

**Mariusz Mazur, *Propagandowy obraz świata.
Polityczne kampanie prasowe w PRL 1956-1980.
Model analityczno-koncepcyjny*, Warszawa 2003, 268 s.**

Od kilku już lat ukazuje się seria wydawnicza zatytułowana *W krainie PRL*. Serię tę firmuje Komitet redakcyjny składający się z Włodzimierza Borodzieja, Marcina Kuli, Pawła Machcewicza, Andrzeja Paczkowskiego, Tomasza Szaroty i Wojciecha Wrzesińskiego. Podaję nazwiska tych uczonych nie bez powodu, gwarantują oni bowiem interesujący i trafny dobór tematyki badawczej. Dobrze też się stało, że spośród 22 opublikowanych i zapowiedzianych książek z tej serii dwie dotyczyły środków komunikowania masowego¹. Podobnie rzecz się ma z prezentowaną pracą, której podstawową materią analityczną stała się prasa epoki PRL.

Chwaląc podjęty wysiłek badawczy, wypada zauważyć już na wstępie, że autor miał ogromne problemy ze zdefiniowaniem podstawowej tezy swej pracy, a ponadto z jednoznacznym określeniem badanej materii. Książka Mariusza Mazura, jak na to wskazuje jej niezwykle złożony tytuł, miała bowiem na celu rekonstrukcję „modelu analityczno-koncepcyjnego” „politycznych kampanii prasowych” prowadzonych w latach 1956-1980.

Nieco inaczej cele te opisano we Wstępie. Autor pisze bowiem, że interesowały go „mechanizmy, środki i metody prowadzenia samych kampanii” oraz „ich samodzielne życie na poziomie prasy, ich funkcjonowanie jako instrumentu manipulacji świadomością”². Tłumaczy przy tym, że nie wnikał w metody, jakimi organizowano te kampanie i nie dociekał, kto był ich organizatorem. Przyznać muszę, że zabrakło mi odpowiedzi na te pytania. Może mają one dość trywialny charakter, niemniej jednak dla historyka, a zwłaszcza historyka polskich mediów, tego typu informacje mają kardynalne znaczenie. Wypada jednak uszanować prawo Autora wyboru analizowanej materii, pamiętając przy tym, że przyjęte założenia były niezwykle trudne.

Autor podążył za, widoczną już od kilkunastu lat, swoistą tendencją badawczą charakteryzującą się interdyscyplinarnością. Próbował bowiem połączyć w jedną całość metody i techniki badawcze właściwe naukom historycznym, socjologii, pra-

¹ Prócz prezentowanej w niniejszej recenzji ukazały się ponadto: Adam Leszczyński, *Sprawy do załatwienia. Listy do redakcji „Po prostu” 1955-1957*, Warszawa 2000 i Aleksander Pawlicki, *Kompletna szarość. Cenzura w latach 1965-1972. Instytucja i ludzie*, Warszawa 2001.

² M. Mazur, *Propagandowy obraz świata...*, s. 10.

soznawstwu i językoznawstwu. Ta ostatnia dyscyplina jest mu najbliższa, dlatego też na języku propagandy koncentrował się najbardziej. Można też przypuszczać, że na tym polu osiągnął najlepsze wyniki. Piszę w trybie przypuszczającym, ponieważ nie czuję się w tej materii do końca kompetentny. Bardziej interesowały mnie w książce M. Mazura kwestie historyczne i prasoznawcze, dlatego też będę się nimi szerzej zajmował.

Nim jednak do nich przejdę, muszę zauważyć, że nie przekonało mnie zaproponowane przez Autora określenie kampanii prasowej. W jego ujęciu kampania prasowa to: „zorganizowane, sterowane przez decydentów, ograniczone czasem działanie na łamach prasy, charakteryzujące się mobilizacją, natężeniem, koncentracją jakościowo-ilościową, mocnym, emocjonalnym językiem (nowomową), nieliczeniem się zarówno z rzeczywistością, jak i logiką. Przyjmowanie za główną zasadę pragmatyzmu, przy czym cel akcji, zazwyczaj bliski w czasie, jest ukryty, chociaż wszystkie zagadnienia są mu podporządkowane”³.

Jeśli określenie to dosłownie odnieść do przykładów kampanii prasowych przytoczonych przez autora, to właściwie żadna z nich nie odpowiadała w pełni wymaganym kryteriom. Dodać przy tym wypada, że w recenzowanej książce opisano tylko dwie takie kampanie z 1976 roku. Pierwsza z nich dotyczyła tzw. „wypadków czerwcowych”, druga zaś miała na celu rozprawę z Komitetem Obrony Robotników. O tym, że „kampanię czerwcową” zalecił Edward Gierek, wiemy już od lat. Autor informację tę powtarza, ale ma kłopoty z dokładnym określeniem ram chronologicznych interesujących go wydarzeń. Pisze bowiem, że kampania „rozpoczęła się w poniedziałek 28 czerwca [...] zakończyła się 3-4 lipca [...], chociaż pojedyncze artykuły pojawiały się aż do 18 lipca. Akcja prasowa [kampania?] odżyła jeszcze 19-20 lipca”⁴.

Jeszcze mniejszą precyzją charakteryzują się ramy czasowe wyznaczone dla kampanii skierowanej przeciwko KOR. Autor pisze: „na początku grudnia 1976 r. odezwały się pierwsze pojedyncze głosy [...], a w połowie tego miesiąca z łamów »Trybuny Ludu« można było się dowiedzieć o działalności nieskonkretyzowanej jeszcze grupy ludzi odwołującej się do robotników. Nasilenie akcji propagandowej nastąpiło z początkiem roku następnego i trwało do sierpnia, ze szczególną intensyfikacją w styczniu, maju i czerwcu. Jakkolwiek pojedyncze głosy można spotkać jeszcze w roku 1978, to klasyczna akcja propagandowa rozpoczęła się ponownie w sierpniu roku 1980 i trwała z różnym nasileniem do końca 1981 r., choć ataki prasowe na nieistniejący już KSS KOR miały miejsce do końca istnienia PRL”⁵. Trudno też dowiedzieć się, kto kampanię tę organizował, jak była sterowana itp.

Z informacji zamieszczonej w jednym z przypisów wiemy, że autor badał także inne kampanie prasowe. Skierowane były one przeciwko: Kołu poselskiemu „Znak” (1968), autorom „Listu 34” (1964), robotnikom Wybrzeża (1970) i Prymasowi Stefa-

³ Tamże, s. 40.

⁴ Tamże, s. 46.

⁵ Tamże, s. 79.

nowi Wyszyńskiemu. Niestety materiał ten nie znalazł miejsca w recenzowanej książce, lecz został opublikowany w formie oddzielnych artykułów. Niemniej jednak posłużył do analizy języka i stereotypów propagandy uprawianej w PRL. Dlatego też w drugiej części pracy M. Mazura poszczególne rozdziały zatytułowano: „Kozioł ofiarny” – kategoria wroga; Wróg globalny; „Spisek” albo „chuligański wybryk”; Charakterystyka dążeń wroga; Wykładnia polskiej racji stanu; Język.

Chociaż autor wyrywkowo prezentował kampanie prasowe, to doszedł do zaskakująco trafnych wniosków. Stwierdził on bowiem, że pod względem uprawianej propagandy dekady lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych były do siebie podobne. W wypowiedziach propagandowych unikano opisu realnych faktów, lecz kreowano rzeczywistość i w odpowiedni sposób ją wartościowano. Było też swoistym paradoksem, że choć każda z kampanii teoretycznie miała innego adresata, to jednak jej głównymi odbiorcami byli reprezentanci ówczesnej władzy.

Chwaląc autora za uzyskane rezultaty, nie można ukryć zdumienia, że doszedł on do nich mimo poważnych niedostatków na polu badań historyczno-prasoznawczych. Trudno bowiem zrozumieć, czym się kierował, ustalając zestaw pism poddanych analizie. Wymienił ich blisko trzydzieści. Badał zarówno gazety i czasopisma wydawane przez różne podmioty polityki, jak i pisma „czytelnikowskie”. Nie wiadomo, czy dobór próby podyktowany był wielkością nakładu danego tytułu prasowego, jego znaczeniem dla politycznych decydentów, czy też rolą, jaką odgrywał on na rynku prasowym. Nie do końca też wiadomo, jakimi technikami badawczymi M. Mazur posłużył się podczas analizy zebranego materiału. Bez wątplenia nie są mu obce metody i techniki właściwe dla językoznawstwa, ale podczas analiz prasoznawczych wypadałoby także zastosować metodę analizy ilościowej, co jednak nie miało miejsca.

Na koniec wypada stwierdzić, że nad książką M. Mazura nie można przejść obojętnie. Choć brakuje w niej konsekwencji badawczej i jest ona nieco ułomna pod względem konstrukcyjnym, to jednak autor zaprezentował ciekawy obraz propagandy uprawianej w PRL. Obraz ten utrwalony został na łamach ówczesnej prasy, która w latach 1944-1989 niemal nieustannie realizowała funkcje agitacyjne i propagandowe. Przy odrobinie dobrej woli można też przyjąć, że niektóre dominujące tematy podejmowane przez tę prasę nabierały cech kampanii prasowych w kształcie zaproponowanym przez M. Mazura.

Tomasz Mielczarek