

Spis treści

9 Od redakcji

POLSKI PATRIOTYZM – NARRACJE DAWNE I WSPÓŁCZESNE

- 17 JERZY BARTMIŃSKI
Oblicza ojczyzny i patriotyzmu
- 37 JERZY JASTRZĘBSKI
Patriotyzm – nacjonalizm – szowinizm – faszyzm – katofaszyzm
w dyskursach akademickich i medialnych
- 55 KAZIMIERZ WOLNY-ZMORZYŃSKI
Patriotyzm czasów prymitywizmu. Media a wychowanie młodzieży
- 69 ANDRZEJ KOZERA, ROBERT KŁACZYŃSKI
Powstanie Styczniowe w prasie polskiej oraz sztuce
zaboru austriackiego
- 83 MICHAŁ DROŹDŹ
Ojczyzna jako duchowe dziedzictwo w myśli Jana Pawła II
- 99 WOJCIECH MISZTAŁ, MACIEJ RADEJ
Co robić z wolnością wypowiedzianą się i coraz potężniejszymi
mediami? Wskazania Jana Pawła II z czasu polskiego przełomu
ustrojowego i medialnego
- 115 IWONA HOFMAN
Patriotyzm w publicystyce „Kultury” i postawie Jerzego Giedroycia
- 137 INGA KAWKA, WOJCIECH PRAŻUCH
Patriotyzm na uchodźstwie: szkolnictwo polskie w Belgii
w warunkach zimnowojennej konfrontacji politycznej
- 155 ДИМИТАР ПАНДЕВ
Полска во современата македонска поезија

JAK BIEGNĄ DROGI OJCZYZNY?

- 167 JERZY BARTMIŃSKI
Wprowadzenie
- 169 AMIR KAPETANOVIĆ
Koncept chorwackiej ojczyzny – między patriotyzmem lokalnym a narodowym
- 179 MACIEJ KAWKA
Koncept ojczyzny w języku macedońskim – w kręgu historycznych narracji
- 195 JAMES WILLIAM UNDERHILL
How do we sing about homes and homelands?
- 211 ALINE VIVIAND
Ojczyzna we francuskim języku prasowym

WARTOŚCI POLSKIE I UNIWERSALNE – PATRIOTYZM, OJCZYZNA, NARÓD

- 231 MAREK KOCHAN
Obraz Polaków w publikacjach portali internetowych
- 251 WIESŁAW GODZIC
Piękne twarze i ponure gęby (patriotyzmu)
- 271 JACEK WASILEWSKI
Ramowanie patriotyzmu. Jak narracje o dumie narodowej tworzą nam patriotyczne wartości
- 295 RYSZARD FILAS
Wzory patriotyzmu w publicystyce i świadomości społecznej Polaków w czasach PRL. Z badań OBP w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku
- 315 EDYTA ŻYREK-HORODYSKA
Reportażowe retrotopie. O współczesnej mitologizacji polskości epoki PRL-u
- 333 WOJCIECH KAJTOCH
Uwagi o współczesnej polskiej piosence patriotycznej
- 357 KRYSZYNA DATA
Internet jako jedno ze źródeł wiedzy o współczesnym patriotyzmie

- 369 PAWEŁ PŁANETA
Mediatyzacja (post)pamięci i tożsamości w epoce ponowoczesnej
- 393 ANNA PACHOWICZ
Wizerunek państwa polskiego w publikacjach prasowych zamieszczonych w dzienniku „Le Figaro” we wrześniu 1939 roku
- 419 MAŁGORZATA PACHOWICZ
Patriotyzm w języku tekstów prasowych (na podstawie tarnowskiego dodatku „Gościa Niedzielnego” z 2019 roku)
- 439 RAFAŁ LEŚNICZAK
Patriotyzm czy nacjonalizm? Wizerunek marszów niepodległości w wybranych opiniotwórczych portalach katolickich (2010–2019)
- 471 СНЕЖАНА ВЕНОВСКА-АНТЕВСКА
Улогата на спортските настани во манифестирањето на патриотизмот во Македонија (реакција на медиумите – социјалните мрежи, телевизјата и другите средства за информирање)
- 481 ROBERT ZIMNIAK
Patriotyzm (?) pseudokibiców
- 497 KATARZYNA DRĄG
Szkolnictwo dziennikarskie u korzeni niepodległości w działaniach Wincentego Kosiakiewicza – inspiracje historyczne na dziś
- 513 Biogramy autorów

Od redakcji

Niniejszy zbiór prac powstał z inicjatywy Komisji Medioznawczej Polskiej Akademii Umiejętności jako wynik zainteresowań jej członków i sympatyków, uczestniczących w comiesięcznych spotkaniach, dyskusjach, seminariach i konferencjach od chwili założenia Komisji w lutym 2017 r. do końca roku 2020.

Tom zatytułowany *Medialne i transmedialne procesy narracyjne w identyfikacji postaw patriotycznych Polaków* zawiera prace wybitnych autorów – medioznawców, literaturoznawców, teologów, historyków, filozofów, kulturoznawców i językoznawców. Autorzy poświęcili swoją uwagę mediom, instytucjom publicznym i kreowanym przez nie narracjom medialnym i transmedialnym – jako najważniejszej płaszczyźnie komunikacji społecznej – oraz ich roli w procesach identyfikowania postaw patriotycznych Polaków.

Kreowanie dyskursów, narracji medialnych i transmedialnych ma swój początek w czasach kryzysu mediów tradycyjnych i rozkwitu mediów społecznościowych, z których coraz więcej osób czerpie informacje o historii i polityce. Zarówno w mediach tradycyjnych, jak i cyfrowych (społecznościowych) nie ma w zasadzie specjalnych redakcji sprawdzających prawdziwość informacji. Zupełny nonsens i bzdura – odpowiednio często udostępniane na popularnych profilach internetowych – mogą zyskać status źródła informacji kształtujących zachowania polityczne i społeczne o walorach patriotycznych.

Pluralizm mediów wytworzył sytuację, w której wielość opcji nie służy odbiorcom do weryfikowania informacji w wielu źródłach, konfrontowania ze sobą różnych punktów widzenia, ale pozwala zamykać się w bańkach, w których otrzymujemy tylko wiadomości potwierdzające to, co już wiemy, nie dopuszczając odmiennych opinii i interpretacji. Zjawisko to potęguje stosowanie półprawd i postprawd jako „prawd”, dla których jedynym dowodem jest intuicyjne, instynktowne przekonanie głoszącej je osoby, że to, o czym mówi, poglądy, które głosi, noszą cechy twierdzeń i prawd weryfikowalnych i rzeczywistych. Nawet jeśli przeczą temu wszelkie dowody, fakty oraz ustalenia ekspertów. „Polityka postprawdy” to era instynktownie przekonanych o własnej prawdzie populistów, telewizyjnych gwiazd „mówiących jak jest”, mitów i uprzedzeń nadających ton publicznej debacie. Jej zasadą jest hasło „Wiemy, jak jest”! „Wszyscy jesteście patriotami”.

Szczególnie widoczne jest to w wypadku prawd i narracji rozpowszechnianych w celu szukania odpowiedzi na pytanie, czy dzisiaj w ogóle istnieje potrzeba kreowania narracji o patriotyzmie Polaków jako postawie niekwestionowanej? Formułowanie tego rodzaju pytań i wątpliwości prowokuje tezę, że media i zamieszczane w nich różnego rodzaju publikacje nie podają pod tym względem całej prawdy czy też po prostu prawdę pomijają w imię konieczności aranżowania za wszelką cenę patriotycznych ciągów narracyjnych i dyskursów.

Pojęcie patriotyzmu staje się bardzo często postprawdą narracyjną, utworzoną wyłącznie na potrzeby niej samej lub celowo wykreowanego odbiorcy, a nie gwoli identyfikacji rzeczywistych postaw patriotycznych osoby, grupy osób czy wspólnot ideowych.

Narracje medialne i transmedialne o patriotyzmie mocno konkurują z medialną prawdą w następujących obszarach tematycznych:

- pojęcie prawdy w informacjach przekazywanych przez media publiczne – prawda medialna, społeczna, prawda naukowa a postawy patriotyczne;
- prawda a funkcjonowanie sektorów społecznych, w których zablokowany jest dostęp do informacji (np. zachowanie tajemnicy państwowej) – patriotyzm tajny;
- prawda a nieuzasadnione stosowanie cenzury w celu wywołania pożądanych zachowań wobec ojczyzny i jej obrony;
- przekazywanie informacji a dążenie do prawdy (naukowej) – opóźnianie emisji, zawężanie treści, konieczność potwierdzania informacji, ujawnianie części prawdy, aby uniknąć paniki lub chaosu społecznego w procesach budzenia postaw patriotycznych;
- prawda medialna i prawda społeczna a adekwatny obraz patriotyzmu w mediach;
- prawda medialna o patriotyzmie budowana jako schematycznie uproszczony obraz świata, przystosowany do odbiorcy i jego możliwości percepcji (chłonności) różnych typów narracji i transnarracji;
- prawda a zabiegi selekcjonowania i przemilczania informacji służących ochronie interesów władzy, trzymanie w tajemnicy informacji lub danych niewygodnych dla osób sprawujących władzę, utajnianie informacji ze względu na zagrożenie terrorystyczne w celu wzmacniania postaw patriotycznych;
- pielęgnowanie narodowych stereotypów i zbiorowych mitów patriotycznych, których utraty boi się całe społeczeństwo, a co staje się zamierzeniem samym w sobie, nie zaś koniecznością uzasadniającą narracje patriotyczne jako rzetelny i uczciwy przekaz treści narodowych i społecznie ważnych. W tym sensie właściwie skonstruowany język narracji i dyskursów służy starannemu przytaczaniu pełnych wypowiedzi, ciągów argumentacji

i kontrargumentacji, stosowaniu wiarygodnych środków medialnych, powstrzymywaniu się od komentarzy naruszających zasadę neutralności patriotycznego, obywatelskiego i wszelkiego innego przekazu.

Tom został tematycznie podzielony na trzy części: I. *Polski patriotyzm – narracje dawne i współczesne*, II. *Jak biegną drogi ojczyzny?* III. *Wartości polskie i uniwersalne – patriotyzm, ojczyzna, naród*.

Część pierwsza, w której autorzy skupili się na problematyce polskiego patriotyzmu, została zainicjowana tekstem Jerzego Bartmińskiego, który opisując rozumienie ojczyzny i patriotyzmu, nie tylko podzielił się „refleksją nad znaczeniem tych sztandarowych słów”, ale szukał „klucza do wyjaśnienia rozbieżnych interpretacji”. W podobnym tonie utrzymany jest tekst Jerzego Jastrzębskiego, mówiący o takich pojęciach, jak: patriotyzm, nacjonalizm, szowinizm, faszyzm, katofaszyzm w dyskursach akademickich i medialnych. Kazimierz Wolny-Zmorzynski zajął się patriotyzmem w czasach prymitywizmu z punktu widzenia mediów i wychowania młodzieży. Andrzej Kozera i Robert Kłaczyński przedstawili Powstanie Styczniowe w prasie polskiej oraz sztuce zaboru austriackiego, z kolei Michał Drożdż podjął tematykę niepodległości i patriotyzmu w dziełach św. Jana Pawła II, Wojciech Miszta i Maciej Radej zastanawiali się, co robić z wolnością wypowiedzianą się i coraz potężniejszymi mediami w kontekście wskazań Jana Pawła II z czasu polskiego przełomu ustrojowego i medialnego, Iwona Hofman napisała o patriotyzmie w publicystyce „Kultury” i postawie Jerzego Giedroycia, Inga Kawka i Wojciech Prażuch omówili patriotyzm na uchodźstwie na przykładzie szkolnictwa polskiego w Belgii w warunkach zimnowojennej konfrontacji politycznej, Dimitar Pandev tekstem o Polsce we współczesnej poezji macedońskiej zamknął ten blok tematyczny.

Cześć drugą otwiera wprowadzenie Jerzego Bartmińskiego pt. *Jak biegną drogi ojczyzny?*, w którym autor postawił dwa pytania:

1. Czy dynamika poszerzania poczucia wspólnoty (więc rozumienia ojczyzny i patriotyzmu) może skutecznie przekroczyć granice narodowe, może objąć więzi ponad- czy transnarodowe, nie tylko natury pragmatycznej (gospodarka, handel, komunikacja, technologia, regulacje prawne, biznesowe i tak dalej), ale też ideowe, duchowe i emocjonalne, które byłyby fundamentem rodzącego się patriotyzmu paneuropejskiego i postulowanej (między innymi przez Jana Pawła II) ojczyzny europejskiej?
2. Czy pojęcie ojczyzny, które jest narzędziem definiowania naszej tożsamości, ma ograniczać się do historii narodowej, do tego, co było w przeszłości, czy nie powinno też obejmować aspiracji i zgłaszanych programów, odwoływać się do przyszłości? Jak pisze Jerzy Bartmiński: „Zaprosiłem do udziału w dyskusji panelowej osoby reprezentujące różne opcje i kompetencje językowe. Dwoje znawców problematyki bałkańskiej – profesora

Amira Kapetanovicia z Instytutu Języka Chorwackiego w Zagrzebiu, który przygotowywał we wrześniu 2020 roku w Zadarze międzynarodową konferencję etnolingwistyczną pod nazwą »Homeland and Patriotism in Europe«, i profesora Macieja Kawkę, kierownika Ośrodka Badań Prasoznawczych i przewodniczącego Komisji Medioznawczej PAU, oraz dwoje badaczy zachodnich – profesora Jamesa Underhilla z Uniwersytetu w Rouen (Francja), który był w roku 2015 organizatorem konferencji o ojczyźnie, oraz dr Aline Viviand, absolwentkę Sorbony, od niedawna pracownika na romanistyce we Wrocławiu”.

Amir Kapetanović przedłożył koncept chorwackiej ojczyzny między patriotyzmem lokalnym a narodowym, zaś Maciej Kawka omówił ideę ojczyzny w języku macedońskim w kręgu historycznych narracji, James William Underhill wykazywał, jak wiele możemy się dowiedzieć o kulturze, porównując różne formy wyrażenia pojęć „dom” i „ojczyzna”, które zyskują popularność w piosence pop, następnie Aline Viviand przedstawiła koncept ojczyzny we francuskim języku prasowym.

W trzeciej części tomu, dotyczącej wartości polskich i uniwersalnych – patriotyzmu, ojczyzny i narodu – autorzy zajęli się obrazem Polaków w Internecie, narracjami, które tworzą wartości, oraz wzorami patriotyzmu w publicystyce i w szkolnictwie dziennikarskim. Marek Kochan ukazał obraz Polaków w publikacjach portali internetowych, Wiesław Godzic kontynuował tę problematykę w tekście pt. *Piękne twarze i ponure gęby (patriotyzmu)*, Jacek Wasilewski zajął się ramowaniem patriotyzmu w narracjach o dumie narodowej, Ryszard Filas opisał *Wzory patriotyzmu w publicystyce i świadomości społecznej Polaków w czasach PRL...*, kolejno Edyta Żyrek-Horodyska opowiedziała o współczesnej mitologizacji polskości epoki PRL-u, a Wojciech Kajtoch zbadał, jak są wykonywane w ostatnim dziesięcioleciu, często przez młodych muzyków, utwory, których treść mieści się w patriotycznych ramach, a więc aspirują do miana piosenki patriotycznej, Krystyna Data w przeglądowym tekście potraktowała *Internet jako jedno ze źródeł wiedzy o współczesnym patriotyzmie*. W dalszym ciągu Paweł Płaneta przedstawił problematykę mediatyzacji (post)pamięci i tożsamości w epoce ponowoczesnej, Anna Pachowicz opisała wizerunek państwa polskiego w publikacjach prasowych zamieszczonych w dzienniku „Le Figaro” we wrześniu 1939 roku, natomiast Małgorzata Pachowicz zajęła się patriotyzmem w języku tekstów prasowych (w tarnowskim dodatku „Gościa Niedzielnego” z 2019 roku), Rafał Leśniczak rozważał różnicę między patriotyzmem a nacjonalizmem na przykładzie wizerunku marszów niepodległości w wybranych opiniotwórczych portalach katolickich (2010–2019), Snežana Venovska-Antevska skupiła się na roli wydarzeń sportowych w manifestowaniu uczuć patriotycznych macedońskich kibiców; wspomnianą problematykę

kontynuował Robert Zimniak w tekście o patriotyzmie pseudokibiców. Tę część zamyka historyczny tekst Katarzyny Drąg o działaniach Wincentego Kosiakiewicza, który u korzeni niepodległości kładł podwaliny szkolnictwa dziennikarskiego.

Tom kończą biogramy poszczególnych autorów.

Wszystkie zamieszczone w niniejszym tomie artykuły są próbą odpowiedzi na pytania o sposoby identyfikacji postaw patriotycznych Polaków w dawniejszych i współczesnych narracjach oraz dyskursach medialnych i transmedialnych. Redaktorzy tomu mają nadzieję, że jest to próba udana.