

Masarykova univerzita

Fakulta sociálních studií

Vybrané aspekty žurnalistické profese v Polsku

Bakalářská práce

Masarykova univerzita

Fakulta sociálních studií

Katedra mediálních studií a žurnalistiky



Vybrané aspekty žurnalistické profese v Polsku
Selected Aspects of the Journalistic Profession
in Poland

Bakalářská práce

Andrea Jarošová

vedoucí práce: Mgr. Svatava Navrátilová, Ph.D.

Brno 2012

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedené v bibliografii.

V Brně dne 26. 4. 2012

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat Mgr. Svatavě Navrátilové, Ph.D. za vzorné vedení mé bakalářské práce, odborné rady a především za věnovaný čas a ochotu v průběhu řešení práce.

Anotace

Tato bakalářská práce, nazvaná Vybrané aspekty žurnalistické profese v Polsku, je přehledovou studií, jež představuje téma v kontextu fungování polského mediálního systému. Zdůrazněn je především historicko-politický kontext vývoje polské žurnalistiky a její další specifika. Práce ukazuje, jak se vzájemně ovlivňují společenské tradice a politické okolnosti, reflektované na podobě polské mediální krajiny. Práce vystavěná podél vybraných aspektů postupně představí novináře jako sociální skupinu, zaměří se na novinářské organizace, právní a etické limity profese a jejich dopady na praxi. Zmíněn je i pro Polsko velmi charakteristický vliv katolické církve, zejména role a vývoj katolických médií na pozadí přechodu mezi totalitním a demokratickým režimem.

Klíčová slova

teoretická práce, přehledová studie, mediální systém, novináři, Polsko, žurnalistika

Annotation

This bachelor thesis, titled The Selected Aspects of the Journalistic Profession in Poland, is an overview study that introduces Polish media system functioning. Emphasis is put especially on the historical-political context of Polish journalism, and on the description of contemporary media environment. The thesis depicts mutual influences between social traditions and political circumstances, as reflected on the character of Polish media setting. A paper built-upon chosen aspects gradually introduces journalists as a social group, focuses on journalism organizations, legal and ethical limits of the profession, and their impact on everyday practice. A detailed analysis is devoted also to Poland-related influence of Catholicism, in particular to the development of Catholic media during the transition from totalitarian to democratic regime.

Keyword

theoretical study, overview study, media system, journalists, Poland, journalism

Obsah

1	Úvod.....	8
2	Teoretické zasazení práce	10
2.1	Mediální systémy v postkomunistických zemích	10
2.1.1	Mediální systém Polska.....	14
2.2	Žurnalistika v informační společnosti	17
2.3	Shrnutí	18
3	Metodologický přístup práce	20
4	Historický aspekt	21
4.1	Vývoj polských médií – cesta k masovému tisku.....	21
4.2	Období záborů a polský tisk z let národní nesvobody.....	24
4.3	Meziválečný polský tisk	26
4.4	Polská žurnalistika ve stínu druhé světové války	28
4.5	Polský tisk v socialistickém Polsku.....	29
4.6	Privatizace tisku po roce 1989 a budování volného trhu.....	31
4.7	Stabilizace polského tisku a jeho současný vzhled	31
5	Novináři jako sociální skupina.....	34
5.1	Proces utváření profese novináře.....	35
5.2	Výzkumy médií a vzdělání novinářů v Polsku.....	36
5.3	Stereotypy novinářské profese v Polsku – syndrom novináře.....	38
6	Polské novinářské organizace	40
6.1	Polská sdružení novinářů.....	40
6.1.1	Sdružení novinářů Polské republiky	40
6.1.2	Sdružení polských novinářů	41
6.1.3	Katolické sdružení novinářů.....	42
6.2	Syndikát a odbory	43
7	Právní a etický aspekt	44
7.1	Svoboda médií	44
7.2	Základní právní principy polského tisku	45
7.3	Mezinárodní tiskové právo	48
7.4	Novinářská etika v Polsku	49
7.4.1	Zásada přednosti.....	49
7.4.2	Zásada pravdy a objektivity	50
7.5	Polské etické kodexy	51

8	Katolická média	55
8.1	Koncept a historie polského katolického tisku	56
8.2	Katolický tisk v Polsku	59
9	Závěr	61
	Přílohy	63
	Příloha č. 1: Charakteristika vysokých škol žurnalistiky v Polsku	63
	Příloha č. 2: Charakteristika nejčtenějších seriózních deníků Gazeta Wyborcza a Rzeczpospolita	65
	Příloha č. 3: Charakteristika sdružení novinářů v Polsku	66
	Příloha č. 4: Charakteristika etických kodexů v Polsku	67
	Příloha č. 5: Charakteristika nejčtenějších katolických titulů	69
	Příloha č. 6: Tabulky čtenosti polských periodik za období od srpna 2011 do ledna 2012 ..	73
	Příloha č. 7: Profily čtenářů polských periodik	76
	Seznam zdrojů a literatury	79
	Tištěné prameny	79
	Elektronické zdroje	85
	Seznam tabulek	89
	Seznam grafů	89
	Seznam obrázků	89
	Jmenný rejstřík	90

Celkový počet slov: 18 142

1 Úvod

Je tomu již pět let od vydání Jakubowiczovy knihy *Rude Awakening*. Jejím prostřednictvím se českému čtenáři poprvé nabídla možnost sledovat procesy mediálních změn v dosud opomíjených postkomunistických zemích. Původem polský autor se pokusil jako jeden z mála přiblížit mediální modely střední a východní Evropy a hlavní mechanismy procesu ilustrovat na příkladu vybraných zemí. S Jakubowiczovou pomocí se v následujících kapitolách zaměříme na dvě hlavní otázky. Jakým způsobem funguje polské mediální prostředí? A jakým směrem se vyvíjí tamější žurnalistika?

Je známo, že česká akademická půda se v oblasti mediálních studií orientuje především na anglosaský svět, respektive německou mediální kulturu. Nedostatek česky psané literatury, která by se věnovala polskému mediálnímu systému, případně by předkládala alespoň ucelenější přehled hlavních znaků polské žurnalistiky, chápeme jako hlavní důvod k napsání této práce.

Název *Vybrané aspekty žurnalistické profese v Polsku* prozrazuje, že s ohledem na rozsah zkoumaného problému bylo nezbytné provést jistou selekci, která by nám poskytla dostatečný vhled do současné polské mediální krajiny. Přičemž jsme si nedovolili opomenout ani specifické prvky, které jsou pro Polsko více než charakteristické. Autorka svým způsobem přiznává, že jejím cílem není postihnout všechny existující elementy a trendy, které na polskou žurnalistickou scénu působí. Výsledkem práce by měla být přehledová studie, jež pomůže českým čtenářům se lépe orientovat na poli polské žurnalistiky a jež by se zároveň mohla stát příspěvkem v řadě dalších studií postkomunistického mediálního prostoru.

Struktura práce je postavena na několika základních cílech. V následující kapitole se věnujeme zejména teoretickému vymezení nejdůležitějších pojmů, se kterými v dalších částech textu hlouběji pracujeme, a také stručnému popisu vývoje polského mediálního systému, přičemž se náš zájem obrací především na tištěná média s tím, že se problematiky rozhlasu a televize v práci dotkneme jen zběžně. Je nutné zmínit fakt, že v textu nečiníme rozdíl mezi médii veřejné služby a médii soukromými, ale soustředíme se pouze na ta, která určují podobu polského mediálního prostředí.

Třetí kapitola sleduje přechod polské žurnalistiky od jejích začátků k současnosti, tedy obecně historický aspekt. Zaměříme se na rozvoj médií ve stínu politických událostí i jejich vliv na profesionalizaci novinářské profese na polském území¹. V následující kapitole se pokusíme krátce představit polské novináře jako samostatnou sociální skupinu včetně

¹ S odkazem na knihu *Systémy médií v postmoderním světě: Tři modely médií a politiky* autorské dvojice Hallina a Manciniho.

procesu, který vzniku profese novináře předcházela. Již zmíněné budování odborné pozice polského novináře ve struktuře profesí má do značné míry spojitost s následující kapitolou. Ta se věnuje polským novinářským organizacím a odborům, jež své členy nejen zastupují a chrání, ale i do značné míry limitují. Jaká míra samoregulace médií v Polsku funguje? To je otázka, na kterou by měla odpovědět šestá kapitola, jež se zabývá právními a etickými aspekty polské žurnalistiky. Představíme si také nejdůležitější novinářské kodexy, které v současnosti formují prostor svobody médií. O Polsku se rovněž často hovoří jako o zemi výhradně katolické, v níž hraje církev neodmyslitelnou roli ve všech aspektech společenského života. Z toho důvodu jsme do práce zařadili kapitolu věnovanou katolickému aspektu polské žurnalistiky. Důraz bude kladen na samotný koncept polského katolického tisku a jeho postupný vývoj. V závěrečné kapitole se pak pokusíme vývoj polského mediálního systému shrnout a načrtnout základní znaky novinářské profese v Polsku.

Abychom v práci dosáhli většího pochopení vývojových linií polské mediální scény, snažíme se v jednotlivých kapitolách vždy nastínit historický kontext a vliv složitých politických reálií. Přesněji řečeno bude důraz kladen hlavně na pro Polsko tak charakteristický prvek tranzice a transformace 90. let minulého století.

2 Teoretické zasazení práce

2.1 Mediální systémy v postkomunistických zemích

Vybrané aspekty žurnalistické profese v Polsku pojednáme v kontextu polského mediálního prostředí, které si v následujících kapitolách podrobněji rozebereme. Pro lepší orientaci v textu si zde krátce představíme pojem mediální systém a zaměříme se na proměnu mediálních systémů v postkomunistické části Evropy.

Podle nizozemského teoretika McQuaila je mediální systém „existující soubor masových médií v dané společnosti, charakterizovaný takovými dimenzemi jako míra centralizace, stupeň politizace, finanční zdroje a stupeň veřejné regulace a kontroly.“² (McQuail 2005: 8)

V modelech mediálních systémů se zrcadlí různorodost typů sociální organizace. Podobnosti mezi mediálními systémy zemí střední a východní Evropy byly na počátcích systémové transformace 90. let jasně viditelné, odlišné výstupy procesů v těchto zemích v současnosti jsou stále velkou teoretickou i empirickou výzvou.

Mediální svoboda je vnímána jako nutný předpoklad demokracie a vice versa. Média se tedy mohou jevit jak nezávislé, tak i závislé proměnné v demokratickém vývoji. Představme si jejich demokratizační funkce. Gurevitch a Blumer v knize *Communication Systems and Democratic Values* vytvářejí seznam osmi klíčových úloh. Mezi ně patří (1) sledování společensko-politického prostředí; (2) smysluplná agenda-setting; (3) srozumitelná a průhledná politická advokacie; (4) dialog napříč různými škálami; (5) mechanismy vládní odpovědnosti; (6) stimulace občanů k společenské participaci; (7) udržování mediální nezávislosti a integrity; (8) respektování veřejnosti. (Gurevitch, Blumer 1990: 14)

V postkomunistických mediálních systémech, tedy i v polském, však média plnila specifické role. Mezi hlavními charakteristiky polské mediální krajiny můžeme zařadit (1) legitimizaci konceptů demokracie a pluralismu; (2) demokratickou agendu-setting; (3) podporu neziskových organizací; (4) posilování stupně transformace; (5) ochranu nových demokratických institucí; (6) bulvarizační tendence v médiích a další. (Sükösd 2000: 122)

Vztah mezi demokratizací médií a systémovou demokratizací můžeme rovněž definovat pomocí metafory ontogeneze, kterou nastínil Jakubowicz v knize *Rude Awakening*. Koncept ontogeneze zachycuje individuální vývoj jedince a všechny sekvence jeho proměn.

² „The actual set of mass media in a given national society, characterized by such main dimensions as scale and centralization, degree of politicization, diversity profile, sources of finance and degree of public regulation and control.“ (V textu přeložila Andrea Jarošová)

Jinými slovy, každý jedinec opakuje v průběhu své evoluce všechny vývojové fáze, kterými prošel celý druh v procesu fylogeneze. (Jakubowicz 2007: 46)

Mediální systémy střední a východní Evropy byly do roku 1990 charakterizovány široce rozpracovanou soustavou cenzury pod dohledem komunistické strany. (Sükösd 2000: 129) K historickému kontextu Jakubowicz podotýká: „Středoevropské a východoevropské země zjistily, že když instituce kopírují západní vzory, ve skutečnosti tím zahájí proces, který bude sledovat vývoj, jenž nakonec povede k úspěšnému rozkvětu. Proto musí opakovat – i když pravděpodobně v urychlené formě – zkušenosti (a chyby), kterými prošly všechny západoevropské země předtím, než byly schopné dosáhnout něčeho blížícího se požadovaným výsledkům.“³ (Jakubowicz 2007: 47)

Z empirického hlediska však transformace médií střední a východní Evropy jen částečně splňuje výše uvedená normativní očekávání. Proto Raboy, Proulx a Dahlgren rozlišují mezi tržní a společenskou poptávkou při legitimizaci mediální politiky. Zatímco tržní poptávka chápe veřejný zájem jako to, co veřejnost zajímá, společenská poptávka umožňuje hlubší pochopení veřejného zájmu a jeho vazby na výkon demokracie. (Raboy a kol. 2003: 324)

Je třeba zdůraznit, že obě orientace byly přítomny ve všech postkomunistických zemích a je to jejich relativní síla, která charakterizuje mediální systémy v určitých obdobích. Autoři poukazují na fakt, že to, co odlišuje historickou dynamiku postkomunistických režimů od západních zemí, je silný dopad politické poptávky v raném období, dále vznik a relativní posílení tržních a sociálních požadavků v dalších částech tranzice. (Jakubowicz, Sükösd 2008: 15)

Významným rysem postkomunistických mediálních systémů je fakt, že čelily a současně se staly předmětem všech historických procesů ve velmi krátké době. Vlny změn zasáhly země bezprostředně po pádu komunismu. Pokud bychom jmenovali hlavní tendence ve vývoji mediálních systémů středoevropských a východoevropských zemí, jednalo by se o „(1) demonopolizaci a (částečnou) remonopolizaci; (2) komercializaci a marketizaci systému; (3) mediální svobodu a nezávislost; (4) demokratizaci médií; (5) pluralismus

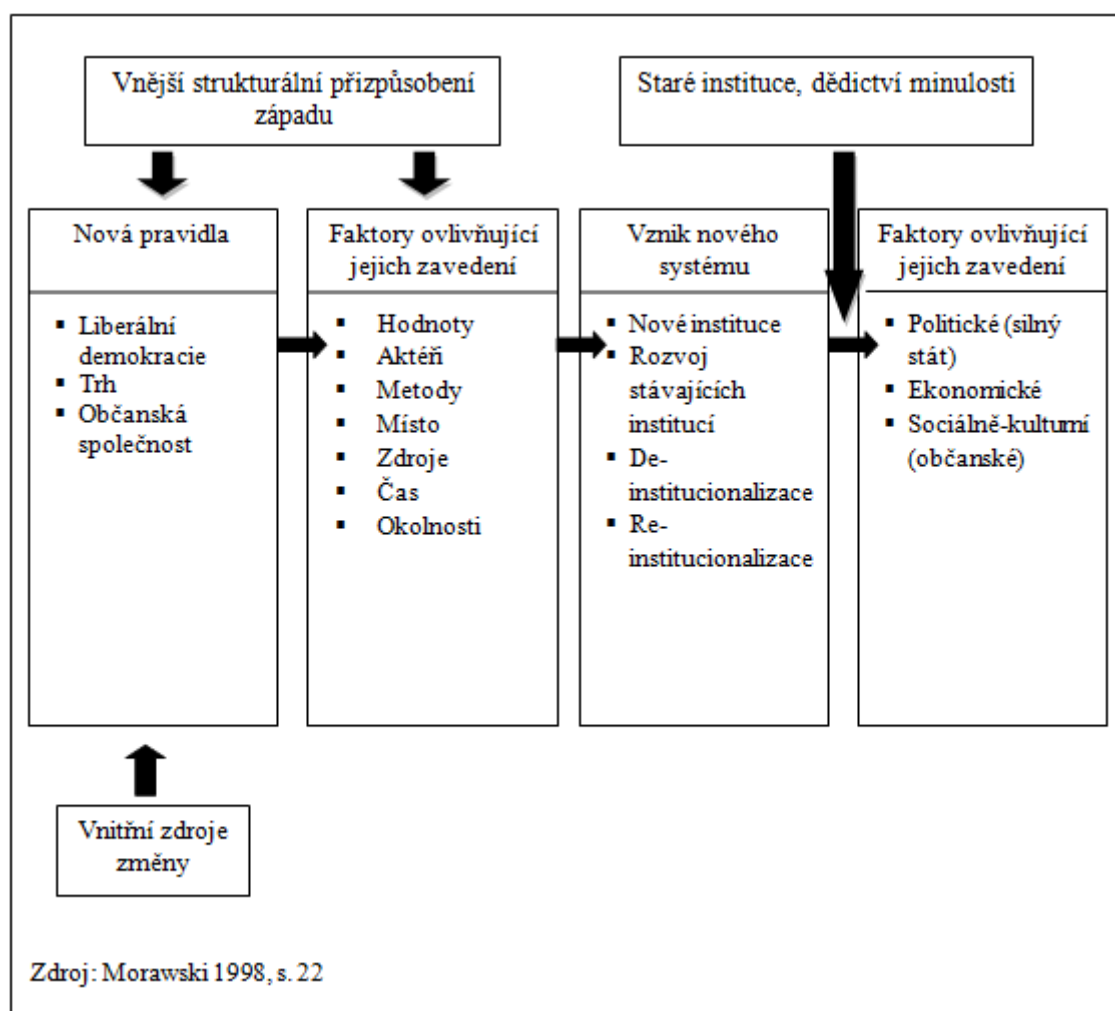
³ „Central and Eastern European countries are thus discovering that when they transplant an institution copied on Western patterns, they are in reality launching a process that will retrace the developments that ultimately led to its successful development elsewhere. They must therefore repeat - albeit probably in an accelerated form - the experience (and all the mistakes) that Western European countries went through before they were able to achieve something close to the desired results.“ (V textu přeložila A. J.)

v médiích; (6) profesionalizaci novinářů; (7) internacionalizaci a globalizaci obsahu a vlastnictví; (8) rozvoj informačních médií.“⁴ (Jakubowicz, Sükösd 2008: 16)

Skutečnost, že komercializace a marketizace jsou umístěny tak vysoko na seznamu transformace mediálních systémů postkomunistických zemí, se může zdát překvapivá. Nicméně jde o tržní síly, které samy podněcují k vývoji médií a změnám v postkomunistických zemích.

Model systémové změny v zemích střední a východní Evropy tedy zahrnuje širokou škálu procesů, zabývající se odstraněním komunistického dědictví, a trojnásobnou či čtyřnásobnou transformaci.

Tab. 1 Institucionalizace systémových změn



⁴ „(1) Demonopolization and (partial) remonopolization; (2) commercialization and marketization of media systems; (3) media freedom and independence; (4) democratization of media; (5) pluralization in the media; (6) professionalization of journalists; (7) internationalization and globalization of content and ownership; (8) ICT development.“ (V textu přeložila A. J.)

Navíc postkomunistické země jsou integrovány do evropského a světového společenství, jsou ovlivňovány globálními procesy politických a ekonomických změn. Současně platí i vliv technologických a ekonomických změn. V tomto smyslu transformace středoevropských a východoevropských zemí zahrnuje nejméně tři dílčí procesy, urychlující společenské změny.

Tab. 2 Dílčí procesy sociálních změn v postkomunistických společnostech

<i>Dílčí proces</i>	<i>Popis</i>
Odstranění komunistického odkazu	Program řízené (či částečně řízené) změny sloužící k odstranění komunistického dědictví
Tří či čtyřnásobná transformace	Budování státu, ekonomická a politická reforma a důsledky těchto procesů
Reakce na globální evropské změny	Zapojení do procesu globální a evropské integrace, úsilí o informatizaci/digitalizaci, reakce na globalizaci aj.

Zdroj: Jakubowicz; Sükösd 2008: 21

Lze identifikovat také limitující faktory transformace, vyplývající ze vzájemných vztahů mezi procesy mediálních změn a klíčovými odvětvími sociálních změn.

Tab. 3 Procesy mediální změny pod vlivem klíčových oblastí společnosti v postkomunistických zemích

<i>I.</i> <i>V závislosti na</i> <i>politických faktorech,</i> <i>média mohou:</i>	<i>II.</i> <i>Politika a ekonomika</i> <i>určují, zda média</i> <i>mohou:</i>	<i>III.</i> <i>Ekonomie, tržní</i> <i>mechanismus,</i> <i>technologický rozvoj</i> <i>podporují či brání:</i>	<i>IV.</i> <i>Kulturní podmínky a</i> <i>kulturní změny jsou</i> <i>potřeba k:</i>
Být deregulována a demonopolizována Zahmuta do demokratického právního rámce Těšit se klíčovou a efektivní politikou pro digitalizaci	Získat autonomii Decentralizovat se Diverzifikovat obsah Zabývat se menšinami Internacionalizovat se Podporovat profesionalizaci novinářů	Skutečné odstranění mediálního monopolu Komericializaci Koncentraci Globalizaci Bulvarizaci Rozvoj informačních a komunikačních technologií	Neexistenci či řešení národních a etnických konfliktů Depolitizaci médií Právnímu státu Schopnosti definovat a sloužit veřejnému zájmu Roli veřejného mínění Nezávislé roli médií jako hlídacního psa

2.1.1 Mediální systém Polska

Dosud jsme se seznámili s obecnými rysy mediálních systémů středoevropských a východoevropských zemí. Nyní je třeba se blíže zaměřit na mediální systém samotného Polska. K tomu nám pomůže nejvýznamnější dílo v této oblasti z poslední doby, kniha autorské dvojice Hallina a Manciniho s názvem *Systémy médií v postmoderním světě: Tři modely médií a politiky*.

Hallin a Mancini identifikují čtyři dimenze mediálních systémů, podél nichž mohou být systémy porovnávány. Jedná se o „(1) vývoj mediálních trhů, se zvláštním zřetelem na výrazný, či nevýrazný vývoj tisku s masovým nákladem; (2) politický paralelismus; to je úroveň a povaha propojení médií a politických stran, nebo šířeji pojato, rozsah, v jakém mediální systém odráží hlavní politické členění společnosti; (3) vývoj novinářského profesionalismu a (4) stupeň a způsob intervence státu do mediálního systému.“ (Hallin, Mancini 2008: 49) Tyto čtyři kategorie mohou poskytnout užitečné východisko pro metodologii práce, stejně jako pro klasifikaci polského mediálního prostředí.

Z předkládaných parametrů je k naplnění tématu textu – aspekty novinářské profese – stěžejní otázka profesionalizace. Nicméně se ani nevyhneme rozsáhlejšímu rozboru regulace mediálního systému, neboť regulace a samoregulace (etika) tvoří dva důležité aspekty při pojednávání o profesi v rámci národního prostoru.

Z hlediska profesionalizace žurnalistika postrádá systematickou soustavu znalostí. Podle Hallina a Manciniho je to právě formální výcvik, který hraje důležitou úlohu při definici žurnalistiky jako povolání a sociální instituce. Kritéria profesionalizace jsou následující: (1) autonomie; (2) profesní normy; (3) orientace na veřejnou službu a (4) instrumentalizace.

Autonomie a kontrola novinářského procesu do značné míry vychází z kolegiálního principu, autorita uplatňována na novinářích „vychází primárně od žurnalistických spolupracovníků.“ (Hallin, Mancini 2008: 63) V souvislosti s autonomií autoři rovněž uvádějí existenci specifických profesních norem. Ty mohou představovat etické principy, praktické rutinní úkoly i kritéria pro posuzování kvality profese. (Hallin, Mancini 2008: 64) Nesmíme opomenout zdůraznit ani jeden z nejzásadnějších prvků vývoje etiky veřejné služby, tím je existence mechanismů profesní samoregulace. (Hallin, Mancini 2008: 66) V případě značné instrumentalizace médií v národním prostoru, tedy kontroly médií vnějšími aktéry, úměrně platí nízká úroveň profesionalizace.

Zbylé dva parametry – vývoj mediálního trhu a politický aspekt – se v práci rovněž objevují, neboť bezprostředně souvisejí s historií polského tisku. V kapitole Historické aspekty zmíníme všechny prvky, jež Hallin a Mancini stanovili jako nezbytnou součást rozvoje mediálních trhů. Mezi nimi zmiňme: (1) vznik masového tisku; (2) oslovení masového publika; (3) vznik komerčních médií; (4) čtenost novin a (5) rovnováha lokálních, regionálních a celostátních novin. Za indikátory politického paralelismu můžeme pokládat zejména (1) mediální obsah; (2) organizační propojení a (3) působení mediálních osobností. (Hallin, Mancini 2008: 56)

Na základě shrnujících studií Hallina a Manciniho můžeme tvrdit, že navzdory oficiální ideologii režimu daly strukturální podmínky médií v Polsku vzniknout silné profesionální struktuře. Polští novináři se snažili i přes extrémní podmínky jednat podle profesionálního žurnalistického kánonu. Charakteristickým rysem polského mediálního prostředí bylo pronikání otevřené, dlouhodobé a intenzivní opozice. (Hallin, Mancini 2008: 67) Ta uspěla v budování alternativní veřejné sféry již roku 1976, její snahy však vyvrcholily v období Solidarity mezi lety 1980 a 1981. Rovněž katolická církev se od roku 1956 těšila právu vydávat vlastní tisk a od poloviny 70. let zaznamenala rostoucí příliv ilegálních publikací. (Jakubowicz 1990: 339) V Polsku tedy existovaly tři veřejné sféry: oficiální spravovaná stranou, alternativní vedená převážně katolickou církví a opoziční v podzemí. (Jakubowicz 1991: 158)

Velká lidová mobilizace na počátku 80. let vyvolala velmi radikální návrhy na restrukturalizaci polských médií. (Goban-Klas 1994: 165) Záměrem bylo vytvořit mediální systém, v němž by se celá řada sociálních skupin podílela na řízení médií a skrze ně tak vyjadřovala své názory. Počet ilegálních, i když v té době docela otevřených publikací vzrostl zhruba na jeden a půl tisíce v roce 1981. (Jakubowicz 1990: 339) V nich pak probíhala skutečně rozsáhlá diskuse o médiích a mediální svobodě.

V prosinci 1981 bylo v Polsku vyhlášeno stanné právo a Solidarity se přesunula do podzemí. Vyloučena ze všech elektronických médií a tisku, Solidarity publikovala celou řadu podzemních periodik. Je odhadováno, že v období vojenského stavu vycházelo na dva tisíce disidentských listů. (Jakubowicz 1991: 156) Autonomii však byla mezi polskými novináři přisuzována vysoká hodnota, převládl smysl pro profesní solidaritu i v dobách ostrého politického konfliktu. Polská žurnalistika byla chápána jako profese ryze politická, jež se podílí na tvorbě politiky a řešení sociálních problémů.

Strana, nebo alespoň její reformní křídlo, uznala potřebu dojít k dohodě s nekompromisní opozicí a v roce 1988 začala s přímými jednáními s představiteli Solidarity.

O rok později začala diskuse u Kulatého stolu, do níž byla zahrnuta i média. (Goban-Klas 1990: 178)

Solidarita požadovala své zastoupení ve veřejnoprávních médiích a posílení vlivu občanské společnosti na vysílání. (Jakubowicz 1991: 169) V roce 1990 získala Solidarita na základě výsledků prvních polosvobodných voleb moc i potřebnou podporu pro změnu polského mediálního systému. (Jakubowicz 1993: 44)

Co se týká tisku, některá podzemní periodika přežila a prosperovala, a to zejména Gazeta Wyborcza. Nově také vznikly desítky titulů politických stran a dalších sociálních skupin. Stávající stranický tisk byl rychle privatizován. V některých případech přešly tituly do rukou jejich zaměstnanců, přestože většina z nich byla silně podfinancována. Často byla polská média prodávána spíše z politických důvodů, než komerčních. (Jakubowicz 1995: 33)

Výsledný mediální systém 90. let byl důkladně zpolitizovaný. Média byla plurální, ale nemohla být v žádném případě klasifikována jako nezávislá. Tištěná média spíše odrážela širokou škálu vlastnictví, ale z hlediska orientace byla v naprosté většině politická, nikoli komerční. (Goban-Klas 1996: 26) Samotní novináři se nepovažovali za neutrální pozorovatele, nýbrž za představitele určitého názoru. Platilo, že tisk „pomáhal publikovat spíše pohledy a názory stranických elit, než občanské společnosti.“ (Jakubowicz 2003: 237)

Politicky předurčené mediální prostředí se však nezdá být dočasným jevem souvisejícím bezprostředně s komunismem. (Hallin, Mancini 2008: 67) Jedná se o stabilní stav podřízenosti mocenské struktuře a zejména politickým silám. (Jakubowicz 2003: 241)

V Polsku, jednom z nejúspěšnějších příkladů demokratizace, nevidíme vznik nezávislého média tak, jak to teorie tranzice předpokládá. V současnosti v Polsku existují plurální média, která zastupují převážně zájmové skupiny, nikoli společnost. Další dimenze přechodového paradigmatu, tedy síla trhu, byla naopak v Polsku realizována velmi brzy. Tisk byl oddělen od dotací hned na počátku a s klesajícím nákladem se musel plně spolehnout na podporu inzerentů. Není tedy pochyb o tom, že sdělovací prostředky se v Polsku staly předmětem procesu marketizace. Velká část médií byla privatizována, ačkoli média veřejné služby si i nadále udržují výsadní postavení v systému. Pokud jde o další kategorie přejaté z koncepce autorů Hallina a Manciniho, polská média se v současnosti vyznačují vysokým stupněm politického paralelismu s nízkou mírou novinářské profesní autonomie a častou přímou státní intervencí. (Sparks 2008: 54)

2.2 Žurnalistika v informační společnosti

Dosud jsme byli schopni definovat mediální systém jako celek. Otázkou však stále zůstává, jak obecně vymezit novináře. Jaké jsou jeho úlohy? Klíčovým problémem je rozvoj konvergentní žurnalistiky tak, jak to tvrdí Ivar Erdal. Projevuje se snad transmediálnost žurnalistiky jak v metodách práce, tak i ve vyprodukovaném materiálu? (Erdal 2007: 51)

Předtím než přejdeme dále, musíme si definovat hlavní typy žurnalistiky. Tradiční žurnalistikou se rozumí profesionální novinářina, k níž patří všechny etapy sběru a zpracování informací, a to v souladu s hlavními novinářskými standardy. V případě občanské žurnalistiky, mající původ ve Spojených státech, jde o tradiční žurnalistiku, ve které publikum hraje roli tvůrce i zdroje informací. (Jakubowicz 2011: 186)

Interaktivní žurnalistika moderní společnosti má dva rozměry. První tvoří interaktivní obsah. Publikum svobodně volí novinářský obsah, který ho zajímá. Druhým rozměrem je interpersonální komunikace, umožňující dialog mezi novinářem a příjemcem v případě, že obě strany mají o kontakt zájem. V participační žurnalistice se naopak aktivně zapojují i příjemci sdělení, neboť mají podíl na shromažďování, oznamování, analyzování a šíření informací. (Bowman, Willis 2003: 7)

Polská ústava potvrzuje debatu o tradiční žurnalistice, když v článku 7 popisuje novináře jako osobu „odpovědnou za editaci, vytváření a přípravu tiskových materiálů, jenž je zaměstnán v redakci a vykonává svou funkci jménem a pod vedením redakce.“⁵ (Dz. U. 1984, č. 5 pos. 24, čl. 7, odst. 2) Jedná se o velice formální, až neutrální definici, která říká, čím se novinář zabývá. Přesto však z institucionálního hlediska předpokládá profesní vztah mezi novinářem a jeho redakcí.

Denis McQuail podává jiné vysvětlení. Žurnalistiku chápe jako „publikování zpráv o nedávných či současných událostech v zájmu veřejnosti.“⁶ (McQuail 2005: 14) Tato definice je spíše funkcionální s kvalitativními prvky. Předpokládá, že novináře svazují pevné profesní normy a etické zásady.

V knize *Normativní teorie médií* Clifforda Christianse se autor zabývá především normativními úlohami žurnalistiky, a to v demokratickém prostředí. Teoretik masové komunikace Christians je nazývá následovně: „(1) vedlejší role v podpoře demokracie; (2)

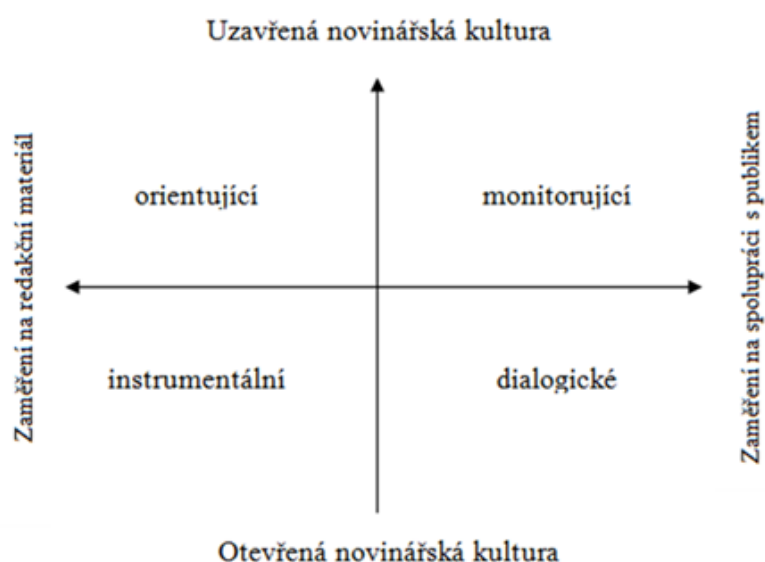
⁵ „Zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji.“ (V textu přeložila A. J.)

⁶ „Reporting on recent or current events of interest to the public.“ (V textu přeložila A. J.)

role pozorovatele; (3) role spolupráce; (4) radikální a kritická role.“⁷ (Christians a kol. 2009: 36)

V současnosti jsou ale nároky na žurnalistiku jiné, proto musí novinář najít rovnováhu mezi uzavřenou kulturou práce novinových expertů a otevřenou kulturou spolupráce a interakce s publikem. Nová situace v médiích je podle Marka Deuze charakteristická vysokou mírou nejistoty a složitosti. „Je nekonečným zdrojem pro generování obsahu a zkušeností stále většího počtu lidí na celém světě. Část toho, co se stane, bude jistě reprodukovat stávající mocenské struktury a nerovnosti. Přesto jsme svědky bezprecedentní míry individuální kontroly nad aktem přijetí zprostředkované reality a aktivní účasti na ní. Žurnalistika, která se bude plně angažovat v tomto prostředí, se sama stane tekutou.“⁸ (Deuze 2008: 860)

Obr. 1 Typy žurnalistiky



Zdroj: Deuze 2003: 219

2.3 Shrnutí

V úvodní části kapitoly jsem se pokusila vymezit základní charakteristiky vývoje mediálního prostředí postkomunistických zemí po roce 1989. Různorodost sociální organizace na počátku

⁷ „(1) Facilitative role in promoting democracy; (2) monitorial role; (3) collaborative role; (4) radical and critical role.“ (V textu přeložila A. J.)

⁸ „It is an endless resource for the generation of content and experiences by a growing number of people all around the world. Part of what will happen will reproduce existing power relationships and inequalities, for sure. Yet we are also witnessing an unparalleled degree of human agency and user control in our lived experience of mediated reality. A journalism that will successfully embrace this ecology, will have to become a liquid journalism.“ (V textu přeložila A. J.)

90. let však vedla k ztrátě podobnosti středo a východoevropských mediálních systémů a my můžeme v současnosti vnímat odlišné výstupy demokratizačních procesů. Jde zejména o rozsah mediální svobody. V postkomunistických zemích nebyla svobodná média jen cílem transformace, ale současně také prostředkem, jak demokracie dosáhnout. Souhlasím proto s Jakubowiczem, když tvrdí, že celý vývoj mediálních systémů v tomto prostoru je jen zrychleným opakováním demokratizačního procesu médií v západních zemích.

Subkapitola o mediálním systému Polska se opírá o pojetí Hallina a Manciniho. Specifikem polského mediálního systému je silná profesní struktura žurnalistiky, takže i v období represí ze strany režimu zde existovaly tři veřejné sféry – oficiální, katolická a opoziční. Přílišná politizace polských novinářů však měla za následek vznik plurální, avšak značně politicky závislé profese. Polští novináři se podle citovaných zdrojů považují za představitele jistého názoru, nikoli neutrální pozorovatele. Další dimenze mediálního systému – síla trhu – však byla v Polsku realizována velmi brzy. Jedním z cílů práce bude tedy najít ve vybraných aspektech novinářské profese historické kořeny konstatovaného stavu. Dalšími zkoumanými aspekty budou právní a etické hranice profese, neboť oblasti regulace a samoregulace zpřesňují představu o fungování mediálního systému v národním prostoru.

Samotnou podkapitolou byla rovněž problematika žurnalistiky v informační společnosti. V současnosti se setkáváme na poli médií s vysokou mírou komunikace a interakce mezi novinářem a příjemcem sdělení. Jinak řečeno publikum samo ovlivňuje obsah. Podle odborné diskuse k tomuto tématu lze konstatovat, že polské mediální prostředí tuto vývojovou tendenci novinářské profese ještě plně nenásleduje. Polští novináři stále dávají přednost profesnímu vztahu novinář-redakce před kontaktem s publikem.

3 Metodologický přístup práce

Potřebu a originalitu vybraného tématu práce jsme již naznačili v úvodu, kde jsme se pokusili obhájit volbu tématu a možného přínosu celé studie. Doposud jsme ještě nevymezili použité metody, o které se budeme v následujících kapitolách opírat, a hlubší účely předkládané studie.

Práce, nazvaná Vybrané aspekty žurnalistické profese v Polsku, je přehledovou studií, jež poukazuje na specifika fungování polského mediálního systému. Podává čtenáři přehled a kritickou analýzu o podstatě vývojových a historických proměnách polské žurnalistiky. V rozsahu bakalářské práce se nám jistě nepodaří analyticky proniknout k samotnému jádru pojednávané problematiky, nicméně se ji budeme snažit horizontálně přehlédnout z různých pohledů a se sjednocujícím nadhledem.

Přesněji půjde o zachycení procesů a změn jak v celé polské mediální krajině, tak i v žurnalistických profesích. Práce bude směřovat od obecnější roviny proměny novinářské profese ve středoevropském kontextu až k charakteristickým prvkům polského mediálního systému na pozadí přechodu mezi totalitním a demokratickým režimem.

Hlavní teoretický přístup práce bude historický. Nastíníme změny v případě polské žurnalistické profese v čase, a to bez jakýchkoli další interakcí. (Hendl 2005: 134) Důrazem na historicko-politický kontext vývoje polské žurnalistiky a popisem současného stavu ukážeme, jak se vzájemně ovlivňují společenské tradice a politické okolnosti, jež se zrcadlí na podobě polské mediální krajiny. (Švarcová 2005: 21) Z hlediska vybraných aspektů bude neméně významnou roli v práci hrát systémový přístup, v němž budeme zkoumat mediální scénu Polska z komplexnějšího pohledu, tedy jako jednotný soubor mezi sebou úzce provázaných útvarů.

Záměrem přehledové studie bude jistá úspora času budoucím zájemcům o výzkum polského mediálního prostředí. Soustředěním původně rozptýlených informací do jednoho zdroje se docílí jisté sumarizace poznatků o zkoumané oblasti, tedy polské mediální sféře. Přidanou hodnotou pak bude snaha o interpretaci problémových rysů vybraných aspektů. Představená práce by tak čtenáři měla ve výsledku sloužit jako konspekt, záznam podstatných poznatků, hlavních myšlenek včetně souvislostí. (Disman 2002: 131)

Základním zdrojem informací budou relevantní dokumenty. (Hendl 2005: 162) Nepůjde jen o odborný tisk, ale i o samotná polská média, na nichž lze proměnu v čase nejjasněji pozorovat. Uplatní se jak tištěné, tak elektronické zdroje.

4 Historický aspekt

4.1 Vývoj polských médií – cesta k masovému tisku

První formou šíření informací se v Polsku staly tištěné neperiodické noviny, které však byly pomíjivé a obvykle vydávané jen při významných příležitostech. Byly psány v latině či němčině a často měly podobu básní. První zmínka o tomto typu tiskovin se na polském území objevila již na počátku 16. století. Průkopníkem se stal německy psaný list *Neue Zeitung auf Litten von den Moscovitern* z roku 1513. (Łojek 1976: 18)

V té době můžeme v Polsku zaznamenat až na tisíc typů letákových noviny, jejichž náklad je odhadován mezi dvěma až třemi tisíci exempláři. (Łojek 1976: 19) Polský jazyk postupně začal ovládat tištěné dokumenty, nicméně s německy psanými novinami se v Polsku můžeme setkat i v 18. století, což lze vysvětlit vysokou aktivitou tiskáren v Gdaňsku.

Brzy se však začal náklad novin podobat klasickým periodikům. Velký význam měl zrod prvních periodických polských novin *Polský Merkurius*, publikovaných poprvé v roce 1661, rozšiřovaných i za hranicemi. Po krátkou dobu se *Merkurius* vydával v italštině, měl formu zpravodaje, který měl cizince informovat o polských záležitostech. Náklad *Polského Merkuria* byl však malý, pohyboval se mezi jedním až třemi sty kopiemi. (Zawadzki 2002: 35)

Po úpadku *Merkuria* se šíření informací v Polsku vrátilo do podoby neperiodických novin. Významnou událostí, jež ovlivnila tisk, bylo zrušení volné soutěže v roce 1695. Jan III. Sobieski přiznal svému tajemníkovi *Priamymu* monopolní privilegium k publikaci všech zahraničních i královských novin na území Polska, takže na konci 17. století byly v Krakově vydávány jen *Priamyho* zpravodajské noviny *Avíza*, *Různé zahraniční zpravodajství* a *Noviny z Varšavy*. Tyto tituly nebyly po sobě jdoucí čísla, byly však datovány a s velkou pravděpodobností vycházely jednou týdně. Vydavatel ukončil svou činnost kolem roku 1705. (Łojek 1976: 87)

Mezi lety 1705 a 1729 můžeme sledovat úpadek publikování novin na polském území. Nicméně se v té době začaly v německém Královci objevovat polsky psané noviny. První týdeník *Královská pošta* byl publikován 6. srpna 1718 vydavatelem Janem Davidem Cenkerem, majitelem tiskárny v Královci. Iniciátorem těchto novin byl protestantský pastor Jerzy Rekuć a jejich kopie byly přepisovány i do latiny a švabachu.

Týdeník *Královská pošta* byl typickými zpravodajskými novinami, které přinášely zprávy z Polska a celé Evropy. Za dva a půl roku vyšlo sto dvacet šest čísel, čítajících celkem tisíc stránek. Velkou devizou *Královské pošty* byl převážně použitý jazyk, který měl pro

vývoj polského tisku velký význam. Polský jazyk těchto novin byl bohatý, čistý, stručný a stylově dokonalý, bez makaronismů a latinských výrazů. (Łojek 1976: 116)

Ve 30. letech 18. století začíná nové období zvýšené tiskové poptávky, Varšava získala Varšava roli správního centra Polska a právě zde se objevily a rozvíjely periodické noviny novějšího typu. Je třeba připomenout, že toto období až do roku 1792 bylo obdobím bez preventivní cenzury.

Počátkem ledna 1729 se objevuje národní týdeník Polské noviny a zahraniční Relato Refero, později přejmenované na Polského kurýra. (Zawadzki 2002: 96) Polský kurýr byl na svou dobu zvláštním jevem, neboť poskytoval jednou týdně úplný zpravodajský přehled událostí z kraje. Piarický Polský kurýr je fenoménem, jenž je dodnes pro historiky těžko vysvětlitelný. Noviny poskytovaly jak informace z domova, tak i ze zahraničí, a to po dobu několika let, což je staví na pomyslné první místo v Evropě. Náklad se mohl pohybovat okolo tisíce exemplářů. Piaristé byli těmi, kteří pečlivě zaznamenávali vývoj společnosti v tisku. Až v roce 1736 se podařilo ukončit jejich monopol a Polský kurýr od ledna 1737 spadl do správy jezuitů, čímž došlo k celkovému snížení jeho kvality.

V roce 1761 byl list Polský kurýr reorganizován a rozdělen do dvou titulů – Varšavský kurýr a Novinky ve Varšavě. O čtyři roky později existovaly už pouze Novinky, které převzaly původní název Kurýr. Od 18. dubna 1760 se jezuité ujali zpravodajských novin Litevský kurýr, které obsahovaly zajímavou přílohu Literární zprávy, tedy druh časopisu pro každého. (Łojek 1976: 121)

Průlom v historii polského tisku 18. století znamenal zrušení jezuitského řádu v roce 1773, což mělo za následek zánik jejich tiskového monopolu z roku 1757. Novinky z Varšavy převzal téhož roku Stefan Łuska, ale poté, co se nedohodl s králem ohledně příjmů z vydávání královských novin, založil vlastní titul Varšavské noviny.

Servis Varšavských novin byl srovnatelný s jinými předními evropskými tituly. Noviny se vydávaly dvakrát týdně v rozsahu osmi stran. Zahraniční zpravodajství převažovalo, domácí zprávy byly velmi zdrženlivé či úplně chyběly. V průběhu roku se v novinách také objevovaly stovky reklam. Počáteční náklad pěti set kusů velmi rychle rostl a dosáhl až půl druhého tisíce výtisků. Monopol Łuskiny však nezahrnoval francouzské zpravodajství, které zůstávalo v rukou piaristů. (Witkowski 2011: 64)

Později se objevily zcela nové noviny, které měly být formálně soukromým podnikem a měly sloužit jako neoficiální orgán stranických reforem, jako podpora vlasteneckých myšlenek a program moderní politické transformace systému státu. Noviny národní a cizí poskytovaly domácí i zahraniční zpravodajství. První číslo bylo vydáno 1. ledna 1791 a další

vycházela vždy pravidelně dvakrát do týdne až do roku 1792. Nové noviny získaly na polském trhu převahu i nad starými Varšavskými novinami. Nové noviny využívaly i polských dopisovatelů žijících v zahraničí. Od roku 1792 se v novinách objevovala také placená reklama pod názvem Vnitrostátní věstník. Přesto existence těchto novin musela skončit kvůli značné ruské intervenci.

V první polovině roku 1792 se polský tisk obohatil o další zpravodajské noviny, neboť se začal vydávat Varšavský korespondent. Tyto noviny vycházely vždy třikrát týdně v malém formátu. Vzhledem a obsahem však byly méně zdařilé, neboť redaktoři nebyli zkušenými profesionály. Tyto noviny můžeme považovat za první prototyp populárních časopisů, které byly určeny široké veřejnosti a velkému počtu příjemců. Noviny byly rovněž prodávány za poloviční cenu Varšavských novin, proto již v červenci roku 1792 dosáhly nákladu dvou tisíc kusů. (Łojek 1976: 129)

V lednu 1793 došlo k incidentu, který znamenal mezník v historii polského tisku. Varšavský korespondent v létě roku 1792 uveřejnil článek přejatý z německých novin vydávaných v Brně, který vládu nesmírně poškodil. Vláda tedy iniciovala obvinění Varšavského korespondenta a 11. ledna se konal soudní proces ve Varšavě s jeho redakčním týmem. Jednalo se tak o první tiskový proces v polském soudnictví. (Zawadzki 2002: 176)

V druhé polovině 18. století se v Polsku objevily první časopisy. Jeden z největších soudobých polských časopisů, nazývaný Monitor, vycházel dvakrát týdně po dobu jednadvaceti let. Monitor byl přísně moralizační časopis, jehož vzorem byl především anglický Spectator. Náklad však nikdy nepřekročil pět set kusů a nadále klesal.

Velmi důležitým časopisem za vlády polského krále Stanislava byl ekonomicko-společensko-vědecký měsíčník s názvem Politický a historický zápisník. Témata článků publikovaných v Zápisníku byla široká, od obchodních statistik až po literární kritiky. Už v roce 1784 měl tento časopis na čtyři sta předplatitelů. (Łojek 1976: 138)

Od roku 1794 patří mezi polská specifika také období povstaleckého tisku. Po vítězství Varšavského povstání došlo ke změně polského mediálního trhu, neboť Tadeusz Włodek ztratil svůj monopol. Namísto Národních novin zahájil Antoni Leszek vydávání Varšavských novin, které se na dlouhý čas staly nejdůležitějším novinovým titulem v Polsku. V červenci 1794 dosáhl povstalecký tisk svého vrcholu.

Ve Varšavě bylo 1. července 1794 vydáno první číslo Vládních novin, které vycházely každý den až do ukončení povstání jako oficiální orgán povstalecké vlády. Tento titul se ukázal jako nejangažovanější polský povstalecký list, jehož výhodou byla denní periodicita. Redakce byla často kritizována za radikalismus a publikování tajných dokumentů

vládních úřadů. Noviny se přestaly vydávat v den, kdy ruská armáda obsadila Varšavu. (Witkowski 2011: 210)

Po zhroucení povstání přežily pouze dva tituly, a to Varšavské noviny a Domácí a zahraniční korespondent. Náklad Varšavských novin se pohyboval v roce 1796 v rozpětí osmi až devíti set výtisků. V následujících letech však počet začal klesat. Korespondent si udržoval náklad mezi pěti a sedmi sty výtisky. Na přelomu 18. století a 19. století také došlo k zřejmému poklesu a omezenému rozvoji převážně společensko-kulturních periodik. (Witkowski 2011: 211)

4.2 Období záborů a polský tisk z let národní nesvobody⁹

Tisk z přelomu 18. a 19. století byl zbaven vládního patronátu, byl silně potlačován a spadal pod zahraniční právo. Polské noviny se rovněž vyznačovaly znatelným ruským a německým vlivem. Problémem byl fakt, že vývoj polské společnosti i tisku byl ve všech třech záborech zcela odlišný a značně pomalý. K rychlejšímu rozvoji médií přispělo až postupné utváření stabilního čtenářského trhu.

Kvůli Napoleonovu tažení do Ruska v roce 1812 se začaly stávající tituly Varšavského knížectví i jejich obsah rapidně měnit. Projevil se jak napoleonský kult, tak i vliv francouzského tisku. (Łojek 1976: 149)

V Polském království byl carem Alexandrem I. vydán v roce 1819 dekret o svobodě tisku, na území soudobého Polska z počátku neexistovala preventivní cenzura. Tisk však nemohl publikovat texty atakující vládní moc, morální a náboženské zásady.

Dobrý hospodářský rozvoj poskytoval dynamiku tiskovému trhu v království, existovalo zde více než sto padesát titulů. Mezi nevýznamnější noviny Polského království po roce 1818 patřily Deník národní a zahraniční, Varšavský kurýr, židovský Nadviselský pozorovatel a vládní Varšavský monitor. Časopisy stěží přežívaly, protože nebyly zajímavé pro široké čtenářské publikum. (Witkowski 2011: 213)

Tisk Listopadového povstání se angažoval v polemice o metodách a cílech povstalecké války. Po potlačení povstání v roce 1831 zůstaly ve Varšavě pouze tři z více než dvaceti titulů. Vrátila se cenzura. Bylo rovněž zakázáno vydávat přetisky evropských novin.

Panováním cara Alexandra II. v letech 1855-1881 umožnila méně represivní cenzura vydávání většího množství rozličných domácích a zahraničních informací. Používání

⁹ Posilování šlechty a vnitřní rozbroje během 17. století oslabily Polsko do té míry, že v letech 1772, 1793 a 1795 si Rusko, Prusko a Rakousko v trojím dělení rozdělily zemi na základě vzájemné dohody. Výsledkem byla existence Ruského a Pruského záboru. Rakouský zábor byl nazýván též Haličem. (Wandycz 1998: 119)

telegrafu a železničních kolejí urychlilo tok informací a usnadnilo distribuci novin. Vzrostl zájem o novinky ze světa, což zprostředkovaly především magazíny Ilustrovaný týdeník a Všeobecný magazín. Počet odběratelů stoupl ze tří na pětadvacet tisíc. (Witkowski 2011: 215)

Novým prvkem v mediální sféře se stal konspirační tisk, jehož existence předcházela Lednovému povstání v roce 1863 a trvala po celou jeho dobu. Vycházel v Polském království, Haliči a sporadicky i v Královci a Londýně. Byl zavázán společenským a politickým požadavkům a jeho forma odpovídala brožurám, letákům či lokálním novinám. Titul Ruch označoval konspirační list Národní vlády, který čítal sedmnáct čísel vydávaných od roku 1862. (Łojek 1976: 153)

Polský tisk ruského záboru v letech 1865 až 1904 zažíval bouřlivý rozvoj, a to vše díky technologickému pokroku, rychlé urbanizaci a téměř neexistující negramotnosti. Používaly se na svou dobu revoluční vydavatelské techniky a především došlo k profesionalizaci novinářského povolání. Po Lednovém povstání se v Polském království zostřil systém koncesí a preventivní cenzury. Polský tisk byl bariérou proti rusifikaci a začal sloužit jako propagátor kultury.

Diferenciace a specializace tisku byly znakem modernizace. Nejdůležitějšími tituly své doby byly Varšavský kurýr, Ranní kurýr, Varšavské noviny, Věk a Slovo. Objevila se i tematicky zaměřená periodika. V sloupcích i nadále přetrvávala polemika romantického proudu pozitivismu označovaného jako Mladé Polsko. Poprvé vychází tisk spojený s politickými stranami, například socialistický Dělník, sociálnědemokratický Červený prapor. (Łojek 1976: 157)

Po porážce cara ve válce s Japonskem v roce 1904 byla cenzura uvolněna. Návrat práv polského jazyka či likvidace koncese však byly jen iluzorní, a to kvůli vyhlášení stanného práva. Periodika buď změnila název, nebo se cenzuře poddala. Náklady titulů politických stran rostly, později se k nim přidal lokální tisk.

V Krakově byly představitelem tisku rakouského záboru Krakovské noviny. Svoboda tisku byla ohraničena dekretem Františka II., cenzura podléhala policejnímu ministerstvu. Rakouská cenzura měla za cíl odstranit všechny publikace připomínající časy republiky a války za nezávislost. Ve Lvově se od roku 1811 začaly vydávat Lvovské noviny, které svou činnost ukončily až v roce 1939. Po Jaru národů v roce 1848 byla v Haliči na půl roku odstraněna preventivní cenzura, založeny byly nové liberální deníky. (Witkowski 2011: 221)

Rok 1867 znamenal pro Halič počátek autonomie. Konstituce zliberalizovala tiskové právo, zlikvidovala systém koncesí a represivní cenzuru. Nicméně vydávání periodik bylo nákladné, neboť vydavatelé byli povinni platit publikační kauci. Rozsáhlá autonomie a

konstituce garantující svobodu slova zvýhodňovaly především tisk politických formací, například socialistický Vpřed či národnědemokratické Polské slovo. V roce 1910 novinová produkce Haliče dosahuje deseti procent celkového tiskového nákladu Rakouska-Uherska.

Po Vídeňském kongresu se tisk pruského záboru nevyvíjel směrem k liberální cenzuře. Oživení trhu nastoupilo až ve 30. letech, a to díky vypuknutí povstaleckých válek v rámci Jara národů. Do roku 1850 pruská vláda válčila s polským tiskem skrze právně-ekonomické nástroje, jakými byly nejrůznější kauce. Teprve až období liberalizace 50. let vytvořilo příznivé podmínky pro rozvoj tisku. (Witkowski 2011: 236)

Na sklonku století se novinovým magnátem pruského záboru stal Adam Napieralski, který převzal řadu lokálních titulů. Velkému zájmu se těšil také katolický tisk. (Ignatowicz-Pokorna 2002: 147) V roce 1885 bylo zrušeno kolkovné, což snížilo vydavatelské ceny a zvýšilo náklady jednotlivých titulů. Opoziční tisk mohl být konečně vydáván bez cenzury a strachu z konfiskace. Před vypuknutím první světové války celkový náklad všech zpravodajských titulů tak dosahoval čísel sto dvaceti miliónů výtisků.

V průběhu první světové války vojenská cenzura a omezení novinového oběhu radikálně snížily svobodu projevu. Zmenšení tiskového trhu způsobily distribuční problémy, nedostatek papíru a zbídačení celé společnosti. Po vypuknutí války mohla existovat pouze ta média, která se orientovala na centrální mocnosti. Teprve až porážka ústředních mocností změnila zastaralou mediální organizaci a znovuzrození polského státu umožnilo rekonstrukci polského tisku. (Łojek 1976: 162)

4.3 Meziválečný polský tisk

Obnovená nezávislost roku 1918 znamenala přelom ve vývoji polského tisku. V čase mezi světovými válkami tisk působil za různých společenských okolností, avšak překážky k plnění jeho základních funkcí zde kladla zejména politika. Velký vliv na podobu tisku měla též polská ekonomika, společenská struktura a dědictví předcházejících období.

Politický život v letech 1918 až 1926 a panující právní podmínky se ukázaly jako příznivé. Březnová ústava z roku 1921 garantovala občanům svobodu projevu i svobodu tisku, stejně jako právo na informace. V počátcích druhé republiky tisk získal právní základ, jenž mu poskytl široké spektrum svobody. (Paczkowski 1980: 63)

V politické sféře však tisk nedisponoval plnou svobodou projevu až do Květnového převratu v roce 1926. Noviny a časopisy stále představovaly především svět inteligence a polský čtenářský trh výrazně omezovala nízká úroveň vzdělání. Překážkou v distribuci tisku byla také slabě vybudovaná komunikační síť. Po roce 1918 se Varšava stala vydavatelským

centrem, kde se počátkem 20. století tiskla téměř polovina titulů vycházejících v Polsku. (Paczkowski 1977: 124)

Zpravodajský tisk v letech 1918 až 1926 představoval jeden z nejdůležitějších nástrojů formování společnosti. Politický tisk prvních let nezávislosti byl do určité míry reprezentantem politického života v Polsku.

Endecja, největší pravicové uskupení po roce 1918, disponovala do roku 1926 nejrozsáhlejším stranickým tiskovým systémem. V listopadu 1918 obnovila vydávání Varšavských novin a následně i Ranních novin. Znamenalo to rovněž, že Endecja byla do roku 1926 největším stranickým vydavatelem v Polsku. (Paczkowski 1977: 138)

Jiná formace, Národní křesťanská strana, začala v roce 1920 vydávat deník Republika. Naopak konzervativci vydávali Čas, Poznaňský deník, Společenský deník a Slovo.

Mezi pravicová periodika můžeme také zařadit Varšavský kurýr, jeden z nejpoblíbenějších deníků tohoto období. Co se týká levicových periodik, nejvyspělejší tiskovým systémem disponovala Polská socialistická strana. Jejím hlavním titulem byl po celé meziválečné období varšavský Dělník a krakovský Vpřed. (Paczkowski 1980: 76)

Na počátku 20. let se začal stále častěji objevovat nový typ čtenáře, kterého můžeme označit za produkt urbánní kultury. Čtenář považující tisk nejen za zdroj informací, ale i zábavy. Zrodil se tedy tisk masový či bulvární. Změnil se také žurnalistický styl psaní. Literární jazyk byl nahrazen jednoduchými, někdy ostrými výrazy. Větší roli začala také sehrávat fotografie. Prvním periodikem tohoto charakteru byl Ilustrovaný denní kurýr, satirickými tituly byly například Moucha a Svobodné myšlení. (Paczkowski 1980: 78)

Zvýšená poptávka po denících způsobila stagnaci vývoje týdeníků. S přepracovanou formou se začaly objevovat Literární novinky, založené ve Varšavě v roce 1924. Jejich styl byl blízký novinovému. V průběhu času se tento titul začal zaměřovat nejen na literaturu, ale i na široký kulturní přehled. (Paczkowski 1983: 114)

Od Květnového převratu 1926 do září 1939 se nebývale zvětšil počet obyvatel žijících ve městech a tím i počet čtenářů polského tisku. (Łojek 1976: 178) Noviny a časopisy postupně zlepšovaly svůj vzhled, změnila se i kvalita papíru a tisku, standardem se stala fotografie či barevné obrázky. Noviny a časopisy se tak stávaly atraktivnějšími. Větší roli získaly také tiskové agentury, a to hlavně Polská telegrafická agentura.

Nástup Piłsudského tábora k moci v květnu 1926 změnil pracovní podmínky polských novinářů. Vytvoření monolitického centra moci znamenalo využívání politického tisku a vybudování vlastního mediálního systému, stejně jako postupnou degradaci vlivu opozičních titulů. Již roku 1926 bylo vydáno nařízení na omezení svobody tisku. Vláda používala řadu

legálních i nelegálních prvků cenzury v podobě konfiskace, peněžních pokut a likvidace. (Paczkowski 1980: 103)

Rokem 1926 vláda disponovala několika významnými tituly: Nový polský kurýr, Ranní kurýr a týdeník Hlas pravdy a později se v rámci prováděné politiky množství těchto periodik zvětšilo. Soupeřem vládního tisku byl titul ABC, založený v roce 1926.

Třicátá léta byla ve znamení vzestupu bulvárního tisku. Varšavské vydavatelství se ze skromné společnosti rozvinulo v koncern Prasa Polska. Na podobném principu fungoval i krakovský IKC, vlajková loď koncernu Pałac Prasy. Třetím tiskovým syndikátem, s o něco menším vlivem, byla lodžská Republika. (Paczkowski 1977: 149)

V roce 1926 vláda zaměřila celou svou pozornost na zpravodajský tisk, z toho důvodu zpočátku nedocházelo k přílišným změnám na poli časopisů. Mezi týdeníky stále dominovaly Literární novinky, nejpopulárnější kulturní týdeník. Literární novinky udržovaly svou výjimečnou pozici na trhu až do roku 1939. (Paczkowski 1983: 116)

Pokud jde o měsíčníky, jejich elitářství, malý okruh čtenářů a nedostatek stabilního financování způsobily, že vedly život více méně nejistý a obvykle krátkodobý.

4.4 Polská žurnalistika ve stínu druhé světové války

Obsazení Polska Německem a Sovětským svazem znamenalo konec tiskového systému vybudovaného v meziválečném období. V jeho stopách pokračoval pouze exil a podzemní tisk. Německý tisk vydávaný během války byl označován přívlastkem korupční. Základní funkcí tohoto tisku bylo: budování a poté udržování okupačního systému, informování o síle Třetí říše a oslabování polských spojenců. Korupční tisk byl vládním nástrojem k formování mínění shodného s propagandou. (Jarowiecki 1980: 28) Ve Varšavě 11. října 1939 začal vycházet Nový varšavský kurýr, v Krakově zase Krakovský posel. V průběhu války okupační vláda vydávala okolo padesáti titulů. (Łojek 1976: 174)

Na území zabraném Sovětským svazem od 17. září 1939 byly zlikvidovány všechny doposud vycházející tituly a na jejich místě vznikaly nové, plnící nejen informační funkci, ale i propagační. V září 1939 se objevilo první číslo Červeného praporu, zpravodajského deníku vydávaného v Lvově. Druhým deníkem byla Wileňská pravda. (Jarowiecki 1980: 43)

Vznik podzemního tisku v okupovaném Polsku byl přirozenou reakcí na zářijovou porážku a projevem formování politického podzemí. Disponování vlastním tiskem bylo pro podzemní uskupení jedinou cestou, jak informovat společnost a zároveň čelit propagandě okupačních úřadů. Nejvýznamnějším vydavatelstvím podzemního tisku byla vládní agentura v Londýně. Nejdůležitějším a nejdéle vycházejícím titulem byl týdeník Zpravodajský věstník.

Vládním tiskem vycházejícím v Paříži od listopadu 1939 byl zase Polský hlas. (Jarowiecki 1980: 52) Neúspěch Varšavského povstání v srpnu 1944 vyústilo v konec většiny podzemních titulů. Po celé období okupace v Polsku vycházelo okolo dvou tisíc podzemních tiskovin. (Łojek 1976: 171)

K založení mediálního centra v cizině došlo na konci září 1939. Bylo samozřejmé, že vláda musí disponovat přinejmenším několika tituly, které by informovaly o jejích záležitostech. Takový záměr dal vzniknout Polskému hlasu, deníku vydávanému v Paříži od listopadu 1939. Jinou skupinou tiskovin, po vládních a stranických, byla periodika spadající do soukromých rukou. Příkladem buď Slovo, vydávané Stanisławem Cat-Mackiewiczem. (Jarowiecki 1980: 57)

Po roce 1945 se Londýn stal místem, ve kterém vycházelo největší množství novin a časopisů v emigraci. Polský hlas si dlouho dobu udržoval svou poválečnou pozici a zůstal jediným deníkem polského exilu vycházejícím na území západní Evropy, vedle polského Nacionalisty vydávaného ve Francii. (Jarowiecki 1980: 63)

4.5 Polský tisk v socialistickém Polsku

Tiskový systém, jaký vznikl v Polsku po druhé světové válce, nenavazoval na zkušenosti a novinářské tradice přecházejících období. Byl zcela podřízen politické praxi a považován za jeden z nejdůležitějších instrumentů vládnutí komunistické strany.

Nástin plánu propagandy a vydávání tisku byl vytvořen v Moskvě na jaře roku 1944 a stanovoval podrobnosti o jmenování agentury Polpress, vytvoření vládního deníku, tiskového orgánu Polského výboru národního osvobození, a šíření jeho programu v podobě manifestu. První číslo bylo vydáno v červenci 1944 v Chełmně. (Kwiek-Pietrzykowska 1995:76)

Tisk se v letech 1945 až 1946 rozvíjel rychle a živelně. Pozici největšího vydavatele si i nadále udržoval Čtenář. Vzniklo pestré spektrum politických a ideologických novin a časopisů. V souladu s vládou přijatými závazky měly legální opoziční skupiny právo na bezplatné vydávání a propagandu. V květnu 1945 pod záštitou krakovského arcibiskupa, knížete Adama Sapiehy, se v Krakově objevil Všeobecný týdeník. Noviny mohly těžit z různých informačních zdrojů. Kromě oficiální Polské tiskové agentury fungovaly také i stranické agentury. (Łojek 1976: 179)

Zdálo se, že se tisk začal těšit relativní svobodě. Na prvním Národním kongresu v roce 1945 byla novinářská svoboda přiznána jako základní princip demokratického systému. V roce 1946 byly obnoveny večerňíky navazující na vzor předválečného bulvárního tisku. V tisku demonstrovaný politický pluralismus byl však jen krátkodobým ústupkem opozičním

skupinám a kruhům polské inteligence. (Witkowski 2011: 226) Polská dělnická strana posílila svůj vliv nejen ve státních, vojenských a bezpečnostních službách, ale i v tisku a dalších oblastech.

Výsledky zmanipulovaných voleb v lednu 1947 otevřely cestu k vládě jedné komunistické strany. Strana začala realizovat svou vlastní zpravodajskou, propagační a vydavatelskou politiku. Rokem 1947 bylo založeno vydavatelské družstvo RSW Tisk o stranickém charakteru. Komunisté si drželi rozhodující vliv na udělování vydavatelské koncese.

Rok 1948 byl obdobím příprav na praktickou aplikaci stalinského systémového modelu. Nejdříve šlo o propagandu v médiích. Pak i legislativní směrnice; tiskařský papír je vyloučen z volného trhu, aby nemohl sloužit „nepřátelům“ režimu. Distribuce tisku byla monopolizována a centralizována. RSW Tisk zaujal hegemonní postavení na polském trhu. (Kwiek-Petrykowska 1995: 84)

Rozklad systému započal smrtí Stalina, po níž došlo ke změnám ve vedení strany. Atmosféra kritiky a sebekritiky začala plnit sloupky novin a byla předzvěstí politických změn. (Kopper 1996: 9) Koncem 50. let noviny a většina novinářů plnily svou roli katalyzátoru politické transformace. Směřování k dezintegraci a rozbití stranického monopolu však vedlo k tomu, že noviny začaly odhalovat realitu. (Witkowski 2011: 232)

Vláda udělila politický mandát Władisławu Gomułkovi. Všechna média a především tisk představily veřejnosti vůdcovské charisma nově zvoleného prvního tajemníka ústředního výboru, což mu vyneslo neomezený kredit důvěry. Učinily tak z Gomułky reformátora systému. Gomułka začal s represemi novinářů, kteří se vymykali kontrole vlády; nastoupily personální čistky. Cenou za změnu řízení polského tiskového prostředí byla ztráta důvěry veřejnosti v média a výrazný pokles čtenářů. (Kwiek-Petrykowska 1995: 89)

V roce 1970 Władisława Gomułku nahradil Edward Gierek. (Kopper 1996: 10) Gierekův tým byl chápán jako dynamická skupina reformátorů. V roce 1971 byl zřízen vládní úřad veřejného ochránce práv pro tisk a změna pravidel usnadnila přístup novinářů k informacím. (Kwiek-Petrykowska 1995: 93)

Sedmdesátá léta byla charakteristická největším nárůstem čtenářů od roku 1945 a přítomností jiných médií na trhu. Média a vydavatelé postupně prolomili stranický monopol, odehráli roli antikomunistického hnutí. V roce 1981 byl vydán celostátní Týdeník Solidarity pod vedením Tadeusze Mazowieckiego. (Witkowski 2011: 239) V letech 1980 až 1982 poklesl stupeň důvěry ve vládní média, přesto RSW zůstala největším polským vydavatelem.

V roce 1984 byl vydán tiskový zákon, který stanovoval především práva a odpovědnost novinářů a tiskových organizací.

Etapa tisku Polské lidové republiky se uzavírá jednáním u Kulatého stolu na jaře 1989. Obě strany, režimní strana a Solidarita, uznaly polský mediální systém za zastaralý a nedostatečný. Shodly se na zavedení pluralismu politických médií. Po dvaadvaceti letech tak 28. ledna 1990 vyšlo poslední číslo vládní Tribuny lidu, o dva měsíce později parlament schválil Zákon o odstranění RSW a 11. května 1990 byla jednomyslně zrušena cenzura. (Kopper 1996: 10)

4.6 Privatizace tisku po roce 1989 a budování volného trhu

Vyřešení problému s RSW Tisk bylo hlavním požadavkem Solidarity při jednání u Kulatého stolu. Poměrně brzy se projevil také zájem zahraničních firem o polské noviny a časopisy. V prvních šesti měsících probíhaly mnohé personální změny v samotných redakcích. Rozhodnutí, kdo musí odejít a kdo může zůstat, náleželo jednotlivým redakčním týmům. (Schliep 1996: 131)

Od prosince 1990 do června 1991 přecházely noviny a časopisy RSW do rukou nových majitelů. V létě roku 1991, třináct měsíců od povolání likvidační komise, již v Polsku neexistoval státní tiskový monopol. Jednasedmdesát novin a časopisů bylo opuštěno redakčním týmem, osmasedmdesát – především všechny důležité politické tituly – bylo prodáno v aukci a osm titulů přešlo do vlastnictví státu. Pro dvacet titulů se nenašel zájemce. (Schliep 1996: 137)

Na počátku 90. let můžeme pozorovat konec zažitých čtenářských návyků. Charakteristickou reakcí v Polsku byla rezignace na čtení novin a nedůvěra k novým titulům. Model čtenosti si však zachoval jeden tradiční znak, i nadále se udržela čtenářská přízeň pro velké množství regionálních deníků. (Wiedemann 1995: 34)

Do konce 90. let se díky invazi nových titulů výrazně oživila čtenost tisku, a to až o šest procent, avšak velmi jednostranně: pozornost čtenářů byla zaměřena pouze na časopisy, graf pravidelných odběratelů denního tisku stále klesal. (Wiedemann 1995: 36)

4.7 Stabilizace polského tisku a jeho současný vzhled

Polský tisk po úspěšné tranzici politického systému můžeme od roku 1995 nazývat komerčním, jeho obsah plně závisí na vkusu spotřebitele. Periodika jsou v soukromých rukou, organizátorem mediálních sdělení je kapitál a inzerenti, čtyřicet let cenzury je nahrazeno autocenzurou.

Zatímco počet novinových titulů se v Polsku nijak zvlášť nemění, na poli časopisů můžeme vnímat prudký nárůst. V roce 1988 jsme se mohli setkat s padesáti novinovými a téměř třemi tisíci časopiseckými tituly, v roce 2005 už polský mediální trh zaznamenává devětačtyřicet novinových a neuvěřitelných šest a půl tisíc časopiseckých titulů. (Kolasa 2005: 643)

Stejně jako se měnily počty titulů, měnily se i náklady jednotlivých periodik. Praxe novin a časopisů se ale značně lišila. Noviny své náklady byly nuceny neustále snižovat. V roce 1988 jejich objem činil 7,8 miliónů, o sedmnáct let později už jen 5,4 miliónů. Naopak časopisy nastoupily cestu neustálého nárůstu nákladů. V roce 1988 časopisy dosahovaly nákladu 46,8 miliónů, v roce 2005 to pak byl téměř dvojnásobek, tedy 81,4 miliónů. (Sonczyk 2005: 12) Posun v čtenosti je samozřejmý. V reálném socialismu připadl 1,5 výtisku na jednoho obyvatele, po roce 2004 poměr narostl, tedy 4 výtisky na jednoho obyvatele. (Kolasa 2005: 662)

Strukturu novinových příjmů před rokem 1989 tvořil z osmdesáti procent prodej a z dvaceti procent pak inzeráty. Po revoluci noviny nastoupily novou cestu a přiblížily se tak západnímu vzoru. Prodej už v současnosti tvoří pouze dvacet procent příjmů, zatímco zbývajících osmdesát procent příjmů přináší reklama, v některých případech dokonce celých sto procent. Rovněž i rozsah reklamy v tisku se zvětšil, z 5 až 15% na 40 až 55%. (Kolasa 2010: 268)

Rozsah tisku před převratem byl malý, často se pohyboval mezi čtyřmi až dvanácti stranami. Po roce 1989 rozsah narostl, pohybuje se v průměru mezi třiceti šesti až sedmdesáti dvěma stranami. (Kolasa 2010: 356) Literární jazyk byl v tištěných médiích nahrazen jazykem běžným. Plnobarevný layout nahradil původní černobílou sazbu. Do tiskového zpravodajství vstupuje i prvek infotainmentu.

Polsko má v současnosti více než sedm tisíc titulů, což zahrnuje národní a lokální deníky, týdeníky a specializovaná periodika. Jediným charakteristickým rysem, společným všem polským celostátním deníkům, je fakt, že žádný z nich nevychází v neděli a žádný z nich netiskne odpolední vydání. (Filas 2007: 109) Mezi dva největší polské seriózní deníky v současnosti patří Gazeta Wyborcza a Rzeczpospolita¹⁰, které každoročně soupeří o první pozici v čtenosti.¹¹

Na závěr kapitoly je nutné zdůraznit, že z hlediska historického aspektu polských médií jsme se při charakteristice polského mediálního systému přednostně věnovali vývoji

¹⁰ Viz příloha č. 2: Charakteristika nejčtenějších seriózních deníků Gazeta Wyborcza a Rzeczpospolita.

¹¹ Viz příloha č. 6: Tabulky čtenosti polských periodik za období od srpna 2011 do ledna 2012.

segmentu tisku tak, jak při zkoumání národních mediálních systémů doporučuje autorská dvojice Hallin–Mancini.

5 Novináři jako sociální skupina

Polští teoretici médií stanovují pět prvků, které společně charakterizují novinářskou profesi. Za prvé, profese žurnalisty je kreativní. Od druhé poloviny 19. století, tedy od počátku profesionalizace žurnalistiky byla novinařina považována za méně hodnotný druh literatury. V období mezi světovými válkami se tvůrčí charakter profese poddal požadavkům veřejnosti a posunul se do oblasti reportážního sdělení. Od druhé poloviny století kreativní charakter žurnalistiky spočívá v tom, že vznik periodika jako celku je dílem tvůrčího aktu; je nutné zvolit novinářský žánr, grafický layout a podobně. (Wolny-Zmorzyński 2011: 68)

Za druhé, práce novináře je otevřená. Spor, zda je otevřenost namístě, se vede již od ustavení žurnalistické profese v 19. století. Nicméně jakékoli pokusy o omezení přístupu amatérů k tomuto povolání skončily nezdarem, neobstály ve zkoušce doby. V roce 1974 komunistická strana v Polsku rozhodla, že v organizacích RSW Tisk a PAP mohou být zaměstnání jen absolventi vyššího žurnalistického vzdělání. Avšak praxe si žádala, aby i nadále v redakcích pracovali lidé se středoškolským vzděláním bez titulu. (Maciejewski 2009: 103)

Za třetí, novinářské povolání je politické. Politický charakter žurnalistické profese je v polských učebnicích definován jako „bezprostřední účast většiny novinářů v politické praxi a ve volitelných státních úřadech.“¹² (Mocek 2005: 71) Ani v Polské lidové republice, pokud jde o cenzuru a tiskový monopol po roce 1945, nenalezneme tisk kompletně apolitický, i když míra jeho zapojení do politiky se lišila. Od 90. let je politické zapojení novin obecně méně viditelné.

Za čtvrté, novinářská profese je veřejnou službou.

Nakonec jde o profesi konfliktní. Spor je imanentní charakteristikou tohoto povolání. Existují dva typy konfliktů, kterým je polský novinář vystaven, a to vnitřní a vnější. O vnitřním konfliktu se veřejnost jen velice vzácně dozví, neboť se odehrává v rámci redakčního týmu či ve vztahu redakce-majitel. Spory jsou pro novináře často zásadní, protože ve většině případů vedou k opuštění redakce i profese. Vnější konflikty vycházejí ze vztahu redakce-institute/organizace a důvodem ve většině případů bývá mediální kritika. (Warecki 2006: 14)

Odhadovaný počet polských novinářů se pohybuje mezi deseti a pětadvaceti tisíci osobami v závislosti na klasifikačních kritériích. (Wolny-Zmorzyński 2011: 47)

¹² „Bezpośrednie uczestnictwo większości dziennikarzy i praktyki politycznej w obieralny urząd publiczny.“ (V textu přeložila A. J.)

Polští novináři, stejně jako jejich zahraniční kolegové, se sdružují do velkých organizací, které jim nadělují širší práva i povinnosti. Politické události však způsobily organizační roztržičnost na polském území. Novinářské instituce tak nejsou považovány za partnery při jednání s polským parlamentem, státní mocí, redakční radou a dalšími. Mezi mladšími žurnalisty je navíc stále populárnější organizační nezávislost. (Ciborska 2000: 482)

5.1 Proces utváření profese novináře

Institucionalizace profese započala na území dnešního Polska ve druhé polovině 19. století, a to převážně vlivem reformních faktorů Lednového povstání z roku 1863. Vytvořilo se prostředí se stále vzrůstajícím počtem novinářských institucí a organizací hájících zájmy redaktorů, a to včetně škol. S tím souvisí i profesionalizace žurnalistiky, která je evolučním přechodem od novinařiny vnímané jako koníček k novinařině jako zdroji příjmů.

Příčinou profesionalizace byl převážně kulturní a civilizační rozvoj polské společnosti a lavinovitý nárůst počtu novinových titulů, které s sebou přinášely zaměstnání pro velkou skupinu osob. Také narostl novinový náklad, jenž přinesl větší popularitu tisku a větší výnosy. Zisk pak automaticky znamenal navýšení platu novinářů a vyšší zájem veřejnosti o toto povolání. Změny ve vydávání dále umožnily typologickou specializaci tisku. Vznikly dvě skupiny novinářů. Na jedné straně stáli zpravodajové, kteří byli v redakcích zaměstnání trvale, a na druhé zase publicisté jednotlivých periodik, jež byli současně i spisovatelé, umělci a politikové. (Mocek 2005: 137)

Vlivem profesionalizace došlo k omezení absolutní otevřenosti žurnalistického povolání, vznikl předpoklad lepší kvality publikovaných materiálů, garance stálého zaměstnání a práv novinářů a v neposlední řadě se zlepšilo sociální postavení novinářů v Polsku.

Proces utváření institucí zastupujících a hájících zájmy polských novinářů započal rokem 1867, kdy Henryk Schmidt oznámil v Haliči první návrh takovéto organizace. O rok později se konal první kongres novinářů v Krakově, jehož se účastnili všichni žurnalisté z pruského a rakouského záboru. Nicméně podobných iniciativ bylo více. V roce 1893 vznikl Svaz vzájemné pomoci polských novinářů, pracující jako svépomocná organizace. V Polském království v roce 1899 začala působit Literární kasa, jež poskytovala finanční pomoc z příspěvků a organizovala kurzy pro novinářské uchazeče. Na konci 19. století už existovaly k dostání také učebnice žurnalistiky, které obsahovaly myšlenky, postřehy a rady předních polských novinářů. (Maciejewski 2009: 156)

Dalším zlomem procesu profesionalizace je vznik obsáhlých tištěných prací o rozvoji tisku. Již na počátku 20. století bylo v Polsku vydáno první významné zpracování tématu žurnalistiky s názvem *Kultura a tisk*, jehož autorem je Emil Lobl. Tato publikace přinášela kategorizaci tisku, organizaci novinářské profese, zabývala se sociální rolí tisku a vztahem mezi médii a politikou. (Wolny-Zmorzyński 2011: 63)

5.2 Výzkumy médií a vzdělání novinářů v Polsku

Důležitou etapou institucionalizace polské žurnalistiky je ustavení vysokých škol s výukou novinářské profese, včetně pracovišť zabývajících se výzkumem médií.

Sociologie novinářské profese a empirické výzkumy povolání však nemají v Polsku bohatou historii. Vědci uvádějí, že důvodů, proč tomu tak je, existuje hned několik. Především jsou empirické studie velmi drahé, mají-li být relevantní. Dále o ně nikdo nejeví zájem. Poslední velká celonárodní studie novinářského prostředí byla provedena v Polsku v 70. letech. (Siewierska-Chmaj 2005: 79)

Velkým výzkumným úspěchem bylo shrnutí třiceti let práce Centra pro výzkum médií (Ośrodek Badań Prasoznawczych OBP) ve Varšavě v roce 1984, které provedl polský sociolog Tomasz Goban-Klas. Ten tematicky rozdělil informace získané z výzkumu, které se vztahovaly k povolání novináře. (Ciborska 2000: 268) Institut OBP se zaměřil na soudní rozsudky, společensko-právní status novináře a jeho právo na přístup k informacím, názory novinářů, postavení a vztah k médiím, žurnalistickou praxi a problémy práce v médiích.

V roce 1994 OBP provedl průzkum mezi redaktory hlavních polských deníků, týdeníků, čtrnáctideníků a měsíčníků, týkající se nedostatku novinářské kvalifikace pro vhodnější profilování žurnalistických programů na vysokých školách. Závěr průzkumu stanovil, že budoucí novináři by se měli učit hlavně cizí jazyky, sociální komunikaci, zkušenosti ze západního tisku, dynamické a srozumitelné psaní, funkčnost a mobilitu v prostředí volného trhu. Zároveň prostou teorií je nutné obohatit praktickou částí, která by zvýšila schopnosti novinářů a připravila je na budoucí práci v oboru. (Mocek 2005: 237)

Prvotní návrh na vytvoření školy žurnalistiky podal Stefan Gorski již v roce 1903, první kurz novinařiny vznikl ve Lvově. V roce 1911 se etablovala Škola politických věd v Krakově, kde došlo k otevření první fakulty žurnalistiky v Polsku. O šest let později začala fungovat také fakulta žurnalistiky na Škole politických věd ve Varšavě. Po pěti letech však byla zrušena, a to z důvodů finančních a programových. (Wolny-Zmorzyński 2011: 117)

Škola žurnalistiky byla vybudována při Fakultě humanitních studií Polské svobodné univerzity v roce 1927 jako nevládní organizace. Tato soukromá instituce byla vedená

Společností žurnalistické školy a byla považována za nejdůležitější vysokou školou v období před druhou světovou válkou. Poté, co byla budova po válce opravena, nová vláda školu převzala a na jejím základě vytvořila státní Fakultu žurnalistiky Akademie politických věd. V roce 1948 byla změněna na Katedru žurnalistiky a o dva roky na Ústav žurnalistiky při Varšavské univerzitě. Po fúzi Ústavů žurnalistiky Jagellonské a Varšavské univerzity byla otevřena společná Katedra žurnalistiky na Varšavské univerzitě, která byla již od svého počátku obviňována z velmi malé relevance v oboru. V období let 1945-1948 fungovalo v Lodži studium žurnalistiky na Vysoké škole veřejné správy a v letech 1947-1950 novinářské studium na Univerzitě Adama Mickiewicze v Poznani. (Grzelewski 1996: 219)

Všechny tyto formy vzdělání se vyznačovaly dominancí teoretických předmětů, odklonem od praxe a přehnanou ideologií v duchu marxismu.

Rokem 1960 byla činnost varšavské Katedry žurnalistiky pozastavena. Byl vytvořen nový způsob studia, a to postgraduální studium žurnalistiky, kde byli vzděláváni absolventi magisterského programu. Z počátku byl tento model výuky novinářů pokládán za správný a získal si velkou oblibu. S časem se však objevila nevyhovující praktická příprava k výkonu povolání novináře, obzvláště nedostatečná znalost chodu redakce.

Odpovědí na tento nedostatek bylo vytvoření nového typu studia žurnalistiky. V letech 1965-1975 začaly fungovat navazující magisterské a postgraduální programy pro novináře a redaktory již pracující v profesi, kteří ovšem neměli vyšší vzdělání. Na počátku 80. let byl obnoven základní typ žurnalistického studia, tzn. pětiletý magisterský program. (Grzelewski 1996: 219)

Současně s těmito změnami docházelo k postupnému rozšiřování struktury varšavské katedry, která se v roce 1970 přeměnila na Novinářský institut, a v roce 1975 společně s Ústavem politologie tak dala vzniknout Fakultě žurnalistiky a politologie Varšavské univerzity. V té době bylo vytvořeno na univerzitě několik dalších typů novinářského studia, byly jimi od roku 1983 odborné tříleté bakalářské studium a navazující magisterské dvouleté studium. (Grzelewski 1996: 220)

Po roce 1990 bylo ustaveno asi na čtyřicet škol, nabízející studium žurnalistiky či novinářskou specializaci. Studium novinářství funguje dnes v Polsku také na teologických fakultách. V současnosti stále existuje postgraduální denní a navazující studium, dvouleté doplňkové studium žurnalistiky pro absolventy soukromých škol.

S žurnalistikou jako vysokoškolským oborem se dnes můžeme setkat na mnoha místech v Polsku. Mezi hlavní centra, která poskytují na vysokých školách možnost studovat

novinařinu, jsou především Varšava, Krakov, Katowice, Poznaň, Lublin, Vratislav, Lodž a Gdaňsk¹³.

Právní normy na založení soukromých vysokých škol stanovil zákon z 12. září 1990. Neexistenci předpisů nutných k zavedení soukromých vysokých škol vznikly první instituce tohoto druhu v Polsku až v roce 1992. V současnosti je v Polsku zaregistrováno 340 soukromých vysokých škol různého zaměření. (Grzelewski 1996: 222)

Soukromé školy žurnalistiky, které se v Polsku objevily za posledních dvacet let, jsou založeny na tříletých studijních programech se silným odborným zaměřením. Vznikly tak v reakci na příliš složitá pětiletá novinářská studia, která nabízejí státní univerzity. Na úkor rezignace od předmětů s teoretickým, neuniverzitním charakterem, vznikly předměty s praktickým základem. Otevřely se tak obory s profesními specializacemi jako například tiskový mluvčí, pracovník tiskové kanceláře, textař.

Mezi nejznámější a nejuznávanější soukromé vysoké školy, které se zabývají výukou žurnalistiky na území Polska, patří zejména Vysoká škola komunikace a masových médií ve Varšavě, Soukromá škola obchodu a správy ve Varšavě a Vysoká škola žurnalistiky ve Varšavě. (Grzelewski 1996: 223)

Ve státních a soukromých školách žurnalistiky jsou přednášeny následující předměty a kurzy: teorie masové komunikace, reklama, veřejné mínění, teorie propagandy, mezilidská komunikace, mezinárodní tok informací, náboženský tisk, církev a sdělovací prostředky, historie polské žurnalistiky a tisku, historie současného Polska, tiskové právo, novinářská etika, soudní rozsudky, mezinárodní tiskové právo, autorské právo, zahraniční systémy masových médií, ekonomika médií, média v Polsku, sociologie novinářské profese, rétorika a umění polemiky, novinářský jazyk. (Grzelewski 1996: 224)

5.3 Stereotypy novinářské profese v Polsku – syndrom novináře

V 70. letech 20. století se objevila snaha o vylepšení sociálního obrazu novinářské profese. Platilo, že čím bude vyšší vzdělání novinářů a jejich častější kontakt s veřejností, tím úplnější a široce přijímaný obraz novinářského prostředí vznikne. Podle tehdejšího názoru polského obyvatelstva však novináři často vyjížděli za hranice, navštěvovali kulturní akce a měli o sobě vysoké mínění. Jejich práce byla považována za zajímavou a obohacující, ale velmi málo zodpovědnou, snadnou a bez většího vlivu na sociálně-politickou realitu. Novináři si také podle Poláků nemuseli zvyšovat svou kvalifikaci. Prosadit jiné celospolečenské mínění bylo

¹³ Viz příloha č. 1: Charakteristika vysokých škol žurnalistiky v Polsku.

obtížné, neboť novináři byli chápáni jen jako nástroj moci, nikoli zástupce veřejnosti. (Mocek 2005: 154)

Do roku 1984 se situace proměnila, obecně zavládla větší důvěra v média a novináře. Napomohla tomu až televize.

Po roce 1984 se v Polsku vžil stereotyp „novináře ve filmu“. Ten z něj dělal člověka s dvojznačným charakterem, jehož cílem je kariéra a peníze, jeho činy jsou často nespravedlivé, nelegální a neetické. Pokud se jednalo o mladého muže, byl chápán jako naivní a ctižádostivý, byl-li starší, viděli jej jako smolaře s nestabilním rodinným životem a problémy s alkoholem. Tento obraz „novináře ve filmu“ byl současně i názorem široké polské veřejnosti. (Wolny-Zmorzyński 2011: 93)

Po revoluci v roce 1990 často v souladu s novinářskou profesí padaly výrazy jako neschopnost, nezodpovědnost a povrchnost. Nicméně prestiž povolání rostla, což dokazovala větší účast zájemců při přijímacích řízeních na fakultách žurnalistiky. Do mínění polské veřejnosti se postupně navrácí přesvědčení o roli médií jako čtvrté moci. (Ciborska 2000: 241)

6 Polské novinářské organizace

6.1 Polská sdružení novinářů

Novinářské prostředí zůstalo v důsledku vyhlášení stanného práva v roce 1981 hluboce rozděleno. Vliv na to měla také několik let trvající rivalita a válka o vliv ve veřejném prostoru mezi Sdružením polských novinářů a Sdružením novinářů Polské republiky.

Vytvoření zájmového Sdružení novinářů Polské lidové republiky v roce 1982 bezprostředně po zákazu nevládních novinářských organizací vedlo k odchodu téměř poloviny členů původních sdružení. Současně s tím tak vládní vedení usilovalo o rozšíření působnosti a přijalo do svých řad kromě nezařazených novinářů, tisku, rozhlasu a televize i pracovníky všech médií v zemi. Veškerý majetek rozpuštěného Sdružení polských novinářů přešel do rukou Sdružení novinářů PLR. Nicméně ihned po pádu komunistického režimu v Polsku v roce 1989, původní novinářské sdružení obnovilo svou činnost a provládní Sdružení se transformovalo do Sdružení novinářů Polské republiky. Od té doby probíhal spor o majetek bývalého Sdružení polských novinářů, který z rozhodnutí komunistického režimu z roku 1982 připadl do rukou Sdružení novinářů PLR a po něm jeho právnímu nástupci, tedy Sdružení novinářů PR. Spor byl ukončen až po několika letech, a to ve prospěch Sdružení polských novinářů. (Borkowska 1996: 212)

6.1.1 Sdružení novinářů Polské republiky

Dříve uváděné Sdružení novinářů Polské republiky je obecně – díky jiné, širší interpretaci pojmu novinář – největší novinářskou organizací na území Polska. Odvolává se také na tradici předcházejících polských sdružení a novinářských organizací a pokračuje v jejich rozličných programových formách. (Borkowska 1996: 214) Instituce věnuje množství pozornosti záležitostem profesní etiky skrze systém kárných advokátů a novinářských soudů. Důležitou součástí práce sdružení je také právní poradenství pro novináře a ochrana dané profese, konečně i sociální otázky.

Sdružení novinářů Polské republiky je sociální a profesní organizací sdružující novináře, vydavatele, nakladatele a producenty, vzniklou po roce 1989. (*O nas SDRP* 2011) Jedná se o jedno z dosud aktivních polských novinářských sdružení, vedle Sdružení polských novinářů z roku 1951, Katolického sdružení novinářů z roku 1991 a Sdružení novinářů Władysława Reymonta¹⁴ vytvořeného v roce 1998. Všechny výše jmenované instituce svou

¹⁴ Viz příloha č. 3: Charakteristika sdružení novinářů v Polsku.

legitimitu odvozují od mnohých zahraničních kontaktů, neboť patří do Mezinárodní organizace novinářů.

Podle stanov mohou být členy Sdružení pouze občané Polska a zemí Evropské unie „s právem trvalého pobytu na území Polska, jejichž hlavním zdrojem příjmů je již po dobu dvou let povolání novináře,“¹⁵ (*Statut SDRP* 2008) stejně jako i důchodci. Po nedávných změnách stanov, a to v roce 2004 a 2008, mohou být členy nejen redaktori novin, rozhlasu a televize, ale i novináři pracující na internetu. Stanovy dále ukládají ochranu svobody projevu a plurality médií, podporu občanských svobod a upevňování demokracie. Ve shodě s Etickou chartou médií, podepsanou v zastoupení redaktorem Marianem Podkowińským v roce 1995, se členové snaží při své novinářské práci dodržovat zásady pravdy, objektivity, spravedlnosti a tolerance.

Hlavními orgány Sdružení novinářů Polské republiky jsou Kongres delegátů, Rada, Hlavní kontrolní komise a Nejvyšší novinářský soud. Stejná struktura se vyskytuje na úrovních všech lokálních poboček.

Sídlo Rady Sdružení se nalézá na varšavské ulici Foksal¹⁶. Předsedou představenstva je v současnosti Jerzy Domański; předsedou varšavské pobočky je Marek Kuliński, který je zároveň i hlavním pokladníkem výboru. Jak Sdružení jako celek, tak i samotná varšavská pobočka mají status veřejně prospěšné organizace. (*O nas SDRP* 2011)

6.1.2 Sdružení polských novinářů

Když v červnu roku 1989 Sdružení polských novinářů vystoupilo z illegality, přijalo rozhodnutí, které jak se později ukázalo, bylo pro něj fatální. Namísto opětovné legalizace bylo sdružení registrováno nově, což ho formálně připravilo o možnost navrácení zabaveného majetku. Sdružení přesto ihned začalo podnikat kroky vedoucí k znovuzrození polské žurnalistiky a svobodných médií. Mezi nejdůležitější programové aktivity organizace tedy patří hlavně udržování demokratických standardů a novinářských tradic. (Borkowska 1996: 2015)

Sdružení polských novinářů je nejstarší a světově nejuznávanější novinářskou organizací v Polsku. Bylo založeno 11. března 1951, přičemž zaujalo postavení jako Polský odborový svaz novinářů. (Łakowski 1989: 474) Dvakrát hrálo klíčovou roli v životě Polska. Nejprve v roce 1956, kdy se podílelo na hodnocení demokratičnosti komunistického režimu

¹⁵ „Mający prawo stałego pobytu w Polsce, których zasadniczym źródłem utrzymania jest wykonywanie od co najmniej dwóch lat pracy dziennikarskiej.” (V textu přeložila A. J.)

¹⁶ Ve stejné budově sídlí také Sdružení polských novinářů a Katolické novinářské sdružení. Budova byla postavena jako Palác Wołowských, také známý jako Bourbonský palác. (Bialic 2007: 36)

v Polské lidové republice, a později v letech 1980 a 1981, kdy Sdružení aktivně spolupracovalo se Solidaritou.

Dnes se Sdružení aktivně zapojuje do iniciativ zaměřených na budování právního státu a občanské společnosti. V roce 1995 povstala z její iniciativy Etická charta médií. Struktura Sdružení se od roku 1996 rozrostla i o Centrum monitoringu svobody tisku, jehož posláním je veřejně zaujmout postoj a zajistit podporu novinářům v situacích ohrožení svobody slova a projevu. Sdružení polských novinářů přispělo v roce 2001 k přijetí zákona o přístupu k veřejným informacím, podporující tím projekt zpracovaný Centrem Adama Smitha¹⁷. (*Historia SDP* 2011)

Jak je uvedeno ve stanovách, Sdružení je dobrovolná, kreativní zájmová organizace s neziskovými cíli. V současné době čítá okolo dvou a půl tisíc členů. Má šestnáct poboček ve všech větších polských městech. Vliv Sdružení můžeme nalézt v nejrůznějších redakcích tisku, rozhlasu, televize, internetu a zpravodajských agentur. (*Informacje o SDP* 2011)

Základní cíle stanov Sdružení jsou starost o přesné informování veřejnosti prostřednictvím médií, podpora tvořivosti žurnalistiky, důraz na profesní etiku novinářů a ochrana jejich práv. Sdružení provozuje svou činnost v různých formách, včetně konferencí, seminářů, debat a soutěží. Udržuje kontakt se zahraničními agenturami, neboť je také členem Mezinárodní federace novinářů v Bruselu. (*Misja SDP* 2011)

Čestným prezidentem Sdružení je Stefan Bratkowski, předsedou představenstva je pak Krzysztof Skowroński. (*Władze SDP* 2011)

6.1.3 Katolické sdružení novinářů

Jako novinářská asociace vzniklo také v roce 1991 zvláštní Katolické novinářské sdružení. To vystupuje především ve sporech a polemikách ideologických, týkajících se místa a role církve ve veřejném životě. Do jisté míry se jedná o světského spojence církve. Mezi členy Katolického sdružení mají převahu hlavně novináři pracující v katolických médiích, obzvláště v katolických periodících, mezi nimi velkou skupinu tvoří šéfredaktoři, osoby jak světské, tak i duchovní. (Borkowska 1996: 216)

Činnost organizace se datuje od roku 1991 a na počátku čítala pouze dvacet čtyři novinářů. V současnosti má asi pět set členů a působí v několika lokálních pobočkách. Předsedou Sdružení je dnes kněz Bolesław Karcz. (*Zarząd KSD* 2011)

¹⁷ Centrum Adama Smitha, založené v roce 1989, je polským think tank podporující myšlenky volného trhu. Centrum své aktivity zaměřuje na oblasti výzkumu, vzdělání, nacházení legislativních řešení. Každý rok také vydává analýzu s názvem Den daňové svobody v Polsku. (*Historie CAS* 2009)

Cílem Sdružení je profesní a náboženské formování pracovníků katolických médií, aby podávali svědectví o víře v sekulárních médiích a formovali veřejné mínění v duchu učení církve. Sdružení pořádá duchovní cvičení, dny rozjímání a modlitby, stejně jako poskytuje odborné žurnalistické vzdělání. Na základě stanov vychází cíle, úkoly a činnost Sdružení „z podstaty učení Druhého vatikánského koncilu, z Dekretu o apoštolátu laiků a Dekretu o hromadných sdělovacích prostředcích.“¹⁸ (*Statut KSD 2008*)

6.2 Syndikát a odbory

Nové politické a ekonomické podmínky jistým způsobem změnily možnosti a charakter fungování novinářských organizací. Projevilo se to zejména v oblasti profesních práv novinářů a sjednávání mzdy a pracovních podmínek. Obě hlavní novinářské organizace, Sdružení polských novinářů a Sdružení novinářů Polské republiky, jsou z právního pohledu zbaveny práv vstupovat do vztahů mezi zaměstnanci a zaměstnavateli, neboť ty jsou vyhrazeny výlučně odborům. (Borkowska 1996: 217)

Kvůli neschopnosti skutečné obrany zájmů novinářů jako zaměstnanců ze strany obou sdružení, Nejvyšší rada Sdružení polských novinářů vystoupila v září roku 1991 s apelem na vytvoření celonárodního, pro všechny novináře otevřených, novinářských odborů. V lednu a únoru všechny novinářské organizace povolali společný výbor, který inicioval v listopadu 1993 vznik Syndikátu polských novinářů, tedy organizace s charakterem a pravomocemi odborů. (Borkowska 1996: 218) Takovým způsobem se objevila organizace, která měl za úkol celonárodní reprezentaci profesních zájmů novinářského prostředí. Syndikát vystupuje jako partner nejen pro zaměstnance, ale i pro zaměstnavatele.

Syndikát tak může a musí vzít na sebe váhu konkrétních i praktických problémů, souvisejících s vykonáváním profese a stará se o právní a ekonomické záruky svobodné, nezávislé žurnalistiky v Polsku.

Aby tato oblast polské žurnalistiky byla plně vyčerpána, je nutné dodat, že od roku 1992 funguje také národní Odborový svaz novinářů se sídlem v Poznani. Z podstaty věci se jeho činnost vztahuje na již z jeho jména vyplývající část novinářské profese v zaměstnaneckém procesu. (Borkowska 1996: 218)

¹⁸ „Z ducha nauki Soboru Watykańskiego II, z Dekretu o Apostol-stwie Świeckich oraz Dekretu o Środkach Społecznego Przekazywania Myśli.” (V textu přeložila A. J.)

7 Právní a etický aspekt

7.1 Svoboda médií

*Zákon za úplatek aneb přijde Rywin k Michnikovi*¹⁹ je jedním z nejslavnějších tiskových materiálů posledních let, který v Polsku začal celospolečenskou diskuzi na téma nezávislosti médií a jejich svázanosti se světem politiky.

Přestože debata v Polsku započala teprve nedávno, problém nezávislosti polských médií svět zaznamenal již dříve. Zpráva zveřejněná parlamentním shromážděním Rady Evropy ukazuje, že Polsko často porušuje svobodu sdělovacích prostředků. Dokument upozorňuje na skutečnost dominance politických stran nad veřejnoprávní televizí a na právní pronásledování vydavatele deníku *Rzeczpospolita*. (Isohookana-Asunmaa 2003) Ačkoliv 6. června 1990 polský parlament zrušil Národní kontrolní úřad, neznamenalo to počátek úplné nezávislosti médií v Polsku.

Teoreticky můžeme s médii zacházet stejně jako s každým jiným obchodním podnikem, neboť jimi jsou. Nicméně v moderní demokratické společnosti, kde se lid podílí na výběru a správě vlády, média hrají zvláštní roli. Na otázku, proč zacházet s médii jinak, odpověděl Stefan Bratkowski v úvodu knihy *Čtvrtá moc* takto: „Jedním z hlavních požadavků moderní demokracie je volné podnikání a svobodný tisk; pokud chce být demokracie demokracií, musí být tento požadavek splněn. Právo reguluje jejich činnost, administrativa dohlíží, soudy intervenují v případě rozporu se zákonem. Ale nikdo nemůže a ani nesmí diktovat podnikateli a médiím, co a jak mají dělat.“²⁰ (Bratkowski 1995: 7)

Ale zatímco svoboda podnikání byla jako podmínka demokracie naplněna, svoboda a nezávislost médií je stále třecí plochou demokracie. Neboť navážeme-li na myšlenku Bratkovského, bez svobodného tisku jednoduše není demokracie.

Locke a Montesquieu tento vývoj nepředpovídali, když formulovali svou klasickou koncepci trojitě dělbý moci²¹. Média se stala čtvrtou mocí. Název nebyl vybrán náhodou. Média umožňují kontrolu vládnoucích ve chvíli, kdy není možné vykonávat kontrolu a dohled jednotlivých občanů. Často média určují osud politiků a podnikatelů.

¹⁹ Text s názvem *Ustawa za łapówkę czyli przychodzi Rywin do Michnika* od Pawła Smoleńskiego byl publikován 27. prosince 2002 v polských novinách *Gazeta Wyborcza*. Aféra začala v červenci 2002, kdy Lew Rywin nabídl polské mediální společnosti Agora mediální služby při ustavování novely zákona o rozhlasovém a televizním vysílání.

²⁰ „Jednym z głównych współczesnych postulatów demokracji jest wolna przedsiębiorczość i wolna prasa, co oznacza, że oba te piony mają być niezależne od pionów władzy powoływanych w trybie formalnym, i to jeśli jakaś demokracja chce nią być naprawdę. Prawo ma regulować ich działalność, administracja ma nadzorować, sądownictwo interweniować, gdy popadają w sprzeczność z prawem. Ale nikt nie może i nie powinien dyktować ani biznesowi, ani mediom, co i jak mają robić.“ (V textu přeložila A. J.)

²¹ Montesquieu ve své teorii rozděloval moc zákonodárnou, výkonnou a soudní.

Podle slov Edmunda Wnuk-Lipińskiego to díky svobodným médiím „a ne díky soudnímu aparátu vymáhání práva si mohou být politici jistí, že jejich špatné počínání spatří světlo světa a veřejnost uvidí do zákulisí.“²² (Wnuk-Lipiński 2003: 34)

Základní podmínkou pro existenci demokratického systému je možnost veřejně diskutovat o státních záležitostech. Základ pro diskuse poskytuje národní a mezinárodní právo. Skutečnost, že mezinárodní právo má přednost před národním, má pozitivní vliv na nezávislost polských médií. (*Dz. U. 1997, č. 78 pos. 483, čl. 91, odst. 2*) Pokus o zavedení předpisů značně omezujících svobodu by tak znamenal vypovězení některých mezinárodních úmluv, které brání svobodu projevu v Polsku.

7.2 Základní právní principy polského tisku

Prvním polským právním aktem na poli médií byl dekret polského prezidenta z 21. listopadu 1938, nazvaný jednoduše *Tiskový zákon*. Po válce se zvedla vlna diskuzí o tom, zda dekret vydaný na základě Květnové ústavy by v Polské lidové republice měl mít platnost i nadále. Výsledkem bylo vydání dekretu z 5. července 1946 o vytvoření Národního kontrolního úřadu, který bude regulovat problémy tiskového charakteru. V průběhu let bylo připravováno mnoho změn, ale až úprava z počátku 80. let získala 26. ledna 1984 charakter zákona.

Ústava však současně se změnou politického systému přestala odpovídat demokratickým potřebám. Nápad, aby se nečekalo na novou ústavu a povolala se Národní tisková rada, se nezdařil; novináři tento záměr jednomyslně označili za pokus o umlčení svobody tisku a nápad vetovali, stejně jako zákon o státním tajemství. V prosinci 1994 parlamentní podkomise pro tiskové právo přijala několik tezí: každý má právo na svobodné vyjadřování a názory a na získávání informací o činnostech veřejných institucí, cenzura je zakázána. (Karpowicz 1996: 91)

Základním dokumentem, o který se dnes opírá svoboda tisku v Polsku, je *Ústava*. Ta garantuje svobodu projevu i tisku. Již v druhém článku je prohlášení Polska jako demokratického právního státu, zdůrazňující zásady sociální spravedlnosti. (*Dz. U. 1997, č. 78 pos. 483, čl. 2*) Vyplývá z něj, že jsou dodržována základní lidská práva, včetně svobody vlastnit a vyjádřit vlastní názor, stejně jako svoboda sdělovacích prostředků.

Svoboda projevu byla pro ústavodárce tak důležitá, že v části *Základního práva* se přímo upozorňuje na existenci svobody tisku:

²² „A nie dzięki skuteczności aparatu ścigania i wymiaru sprawiedliwości – politycy nie mogą mieć pewności, że ich niegodziwe czyny nie ujrzą światła dziennego, a za kulisy nie zajrzy opinia publiczna.” (V textu přeložila A. J.)

„Čl. 14

Polská republika zajišťuje svobodu tisku a jiných prostředků sociální komunikace.

Čl. 54

1. Každý má svobodu vyjádřit své názory a získávat a šířit informace.
2. Preventivní cenzura sdělovacích prostředků a licencování tisku jsou zakázány. Zákon může vyžadovat udělení licence k provozování rozhlasového a televizního vysílání.“²³
(Dz. U. 1997, č. 78 pos. 483)

Článek 54 odstavec 1 jasně říká, že každý má právo vyjadřovat svá vlastní stanoviska a názory a možnost využívat hromadných sdělovacích prostředků k jejich šíření. V souvislosti s druhým odstavcem pak umožňuje provoz svobodného a na státě nezávislého tisku. Činnost rozhlasu a televize může být omezena jinými zákony.

Zákon o svobodě získávání informací, později rozšířený v ústavě o přístup k veřejným informacím, ukládá správním orgánům povinnost podávat o své činnosti informace bez ohledu na to, kdo informace žádá a na co je hodlá použít. Z důvodu státní bezpečnosti a ochrany soukromí, může část informací zůstat tajná. Osoba, které bylo odmítnuto informace poskytnout, je může získat soudní cestou. (Dz. U. 2001, č. 112 pos. 1198)

Polská ústava předkládá velké množství příkladů děl, které spadají pod ochranu autorského díla. Nicméně zpod ochrany autorského práva byly vyloučeny (1) normativní akty; (2) úřední dokumenty; (3) patentové a ochranné spisy a (4) jednoduchá tisková sdělení.

Poslední kategorie ovšem zůstala nejednoznačná, v předchozí ústavě byla definována jako reportážní tiskové fotografie. Čím máme ale rozumět jednoduchá tisková sdělení? S největší pravděpodobností se jedná o čistou informaci zbavenou jakéhokoli komentáře nebo novinové formy, přičemž délka takového sdělení zde nemá žádný význam. (Karpowicz 1996: 13)

Noviny dle polské ústavy spadají do zvláštní kategorie kolektivních děl, chráněných autorským právem takovým způsobem, že autorská i majetková práva celého díla patří vydavateli. Důvodem, proč ústavodárci přiznali práva dílu jako celku přímo vydavateli, je uznání jeho zásadní role, jakou v procesu tvorby plní. (Karpowicz 1996: 17) Dokumentem, který přesně reguluje činnost tisku, je ale *Tiskový zákon*.

„Čl. 1

²³ „Art. 14: Rzeczpospolita Polska zapewnia wolność prasy i innych środków społecznego przekazu. Art. 54: (1) Każdemu zapewnia się wolność wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji. (2) Cenzura prewencyjna środków społecznego przekazu oraz koncesjonowanie prasy są zakazane. Ustawa może wprowadzić obowiązek uprzedniego uzyskania koncesji na prowadzenie stacji radiowej lub telewizyjnej.“ (V textu přeložila A. J.)

Tisk, v souladu s Ústavou Polské republiky, má právo na svobodu projevu a ztělesňuje právo občanů na spolehlivé informace, na otevřenost veřejného života, jeho kontrolu a sociální kritiku.²⁴

(Dz. U. 1984, č. 5 pos. 24)

Tiskový zákon dává tisku široké pole působnosti. Jediným omezením je čl. 6 odst. 1, který stanoví, že „tisk je povinen poskytovat jen pravdivé informace.“²⁵ Nezmiňuje se však o elektronických médiích.

Zákon o tiskovém právu ukládá polským novinářům i dva druhy povinností. Prvním z nich je práce v souladu s profesní etikou a zásadami společenského soužití, v hranicích stanovených zákonem. Těžko lze označit tento předpis za neprůstřelný, neboť v Polsku neexistuje žádný obecně platný novinářský kodex. Několik právních předpisů však už v současnosti tvoří rámec novinářské profese. Jsou jimi občanský a trestní zákoník, právo autorské a tiskové.

Druhou skupinou povinností dle *Tiskového zákona* je povinnost chovat se podle programové linie a předpisů redakce, v níž je novinář zaměstnán. Dle zákona jde o pracovní povinnosti novináře. (Karpowicz 1996: 98)

Trestné činy, jako použití násilí nebo nezákonné hrozby s cílem bránit novináři v publikování materiálu či v provádění novinářské práce, podléhají kompetenci krajských soudů, zbytek tiskového zákona pak okresním soudům.

Při zamítnutí trestního stíhání vůči novináři za tiskový přečin nebo jeho zastavení, soud nebo prokurátor může nařídít přezkoumání příslušnému novinářskému soudu. Pokud ovšem novinář není součástí žádného novinářského sdružení, stíhání před novinářským soudem mu nehrozí. (Karpowicz 1996: 133)

Jak můžeme vidět, polské právo zaručuje svobodu tisku i jeho suverenitu, právo vyjádřit stanovisko a nezávislost vydavatelů vůči státu. Také zajišťuje obyvatelům dostupnost pravdivých informací. V tomto ohledu příliš nevybočuje z předpisů platných na území Evropské unie. V současné době je polské tiskové právo plně v souladu s normami EU, a to již od 1. května 2004.

²⁴ „Prasa, zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej, korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej.“ (V textu přeložila A. J.)

²⁵ „Prasa jest zobowiązana do prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk.“ (V textu přeložila A. J.)

7.3 Mezinárodní tiskové právo

Jedním z nejdůležitějších nástrojů mezinárodního práva, zaručujících svobodu médií, je *Evropská úmluva o ochraně lidských práv a základních svobod*, která byla v Polsku ratifikována 19. ledna 1993. Článek 10 Úmluvy říká:

1. Každý má právo na svobodu projevu. Toto právo zahrnuje svobodu zastávat názory a přijímat a rozšiřovat informace nebo myšlenky bez zasahování státních orgánů a bez ohledu na hranice. Tento článek nebrání státům, aby vyžadovaly udělování povolení rozhlasovým, televizním nebo filmovým společností.
2. Výkon těchto svobod, zahrnující i povinnosti a odpovědnost, může podléhat takovým formalitám, podmínkám, omezením nebo sankcím, které stanoví zákon a které jsou nezbytné v demokratické společnosti v zájmu národní bezpečnosti, územní celistvosti nebo veřejné bezpečnosti, předcházení nepokojům a zločinnosti, ochrany zdraví nebo morálky, ochrany pověsti nebo práv jiných, zabránění úniku důvěrných informací nebo zachování autority a nestrannosti soudní moci.

Dalším důležitým dokumentem potvrzujícím právo na svobodu projevu je citován v *Rozsudku ve věci Handyside proti Spojenému království*, který vydal Evropský soud pro lidská práva ve Štrasburku. Soud rozhodl následovně: „Svoboda projevu je jedním z pilířů demokratické společnosti, je základem jejího vývoje a stavem seberealizace. Svobodu projevu nelze omezit pouze na informace a myšlenky příznivě přijaté či považované za neškodné a lhostejné, ale také na názory nepříjemné, znepokojující nebo narušující integritu státu i společnosti. To jsou požadavky pluralismu, tolerance a otevřenosti, bez kterých demokratická společnost nemůže existovat.“²⁶ (Lewis-Anthony et al. 2007: 8)

Výše uvedené dokumenty, v kombinaci s běžně uznávanými definicemi práv demokratického státu stanoví, že polští novináři nebudou mít problémy při uplatňování svých práv před evropskými soudy. A co víc, ratifikované mezinárodní právo polským parlamentem má přednost před státem vyhlášeným právem. Takže i v případě existence zákonů omezujících svobodu projevu, by nemohly být uplatněny v praxi.

²⁶ „Freedom of expression constitutes one of the essential foundations of a democratic society and one of the basic conditions for its progress and each individual's self-fulfillment. It is applicable not only to information or ideas that are favorably received or regarded as inoffensive or as a matter of indifference, but also to those that offend, shock or disturb; such are the demands of that pluralism, tolerance and broadmindedness without which there is no democratic society.“ (V textu přeložila A. J.)

7.4 Novinářská etika v Polsku

Z učení kněze Józefa Tischnera, že „etice můžeme rozumět jako vědě o způsobech žití člověka mezi lidmi“²⁷ (Tischner 2009: 54), Jan Pleszczyński formuluje definici novinářské etiky jako „vědy o způsobech bytí novinářem mezi lidmi. Média, stejně jako žurnalistika, existují pouze ve veřejném prostoru. Umělec či spisovatel může pracovat v soukromí, v izolaci, novinář nikoli. Úkolem žurnalistiky je publikovat. Novináři mají na společnost skrze média i mimo ně poměrně velký vliv, jsou spoluodpovědní za to, co vnášejí na veřejnost i do života obyčejných lidí.“²⁸ (Pleszczyński 2008: 92)

Doplnění tohoto popisného označení najdeme u Maxe Schelera. Podle německého fenomenologa, je etika „vědou o hodnotách ve vztahu k lidskému chování.“²⁹ (Scheler 1973: 36) Scheler tedy představuje kategorie a hierarchii hodnot smyslových, vitálních, duchovních a posvátných.

Připomínáme zde systém hodnot, protože etika médií často vychází z různých kodexů novinářské etiky. Jedny jsou obecné, jiné příkazové, zcela podle konkrétních redakcí. V Polsku existují tři takové obecné dokumenty: *Etická charta médií*, *Kodex novinářské etiky Svazu polských novinářů* a *Morální kodex Svazu novinářů Polské republiky*. Všechny zasluhují respekt i uznání. Jsou výsledkem několikaletých snah o vyjádření etických norem žurnalistické profese. Pokud bychom se omezili pouze na ně, úvahy o etice médií by se mohly redukovat jen na jejich výklad, zatímco etika je něčím víc, než jen kodexovými normami.

Etika se opírá o systém hodnot a kodexy usilují o jejich překlopení do jazyka odpovídajícího konkrétním situacím. Život však rámec kodexů překračuje. K tomu, aby novináři rozklíčovali pracovní dilemata, jsou zásady, které napomáhají rychle přijímat rozhodnutí, a to na vlastní odpovědnost.

7.4.1 Zásada přednosti

Jedná se o přednost dobra čtenáře před dobrem novináře, vydavatele, nakladatele. Tato zásada je prostým důsledkem přirozenosti médií. Subjektivita zásady přednosti však sama rozvolňuje způsoby, jakými tomuto dobru rozumět. Mezi hranicemi víceméně zřetelného zla a zřejmého dobra je sféra, ve které je obtížné najít konsensus.

²⁷ „Etykę można rozumieć jako wiedzę o sposobach bycia ludzi wśród ludzi.“ (V textu přeložila A. J.)

²⁸ „Jest wiedzą o sposobach bycia dziennikarzy wśród ludzi. Media, a więc także dziennikarstwo, istnieją tylko w przestrzeni publicznej. Artysta czy pisarz może pracować w przestrzeni prywatnej, w izolacji, dziennikarz nie może. Istotą dziennikarstwa jest publikowanie. Dziennikarze oddziałują na społeczeństwo poprzez media i pomimo stosunkowo niewielkiego wpływu na ich kształt są współodpowiedzialni za to, co wnoszą one w przestrzeń publiczną i w życie poszczególnych ludzi.“ (V textu přeložila A. J.)

²⁹ „Ethics is the science of values in relation to human behavior.“ (V textu přeložila A. J.)

Obraz není vždy jasný, protože dobro příjemce v pracovně filozofa může být jen abstraktní a pro příjemce málo zajímavé. Prosazované hodnoty musí zapadat do potřeb příjemců, musí být představeny tak, aby zaujaly. Nakonec média, jsoucí rovněž obchodem, nemohou podceňovat pravidla mediálního trhu. Jak Adam Michnik jednou trefně uvedl: „poslání bez peněz je utopií a peníze bez poslání jsou cynismem.“³⁰ (Boniecki 2010: 758)

Jedním z vážnějších dilemat je psát o něčem nebo nepsat, informovat nebo neinformovat v případě, že zpráva přináší zhoršení. Je to ve značné míře problémem titulů jako *Tygodnik Powszechny* s označením katolický. Napětí mezi médii, které informují, a institucemi je nevyhnutelné. Informace je podmínkou společenské odpovědnosti. (Skworz 2010: 769)

7.4.2 Zásada pravdy a objektivita

Odpovědnost je základem novinářské etiky. Novinář tvoří ve společnosti a pro společnost, jeho profese patří k profesi veřejné důvěry a selhání veřejné důvěry znamená narušení smyslu tohoto povolání. Proto se od novináře očekává publikování pravdy.

Pravda vychází ze spolehlivosti zdrojů. Množství nepravdivých informací podkopává věrohodnost novinářů a médií vůbec. V některých případech můžeme dokonce mluvit o manipulaci. Etický nemusí automaticky znamenat v souladu s právem. Avšak pravdivost médií není jediným kritériem k etickému posouzení. Hranici zde určuje zásada nenarušování vlastnických práv třetích osob, nenarušování obecných práva i obyčejná lidská slušnost. (Boniecki 2010: 759)

Neexistuje užší oblast než právní odpovědnost za slovo. Ve sféře morální odpovědnosti jsou hranice ještě méně znatelné, ale odpovědnost zůstává. Jedná se o odpovědnost za nevyslovené, za nešťastně vyslovené, za nespravedlivý soud či nelitostný odhad.

Objektivita doprovází zásadu pravdy. Jedná se o klasické pravidlo oddělení informace od komentáře. Stále však zůstává dostatek místa i způsobů, jak proměnit novinářinu v propagandu. Otázkou zůstává zpochybnění objektivity publikace, kde novinář nebo dané médium jsou zaangażováni na podnikovém úspěchu. (Skworz 2010: 771)

³⁰ „Misja bez pieniędzy to utopia, a pieniądze bez misji to cynizm.“ (V textu přeložila A. J.)

7.5 Polské etické kodexy

Předtím než přejdeme k problematice etických kodexů, je třeba vyjasnit, co se v polském mediálním prostředí rozumí pojmem etika médií. Etická činnost je taková činnost médií, díky které při největším úsilí a snaze se poskytuje zákazníkům to, co mohou dle práva očekávat, a současně přímo i nepřímo nezpůsobuje zbytečné utrpení. (Żakowski 1996: 202)

Navrhovaná definice umožňuje vytvářet podrobnější etické kodexy různých novinářských druhů i žánrů, mající různou povahu a pestrou škálu.

Etická charta médií byla podepsána 29. března 1995 hlavami největších polských médií a nejuznávanějšími novináři. *Morální kodex Svazu novinářů Polské republiky* vznikl 27. září 1991. *Kodex novinářské etiky Svazu polských novinářů* je v této skupině nejmladší, vznikl 13. října 2001. (Żakowski 1996: 202) Nejdelší historii pak má *Tiskový zákon*, pochází z roku 1984 a je prací režimu Polské lidové republiky na rozdíl od předcházejících tří kodexů.

Porovnáním těchto čtyř textů nalezneme formulaci nejrozumnějších etických problémů, jak je ovlivňuje a reguluje zákon. Bude také důležité ukázat rozdíly a podrobně odpovědět na otázku, o co se opírá současná novinářská etika v Polsku.

První dvě zásady obsažené v *Etické chartě* médií vykládají základní cíle polské novinářské práce. Pojednávají o principech pravdivosti a objektivitě, které vyžadují, aby informace byly vždy pravdivé a skutečnost byla uvedena bez zkreslení a ve správném kontextu. Představovaná realita má být neovlivněná názory autora. Jedná se o ekvivalent výroku obsaženého v *Morálním kodexu*, neboli hlavní morální povinností novináře je hledání a zveřejňování pravdy. Není dovoleno manipulovat s fakty. *Kodex novinářské etiky* rovněž zdůrazňuje nutnost, aby informace byly spolehlivé, spravedlivé a na základě několika zdrojů. (Karpowicz 1996: 135)

Je třeba poznamenat, že všechny tři texty silně zdůrazňují princip jasněho oddělení zpráv od komentářů či hypotéz. Tyto obecné zásady jsou podrobně popsány v obou etických kodexech. Stejně jako *Tiskový zákon* v článku 6 říká, že „tisk je povinen podávat pravdivý obraz skutečností“,“³¹ článek 12 ještě důkladněji požaduje nejvyšší pečlivost a přesnost při sběru materiálu. (Skworz 2010: 773)

Etická charta médií představuje princip poctivosti s důrazem na činnost v souladu se svým svědomím a nezkorumpovaností. Aby novinář neporušil profesionální nezávislost, nesmí přijímat žádné finanční výhody. Měl by se také vyhýbat umístování skryté reklamy, jak

³¹ „Prasa jest zobowiązana do prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk.” (V textu přeložila A. J.)

praví *Morální kodex*. Nejpodrobněji je tento problém popsán v *Kodexu novinářské etiky* v kapitole s názvem Střet zájmů.

Kromě již zmíněného zákazu materiálních výhod a účasti na skryté reklamě, je nutné zmínit i zákaz utajování informací pro svůj vlastní prospěch. *Kodex* také vylučuje účast novináře na bezprostřední politické i stranické činnosti a součinnost s funkcí ve veřejné správě. (Žakowski 1996: 204) V této souvislosti *Tiskový zákon* jen stručně uvádí, že není dovoleno provádět skrytou reklamní činnost, která vede k zisku finanční výhody.

Další dvě zásady *Charty* se týkají zejména přístupu představitelů čtvrté moci k jiným lidem, tedy potenciálním čtenářům. Princip respektu a tolerance hovoří o účtě k lidské důstojnosti, osobním a soukromým právům člověka. Mnoho na toto téma lze nalézt také v *Morálním kodexu*. V druhém bodě se píše: „povinností novináře je zachovat profesní tajemství a anonymitu informátora.“³² Třetí bod zdůrazňuje, že ochrana osobních práv by neměla být za žádných okolností porušena. *Kodex* nicméně připouští informace o soukromí veřejných osob. Vydírání a činnost degradující člověka v očích veřejnosti jsou zakázány. Většina o přístupu novináře k příjemcům je obsažena v nejmladším z dokumentů, tedy etickém *Kodexu* z roku 2001. Na jeho základě mají novináři větší kompetence a vliv na dosažení pravdy. (Karpowicz 1996: 135) Spjato je to především s investigativní žurnalistikou, která opravňuje novináře k provádění řady nelegálních a eticky zavrženíhodných aktivit, a to v případě, pokud tak činí ve veřejném zájmu.

Tento text, stejně jako dva předcházející, nezapomíná na zachování anonymity zdroje informací, jestliže si to informátor přeje. Hodně prostoru je věnováno účtě k lidem bez ohledu na jejich rozdílnost. V *Kodexu novinářské etiky* je také zmínka o autorizaci; zpovídaný musí být informován o tom, v jakém smyslu budou jeho slova použita. Nicméně to platí jen v případě výhrad partnera rozhovoru. (Karpowicz 1996: 136) Stojí za to zde citovat *Tiskový zákon*, a to zejména článek 14, odstavec 2: „Novinář nemůže odmítnout osobě poskytující informace autorizaci doslovně citované výpovědi, pokud již dříve nebyla zveřejněna.“³³ A tak z pohledu zákona nemá polský novinář zákonnou povinnost informovat svůj zdroj o možnosti autorizace. Přesto *Tiskový zákon* v daném článku nepřekračuje meze soukromí: „Není dovoleno bez souhlasu dotčené osoby zveřejňovat informace a údaje týkající se soukromé

³² „Obowiązkiem dziennikarza jest zachowanie i ochrona tajemnicy zawodowej, gdy informator zastrzega swą anonimowość.“ (V textu přeložila A. J.)

³³ „Dziennikarz nie może odmówić osobie udzielającej informacji autoryzacji dosłownie cytowanej wypowiedzi, o ile nie była uprzednio publikowana.“ (V textu přeložila A. J.)

sféry života, pokud se nejedná přímo o činnost veřejné osoby.“³⁴ Můžeme zde vnímat soulad s *Morálním kodexem*. (Żakowski 1996: 204)

Všechny tři etické kodexy více či méně zdůrazňují otázku ochrany zdrojů informací. Jak je to tedy opatřeno v *Tiskovém zákoně*? Dva články, 15 a 16, hovoří přímo o novinářském tajemství. Podle nich má novinář povinnost zachovávat mlčení v případě autorů svých informací nebo jiných osob, které o to požádaly, či v případě informací ohrožujících zájmy třetích osob. *Tiskový zákon* však definuje okolnosti osvobození novináře od mlčenlivosti. Ty nastávají v okamžiku, kdy se informace vztahují k nejzávažnější trestné činnosti. Je možno tvrdit, že v tomto případě *Tiskový zákon* přesně popisuje problém nejen z právního, ale i morálního hlediska, i když neřeší všechny sporné otázky. (Żakowski 1996: 205)

Poslední zásada, která se objevuje v *Chartě*, je princip svobody a odpovědnosti; svoboda médií jim ukládá odpovědnost za obsah a formu a z toho plynoucí důsledky. V kapitole Odpovědnost a tresty *Kodexu novinářské etiky* můžeme nalézt, že za porušení novinářské etiky je zodpovědný stejně tak autor textu, jak i redaktor či vydavatel. Tresty vyměřené novinářskými soudy se výrazně liší, od varování až po vyloučení ze Svazu polských novinářů. (Karpowicz 1996: 136) Je zřejmé, že všechny ostatní sankce lze nalézt v *Tiskovém zákoně*, což souvisí se zásadní rozdílností mezi etikou a právem. Zákon určuje sankce, například pokuty či odnětí svobody. Nicméně podobně jako v případě etické odpovědnosti, v případě porušování práva spadají sankce na autora textu i jeho zaměstnavatele.

Není možné opomenout také problémy ve vztazích panujících mezi samotnými představiteli čtvrté moci. Vztahy mezi spolupracovníky by měly být partnerské a nemělo by docházet k žádné nekalé soutěži a přivlastňování si prací jiných, jak plyne z *Kodexu novinářské etiky*. Ten zdůrazňuje také, že novináři přísluší věrnost vůči svému zaměstnavateli, nicméně je povinen odmítnout příkazy v rozporu s jeho profesní etikou či právy. Velmi podobně k problému přistupuje i *Morální kodex Svazu novinářů*, podle kterého je zavrženíhodné vykonání služebního příkazu, pokud porušuje etické standardy žurnalistiky. Připomeňme také zákaz činnosti, který způsobí profesionální újmu jinému novináři. (Skworz 2010: 775) Jinak řečeno, oba etické kodexy se v tomto bodě shodují. Co říká *Tiskový zákon*? Článek 10 odstavec 2 stanoví: „Novinář v rámci pracovního poměru má povinnost provést

³⁴ „Nie wolno bez zgody osoby zainteresowanej publikować informacji oraz danych dotyczących prywatnej sfery życia, chyba że wiąże się to bezpośrednio z działalnością publiczną danej osoby.“ (V textu přeložila A. J.)

úkon dle statutu či pravidel příslušné redakce.“³⁵ Toto ustavení však předepisuje naprosté podřízení novináře zaměstnavateli a podřívá tak jeho nezávislost.

Etická charta médií ale nechává spoustu otázek nedotčených a neodkazuje na řadu pro novináře důležitých témat. Kapitola Zločiny a mimořádné události *Kodexu novinářské etiky* pojednává mimo jiné o tom, aby novinář nepředjímal něčí vinu, neboť jedině soud vydává konečná rozhodnutí. (Karpowicz 1996: 137) Je zakázáno ukazovat bezprostřední scény smrti. Na druhé straně, je možné zobrazovat důsledky válek a katastrof a projevy násilí, a to při zachování rovnováhy mezi povinností objektivního zpravodajství a respektem k citlivosti publika. O tomto tématu se zmiňuje i *Morální kodex Svazu novinářů*. Ten však zakazuje pouze válečnou a jinou propagandu. (Żakowski 1996: 205)

Porovnáním tří etických kodexů a jednoho právního textu, můžeme vidět určité rozdíly, nicméně jen obtížně by bylo právo zcela v souladu s etikou. *Tiskový zákon* přistupuje k etickým otázkám ve velmi obecné rovině a jen poukazuje na problémy. Podrobnou analýzu lze nalézt pouze v etických kodexech. Nemůže tomu být jinak, když zákon má pouze daný problém naznačit, zatímco mediální odborníci dokonale obeznámeni s prací novinářů podrobně rozvíjí morální otázky, operující v limitech tří uvedených kodexů. Všechny tyto etické kodexy se samozřejmě vzájemně doplňují a předkládají to nejdůležitější v působení sdělovacích prostředků.³⁶

³⁵ „Dziennikarz, w ramach stosunku pracy, ma obowiązek realizowania ustalonej w statucie lub regulaminie redakcji, w której jest zatrudniony.“ (V textu přeložila A. J.)

³⁶ Viz příloha č. 4: Charakteristika etických kodexů v Polsku.

8 Katolická média

Přelom let osmdesátých a devadesátých zavedl cenzuru v životě i tak odolné instituce, jakou je římskokatolická církev. Ta byla po celé poválečné období jedinou legálně existující nezávislou institucí v Polsku, jež zaujímala obranný postoj vůči komunistické vládě, disponujíc vlastním tiskem. Katolický tisk byl rovněž pod silnou kontrolou státu, ale na rozdíl od jiných existoval a některé jeho tituly plnily navíc velmi vážnou funkci ve společnosti, nikoli jen v její katolické části.

Systémová transformace, získaná svoboda, postupující proces demokratizace společnosti a budování tržního hospodářství vyústily v zcela novou situaci pro katolickou církev. Musela si narychlo najít novou pozici v měnící se společnosti, která byla v devadesátých letech naprosto jiná než v předcházejících desetiletích. Především se stala pluralitní a jednotlivé sociální skupiny měly různá očekávání vůči církvi. Mělo to za následek mnohé kontroverze, která se objevovala v katolických i světských médiích, mezi hlasitější spory patřil rozpor o respektování křesťanských hodnot uvedených v *Zákonu o rozhlasovém a televizním vysílání*. (Kowol 1996: 101)

V pluralitním Polsku katolická církev působí zejména v oblasti společensko-politického i kulturního života. Proces transformace médií po roce 1989 proběhl v rámci katolického tisku jinak³⁷. Katolické tituly vydávané diecézí nevyžadovaly změnu vlastnických poměrů. Důkladné změny naopak proběhly v oblasti podmínek vnitřního fungování. Církev a její tisk byly přivedeny do velice obtížné ekonomické i redakční situace, kterou stále více zatěžoval vznik nových nezávislých titulů.

Nikdy nedosáhl tisk polské katolické církve takového nákladu, jako před druhou světovou válkou. V 30. letech existovalo na dvě stě katolických časopisů s celkovým nákladem dvou a půl miliónů výtisků, což tvořilo dvacet sedm procent nákladu všech polských periodik. V roce 1988 již existovalo pouze třicet pět titulů katolického tisku o celkovém nákladu přes jeden milión kopií, což zaujímalo okolo dvou a půl procent polského nákladu. (Adamczuk; Zdaniewicz 1991: 24) Velice restriktivní politika státu vůči katolickému tisku po válce byla mnohem mírnější než v obdobích od druhé poloviny 50. let. Osmdesátá léta jsou velice speciálním obdobím, neboť církevní média se stala útočištěm pro řadu opozičních novinářů. Publikování v katolických titulech automaticky neznamenal vlastní identifikaci s církví. Příchodem nevěřících novinářů do katolického tisku, získaly jeho tituly

³⁷ Církev ještě vlastními televizními a rádiovými kanály nedisponovala, až teprve zákon z května 1989 o vztahu církve a státu jí přiznal právo na vlastní elektronická média. (Kowol 1996: 102)

novou funkci, staly se alternativou k veřejnému mínění. Část společnosti z důvodu nedůvěry k státnímu tisku se obrátila ke katolickým médiím. (Kowol 1996: 103)

Po roce 1989 se začínajícím procesem demokratizace, privatizace i decentralizace tisku nastoupil přirozený odliv mnoha publicistů do nově vzniklých nezávislých médií. S tím souvisel i odliv čtenářstva, náklad katolického tisku tak zažil stagnaci a postupný pokles.

8.1 Koncept a historie polského katolického tisku

Ludwik Civardi v meziválečném období věřil, že „každá publikace, která nejenže není protichůdná vůči křesťanským dogmatům a morálce, ale rovněž je nástrojem jejich šíření a faktorem vštěpujícím duch křesťanství, má právo být nazýván katolickým tiskem.“³⁸ (Myslek 1966: 190) Dnes podle biskupa Adama Lepy „jsou za katolický tisk považovány ty publikace, které jsou se souhlasem církevních úřadů vytištěny a pravidelně distribuovány veřejnosti.“³⁹ (Lepa 1994: 4)

Lexikon pastorační teologie říká, že katolický tisk jsou periodické publikace, vydávané častěji než jednou ročně. Jejich úkolem je formovat, posilovat a podporovat veřejnost v souladu s přirozeným právem a směrnicemi katolické církve. (Kamiński; Przygoda 2006: 677)

Společný pro všechny typy katolického tisku je křesťanský hodnotový systém a podpora křesťanského pohledu na svět. Prvek, který jej jasně odlišuje, je zvláštní vztah k autoritě církve. Katolický tisk je vydávaný církevními hierarchiemi a jeho instituce jsou jim přímo podřízeny; jde o tisk, který byl schválen orgánem duchovenstva; redigují jej katolíci a obecně jde o publikaci, která respektuje zásady a normy křesťanského života.

Katolický tisk rozdělujeme podle různých kritérií, včetně periodicity a rozsahu. Podle *Katolické encyklopedie* můžeme zvolené náboženské a teologické časopisy rozdělit na archivně-kostelní, diecézní, duchovní, pastorační, dětské, katechetické a další. (Bieńkowski 1973: 347)

Mezi první náznaky katolického tisku řadíme proslovy papeže Řehoře XVI., jenž 15. srpna 1832 vydal encykliku *Mirari vos*, ve které odsoudil názory zakladatele listu *L'Avenir* a kritizoval tak jeho liberální doktrínu.

³⁸ „Każde wydawnictwo, które nie tylko nie sprzeciwia się dogmatom i moralności chrześcijańskiej, ale również jest narzędziem ich rozgłaszania oraz czynnikiem wpajającym w umysły ducha chrześcijańskiego ma prawo, nazywać się prasą katolicką.” (V textu přeložila A. J.)

³⁹ „Mianem prasy katolickiej obejmuje się te wydawnictwa, które za zgodą władz kościelnych drukowane są periodycznie i rozpowszechniane publicznie” (V textu přeložila A. J.)

O katolickém tisku pozitivně psal papež Pius IX. v encyklice *Notris et nobiscum*. Jeho dopis *Exemplar perlibenter* měl podobný charakter, byl naplněn obdivem vůči vydávání italského titulu *La Civitta Cattolica* jezuity od roku 1850. Od roku 1861 se titul stal neoficiálním orgánem Svatého stolce. Poté se poprvé objevil časopis *L'Osservatore Romano*, který byl označen za oficiální list Vatikánu. V té době byly také stanoveny jeho hlavní úkoly, kterými bylo vyvrácení falešné pomluvy, zveřejňování faktů ze života církve, připomínání zásad katolického učení, podpora úcty k papeži. (Kowol 1996: 105)

V roce 1865 se začal vydávat měsíčník *Acta Sanctae Sedis*. V časopise se objevovaly nejdůležitější dokumenty papeže, stejně jako úřadů římské kurie. Pius X. dekretem z roku 1904 dal titulu charakter oficiálního orgánu Svatého stolce. Časopis přestal vycházet o čtyři roky později. V lednu 1909 se objevil první výtisk *Acta Sedis Apostolicae*. Dodnes jde o oficiální titul Svatého stolce, v němž jsou zveřejňovány papežské dokumenty, oficiální prohlášení římské kurie, zprávy o činnostech Svatého stolce.

Pius XI. v encyklice *Rerum omnium* zdůraznil, že katolický tisk by měl sloužit jako nástroj na podporu katolické doktríny a svatý František Saleský byl jmenován patronem katolických spisovatelů a novinářů. Byl to právě Pius XI., který jako první užil pojmy tisk a veřejné mínění v katolickém prostředí. (Kowol 1996: 106)

Při vývoji katolického tisku bylo důležitým krokem vytvoření organizací, které sdružovaly novináře a podporovaly náboženská periodika. V roce 1926 vznikla Mezinárodní organizace novinářů a o deset let později začalo fungovat Sdružení tiskových agentur. Ve stejném roce vznikla i Mezinárodní unie katolického tisku.

Během pontifikátu papeže Pavla VI. se objevila četná prohlášení o médiích. Průlomem bylo vyhlášení koncilového dekretu o sdělovacích prostředcích a v roce 1963 zasedání Papežské rady pro sdělovací prostředky. Papež rovněž schválil Světový den médií, který je slaven v kostelích od roku 1967 v neděli po Nanebevzetí Páně. (Turowicz 1990: 267)

Církevní učení o katolickém tisku v období od pontifikátu Řehoře XVI. do nástupu Jana Pavla II. se zbavilo svého ospravedlňujícího postoje, nastal přechod od moralizace k otevřenosti vůči světovým médiím. Nicméně neexistence pastorační jednoty na téma tisku vedly k problémům s terminologií, neboť katolický tisk a katoličtí novináři byli chápáni v různých zemích různě. (Kamiński; Przygoda 2006: 679)

Podle papeže Jana Pavla II. úkolem církve je podpora rozvoje katolického tisku a rozšiřování jeho vlivu k povzbuzení čtenosti s cílem prohloubit znalost o pravdách víry, církevní vědě a náboženské kultuře. (Kamiński; Przygoda 2006: 679) Podle polské katolické církve je rozvoj čtenářstva katolického tisku především úkolem pastorační služby. Pastoři by

měli mít zájem o vydávání farních novin a katolické časopisy by měly mít vysokou úroveň odborných znalostí.

V roce 1989 se vztahy církve a státu výrazně zlepšily. Následně se polské biskupství pokusilo vytvořit svůj první katolický titul, když se v roce 1993 deník *Ślowo powszechnie* proměnil v *Ślowo – Dziennik Katolicki*. Základní redakční skladba se nezměnila. I když biskupové vyzývali ke čtení, jeho náklad neustále klesal. V dubnu 1997 se změnil na týdeník. Až do roku 1998 neexistoval v Polsku žádný katolický deník, který by plnil funkci katolického titulu v pravém slova smyslu. Vše se změnilo příchodem deníku *Nasz Dziennik*. (Kowol 1996: 106)

Z iniciativy Polské biskupské konference vznikla v červenci 1993 Katolická informační agentura. Agentura podporuje církve ve světských médiích, specializuje se na podávání náboženských informací. Poskytuje informace o náboženském životě, náboženských událostech. V Polsku má Agentura svého tiskového zpravodaje v každé diecézi. Organizace se také zabývá systematickou přípravou materiálů, které se vztahují k aktuálním otázkám náboženským, etickým, sociálním a ekonomickým. (*Historia KAI* 2011)

V Polsku se dnes publikuje více než tři sta katolických titulů celostátních, regionálních a diecézních a okolo tisíce farních periodik. Náklad katolického tisku je těžké odhadnout, protože vydavatelé nejsou ochotni tyto informace poskytovat. Na základě údajů Katolické informační agentury vychází průměrně dva milióny výtisků katolických titulů, které tvoří asi dvě a půl procenta celkového tiskového nákladu v Polsku. (*KAI na rynku mediów* 2011)

Polskému trhu s katolickými médii výrazně dominují dva týdeníky, a to katovický *Gość Niedzielny* a čenstochovský *Niedziela*. Jejich společný náklad se pohybuje okolo devíti set tisíc kopií a spolupracují s téměř dvaceti diecézemi. Pouze některé diecéze však distribuují oba tituly současně, patří mezi ně Lublin a Varšava, zatímco jiné se rozhodly, že budou vydávat svůj vlastní titul, jako například gdaňská *Gwiazda Morza*.

Krakovská nadace *Źródło* se pokusila utvořit místní konsorcium, které sdružuje krakovské skupiny na obranu života. V roce 1992 vznikl *Tygodnik Rodzin Katolickich*, jehož náklad tehdy vynesl čtyřicet šest tisíc kusů. O tři roky později vznikl čtrnáctideník pro mládež s názvem *Droga*, jehož náklad činil dvacet čtyři tisíc výtisků. (Kowol 1996: 107)

V západním Polsku vychází poznaňský *Przewodnik Katolicki* s třiceti osmi tisíci výtisky. Krakovský *Tygodnik Powszechny* je naopak považován za důležitý titul při utváření veřejného mínění mimo oblast Varšavy. Na začátku 90. let přežil krizi, jeho náklad klesl ze sta na čtyřicet tisíc výtisků. (Żakowski 1999: 123)

V posledních letech v Polsku roste počet novin jednotlivých farností. Velkou výhodou je skutečnost, že se zakořenily v životě místního společenství. Farní noviny jsou zdarma, jsou dotovány věřícími či sponzory. Hlavními cíly farních titulů jsou evangelizace společnosti, informování o aktuálních otázkách týkajících se místní komunity a integrace společnosti.

Mezi časopisy s celostátní distribucí má největší náklad františkánský Rycerz Niepokalanej, který vychází rovněž ve verzi pro děti. Druhé místo zaujímá měsíčník Rodzina Radia Maryja, který byl založen v roce 1996 a jeho náklad dosahuje okolo sta tisíc výtisků. (Kamiński; Przygoda 2006: 680)

Kromě toho v Polsku vycházejí měsíčníky Znak v Krakově, Więż ve Varšavě a W Droze, který má svou redakci v Poznani. Náklady těchto časopisů se pohybují okolo tří až šesti tisíc kusů, což je považováno za evropský průměr tohoto typu publikací. Znak představuje nejnovější křesťanské myšlení, je považován za jeden z nejlepších časopisů v Evropě. Oficiální titul Apoštolského stolce, měsíčník L'Osservatore Romano je v polské verzi vydáván v nákladu čtyřiceti dvou tisíc kusů.

Různá periodika vydávají také sdružení, hnutí a náboženské společnosti působící v Polsku. Měsíčník List Hnutí obnovy v Duchu svatém se objevuje v nákladu patnáct tisíc výtisků, distribuován je především mezi členy komunity. Společenství Emmanuel vydává titul Jezus Žyje, hnutí Focolari zase Nowe Miasto. Tyto tituly mají nízký náklad, v průměru okolo tří tisíc kopií, zatímco jejich význam je pro členy jednotlivých komunit velmi vysoký. (Kowol 1996: 108)

Čtenářstvo katolických periodik závisí převážně na jeho distribuci. Největší celostátní katolické týdeníky až dvacet procent svého nákladu dopravují do menších farností. Navíc vytvořily vlastní distribuční síť v jednotlivých diecézích. Mnoho katolických diecézních novin je zase rozšiřováno centrálním distributorem. (Kamiński; Przygoda 2006: 680)

8.2 Katolický tisk v Polsku

V Polsku vychází mnoho katolických periodik, které mají různou frekvenci. Jsou určeny pro odlišnou skupinu čtenářů a představují širokou paletu zaměření. Časopisy mají nejčastěji celostátní působnost a je možné je zakoupit jak ve farnostech, tak i v knihkupectvích.

Vychází také velké množství katolických titulů, které jsou neznámé mimo hranice svých farností. V současnosti je v Polsku přes deset tisíc farností a osm set dalších pastoračních středisek. Obecně platí, že v každé farnosti jsou dostupné celostátní katolické tituly, přičemž některé z nich také publikují i své vlastní noviny, v nichž najdete zejména

zprávy související s činností místních komunit. (*Podział administracyjny kościoła w Polsce* 2010)

V příloze č. 5 nalezneme charakteristiku vybraných katolických titulů, přičemž se při jejich výběru budeme řídit zejména jejich čteností. Kromě toho se také zaměříme na v Polsku nejpopulárnější katolická periodika, jakými jsou Tygodnik Powszechny, Niedziela, Gość Niedzielny a další. (*Katolog prasy* 2012)

9 Závěr

V předkládané práci jsme se pokusili odpovědět na otázku, jakým způsobem funguje polské mediální prostředí, ve kterém jsou vykonávána žurnalistická povolání. Skrze jednotlivé vybrané aspekty tamější novinářské profese jsme se zaměřili na vymezení charakteristických znaků procesu mediální změny v dané zemi. Cílem přehledové studie tedy bylo s pomocí textů Karola Jakubowicze představit základní kategorie jednoho z mediálních modelů střední a východní Evropy.

Specifickým rysem, který do značné míry formoval polský mediální systém, je historický kontext a dlouholetá zkušenost s totalitním režimem. Existence otevřené opozice vedla k úspěšnému budování alternativní sféry, na jejímž základě mělo vzniknout svobodné mediální prostředí. Špatně organizovaný přechod k privatizaci však způsobil, že výsledný mediální systém 90. let byl důkladně zpolitizován. Polská média mohou být označena za plurální, nikoli však za nezávislá tak, jak to teorie tranzice požaduje. Politická determinovanost mediálního prostředí však není dočasným jevem navazujícím na komunistickou minulost. Polská média i nadále vykazují stabilní stav oddanosti mocenské struktuře i politickým silám.

Tento negativní prvek demokratizace v Polsku byl reflektován i v zahraničí, kde jsou svoboda a nezávislost médií obecně vnímány jako podmínky pro existenci demokratického systému. Základ pro další diskuse můžeme chápat vztah mezi polským a mezinárodním právem. Fakt, že mezinárodní právo má v polském mediálním prostředí přednost před národním, pozitivně působí na nezávislost sdělovacích prostředků a současně brání svobodu projevu v Polsku.

Další dimenze politického přechodu – síla trhu – začala fungovat velmi brzy. Média nemohla více spoléhat na dotace, nastal boj o inzerenty. Nezmýlíme se, když budeme tvrdit, že polská média se plně stala předmětem marketizace. Pokud budeme vycházet z koncepce přejaté od autorů Daniela Hallina a Paola Manciniho, můžeme říci, že pro soudobá polská média je typický značný stupeň politického paralelismu s nízkou profesní autonomií novinářů a hojnou intervencí vnějších – nežurnalistických – sil.

Co se týká sociálního postavení samotných polských novinářů, není možné mluvit o jejich profesi jako o společensky uznávané. S růstem vzdělání ve společnosti rostla i kritika médií. Byla to právě 80. léta 20. století, kdy se obraz novináře proměnil. A napomohla tomu televize, která vytvořila stereotyp „novináře ve filmu“. Po revoluci se prestiž novinářského povolání začala navracet, vzrostl i zájem uchazečů o studium na fakultách žurnalistiky.

Přestože se polští novináři, stejně jako jejich zahraniční kolegové, sdružují do velkých profesních organizací, jejich přílišná organizační roztržitost vede k neschopnosti těchto institucí být partnerem v komunikaci se státní mocí. Novým trendem mezi mladými polskými novináři tak je spíše organizační nezávislost.

Jako problematická se v rámci mediální sféry jevila režimní cenzura tak imunní instituce, jakou je v polské společnosti římskokatolická církev. Katolický tisk v tomto období plnil nejen církevní funkci, ale i zaujímal pozici jediného legálně existujícího nezávislého orgánu, jenž vyjadřoval svůj opoziční postoj vůči komunistické nadvládě. Avšak systémová transformace postavila církev do složité situace, musela si předefinovat svou pozici v nově pluralitní společnosti. Změna vlastnických poměrů nebyla nutná, nicméně změna vnitřního fungování byla nezbytná. Přes veškeré snahy však katolická média v Polsku nikdy nenavázala na úspěch předválečného období.

Přílohy

Příloha č. 1: Charakteristika vysokých škol žurnalistiky v Polsku

Ústav žurnalistiky **Varšavské univerzity** je v Polsku v současnosti největším centrem vzdělání pro novináře, kteří po ukončení studií získávají práci v tisku, rozhlasu, televizi, tiskových agenturách, vydavatelství a public relations. Ústav nabízí hned po maturitě jak pětiletý magisterský program, tak i postgraduální a kombinovaná studia. Na všech typech žurnalistických studií zde v současnosti studuje více než 1717 posluchačů. (*Univerzitní akreditační komise* 2011: 62)

Ústav umožňuje také dvouletá prezenční studia, stejně tak jako i možnost celoživotního vzdělávání. Na všech typech studií, vedle přírodních a humanitních věd a výuky cizích jazyků, jsou nabízeny rovněž specializované třídy. Patří k nim kromě workshopů a seminářů také specializace tiskové, rozhlasové, televizní, agenturní, redakční, reklamní a marketingové, a to v rozmezí mediální komunikace. (Grzelewski 1996: 221)

V Krakově funguje již od roku 1975 žurnalistická specializace na Ústavu žurnalistiky a masové komunikace při **Jagellonské univerzitě**. Studuje se zde v současnosti 631 lidí. (*Univerzitní akreditační komise* 2011: 172) Studenti politologie si také mohou v prvním roce studia vybrat novinářskou specializaci. Předpokladem je ovšem vysoký studijní průměr a novinářská praxe při studiu. Studium je čtyřleté.

Na **Slezské univerzitě v Katovicích** žurnalistiku studuje okolo 167 posluchačů. (*Univerzitní akreditační komise* 2011: 298) Po prvním roce politologie se mohou plně rozhodnout pro novinářství. Předpokladem je opět vysoký studijní průměr a splnění vstupních testů. Fakulta však neposkytuje studentské praxe, jedinou možností jsou v průběhu akademického roku workshopy a dílny.

Fakulta politologie a žurnalistiky na **Poznaňské univerzitě** nabízí svým posluchačům mimo jiné i novinářskou specializaci. Studenti prvního roku politologie projdou vstupními zkouškami a poté mohou následujících pět let studovat magisterský program oboru žurnalistika. Studentské praxe se uskutečňují na základě prázdninové dohody mezi redakcemi a fakultou. Na novinářskou specializaci dnes dochází 996 studentů. (*Univerzitní akreditační komise* 2011: 100)

Na **Lublinské katolické univerzitě** se v roce 1994 otevřel Ústav žurnalistiky a masové komunikace, který připravuje studenty pro práci v redakcích, vydavatelstvích, reklamních agenturách. V současnosti zde nalezneme 356 studujících. (*Univerzitní akreditační komise* 2011: 439) Pro specializaci žurnalistika se mohou v průběhu studia

rozhodnout také studenti čtvrtého nebo pátého ročníku všech univerzitních oborů. Studentskou praxi si pak posluchači zajišťují sami.

Na **Univerzitě Marie Curie-Sklodowské v Lublině** se v rámci Fakulty politologie otevřela v roce 1994 specializace žurnalistiky. Vysoký průměr, úspěšné vykonání vstupní zkoušky, to jsou předpoklady studia tohoto oboru. Počet budoucích novinářů na fakultě dosahuje čísla 424. (*Univerzitní akreditační komise* 2011: 369)

Ve Vratislavi byla novinářská studia otevřena v roce 1995 na Ústavu žurnalistiky a masové komunikace **Vratislavské univerzity**. Dnes zde studuje něco okolo 2125 studentů. (*Univerzitní akreditační komise* 2011: 205)

Příloha č. 2: Charakteristika nejčtenějších seriózních deníků Gazeta Wyborcza a Rzeczpospolita

Gazeta Wyborcza datuje své první vydání na květen 1989, těsně před červnovými parlamentními volbami, které měly vést k novému demokratickému Polsku. Dnes je ústředním prvkem mediálního zájmu v Polsku. Průměrný náklad Gazety Wyborcza se pohybuje okolo šesti set tisíc kusů a o víkendech a svátcích dosahuje dokonce až miliónu. Lokální přílohy se objevují v největších polských městech a Gazeta zahrnuje také alespoň jeden speciálně zaměřený suplement denně. Šéfredaktorem titulu je od jeho počátku Adam Michnik, před rokem 1989 významný opoziční aktivista. (Kolasa 2010: 479)

Rzeczpospolita vydává velké množství specializovaných příloh spojených s hospodářskou činností, a to včetně vysoce oceňovaného Denního práva, ve kterém se objevují zákony, právní změny a odborné komentáře důležité pro podnikání. Neznamená to však, že by Rzeczpospolita byla jen ekonomicky zaměřeným deníkem. Denně ovlivňuje veřejné mínění svým rozsáhlým finančním a ekonomickým zpravodajstvím. Náklad se pohybuje přes dvě stě šedesát tisíc výtisků. (Kolasa 2010: 480)

Příloha č. 3: Charakteristika sdružení novinářů v Polsku

Novějším novinářským sdružením na území Polska je **Sdružení novinářů ve jménu Władysława Reymonta**. Na počátku listopadu roku 1998 se sešla zakládající schůze, které se účastnilo dvacet sedm novinářů, budoucích členů a zakladatelů samotného Sdružení. Tím také byly přijaty stanovy organizace. O rok později Valné shromáždění přijalo za členy dalších devět osob. Postupně množství členů narůstalo.

Sdružení je profesní organizací, zastupující novináře s tvůrčími výstupy. Ve svých stanovách vyznačuje cíle a úkoly Sdružení, mezi nimiž jsou především podpora a rozvoj novinářské práce, ochrana práv a zájmů novinářů vůči redakcím, zajišťování chování členů v souladu s profesní etikou, podpora novinářům v jejich tvůrčí práci.

Patronem Sdružení je polský spisovatel, prozaik a novelista Władysław Reymont, jeden z hlavních představitelů kritického realismu s prvky naturalismu v próze Mladého Polska. Reymont je i polským laureátem Nobelovy ceny za epopěj Rolníci. (Žak 1998: 186)

Současným předsedou Sdružení je od roku 2011 Marek Kassa. Sídlo organizace lze nalézt ve Varšavě, přesněji na ulici Aleja Wilanowska.

Sdružení místních novin bylo založeno vydavateli a šéfredaktory dvaceti největších polských soukromých lokálních novin, s celkovým týdenním oběhem více než dvě stě padesát tisíc výtisků, bylo zaregistrováno v roce 1999. Nicméně již v roce 1994 se sešla neformální skupina zástupců místních titulů, aby si vyměnili zkušenosti a odborné dovednosti; od roku 1998 pak organizovali školení a lobbying na úrovni všech lokálních médií. K dnešnímu dni Sdružení zastupuje padesát osm vydavatelů, kteří vlastní sedmdesát tři titulů o celkovém nákladu přes čtyři sta tisíc kopií. (O SGL 2011)

Organizace si klade za cíl propagovat, podporovat a hájit nezávislý polský lokální tisk a vést projekty k integraci vydavatelů polského regionálního tisku, stejně jako aktivity pro spolupráci na zlepšení hospodářské situace těchto vydavatelů. Tyto cíle stanov realizuje organizace buď činností ad hoc či skrze sídlo Sdružení ve Varšavě, jakož i projekty a programy prováděnými samostatně nebo ve spolupráci s dalšími nevládními organizacemi a institucemi. (Statut SGL 2011)

Současným předsedou představenstva Sdružení je Dominik Księski. (O SGL 2011)

Příloha č. 4: Charakteristika etických kodexů v Polsku

Podle **Morálního kodexu Svazu novinářů Polské republiky** novináři sice pracují v redakcích, ale obecně zdůvodňují své konání koncepcí individuální odpovědnosti. Ve shodě s ní novinář odpovídá pouze za to, co sám napíše, nebo za svá novinářská rozhodnutí. Na takovém stanovisku stál také někdejší *Etický kodex novinářů*.

Po své novelizaci v roce 1980 kodex podrobně normoval etické postoje členů Svazu polských novinářů. Zakazoval a ukládal členské sankce, od upomínky po zbavení členství, mezi jinými za publikování nepravdy, skrytou reklamu, neetické získávání informací a další. (Żakowski 1996: 210)

V období Polské lidové republiky tento kodex fungoval tak jako celé právo, tedy selektivně. Po roce 1981 však k zásadě individuální odpovědnosti přibyla i občanská odpovědnost ustavující povinnost, při níž novinář neodpovídá pouze za to, co dělá, ale také za to, čeho se účastní a k čemu přispívá. (Karpowicz 1996: 135)

Po revoluci byl tento kodex zcela přepracován a 27. září 1991 se z něj stal Morální kodex Svazu novinářů Polské republiky. Podle něj mezi povinnosti novináře patří hledání a publikování pravdy, oprava nepravdivých informací, oddělování komentáře od zpravodajství a zachování profesního tajemství. Současně také novinář jako člen sdružení nově nemůže podporovat válku, násilí a pornografii, porušovat náboženskou víru čtenářů, požívat materiálních výhod za publikování či nepublikování materiálu, provést redakční příkaz, pokud by vedl k porušení etických norem. (Żakowski 1996: 211)

Stejně jako předcházející kodex, je i mladší **Kodex novinářské etiky Svazu polských novinářů** založen na přijetí principů *Etické charty médií* a prohlášení Mezinárodní federace novinářů. Podle něj je úkolem novináře poskytovat spolehlivé a nestranné informace, různé názory a umožňuje účast na veřejné diskusi. Novináři je zajištěna svoboda projevu, ale musí být odpovědný za zveřejnění v novinách. Dobro čtenářů a veřejné blaho by vždy mělo mít přednost před zájmy autora, redaktora či vydavatele. (Skworz 2010: 776)

Novináři, vydavatelé, nakladatelé, vědomi si své role v životě polské společnosti, dobrovolně přijali **Etickou chartu médií** v roce 1995. Dokument deklaruje jejich ochotu řídit se ve své práci následujícími zásadami: (1) zásada pravdy; (2) zásada objektivitu; (3) zásada oddělení názoru od komentáře; (4) zásada poctivosti; (5) zásada úcty a tolerance; (6) důraz na dobro zákazníka; (7) zásada svobody a odpovědnosti.

Signatáři Charty se dále zavázali k ustavení Rady, která má na území Polska chránit tyto zásady, veřejně rozhodovat o porušení Charty a interpretovat její záznamy. (Żakowski 1996: 205)

Příloha č. 5: Charakteristika nejčtenějších katolických titulů

Gość Niedzielny je celonárodní katolický týdeník vydávaný v Katovicích. První číslo vyšlo již 9. září 1923, autorem úvodníku byl kněz August Hlond. O čtyři roky později vznikl Mały Gość Niedzielny, který se dodnes zaměřuje na děti. Před válkou dosáhl nákladu čtyřiceti tisíc výtisků, v současné době se pohybuje okolo sto osmdesáti tisíc. Cíle, které sledovali vydavatelé tehdy, platí až dodnes. Šlo hlavně o poukazování na křesťanské hodnoty, přinášení Božího světla do života lidí, dodávání naděje. (Grajewski 2008: 47)

Titul je od svých počátků spojen s historií a tradicemi Horního Slezska. Před válkou dokonce vycházelo samostatné číslo pro německou menšinu.

Bezprostředně po válce se Gość Niedzielny nacházel v nevalném stavu. Měl pouze čtyři zpravodajské strany. V listovním archivu je možno dohledat dopis z Úřadu pro kontrolu tisku o nutnosti snížit jeho náklad. (Grajewski 2008: 74)

V současnosti je jeho šéfredaktorem kněz Marek Garncarczyk. Součástí každého titulu je diecézní suplement. Týdeník se pohybuje v náboženské tématice, včetně eticko-společenské, politicko-ekonomické a jiné. V titulu se nalézají také mnoho zpráv a rozsáhlých reportáží, stejně jako i katechezí. Každé číslo obsahuje i cyklus modliteb na danou neděli spolu se stručným komentářem. Důležitou součástí každého čísla jsou také fejetony významných polských autorů, mezi nimiž jsou Marek Jurek, Barbara Fedyszak-Radziejowska a Wojciech Wencel. (*O nas* 2011)

Dnes si čtenář může za čtyři zloté v novinách přečíst i články populární vědy, rozhovory s duchovními i laiky.

Niedziela je druhým nejstarším celostátním katolickým týdeníkem v Polsku. Je vydáván s přestávkami od roku 1926 v Čenstochové, a to z iniciativy biskupa Teodora Kubiny. Z počátku šlo o diecézní časopis, ale po druhé světové válce získal charakter celostátního týdeníku.

První číslo Niedziela se objevilo 4. dubna 1926 pod názvem Týdeník pro lidi z katolické diecéze Čenstochová. Tehdejší šéfredaktorem byl kněz Wojciech Mondry, od roku 1937 se jím stal kněz Stanisław Gałązka. Mezi lety 1928-1937 však časopis vycházel jako Jasnohorský kalendář. (Dudkiewicz 2010)

Citujeme zde slova jednoho z prvních editorů titulu, které jasně ukazují na to, co by Niedziela měla obsahovat: „kdyby sv. Pavel, velký Kristův apoštol, dnes znovu přišel na svět, aby jako před 1900 lety opět rozšiřoval Království Kristovo, byl by v první řadě za tímto

účelem vytvořil časopis, noviny či katolický deník. Není dnes efektivnějšího Kristova apoštola, než jím je tištěné slovo.“ (Banaszkiewicz 2010: 30)

V roce 1929 Niedziela získala slova uznání od papeže Pia XI., jímž byla chválena a doporučována. Tehdejší titul byl určen pro všechny, zejména však pro rodiny s dětmi. Ačkoli šlo o náboženský tisk, na svých stránkách se dotýkal problematiky vzdělání, politiky a hospodářství.

První číslo mělo náklad činící sedmdesát tisíc výtisků, o sedm let později mělo týdeník předplaceno šestnáct tisíc osob. (Dudkiewicz 2010)

Obsah týdeníku byl nezajímavější na jeho samém počátku. Pozdější léta byla obdobím stagnace, úroveň publikovaných článků byla velice slabá. Niedziela se stala ještě zajímavější v roce 1933, neboť převážně řešila aktuální politické otázky týkající se nacismu a komunismu. (Banaszkiewicz 2010: 30)

Během druhé světové války přestala Niedziela vycházet, obnovena byla až v roce 1945. Později byl zatčen její šéfredaktor kněz Stanisław Marchewka, kterého v roce 1947 nahradil kněz Marian Rzeszewski. (Dudkiewicz 2010)

V roce 1953 byl titul téměř na třicet let zastaven, jeho návrat se datuje na 7. června 1981. Prosincovým vyhlášením stanného práva bylo publikování Niedziele opět přerušeno až do 21. března 1982.

V 90. letech vznikla příloha pro děti *Moje Pismo Tęcza*, stejně jako i dvě vydavatelské edice *Biblioteka Niedzieli* a *Zeszyty Niedzieli*. (Skubiś 2010)

Przewodnik Katolicki je jedním z nejstarších polských týdeníků o charakteru sociálně-náboženském. Iniciátorem jeho vznik byl arcibiskup Florian Stablewski. První číslo vyšlo 17. ledna 1895. Tisk měl vzbudit a utvrdit víru v Boha, informovat o životě církve, ale i udržovat místní polské tradice, sjednotit všechny státy, zvyšovat povědomí veřejnosti o vzdělání, poskytovat zábavu. Na stránkách *Przewodnika* se objevilo poradenství zdravotní a právní. Ve 20. století se začaly uveřejňovat i různé druhy reklam a oznámení. (*O nas* 2012)

Od listopadu 1897 do roku 1926 vycházela zdarma příloha pro děti s názvem *Opiekun Dzieciatka*. Díky ní se děti učily psát a číst, a to v jazyce polském.

V období druhé světové války titul přestal fungovat, po válce se vládní úřady nemohly shodnout, zda by měl být *Przewodnik* obnoven či nikoli. Z toho důvodu se titul objevil až v říjnu 1956. (*O nas* 2012)

V současnosti velkou část obsahu tvoří články o víře a životě církve, stejně jako fejetony a komentáře.

Tygodnik Powszechny vychází od roku 1945. Je to katolický sociálně-kulturní titul, založený kardinálem Adamem Stefanem Sapiehem. Šéfredaktorem týdeníku je kněz Adam Boniecki. Redakční tým z počátku tvořily čtyři osoby, později se rozrostl na osm. Zamítnutí zveřejnění nekrologu Josefa Stalina způsobilo, že v roce 1953 titul přestal vycházet. Tygodnik obnovil svou činnost v prosinci 1956. V následujících třech letech namísto původního týdeníku vycházel Tygodnik Paxowski, který však pokračoval v předchozím titulním číslování.

Od okamžiku zvolení kardinála Karola Wojtyły na Papežský stolec se týdeník stal nejpopulárnějším v Polsku a jediným polským titulem, kde byly zveřejněny papežovy rozhovory. Na jeho stránkách byly rovněž exkluzivně publikovány verše Czesława Miłosza poté, co získal Nobelovu cenu. (Żakowski 1988: 63)

Během stanného práva Tygodnik na několik měsíců přerušil svou činnost. V roce 1982 se začal objevovat znovu; v 80 letech se stal neformálním orgánem polské demokratické opozice a byl tak často chápán jako jediná legitimní opozice vůči režimnímu tisku. Od 90. let byl titul často kritizován církevní hierarchií a v důsledku církevních sporů redakce ztratila svého církevního asistenta. (Żakowski 1999: 114)

Od prosince 2007 je týdeník vydáván v menším formátu. Do značné míry se změnil i grafický layout a rovněž i složení redakce. Snížením množství reklamy v důsledku finanční krize týdeník čelil v roce 2009 kolapsu. Šéfredaktor požádal čtenáře o pomoc a přiznal, že v tak špatné finanční situaci list ještě nikdy nebyl.

Tygodnik Powszechny se snaží skloubit liberální hodnoty s principy víry, představuje otevřený ekumenický proud polské katolické církve. Řídí se zásadou dialogu, často na svých stránkách vyzývá k diskusi z jiných, tedy nekatolických pohledů. Podle typologie Jarosława Gowina v knize *Církev v dobách svobody* je týdeník jedním z hlavních představitelů hlavního proudu otevřeného katolicismu, inspirovaného katolickým personalismem. (Gowin 1999: 36)

Katolický měsíčník **Rycerz Niepokalanej** vychází už od roku 1922, založený jeho prvním šéfredaktorem, svatým Maksymilianem Kolbem. Náklad Ryczerza dosahoval v letech 1938-1939 osmi set tisíc výtisků. Japonská verze polského titulu, založená v roce 1930 v Nagasaki, byla prvním japonským katolickým tiskem. V roce 1971 polští františkáni začali v Itálii vydávat obdobu Ryczerza pro zdejší polskou menšinu.

V roce 1952 komunistické úřady zakázaly vydávání titulu, ten se mohl znovu objevit až v roce 1981. V současnosti je měsíčník spojen s celonárodním Katolickým hnutím Rytířů Neposkvrněné. (*Historia jednej gazety* 2007)

Titul je doprovázen barevnými ilustracemi. Články v něm publikované se zabývají především náboženskými záležitostmi. Některé texty představují katolické obřady, zvyky a tradice spojené s různými obdobími liturgického roku. Titul také přináší rady k různým životním situacím.

Milujcie się! je polský katolický dvouměsíčník zaměřený především na mládež, vydávaný od roku 1975 v Poznani. Jedná se o jeden z nejlepších katolických časopisů pro mladá v celé Evropě. Polské vydání je distribuováno v nákladu dvě stě dvacet tisíc výtisků; časopis rovněž vychází v angličtině a je distribuován do USA a Kanady, Austrálie a Velké Británie. Titul je k dispozici v knihkupectvích katolických farností, v předprodeji i zásilkovým prodejem. Na stránkách časopisu se nacházejí především svědectví o uzdravení a poznání Boha. Jeho obsah je velice zajímavý, může dokonce budít kontroverzi. Převažují články s celospolečenskými problémy. Na poslední straně obálky se nachází výzva kardinála Stefana Wyszyńskiego k vzájemné lásce pod názvem ABC Społecznej Krucjaty Miłości. V každém čísle nechybí reprodukce obrazu Ježíše Milosrdného, který byl vytvořen z vidění sestry Faustiny. (*O nas* 2011)

Tab. 4 Čtenost celostátních deníků

<i>Tituly</i>	<i>Počty respondentů</i>	<i>Procenta respondentů</i>
Gazeta Wyborcza	24 245	12,70%
Fakt	24 245	12,44%
Metro	24 245	5,77%
Super Express	24 245	5,60%
Rzeczpospolita	24 245	3,79%
Przegląd Sportowy	24 245	3,39%
Dziennik Gazeta Prawna	24 245	2,32%
Echo Miasta	24 245	2,10%
Gazeta Podatkowa	24 245	0,73%
Sport	24 245	0,49%
Puls Biznesu	24 245	0,40%
Parkiet Gazeta Giełdy	24 245	0,31%

Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2012

Tab. 5 Čtenost týdeníků

<i>Tituly</i>	<i>Počty respondentů</i>	<i>Procenta respondentů</i>
Tele Tydzień	24 245	31,76%
Życie na Gorąco	24 245	17,98%
Chwila dla Ciebie	24 245	14,51%
Angora	24 245	11,73%
Newsweek	24 245	8,91%
Auto Świat	24 245	6,86%
Wprost	24 245	6,71%
Polityka	24 245	6,41%
To i Owo	24 245	5,52%
Twoje Imperium	24 245	5,45%
Na Żywo	24 245	4,68%
Magazyn Telewizyjny	24 245	3,92%

Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2012

Tab. 6 Čtenost čtrnáctideníků

<i>Tituly</i>	<i>Počty respondentů</i>	<i>Procenta respondentů</i>
Pani Domu	24 245	15,90%
Przyjaciółka	24 245	15,48%
Tina	24 245	14,93%
Viva	24 245	10,62%
Gala	24 245	9,39%
Z Życia Wzięte	24 245	8,92%
Party Życie Gwiazd	24 245	7,06%
Komputer Świat	24 245	5,65%
Tele Świat	24 245	5,50%
Show Magazyn o Gwiazdach	24 245	4,04%
Świat Seriali	24 245	3,48%
Takie jest Życie	24 245	3,48%

Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2012

Tab. 7 Čtenost měsíčníků

<i>Tituly</i>	<i>Počty respondentů</i>	<i>Procenta respondentů</i>
Twój Styl	24 245	12,50%
Claudia	24 245	9,48%
Focus	24 245	8,98%
Cztery Kąty	24 245	8,87%
Poradnik Domowy	24 245	8,00%
Murator	24 245	7,47%
Kobieta i Życie	24 245	7,46%
Olivia	24 245	7,09%
Dobře Rady	24 245	6,58%
Świat Kobiety	24 245	6,31%
Mój Piękny Ogród	24 245	6,06%
National Geographic	24 245	5,74%

Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2012

Tab. 8 Čtenost dvouměsíčníků

<i>Tituly</i>	<i>Počty respondentů</i>	<i>Procenta respondentů</i>
Komputer Świat Twój	24 245	2,74%
Mój Piękny Dom	24 245	2,45%
Auto Świat 4x4	24 245	2,07%
Komputer Świat Gry	24 245	1,73%
Komputer Świat Ekspert	24 245	1,35%
Rodzice	24 245	1,26%
Elle Decoration	24 245	0,64%
Play	24 245	0,58%
Style i Charaktery	24 245	0,51%
Weranda Country	24 245	0,29%
Witaj w Podróży	24 245	0,20%

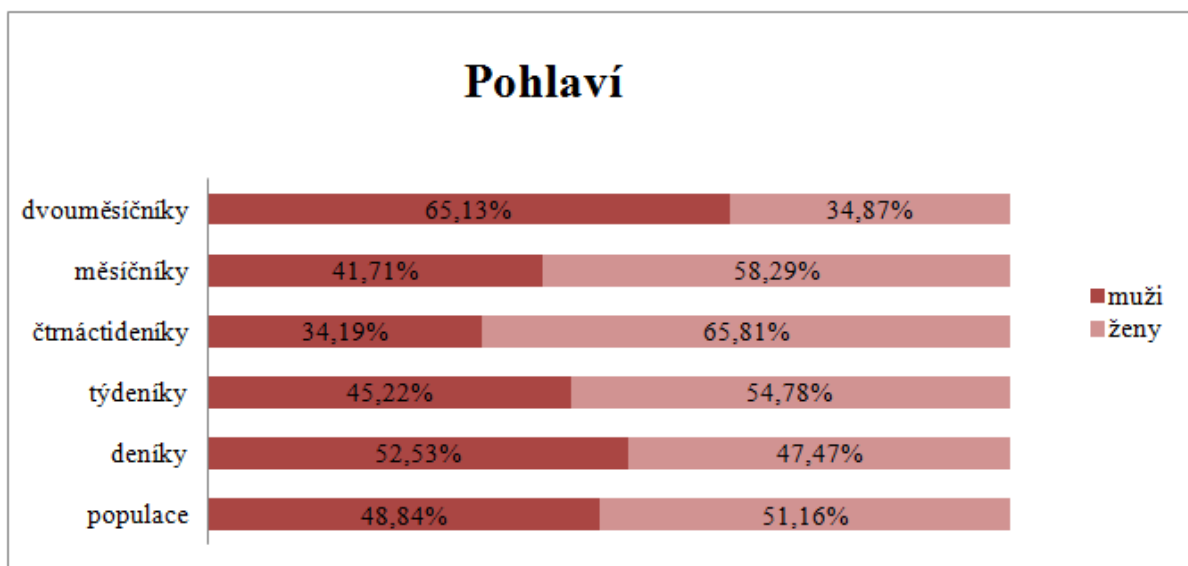
Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2012

Příloha č. 7: Profily čtenářů polských periodik

Výsledky výzkumu institutu PBC v roce 2009.

Čtenáři tisku jsou ženy i muži. Zatímco dámy dávají přednost časopisům, muži volí spíše noviny.

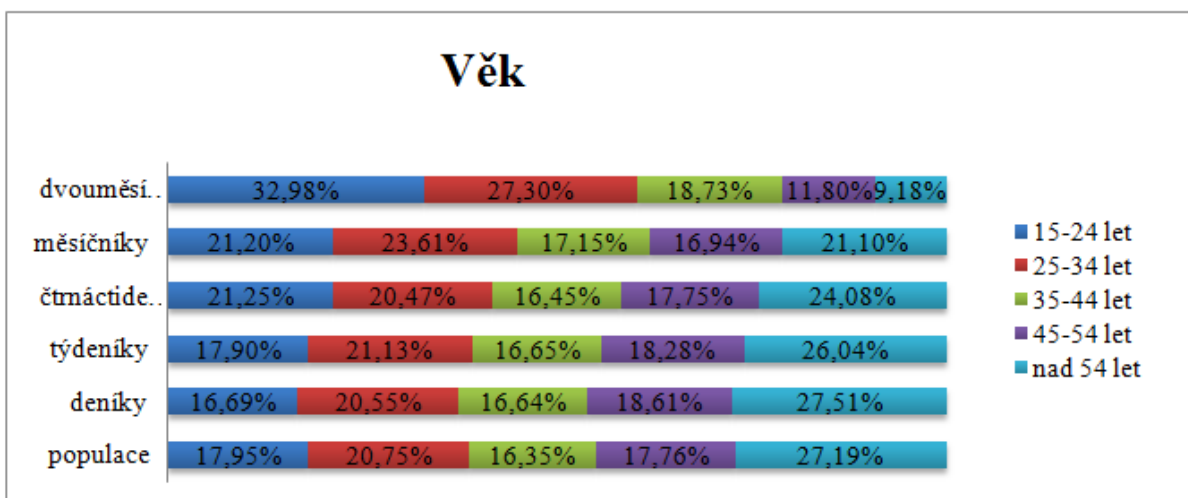
Graf 1 Profil polských čtenářů podle pohlaví



Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2009

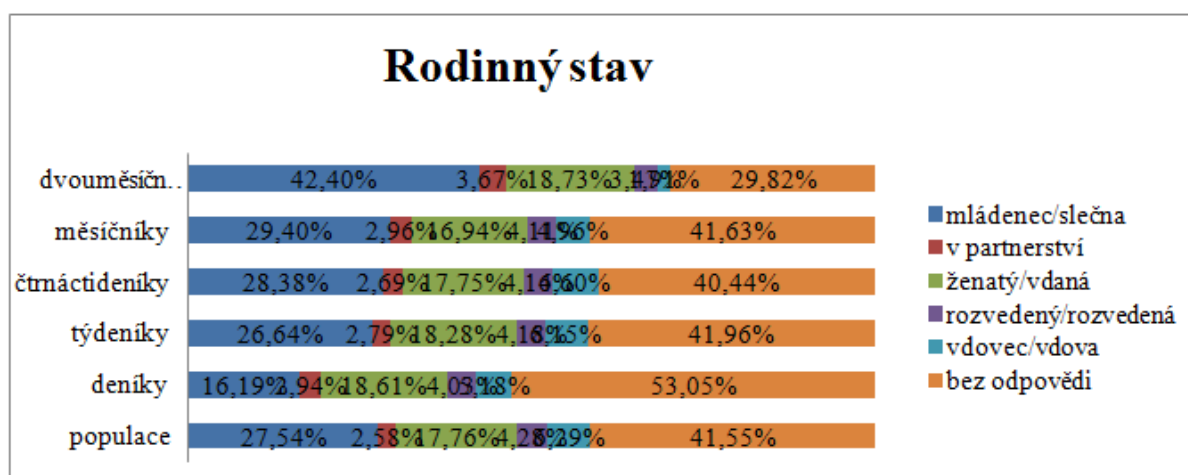
Více než polovina polských čtenářů tisku (57%) je mladších 44 let.

Graf 2 Profil polských čtenářů podle věku



Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2009

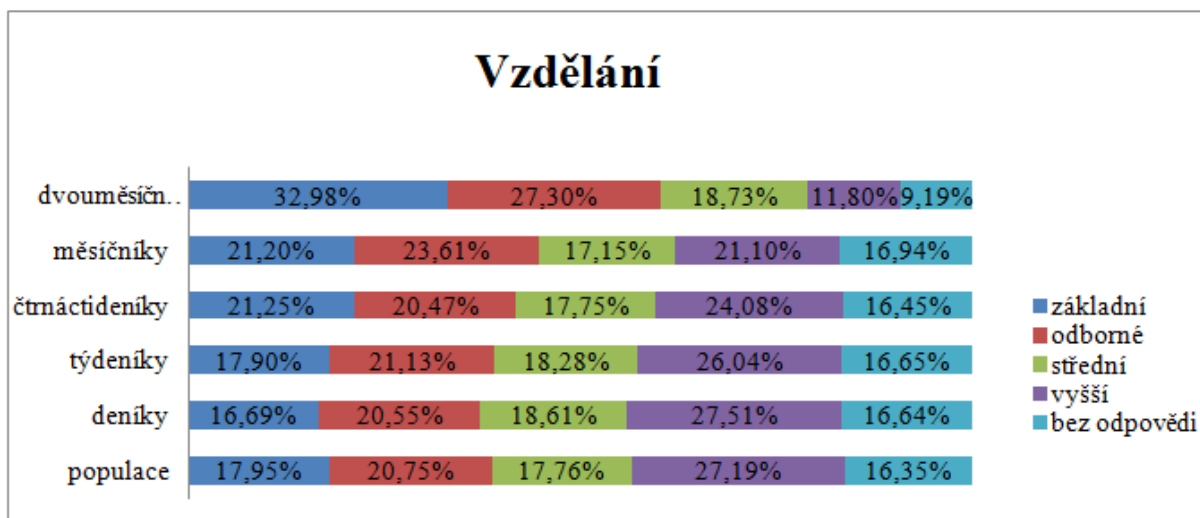
Graf 3 Profil polských čtenářů podle rodinného stavu



Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2009

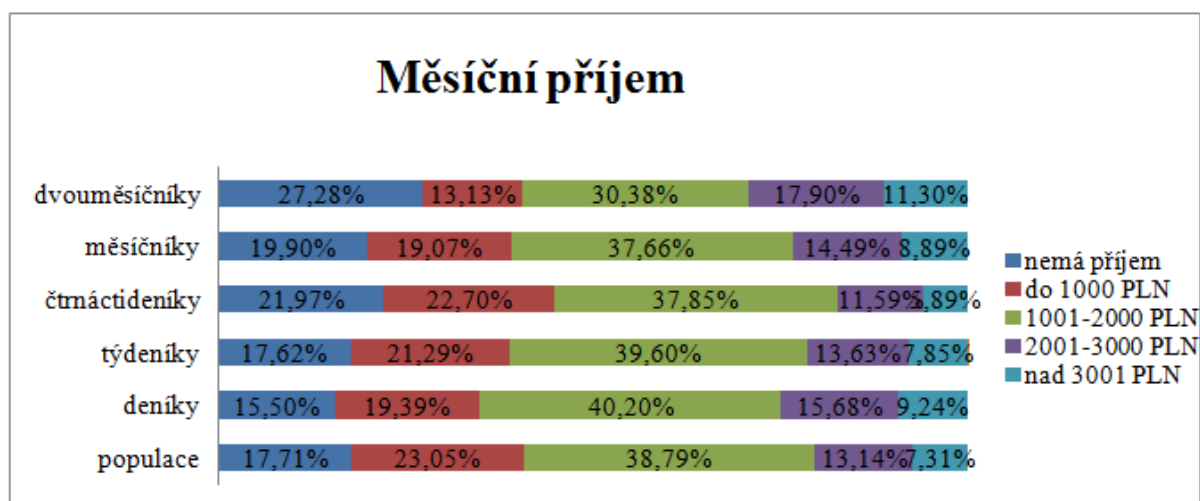
Čtenáři tisku jsou vzděláni, 60% osob má středoškolské či vyšší vzdělání.

Graf 4 Profil polských čtenářů podle vzdělání



Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2009

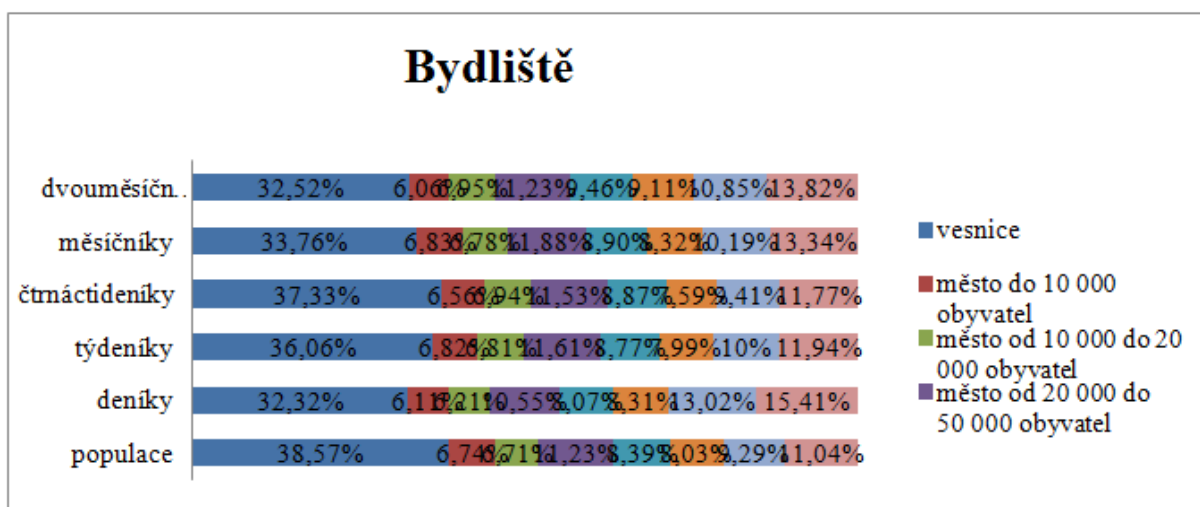
Graf 5 Profil polských čtenářů podle platu



Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2009

Většina čtenářů žije ve středních nebo velkých městech.

Graf 6 Profil polských čtenářů podle bydliště



Zdroj: Polskie Badania Czytelnictwa 2009

Seznam zdrojů a literatury

Tištěné prameny

ADAMCZUK, Lucjan; ZDANIEWICZ, Witold. *Kościół katolicki w Polsce 1918-1990: rocznik statystyczny*. Varšava: Główny Urząd Statystyczny, 1991.

BANASKIEWICZ, Adam. Przegląd Niedzieli z lat 1926-39. In *Niedziela*. 2010, roč. 29, č. 14, s. 30. ISSN 0208-872X.

BIALIC, Magdalena. Ulica Foksal. In *Spotkanie z Zabytkami*. 2007, roč. 30, č. 7, s. 36-38. ISSN 0137222X.

BIEŃKOWSKI, Lubomir et al. *Encyklopedia katolicka*. Lublin: KUL, 1973.

BONIECKI, Adam E. Etyka dziennikarska. In *Biblia dziennikarstwa*. Varšava: Znak, 2010. ISBN 9788324013579

BORKOWSKA, Anna. Dziennikarze i organizacje dziennikarskie. In *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*. Krakov: Ośrodek badań prasoznawczych UJ, 1996. ISBN 8390211807.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. New Haven: Yale University Press, 2003. ISBN 0300078234.

BRATKOWSKI, Stefan. Wstęp. In *Czwarta władza?: Jak polskie media wpływają na opinię publiczną*. Poznań: Głos Wielkopolski, 1995. ISBN 8390114844.

CIBORSKA, Elżbieta. *Leksykon polskiego dziennikarstwa*. Varšava: Elipsa, 2000. ISBN 8371513305.

DEUZE, Mark. The web and its journalism: considering the consequences of different type of newsmedia online. In *New Media & Society*. 2003, roč. 5, č. 2, s. 203-230. ISSN 14614448.

DEUZE, Mark. The Changing Context of News Work: Liquid Journalism for a Monitorial Citizenry. In *International Journal of Communication*. 2008, roč. 2, č. 5, s. 848-865. ISSN 19328036.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2002. ISBN 8024601367.

ERDAL, Ivar J. Researching Media Convergence and Crossmedia News Production: Mapping the Field. In *Nordicom Review*. 2007, roč. 28, č. 2, s. 51-61. ISSN 14031108.

FILAS, Ryszard. Prasa ogólnokrajowa po 1989 roku. In *Slowink wiedzy o mediach*. Varšava: Wydawnictwo szkolne PWN, 2007. ISBN 9788374466.

GOBAN-KLAS, Tomasz. *The orchestration of the media: The politics of mass communications in Communist Poland and the aftermath*. Boulder: Westview, 1994. ISBN 0813318688.

GOWIN, Jarosław. Kościół w czasach wolności 1989-1999. Krakov: Znak, 1999. ISBN 8370069029.

GRAJEWSKI, Andrzej. *Twój Gość*. Katovice: Wydawnictwo Kurii Metropolitalnej, 2008. ISBN 9788392777403.

GRZELEWSKI, Marek. Przemiany w kształceniu dziennikarzy. In *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*. Krakov: Ośrodek badań prasoznawczych UJ, 1996. ISBN 8390211807.

GUREVITCH, Michael; BLUMER, Jay G. Political Communication Systems and Democratic Values. In *Democracy and the Mass Media*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. ISBN 0521388171.

HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. *Systémy médií v postmoderním světě: Tři modely médií a politiky*. Praha: Portál, 2008. ISBN 9788073673772.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 8073670402.

CHRISTIANS, Clifford G et al. *Normative theories of the media: journalism in democratic societies*. Urbana: University of Illinios Press, 2009. ISBN 9780252034237.

IGNATOWICZ-POKORNA, Katarzyna. *Kościół w świecie mediów. Historia – dokumenty – dylematy*. Kraków: Wyd. UJ, 2002. ISBN 8323315647.

JAKUBOWICZ, Karol. *Glasnost and After: Media Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill: Hampton Press, 1995. ISBN 1881303861.

JAKUBOWICZ, Karol. Change in Polish Media: How far to go yet? In *Business as Usual: Continuity and change in Central and Eastern Europe*. Cresskill: Hampton Press, 2003. ISBN 1572732652.

JAKUBOWICZ, Karol. Musical chairs? The Three Public Spheres in Poland. In *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media*. Londyń: Routledge, 1991. ISBN 0415100674.

JAKUBOWICZ, Karol. *Nowa ekologia mediów: Konwergencja a metamorfoza*. Varšava: Poltext, 2011. ISBN 9788375611144.

JAKUBOWICZ, Karol. *Rude Awakening: Social and Media Change in Central and Eastern Europe*. New York: Hampton Press, 2007. ISBN 1572736488.

JAKUBOWICZ, Karol. Solidarity and Media Reform in Poland. In *European Journal of Communication*. 1990, roč. 5, č. 2-3, s. 333-353. ISSN 02673231.

JAKUBOWICZ, Karol. Stuck in a Groove: Why the 1960's approach to communication democratization will no longer do. In *Communication and Democracy*. Norwood: Ablex Publishing Corporation, 1993. ISBN 089317648.

JAKUBOWICZ, Karol; SÜKÖSD, Miklós. Twelve Concepts Regarding media System Evolution and Democratization in Post-Communist Societies. In *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Chicago: Intellect Book, 2008. ISBN 9781841501932.

JAROWIECKI, Jerzy. *Prasa polska w latach 1939-1945*. Varšava: PWN, 1980. ISBN 8301017278.

KAMIŃSKI, Ryszard; PRZYGODA, Wiesław et al. *Leksykon teologii pastoralnej*. Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL Jana Pawła II, 2006. ISBN 8373062939.

KARPOWICZ, Andrzej. *Prawo autorskie i prasowe dla dziennikarzy*. Varšava: PWN, 1996. ISBN 8386702303.

KOLASA, Władysław M. *Polska bibliografia prasoznawcza 1996-2001*. Krakov: PAN, 2005. ISBN 8388549219.

KOLASA, Władysław M. *Prasa współczesna w Polsce*. Krakov: Studium dziennikarskie UP, 2010. ISBN 8986011349.

KOPPER, Gerd G.; RUTKIEWICZ, Ignacy et. al. *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*. Krakov: Ośrodek badań prasoznawczych UJ, 1996. ISBN 8390211807.

KOWOL, Ilza. Kościół katolicki i media katolickie. In *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*. Krakov: Ośrodek badań prasoznawczych UJ, 1996. ISBN 8390211807.

KRZYŻANOWSKI, Julian et al. *Literatura polska: przewodnik encyklopedyczny*. Varšava: PWN, 1984. ISBN 8301053682.

KWIEK-PIETRZYKOWSKA, Joanna; WEIDEMANN, Joachim. *Prasa jako kontrola władzy: polityka informacyjna w Polsce na tle doświadczeń w Europie*. Varšava: Rzeczpospolita, 1995. ISBN 8386038055.

ŁAKOWSKI, Rafał et al. *Encyklopedia powszechna PWN: suplement 5*. Varšava: PWN, 1989. ISBN 8301086149.

LEPA, Adam. *Katalog prasy katolickiej w Polsce*. Łódź: Archidiecezjalne wydawnictwo Łódzkie, 1994. ISBN 8385022317.

ŁOJEK, Jerzy. *Historia prasy polskiej*. Varšava: PWN, 1976. ISBN 8301017287.

ŁOJEK, Jerzy. *Upadek Konstytucji 3 Maja*. Vratislav: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1976.

MACIEJEWSKI, Marian. *Kulisy dziennikarstwa czyli granice wolności kija*. Varšava: Prószyński Media, 2009. ISBN 9788376481029.

McQUAIL, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. Londын: Sage Publications, 2005. ISBN 1412903726.

MOCEK, Stanisław. *Dziennikarstwo, media i społeczeństwo*. Varšava: PAN, 2005. ISBN 8388490710.

MORAWSKI, Stefan. Bauman's Ways of Seeing the World. In *Theory, Culture and Society*. 1998, roč. 15, č. 1, s. 22-28. ISSN 02632764.

MYSŁEK, Wiesław. *Kościół katolicki w latach 1918-1939*. Varšava: Książka i Wiedza, 1966.

PACZKOWSKI, Andrzej. *Prasa codzienna Warszawy w latach 1918-1939*. Varšava: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1983. ISBN 8306007689.

PACZKOWSKI, Andrzej. *Prasa polonijna w latach 1870-1939: Zarys problematyki*. Varšava: Biblioteka narodowa, 1977. ISBN 5707043809.

PACZKOWSKI, Andrzej. *Prasa polska w latach 1918-1939*. Varšava: PWN, 1980. ISBN 8301017279.

PLESZCZYŃSKI, Jan. *Etyka dziennikarska*. Varšava: Difin, 2007. ISBN 9788372517760.

RABOY, Marc; PROULX, Serge; DAHLGREN, Peter. The Dilemma of Social Demand: Shaping Policy in New Civic Contexts. In *Gazette: The International Journal for Communication Studies*. 2003, roč. 65, č. 4-5, s. 323-329. ISSN 17480485.

SCHULER, Max. *Formalism in ethics and non-formal ethics of values*. Evanston: Northwestern University Press, 1973. ISBN 0810104156.

SCHLIEP, Katharina. Prywatyzacja prasy. In *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*. Krakov: Ośrodek badań prasoznawczych UJ, 1996. ISBN 8390211807.

SIEWIERSKA-CHMAJ, Anna. *Teoria, praktika, etyka: o kształceniu dziennikarzy w Polsce i na świecie*. Rzeszów: Wyd. Wyższej szkoły informatyki i zarządzania, 2005. ISBN 8387658731.

SKWORZ, Andrzej. Etyka kontra praktika. In *Biblia dziennikarstwa*. Varšava: Znak, 2010. ISBN 9788324013579.

SMOLEŃSKI, Paweł. Ustawa za łapówkę czyli przychodzi Rywin do Michnika. In *Gazeta Wyborcza*. 2002, roč. 13, č. 300, s. 3. ISSN 0860908X.

SONCZYK, Wiesław. Zmiany na rynku i ewolucja formuły wydawniczej prasy codziennej w Polsce 1990-2004. In *Studia Medioznawcze*. 2005, roč. 6, č. 4, s. 11-25. ISSN 16410920.

SPARKS, Colin. After Transition: The Media in Poland, Russia and China. In *Finding the Right Place on the Map: Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Chicago: Intellect Book, 2008. ISBN 9781841501932.

SÜKÖSD, Miklós. Democratic Transformation and the Mass Media: from Stalinism to Democratic Consolidation in Hungary. In *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. ISBN 0521777437.

ŠVARCOVÁ, Iva. *Základy pedagogiky*. Praha: Vydavatelství VŠCHT, 2005. ISBN 8070805730.

TISCHNER, Józef. *Etyka a historia: wykłady*. Krakov: Znak, 2008. ISBN 9788392295778.

TUROWICZ, Jerzy. *Kościół nie jest łodzią podwodną*. Krakov: Znak, 1990.

WANDYCZ, Piotr S. *Střední Evropa v dějinách od středověku do současnosti: Cena svobody*. Praha: Academia, 1998. ISBN 8020006575.

WARECKI, Wojciech. *Co wpływa na dziennikarzy i na co mają wpływ dziennikarze?* Varšava: Poltext, 2006. ISBN 8388840819.

WITKOWSKI, Wojciech. *Historia administracji w Polsce 1764-1989*. Varšava: PWN, 2011. ISBN 830114962.

WNUK-LIPIŃSKI, Edmund. Jak to się stało?. In *System Rywina*. Varšava: Presspublica, 2003. ISBN 8373912592.

WOLNY-ZMORZYŃSKI, Kazimierz et al. *Dziennikarstwo a literatura w XX i XXI wieku*. Varšava: Poltext, 2011. ISBN 9788375611847.

WOLNY-ZMORZYŃSKI, Kazimierz et al. *Mistrzowie literatury czy dziennikarstwa?* Varšava: Poltext, 2011. ISBN 9788375611885.

ŻAK, Stanisław. *Polscy pisarze nobliści*. Kielce: Oficyna wydawnicza STON2, 1998. ISBN 8386976268.

ŻAKOWSKI, Jacek. *Anatomia smaku czyli rozmowy o losach zespołu Tygodnika Powszechnego w latach 1953 – 1956*. Varšava: Wydawnictwo Wolne Pismo, 1988.

ŻAKOWSKI, Jacek. Etyka mediów. In *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*. Kraków: Ośrodek badań prasoznawczych UJ, 1996. ISBN 8390211807."

ŻAKOWSKI, Jacek. *Pół wieku pod włos, czyli życie codzienne Tygodnika Powszechnego w czasach heroicznych*. Kraków: Znak, 1999. ISBN 8370068863.

ZAWADZKI, Konrad. *Początki prasy polskiej – gazety ulotne i seryjne XVI-XVIII wieku*. Varšava: Biblioteka narodowa, 2002. ISBN 8370093582.

ZIELIŃSKI, Henryk. *Historia Polski 1914-1939*. Vratislav: Ossolineum, 1983. ISBN 8304007126.

Elektronické zdroje

Czytelnictwo. In In *Wyniki badań Polskie Badania Czytelników*. [online]. 2009 [cit. 2012-02-03]. Dostępny z WWW: < <http://www.pbczyt.pl/czytelnictwo-ccs.html>>.

DUDKIEWICZ, Lidia. Historia Niedzieli lata 1926-1953. In *Historia Niedzieli*. [online]. 2010 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < <http://www.niedziela.pl/artukul.php?id=110173305700009002>>.

EU. *Evropská úmluva o ochraně lidských práv a základních svobod ve znění Protokolů 11 a 14* [online]. 2010 [cit. 2012-02-03]. Dostępny z WWW: < http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/82E3CE7F-5D3D-46EB-8C13-4F3262F9E20B/0/CZE_CONV.pdf>.

Historia CAS. In *Centrum Adama Smithe*. [online]. 2009 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://www.smith.org.pl/pl/pages/display/25>>.

Historia jednej gazety, czyli 85 lat Rycerza Niepokalanej. In *Franciszkanie*. [online]. 2007 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < <http://www.franciszkanie.pl/news.php?id=508>>.

Historia KAI. In *Katolicka Agencja Informacyjna*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < <http://system.ekai.pl/kair/?screen=historia>>.

Historia SDP. In *Informacje o SDP*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://www.sdp.pl/Historia-SDP>>.

Informacje o SDP. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://www.sdp.pl/Informacje-o-SDP>>.

ISOHOOKANA-ASUNMAA, Tytti. Committee on Culture, Science and Education: Freedom of expression in the media in Europe. In *Council of Europe Parliamentary Assembly* [online]. 2003 [cit. 2012-02-03]. Dostępny z WWW: < <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/workingdocs/doc03/edoc9640.htm>>.

KAI na rynku mediów. In *Katolicka Agencja Informacyjna*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < <http://system.ekai.pl/kair/?screen=historia>>.

Katalog prasy. In *Prasa parafialna*. [online]. 2012 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < http://prasaparafialna.pl/katalog_prasy>.

LEWIS-ANTHONY, Sïan; VEDERNIKOVA, Dina et al. *Interight's Manual for Lawyers – Freedom of Expression under the ECHR (Article 10)* [online]. 2007 [cit. 2012-2-3]. Dostępny z WWW: < <http://bit.ly/w4uBHM>>.

Misja SDP. In *Informacje o SDP*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://www.sdp.pl/Misja-SDP>>.

MOCEK, Stanisław. Dekalog dziennikarza. In *Dogma mediów*. [online]. 2007 [cit. 2012-2-8]. Dostępny z WWW: < http://www.terezin.europa-auschwitz.pl/raport_o_spoleczenstwie/dogma_mediow/dekalog_dziennikarza>.

O nas SDRP. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://www.dziennikarzerp.pl/o-nas/>>.

O nas. In *Gość Niedzielny*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < http://gosc.pl/O_nas>.

O nas. In *Milujcie się!*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < http://www.milujcieszek.org.pl/pg/pl/o_nas/o_nas.html>.

O nas. In *Przewodnik Katolicki*. [online]. 2012 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < http://www.przk.pl/pg/pl/o_nas.html>.

O SGL. In *Informacje o SGL*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://sgl.gazetylokalne.pl/s/o-stowarzyszeniu-gazet-lokalnych>>.

Podział administracyjny kościoła w Polsce. In *Konferencja Episkopatu Polski*. [online]. 2010 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < <http://www.episkopat.pl/?a=kosciol>>.

POLSKO. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997. In *Dziennik Ustaw*. 1997, č. 78 pos. 483 [online]. 2012 [cit. 2012-02-03]. Dostępny z WWW: < <http://www.abc.com.pl/du-akt/-/akt/dz-u-1997-78-483>>.

POLSKO. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984: Prawo prasowe. In *Dziennik Ustaw*. 1984, č. 5 pos. 24. [online]. 2010 [cit. 2012-02-03]. Dostępny z WWW: < <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19840050024>>.

POLSKO. Ustawa z dnia 6 września 2001 o dostępie do informacji publicznej. In *Dziennik Ustaw*. 2001, č. 112 pos. 1198 [online]. 2012 [cit. 2012-02-03]. Dostępny z WWW: < <http://www.abc.com.pl/du-akt/-/akt/dz-u-01-112-1198>>.

Profile czytelników. In *Wyniki badań Polskie Badania Czytelników*. [online]. 2009 [cit. 2012-02-03]. Dostępny z WWW: <<http://www.pbczyt.pl/profile-czytelnikow.html>>.

SKUBIŚ, Ireneusz. Okres walki i czas przełomu lata 1981-2001. In *Historia Niedzieli*. [online]. 2010 [cit. 2012-02-20]. Dostępny z WWW: < <http://www.niedziela.pl/artukul.php?id=113326544400009002>>.

Statut KSD. In *Zarząd KSD*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://ksd.media.pl/statut-ksd>>.

Statut SDP. In *Informacje o SDP*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < <http://www.sdp.pl/Statut-SDP>>.

Statut SDRP. In *Dokumenty Stowarzyszenie dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej*. [online]. 2008 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: < http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/Statut_2008_05_30.pdf>.

Statut SGL. In *Informacje o SGL*. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: <<http://sgl.gazetylokalne.pl/s/statut-stowarzyszenia-gazet-lokalnych>>.

UNIwersytecka Komisja Akredytacyjna. *Informator 2011* [online]. 2011 [cit. 2012-01-31]. Dostępny z WWW: <<http://uka.amu.edu.pl/informator2011/index.php>>.

Władze SDP. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: <<http://www.sdp.pl/Wladze-SDP>>.

Zarząd KSD. [online]. 2011 [cit. 2012-02-17]. Dostępny z WWW: <<http://ksd.media.pl/zarzadgl>>.

Seznam tabulek

Tab. 1 Institucionalizace systémových změn	12
Tab. 2 Dílčí procesy sociálních změn v postkomunistických společnostech	13
Tab. 3 Procesy mediální změny pod vlivem klíčových oblastí společnosti v postkomunistických zemích	13
Tab. 4 Čtenost celostátních deníků	73
Tab. 5 Čtenost týdeníků	73
Tab. 6 Čtenost čtrnáctideníků	74
Tab. 7 Čtenost měsíčníků	74
Tab. 8 Čtenost dvouměsíčníků	75

Seznam grafů

Graf 1 Profil polských čtenářů podle pohlaví	76
Graf 2 Profil polských čtenářů podle věku	76
Graf 3 Profil polských čtenářů podle rodinného stavu	77
Graf 4 Profil polských čtenářů podle vzdělání	77
Graf 5 Profil polských čtenářů podle platu	78
Graf 6 Profil polských čtenářů podle bydliště	78

Seznam obrázků

Obr. 1 Typy žurnalistiky	18
---------------------------------------	----

Jmenný rejstřík

A

Adamczuk 55

B

Banaszkiewicz 70
Bieńkowski 56
Blumer 10
Boniecki 50, 71
Borkowska 40, 41, 42, 43
Bowman 17
Bratkowski 42, 44

C

Cat-Mackiewicz 29
Cenker 21
Ciborska 35, 36, 39
Civardi 56

D

Dahlgren 11
Deuze 18
Disman 20
Domański 41
Dudkiewicz 69, 70

E

Erdal 17

F

Fedyszak-Radziejowska 69
Filas 32

G

Gałązka 69
Garnarczyk 69
Goban-Klas 15, 16, 36
Gomułka 30
Gorski 36

Gowin 71
Grajewski 69
Grzelewski 37, 38, 63
Gurevitch 10

H

Hallin 14, 16, 61
Hendl 20
Hlond 69

Ch

Christians 18

I

Ignatowicz-Pokorna 26
Isohookana-Asunmaa 44

J

Jakubowicz 8, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 61
Jarowiecki 28, 29
Jurek 69

K

Kamiński 56, 57, 59
Karcz 42
Karpowicz 45, 46, 47, 51, 52, 53, 54, 67
Kassa 66
Kolasa 32, 65
Kolbe 71
Kopper 30, 31
Kowol 55, 56, 57, 58, 59
Księski 66
Kubina 69
Kuliński 41
Kwiek-Pietrzykowska 29, 30

L

Łąkowski 41
Lepa 56
Lewis-Anthony 48

Lobl	36
Locke	44
Łojek	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
Łuskin	22

M

Macek	39
Maciejewski	34, 35
Mancini	14, 16, 61
Marchewka	70
Mazowiecki	30
McQuail	10, 17
Mickiewicz	37
Michnik	50, 65
Miłosz	71
Mocek	34, 35, 36
Mondra	69
Montesquieu	44
Mychnik	44
Mysiek	56

N

Napieralski	26
-------------------	----

P

Paczkowski	26, 27, 28
Pleszczyński	49
Podkowiński	41
Priamy	21
Proulx	11
Przygoda	56, 57, 59

R

Raboy	11
Rekuć	21
Reymont	40, 66
Rywin	44
Rzeszewski	70

S

Sapieha	29, 71
Scheler	49
Schliep	31
Schmidt	35
Siewierska-Chmaj	36
Skowroński	42
Skubiś	70
Skworz	50, 51, 53, 67
Smith	42
Smoleński	44
Sonczyk	32
Sparks	16
Stablewski	70
Sükösd	10, 11, 12
Świtkowski	23

Š

Švarcová	20
----------------	----

T

Tischner	49
Turowicz	57

W

Wandycz	24
Warecki	34
Wencel	69
Wiedemann	31
Willis	17
Witkowski	22, 24, 25, 30
Włodek	23
Wnuk-Lipiński	45
Wolny-Zmorzyński	34, 36, 39
Wyszyński	72

Z

Żak	66
Żakowski	51, 52, 53, 54, 58, 67, 68, 71
Zawadzki	21, 22, 23
Zdaniewicz	55