoka” 12.02.1999 r., <https://opoka.org.pl/biblioteka/T/TH/THW/60lat.html> (dostęp: 9.11.2020).

¹⁴ W. Nowakowska, *Papieska rozgłośnia*, „Niedziela” 12.2007 r., <https://www.niedziela.pl/artukul/81727/nd/Papieska-rozglosnia> (dostęp: 19.11.2020).

¹⁵ J. Jaroszyński, *Misja Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego*, „Kwartalnik Nauk o Mediach” 2016 z. 3, <http://knm.uksw.edu.pl/misja-polskiej-sekcji-radia-watykanskiego/> (dostęp: 9.11.2020).

projektów Senatu RP i projektów ministerialnych: z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, jak również z Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Polonijna Biblioteka Cyfrowa służy przede wszystkim zabezpieczeniu i udostępnianiu zbiorów organizacji czy instytucji zrzeszających polonię na całym świecie. Biblioteka prowadzi swoje prace w ośrodkach polonijnych na całym świecie, m.in. w Argentynie, Brazylii, Czechach, Francji, Meksyk, Peru, Stanach Zjednoczonych, czy w Wielkiej Brytanii. Głównym celem działalności PBC jest aktywność gromadzenia, zachowania a zarazem promowania zbiorów polonijnych w dostępie otwartym. PBC oferuje bowiem ogromnej wagi źródło historyczne dokumentujące losy Polaków poza krajem w XIX i XX w. Funkcjonowanie polonijnej biblioteki wyróżnia unikatowość i uniwersalność. Mianowicie, materiały gromadzone na platformie PBC nie dublują się ze zbiorami innych polonijnych instytucji tj. Polony czy Biblioteki Narodowej – natomiast są ich istotnym i brakującym uzupełnieniem¹⁶.

Kolekcja Polonijnej Biblioteki Cyfrowej została podzielona na trzy kategorie, mianowicie: a) Prasa – przede wszystkim prasa codzienna diaspory polskiej z XX w., b) Książki – druki wydane poza Krajem w pierwszej połowie XX w., c) Archiwalia – np. dokumentacja stowarzyszeń, instytucji, czy indywidualna. Natomiast siostrzaną, tj. tożsamą stroną do Polonijnej Biblioteki Cyfrowej jest platforma Wirtualnego Muzeum Polonii – projektu bazującego na zbiorach PBC.

3. KINO I RADIO

Po wynalezieniu druku przez Gutenberga, postępowy rozwój kinematografii był kolejnym krokiem milowym w wytworzeniu się nowego typu kultury i przemian społecznych, jakie pod jego wpływem zaszły w sektorze rozrywki. Film na początku swojego istnienia wzbudził kontrowersje, powodując mieszane uczucia a nawet przerażenie u odbiorców. Jednakże z czasem jego dynamicznej ewolucji: od filmu niemego, do dźwiękowego, czy od filmu biał-czarnego do kolorowego, zaczął stopniowo przekonywać do siebie publiczność, w efekcie stając się jedną z głównych i szeroko-dostępnych rozrywek. Film wpływa na ludzkie emocje, przeżycia czy pragnienia wywołując przy tym najróżniejsze doznania. Szczególnie znaczenie w filmie ma jego przesłanie, które niesie dla widza jakąś naukę, morał,

¹⁶ PBC, *Polonijna Biblioteka Cyfrowa*, <http://www.pbc.uw.edu.pl/information.html> (dostęp: 12.11.2020).

czy myśl¹⁷. W ten sposób staje się jednym z czynników kształtujących opinię, a to spowodowało, że sztuka filmowa znalazła swoje zainteresowanie także u władz, jak i instytucji kościelnych. Począwszy od papieża Leona XIII, którego pontyfikat przypadł na początki rozwoju kinematografii – film zaczął wzbudzać duże zainteresowanie Stolicy Apostolskiej¹⁸. Pierwszy dokument odnośnie do filmowego środka przekazu wydał w 1936 roku Papież Pius XI. Jego Encyklika „Vigilanti Cura” w całości poświęcona została zjawisku i wpływowi filmowemu. Następnie, w dwadzieścia lat po jej ogłoszeniu, następca Piusa XI – Papież Pius XII ogłasza encyklikę o kinematografii, radiu i telewizji pt. „Miranda prorsus”. W jej treściach dotyczących X Muzy zawarte są wskazania dotyczące moralnej oceny filmów¹⁹. Ponadto ważnymi dokumentami odwołującymi się do istoty kina (a także radia) są corocznie wygłaszane orędzia papieskie z okazji Dnia Środków Społecznego Przekazu. Owe wydarzenie w całości poświęcone mass mediom: prasie, radiu, telewizji i kinematografii, zostało ustanowione na II Soborze Watykańskim, a sformułowane w postaci Dekretu *Inter mirifica*. Na wstępie wytłumaczony został powód zainteresowań Stolicy Apostolskiej mass mediami, przytaczając treść dokumentu: „Spośród podziwu godnych wynalazków techniki, które geniusz ludzki z pomocą Bożą w naszych zwłaszcza czasach odkrył w rzeczach stworzonych, Kościół – Matka przyjmuje i śledzi ze szczególną troską te, które odnoszą się przede wszystkim do ducha ludzkiego, a które odsłoniły nowe drogi do przekazywania z największą łatwością wszelkiego rodzaju wiadomości, myśli i wskazań. Wśród wynalazków tych najdonioślejsze są urządzenia, które z natury swej zdolne są do sięgnięcia i poruszyć nie tylko jednostki, lecz także całe zbiorowości i całą społeczność ludzką, jak: prasa, kinematografia, radiofonia, telewizja i inne tym podobne”²⁰. Z tego też względu, od 1967 roku w maju, obchodzony jest Dzień Środków Społecznego Przekazu, którego uroczystość Ojciec Święty ustanowił na niedzielę przed Zesłaniem Ducha Świętego, natomiast temat orędzia corocznie ogłaszany jest 29 września w dniu święta Archanioła Gabriela – patrona radiowców²¹.

¹⁷ J. Ostaszewski, *Rozumienie opowiadania filmowego*, Kraków 1999, s. 74.

¹⁸ K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów*, Kraków 2002, s. 27.

¹⁹ Tamże, s. 58.

²⁰ zob. Sobór Watykański II, *Dekret „Inter mirifica”*, <https://www.paulus.org.pl/213,inter-mirifica> (dostęp: 26.11.2020).

²¹ zob. B.a, *Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Historia i idea*, (brak daty publ.), <http://mediadlaewangelii.pl/content.php?ContentId=55> (dostęp: 26.11.2020).

Kino i radio mają wiele cech wspólnych, począwszy od zbliżonej terminologii określającej radio w początkach jego istnienia (lata 20te) „Wielkim Ślepcem” i funkcjonującym analogicznie do tego terminem: „Wielki Niemowa” – adresowanym do filmu niemego, stosunkowo oswojonego w tym okresie²². Poza tym owe podobieństwo dla kina i radia, zauważalne jest w szczególności w sile oddziaływania, gdyż obydwa medium niosą ze sobą przekaz dla odbiorców. Każde z nich funkcjonuje w służbie społeczeństwa, tj. informuje, uczy, bawi, kształci wpływając na wyobraźnię, zmysły czy postawy adresatów. Tym, co może różnić te dwa przekazy jest fakt, iż radio od początków swojego istnienia wciąż utrzymuje się na rynku medialnym i dobrze prosperuje. Adekwatnym dla tego stwierdzenia przykładem są słowa Tomasza Gobana-Klasa ukazujące fenomen radia: „Ma bowiem [radio] ponad 80 lat i trzyma się nieźle. Zupełnie nieźle, jeśli zważyć, że to nie telewizja, nie prasa, nie Internet, ale właśnie radio jest najbardziej rozpowszechnionym medium na świecie, A wyglądało na to, iż radio znajdzie się na liście tzw. martwych mediów, pospołu z filmem niemyim czy telegrafem. Niemniej przetrwało i to w nie najgorszej kondycji”²³. Co więcej, obraz filmowy jak i rozgłośnia radiowa bazują na zmyśle słuchu (audio), gdzie film ma większą siłę oddziaływania, gdyż wpływa na dwa zmysły: słuch (audio) i wzrok (visual). Dlatego analiza dzieła filmowego składa się na część werbalną, jak i wizualną, która następnie wpływa na kształtowanie percepcji opartej na audiowizualnym mechanizmie odbiorczym, wydobywającym informacje płynące z obrazu i dźwięku, łącząc je w jedną całość znaczeniową²⁴. W przypadku filmu, jak i telewizji, potrzebujemy ciągłej koncentracji poznawczej, aby móc odczytać dany przekaz przesyłany z dwóch źródeł: audio i visual. Natomiast radio w swym przekazie jest mniej zachłanne i absorbujące, gdyż dociera tylko jednym kanałem komunikacyjnym – słuchem. Ponadto, bazuje na naturalnym podziale uwagi, mianowicie: tym co słyszymy i tym, co widzimy²⁵. Ów stan naturalny „słuchania bez widzenia”, nie jest dla człowieka zjawiskiem obcym (występuje chociażby w nocy), czego odwrotnością jest właśnie film niemy

²² A. Wójciszyn-Wasil, *Obrazy – nie tylko w wyobraźni. Wizualna rewolucja radia*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2018 nr 1 (241), s. 373.

²³ T. Goban-Klas, *Radiomorfoza w kontekście ewolucji, adaptacji i konwergencji mediów*, „Studia Medioznawcze” 2006 z 3 (26), s. 16.

²⁴ M. Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa 2003, s. 23–24

²⁵ T. Goban-Klas, *Radiomorfoza w kontekście ewolucji...*, dz. cyt., s. 17.

bazujący na „widzeniu bez słuchania”²⁶. Niemniej jednak, także i w praktyce radiowej występuje silny związek pomiędzy dźwiękiem a obrazem, prezentowany przez jeden z gatunków sztuki radiowej, tzw. „słuchowisko” – wywodzące się od słowa „widowisko”. Sztuka radiowa słuchowiska miała swój początek już w latach 30. w repertuarze Polskiego Radia, którego oferta wzbogaciła się o słynny „Teatr Wyobraźni”²⁷. Tego typu programy bazujące na dźwięku, głosie ludzkim, czy muzyce nazywane były również „Teatrem do słuchania”, czy „Kinem dla ucha”²⁸. O powiązaniach słuchowiska i kina pisał w 1935 roku twórca danego gatunku radiowego – Antoni Bohdziewicz²⁹, który stwierdził, iż: „Kino jest przecież z radiem mocniej spokrewnione niż jakakolwiek inna Muza! To pokrewieństwo jest podwójne: pokrewieństwo ducha, samej istoty i pokrewieństwo krwi: radio i kino muszą posługiwać się techniką: maszynką, lampką i drucikiem”³⁰. Ponadto kontynuując, klarownie wytłumaczył zależności pomiędzy jednym a drugim: „Kino rejestruje świat ruszających się światel i cieni – to było i jest nadal jego treścią. Radio jest takim samym kinem dla ucha i winno ogarnąć cały świat dźwięków. Żywe słowo jest dużą częścią tego świata, najważniejszą, ale nie jedyną”³¹.

W przypadku zarówno filmu, jak i telewizji,
potrzebujemy ciągłej koncentracji poznawczej,
aby móc odczytać dany przekaz przesyłany
z dwóch źródeł: audio i visual. Natomiast
radio w swym przekazie jest mniej zachłanne
i absorbujące, gdyż dociera tylko jednym
kanałem komunikacyjnym – słuchem.

²⁶ P. Levinson, *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006, s. 174.

²⁷ D. Grzelewska, R. Habielski, A. Kozieł, J. Osica, L. Piwońska-Pykało, F. Skwierawski, *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*, Warszawa 1999, s. 204.

²⁸ A. Wójciszyn-Wasil, *Obrazy – nie tylko w wyobraźni...*, dz. cyt., s. 375–376.

²⁹ Zob. D. Grzelewska, dz. cyt., s. 196.

³⁰ A. Bohdziewicz, *Przyszłość słuchowiska radiowego*, „Pion” 1935 nr 15, s. 11.

³¹ Tamże.

Temat kina w drugiej połowie XX w. zagościł w rozgłoszeniach radiowych, w najróżniejszych formach przekazu (recenzja, wywiad, pogadanka, nowinki filmowe, itp.). Obecność tematyki filmowej w rodzimym radiu jest już zauważalna w latach siedemdziesiątych, za przykładem „Programu Trzeciego Polskiego Radia”, w którym w 1974 roku³² zainaugurowano cykl audycji satyrycznych pt. „Fajny film wczoraj widziałem”, prowadzony przez znanych autorów i artystów, jak m.in. Andrzeja Zaorskiego i Mariana Kociniaka. Konwencją programu było prezentowanie nowych dzieł kinowych, jak i telewizyjnych w zabawny, humorystyczny sposób³³. Lata 90. w radiowej „Trójce” zaowocowały kolejnym, znanym programem filmowym z 1997 roku, pt. „Trójkowo, filmowo”. Prowadzącym audycję po dziś dzień jest dziennikarz Ryszard Jaźwiński. Program ten stricte ukierunkowany jest na środowisko kinematograficzne. Przedstawiane są w nim wywiady, rozmowy z twórcami filmowymi i aktorami, ponadto relacje z festiwali filmowych, planów zdjęciowych, czy prezentowanie nowości kinowych. Redaktor R. Jaźwiński w radiowej „Trójce” prowadził kilka audycji o danej tematyce, jak np. „Fajny film wczoraj widziałem”, „Prosto z kina” (aktualnie, kontynuacją tego zakończonogo programu jest: „Fajny film”), „Premiera tygodnia”, „Premiery filmowe”, czy wciąż nadawany program „Noc Oscarów w Trójce”³⁴. Co więcej, audycje kulturalne – dotyczące polskiego rynku kinematograficznego obecne są w rozgłoszeniach ogólnopolskich, jak i lokalnych. Przykładem audycji szczebla regionalnego, jest np. Radio Kraków i nadawany w nim program pt. „Do kina, czy na film” – gdzie omawiane są premiery i nowości dużego ekranu, na które zapraszają krakowscy wielbiciel kina³⁵. W przypadku komercyjnej rozgłośni Radia Zet, zostały poczynione jeszcze dalsze kroki – w kierunku popularyzacji rozrywki. Mianowicie w 2012 roku stacja radiowa nawiązała współpracę z portalem stopklatka.tv, który stał się patronem audycji „MultiKinoZetka”, prowadzonej przez dziennikarkę Agnieszkę Kołodziejską. Dzięki tej kolaboracji na stronie internetowej platformy

³² zob. <https://www.polskieradio.pl/231/4360/Artykul/1400679,60-minut-na-godzine> (dostęp: 23.11.2020).

³³ M. Kamiński, *Fajny film wczoraj widziałem... – filmowy konkurs radiowej trojki*, „Filmweb” z 24.09.2002 r., <https://www.filmweb.pl/news/%22Fajny+Film+Wczoraj+Widzia%C5%82em...%22+-+filmowy+konkurs+radiowej+Tr%C3%B3jki-8191> (dostęp: 23.11.2020).

³⁴ Zob. Redakcja, *Ryszard Jaźwiński*, <http://www.trojkoфан.trojka.info/zespól-jazwinski-ryszard.html> (dostęp: 23.11.20).

³⁵ Zob. Redakcja, *Do kina czy na film*, <http://www.radiokrakow.pl/audycje/do-kina-czy-na-film/> (dostęp: 23.11.20).

stopklatka.tv umieszczano wywiady dziennikarzy radiowych Radia Zet, znalazł się tam również odnośnik do stacji radiowej, którą można było posłuchać w wersji online. Natomiast na stronie www.radiozet.pl powstała zakładka „Zet Film”, zawierająca piosenki i muzykę filmową. Co więcej, wiadomości kulturalne Radia Zet dostępne na stronie internetowej radia, zostały uzupełnione o informacje na temat wybranych filmów, odsyłając przy tym czytelników do Stopklatki. Na skutek tego, radio jak i kanał internetowy specjalizujący się w tematyce filmowej, zyskały nowych odbiorców dzięki obopólnej promocji, a tym samym zaczęły budować swój wizerunek na innych płaszczyznach medialnych³⁶.

Tematyka filmowa stała się ważnym punktem w rozgłoszeniach radiowych, zważywszy na stałe, piątkowe premiery kinowe, które swoją promocję miały również w radiu – temat ten po dziś dzień nie został jeszcze wyczerpany. W formie gotowych już podcastów czy audycji na żywo: dyskusji, wywiadu – dziennikarze radiowi sięgają po tematy filmowe, urozmaicając i przyciągając swoich słuchaczy zapraszającymi do studia znanymi gośćmi, jak np. reżyserzy, aktorzy, scenarzyści, czy krytycy filmowi. Najczęściej w audycjach radiowych poświęconych tematyce kina, sięga się po bieżący materiał, czyli to, co aktualnie można znaleźć w repertuarze kinowym, czy ofercie platform streamingowych: Netflixa, bądź HBO GO. Na przykładzie Radia Nowy Świat, program o filmie pt. „Raczek movie” prowadzi znany krytyk filmowy – Tomasz Raczek, w którym głównie bazuje na bieżących premierach kinowych, jak i nowościach onliene’owych. Zazwyczaj wiadomości o X muzie są przedstawione w formie recenzji, wnikliwej krytyki filmu bądź dyskusji na temat wybranego dzieła filmowego z zaproszonym gościem³⁷.

Dyskurs medialny, w tym przypadku radiowy (język mediów), jest w dużej mierze zależny od stylu i formy wypowiedzi prezentowanej przez dziennikarza, czy prowadzącego audycję, a przy tym od konwencji danej stacji radiowej. Na przykładzie krytyków filmowych tj.: Bożeny Janickiej, dyskutującej o polskim filmie w Radiu TOK FM³⁸, czy wspomnianym T. Raczku z Radia Nowy Świat – z reguły powyżsi dziennikarze posługują się językiem poprawnej polszczyzny, a nad-

³⁶ P. Czarnek, *Rodzaje rozrywki w polskiej radiofonii komercyjnej*, Łódź 2014, s. 249.

³⁷ Audycje radiowe „Raczek movie” prowadzone są w niedzielę o godzinie 13:00, a także dostępne w formie podcastów na stronie internetowej www.nowyswiat.online.pl, w zakładce „Podcasty”.

³⁸ Podcasty radiowe zapisane zostały i są dostępne na stronie radia: <https://audycje.tokfm.pl/gosc/997,Bozena-Janicka> (dostęp: 5.05.2021).

to profesjonalnym – gdyż operują terminologią filmoznawczą, medialną, a przy tym – językiem czytelnym i zrozumiałym chociażby dla laików filmowych (co można zauważyć w wypowiedziach medialnych danych krytyków). Niemniej jednak w audycjach radiowych XXI wieku (nie tylko filmowych), zauważalny jest zwrot w kierunku potoczności, przy użyciu języka kolokwialnego, nasyczonego neologizmami czy anglicyzmami. O tym zjawisku referuje w swojej publikacji Jerzy Podracki w *Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji*³⁹, czy Katarzyna Mosiołek-Kłosińska w *Wulgaryzacja języka w mediach*⁴⁰. Masowe upowszechnienie języka polskiego w radioodbiornikach (ale także prasie, telewizji, czy internecie) spowodowało, że dyskurs radiowy przekazywany jest w wersji mniej lub bardziej poprawnej, wysokiej, niskiej, eleganckiej, profesjonalnej, czy nawet wulgarnej.

Nic więc dziwnego, że Radio Watykańskie, dla którego temat kultury, sztuki, mediów, a tym bardziej przekazów audiowizualnych nie jest i nie był obcy (poruszane od wielu dziesięcioleci tematy medium i kina na łamach encyklik papieskich, czy na Światowych Dniach Środków Społecznego Przekazu) – sięgnęło po temat filmu, powierzając mu przestrzeń w autorskich (dedykowanych) audycjach radiowych.

Masowe upowszechnienie języka polskiego w radioodbiornikach (ale także prasie, telewizji, czy internecie) spowodowało, że dyskurs radiowy przekazywany jest w wersji mniej lub bardziej poprawnej, wysokiej, niskiej, eleganckiej, profesjonalnej, czy nawet wulgarnej.

³⁹ Zob. J. Podracki, *Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji*, w: *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000, s. 135–142.

⁴⁰ Zob. K. Mosiołek-Kłosińska, *Wulgaryzacja języka w mediach*, w: *Język w mediach...*, dz. cyt., s. 112–119.

4. „KINO – WEHIKUŁ LUDZKICH TĘSKNOT” – ANALIZA AUDYCJI

Pierwotnie audycje cyklu „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” zapisane były w serii odcinków na jedenastu płytach CD (po dziś dzień własność polskiej sekcji Radia Watykańskiego). W ramach projektu MEN „Zachować i promować polskie dziedzictwo narodowe – digitalizacja i opracowanie naukowe archiwaliów Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego”, cykl audycji radiowych polskiej sekcji radia watykańskiego został zdigitalizowany i umieszczony w tzw. rubrykach, w wolnym dostępie na stronie Polonijnej Biblioteki Cyfrowej. Zamieszczonych rubryk z audycjami cyklu jest 11, każda z nich posiada po kilka odcinków. Pierwsza zawiera osiem odcinków, natomiast każde kolejne do ósmej – liczą po siedem słuchowisk, zaś trzy ostatnie numery rubryk (9, 10, 11) mają ich sześć. Czas trwania pojedynczych materiałów audio oscyluje w granicach od 8 do 10 minut. Nagrania są zwięzłe, zawierają ścieżkę muzyczną, fragmenty audialne scen z filmów (zazwyczaj są to dialogi bohaterów), jak i zwińczający każdy odcinek morał bądź przesłanie przedstawione przez lektora. W przygotowaniu wszystkich odcinków cyklu został zastosowany zabieg klamry kompozycyjnej, występujący w postaci gotowego podkładu muzycznego. Każda z audycji radiowych rozpoczyna się i kończy tym samym fragmentem muzycznym, który łączy w sobie *soundtrack* dwóch popularnych filmów. Pierwszy utwór pt. *Concerning Hobbits* pochodzi z filmowej Trylogii „Władcy Pierścieni: Drużyna Pierścienia” z 2001 roku, natomiast druga kompozycja pt. *The Battle* z filmu „Gladiator” z 2000 roku. Muzyka we wstępie każdej z audycji od razu wprowadza odbiorcę w filmowy świat, pobudza zmysł słuchu, który pełni rolę kluczową dla odbioru treści i przekazów audialnych.

Wszystkie 11 rubryk z audycjami „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” zostało zrealizowanych przez wspomnianego w publikacji o. Danilewicza we współpracy z redaktorem Janem Pniewskim (pracownik Redakcji Katolickiej Radia Polskiego⁴¹), który był odpowiedzialny za opracowanie i przygotowanie materiałów. Nazwiska, jak i funkcje obydwu autorów wspominane są na zakończenie każdego odcinka.

Według informacji ze strony Wirtualnego Muzeum Polonii, „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” w programie polskiej sekcji radia watykańskiego emitowany był

⁴¹ zob. Redakcja, *O nas*, <https://www.polskieradio.pl/37,Redakcja-Programow-Katolickich/900,O-nas> (dostęp: 26.11.2020).

co tydzień w niedzielę⁴². Emisja pierwszego odcinka miała miejsce 14 listopada 2004 roku, ostatnia zaś 24 czerwca 2007 roku⁴³. Cały materiał został zachowany na płytach CD i do dziś pozostaje własnością Radia Watykańskiego. Audycje w swojej strukturze wyróżniają się zauważalną powtarzalnością schematu. Po pierwsze, głównym tematem rozważań dla każdego słuchowiska jest jeden, wybrany przez autorów film. Dzieła te pochodzą z różnych przedziałów czasowych, przeważnie są one powiązane z konkretną cezurą czasową w dziejach kina i filmu. Ponadto dobór obrazów filmowych jest chronologiczny, tzn. z każdym kolejnym odcinkiem przedstawiane jest coraz to młodsze dzieło filmowe (jednakże występują wyjątki od tej reguły). Poczynając od samych początków kina – jego narodzin pod koniec XIX wieku, a na latach 70-tych kończąc. Ponad 70letnia historia kina zawarta jest w 74 słuchowiskach cyklu audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”. Dzieła filmowe pochodzą od najznakomitszych twórców kina: europejskiego, amerykańskiego, rosyjskiego, finlandzkiego, szwedzkiego, itp. Niezaprzeczalnie audycje te zawierają wspomnienie o wybitnych twórcach, jak i dziełach światowej kinematografii. W repertuarze filmowym omawianych audycji znajdziemy wybitne nazwiska twórców i pionierów światowej kinematografii, jak np.: Siergiej Einstein, Orson Welles, Akira Kurosawa, Federico Fellini, Ingmar Bergman, Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick, Michaił Kałatozow, Michalis Kakogiannis i wielu innych wybitnych reżyserów⁴⁴. Niektóre z nazwisk autorów filmowych powtarzają się w kilku słuchowiskach, jak np. Francis Ford Coppola, którego „Ojciec chrzestny” omawiany jest w odcinku trzecim (rubryka nr 10), a „Czas apokalipsy” w piątym (rubryka nr 11). Podobną sytuację mamy z filmami Frieda Zinnemanna, z których „W samo południe” zostało przedstawione w odcinku czwartym (rubryka nr 4.) a obraz „Oto jest głowa zdrajcy” w odcinku szóstym (rubryka nr 7). Po drugie każde ze słuchowisk zawiera krótkie wprowadzenie do podejmowanego w danym materiale filmu, przedstawiane przez lektora. Przedmowa zawiera zazwyczaj treści opisujące ogólną sytuację kina umiejscowioną w wybranej cezurze czasowej, z której pochodzi wyróżniony obraz filmowy. Tym samym najpierw przedstawiony zostaje zarys historyczny, który stanowi tło dla wprowadzenia i omówie-

⁴² W. Nowakowska, *Papieska rozgłośnia*, „Niedziela” 12.2007 r., <https://www.niedziela.pl/artukul/81727/nd/Papieska-rozglosnia> (dostęp: 19.11.2020).

⁴³ Zob. http://muzeumpolonii.uw.edu.pl/?page_id=2550 (dostęp: 28.11.2020).

⁴⁴ Zob. tabela 1.

nia głównego tematu słuchowiska – filmu. Co więcej, owa schematyczność dotyczy także przedmiotu rozważań każdego odcinka, czyli zaprezentowania dzieła i problemowego jego ujęcia. Wspomniana „problematyczność” filmu przeważnie wynika z podejmowanej analizy akcji dzieła i działań głównego bohatera – jego emocjonalnej strony, zachowania, jak również dokonanej przemiany. Lektorzy od ogółu do szczegółu podążają w swoim zachowanym schemacie przedstawianych treści, wyciągając z omawianego filmu naukę, czy uniwersalne przesłanie – pozostawiając widza sam na sam z własnymi przemyśleniami.

Zakres tematyczny cyklu audycji, jak zostało powyżej wspomniane, obejmuje ponad 70 lat historii kina. Audycje tworzą (względnie) chronologiczny ciąg wydarzeń, odnosząc się do każdego dziesięciolecia z dorobku światowej kinematografii: poczynając od lat 20., na 70. kończąc. Wyjątek stanowi tu szczególna audycja, inaugurująca cykl poświęcony kinu, mianowicie pierwszy odcinek pod tytułem: „wprowadzenie”, prezentujący film „Pasja” w reż. Mela Gibsona z 2004 roku. Wybór danego dzieła wyróżnia się pośród przyjętej chronologii filmowych odcinków. Powodem tego może być fakt, iż pierwszy materiał cyklu „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” został wyemitowany dziewięć miesięcy po głośnej premierze filmu M. Gibsona⁴⁵. Ponadto, jak już zostało wspomniane we „wprowadzeniu” – „Pasja” swoją formą, jak i treścią dotyka uniwersalnych kwestii odnoszących się do istoty kina. Jak sami narratorzy podkreślają: „takie też jest kino – raz jarmarczne, raz ambitne, między tanią rozrywką a głębokim namysłem otaczającego świata. Odnajdujemy w nim gatunki szlachetne i te schlebające pospolitym gustom. W jednych i w drugich można znaleźć arcydzieła na równi z falsyfikatami”⁴⁶. Tymi słowami lektor zaprasza słuchaczy na cotygodniowy cykl audycji pt. „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”. W nawiązaniu do powyższych treści, można więc stwierdzić, iż film M. Gibsona idealnie wpasowuje się w charakter audycji rozgłośni polskiej sekcji radia watykańskiego – jednego z reprezentatywnych medium stolicy apostolskiej. Adaptacja ostatnich godzin z życia Jezusa zalicza się do gatunku kina religijnego, a uściślając – do filmu biblijnego, gdyż „Pasja” stricte odwołuje się do treści biblijnych (Nowy Testament). Według Iwony Kolasińskiej,

⁴⁵ Światowa premiera filmu „Pasja” odbyła się 24 lutego 2004 roku, zob. <https://www.filmweb.pl/film/Pasja-2004-38233> (dostęp: 30.11.2020).

⁴⁶ Na podstawie audycji A. Danilewicz, „Wprowadzenie – „Pasja” Mela Gibsona”, *Kino – wehikuł ludzkich tęsknot*, data emisji: 14.11.2004, 10’, http://muzeumpolonii.uw.edu.pl/?page_id=2550 (dostęp: 30.11.2020).

autorki publikacji pt. *film biblijny*, zainteresowanie ekranizacją treści Nowego Testamentu przypada głównie na lata: 50., 60. i 70. – w szczególności zauważalne w kinie amerykańskim. Przykładem tego jest film George’a Stevensa pt. „Opowieść wszech czasów” z 1965 roku, czy ekranizacja sławnego musicalu „Jesus Christ Superstar” w reżyserii Normana Jewisona z 1973 roku⁴⁷. Jednakże coraz to nowsze produkcje filmów biblijnych, np. z lat 90., wyróżniały się już nowymi tendencjami w przedstawianiu biblijnych tematów: m.in. współczesnymi stylami i technikami. Adaptacje wątków biblijnych ostatniej dekady XX wieku, urastały do

Ponad 70-letnia historia kina zawarta jest w 74 słuchowiskach cyklu audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”. Audycje tworzą (względnie) chronologiczny ciąg wydarzeń, odnosząc się do każdego dziesięciolecia z dorobku światowej kinematografii: począwszy od lat 20-tych, na 70tych kończąc.

rangi superprodukcji, z charakterystycznym dla tego typu formatu rozmachem inscenizacyjnym i produkcyjnym⁴⁸. Przykładem wspomnianych wielkoformatowych produkcji jest dzieło cenionego reżysera Martina Scorsese pt. „Ostatnie kuszenie Chrystusa” z 1988 roku, czy wspomniana „Pasja” M. Gibsona. Co ciekawe, oba te filmy skupiają się na ostatnich chwilach z życia Jezusa Chrystusa w podobny, niezwykle przeszywający i emocjonalny sposób. Co więcej, wywołały nie mało kontrowersji i dyskusji, m.in. w środowisku filmoznawczym, teologicznym i naukowym. Bowiem to właśnie „Pasji” zarzucano zbytnią dosłowność przekazu i niezwykle brutalizm obrazu. W pierwszym odcinku otwierającym cykl audycji,

⁴⁷ Ł. Cieślak, *Najlepsze filmy religijne. Top 20 filmów, które warto obejrzeć*, „Filmweb” z 31.05.2020 r., <https://www.filmweb.pl/news/Najlepsze+filmy+religijne.+Top+20+film%C3%B3w%2C+kt%C3%B3re+warto+obejrze%C4%87-137946> (dostęp: 2.12.2020).

⁴⁸ I. Kolasińska, *Film biblijny*, w: *Wokół kina gatunków*, red. K. Loska, Kraków 2001, s. 233–234.

film ten nie jest poddany krytyce, lecz zostaje przedstawiony jako przykład istoty i funkcji kina, które od początku swojego istnienia bywa zaskakujące i różnorodne, dzięki czemu każdy może znaleźć w nim coś dla siebie.

Pierwsza rubryka zawiera osiem odcinków (w przeważającej części są to filmy produkcji amerykańskiej), w większości odnoszących się do początków kina. Wyjątek stanowi audycja szósta, przypadająca na Święta Bożego Narodzenia (data emisji: 26.12.2004), w której porównane zostały ze sobą dwa dzieła filmowe, stanowiące adaptacje powieści Charlesa Dickensa, pt. „Opowieść wigilijna”. Oba obrazy tożsame są pod względem tematyki filmu, jednakże odmienne w stylu prezentowania. Filmy, o których mowa, to dzieła Richarda Donnera pt. „Świąteczne show” z 1988 roku, jak i „Opowieść wigilijna” Davida Jonesa z 1999 roku⁴⁹. Kolejnym odstępstwem chronologicznym jest audycja noworoczna (odcinek siódmy) z dnia 2 stycznia 2005 roku, zatytułowana: „Dar czasu”. W tym materiale omawiane jest dzieło Harolda Ramisa pt. „Dzień Świstaka” z 1993 roku. Przytoczone powyżej wyjątki można uznać za tzw. audycje tematyczne, które stricte odwołują się do danego wydarzenia: święta kościelnego, czy tradycji świętowania w rzeczywistym czasie emisji danej audycji. Warto dodać, że są to wydarzenia związane z uroczystymi obrzędami obchodzonymi w Kościele katolickim (w dniu Bożego Narodzenia jest to msza pasterska – pasterka⁵⁰, a w nowy rok – msza noworoczna, jako błogosławieństwo na nowy rok). Filmy z rubryki pierwszej (ze wspomnianymi dwoma wyjątkami) pochodzą z pierwszego trzydziestolecia, jak i ostatniego trzydziestolecia XX wieku⁵¹. Omawiane są obrazy filmowe początków kina: amerykańskiego „Gorączka złota” z 1925 roku, radzieckiego „Pancernik Potiomkin” z 1925 roku, czy z czołowych osiągnięć ekspresjonizmu niemieckiego w filmie „Gabinet doktora Caligari” z 1920 roku. Dziełem zamykającym tę część, jest obraz wiedeńskiego reżysera Fritza Langa, pt. „M – morderca” z 1931 roku,

⁴⁹ Na podstawie audycji A. Danilewicz, „Boże Narodzenie”, *kino – wehikuł ludzkich tęsknot*, data emisji: 26.12.2004, 10'49", http://muzeumpolonii.uw.edu.pl/?page_id=2550 (dostęp: 15.12.2020).

⁵⁰ Pasterka jest to uroczysta, pierwsza msza święta otwierająca w Kościele katolickim oktawę liturgicznych obchodów Bożego Narodzenia, zob. <https://web.archive.org/web/20130731061856/http://www.xn--witaboegonarodzenia-rrc79k7u.pl/pasterka/> (dostęp: 16.12.2020).

⁵¹ zob. tabela 1.

pierwszy film dźwiękowy w filmografii autora, jak i dzieło rozpoczynające nową tematykę filmową w danym cyklu audycji.

Filmy zaprezentowane w rubryce drugiej stanowią syntezę tego, co działo się na przełomie lat 30. i 40. w XX wieku. W tej części cyklu mamy do czynienia z anglosaskimi klasykami, należących do kanonu kina światowego. To m.in. „Przełomienie z wiatrem” w reż. Victora Fleminga z 1939 roku, „Obywatel Kane” Orsona Wellesa z 1941 roku, czy „Casablanca” Michaela Curtiza z 1942 roku. Tych siedem przedstawionych filmów rubryki drugiej, w większym bądź mniejszym stopniu, odwołuje się do skutków kryzysu lat 30.⁵² Podejmowane w audycjach tematy odnoszą się m.in. do szeroko pojętej niesprawiedliwości (prawnej, systemowej), zniewolenia człowieka, biedy, nędzy czy wolności jednostki⁵³. Z kolei rubryka trzecia zawiera przełamującą (amerykańską dominację) różnorodność narodową filmów. Otóż w materiałach pojawiają się dzieła włoskich, finlandzkich czy francuskich twórców i ich dzieła przełomu lat 40. i 50., m.in.: „Rzym, miasto otwarte” Federico Rosseliniego, „Niepotrzebni mogą odejść” Carola Reeda, czy „Cena strachu” Henri Clousette’a. Odstępstwem od wspomnianego porządku czasowego jest dzieło finlandzkiego reżysera Aki Kaurismakiego pt. „Człowiek bez przeszłości” z 2002 roku. Choć obraz A. Kaurismakiego dzieli od pozostałych filmów kilka dekad, niemniej jednak tematycznie wpasowuje się do podjętej problematyki rubryki trzeciej. W tej części lektorzy zwracają szczególną uwagę na niezbędność każdego życia ludzkiego: dobrego, jak i złego. Kolejne z opracowanych rubryk audycji, przywołują coraz to nowych twórców kina światowego, jak i ich kultowe dzieła. W części czwartej i piątej mamy przybliżone retrospekcje klasyki kina lat 50.. Następnie w rubrykach sześć, siedem i dziewięć zaprezentowane są filmy z kanonów kina lat 60.: „Co się zdarzyło Baby Jane”, „Goście wieczerzy pańskiej”, czy „Sklep przy głównej ulicy”. Część ósma natomiast, wykracza poza obowiązujący w większości rubrykach schemat chronologiczny. Prezentowane w niej filmy pochodzą z kilku dziesięcioleci, mianowicie z lat: 60., 70. jak i jedno dzieło pochodzące z lat 80. – pt. „Legenda o świętym pijaku” w reż. Ermanno Olmi z 1988 roku (odcinek nr 4). Przytoczona audycja miała swoją transmisję ostatniego dnia

⁵² Wielki kryzys gospodarczy, który miał miejsce w 1929 roku i objął wszystkie państwa z wyjątkiem ZSRR. W audycjach z rubryki drugiej, głównie omawiane są skutki kryzysu gospodarczego w USA.

⁵³ A. Danilewicz, *Kino – wehikuł ludzkich tęsknot* [2], [Audio], 2005, <http://www.pbc.uw.edu.pl/13823/> (dostęp: 15.12.20).

mijającego roku, tj. 31 grudnia 2006. Można więc przypuszczać, że film francuskiego reżysera został specjalnie wybrany na daną okazję – pożegnania ze starym a przywitania nowego roku. Zważywszy na fabułę, jak i przekaz, cały film (jak trafnie zauważyli lektorzy) jest pełen cudów, nadziei i łaski bożej – wartości idących wraz z nowym rokiem⁵⁴. Ostatnie dwie rubryki (10 i 11) cyklu *Kino – wehikuł ludzkich tęsknot*, przywołują wspomnienia popularnych filmów z klasyki kina amerykańskiego z lat 70.. W tych dwóch, zwieńczających cykl rubrykach, przedstawione zostały obrazy, które w myśli filmoznawczej (teorii, historii i krytyce filmowej) po dziś dzień uważane są za ponadczasowe. To m.in.: „Brudny Harry” Dog Siegela z 1971 roku, „Ojciec Chrzestny” Francisa Forda Coppoli z 1972 roku, „Piknik pod wiszącą skałą” Petera Weira 1975 roku, „Lot nad kukułczym gniazdem” Milosa Formana z 1975 roku, „Taksówkarz” Martina Scorsese z 1976 roku, czy „Stalker” Andrieja Tarkowskiego z 1979 roku.

Jak już zostało wspomniane, zestawione filmy tegoż cyklu audycji są niezwykle zróżnicowane pod względem narodowościowym (kraj produkcji), jak również gatunkowym. Patrząc na rodzaj filmu, mamy do czynienia z najróżniejszymi gatunkami występującymi jeszcze za czasów tzw. starego kina (film czarno-biały, niemy), jak również w okresie pionierskich technik filmowych na miarę XX wieku. W materiałach audio cyklu „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” wyróżnione gatunki, to np.: dramat („Grono gniewu”, „Piłat i inni”), melodramat („Przeminęło z wiatrem”, „Lecą żurawie”), thriller („M – morderca”, „Wyznaję”), romans („Afrykańska królowa”), komedia („Niech żyje wolność”, „O uroczystości i gościach”), film noir („Sokół maltański”, „Bulwar zachodzącego słońca”), horror („Gabinet doktora Caligari”), film gangsterski („Mały Cezar”, „Ojciec chrzestny”), film biograficzny („Kleopatra”, „Andriej Rublow”), czy także western („W samo południe”)⁵⁵. Cykl „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” nie zawęży się wyłącznie do dzieł religijnych, biblijnych. Według autorki jest to przekrój klasyki filmów światowej kinematografii. Wszystkie filmy występujące w 11 rubrykach, tj. w 74 odcinkach cyklu audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”, zostały sporządzone w formie tabeli

⁵⁴ Na podstawie audycji A. Danilewicz, „Legenda o świętym pijaku”, *kino – wehikuł ludzkich tęsknot*, data emisji: 31.12.2006, 9’37”, http://muzeumpolonii.uw.edu.pl/?page_id=2550 (dostęp: 15.12.2020).

⁵⁵ Zob. tabela 1.

(z podziałem na: tytuł filmu, reżysera, kraj, rok produkcji i gatunek), która została umieszczona na końcu artykułu.

5. ZAKOŃCZENIE

Cykl audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” stanowi treściwy przewodnik po dziedzictwie światowej kinematografii. Na podstawie wybranych filmów z okresu lat 20tych-70-tych, pozwala w sposób zwięzły i rzeczowy zapoznać się z historią kina światowego.

Projekt audycji radiowych tworzą filmy odmiennego pochodzenia: japońskiego, finlandzkiego, szwedzkiego, rosyjskiego, australijskiego, brytyjskiego, amerykańskiego i europejskiego. W materiałach radiowych przedstawione zostały sylwetki najważniejszych międzynarodowych reżyserów XX wieku. Omawiane filmy w 74 słuchowiskach, osadzone zostały w znaczących cezurach czasowych, uwarunkowanych wydarzeniami kulturalnymi, społecznymi, gospodarczymi, jak i politycznymi (tj. narodziny kina, zmierzch filmu niemego, I i II wojna światowa, kryzys gospodarczy lat 30., itp.) Zamierzenie bądź nie – cykl audycji stanowi podstawę historii kina światowego – zmieniających się trendów, technik filmowych, nowinek cyfrowych, jak i znaczącego postępu w dziedzinie kinematografii na przestrzeni kilku dziesięcioleci. Przedstawiona za pomocą słuchowisk radiowych historia została opowiedziana w sposób przystępny, za pomocą zrozumiałego i czytelnego języka narracji. Co więcej, zgodność tematyki materiału z osobą realizatora audycji: o. Danilewicz, nie powinna pozostawiać żadnych wątpliwości, zważywszy na ojca doświadczenie w pracy nad środkami społecznego przekazu (prasa, radio i telewizja).

Nawiązując zaś do przewagi filmów produkcji amerykańskiej (widocznej w szczególności w pierwszych dwóch rubrykach z audycjami), autorka zwraca uwagę na nieobecność a zarazem niedosyt polskich obrazów filmowych w prezentowanym cyklu. Filmów z rodzimej produkcji w całym zestawieniu jest tylko jeden – „Piłat i inni” w reż. Andrzeja Wajdy z 1972 roku⁵⁶. Natomiast w odcinku trzecim, rubryki ósmej przedstawiony został film pt. „Matnia”, polskiego twórcy filmowego – Romana Polańskiego. Jednakże film ten jest produkcją zagraniczną

⁵⁶ Zob. tabela 1.

(Wielka Brytania), w którym również obsada filmu składa się z artystów obcojęzycznych (francuskich i brytyjskich).

Cykl audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot” polskiej sekcji radia watykańskiego, zachowuje i chroni polskie dziedzictwo kulturowe. Idea cyfryzacji mediów – w tym przypadku audycji radiowych – pozwala skatalogować i uporządkować materiał w jednym miejscu, co dla popularyzacji nauki, jak i dla celów dydaktycznych czy badawczych jest znaczące i potrzebne – w dużej mierze ułatwiając i umożliwiając szybki do nich dostęp. Ponadto, przedłożona publikacja otwiera pole do dalszych badań w dyscyplinie nauki o komunikowaniu społecznym i mediach, na wielu płaszczyznach, m.in.: analizy audycji radiowych (w ujęciu stricte metodologicznym, jak i praktycznym), związku kina i radia czy kwestii działalności polskiej sekcji radia watykańskiego, a tym samym do polemiki nad materiałami polskiej sekcji radia watykańskiego, które w znaczący sposób wzbogaciły zasoby Polonijnej Biblioteki Cyfrowej.

BIBLIOGRAFIA

- Brzozowski J., *75 lat Polskiej Prowincji Zgromadzenia Słowa Bożego (cz. I)*, „Misjonarz” 2012 z. 1.
- Cieślak Ł., *Najlepsze filmy religijne. Top 20 filmów, które warto obejrzeć*, „Filmweb” z 31.05.2020 r., <https://www.filmweb.pl/>.
- Czarnek P., *Rodzaje rozrywki w polskiej radiofonii komercyjnej*, Łódź 2014.
- Dobrowolski T., *60 lat polskiej sekcji radia watykańskiego*, „Opoka” z 12.02.1999 r., <https://opoka.org.pl/>.
- Goban-Klas T., *Radiomorfoza w kontekście ewolucji, adaptacji i konwergencji mediów*, „Studia Medioznawcze” 2006 z. 3 (26).
- Grzelewska D., Habielski R., Kozieł A., Osica J., Piwońska-Pykało L., Skwierawski F., *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*, Warszawa 1999.
- Hopfinger M., *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa 2003.
- Jaroszyński J., *Misja Polskiej Sekcji Radia Watykańskiego*, „Kwartalnik Nauk o Mediach” 2016 z. 3, <http://knm.uksw.edu.pl/>.
- Kamiński M., *Fajny film wczoraj widziałem... – filmowy konkurs radiowej trojki*, „Filmweb” z 24.09.2002 r., <https://www.filmweb.pl/>.
- Kolasińska I., *film biblijny*, w: *Wokół kina gatunków*, red. K. Loska, Kraków 2001.
- Levinson P., *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006.
- Ostaszewski J., *Rozumienie opowiadania filmowego*, Kraków 1999.
- Pokorna-Ignatowicz K., *Kościół w świecie mediów*, Kraków 2002.

- Mosiołek-Kłosińska K., *Wulgaryzacja języka w mediach*, w: *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.
- Nowakowska W., *Papieska rozgłośnia*, „Niedziela” z 12.2007 r., <https://www.niedziela.pl/>.
- Podracki J., *Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji*, w: *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.
- Szczepaniak K., *Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych – refleksje metodologiczne*, „Acta Universitatis Lodzensis, Folia Sociologica” 2012, z. 42.
- Wójciszyn-Wasil A., *Obrazy – nie tylko w wyobraźni. Wizualna rewolucja radia*, „Zeszyty Naukowe KUL” 2018, nr 1 (241).
- <https://www.filmweb.pl/>
- <https://info.wiara.pl/>
- <http://www.mediadlaewangelii.pl/>
- <http://www.misjonarz.pl/>
- <http://muzeumpolonii.uw.edu.pl/>
- <https://www.paulus.org.pl/>
- <http://www.pbc.uw.edu.pl/>
- <https://www.polskieradio.pl/>
- <http://www.radiokrakow.pl/>
- <https://www.rownoleznik.werbisci.pl/>
- <https://www.tokfm.pl/>
- <http://www.trojkofan.trojka.info/>
- <https://twitter.com/>
- <https://www.zyciezakonne.pl/>

Tabela 1. Zestawienie filmów z audycji „Kino – wehikuł ludzkich tęsknot”

Tytuł Filmu	Reżyser	Kraj pochodzenia i rok produkcji	Gatunek
CD 1.			
1. Pasja	Mel Gibson	USA/2004	Biblijny
2. Nicklodeon	Peter Bogdanowicz	USA/1976	Komedia
3. Gorączka złota	Charlie Chaplin	USA/1925	Komedia
4. Gabinet dr Caligari	Robert Wiene	Niemcy/1920	Horror
5. Pancernik Potiomkin	Siergiej Eisenstein	ZSRR/1925	Dramat historyczny
6. Opowieść wigilijna	David Jones	USA/1999	Dramat
7. Wigilijne Show	Richard Donner	USA/1988	
8. Dzień Świstaka	Harold Ramis	USA/1993	Komedia romantyczna
9. M – morderca	Fritz Lang	Niemcy/1931	Thriller
CD 2.			
10. Niech żyje wolność	Rene Clair	Francja/1931	Komedia/musical
11. Mały Cezar	Mervyn Leroy	USA/1931	Gangsterski
12. Przeminęło z wiatrem	Victor Fleming	USA/1939	Melodramat
13. Obywatel Kane	Orson Welles	USA/1941	Dramat
14. Grono gniewu	John Ford	USA/1940	Dramat

Tytuł Filmu	Reżyser	Kraj pochodzenia i rok produkcji	Gatunek
15. Sokół Maltański	John Houston	USA/1941	Kryminał/ film noir
16. Casablanca	Michael Curtiz	USA/1942	Melodramat
CD 3.			
17. To wspaniałe życie	Frank Capra	USA/1946	Dramat/ fantasy
18. Rzym, miasto otwarte	Federico Rosseliniego	Włochy/1945	Dramat wojenny
19. Umberto D.	Vittorio de Sica	Włochy/1952	Dramat obyczajowy
20. Człowiek bez przeszłości	Aki Kaurismaki	Finlandia/2002	Dramat/ komedia
21. Na nadbrzeżach	Elia Kazan	USA/1954	Dramat
22. Niepotrzebni mogą odejść	Carol Reed	Wielka/Brytania 1947	Film noir
23. Cena strachu	Henri Clousette	Francja/1953	Przygodowy/ thriller
CD 4.			
24. Bulwar zachodzącego słońca	Billy Wilder	USA/1950	Dramat/ film noir
25. Rashomon	Akira Kurosawa	Japonia/1950	Dramat
26. Afrykańska królowa	John Huston	USA/1951	Komedia/ romans
27. W samo południe	Fried Zinnemann	USA/1952	Western
28. La strada	Federico Fellini	Włochy/1954	Dramat
29. Wieczór kuglarzy	Ingmar Bergman	Szwecja/1953	Dramat
30. Wyznając	Alfred Hitchcock	USA /1953	Thriller
CD 5.			
31. Buntownik bez powodu	Nicolas Ray	USA/1955	Dramat
32. Ucieczka skazańca	Robert Bresson	Francja/1956	Dramat wojenny
33. Siódma pieczęć	Ingmar Bergman	Szwecja/1957	Dramat
34. Lecą żurawie	Michaił Kałatozow	ZSRR/1957	Melodramat
35. Most na rzece Kwai	David Lean	USA/1957	Dramat/ przygodowy
36. Ścieżki chwały	Stanley Kubrick	USA/1957	Dramat wojenny
37. Hiroszima moja miłość	Alain Resnais	Francja/1959	Dramat/ romans
CD 6.			
38. Najdłuższy dzień	Darryl F. Zanuck; Bernhard Wicki; Gerd Oswald ; Ken Annakin; Andrew Marton	USA/1962	Dramat wojenny
39. Co się zdarzyło Baby Jane	Robert Aldrich	USA/1962	Dramat/thriller
40. Kleopatra	Joseph L. Maniewicz	USA/1963	Biograficzny/histeryczny
41. Lampart	Luchino Visconti	Francja/Włochy/1963	Kostiumowy/ romans
42. Wojna i pokój	Sergey Bondarchuk	ZSRR/1965	Dramat historyczny
43. Jezus z Montrealu	Denys Arcand	Francja/Kanada/1989	Dramat
CD 7.			
44. Goście wieczery pańskiej	Ingmar Bergman	Szwecja/1963	Dramat
45. Dziecko wojny	Andriej Tarkowski	ZSRR/1962	Dramat wojenny
46. Doktor Żywago	David Lean	USA/1965	Melodramat
47. Alphaville	Jean-Luc Godard	Francja/1965	Film noir/ sci-fi
48. Sklep przy głównej ulicy	Jan Kadar	Czechosłowacja/1965	Dramat wojenny
49. Oto jest głowa zdrajcy	Fried Zinnemann	Wielka Brytania/1966	Biograficzny/kostiumowy

Tytuł Filmu	Reżyser	Kraj pochodzenia i rok produkcji	Gatunek
50. Niepokoje wychowanka Torlessa	Volker Schlöndorff	Francja/RFN/1966	Thriller
CD 8.			
51. O uroczystości i gościach	Jan Nemec	Czechosłowacja/1966	Komedia obyczajowa
52. Z	Costa Gavras	Francja/1969	Thriller
53. Matnia	Roman Polański	Wielka Brytania/1966	Dramat
54. Legenda o świętym pijaku	Ermanno Olmi	Francja/1988	Dramat psychologiczny
55. Piłat i inni	Andrzej Wajda	Polska/RFN/1972	Dramat
56. Wniebowstąpienie	Łarisa Szepitko	ZSRR/1977	Dramat wojenny
57. Płonący wieżowiec	John Guillermin	USA/1974	Katastroficzny
CD 9.			
58. Samotność długodystansowca	Tony Richardson	Wielka Brytania/1962	Dramat obyczajowy
59. Lawrence z Arabii	David Lean	USA/1962	Dramat
60. Andriej Rublow	Andriej Tarkowski	ZSRR/1966	Biograficzny
61. Grek Zorba	Mihalis Kakogiannis	Grecja/1964	Dramat
62. Odyseja kosmiczna 2001	Stanley Kubrick	USA/1968	Sci-fi
63. Zmierzch bogów	Luchino Visconti	Włochy/1969	Dramat wojenny
CD 10.			
64. Pięć łatwych utworów	Bob Rafelson	USA/1970	Dramat obyczajowy
65. Brudny Harry	Don Siegel	USA/1971	Krymianł
66. Ojciec Chrzestny	Francis Ford Coppola	USA/1972	Gangsterski
67. Kabaret	Bob Fosse	USA/1972	Dramat/musical
68. Szczęśliwy człowiek	Lindsay Anderson	USA/1973	Obyczajowy/satyra
69. Aguirre – gniew boży	Werner Herzog	RFN/1972	Biograficzny
CD 11.			
70. Zagadka Kaspara Hausera	Werner Herzog	RFN/1974	Biograficzny/historyczny
71. Piknik pod wiszącą skałą	Peter Weir	Australia/1975	Dramat
72. Lot nad kukułczym gniazdem	Milos Forman	USA/1975	Dramat psychologiczny
73. Taksówkarz	Martin Scorsese	USA/1976	Dramat
74. Czas apokalipsy	Francis Ford Coppola	USA/1979	Dramat wojenny
75. Stalker	Andriej Tarkowski	ZSRR/1979	Sci-fi

Źródło: Opracowanie własne

WYKAZ SKRÓTÓW:

PBC – Polska Biblioteka Cyfrowa,

PDL – Polish Digital Library

PSRW – Polska Sekcja Radia Watykańskiego

Biogram

Anita Zawisza – doktorantka i wykładowczyni na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii, dyscyplina nauki o mediach i komunikacji społecznej. Autorka publikacji odnoszących się do wybranych aspektów, problemów badawczych dot. polskiej kinematografii. Zainteresowania badawcze skupiają się wokół analizy wizerunku postaci filmowych (w szczególności duchownych Kościoła katolickiego).

ORCID: 0000-0001-7050-5889

RECENZJE

Łukasz Flak

Uniwersytet Jagielloński

Nowe technologie – remedium czy spiritus movens kryzysu psychicznego w erze Big Data?

New technologies – a remedy or the spiritus movens of the mental crisis in the era of Big Data?

Recenzja naukowa książki Adama Altera pt. *„Uzależnienia 2.0. Dlaczego tak trudno się oprzeć nowym technologiom?”*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018, 366 s.

ABSTRAKT

Przedmiotem recenzji jest próba oceny dzieła Adama Altera pt. *„Uzależnienia 2.0. Dlaczego tak trudno się oprzeć nowym technologiom?”* z perspektywy dyscypliny komunikacji społecznej i mediów. Monografia podejmuje bowiem niezwykle istotny społecznie temat uzależnień cyfrowych i ich konsekwencji. Autor recenzji poddaje krytycznej ocenie przytoczone badania, dobór literatury oraz metodologię w celu oceny poznawczej dzieła w świetle nauk społecznych.

SŁOWA KLUCZOWE

konsekwencje immersji, media społecznościowe, nowe technologie, społeczeństwo sieciowe, uzależnienia behawioralne, władza algorytmów

ABSTRACT

The subject of the review is an attempt to evaluate Adam Alter's book entitled *“Addictions 2.0. Why is it so difficult to resist new technologies?”* from the perspective of the discipline of social communication and media. The monograph deals with the extremely important social topic of digital addictions and their consequences. The author of the review critically evaluates the cited research, the selection of literature and the methodology in order to cognitively evaluate the scientific monograph in social sciences.

KEYWORDS

behavioral addictions, social media, consequences of immersion, network society, new technologies, the power of algorithms

O becny dyskurs naukowy, a w ostatnim czasie nawet społeczny, oscyluje w dużej mierze wokół kwestii związanych z mediami społecznościowymi. Zainteresowanie badawcze tym tematem napędzają zarówno liczne incydenty

w cyberprzestrzeni (wycieki wrażliwych danych itp.) i wykorzystywanie SNS¹ w polityce czy kryminologii, jak i sam rozwój czy ekspansja coraz to nowszych serwisów (w ostatnim czasie np. Tik Toka) oraz popularność tychże portali. Ich fenomen polegający głównie na oferowaniu: rozrywki i angażującej treści, kontaktu zapośredniczonego i procesów związanych bezpośrednio z tzw. FOMO², przekłada się na wciąż rosnącą liczbę „pracowników” sieci nowomediów, takich jak na przykład Facebook – ponad **1.6 mld** aktywnych dziennych użytkowników³.

Temat ten w ostatnich latach podjęto wielu badaczy polskich i zagranicznych, pojawiał się także w środowisku społeczno-komercyjnym: wątek mediów społecznościowych pojawia się w głośnych produkcjach, takich jak *Social Dilemma*⁴, traktujący o wpływie algorytmów popularnych serwisów społecznościowych na decyzyjność człowieka (w tym wpływu na relacje społeczne i preferencje zakupowe) czy *Hakowanie świata*⁵, film poruszający temat globalnej inwigilacji i władzy, jaką mają nad odbiorcami twórcy serwisów społecznościowych, ukrywający swoje intencje pod fasadą promowania, budowania i utrzymywania więzi społecznych.

Zarówno produkcje filmowe, jak i kolejne coraz to nowsze pozycje naukowe roztrząsają niejako esencję potencjału marketingowego i realny model biznesowy potentatów Doliny Krzemowej, a także rozpatrują charakter portali od strony socjologii jakościowej. Jedną z najnowszych pozycji na rynku, literatura faktu Christophera Wyliego „*Mindfuck (...)*”, traktuje o tym, jak ucierpiała demokracja w obliczu cyberprzestrzeni, doprowadzając do kakofonii głosów i polaryzacji społeczeństwa w kontekście mikrotargetowania psychograficznego oraz afery związanej z Cambridge Analytica⁶. Jan Kreft wspomina już kilka lat wcześniej o micie nowych mediów, które dostarczają nam narzędzi ułatwiających codzienne funkcjonowanie pozornie za darmo w ramach tzw. *darmowych obiadów*, jednocześnie utowarawiając naszą prywatność i czyniąc nas pracownikami portalu,

¹ SNS – Skrót od *social networking sites* (portale społecznościowe).

² FOMO – Skrót od *fear of missing out* (strach przed byciem poza obiegiem informacji).

³ M. Ahlgren, *35+ fakty i statystyki na Facebooku dla 2020*, z 31.01.2021 r., <https://www.websitehostingrating.com/pl/facebook-statistics/> (dostęp: 05.01.20r.).

⁴ J. Orlowski, *Social Dilemma – film dokumentalny z 2020 r.*, USA: Netflix.

⁵ A. Amer, J. Noujaim, *Hakowanie świata – film dokumentalny z 2019 r.* USA: Netflix.

⁶ Ch. Wylie, *Mindfuck. Cambridge Analytica, czyli jak popsuć demokrację*, Wydawnictwo Insignis, Lubicz: 2020.

którzy dostarczają żer algorytmowi⁷. W podobnie krytyczny sposób postrzega portale społecznościowe i rządzące w nich algorytmy Cathy O’Neil⁸, określając je jako broń matematycznej zagłady ludzkości. Magdalena Szpunar⁹ i Piotr Siuda¹⁰ dotykają już znacznie wcześniej tematu z perspektywy socjologicznej, implikując wspólnotowość społeczną w świat wirtualny oraz doszukując się powodów ekspansji środowiska cyfrowego w sferę zawodową i życie codzienne.

Malwina Popiołek w monografii *„Czy można żyć bez Facebooka?”* podejmuje natomiast w tym samym roku co Adam Alter kwestie najbliższej ulokowane **Uzależnieniom 2.0** sensu stricte, a konkretnie temat kosztu marginalnego jaki ponosimy uczestnicząc, bądź nie, w mediach społecznościowych, czyniąc to na przykładzie Facebooka. Z badań autorki wynika, że niezwykle trudno jest przestać korzystać z dobrodziejstw portalu, nawet mimo świadomości istniejących negatywnych konsekwencji związanych z profilowaniem czy choćby zagrożeniami prywatności. Dzieje się to z racji tego, iż z jednej strony Facebook jako portal doskonale reaguje na potrzeby użytkowników, ale z drugiej strony, zamyka ich też w bańkach informacyjnych oraz uzależnia od podawanej treści i swobody jej dostępności¹¹.

Adam Alter jako uznany psycholog społeczny, wykładowca na wielu prestiżowych uczelniach wyższych, znamienity badacz konsekwencji immersji oraz uczestnictwa w Web 2.0, podejmuje się w swojej monografii jednakże tematu nieco głębszego niż w wyżej opisanych pozycjach i porusza go ze strony psychologicznej – nie tylko stara się sprostować pytaniu o pokusy środowiska cyfrowego jako takiego, ale szuka też korzeni psychogennych powodujących konkretny stopień uwikłania w uzależnienia cyfrowe.

⁷ J. Kreft, *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków: 2015.

⁸ K. O’Neil, *Broń matematycznej zagłady. Jak algorytmy zwiększają nierówności i zagrażają demokracji*, PWN, Warszawa: 2017.

⁹ M. Szpunar, *Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna*, „Studia socjologiczne” 2004 nr 2 (173).

¹⁰ P. Siuda, *Społeczności wirtualne. O wspólnotowości w społeczeństwie sieciowym*. [w:] *Oblicza Internetu, Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku* (red.). M. Sokołowski, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Elbląg: 2006.

¹¹ M. Popiołek, *Czy można żyć bez Facebooka? Rola serwisów społecznościowych w sieciowym społeczeństwie informacyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków: 2018.

Już w prologu można przeczytać o tym, jakie szkody wyrządziło nam gloryfikowanie nowych technologii i kompletne ontologiczne niepowiązywanie ich jako bytów ideomorficznych, czyli *Innych* oddziałujących na otoczenie człowieka¹², w tym na jego dobrostan psychiczny¹³. Jednym z kluczowych problemów cywilizacyjnych według autora jest utożsamianie korzystania z rozwiązań cyfrowych wyłącznie z przyjemnością i ułatwianiem życia – nikt nie uczy nas umiaru w użytkowaniu narzędzi cyfrowych, nie uwrażliwia na aspekty związane z kompetencjami cyfrowymi, medialnymi i informacyjnymi oraz bezpieczeństwem i prywatnością w sieci. Wstęp traktuje także o bardzo istotnej kwestii świadomości organizacji medialnych dot. oddziaływania ich produktów cyfrowych. Ile razy mówione było, że Facebook to medium społecznościowe, a nie organizacja medialna? Ile razy zapewniano użytkowników jedynie o dobrodziejstwie sfery cyfrowej i pozytywach posiadania profilu w serwisach społecznościowych? Tymczasem, jak wskazuje Alter, nawet Steve Jobs nie pozwalał swoim dzieciom używać dopiero co wyprodukowanego IPada. Podobne zdanie w tej kwestii miał także Chris Anderson, który nie pozwalał dzieciom na korzystanie ze smartfona w pokojach¹⁴.

„*Uzależnienia 2.0. Dlaczego tak trudno się oprzeć nowym technologiom?*” to lektura nietypowa, po pierwsze ze względu na specyfikę języka – naukowy przeplatany jest kilkakrotnie prywatnymi wtrąceniami autora (narracja pierwszoosobowa: „*całkowicie się z tym zgadzam*” – s. 81 czy „*gdy piszę o tym jestem szczęśliwym ojcem*” – s. 239), jakoby chciał on wybudzić na chwilę czytelnika ze śledzenia narracji i zmusić go, aby w danym momencie lektury poddał dany wątek refleksji. Po drugie, sama budowa pracy, choć na pierwszy rzut oka zwyczajna (prolog,

¹² **Ideomorfy** – Nieludzkie byty w formie cyfrowej ułatwiające, ale także oddziałujące na codzienność człowieka, takie jak: interfejsy, oprogramowanie i wszelka materia wyrażona w formie elektronicznej; Za: J. Kopeć, *Z notesem wśród nie-ludzi. Propozycja dla antropologii kultury cyfrowej*, „Kultura i historia” 2015 nr 27.

¹³ **Dobrostan psychiczny** – wielowymiarowe proces łączy koncepcje hedonizmu, jak i kwestie eudajmonistyczne, jednocześnie będąc wskaźnikiem adaptacji psychicznej jednostki znajdującej się w kryzysie psychicznym. Pozytywny dobrostan psychiczny będzie oznaczał więc względne poczucie spokoju oraz określenie stanu zwanego szczęściem, możliwego do osiągnięcia w danej chwili.; za: M. Iłska, A. Kołodziej Zaleska, *Dobrostan hedonistyczny i eudajmonistyczny w kryzysach normatywnych i nienormatywnych*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Zarządzanie i Organizacja” 2018, s. 155–156.

¹⁴ A. Alter, *Uzależnienia 2.0. Dlaczego tak trudno się oprzeć się nowym technologiom?* (tłum.) A. Gomola, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków: 2018, s. 9–11.

3 rozdziały z kilkoma podrozdziałami, epilog, podziękowania, aneksy, indeks i bibliografia), stanowi dzieło szkatułkowe – struktura pozwala na zapoznanie się z pozycją niekoniecznie zgodnie z kolejnością ze spisu treści.

Przytoczony już wyżej prolog wprowadza nas w istotę omawianej rzeczy, udowadniając ważność tejże tematyki w dzisiejszych czasach. Pierwszy rozdział nakreśla etymologię pojęcia uzależnień behawioralnych przez pryzmat psychologii społecznej, skupiając się następnie na artefakcie osobowościowym, by finalnie opisać aspekty biologiczne zagadnienia i jego powiązania pomiędzy naturą fizyczną a psychiczną. Drugi rozdział dotyczy tego, co składa się na uzależnienia tego typu i jaką rolę ma w ich stymulowaniu sfera cyfrowa oraz jak postępuje eskalacja zjawiska w komunikacji zapośredniczonej, a także jakie są konkretne etapy uzależnienia – od pragnienia potrzeby do osiągnięcia pozornego szczęścia wynikającego z jej zaspokojenia. Trzeci rozdział traktuje o uzależnieniach behawioralnych przyszłości, oscylując wokół nawyku uzależnień czynnościowych, ich projektowania (m.in. w oparciu o filozofię Freuda, Feshbacha, Singera i innych), a także budując narrację w oparciu o nowe technologie oparte na kwantyfikacji rzeczywistości i mechanice gier. Grywalizacja zostaje ukazana tutaj w praktyce edukacji, zarządzania, medycyny i psychoterapii. Dzieło merytorycznie wieńczy natomiast epilog, który sygnalizuje etapy i powszechność zjawiska uzależnień behawioralnych w kulturze nanosekundy, ciągłe zmiany jego pól eksploatacji oraz istotność próby ujarzmania nowych technologii już od najmłodszych lat.

Spektakularność opracowania kryje się już w samym podejściu autora, za-inspirowanym Tajwańskim i Koreańskim modelem „leczenia” tego rodzaju zaburzeń, czyli zerwaniem ze stereotypowym pojmowaniem uzależnień behawioralnych w kategorii medycznej i stygmatyzowaniem procesów składających się na te „dolegliwości” jako tych gorszego rzędu. Według Adama Altera jest to *„problem społeczny, niemedyczny, należy postawić pytanie: Co sprawia, że tak trudno oprzeć się smartfonom? Może powinniśmy wprowadzić jakieś strukturalne mechanizmy ograniczenia i kontroli ich rosnącej roli w naszym życiu społecznym?”*¹⁵. W dalszej części opracowania autor pisze także w duchu filozofii ośrodka ReSTART¹⁶, iż *„korzystanie z Internetu różni się od uzależnienia od substancji psychoaktywnych,*

¹⁵ *Ibidem*, s. 31.

¹⁶ Pierwsza placówka leczenia uzależnień od Internetu i gier komputerowych na świecie odchodząca od leczenia tego typu zaburzeń farmakologicznie.

ponieważ nie da się powrócić do społeczeństwa i funkcjonować w nim, nie korzystając z Internetu (...) tym samym trzeba korzystać z sieci w sposób zrównoważony, zamiast całkowicie rezygnować z jej korzystania.”¹⁷. Jako jedną z metod radzenia sobie z cyfrowym przesysitem i władzą algorytmów podaje tzw. „szczepionkę przeciw trudnościom” (*hardship inoculation*) polegającą na stymulacji szarych komórek bez wspomagania cyfrowego. Zdaniem autora, już od wczesnego dzieciństwa powinno uczyć się Nas logicznego i krytycznego myślenia, zapobiegając tym samym zjawisku cyfrowej amnezji związanej z nadmierną automatyzacją rzeczywistości¹⁸.

Pozycja doskonale systematyzuje fundamentalne z tejże perspektywy pojęcia (sfera cyfrowa, uzależnienie behawioralne, projektowanie behawioralne, grywalizacja, era uzależnień behawioralnych, doświadczenie uzależniające, amnezja cyfrowa, deprywacja snu, pasje obsesyjne, rzeczywistość wirtualna i wiele innych – pod koniec zostały wyszczególnione dodatkowo w porządku alfabetycznym), interfejsy (wspomniana zostaje spora ilość aplikacji oraz scharakteryzowane zostaje ich funkcjonowanie: *Hipstamatic* stymulujące powstawanie fotografii analogowej, *Demetrykator* pozwalający uwolnić się od psychologii tłumu na Facebooku, aplikacja *Keas* wspomagająca prowadzenie zdrowszego stylu życia czy *Moment* monitorująca czas korzystania z telefonu) oraz koncepcje („*zmianę złotej zasady*” odnośnie etapów nawyku uzależniającego i zamiany potrzebnego bodźca np. smartfona na ramkę telefonu, „*efektu dotknięcia pośladka*” [*butt brush effect*] utożsamianej z potrzebą fizycznego kontaktu w zatłoczonych miejscach i jego konsekwencjach u osoby uzależnionej/zaczeplonej, czy zasadą „*inbox zero*” określającej średnią liczbę sprawdzania przez pracowników skrzynki elektronicznej), wskazując przy tym na korelacje psychospołeczne między nimi.

Pozycja ta stanowi zatem świetne kompendium o skutkach zbyt intensywnej i bezrefleksyjnej immersji, ale i bagatelizowaniu problemów behawioralnych. Przede wszystkim monografia ta dokonuje jakże potrzebnej społecznie demitologizacji dyskursu ontoelektronicznego. Okazuje się, że rozsądne korzystanie z nowych technologii przynosi też pozytywne skutki, a nawet pozwala walczyć z uzależnieniem natury cyfrowej – Facebook umożliwia badania naukowe na szeroką skalę, wirtualna rzeczywistość i głęboka immersja pozwalają na uśmierzenie bólu

¹⁷ A. Alter, *Uzależnienia 2.0...*, dz. cyt., s. 66.

¹⁸ *Ibidem*, s. 237.

choćby w wysokich stopniach zaawansowania poparzeń ciała, *Demetrykator Facebooka* ogranicza wspomniane już sugerowanie się opiniami innych w procesie osiągnięcia społecznej akceptacji.

Monografię Altera można skondensować do kilku stwierdzeń (nie są to jednak wnioski pozwalające dokonać ekstrapolacji), które ulegają na jej łamach częściowej weryfikacji i skatalogowaniu w ramach diagnostyki chorób psychicznych, zgodnie z przytoczonym, obszernym stanem badań:

„Środowisko ery cyfrowej sprzyja uzależnieniom bardziej niż jakiegokolwiek inne środowisko w całej historii ludzkości.”¹⁹

„O naszym zachowaniu decyduje po części ciąg świadomych kalkulacji zysków i kosztów, a ich wynik rozstrzyga, czy będziemy wykonywać jakieś działanie raz, dwa razy, setki razy, czy też nie podejmiemy się go w ogóle.”²⁰

„Urządzenia ingerujące coraz bardziej w nasze życie sprawiły, że trudniej dzisiaj uciec przed zakupami, pracą i pornografią.”²¹

„Uzależnienia behawioralne uwikłane w naturę cyfrowa (..) to jeszcze jeden sposób zapewnienia ulgi udręczonej psychice”²².

Na uwagę i pochwałę zasługuje z pewnością także oscylowanie wokół zagadnień w ramach nurtu krytycznego, który demaskuje rozmaite mechanizmy świata cyfrowego oraz mity nowomediałne. Niezwykle innowacyjnie autor podchodzi również do kwestii obcowania dzieci z ekranem w erze przesycenia technologicznego: *„kontakt dzieci nawet poniżej 2 roku życia z ekranem jest nieunikniony (...) proponuje po prostu specjalne formy spędzania z nim czasu.”²³* – zamiast zakazywać całkowicie kontaktu, proponuje trening poznawczy narzędzi cyfrowych pod okiem opiekunów w celu nauki kontroli i dozowania świata technologii. Autor dokonuje także wtrąceń, których nie nazywa wprost badaniem, ale wnioski te noszą znamiona obserwacji, np. odwołując się do narodzin syna w dobie ekranów, dokonuje predykcji socjalizacji cyfrowej, analizy treści wybranych portali społecznościowych i dystopijnej wizji dominacji świata elektronicznego nad

¹⁹ *Ibidem*, s. 12.

²⁰ *Ibidem*, s. 13.

²¹ *Ibidem*, s. 26.

²² *Ibidem*, s. 87.

²³ *Ibidem*, s. 242.

jednostką ludzką. W ten sposób dostrzega m.in. cyberbullying, agresję elektroniczną i względne poczucie anonimowości połączone z okrucieństwem młodych internautów²⁴.

Nie jest to jednak ściśle monografia medioznawcza, z racji pominięcia dość istotnych teorii komunikacyjnych oraz wybrania w ramach analiz dość przestarzałej koncepcji 2.0 (podczas gdy obecna era to już – niemalże – 5.0). Nie jest to także książka stricte psychologiczna, gdyż brakuje jej ontologicznej dyscypliny oraz wgłębienia się w nurt poznawczo-behawioralny z uwzględnieniem dokładnych cech i typów osobowości uzależnionych. Przytoczone zostają kilkakrotnie przykłady eksperymentów, jednak bez konkretnego rozróżnienia kategorii indywidualnych, zostaje też na krótko podjęty wątek osobowości podatnej na uzależnienie określający predyktory podatności w postaci środowiskowej oraz biologii i genów (s. 69), jednakże jest to opis bardzo nieostry i dość szybko pominięty. Dużym minusem jest mieszanie orientacji psychologicznych i płynne przechodzenie między psychologią społeczną, a prawdopodobnie nie do końca uświadomionym przez autora nurtem różnic indywidualnych – szczątkowe zasugerowanie korelacji między osobowością i doświadczeniem pacjenta w uwikłaniu w uzależnienie, które zostaje poniekąd ukazane na tle większej populacji bez dokładnego wskazania próby ilościowej²⁵. Brakuje w niej także sfokusowania się, choćby częściowego, na aspekcie dobrostanu psychicznego osób uwikłanych w behawioralne uzależnienia w sieci – jest to jedynie kilkakrotnie zasygnalizowany aspekt pogarszającego się dobrostanu z powodu długofalowego uzależnienia²⁶.

Ogółem, pracy brakuje większej precyzji metodologicznej i ukazania opisanych zjawisk w praktyce naukowca. Po części lukę tę wypełniają metafory badawcze („*nigdy nie ćpaj własnego towaru*” w kontekście samoświadomości korporacji medialnych we względach uzależnienia od technologii czy karmienie niejadka poprzez „*zabawę w samolocik*” jako metafora kwintesencji infantylizacji grywalizacyjnej i przesycenia światem cyfrowym), jednakże bardziej ilustrują one dane zjawisko niż uwypuklają i wskazują na konkretny stan badań i odchylenia konkretnych procesów w kontekście danej próby badawczej.

²⁴ *Ibidem*, s. 238-240.

²⁵ *Ibidem*, s. 89.

²⁶ *Ibidem*, s. 89-90.

Książka pełna jest natomiast istotnych poznawczo obcych analiz oraz badań autora z wcześniejszych artykułów (zgrabnie podzielonych osobno na końcu książki sekcjami zamiast stosowania klasycznie przypisów w tekście), wykresów, eksperymentów, programów i testów w ramach uzależnień behawioralnych i to nie tylko wyłącznie związanych z nowinkami technologicznymi (test uzależnienia od Internetu, eksperyment Patricka i Hagtvedta o roli wsparcia mentoringowego na facebookowych grupach i jego wpływie na wyzwania dot. zdrowego stylu życia, „Grywalizacja to bzdura” autorstwa Iana Bogosta krytykująca metody grywalizacyjne w edukacji i sferach życia społecznego, program uzależnienia od Internetu prowadzony przez Medical Center w Pensylwanii, sieciowa interakcja społeczna w ujęciu Buicka i Dorshorsta, warsztat Turkle na temat wpływu smsowania na zdolność bezpośredniej komunikacji, badania Shreiber i Sim w kontekście stymulacji cyfrowej uzależnień od aktywności fizycznej i kultu ciała, przykład Huffington odnośnie związku bezsenności i korzystania ze smartfona, eksperyment Steiner Adams na temat socjalizacji cyfrowej i doświadczania uzależnienia u dzieci za pośrednictwem uwikłania w nie rodziców, szczyrzy eksperyment Bar-rusa i Winstanley na temat soczystości kwantyfikacji podczas gry i inne – autor rzetelnie wskazuje na twórców konkretnych badań i osobno dziękuje im jeszcze pod koniec książki). W kontekście naukowym lektura sama w sobie nie stanowi jednak nowego źródła poznania z racji braku osobnych, obiektywnych, oryginalnych badań empirycznych autora w kontekście tematu cyfrowych uzależnień dedykowanych dla tego konkretnego opracowania. Jest to natomiast wnikliwa i heroiczna praca przeglądowa, która szeroko zarysowuje aspekty uzależnień behawioralnych związanych z technologiami, ich imaginacją, powodami, indywidualnymi predyspozycjami do ich posiadania, a także metodami ich leczenia oraz mniejszej podatności na ich działanie. Pozycja ta nie jest podręcznikiem ani instrukcją radzenia sobie z problemami natury cyfrowej, jednakże może stanowić źródło inspiracji w podejmowaniu tego tematu z młodzieżą na lekcjach edukacji medialnej, uwrażliwianiu społeczeństwa w kwestiach kompetencji medialnych poprzez kampanie społeczne oraz przy tworzeniu scenariuszy terapii poznawczo-behawioralnej w ramach radzenia sobie z uzależnieniami od rozmaitych narzędzi i usług cyfrowych.

Finalizując, „*Uzależnienia behawioralne 2.0.*” Adama Altera to cenne źródło informacji o tym, co czeka użytkownika w sieci z perspektywy psychospołecznej. Pozycja ta powinna być obowiązkowo omawiana podczas zajęć z edukacji

medialnej oraz analizowana na pierwszych latach kierunków medioznawczych, psychologii czy nauk o komunikacji społecznej. Choć jest to monografia wymagająca douzupełnienia podczas prowadzenia zajęć w tematyce zaburzeń i uzależnień związanych ze sferą cyfrową, świetnie wpisuje się w trend zainteresowania światem cyfrowym w optyce nurtu krytycznego i w dość dobrym stopniu uwrażliwia w kontekście codziennego dawkowania sobie technologii i partycypacji w mediach społecznościowych w erze Big Data. Książka ta jest zdecydowanie bogatym źródłem ciekawostek o ludzkiej psychice zanurzonej w ontoelektronicznym bycie oraz badań z dość zaskakującymi socjologicznymi wynikami i jakże trafnym, nad wymiar uzasadnionym, ich doborem oraz zestawieniem. Trzeba z pewnością przyznać niebagatelny wkład autora w dyskurs nad nowymi mediami i ich konsekwencjami psychospołecznymi poprzez precyzyjne zmapowanie stanu badań w wybranym aspekcie. Jest to bowiem temat zdecydowanie wymagający pogłębionych analiz i wdrożenia edukacji medialno-informacyjno-cyfrowej w kontekście korzystania z dobrodziejstw technologii. Żyjemy bowiem, jak twierdzi Shoshana Zuboff, w erze pośród której wytwarzanie towarów i usług jest podporządkowane globalnej architekturze modyfikacji behawioralnych zmieniających ludzkie nawyki i kulturę w ten sam sposób, w który przemysłowy kapitalizm zniekształcił naturalne środowisko w XIX i XX wieku²⁷.

Choć nie można ekstrapolować przemyśleń autora z uwagi na wątpliwości metodologiczne, nie urąga to nasyceniu wartościową treścią tej bogatej i fascynującej lektury, która zdecydowanie zwiastuje paradygmatyczną zmianę postrzegania nowych technologii w celu znalezienia złotego środka między demonizacją, a apoteozą narzędzi cyfrowych w dzisiejszych czasach.

BIBLIOGRAFIA

- Ahlgren M., *35+ fakty i statystyki na Facebooku dla 2020* z 31.01.2021 r., <https://www.websitehostingrating.com/pl/facebook-statistics/> (dostęp: 05.01.20r).
- Alter, A., *Uzależnienia 2.0. Dlaczego tak trudno oprzeć się nowym technologiom?*. (tłum.) A. Gomola, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków: 2018.
- Amer A., Noujaim J., *Hakowanie świata – film dokumentalny z 2019 r.* USA: Netflix.

²⁷ Sh. Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, Zysk i S-ka, Poznań: 2020.

- Iliska M., Kołodziej Zaleska A., *Dobrostan hedonistyczny i eudajmonistyczny w kryzysach normatywnych i nienormatywnych*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Zarządzanie i Organizacja” 2018.
- Kopeć, J. (2015). Z notesem wśród nie-ludzi. Propozycja dla antropologii kultury cyfrowej. *Kultura i historia* nr 27.
- Kreft J., *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków: 2015.
- O'Neil K., *Broń matematycznej zagłady. Jak algorytmy zwiększają nierówności i zagrażają demokracji*, PWN, Warszawa: 2017.
- Orlowski J., *Social Dilemma – film dokumentalny z 2020 r.*, USA: Netflix..
- Popiołek M., *Czy można żyć bez Facebooka? Rola serwisów społecznościowych w sieciowym społeczeństwie informacyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków: 2018.
- Siuda P., *Społeczności wirtualne. O wspólnotowości w społeczeństwie sieciowym*. [w:] *Oblicza Internetu, Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku* (red.). M. Sokołowski, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Elbląg: 2006.
- Szpunar M., *Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności – eksplikacja socjologiczna*, „Studia socjologiczne” 2004 nr 2 (173).
- Wylie Ch., *Mindfuck. Cambridge Analytica, czyli jak popsuć demokrację*, Wydawnictwo Insignis, Lubicz: 2020.
- Zuboff Sh., *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, Zysk i S-ka, Poznań: 2020.

Biogram

Doktorant w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych Uniwersytetu Jagiellońskiego w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach, absolwent kierunku zarządzanie kulturą i mediami (specjalność: zarządzanie mediami), współpracownik w IK UJ. Uczestnik licznych projektów w obrębie infrastruktury cyfrowej oraz członek Polskiego Towarzystwa Edukacji Medialnej. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół starych i nowych mediów w kontekście procesu cyfryzacji. Szczególnym obiektem zainteresowań są: psychologiczna perspektywa partycypacji w środowisku elektronicznym, imaginacje związane z adaptacją formatów rozrywkowych w środowisku cyfrowym oraz talent i reality show w optyce zarządzania humanistycznego. Przedmiotem jego rozprawy doktorskiej są strategie zarządzania formatem rozrywkowym w erze cyfrowej rozrywki i ich konsekwencje psychospołeczne.

ORCID: 0000-0002-6439-7145