

Damian Guzek, *Media katolickie w polskim systemie medialnym*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2016, ss. 367

Rok po obronie swego doktoratu zatytułowanego *Struktura mediów katolickich jako element systemu medialnego w Polsce po 1989 roku* Damian Guzek wydał go w formie książkowej. Publikację wzbogaca katalog mediów katolickich opracowany przez autora.

Pomysł wydania tej pracy wydaje się w pełni uzasadniony. Media katolickie odgrywają ważną rolę w polskim systemie medialnym, mają też kluczowe znaczenie dla funkcjonowania systemu politycznego. Jest przy tym paradoksem, że piszą o nich przede wszystkim osoby świeckie. Duchowni zajmują się głównie etyką mediów, a na palcach jednej ręki można policzyć ich prace dokumentujące działalność poszczególnych redakcji czy też wybranych grup mediów katolickich. Ten niedostatek skutkuje wyrwykowym oglądem badanej materii, o której nadal niewiele wiemy.

Z powodu braku danych Damian Guzek zmuszony został do badań ankietowych. Badania te prowadził rok, a na 193 rozesłane ankiety otrzymał jedynie 43 (22%) odpowiedzi. Tak nikły odzew na swą ankietę tłumaczy różnorako; najbardziej przekonuje teza o obawie „upublicznienia jakichkolwiek danych na temat medium katolickiego” (s. 129). Autor zweryfikował ostatecznie dane dotyczące 135 tytułów prasowych oraz 45 mediów audiowizualnych. Nadto ustalił na 453 liczbę tytułów prasy parafialnej.

Prezentowana praca, oprócz wspomnianego już rozbudowanego aneksu, liczy 250 stron podzielonych na cztery rozdziały. Dwa pierwsze mają charakter teoretyczny. Autor dokonał w nich przeglądu literatury przedmiotu przypominając poglądy dotyczące definicji systemu medialnego i mediów katolickich oraz założeń katolickiej doktryny medialnej. W zasadzie powtarza dotychczasowe ustalenia i godzi się z przyjętą siatką pojęć. Zwraca przy tym uwagę – co jest oryginalnym spostrzeżeniem, że bodaj najlepiej media katolickie opisywać można z perspektywy teologicznej. Teologia z kolei, „w odróżnieniu od innych gałęzi wiedzy, opierających swoje metody na refleksji czysto rozumowej, przyjmuje dwa źródła poznania: rozum i wiarę” (s. 22).

Rozdział drugi dotyczy polskiego systemu medialnego. Autor jest wychowankiem Marka Joachimowskiego, w związku z czym szczególnie interesują go regiony medialne. Ta perspektywa badawcza występuje też w kolejnych – empirycznych rozdziałach. Damian Guzek operuje zatem pojęciem regionu medialnego bazującym na kształcie polskich województw sprzed 1975 r. Obecnie regiony te mają w znacz-

nej mierze walor historyczny i tylko częściowo odpowiadają strukturze kolportażu prasy czy też zakresowi upowszechniania analogowego sygnału radiowego i cyfrowego sygnału telewizyjnego na multipleksach. Mała ostrość tego pojęcia uwidoczniła się już dużo wcześniej, zwłaszcza na peryferiach proponowanych polskich regionów medialnych, a straciła swe pierwotne znaczenie gdy media te weszły w epokę konwersji cyfrowej.

Niemniej jednak odniesienia regionalne okazały się interesujące w przypadku polskich mediów katolickich. Okazało się bowiem, że uniknęły one centralizacji. Nie dotknęło ich właściwie innym mediom zjawisko koncentrowana siedzib redakcji w stolicy. Chociaż Warszawa ma istotne znaczenie dla wszystkich mediów katolickich, to skutecznie konkurują z nią ośrodki regionalne: Kraków, Poznań, Katowice, Częstochowa, Toruń. Duże znaczenie dla tej decentralizacji ma też wewnętrzna struktura administracyjna Kościoła.

Ustalenia autora zawarte w drugim rozdziale, a dotyczące stanu polskiego systemu medialnego, nie w pełni satysfakcjonują. Opisywana rzeczywistość obejmuje lata 2012–2014. Damian Guzek sugeruje, że mieliśmy wtedy do czynienia z trwałą koncentracją rynku i to zarówno w segmencie mediów drukowanych, jak i audiowizualnych. W przypadku klasycznych mediów pogląd ten jest zasadny jedynie wtedy gdy, jak to czyni autor, operujemy danymi Związku Kontroli Dystrybucji Prasy. Związek kontrolował jedynie około 350 tytułów, a na rynku było ich przecież (według ostrożnych szacunków) ponad 7 tys. Zapominają o tym fakcie niemal wszyscy badacze, powtarzając z uporem godnym lepszej sprawy tezę o wysokim poziomie koncentracji mediów drukowanych. Te nie do końca prawdziwe tezy wykorzystują niektórzy politycy, co może doprowadzić do błędnych decyzji legislacyjnych. Jeśli jednak weźmiemy pod uwagę dane GUS, to okazuje się, że stopień koncentracji mediów drukowanych określić można nie jako wysoki lecz średni. Ponieważ mamy do czynienia z segmentem schyłkowym nie przesądza on o całości systemu. Dominują w nim bowiem media audiowizualne.

Nieszczęśliwie dla Damiana Guzka opisywał on polski system medialny gdy nie uwidoczniły się jeszcze wszystkie konsekwencje konwersji cyfrowej. Uruchomienie multipleksów znacznie obniżyło oglądalność „wielkiej czwórki”, która spadła do około 40%, a na znaczeniu zyskały programy tematyczne i zdecentralizowane. Prawdą jest jednak to, że stopień koncentracji mediów audiowizualnych jest wysoki, ale zdominowany został nie tylko przez firmy zagraniczne. Myli się więc autor pisząc już w pierwszym akapicie *Wstępu*: „Natomiast jedynym w strukturze komercyjnej telewizji kanałem ogólnokrajowym w pełni należącym do polskiego kapitału jest TV Trwam” (s. 7). Zaskakuje też inne zdanie z *Podsumowania* pracy, gdzie pisze o „faworyzowaniu obcego kapitału i deprecjacji kapitału krajowego” (s. 227).

Czytając te stwierdzenia trudno nie zadać pytania, co zatem stało się z grupą kanałów Polsatu i programami Plusa? Trzeba też przypomnieć, że w początkach lat dziewięćdziesiątych XX w. nie mieliśmy własnego kapitału. Próby podtrzymywania przy życiu zdekapitalizowanych redakcji przez spółdzielnie dziennikarskie zwykle kończyły się przejmowaniem ich przez zagranicznych inwestorów posiadających

sprzęt, technologię i potrafiących na nowo zorganizować produkcję. Rodzimy kapitał w mediach pojawił się dopiero po kilku latach transformacji, a z racji tego, że wtedy aspirowaliśmy, a obecnie jesteśmy w Unii Europejskiej, nie mógł być faworyzowany.

Im ściślej autor trzyma się obranego tematu tym lepsze uzyskuje efekty. Szczególnie wartościowe wydają się jego ustalenia dotyczące stanu polskich mediów katolickich. Zebrał on rozproszone po różnych źródłach skrawki informacji dzięki czemu stworzył własną bazę danych. Jak już wiemy, ustalenia te częściowo poszerzono o informacje uzyskane z badań ankietowych. Dzięki temu nie tylko poznajemy system mutacyjny „Gościa Niedzielnego” i „Niedzieli”, ale inne pisma diecezjalne. Nadto autor kompleksowo przedstawił sieć radiofonii katolickiej. Interesował się też prasą parafialną. Bodaj najdokładniej scharakteryzował najbliższą mu prasę Archidiecezji Katowickiej (pisał o niej w swej pracy magisterskiej). Im jednak dalej od siedziby badacza tym uzyskane dane wydają się mniej precyzyjne, a próby wysuwania na ich podstawie ogólnych wniosków mogą okazać się zwodnicze. Niezależnie jednak od tych zastrzeżeń stwierdzić trzeba, że uzyskane wyniki wydają się ciekawe, a wysiłek badawczy Damiana Guzka ocenić trzeba wysoko. Jego dociekania otwierają też nowe pola badawcze, bowiem jedynie zasygnalizował on kwestie związane z katolickim środowiskiem dziennikarskim czy przechodzeniem mediów katolickich do środowiska cyfrowego. Innym potencjalnym kierunkiem badań jest rola mediów katolickich w społecznościach lokalnych, zwłaszcza tych pomijanych przez media ogólnopolskie i regionalne.

W sumie więc otrzymaliśmy dzieło może nie do końca doskonałe, ale warte uwagi i analizy. Książka Damiana Guzka warta jest lektury także i z tego względu, że mimo hermetyczności badanego środowiska prezentuje interesujące dane, a zarazem inspiruje do kolejnych dociekań.

*Tomasz Mielczarek*