

Rafał Leśniczak

„Media katolickie w polskim systemie medialnym”, Damian Guzek, Toruń 2016 : [recenzja]

Łódzkie Studia Teologiczne 26/1, 180-184

2017

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Damian Guzek, *Media katolickie w polskim systemie medialnym*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek 2016, ss. 7–367.

Publikacja naukowa Damiana Guzka *Media katolickie w polskim systemie medialnym* jest udaną próbą spojrzenia na polskie media katolickie z perspektywy systemowej i przestrzenno-strukturalnej. Autor monografii systematyzuje wiedzę na temat ww. zagadnień, wskazując dwie ważne, obecne w literaturze naukowej, perspektywy badawcze: perspektywę nauk społecznych oraz perspektywę nauk teologicznych.

Autor książki jest adiunktem w Zakładzie Dziennikarstwa Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach oraz Visiting Research Fellow w School of Humanities Keele University w Anglii. Jest współautorem monografii *Medialna abdykacja* oraz autorem lub współautorem ponad 20 publikacji naukowych z zakresu mediów, religii i polityki. W latach 2015–2018 realizuje grant „Media wobec idei świeckiego państwa”, finansowany przez Narodowe Centrum Nauki w ramach programu *Preludium*.

Monografia naukowa *Media katolickie w polskim systemie medialnym* składa się z czterech rozdziałów, w których autor przybliży czytelnikowi m.in. następujące zagadnienia: system medialny oraz media katolickie w Polsce w perspektywie teoretycznej, system medialny w perspektywie procesów koncentracyjnych, rozwój i kształt struktury mediów katolickich w Polsce po 1989 r., miejsce struktury mediów katolickich w polskim systemie medialnym w perspektywie analitycznej, prezentacja układu przestrzenno-strukturalnego poszczególnych segmentów mediów katolickich oraz miejsca tych mediów na poziomie lokalnym, regionalnym i ogólnokrajowym systemu, porównanie struktury koncentrycznych mediów katolickich z modelem koncentracji władzy komunikacji w Polsce.

Rozdział I książki, zatytułowany *Teoretyczne podstawy badań nad mediami katolickimi w ramach systemu medialnego* (ss. 11–44), porządkuje definicję systemu medialnego, definicję mediów katolickich, ponadto prezentuje założenia katolickiej doktryny medialnej oraz strukturę mediów na tle pojęć „system medialny” oraz „media katolickie”. Doktor Damian Guzek ukazuje różnorodność rozumienia tego, czym jest model systemowy. Przywołuje tu m.in. następujące autorytety naukowe: Talcotta Parsonsa, Gabriela Almonda, Roberta Dahla, Bogusławę Dobek-Ostrowską. Szczególnie cenne jest wskazanie prac badawczych polskiego politologa Zbigniewa Oniszczyka, który, korzystając z ujęcia systemowego, porządkuje system medialny w czterech kategoriach: politologicznej, medioznawczej, rynkowej, strukturalnej. Autor monografii zwraca uwagę czytelnika na swoistą dwoistość rozumienia pojęcia „system medialny”, który w ujęciu Oniszczyka w sensie wąskim obejmuje wszystkie media masowe, działające w danym państwie w sposób, który wyznaczają im normy prawa, zasady organizacyjne i normy etyki. W sensie szerokim zaś system medialny oznacza system komunikowania masowego, który działa, opierając się na mediach masowych i instytucjach medialnych (s. 14). Doktor Guzek prezentuje także cenne ujęcie badawcze prof. Dobek-Ostrowskiej, która „w szerokim zbiorze komunikowania masowego lokuje mniejszy system komunikowania masowego, a w nim jeszcze mniejszy system medialny” (s. 15). W dalszej części rozdziału autor z powodzeniem wyjaśnia różnice metodologii badawczej nauk społecznych i nauk teologicznych, w szczególności różnice języka teologii katolickiej i języka nauk społecznych w podejmowaniu prób zdefiniowania istoty mediów katolickich (s. 21). Przy tej okazji zostaje wyeksponowana trudność dotycząca znalezienia jednolitej definicji mediów katolickich i przedłożona przez autora propozycja definicji mediów katolickich. W ujęciu Guzka media katolickie należy rozumieć jako „masowe oraz odmasowione środki przekazu (prasa, radio, telewizja, media w środowisku sieciowym), które kierują się zasadą eklezjalności, tj. funkcjonują za zgodą lub przy poparciu kompetentnej władzy kościelnej, są rozpowszechnione w celu wszechstronnego oglądu rzeczywistości, w tym informacji z życia Kościołów lokalnych oraz Kościoła powszechnego, ponadto reprezentują dziennikarstwo oparte na zasadach katolickich w obszarze komunikacji” (s. 24). Zastosowany termin „odmasowione środki przekazu” odnosi się m.in. do tezy Alvina Tofflera, która zostaje omówiona szerzej w publikacji *Trzecia fala*. W dalszej części rozdziału I autor w sposób syntetyczny, a jednocześnie nie pomijając najważniejszych zagadnień, prezentuje założenia katolickiej doktryny medialnej. Zdaniem Guzka, *communio* stanowi kluczową zasadę organizacyjną mediów

w porządku katolickim (s. 28). Katolicka doktryna mediów jest ukształtowana przez nauczanie papieży, dokumenty Soboru Watykańskiego II, dokumenty dykasterii watykańskich (m.in. *Communio et progressio, Aetatis novae*), a w porządku normatywnym przez Kodeks Prawa Kanonicznego, promulgowany w 1983 r. (kan. 747 §1, 822 §1 KPK) oraz przez Kodeks Kanonów Kościołów Wschodnich (kan. 651 §1 KKKW).

Omawiając temat struktury mediów, autor monografii zauważa, że system medialny kształtowany jest w sporej części przez swoją strukturę. Zdaniem Damiana Guzka, „system można rozpatrywać przez pryzmat jego organizacji wewnętrznej, wspólnego funkcjonowania oraz współdziałania jego elementów. W ramach struktury systemu należy wyraźnie odróżnić strukturę mediów od tzw. warunków strukturalnych, takich jak: odpowiednie prawo medialne czy właściwie prowadzona polityka państwa” (s. 43). System medialny – zauważa Guzek – powinien cechować się medialną różnorodnością, składać się z wielu różnych rodzajów mediów na każdym poziomie (poziom lokalny, regionalny, ogólnokrajowy) oraz odzwierciedlać tożsamość swoich odbiorców poprzez dostarczenie im określonych treści. Chodzi zatem o takie funkcjonowanie mediów, które zagwarantuje pluralizm opinii (ss. 43–44). Interesujące i potrzebne na etapie refleksji teoretycznej są przywołane przez autora książki warunki wolności mediów w ujęciu McQuaila (brak cenzury koncesjonowania lub innej formy rządowej kontroli; równe prawo do kanałów wypowiedzi i publikacji; niezależność od nadmiernej ingerencji i kontroli właścicieli, od interesów zewnętrznych, politycznych, ekonomicznych; konkurencyjność ograniczająca koncentrację mediów; wolność mediów w pozyskiwaniu informacji) (s. 44). W perspektywie strukturalnej Kościół promuje koncentryczny model funkcjonowania mediów, z kolei media katolickie tworzą odrębną strukturę, której poziom więzi sieciowych zdaje się większy niż wszelkie połączenia w ramach ogólnej struktury mediów (s. 44).

Rozdział II monografii, zatytułowany *Zarys polskiego systemu medialnego* (ss. 45–111), podejmuje następujące zagadnienia: uwarunkowania prawno-polityczne, funkcjonowanie mediów periodycznych, rozwój skoncentrowanej struktury systemu medialnego w Polsce, koncentrację prasy periodycznej, media audiowizualne jako element stabilizujący koncentrację, udział nowych mediów w koncentracji systemu medialnego, modelowe ujęcie korporacyjnej koncentracji systemu medialnego. Damian Guzek zauważa dwie teoretyczne drogi związane z analizą mediów katolickich: pierwsza, polegająca na badaniu zawartości konkretnych środków przekazu oraz pełnionych przez nie funkcji w społeczeństwie, druga zaś, koncentruje się na analizie mediów katolickich w szerokim kontekście rzeczywistości medialnej, w której media katolickie stanowiłyby swoisty podsystem. Autor książki proponuje czytelnikowi drugi typ analizy, osadzając polskie media katolickie w obowiązujących uregulowaniach prawnych oraz ukazując związek polityki z mediami. W celu lepszego zobrazowania ścisłego związku mediów z polityką, dr Guzek przybliży okres transformacji systemu medialnego po 1989 r. (likwidacja RSW, wejście na polski rynek prasy zagranicznych inwestorów, zwł. niemieckich np. Passauer Neuer Presse, nowe akty normatywne, uwzględniające m.in. szczególną rolę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, niedojrzałość elit politycznych w kształtowaniu modelu obsady stanowisk w mediach publicznych, zależność środowiska dziennikarskiego i aktorów politycznych).

Damian Guzek, szukając przyczyn skoncentrowanej struktury systemu medialnego w Polsce, przedstawia trafną diagnozę, według której powojenna polityka władz PRL oraz kolejne posunięcia kierownictwa PZPR w obszarze zmian w strukturze mediów, doprowadziły do ww. centralizacji (s. 58). Nie sposób bowiem oddzielić historii mediów od historii politycznej, zauważa autor monografii. Konsekwencją promowania mediów centralnych stała się marginalizacja mediów regionalnych, które nie były w stanie zrównoważyć dominującego wpływu ośrodka stołecznego. Punktem zwrotnym w tak propagowanym po 1945 r. kształcie systemu medialnego w Polsce stała się ustawa z 22 marca 1990 r. o likwidacji RSW Prasa-Książka-Ruch oraz nabierająca na znaczeniu logika rynku, według której, media nierentowne zostały zlikwidowane.

W rozdziale II czytelnik odnajdzie cenne zestawienie aktualnego nakładu i dystrybucji ogólnokrajowych i ponadregionalnych dzienników, ich poziom czytelnictwa oraz rzetelny komentarz naukowy dr. Guzka, dotyczący koncentracji prasy periodycznej. Autor zwraca uwagę na istotny fakt, który nie powinien być pominięty w podjętej refleksji naukowej, że polska prasa charakteryzuje się wysokim stopniem koncentracji dzienników i czasopism, pozostających w dyspozycji koncernów niemieckich:

Agora SA, Bauer Media Polska sp. z o.o., Polskapersse sp. z o.o., Ringier Axel Springer sp. z o.o. Autor zauważa, że wśród dziesięciu najchętniej kupowanych tygodników opinii zaledwie jeden należał do wielkiego koncernu („Newsweek Polska”, Ringier Axel Springer). Regionalną prasę cechuje niski poziom czytelnictwa, co skutkuje słabym wpływem na czytelnika. Godny uwagi jest relatywnie słaby udział zagranicznych wydawców w prasie kształtującej i podtrzymującej opinie. Autor zwraca również uwagę na pionowy model zarządzania prasą periodyczną, który sprzyja deficytowi w mechanizmach kształtowania opinii publicznej.

Doktor Guzek dostrzega pewną zbieżność polskiego i brytyjskiego systemu medialnego. „Podczas gdy prasa periodyczna w całości znajduje się w rękach prywatnych, sektor mediów audiowizualnych oparty jest na modelu dualnym. Cechą charakterystyczną Polski jest jednak swoisty podział nadawców prywatnych na podmioty komercyjne oraz społeczne” – pisze autor książki (s. 87). Ponadto trafnie eksponuje znaczenie uchwalonej 29 grudnia 1992 r. ustawy o radiofonii i telewizji dla polskiego systemu medialnego. Nastąpiło to w chwili przejścia mediów elektronicznych z modelu państwowego na model publiczny.

Czytelnik w rozdziale II znajdzie również informacje na temat struktury publicznej radiofonii i telewizji (ss. 88–91). Autor monografii dostrzega na tym obszarze badawczym prawidłowość polegającą na tym, że „im większy wybór stacji radiowych w regionie medialnym, tym słabszy udział w słuchalności rozgłośni regionalnych Polskiego Radia” (s. 90). Ewenementem w skali Europy jest istnienie już od ponad 20 lat trzech komercyjnych stacji o charakterze ogólnokrajowym (Radio RMF FM, Radio ZET, Radio Maryja). W pozostałych krajach europejskich stacje prywatne konkurują ze sobą jedynie na szczeblu lokalnym lub regionalnym. Wiele uwagi poświęca autor rozwojowi telewizji komercyjnej w Polsce po 1989 r., ze zwróceniem szczególnej uwagi na rozwój Polsatu i TVN. Innym zagadnieniem o wysokim stopniu aktualności jest rekonfiguracja przestrzeni medialnej, którą cechuje interaktywność, fragmentaryzacja, cyfryzacja, konwergencja, tabletyzacja. Guzek nie tylko poznaje czytelnika ze znaczeniem nowych pojęć, ale również z powodzeniem odnosi je do struktury polskiego systemu medialnego (ss. 98–105).

Rozdział III książki zatytułowany jest *Rozwój i ukształtowanie struktury mediów katolickich w Polsce* (ss. 112–162). Autor w interesujący i przystępny sposób nakreśla mediamorfozę prasy katolickiej w Polsce po zniesieniu realnego socjalizmu. Miały na nią wpływ trzy zasadnicze problemy, z którymi musiał zmierzyć się Kościół: zmiany w tytułach katolickich, zmiany administracyjne w strukturze Kościoła katolickiego, działania instytucji kościelnych w zakresie adaptacji do sfery medialnej. Doktor Guzek zwraca uwagę czytelnika na radykalną przebudowę systemu prawnego oraz nowe standardy w relacjach państwo-Kościół, będące konsekwencją dwóch ustaw uchwalonych 17 maja 1989 r., tj. ustawy o stosunku państwa do Kościoła katolickiego w Rzeczypospolitej Polskiej i ustawy o gwarancjach wolności sumienia i wyznania. Zapisy ww. ustaw gwarantowały Kościołowi m.in. prawo do emisji niedzielnej i świątecznej mszy św. oraz programów religijnych, prawo do zakładania własnych stacji radiowych i telewizyjnych oraz uzyskiwanie na ten cel niezbędnych częstotliwości. Doniosłym etapem w kształtowaniu struktury mediów katolickich w Polsce był art. 20 ust. 2 Konkordatu między RP i Stolicą Apostolską, ratyfikowanego w 1998 r. Autor monografii przywołuje jego treść: „Kościół katolicki ma prawo do posiadania i używania własnych środków społecznego przekazu, a także do emitowania programów w publicznej radiofonii i telewizji, na zasadach określonych w prawie polskim” (s. 115).

Wiele uwagi autor monografii poświęca, należącej do Zgromadzenia Najświętszego Odkupiciela, rozgłośni Radia Maryja, która rozpoczęła emisję 8 grudnia 1991 r. jako stacja lokalna o profilu społeczno-katolickim, a już w czerwcu 1994 r. w wyniku procesu koncesyjnego uzyskała status nadawcy ogólnopolskiego o profilu społeczno-religijnym. Była ona w 1995 r. jedną z czterech ogólnokrajowych rozgłośni prywatnych. Ponadto Guzek szczegółowo omawia przedsięwzięcia Konferencji Episkopatu Polski w obszarze radiofonii, zwł. struktury Radia VOX oraz Radia Plus, które odnoszą się do lat 90. XX w.

W książce nie brakuje również opisu przedsięwzięć Kościoła w Polsce zmierzających do powstania ogólnopolskiej telewizji katolickiej, w tym historii TV Niepokalanów, jak również konsekwencji dominującej roli „mediów toruńskich”, w tym ukazującego się od 1998 r. „Naszego Dziennika”, dla wizerunku polskich mediów katolickich. Na tym obszarze analizy autor zwraca uwagę na wzajemne prze-

nikanie się religii i polityki w katolickich środkach przekazu, do których zalicza Radio Maryja, „Nasz Dziennik” i Telewizję Trwam (ss. 123–124). Autor monografii wiele miejsca poświęca profilom tygodników katolickich „Gość Niedzielny” i „Niedziela”.

Rozdział III oferuje również czytelnikowi analizę struktury polskich mediów katolickich, wraz z danymi liczbowymi z 2013 r. Należy dodać, że aktualne zestawienia liczbowe porównane zostają z danymi z 1994 r. w odniesieniu do stanu czasopism diecezjalnych, ogólnopolskich, radiofonii katolickiej diecezjalnej, zakonnej i parafialnej. W ten sposób czytelnik może uzyskać szeroką panoramę spojrzenia na dokonujące się zmiany w polskim systemie medialnym. W monografii nie zabrakło również spojrzenia na obecność mediów katolickich w środowisku cyfrowym.

Rozdział IV monografii, zatytułowany *Media katolickie w ramach polskiego systemu medialnego* (ss. 163–225), podejmuje m.in. następujące zagadnienia: relację kompozycji układu poszczególnych segmentów mediów katolickich oraz konkretnego poziomu tych mediów do reszty mediów periodycznych; katolicką radiofonię i telewizję w układzie strukturalno-przestrzennym; media katolickie w ramach komunikacji lokalnej; media katolickie w regionalnej komunikacji medialnej oraz w komunikacji medialnej na poziomie ogólnokrajowym.

Guzek zauważa, że wydawcy prasy katolickiej funkcjonują zasadniczo jako kościelne osoby prawne (74,2% przebadanych przez autora tytułów), rzadziej natomiast jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (16,1% badanego materiału), stowarzyszenia (6,5%) lub fundacje (3,2%). Pierwsze z ww. rozwiązań umożliwia wydawnictwom katolickim traktowanie tytułów prasowych jako części wybranej instytucji Kościoła, w pozostałych przypadkach należy mówić o odrębnym, tj. autonomicznym podmiocie prawa, który będzie charakteryzował się określonymi prawami i obowiązkami (s. 163). Autor monografii szczegółowo przyporządkowuje wydawców badanych przez siebie tytułów prasy katolickiej do formy prawnej podmiotów redagujących prasę. Czytelnik monografii otrzymuje również zbiorcze informacje na temat nakładu badanych tytułów prasy katolickiej w latach 1994–2013. Całościowy zsumowany nakład badanych przez dra Guzka tytułów rozprowadzanych płatnie w stałej cenie wynosił, wg danych z 2013 r., 471 350 egz., a średnia sprzedaż 363 850 egz., a deklarowane zwroty 99 640 egz. Z danych tych wypływa interesujący wniosek: ponad 77% wydawanego nakładu było sprzedawane, przy czym prasa dużych wydawców sprzedawała się w granicach 68–100% nakładu, natomiast tytuły małe, o średnim nakładzie nieprzekraczającym 800 egz., sprzedawały jedynie w okolicach połowy nakładu (s. 169). Zdaniem autora książki, relatywnie wysoki poziom sprzedaży, przy trendzie ograniczania nakładów, wskazywał na coraz słabszą pozycję prasy katolickiej. Guzek zauważa ponadto, że polska prasa katolicka znajduje się poza zainteresowaniem szerokiego grona reklamodawców.

W rozdziale IV czytelnik odnajdzie również informacje na temat sposobów kolportażu prasy katolickiej oraz informacje na temat ogólnej struktury zatrudnienia w prasie katolickiej – są to dane z 2013 r. Autor książki prezentuje ponadto katolicką radiofonię i telewizję w układzie strukturalno-przestrzennym. Z danych z 2013 r. wynika, że na 44 diecezje aż 12 nie posiadało swojej diecezjalnej rozgłośni. Dominacja Radia Maryja, którego zasięg przestrzenny obejmuje 80,6% obszaru Polski, zdaniem Guzka, sprawiał, że rozgłośnia ta docierała do wszystkich diecezji, co nie pozostało bez wpływu na struktury mediów Kościołów lokalnych (s. 180). Adiunkt UŚ wskazuje i dość szeroko przedstawia charakterystykę pięciu największych polskich rozgłośni ponaddiecezjalnych: Radia eM, Radia Plus Warszawa, Radia Plus Gdańsk, Radia Jasna Góra i Radia Plus Kraków. W podjętej analizie autor omawia także stacje diecezjalne i zakonne, które obejmowały zasięgiem technicznym więcej niż macierzystą diecezję, stacje obejmujące macierzystą diecezję, ale niewykraczające poza jej obszar, stacje obejmujące tylko w części macierzystą diecezję oraz stacje nieobjmujące w pełni macierzystej diecezji, ale znacząco wykraczające poza jej obszar (ss. 185–191). Interesujący jest przypadek Radia Niepokalanów, który dowodzi, że rozgłośnia może uzyskać koncesję nieobjmującą miejscowości, z której nadaje.

Doktor Guzek dokonuje również udanej próby spojrzenia na media katolickie z perspektywy ich klasyfikacji ze względu na zasięg geograficzny. Przyjmuje przy tym założenia metodologiczne Mariana Gieruli, który dzieli media lokalne na mikroregionalne oraz sublokalne (s. 191). Autor monografii wskazuje najważniejsze cechy mediów Kościoła katolickiego na poziomie lokalnym: efemerydalność, informacja lokalna, współwystępowania z innymi mediami w przestrzeni komunikacji lokalnej lub samodzielne podtrzymywanie komunikacji medialnej na poziomie lokalnym. Krajobraz mediów lo-

kalnych i sublokalnych jest bardzo mocno zróżnicowany, na ich dzisiejszy kształt wpływają zasadniczo procesy digitalizacji oraz konwergencji. Spojrzenie na media katolickie jako składowe regionalnej komunikacji medialnej prowadzi, zdaniem autora, do podziału tych mediów na dwa rodzaje: uzupełniające w stosunku do świeckich mediów regionu oraz konstytuujące określony subregion medialny (s. 216). Badania dra Guzka pozwalają również dostrzec czytelnikowi wyraźny brak katolickiej telewizji o charakterze regionalnym. Jest to spowodowane tym, że media katolickie o charakterze regionalnym to przede wszystkim rozgłośnie radiowe. Drugi powód to ten, że w warunkach ogólnego regresu regionalnych i katolickich telewizji obecność kanałów katolickich mogłaby okazać się problematyczna pod względem źródeł finansowania oraz produkcji treści do emisji. Refleksja naukowa nad mediami katolickimi na poziomie ogólnokrajowym prowadzi autora do następujących obserwacji i konkluzji: program jedynej ogólnopolskiej rozgłośni katolickiej Radia Maryja nie dociera do szerokiego grona odbiorcy (537 tys.); „Nasz Dziennik” jest jedynym istniejącym polskim dziennikiem katolickim, który wskazuje, że w przestrzeni medialnej istnieje miejsce dla mediów, które swoją orientacją katolicką-narodową wyraźnie odbiegają od pozostałych dzienników (brak dostępu do danych dotyczących nakładów oraz wyników czytelnictwa utrudnił ocenę jego potencjału nabywczego); TV Trwam choć jest jedyną stacją telewizyjną katolicką, funkcjonującą w ogólnopolskiej przestrzeni medialnej, to jednak ma marginalny zasięg techniczny. W segmencie tygodników opinii najbardziej znaczącą pozycję uzyskały „Gość Niedzielny” oraz „Tygodnik Powszechny”.

Monografia *Media katolickie w polskim systemie medialnym* zawiera również bibliografię (ss. 235–249), w której czytelnik odnajdzie źródła prawa polskiego dotyczące mediów katolickich oraz źródła norm etyki dziennikarskiej, dokumenty Urzędu Nauczycielskiego Kościoła dotyczące profesji dziennikarskiej, a także opracowania naukowe polskich i zagranicznych autorytetów obszaru nauk o mediach.

Książka dra Guzka zawiera także Aneks (ss. 251–278), w nim m.in. wykaz rozgłośni katolickich, którym KRRiT przyznała koncesje w pierwszym konkursie koncesyjnym wraz z określeniem ich formy prawnej, informacje na temat struktury wewnętrznej i przestrzennej radiofonii katolickiej, struktury zatrudnienia w radiofonii katolickiej, liczbę oraz moc nadajników rozgłośni katolickich, zestawienie zasięgu przestrzennego radiostacji katolickich.

W ostatniej części monografii znajduje się katalog dokumentujący media katolickie w polskim systemie medialnym (ss. 279–357). Składa się on aż z 644 tytułów mediów katolickich, podzielonych przez autora książki na pięć działów (prasa periodyczna, prasa parafialna, radio, telewizja, telewizja internetowa i portale informacyjne).

Monografia Damiana Guzka odzwierciedla aktualny stan badań mediów katolickich w polskim systemie medialnym. Bez wątplenia będzie stanowić pomoc dydaktyczną dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, jak również podejmujących pracę naukową. Książka obejmuje swoim zakresem badawczym nauki o mediach, nauki polityczne, ale także dziedzinę nauk teologicznych. Z pewnością zagadnienie mediów katolickich i ich umiejscowienie w systemie medialnym, które w przystępny sposób przedstawił dr Guzek w poddanej recenzji monografii, skłoni innych naukowców do podjęcia refleksji naukowej nad mediami katolickimi innych krajów europejskich w perspektywie obowiązujących tam norm prawnych i istniejącego tam systemu medialnego.

ks. Rafał Leśniczak

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie