



SENAT RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

**Zapis stenograficzny**  
**(752)**

82. posiedzenie  
Komisji Obrony Narodowej  
i Bezpieczeństwa Publicznego  
w dniu 6 maja 2003 r.

V kadencja

Porządek obrad:

1. Informacja przedstawiciela Ministerstwa Obrony narodowej oraz przedstawicieli wydawnictw o tematyce wojskowej o kondycji prasy wojskowej oraz jej roli w promowaniu obronności i sił zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej.

*(Początek posiedzenia o godzinie 13 minut 05)*

*(Posiedzeniu przewodniczy przewodniczący Wiesław Pietrzak)*

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Czas to pieniądź, a pieniędzy mamy mało, wobec tego, jeżeli państwo pozwolicie, od razu otworzę posiedzenie Komisji Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego.

Jest to szczególne posiedzenie komisji. Od początku tej kadencji komisja przyjęła taką formułę, żeby oprócz prowadzenia zasadniczej naszej działalności, czyli dyskusji i przyjmowania uchwał na temat ustaw, które do nas wpływają, poszerzyć swoją znajomość rzeczy, wiedzę o tym, o czym dyskutujemy, czym się zajmujemy. I dlatego spotykamy się z wszystkimi środowiskami, które są w kręgu naszego zainteresowania i jednocześnie odpowiedzialności.

Korzystając z tego, że ten tydzień jest tygodniem szczególnym dla prasy i dla książki, postanowiliśmy – a nie ukrywam, że pani senator Maria Berny była pierwszym prowokatorem tego spotkania...

*(Głos z sali: Pomysłodawcą.)*

Tak. Wobec tego, podejmując tę inicjatywę, zorganizowaliśmy dziś takie posiedzenie.

Serdecznie witam wszystkich państwa na dzisiejszym posiedzeniu. Jeżeli państwo pozwolicie, to z imienia i nazwiska powitam wszystkich gości, którzy zapowiedzieli swoją obecność, ponieważ nie jest to tak ogromna liczba.

Witam serdecznie po raz pierwszy na naszym posiedzeniu, Komisji Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego, podsekretarza stanu w Ministerstwie Obrony Narodowej, pana ministra Macieja Górskiego. Serdecznie witam pana ministra.

Witam serdecznie pana pułkownika Leszka Laszczaka z Biura Prasy i Informacji w Ministerstwie Obrony Narodowej. Będzie to jednocześnie okazja do poznania się wzajemnego.

Witam oczywiście wielką sympatyczkę wojska i obronności, panią Marię Wągrowską, redaktora naczelnego tygodnika „Polska Zbrojna” i magazynu „Żołnierz Polski”.

Witam pana Ryszarda Choroszego, redaktora naczelnego tygodnika „Polska Zbrojna”. Witam, Panie Redaktorze.

Witam pana Piotra Prymlewicza, fotoreportera „Polski Zbrojnej” i „Żołnierza Polskiego”. Robi zdjęcia.

Witam pana pułkownika doktora Józefa Skrzypca, dyrektora Domu Wydawniczego „Bellona”. To przez jego ręce przechodzi większość tych wydawnictw, które później trafiają do naszych rąk.

---

Witam pana pułkownika Zbigniewa Czerwińskiego, zastępcę dyrektora Domu Wydawniczego „Bellona”.

Witam pana pułkownika Marka Olszewskiego, redaktora naczelnego Zespołu Redakcyjnego Wojsk Lądowych. Pismo bardzo specjalistyczne.

Witam pana kapitana Lecha Mleczo, również z Zespołu Redakcyjnego Wojsk Lądowych.

Witam pana majora Krzysztofa Menesiaka z Redakcji Czasopism Wojsk Lotniczych i Obrony Powietrznej, kierownika redakcji „Wiraży”.

Witam pana pułkownika Macieja Wolina, redaktora naczelnego Zespołu Redakcyjnego „Wojsko i Wychowanie”.

Witam pana pułkownika Józefa Zielińskiego, redaktora naczelnego „Myśli Wojskowej”.

Witam pana pułkownika Antoniego Witkowskiego, redaktora naczelnego „Głosu Weterana i Rezerwisty”, a więc wydawnictwa, które trafia do tych, którzy już przestali służyć w wojsku, ale myślę, że w dalszym ciągu służą ojczyźnie i obronności.

Witam pana Rafała Chromińskiego z dwutygodnika Ordynariatu Polowego Wojska Polskiego „Nasza Służba”. Witam serdecznie.

Witam pana Mirosława Martynowicza, redaktora naczelnego kwartalnika Prawosławnego Ordynariatu Wojska Polskiego „Polski Żołnierz Prawosławny”.

Witam najbardziej telewizyjnego ostatnio redaktora, pana Wojciecha Łuczaka, redaktora naczelnego „Raportu”.

Witam pana Grzegorza Hołdanowicza, zastępcę redaktora naczelnego „Raportu”... Nie ma go.

Witam pana Tomasza Hypkę... Również nie ma. Pan Wojtek sam reprezentuje...

Witam pana Lecha Mleczkę... A, już witałem. Dwa razy się wpisał.

Witam pana pułkownika Krzysztofa Sikorę z Ministerstwa Obrony Narodowej.

(*Głos z sali*: Jeszcze jest pan Bielecki, prezes rady nadzorczej Polskiej Agencji Informacyjnej.)

Miło mi powitać pana Bieleckiego. Jednocześnie proszę o wpisanie się na listę.

Jeżeli kogoś nie powitałem, to znaczy, że nie jest tu wpisany.

Szanowni Państwo! Proszę pozwolić, że zapoznam państwa z drugą stroną, a więc senacką Komisją Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego. Nasza komisja liczy jedenaście osób, do niedawna liczyła dziesięć. Członkami komisji są: pan Jerzy Adamski – niestety dziś nieobecny; pan Tadeusz Bartos – to jest właśnie ten pan, który do nas...

(*Głos z sali*: Nowy nabytek.)

...nowy nabytek komisji; pani Maria Berny, reprezentująca piękny region wrocławski, dolnośląski; w naszej komisji jest pani marszałek Jolanta Danielak – dziś jest zagranicą; pan Józef Dziemdziała, który dziś gości u strażaków, ponieważ – jak państwo wiecie – jest tydzień ochrony przeciwpożarowej; pan Janusz Konieczny, który również jest strażakiem, ale przewartościował tutaj, zgasił...

(*Wypowiedź poza mikrofonem*)

...tak; pan pułkownik Grzegorz Niski – chciałem powiedzieć, że jedyny wojskowy w komisji, ale dodam, że jedyny wojskowy oprócz mnie – był wykładowcą w Szkole Obrony Przeciwlotniczej w Koszalinie; za wielki zaszczyt poczytujemy sobie, że w naszej komisji jest marszałek Senatu, pan profesor Longin Pastusiak, który

będzie tutaj, ale w tej chwili ma niespodziewane spotkanie i prosił, żeby kontynuować nasze posiedzenie i przeprosić za jego spóźnienie; pan senator Lesław Podkański, jednocześnie wiceprzewodniczący komisji. Nie powiedziałem, że pan Józef Dziemdziała również jest wiceprzewodniczącym. I jest jeszcze taki senator, który najdłużej jest w Komisji Obrony Narodowej, od pierwszej kadencji, i najdłużej jest senatorem. Proszę zgadnąć, kto to jest. Taki krótki quiz.

*(Głos z sali: Biznesmen spod Piły.)*

To już wszyscy wiedzą – pan Henryk Stokłosa. Niestety, dziś jest za granicą.

Ja mam przyjemność przewodniczyć tej komisji w tej kadencji – Wiesław Pietrzak. Również jestem wojskowym, trzydzieści pięć lat przesłużyłem w wojsku. Byłem dowódcą w Węgorzewie, byłem szefem wojewódzkiego sztabu i przez rok walczyłem na Bliskim Wschodzie o pokój na Wzgórzach Golan.

Szanowni Państwo! Temat, jaki podjęliśmy, można różnie nazywać. My nazwaliśmy go roboczo: „Jaka jest kondycja prasy wojskowej oraz jej rola w promocji obronności oraz Sił Zbrojnych Rzeczypospolitej Polskiej”. Myślę, że to od państwa najwięcej się dowiemy na ten temat. Zdajemy sobie sprawę z tego, że prasa wojskowa jest prasą specjalistyczną i to wybitnie specjalistyczną, że reprezentujecie państwo takie wydawnictwa, które nawet w wojsku nie do wszystkich docierają, bo dotyczą wąskiej specjalizacji. Na przykład czasopisma Wojsk Lądowych nie zawsze docierają do Marynarki Wojennej albo cieszą się tam mniejszym zainteresowaniem.

Zdajemy sobie także sprawę z tego, że w związku z tym wasza sytuacja finansowa nie zawsze jest taka, jak byście sobie, Szanowni Państwo, życzyli. I dlatego poprosiliśmy również pana ministra, aby porozmawiać publicznie na te tematy w obecności Komisji Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego, w obecności senatorów. Przede wszystkim jednak chcielibyśmy oddać wam hołd, cześć i podziękować za tę codzienną pracę, którą wykonujecie, za pracę na rzecz popularyzacji sił zbrojnych, popularyzacji zagadnień dotyczących obronności kraju, zagadnień, które może nie wszędzie docierają, może wiele lat po wojnie nie są aż tak poczytne, ale są wyjątkowej wagi, ponieważ bezpieczeństwo kraju, bezpieczeństwo narodu jest chyba jednym z ważniejszych zagadnień, z ważniejszych problemów, którymi powinniśmy się zajmować. Jest nawet takie powiedzenie, że bezpieczeństwo jest wszystkim, a wszystko bez bezpieczeństwa jest niczym. Wobec tego, dziękując państwu już na wstępie, za to, co robicie na rzecz popularyzacji bezpieczeństwa, obronności i sił zbrojnych, chcielibyśmy sprowokować państwa również do tego, abyście szczerze powiedzieli nam o swoich problemach i abyśmy porozmawiali o tym, jak można wam pomóc w tej trudnej sytuacji.

Nie wiem, czy na tym etapie rozpoczniemy dyskusję, czy w jakiś uporządkowany sposób przeprowadzimy to spotkanie: najpierw głos zabiorą senatorowie, a potem goście. A może po prostu wprowadzimy taką demokrację, że kto pierwszy się zgłosi, ten będzie zabierał głos. Widzę, że już pani senator Berny pierwsza podnosi rękę.

*(Senator Maria Berny: Nie zdziwcie się państwo, że pan przewodniczący od razu powiedział, iż ja pierwsza podnoszę rękę, bo jakoś tak się utarło w tej komisji, że...)*

A to nie było podnoszenie ręki?

*(Senator Maria Berny: To było podnoszenie ręki.)*

No właśnie, w dodatku tej chorej.

*(Senator Maria Berny: Na dziurawy most najpierw się babę puszcza.)*

Proszę uprzejmie, pani senator Maria Berny.

**Senator Maria Berny:**

Mam nadzieję, że temat, na który dzisiaj chcemy rozmawiać, nie ma nic wspólnego z dziurawym mostem, wręcz przeciwnie – ma bardzo wiele wspólnego z budowaniem. Przede wszystkim, z budowaniem nowej świadomości społecznej, a mam nadzieję, że także z budowaniem nowej mentalności żołnierza polskiego.

*(Przewodniczący Wiesław Pietrzak: A jeszcze, przerywając, mam prośbę, żeby tą kawą, herbatą i tym, co tu jest na stole, częstować się bez specjalnego zapraszania.)*

Jeśli jest za daleko to trzeba wyciągnąć rękę. Wprawdzie wyciąganie ręki zawsze się wiąże z sięganiem po jałmużnę, ale żyjemy w takich czasach, że często po wszystko trzeba wyciągać rękę, nie tylko po kawę, ale przede wszystkim po pieniądze na ratowanie waszych wydawnictw.

Ale wracam do tematu. Dlaczego prosiłam pana przewodniczącego, żebyśmy zrobili takie posiedzenie komisji i porozmawiali na temat może nie tyle kondycji – chociaż tak sformułowaliśmy ten temat – ile możliwości prasy wojskowej w dziedzinie wychowania żołnierza, a przede wszystkim w dziedzinie wychowania obywatela, za którego podatki żołnierz funkcjonuje w kraju.

W Polsce jest bardzo duża tradycja miłości i sympatii do munduru. Ale mundur noszony przez armię do czasu, kiedy ona weszła w skład Paktu Północnoatlantyckiego, oznaczał trochę coś innego. Ten mundur okrywał armię, która poza działaniami wojennymi, a takie miała za sobą, miała także bardzo spektakularnie odbierane, sympatycznie, obowiązki – udział w różnego rodzaju akcjach żniwnych czy w różnych imprezach. Po prostu armia to było coś miłego, swojskiego i sympatycznego.

Od czasu, kiedy nasza armia weszła w skład Paktu Północnoatlantyckiego i kiedy zaczęła się reformować, kiedy zaczęliśmy się zbliżać do wyznaczonych programami cyfr minimalnych, jak na mentalne potrzeby naszego społeczeństwa – bo nie mówię tutaj o potrzebach wojennych, merytorycznych – dyskusje wokół niej zaczęły chodzić różnymi drogami.

Jako parlamentarzystka bardzo często spotykam się z ludźmi i bywało nie raz, że przychodzili do mnie obywatele z propozycjami, jak likwidować bezrobocie. Państwo się z tego pewnie uśmiejecie, ja też się gdzieś w głębi ducha śmiałam, ale w stosunku do wyborcy śmiech nie jest najlepszą metodą. A te propozycje były takie: powiększyć armię, po prostu powiększyć armię i w ten sposób będziemy walczyli z bezrobociem. Tak przeciętny obywatel to sobie wyobraża. I to był pierwszy sygnał, że społeczeństwo polskie nie ma zielonego pojęcia, a w każdym razie ma niewielkie pojęcie o przekształceniach zachodzących w naszej armii i o uwarunkowaniach, które do tych przekształceń prowadzą.

Pojawiła się z kolei nowa sytuacja – nasz udział, mniejszy lub większy, ale udział w wojnie irackiej. Udział – powiedzmy to sobie otwarcie – przez ogromną część społeczeństwa nie akceptowany. Od razu pojawia się następne zadanie: trafić do obywatela. A my parlamentarzyści w końcu jesteśmy reprezentantami obywateli – tych zwykłych, szarych, mieszkających nie tylko w wielkich aglomeracjach, lecz także w małych wioskach. Trzeba trafić do nich z wiedzą usprawiedliwiającą – bo ja osobiście tylko tak mogę to określić – nie hurraoptymistyczną, ale usprawiedliwiającą nasz udział w wojnie irackiej. Kto może to zrobić? Oczywiście media, ale w pierwszej kolejności prasa wojskowa.

Pojawił się z kolei następny element, i to bardzo trudny. I tutaj mała dygresja. Ponieważ jestem senatorem opcji lewicowej, w dniu 1 maja byłam w pięciu różnych powiatach na spotkaniach. Właściwie wszystkie, a raczej zdecydowanie wszystkie odbywały się pod hasłem naszego wstąpienia do Unii Europejskiej. Rozmowy z setkami ludzi, które przeprowadziłam, były mniej lub bardziej sympatyczne, częściej niesympatyczne, jednakże na ogół wszyscy zgadzali się z tym, że do Unii wejść trzeba, że do urn wyborczych pójść trzeba i że jest to nasza jedyna droga. Ale już 1 maja pojawiły się głosy bardzo, ale to bardzo sceptycznie komentujące sprawę naszego wejścia do Iraku jako okupanta. Wszyscy państwo doskonale zdajecie sobie sprawę z historycznych uwarunkowań myślenia polskiego obywatela. Tak więc padały uwagi o tym, jakżeśmy na San Domingo wprowadzali wolność i że właściwie Polska, która zawsze była okupowana, nagle będzie okupantem.

I teraz, reasumując, te trzy tematy: nasze miejsce w NATO, liczebność i uzbrojenie armii, udział armii polskiej w wojnie irackiej i obecnie perspektywa okupacji w Iraku, to są, wydaje mi się, trzy podstawowe tematy, z którymi – ja nie mam prawa tak mówić, ale użyję tego określenia – musicie państwo trafić do obywatela. Bo żadnej wielkiej polityki, tym bardziej polityki, nazwijmy to niewłaściwie, ale jednak wojennej, nie da się prowadzić bez akceptacji podatnika.

Pomyślałam sobie, że takie spotkanie z państwem, którzy redagujecie pisma trafiające do żołnierzy – a wydaje mi się, że one powinny trafić także do obywateli – rozmowa z państwem ma sens, bo może mieć bardzo duży wpływ na rozwiązywanie tego problemu: jak trafić do obywatela, żeby może nie każdy, ale żeby przynajmniej większość popierała – ja zawsze używam tego określenia i tym razem też go użyję – politykę naszej armii.

Jak państwo widzicie, mam przed sobą dosyć duży stosik pism wydawanych przez państwa. Niektóre z nich przerzucam, niektóre tylko biorę do ręki, w każdym razie wiem, że istnieją. Ale jest takie pismo, które przez długi czas otrzymywałam – to nie jest, proszę szanownego wydawnictwa, przymawianie się – w każdym tygodniu i czytałam go dość dokładnie. Chodzi o „Żołnierza Polskiego”. Przyznam się, że „Żołnierz Polski” uczył mnie wojska. Bo w końcu do tej Komisji Obrony Narodowej przysłałam ot tak, z kultury, z biegu, z marszu. Nauczyłam się rzeczywiście patrzenia na te problemy nie tylko okiem parlamentarzysty, lecz także obywatela, bo także tak chciałam patrzeć na żołnierza polskiego. Ale z ogromną przykrością muszę stwierdzić, że chociaż „Żołnierz Polski” jest na pewno do zaakceptowania przez każdego czytelnika, który powinien się zapoznać z problemem, praktycznie jest nie do kupienia. W żadnym kiosku we Wrocławiu nie udało mi się kupić „Żołnierza Polskiego” – od stycznia go nie dostaję, więc staram się gdzieś kupić – nie ma go też w kioskach ulicznych w Warszawie, nie ma go w Gdyni.

I to już jest czwarty temat: czy i co możemy zrobić, żeby prasa, która jest, moim zdaniem, najłatwiej dostępna dla przeciętnego obywatela w sensie możliwości percepcji umysłowej, mogła do niego docierać. Bo chodzi o to, żeby z tymi tematami, przez prasę – nie chciałabym użyć określenia „popularną”, bo popularność czasem odbiera się pejoratywnie, ale mnie chodzi o najbardziej pozytywne znaczenie tego słowa – popularną prasę wojskową dotrzeć do każdego obywatela. Dzięki niej możemy rozwiązać trudności z przyjęciem przez społeczeństwo tych trzech poruszonych przeze mnie tematów.

Przepraszam, ja już za dużo mówiłam, ale uważam to za ważne.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję bardzo. Dziękuję za ten wniosek, że prasa wojskowa, więc ta promująca obronność, powinna dotrzeć do każdego obywatela. Teraz jeszcze trzeba odpowiedzieć sobie na pytanie: jak to zrobić?

Pan minister Maciej Górski.

**Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Obrony Narodowej  
Maciej Górski:**

Po pierwsze, chciałbym podziękować za to zaproszenie.

Panie Przewodniczący, ja już drugi raz biorę udział w posiedzeniu komisji. Za pierwszym razem odbywaliśmy posiedzenie w godzinach nocnych, połączone komisje obradowały w sprawie odszkodowań dla żołnierzy.

*(Przewodniczący Wiesław Pietrzak: A, to mnie nie było.)*

Teraz chciałbym wrócić do tematu. Jestem w MON wprawdzie dopiero od ponad miesiąca, ale leży mi na sercu dzisiejsza dyskusja, dlatego że dwadzieścia kilka lat pracowałem właśnie w tym zawodzie, zaczynając od młodszego redaktora, a kończąc na prezesie agencji. Byłem też korespondentem zagranicznym, i w Sztokholmie, i w Watykanie, i w Rzymie, tak więc mam pewne doświadczenia w tej materii, tym bardziej że polska agencja wydawała też książki, produkowała filmy i robiła masę innych rzeczy.

Zapoznałem się z materiałami – przechodzę do materii będącej w zasięgu pionu, którym kieruję – i zgadzam się z panią senator, że to jest bardzo ważne zadanie, żeby ta prasa była nie tylko prasą specjalistyczną, trafiającą w ręce osób, które są zawodowo związane z wojskiem, ale żeby miała szerszy zasięg, tym bardziej że wojsko, tematyka obronności cieszą się olbrzymią sympatią i zainteresowaniem w polskim społeczeństwie. W związku z tym zainteresowałem się tym, jakie są bariery.

Nim do nich przejdę, chciałbym powiedzieć w dwóch zdaniach, że w ramach resortu Ministerstwa Obrony Narodowej wydawane są... Bo widzę redaktora Łuczaka, który wydaje ciekawy „Raport”, ale to czasopismo jest działalnością prywatną. O tym też trzeba pamiętać, że poza MON ukazują się prywatne czasopisma, jednym z bardziej znanych jest właśnie „Raport”, wydawany przez redaktora Łuczaka, którego znam lat ponad dwadzieścia, szanuję i cenię. Wiele razy ześmy sobie rozmawiali i dyskutowali na temat zadań prasy.

Chcę powiedzieć, że wydajemy szesnaście tytułów i jeśli chodzi o tę prasę, która ma charakter czysto... Mógłbym tu wymieniać „Wojsko i Wychowanie”, „Wojskowy Przegląd Historyczny”, „Myśl Wojskowa”, „Biuletyn”, „Naszą Służbę”, „Polskiego Żołnierza Prawosławnego”, „Przegląd Wojsk Lądowych”, „Wiraze”, „Przegląd Morski”, „Banderę” itd. Z tego dziesięć tytułów jest centralnych, a sześć jest wydawanych w rodzajach sił zbrojnych.

Najważniejsze są nakłady, proszę państwa. I to są nakłady od kilkuset egzemplarzy – wiele jest tytułów, które wychodzą w nakładzie kilkuset egzemplarzy, jest dwadzieścia kilka tysięcy „Polski Zbrojnej”. To jest tytuł, który drukuje najwięcej. Mówimy o znanym, cenionym tygodniku „Polska Zbrojna”. Bo ja sądzę, że pani senator myślała o „Polsce Zbrojnej”, a nie o „Żołnierzu Polskim”.

*(Senator Maria Berny: Oczywiście, że o „Polsce Zbrojnej”.)*



Tak. „Żołnierz Polski” to jest bardzo piękny nowy miesięcznik. Tutaj zapewne chodziło o „Polskę Zbrojną”.

Nie ukrywam, proszę państwa, w tym gronie, że odbyłem długie dyskusje – i z panią redaktorką Wągrowską, którą znam lata całe, i z panem dyrektorem Skrzypcem, którego nie znałem, ale poznałem – żeby odpowiedzieć na pytanie, jak dotrzeć, poza Ministerstwem Obrony Narodowej, Sztabem Generalnym, rodzajami sił zbrojnych, z tym tytułem do społeczeństwa. Bo tytuł jest zrobiony dobrze, jest zrobiony ciekawie, a jedynym mankamentem jest jego cena: 5 zł za egzemplarz. Za 5 zł tego się nie sprzedaje po prostu. To jest tak jakby ktoś chciał kostkę wspaniałego masła sprzedać za 5 zł, kiedy wszystkie kostki na rynku kosztują po 2 zł. I w związku z tym trzeba by się zastanowić, co można zrobić, żeby ten tytuł nie kosztował 5 zł, bo to jest po prostu bariera psychologiczna.

Resort obrony narodowej kupuje dwadzieścia dwa tysiące egzemplarzy tego tytułu i jest to rozprowadzane drogą kolportażu, czyli, krótko mówiąc, MON za to płaci i rozsyła do rodzajów sił zbrojnych. Jest specjalny rozdzielnik, Dom Wydawniczy „Bellona” to wysyła. Poza tym jest drukowane siedemnaście tysięcy egzemplarzy, z których, niestety, 80% to są zwroty, dlatego że jest to za drogie. Proszę państwa, 5 zł za tygodnik to jest dużo pieniędzy, tym bardziej że konkurencja na rynku jest olbrzymia. „Polityka” kosztuje 3,5 zł i ma tych kolumn nie czterdzieści osiem, lecz ponad sto. Jeśli ktoś już kupi „Politykę”... Budżety rodzinne są takie, jakie są.

I z dużym zadowoleniem chciałbym państwa poinformować, że wspólnie z panią redaktorką Wągrowską i panem dyrektorem Skrzypcem znaleźliśmy, wydaje mi się, w wyniku tych dyskusji pewną drogę do tego, żeby tę cenę znacznie zredukować i spróbować wprowadzić po prostu, ponieważ znaczne koszty wydawania tego tytułu są pokrywane przez Ministerstwo Obrony Narodowej... To nie będzie żadna rewolucja, polegająca na tym, że nagle dwadzieścia tysięcy będzie kupowane jak świeże bułeczki. Po prostu trzeba zaplanować odpowiednią akcję promocyjną, trzeba odpowiednio zadbać o rozmowy z dystrybutorami, czyli z Ruchem i Kolporterem. To jest pewna praca, którą należy wykonać. I oczywiście trzeba przedyskutować, wyliczyć cenę tych egzemplarzy, które miałyby trafić na rynek do czytelnika, tym bardziej że jest to możliwe. Bo jak byśmy zrobili...

O, witam pana marszałka.

(*Senator Longin Pastusiak: Przepraszam za spóźnienie, ale miałem gości.*)

### **Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Panie Marszałku, ja już to zrobiłem wcześniej, usprawiedliwiłem, przeprosiłem. Witam serdecznie pana marszałka, profesora Longina Pastusiaka, który, jak wcześniej informowałem, jest również członkiem naszej komisji.

Panie Marszałku, jesteśmy w trakcie realizacji...

(*Głos z sali: Programu.*)

Pan minister właśnie w tej chwili występuje.

Proszę bardzo.

### **Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Obrony Narodowej**

#### **Maciej Górski:**

Kontynuując, chciałbym powiedzieć, że wysoko oceniamy pracę redakcji, zarówno pani redaktorki Wągrowskiej, jak i całej redakcji; tak samo bardzo cenimy Dom

Wydawniczy „Bellona”, który teraz naprawdę poznałem od strony wydawnictw książkowych. I wydaje mi się, że zarówno zasięg wydawanych tytułów, jak i osiągnięcia rynkowe „Bellony” trzeba ocenić bardzo dobrze. W tej chwili musimy wspólne pochylić się nad tym problemem, jak trafić z tym największym tytułem, tygodnikiem, takim flagowcem naszej prasy wojskowej „Polską Zbrojną” do odbiorcy indywidualnego. Na podstawie rozmów, które dotychczas prowadziliśmy – a było ich kilka – i biorąc pod uwagę doświadczenie redakcji oraz doświadczenie marketingowo-wydawnicze „Bellony”, uważamy, że jest realne wprowadzenie dużo, dużo niższej ceny tego tygodnika. Oczywiście, przy odpowiedniej akcji promocyjnej. I tu liczymy też na wsparcie duchowe Senatu, duchowe – podkreślam – wsparcie Senatu.

Teraz, wracając jeszcze do jednej myśli, ostatniej. Zgadzam się z panią senator, że do obywatela trzeba trafić. Tylko prawda jest również taka, że rola prasy w tym trafianiu jest znacznie ograniczona. Jesteśmy społeczeństwem telewizyjnym, radiowym i rola prasy jest bardzo ważna, ale to telewizja i radio – to zależy, o której godzinie, jakie kanały itd. – odgrywa jednak dominującą rolę, jeśli chodzi o kształtowanie postaw i opinii obywateli. Oczywiście, prasa odgrywa tu ważną rolę, dlatego że po usłyszeniu jakiejś tam wiadomości warto sięgnąć po słowo pisane i pogłębić swoją wiedzę w oparciu o fachowe artykuły w różnych tytułach. Mam nadzieję, że w przyszłości głównie w tytułach wydawanych pod egidą Ministerstwa Obrony Narodowej. Dziękuję bardzo.

*(Senator Maria Berny: Ad vocem.)*

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję.  
Proszę bardzo.

**Senator Maria Berny:**

Panie Ministrze, ale dzisiaj, w dobie tych ulotnych mediów, gazeta, prasa jest czymś w rodzaju dokumentu, dlatego jest taka ważna. Bo to, co nam się przekazuje w telewizji, w radio, przetacza się i ucieka, a ten dokument zostaje. Dziękuję.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

I dlatego wydaje mi się, że powinien być jakiś kontakt z radiem. Na przykład Polskie Radio robi przeglądy prasy – taką ma audycję. I muszę powiedzieć, że nie zauważyłem, żeby w tych przeglądach były często cytowane bardzo ciekawe artykuły z prasy wojskowej. Wydaje mi się, Panie Ministrze i Szanowni Państwo, że trzeba by chyba nawiązać kontakt z Polskim Radiem, zasugerować im wykorzystanie tego kanału.

**Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Obrony Narodowej  
Maciej Górski:**

Ja od razu odpowiadam, że w tym miesiącu spotkaliśmy się z zarządem Telewizji Polskiej, z prezesem telewizji, dyrektorami kanału pierwszego i drugiego, jak również spotkałem się dwukrotnie z prezesem Polskiego Radia, panem Siezieniewskim,

a także z prezesem Polskiej Agencji Prasowej. To wszystko miało na celu spowodować, aby problematyka wojskowa była obecna na antenach radia i telewizji oraz w serwisach PAP.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję.

Proszę bardzo, kto z państwa do dyskusji? Myślę, że chętnych nie będzie brakowało.

Proszę bardzo, pani redaktor Wągrowska.

**Redaktor Naczelna Tygodnika „Polska Zbrojna” Maria Wągrowska:**

W pierwszych słowach pragnę jak najserdeczniej, jak tylko potrafię podziękować panom senatorom, panu marszałkowi, panu ministrowi, pani senator, tym, którzy już zabierali głos, ponieważ „Polska Zbrojna” odnotowuje zainteresowanie ze strony państwa senatorów już od pewnego czasu i to nas szalenie cieszy. Dziękuję w tym miejscu wszystkim tym państwu, którzy przyjęli na początku własnej kadencji zaproszenie do redakcji – szalenie mile to wspominamy. Jednym z uczestników tego spotkania w naszej redakcji, specjalnie zorganizowanego dla senackiej komisji, był obecny tutaj redaktor Choroszy, który jest naszym sprawozdawcą parlamentarnym.

Pragnę też osobiście podziękować panu, Panie Senatorze, za słowa o miłośniczce wojska. Tak, jestem zaprzędaną miłośniczką wojska i polityki bezpieczeństwa. I z dużą satysfakcją, jako obserwator tego wszystkiego, co się dzieje, odnotowuję – nie zawsze można temu dać wyraz na piśmie, bo mogłoby to być źle zrozumiane jako koniunkturalizm – ogromne sukcesy obecnego kierownictwa Ministerstwa Obrony Narodowej właściwie w każdej dziedzinie. Jest to coś, co bardzo niesie prasę czy może ją nieść i zwiększać zainteresowanie takową.

Zakładam, że wszyscy państwo znają, mniej lub więcej, „Polskę Zbrojną”. „Żołnierz Polski” jest przedsięwzięciem czysto komercyjnym, robionym przez wydawnictwo z chęci utrzymania przede wszystkim tego pisma z dziewięćdziesięcioletnią tradycją, robionego przez „Bellonę” czysto z zamiłowania. I jest skierowany do młodego czytelnika. Teraz więc pragnę skoncentrować się krótko na kilku punktach, które mogą jakby wspomóc dalszą dyskusję.

Pragnę powiedzieć, że nie prowadzono jakichś wielu badań na tym problemem, ale z tych, które mamy, wynikają trzy elementarne sprawy.

Po pierwsze, w ciągu ostatniego okresu odnotowujemy osiemnastoprocentowy wzrost czytelnictwa, mimo ograniczania zamówień. Komentarz i interpretację pozostawiam każdemu z państwa. To są wyniki badań przeprowadzonych przez Wojskowe Biuro Badań Socjologicznych, bardzo świeże wyniki, którymi oczywiście dysponujemy, gdyby kogokolwiek z państwa interesowały. Wydaje się, że w dobie, kiedy zainteresowanie słowem pisanym jednakowoż spada, to jest element bardzo pozytywny.

Po drugie, chciałabym państwa poinformować, że na podstawie badań – co prawda z roku 2001, z czerwca 2001 r. – czytelnicy wojskowi, to znaczy z czynnej służby, stanowią 3/4 wszystkich czytelników tego pisma, natomiast 1/4 stanowią ludzie spoza środowiska wojskowego, cokolwiek by przez to rozumieć. Jest to pewna wskazówka, jeżeli chodzi o promocję pisma.

I wreszcie, po trzecie – również patrząc pod tym kątem – mamy bardzo wiele sygnałów, naprawdę bardzo wiele, że „Polska Zbrojna” jest nagminnie fotokopiuwana. Przyczyną może być wysoka cena, brak dostępności lub inne czynniki, niemniej takich sygnałów jest wiele. Oczywiście dotyczy to głównie – bo to nie są na pewno sprawy incydentalne – wszystkich tych elementów pisma, które mają charakter poradnictwa, a więc prawnych. Ministerstwo bardzo istotnie rozwija politykę rekonwersji dla ludzi zwalnianych z wojska i w związku z tym „Polska Zbrojna” jest bardzo zainteresowana tym, by, po pierwsze, wesprzeć tę politykę na miarę naszych możliwości, a po drugie, po prostu i zwyczajnie chce być solidna, akurata i szybka w przekazywaniu informacji na temat rekonwersji. Zresztą dyrektor Chyrzyński jako dyrektor odpowiedniego departamentu wielokrotnie wyrażał nam podziękowanie. Wydaje mi się, że to są bardzo istotne elementy.

Co do potencjalnej promocji pragnę powiedzieć, że wielokrotnie przy różnych okazjach organizowaliśmy seminaria o charakterze specjalistycznym, fachowym, które oczywiście były kierowane do grona specjalistów zajmujących się problematyką wojska, offsetu, zbrojeniówki, zamówień publicznych. Mamy zamiar to kontynuować, czy przy okazji tegorocznych targów kieleckich, czy przy okazji współpracy z innymi instytucjami, niekoniecznie prasowymi, a właściwie wręcz nieprasowymi. Wydaje się, że dla „Polski Zbrojnej” jako pisma, jak sądzę, bardzo wiarygodnego otwiera się ogromne pole do popisu, nie zawsze może wykorzystywane, ale to już jest osobna sprawa.

Pragnę jeszcze powiedzieć o dwóch sprawach. Mianowicie mamy informację od naszych czytelników, wiemy o tym również na podstawie badań, na podstawie pewnych incydentalnych wypowiedzi, na podstawie listów – a korespondencja z czytelnikami jest, jak sądzę, naszym sporym atutem – że „Polska Zbrojna” przynosi szeroko i profesjonalnie najbardziej aktualną informację między MON a czytelnikiem, a również, jak sądzę, w odwrotnym kierunku. Bo każdy zainteresowany wojskiem i tym, co się w jego tak zwanym wnętrzu dzieje, może przeczytać o problemach nurtujących to środowisko.

I na zakończenie pragnę powiedzieć, że zajmujemy się również – oczywiście poza sprawami integracji z Unią Europejską, z NATO itd., itd. – bezpieczeństwem wewnętrznym. To adresuję też do pani senator, która, jak wiem, zawsze bardzo pilnie śledziła wszystkie sprawy związane z bezpieczeństwem wewnętrznym. Pragnę podkreślić, że poza „Polską Zbrojną” i „Żołnierzem Polskim” redagujemy również „Przegląd obrony cywilnej”. Myślę, że to jest dobry kierunek, bo jak wszyscy wiemy, zaciera się taka klasyczna linia podziału między bezpieczeństwem zewnętrznym a wewnętrznym. I dlatego wydaje mi się, że te tytuły współgrają ze sobą.

I powiem jeszcze, że bardzo nam zależy również na tym, żeby środowisko wojskowe wzięło udział w najbliższym referendum unijnym, bo nam wydaje się ono szalenie ważne. I dlatego, niezależnie od faktu, że zajmujemy się wojskiem, bezpieczeństwem – głównie militarno-politycznym, ale także ekonomicznym – poświęcamy bardzo wiele miejsca integracji Polski z Unią Europejską w drugim filarze, co jest samo przez się zrozumiałe, w trzecim filarze, co też uznałabym za samo przez się zrozumiałe, a także w pierwszym filarze. I żeby między innymi zachęcić do udziału w seminarium, mam obietnicę pana ministra Szymczychy – dzisiaj wpłynęła, o czym jeszcze nie zdążyłam powiedzieć nawet swojemu dyrektorowi – o dołączeniu do wszystkich naszych tytułów płyt, cd-romów zachęcających do uczestnictwa w referendum europejskim. Uważamy to za naszą – śmiem powiedzieć – powinność. Dziękuję państwu bardzo.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękując pani redaktor za tę informację, za przedstawienie, przybliżenie problematyki związanej z redagowaniem waszego pisma, chciałbym również podziękować za spotkanie, które pani awizowała, Pani Redaktor, a w którym miałem przyjemność uczestniczyć, zorganizowane przez redakcję i Dom Wydawniczy „Bellona”, z parlamentarzystami wojskowymi, a więc posłami, którzy wywodzą się z wojska, i senatorami. Było pięć osób, bardzo sympatyczne spotkanie. Mieliśmy wtedy możliwość, bez względu na przynależność polityczną, poznać się bliżej. Tak więc również dziękuję za ten akcent integracji nas, naszego środowiska parlamentarno-wojskowego.

Pan minister Górski.

**Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Obrony Narodowej  
Maciej Górski:**

Ja, jeśli można, w nawiązaniu do tych badań. Niestety, mam przed sobą również badania od wydawcy, bo mówimy tu o dotarciu tych głównych czasopism, flagowych do obywatela, czyli nie chodzi o te egzemplarze, które kupuje MON i rozprowadza metodą kolportażu, ale o te, które trafiają do sprzedaży. Niestety, statystyka mówi, że sprzedaż obydwu tytułów znacznie spada. Mianowicie sprzedaż ogólna z wszystkich kanałów dystrybucyjnych „Polski Zbrojnej” – mówimy o odbiorcy indywidualnym – spadła z trzech tysięcy sześciuset egzemplarzy w 1997 r. do tysiąca dziewięciuset w roku ubiegłym. Czyli jest to znaczny spadek. I nastąpił też spadek sprzedaży „Żołnierza Polskiego” we wszystkich kanałach: z sześciu tysięcy ośmiuset w 1997 r. do dwóch tysięcy dziewięciuset w roku ubiegłym.

Doceniając merytoryczną pracę, twierdzę, że i Dom Wydawniczy „Bellona” i redakcja muszą zaproponować jakieś rozwiązania, o których mówiliśmy, żeby ta tendencja, która jest wyraźna – bo tu widzicie państwo, tak ładnie mi zrobiono te słupki, jak to idzie w dół – odwróciła się w drugą stronę, jeśli mówimy o dotarciu do obywatela, czyli poza to, co Ministerstwo Obrony Narodowej kupuje w formie umowy z wydawcą i rozsyła do poszczególnych jednostek sił zbrojnych, departamentów itd. A o tym już mówiliśmy, jesteśmy po tych rozmowach. Trzeba tę tendencję spadku sprzedaży na rynku zatrzymać i odwrócić. Wydaje mi się, że tym hamulcem, jak mówiliśmy, są: po pierwsze – wysoka cena, a po drugie – brak promocji, bo wokół tej ceny trzeba zrobić promocję. Dziękuję bardzo.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję bardzo.

Myślę, że i to spotkanie powinno służyć temu, żeby sobie odpowiedzieć, w jaki sposób te słupki, które pan minister ma, przewrócić nie tylko fizycznie, lecz także faktycznie.

*(Głos z sali: W drugą stronę.)*

Proszę uprzejmie, kto z państwa?

*(Senator Maria Berny: Można jedno zdanie? Przepraszam, że ja tak ciągle. Naprawdę wiem, że to nie jest grzeczne, ale...)*

Pani Senator, pani ma specjalne uprawnienia jako inicjator tego spotkania.

**Senator Maria Berny:**

Chciałabym tutaj powiedzieć panu ministrowi, że te badania bardzo by mnie zmartwiły, gdyby one były w zestawieniu z badaniami poczytności innej prasy. A ponieważ ja jestem takim obywatelem, który czasem łązi po mieście i rozmawia z kioskarkami, to powiem panu, że w ostatnich miesiącach wybitnie spadła poczytność „Gazety Wyborczej”. Czy nie należałoby więc wysnuć wniosku, że to może nie jest kwestia tego właśnie tytułu prasowego, ale ogólnego trendu odwracania się społeczeństwa od wiedzy politycznej? Ale może nie mam racji? Tak sobie dywaguję. Dziękuję.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję bardzo.

Pan pułkownik Skrzypiec, dyrektor wydawnictwa „Bellona”, proszę uprzejmie.

**Dyrektor Domu Wydawniczego „Bellona” Józef Skrzypiec:**

Panie Przewodniczący! Pani Senator!

Chciałbym poinformować, że wszystkie funkcje określone przez panią senator dla prasy wojskowej są w działalności Domu Wydawniczego „Bellona” realizowane. Jesteśmy przedsiębiorstwem państwowym, nadzorowanym przez ministra obrony narodowej, te funkcje mamy wpisane w statut i realizujemy je w różnych kanałach działalności i na różnych nośnikach. Oczywiście wielkim nośnikiem jest sfera książki, sfera prasy wojskowej, ale także sfera prasy komercyjnej, w którą coraz więcej wchodzimy, bo przecież jako przedsiębiorstwo musimy dawać sobie radę. I informuję, że przy innych tytułach aż takich problemów nie ma, jakkolwiek w całej sferze prasy rynek polski odczuwa regres. W skali kraju, oczywiście, różne dane są podawane w zależności od tego, czy jakiś tytuł jest w tym systemie krajowym kontroli prasy, czy go nie ma, ale mówi się o spadku zakupu od 6%, oficjalnie, do 30%. Chodzi o spadek może nie czytelnictwa, lecz zakupu tytułów prasowych na tak zwanym wolnym rynku. Myślę, że w to również trzeba wpasować naszą prasę wojskową. To jest jakby jeden element.

Z kolei kwestia ceny jest to również kwestia funkcji realizowanej przez naszą prasę. Mianowicie, jeśli każdy numer „Polski Zbrojnej” jest czytany codziennie przez 3/4 kadry żołnierzy – mam tutaj badania z grudnia ubiegłego roku, na które się powoływała pani redaktor Wągrowaska, zresztą robione na zlecenie pana dyrektora Sikory, czyli stosunkowo świeże badania, przeprowadzone na dużej próbie badawczej z wojska – to znaczy, że to pismo spełnia wielkie funkcje w środowisku wojskowym: informacyjne, wychowawcze i inne. Być może nie zaspokaja to każdego oceniającego, ale rezonans czytelniczy jest duży, czyli swoje funkcje pismo realizuje.

Jeśli te dane porówna się do czytelnictwa ogólnej prasy, w tym „Gazety Wyborczej”, którą czyta 37%, „Expressu” – 28% itd., tygodników typu „Wprost” czy „Polityka” – po 27%, to okaże się, że „Polska Zbrojna” jest jakby głównym nośnikiem informacji, a także wartości dla środowiska wojskowego. To jakby jeden element, którym nawiązuję do wypowiedzi pani senator, że trzeba realizować te funkcje społeczne, informacyjne, wychowawcze.

W kontekście wypowiedzi pana ministra chcę także zameldować panu ministrowi i poinformować wszystkich państwa, że my już podjęliśmy w „Bellonie” kon-

kretność działań. Mianowicie zatrudniłem nowych ludzi do spraw promocji. Jest już bardzo rzetelna analiza, diagnoza jest postawiona co do jednego egzemplarza. Tylko, proszę państwa, jest to kwestia oczywiście zmodyfikowania pewnej umowy. My próbujemy i wielokrotnie próbowaliśmy rozszerzyć naszą ofertę. I dam przykład. Realizowaliśmy komercyjną umowę z Wojskowym Biurem Emerytalnym i wysłaliśmy do wszystkich emerytów w Warszawie ofertę sprzedaży „Polski Zbrojnej” i „Żołnierza Polskiego”. Na ponad trzydzieści tysięcy naszych ofert odpowiedziały trzy osoby, i chodziło o książki.

Tak więc bardzo istotnym zjawiskiem jest przekazywanie sobie informacji o ważnych materiałach „Polski Zbrojnej”. Proszę państwa, fakty krążą z jednej strony Polski na drugą, jeśli jakiś artykuł jest ważny. To też jest ogólne prawo, które dotyczy jakby słabości rynku, w sumie okradany jest wydawca, bo to jest prawo ogólne. My należymy jako przedsiębiorstwo do różnych stowarzyszeń ochrony praw i wiemy, że to dotyczy również książek naukowych itd., ale my również to odczuwamy i z tym się spotykamy. Wybierane są artykuły o charakterze utylitarnym i kolportowane w innej formie.

Organizowaliśmy różne konkursy dla kioskarzy, którzy sprzedają nasze tytuły wojskowe. I liczę na to, że uda nam się tak przeformułować nasze zadania, żeby cena była niższa i przy pomocy pana ministra spróbujemy dotrzeć do decydentów sieci kolporterskich, bo jest szansa na zwiększenie tej dostępności. Kwestia sprzedaży potem, to jest kwestia już innego rodzaju, bo sytuacja jest taka, że wszyscy się spotykamy we wszystkich obszarach, że gorsze wypiera lepsze. A nasz produkt jest produktem o pewnym nośniku aksjologicznym, my tam przekazujemy wartości, o które tak apelowała pani senator. Podpisując się pod nimi, stwierdzamy, że one zawsze mogą przegrać w konfrontacji z propozycjami łatwymi, przyjemniejszymi itd. Przecież nie mówię tutaj o konfrontacji z innymi tytułami, również wojskowymi czy militarnymi. Ktoś, kto ma wydawać złotówki, musi mieć bardzo rozbudzone zainteresowania, żeby chciał kupić tytuł, który daje wiedzę wojskową, daje wiedzę obronną itd.

Co prawda, my, próbując rozszerzać tę wiedzę, podejmujemy bardzo dużo różnorodnych działań, o czym miło mi poinformować szanowną komisję, rozszerzamy ten kanał czy tę atmosferę, tło społeczne dla rozwijania się pewnych zainteresowań obronnych, zainteresowań wartościami patriotycznymi. Na przykład, chcąc pobudzić czytelnictwo „Żołnierza Polskiego”, dołączaliśmy specjalistyczne wydawnictwa – jak przeżyć w terenie miejskim, wyposażenie sił specjalnych. Te książki trafiały do młodzieży. One są potrzebne. Był to koszt przedsiębiorstwa, jesteśmy przedsiębiorstwem, chcieliśmy spróbować i w sumie sprzedaż wzrosła, z tym że, oczywiście, to nie była to sprzedaż na miarę zwrotu kosztów, o czym chcę poinformować.

Ponadto, jeśli chodzi o nasze działania, związane choćby z promocją „Żołnierza Polskiego”, to w stosunku do tamtej tendencji, zasygnalizowanej przez pana ministra, zaistniała odwrotna tendencja, w nowej formule, w nowej szacie, a także z różnego rodzaju gratisami, książkami, płytami CD. Chcemy tak pracować jeszcze parę miesięcy, żeby „Żołnierz Polski” utrzymał się na rynku i żeby jakby podtrzymać tę tradycję, o której mówiła pani redaktor naczelna. Jest to decyzja naszego przedsiębiorstwa, mamy takie ambicje, by ten tytuł utrzymać. Oczywiście, jeśli nie uda nam się, to za kilka miesięcy będziemy radzić nad tym, co robić. Obecnie mamy plan, wydaje mi się, że bardzo sensowny, promocji „Żołnierza Polskiego”.

I niech mi będzie wolno podziękować w tym miejscu panu dyrektorowi Sikorze, bo nasze cele, określone w statucie, są zbieżne w wielu miejscach z działaniami departamentu promocji obronności. Ta praca jest na co dzień, praca ze stowarzyszeniami. My kierujemy się oczywiście chęcią pozyskania choćby potencjalnych czytelników, a współpraca z departamentem jest na bardzo wielu polach, takich konkretnych: przy okazji imprez młodzieżowych, stowarzyszeń, w których uczestniczy bardzo dużo ludzi, czy poprzez nasz patronat medialny, a także poprzez wspomaganie działań darowiznami książkowymi – oczywiście zgodnie z ustawą, w ramach tych limitów. Współpracując, czujemy się potrzebni środowisku wojskowemu, czujemy się potrzebni wojsku.

I myślę, Panie Dyrektorze, że czasami pan również ma powód do satysfakcji, że współpracuje pan z „Belloną”, przynajmniej taką mamy nadzieję. Dziękuję bardzo.

### **Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję serdecznie.

Panie Dyrektorze, Komisja Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego również przyłącza się do tych podziękowań.

Myślę, że jest dobry moment, żeby szanownych państwa poinformować, że w imieniu Komisji Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego wystąpiłem do marszałka Senatu o uhonorowanie – to nie jest wyreżyserowane, że akurat tych dwoje państwa zabierało głos w pierwszej kolejności, tak wyszło – medalami Senatu pani redaktor Marii Wągrowskiej i całej redakcji „Polski Zbrojnej” oraz wydawnictwa „Bellona” na czele z panem pułkownikiem Skrzypcem.

Panie Marszałku, jeżeli można, proszę o honorowanie.

### **Marszałek Longin Pastusiak:**

Panie Przewodniczący! Panie i Panowie Senatorowie! Panie Ministrze! Szanowni Państwo!

Przede wszystkim pozwólcie, że jednak powiem kilka zdań. Kiedy myślimy o obronności, kiedy mówimy: obronność, to najczęściej mamy na myśli budżet, następnie mamy na myśli stan sił zbrojnych, wyposażenie, sprzęt, jakim dysponują nasze siły zbrojne. I zapominamy wtedy, że istnieje jeszcze inny, ważny czynnik, jakim jest właśnie stan ducha obronnego czy bojowego społeczeństwa polskiego, stan świadomości, obronność w świadomości i edukacja właśnie w dziedzinie obronności.

Cieszę się, że mamy dziś zaszczyt na posiedzeniu Komisji Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego Senatu Rzeczypospolitej gościć przedstawicieli aż szesnastu tytułów, które wnoszą wkład właśnie w tę wiedzę, edukację o obronności kraju. I w związku z tym przyjąłem rekomendację Komisji Obrony Narodowej uhonorowania dwóch naszych wydawnictw. Zaczniemy od kobiety, a więc od „Polski Zbrojnej”.

Marysiu, jeżeli mogę pozwolić sobie na taką poufałość, chciałbym wręczyć ci medal Senatu Rzeczypospolitej. (*Oklaski*)

Muszę się przyznać, że jestem również autorem w „Polsce Zbrojnej”.

Proszę państwa, drugi medal oczywiście dla wydawnictwa „Bellona”. I chcę państwu powiedzieć – to jest zupełny przypadek – że pierwszą swoją książkę, dokładnie czterdzieści lat temu, wydałem w tym wydawnictwie, wówczas Wydawnictwie Mi-



nisterstwa Obrony Narodowej; ostatnią swoją książkę, sześćdziesiątą piątą, „Prezydenci amerykańscy wobec spraw polskich”, wydałem także w „Bellonie”.

Panie Dyrektorze, bardzo proszę o przyjęcie tego medalu. (*Oklaski*)

To oczywiście, proszę państwa, nie umniejsza znaczenia innych wydawnictw, które też śledzę i czytam. Mam nadzieję, że komisja jeszcze nie raz weźmie na warsztat ocenę pracy środków masowego przekazu, periodyków, wydawnictw w dziedzinie obronności i jeszcze będzie okazja, żeby uhonorować innych.

(*Senator Lesław Podkański: Jeśli nie będzie skrócona kadencja.*)

Jeżeli opozycja się do tego nie przyczyni, to nie będzie.

(*Redaktor Naczelna Tygodnika „Polska Zbrojna” Maria Wągrowka: To zapewne niczego nie zmieni, bo pan Pastusiak i wszyscy inni będą autorami zarówno „Polski Zbrojnej”, jak i „Bellony”, bez względu na długość kadencji.*)

### **Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Miejmy nadzieję, że Komisja Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego w tym, a nawet w innym składzie zawsze będzie miała możliwość występowania do marszałka Senatu o uhonorowanie również innych wydawnictw.

Szanowni Państwo! Nie sposób jest wszystkich jednocześnie uhonorować. Zrobiliśmy to pierwszy raz, o ile wiem, to jest pierwsze tego rodzaju spotkanie w Senacie, a nie wiem, czy w Sejmie w Komisji Obrony Narodowej bywały takie spotkania. Rozpoczęliśmy je i myślę, że będziemy kontynuować.

Teraz, jeżeli państwo pozwolicie, będziemy kontynuować dyskusję na temat roli i zadań, jakie realizuje prasa wojskowa, prasa specjalistyczna.

Chciałbym nawiązać do kilku zdań, które pan marszałek powiedział, używając takiego pięknego sformułowania, że prasa jest nośnikiem. Mnie jako artylerzyście to się kojarzy z tym, że każda, nawet najstraszniejsza broń musi być jakoś przenoszona. Rakietą jest po to, żeby zanieść głowicę, a wasza prasa niesie myśl. Myśl jest naprawdę doskonałą bronią i ona powinna trafiać wszędzie. Wobec tego wy tworzycie nośnik, który przenosi tę wiedzę do czytelników, wiedzę, która potrzebna jest i temu, który płaci podatki – żeby wiedział, za co płaci, po co, na co te pieniądze są wydawane – i temu, który konsumuje, czyli z drugiej strony – dlaczego tyle, co na to się składa itd., itd.

Mam ostatni numer „Raportu”, za który dziękuję panu redaktorowi Łuczakowi. Dyskretnie popatrzyłem na tytuły. Obecnie bardzo dużo emocji budzi słowo „offset”. Wiem, że „Raport” od początku bardzo szczegółowo zajmuje się tym problemem i na bieżąco informuje. Szkoda, że ta wiedza, którą państwo tutaj prezentujecie, nie wszędzie trafia, bo to jest naprawdę wspaniała wiedza.

Proszę bardzo, kto z państwa chciałby podzielić się swoimi uwagami?

### **Senator Maria Berny:**

Jeszcze jedno zdanie, skoro pan senator był uprzejmy powiedzieć, że jestem tu na prawach wyjątkowych.

Na tak zwanym świątecznym jajeczku, którego gospodarzem był pan minister, spotkałam pana redaktora Łuczaka i wymieniliśmy kilka bardzo interesujących zdań na temat prasy komercyjnej. Zachęcałam pana wtedy, żeby pan tę teorię – bo to była prawię teoria, którą pan przedstawił – przekazał nam tutaj na posiedzeniu komisji. Może

podyskutujemy na ten temat, bo dla mnie to była kontrowersyjna sprawa. Przepraszam, to nie znaczy, że pana wyciągam do odpowiedzi.

(*Redaktor Naczelny „Raportu” Wojciech Łuczak:* Dobrze, proszę bardzo, ja się nie uchylam od odpowiedzialności, proszę bardzo.)

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Proszę bardzo, pan redaktor Łuczak, proszę uprzejmie.

**Redaktor Naczelny „Raportu” Wojciech Łuczak:**

Może powiem parę słów, rzeczywiście chciałem zabrać głos. Dziękuję za miłe słowa ze strony wszystkich państwa. Nie będę tutaj szczegółowo dziękował, bardzo dziękuję za wszystkie miłe słowa. Cóż, ja chciałem powiedzieć o jednej sprawie, która nam leży na sercu. Otóż powołując w 1997 r. ten tytuł do życia, chcieliśmy przede wszystkim przekazywać rzetelne informacje na tematy bardzo istotne, naszym zdaniem, i rzeczywiście tak się stało. Dziękuję tutaj panu przewodniczącemu za ten offset, bo właśnie to jest bardzo istotne.

Otóż chcieliśmy przede wszystkim przekazać ogromną porcję wiedzy, której do tej pory brakowało również parlamentarzystom, wszystkim państwu, którzy podejmiecie decyzje przez podniesienie ręki. Tak więc chcieliśmy po prostu dostarczyć porcję wiedzy po to, żebyście państwo mogli obiektywnie – oczywiście w ramach swoich partii – decydować o kształcie pieniędzy, które wszyscy wydajemy. I dlatego dziękuję bardzo za słowa uznania. Rzeczywiście zajmujemy się offsetem i to bardzo wnikliwie. Przepraszam, że się posłużę słowami autorytetu, ale niedawno w Madrycie papież zachęcał do tego, żeby wypowiadać się wbrew obowiązującym prądom, pod prąd, zgodnie ze swoim sumieniem i najlepszą wolą. Otóż my staramy się to robić i z reguły są to wypowiedzi pod prąd. Ostatnio zajęliśmy się tym offsetem i pokazujemy ewentualne buble i niedoróbki, o czym możecie się państwo przekonać, czytając najbliższy, najnowszy numer „Raportu”, możecie się przekonać o tym, że nie wszystko jest tak wspaniałe, jak oficjalnie się to głosi.

Tak więc przypomnę jeszcze raz: chcemy dać wiedzę, a także chcemy upomnieć się o te pieniądze, które fiskus wyciągał z kieszeni nas wszystkich, podatników, i potem opowiedzieć, w jaki sposób są one wydawane – miejmy nadzieję, że również w zbożnych celach na obronność. My się upominamy o bardzo rozsądne wydatkowanie tych pieniędzy, ponieważ jesteśmy medium absolutnie niezależnym. Mamy ten luksus, że nas nie finansuje ani MON, ani inna instytucja państwowa, mamy więc prawo upomnieć się o rozsądne wydatkowanie własnych pieniędzy, i to czynimy. Miejmy nadzieję, że z dobrym skutkiem. Rządy przeminą, politycy przeminą, ale my wszyscy zostaniemy tutaj z pewnym bagażem ich decyzji i będziemy musieli sobie z tym wszystkim radzić za pięć lat, za dziesięć lat, nasze dzieci czy wnuki będą musiały sobie z tym wszystkim jakoś radzić. I dlatego naszym obowiązkiem – tak przynajmniej to czujemy – jest uświadamianie wszystkim, jaka jest prawda. Mimo zadęcia propagandowego i mimo, czasami, przebijania murów, że tak powiem, z mowy medialnej lub też braku konkretnej informacji, staramy się to czynić.

Tak więc, Panie Przewodniczący, bardzo dziękuję za te słowa uznania w kwestii offsetu, bo staramy się docierać do samego dna prawdy tego wszystkiego.

Co do wypowiedzi pani senator. Ja niezmiennie prezentuję opcję następującą. Też jestem dziennikarzem prasowym od samego początku mojej kariery, ale czasy się zmieniają i musimy sobie to zdecydowanie powiedzieć. Kiedyś, kiedy prezydent był moim bezpośrednim szefem, było to w czasach „Sztandaru Młodych”, stwierdziliśmy, że czasy słowa drukowanego jak za Gutenberga powoli mijają i wkraczamy, czy ktoś sobie tego życzy, czy nie, w okres cywilizacji obrazkowej. I ktoś, kto tego nie rozumie albo nie chce się z tym pogodzić, musi podzielić los tkaczy lionskich albo niszczycieli krosien mechanicznych, ponieważ na to nie ma rady. Naszym obowiązkiem jest po prostu uświadomić to wszystkim, przystosować się do tego albo zginąć. Innej możliwości, Drody Państwo, nie ma. Nie ma już na świecie pism, które utrzymywałyby się wyłącznie ze sprzedaży nakładu. Mówię o wielkich renomowanych magazynach, które podziwiamy, których przywoływane przykłady świadczą o tym, że kariery wielkich magnatów prasowych są możliwe. Otóż nie ma już na świecie żadnego z renomowanych magazynów – dotyczy to również starszych tytułów polskich tygodników czy miesięczników – które by się utrzymywały wyłącznie ze sprzedaży. I to jest mit, proszę państwa, chcę to jasno tutaj powiedzieć, żebyśmy sobie dalej nie podbijali tego bębenka. To będzie nadal postępować i to w bardzo szybkim tempie. I ktoś, kto tego nie pojmie, nie zrozumie i nadal będzie opierał kalkulacje finansowe na zyskach z czytelnictwa lub też ze sprzedaży, po prostu przyczyni się do krachu finansowego. I ja otwarcie chcę o tym powiedzieć i absolutnie nie mam co do tego żadnych wątpliwości, przynajmniej z punktu widzenia naszej grupy prasowej. A my wydajemy – chciałbym tu przypomnieć – najstarszy w Polsce miesięcznik „Skrzydłata Polska”, który ma już siedemdziesiąt lat. Tak więc trochę tej wiedzy wydawniczej w wydaniu prywatnym żeśmy zgromadzili. Oprócz „Skrzydlatej Polski” i „Raportu” wydajemy jeszcze tytuły przeznaczone dla szerokiego kręgu publiczności: „Przegląd konstrukcji lotniczych” czy specjalistyczny magazyn dla hobbyistów „Aeroplan”. Po prostu my również zmagamy się z tą rzeczywistością.

I powtarzam raz jeszcze: dzisiaj naprawdę nikt nie przeżyje wyłącznie ze sprzedaży – sponsorowanej czy niesponsorowanej – dlatego że ludzie w Polsce mają mniej czasu, mają coraz mniej pieniędzy, a każdy ma w domu jakieś tam medium elektroniczne i ono pozwoli po prostu wyeliminować ten tytuł, który się kiedyś czytało, a teraz brakuje na niego pieniędzy. Wobec tego na rynku pozostaną tytuły, które będą dobrze notowane w niszach. I myśmy starali się właśnie zagospodarować taką niszę. Wydaje nam się, że w jakiś tam sposób to nam wychodzi.

Tak więc jeszcze raz podkreślam, że w kalkulacjach finansowych należy oprzeć się przede wszystkim na pracy reklamowej, dlatego że na czytelnictwie naprawdę dalej się nie ujedzie. To jest jedna prawda.

Teraz druga prawda, tak przynajmniej mi się wydaje, którą chcę tutaj powiedzieć. Dbając o rentowność całego przedsięwzięcia, należy wziąć pod uwagę to, że wśród materiałów, które powinny się przebić ze swoją atrakcyjnością na tyle, żeby zachęcić reklamodawców, należy umieszczać również materiały, które powinny kształcić, które powinny budzić takie czy inne odczucia i kształtować nowoczesną wiedzę obronną. Pewnie za chwilę część państwa się na mnie obrazi, ale powiem tak: żyjąc nadal w atmosferze konia i szabli, nie da się zrozumieć świata, ponieważ świat jest zupełnie inny, a w tej chwili przeżywamy jego kolejną odsłonę nieprzewidywalności. I raczej należałoby ludziom wytłumaczyć, że ten świat jest nieprzewidywalny, niżli ciągle patrzeć do tyłu i niczym kawalerzyści przeć do przodu w otoczeniu tradycji.

My staramy się przynajmniej przewidywać przyszłość i zajmować się najnowszymi trendami, osiągnięciami, tym, co na świecie jest najważniejsze, co naszym zdaniem popycha do przodu ten wehikuł nowoczesnej obronności. I tak będziemy to czynili.

Na koniec chciałbym pogratulować wszystkim nagrodzonym państwu i z ogromnym zadowoleniem skonstatować, że z „Polską Zbrojną” jesteśmy współpartnerami medialnymi imprezy, która odbędzie się pod koniec maja i będzie poświęcona – tutaj ukłon do pana przewodniczącego – właśnie offsetowi. Dziękuję.

### **Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję bardzo.

Proszę uprzejmie, kto z państwa?

Pan senator Tadeusz Bartos.

### **Senator Tadeusz Bartos:**

Proszę państwa, to dla mnie przyjemność i satysfakcja – tak jak już przewodniczący powiedział – że od niedawna służę w tej Komisji Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego.

*(Przewodniczący Wiesław Pietrzak: Proszę zauważyć jak ładnie powiedział: służę w komisji.)*

Służę w komisji. Ja nie służyłem zawodowo, byłem żołnierzem w czynnej służbie, służyłem w jednostce reprezentacyjnej Wojska Polskiego, mój rozmiar sam za siebie mówi. To był zaszczyt, to był honor, tam się dojrzewało. W tymże czasie, kto nie służył w wojsku, to nie był – jak to się mówi – pełnym, dojrzałym mężczyzną, nawet do ożenku. Dziewczyny przecież inaczej się patrzyły na tych, którzy mieli szlify mundurowe za sobą.

Taka refleksja mi się nasuwa, że faktycznie, jest regres w poczytności prasy wojskowej. Przede wszystkim, armia też nam topnieje, prawie jak śnieg na wiosnę, bo przecież jak byśmy policzyli, było ponad milion żołnierzy, zarówno służby zawodowej, jak i czynnej. I w zasadzie zmierzamy do jednego celu, milowymi krokami zmierzamy do tej armii zawodowej. A zatem będzie zaledwie – strzelam – około 15% w stosunku do tego, co było w wojsku, do służby zawodowej i czynnej w tej armii.

Poza tym trzeba sobie wyraźnie powiedzieć, że nasze społeczeństwo jest ubogie, ono biedniejsze i dla niego te media są drogie, jeżeli chodzi o siłę nabywczą. Przeciętny śmiertelnik... Ja dopiero teraz zaczynam zaglądać do tej prasy wojskowej, bo ona mi jest potrzebna z racji pełnienia tej funkcji, tej służby – jak przewodniczący powiedział – w Komisji Obrony Narodowej. Czytam w tych mediach lokalnych o tym, co dzieje się bezpośrednio w tej naszej społeczności, bo to już jest jakaś tam, powiedzmy, perspektywa i szersze spojrzenie na sprawę.

Wydaje mi się, że faktycznie, można by się zastanowić – tak jak kolega tu przed chwilą powiedział – nad sprawą reklamy. Wszystkie gazety cywilne również zabiegają o różnego rodzaju promocję etc. I teraz, faktycznie, żeby się utrzymać, to najlepiej by było, żeby MON – a MON to przecież my, jeżeli chodzi o dotowanie tej prasy – rozdawał ją do różnych świetlic czy ewentualnie na różnego rodzaju dworce. Bo przecież na dobrą sprawę w sklepach spożywczych człowiek zaopatruje się w prasę, również regionalną, ale tam nie ma prasy technicznej, tej wojskowej. A gdyby nawet była, to

też jest wątpliwe, czy by się sprzedawała, z tej racji, że nasze możliwości są takie, jakie są, jeżeli chodzi o kondycję ekonomiczną. Jest nadzieja, że sytuacja się radykalnie zmieni, bo Unia jest u nas, my też będziemy w Unii, i bądźmy dobrej myśli.

Wczoraj prezydent Kwaśniewski zrobił piękną lekcję pokazową. Był na ziemi świętokrzyskiej, gdzie ponad pięć godzin dyskutowaliśmy na temat sukcesów. Nie ulega wątpliwości, że były różne zdania, również na temat zagrożeń. Ale wydaje mi się, że społeczeństwo jest na tyle dojrzałe... Na tym wiecu, gdzie było gdzieś około pięciu tysięcy ludzi – jak ja obserwowałem – było dwóch, trzech nawiedzonych, którzy mieli nieco odmienne zdanie. Ale uważam, że tak jak jedna jaskółka nie czyni wiosny, tak samo i ta opozycja również nie ma jakiegoś takiego kolosalnego znaczenia w tej całej działalności.

Ja również przyłączam się do wyróżnionych. Cała przyjemność po mojej stronie, że tak blisko siedzę, Panie Przewodniczący. Miałem okazję uścisnąć dłoń osobście. Życzę wszystkiego najlepszego.

*(Głos z sali: Przyjemna służba.)*

Przyjemna służba. Życzę wszystkiego najlepszego. Do miłego zobaczenia. Żeby ta prasa była w coraz lepszej kondycji, a jak społeczeństwo będzie bardziej zamożne, to wszystkie media będą funkcjonować, będą utrzymywać się z własnych redakcji, z własnej działalności gospodarczej. Dziękuję bardzo.

#### **Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję panu senatorowi.

Proszę uprzejmie, kto jeszcze z państwa? Proszę śmiało. Myślę, że jest wiele problemów, można się nimi podzielić.

Czy pan pułkownik?

Proszę uprzejmie, pan pułkownik.

#### **Szef Oddziału Kontaktów Zagranicznych i Systemów Informacyjnych w Biurze Prasy i Informacji w Ministerstwie Obrony Narodowej Leszek Laszczak:**

Podpułkownik Leszek Laszczak, szef Oddziału Kontaktów Zagranicznych i Systemów Informacyjnych w Biurze Prasy i Informacji w MON.

Przede wszystkim pragnę serdecznie podziękować w imieniu dyrektora Mleczaka, którego w tej chwili, niestety, nie ma w kraju, za zaproszenie Biura Prasy i Informacji. Reprezentuję instytucję, której zadaniem jest komunikowanie się ze społeczeństwem i zgodnie ze statutem organizacyjnym oraz regulaminem Ministerstwa Obrony Narodowej każdego dnia realizuje ona zadania w tym zakresie.

Chciałbym się podzielić kilkoma bardzo krótkimi refleksjami. Oczywiście, wszyscy mamy świadomość, że poszczególne redakcje, zarówno centralne, jak i lokalne, wykonują bardzo istotną, ważną pracę na rzecz obronności państwa, na rzecz wzrostu świadomości obronnej. Myślę, że musimy też mieć świadomość, że tak naprawdę to, o czym dzisiaj rozmawiamy, jest takim dosyć szerokim pytaniem o to, w jaki sposób tę świadomość proobronną kształtować, w jaki sposób ją rozwijać. I rola oraz miejsce prasy wojskowej jest jednym z elementów w dyskusji o tym jakże ważnym problemie.

Oczywiście, ze względu na warunki finansowe czy inne ograniczenia długo nie będą możliwe do zastosowania rozwiązania, które funkcjonują w różnych miejscach Europy. Podam może przykład doświadczeń skandynawskich. Obecnie ponad 70% parlamentarzystów w fińskim parlamencie odbyło pełne przeszkolenie z zakresu bezpieczeństwa państwa. Żołnierze poborowi, którzy idą służyć do armii fińskiej, otrzymują możliwość wyboru jednostki, na kilka tygodni przed wcieleniem do armii otrzymują informację na temat tej jednostki wojskowej, pełne informacje – co ich czeka, jakie są potrzeby itd.

Nie będziemy też wysyłać – tak jak to robi sztab prasowo-informacyjny armii niemieckiej – do ponad stu pięćdziesięciu tysięcy młodzieży poborowej specjalnych biuletynów informacyjnych o wojsku po to, aby ich lepiej przygotować do służby wojskowej. To nie znaczy, że u nas nic się nie dzieje czy stwierdzamy, że zrobiliśmy tyle, ile było można. I dlatego bardzo dobrze, że dzisiaj rozmawiamy tutaj o kondycji prasy wojskowej.

W naszym przekonaniu, w przekonaniu Biura Prasy i Informacji MON, ponieważ nie będziemy mieli więcej pieniędzy, staramy się wykorzystywać to, co mamy. Również inne instytucje Ministerstwa Obrony Narodowej starają się jak najlepiej, najefektywniej wykorzystać te pieniądze, wzbogacając ofertę o różnego rodzaju nowe pomysły, na przykład o cd-romy czy innego rodzaju wydawnictwa elektroniczne, które są dosyć tanie, a pozwalają dotrzeć do szerszego kręgu czytelników.

W ostatnim czasie udało nam się też unowocześnić portal internetowy MON, którego część informacyjną redaguje Biuro Prasy i Informacji, a część promocyjną – Departament Wychowania i Promocji Obronności. Odpowiedzieliśmy na zapotrzebowanie internautów, które bardzo wzrosło w pierwszych dniach operacji „Iracka wolność”, kiedy mieliśmy około dziesięciu tysięcy wejść na stronę, co zapychało nam tę stronę. Przy normalnym obciążeniu serwera jest około czterech tysięcy wejść. Wyciągnęliśmy z tego dwa wnioski. Po pierwsze, dosyć szybko umieściliśmy specjalny dział, będący odpowiedzią na to zapotrzebowanie, w którym do dzisiaj można znaleźć informacje na temat ekspertów wojskowych i szereg oficjalnych stanowisk państwowych w tej sprawie. Po drugie, staramy się rozszerzyć wydajność serwera Sztabu Generalnego Wojska Polskiego i mamy nadzieję, że w najbliższym czasie trzykrotnie ulegnie zwiększeniu przepustowość tego kanału informacyjnego po to, aby nawet przy zwiększonej oglądalności serwisu można było z niego korzystać. Tego typu środki będziemy dalej doskonalić.

Innym medium, które jest w zasięgu Ministerstwa Obrony Narodowej, jest serwis WAP, przeznaczony dla użytkowników telefonów komórkowych. Chodzi o krótką, szybką informację – również staramy się to robić.

Wydaje mi się, że warto byłoby głębiej zastanowić się nad odpowiedziami na kilka pytań. Bo, po pierwsze, nie istnieje jeden odbiorca wojskowy. To nie jest tak, że potrzeby żołnierza służby zasadniczej są tożsame z potrzebami żołnierza w służbie stałej czy emeryta wojskowego. I w związku z tym może należałoby spróbować odpowiedzieć sobie w redakcjach na pytanie, w jakim zakresie możemy zaspokoić potrzeby młodych ludzi w wojsku, którzy mają lat dwadzieścia. Po drugie, warto też zastanowić się, jak ma wyglądać dysponowanie własnymi stronami internetowymi w Wojsku Polskim, w resorcie obrony narodowej, bowiem obecnie w tym zakresie jest dosyć duża dowolność.

Biuro Prasy i Informacji MON planuje w drugiej połowie tego roku przedstawić kierownictwu resortu obrony narodowej pewne propozycje rozwiązań w tym zakresie, abyśmy mieli dosyć jednoznaczną sytuację, pozwalającą jak najszerszej, wspólnie wyjść do młodzieży, która przecież bardzo licznie korzysta z internetu.

To były takie najistotniejsze, naszym zdaniem, refleksje. Ważne jest, żebyśmy zdawali sobie sprawę z tego, że poza resortem obrony narodowej, który tak naprawdę robi bardzo dużo, żeby wyjść do społeczeństwa z problematyką obronną, nikt inny tego nie robi. Pomimo różnego rodzaju zapisów czy jakichś ogólnych informacji na tematy proobronne, w systemie edukacyjnym w naszym kraju ta wiedza nie jest na pierwszym miejscu. A zatem działania promocyjne, działania informacyjne – czego dowodem jest choćby troska kierownictwa resortu o te sprawy i przydzielenie na ten cel określonych środków – w dalszym ciągu będą potrzebne. Po prostu nie ma drugiej istotnej – tak nam się wydaje – siły poza resortem obrony narodowej, która mogłaby przejąć pałeczkę lidera. Brakuje w Polsce takiej instytucjonalnej tradycji, zgodnie z którą część pieniędzy przeznaczano by na budowę świadomości proobronnej, podobnie jak jest w przypadku centrów informacyjnych rządów, gdzie część pieniędzy jest przeznaczona na szerokie informowanie opinii publicznej. A przecież bez tej świadomości trudno jest później oczekiwać, że będziemy mieli ludzi, którzy dobrze będą sobie radzić w zwykłej rzeczywistości, już nie mówiąc o wypełnianiu powinności obronnych na rzecz państwa. Dziękuję bardzo.

#### **Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję bardzo.

Myślę, że pan pułkownik częściowo odpowiedział na pytanie czy uchylił rąbka tajemnicy, dlaczego spada zainteresowanie słowem pisanym. Elektroniczna wiedza przenika wszędzie, jest coraz większe zainteresowanie internetem, coraz większe zainteresowanie wiadomościami przekazywanymi za pomocą SMS, za pomocą telefonii komórkowej, ta sama wiedza lub podobna dociera do młodzieży, szczególnie do młodych odbiorców, w sposób bardziej nowoczesny. Po co wydawać pieniądze na gazetę, po co szukać jej w kiosku, jeśli można otrzymać informację w ten nowoczesny sposób?

Myślę też, że, mówiąc o rozwoju wiedzy elektronicznej czy sposobach rozsyłania wiadomości, elektronicznych sposobach, przy zmianie rakiety tego nośnika na elektroniczny, optymizmu pan nie wlał w tych, którzy w dniu dzisiejszy troszczą się tutaj o to, jak podnieść dystrybucję swoich czasopism. Aczkolwiek myślę, że to jest również jakieś wyzwanie. Nie wiem, jaka jest możliwość czerpania zysku z drukowania elektronicznego artykułów. Każdy, kto w to wejdzie, siłą rzeczy gdzieś tam zapłaci, tylko że trzeba podpisywać jakieś umowy z dystrybutorem tej wiedzy, z tym, który niesie tę wiedzę w sposób elektroniczny.

Proszę bardzo, widzę, że te wypowiedzi sprowokowały pana dyrektora.

#### **Szef Oddziału Kontaktów Zagranicznych i Systemów Informacyjnych w Biurze Prasy i Informacji w Ministerstwie Obrony Narodowej Leszek Laszczak:**

Panie Przewodniczący, ad vocem.

Chcę poinformować, że „Bellona” na własnych serwerach, na stronach internetowych „Polski Zbrojnej”, „Żołnierza Polski” i „Mówią wieki” umożliwia czytelnikom

wykorzystującym tę właśnie formę, ten nośnik, dostęp do informacji, już tysiące osób odwiedza nasze strony. Jest też bezpośrednia komunikacja, redaktor wyznaczony przez panią naczelną prowadzi czaty. Na czatach, na rozmowach bezpośrednich gościliśmy ministra, gościliśmy prezesa agencji mieszkaniowej, który tłumaczył się na żywo z pewnych propozycji ustawowych, znanych panu senatorowi. Tak więc to jest już norma. A „Bellona” wygrywa już pokaźną liczbę przetargów publicznych, czy to dla województw, czy dla instytucji państwowych, na przygotowanie materiałów i produkcję CD. To jest nośnik, który u nas jest jakby normą. Przygotowywaliśmy takie materiały również dla departamentu czy biura prasy, wcześniej uczestnicząc w przetargu publicznym. Tak więc jest to jeden z elementów, który musimy zastosować, bo inaczej sami się wyeliminujemy. Dziękuję.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

No właśnie. I teraz proszę nam, laikom, wytłumaczyć, co z tego lub ile z tego, że to jest wyemitowane, ma redakcja. Przepraszam za takie pytanie, ale coś z tego wynika. Wobec tego proszę nam wytłumaczyć, jak to się przekłada na zysk dla redakcji.

*(Dyrektor Domu Wydawniczego „Bellona” Józef Skrzypiec: Na sprzedaż.)*

**Zastępca Dyrektora Domu Wydawniczego „Bellona”  
Zbigniew Czerwiński:**

Na przychód.

Panie Przewodniczący, tylko kilka słów informacji. Oczywiście, jest w Polsce kilka pism, czasopism, które pobierają opłatę za korzystanie ze swoich zasobów, głównie archiwalnych.

*(Głos z sali: Ostatnio „Rzeczpospolita”, ale ostatnio.)*

Jest to „Rzeczpospolita” i „Gazeta Wyborcza”, szczerze mówiąc. Myśmy, tworząc stronę internetową, w pierwszym zamyśle mieli promocję pisma. Oczywiście my nie zamieszczamy pełnych artykułów z bieżącego wydania „Polski Zbrojnej” czy „Żołnierza Polskiego”, lecz zachęcamy tam do ich przeczytania. Rozważamy również możliwość, formę zamieszczenia innych treści, które nadają się do przekazania na stronie internetowej, a nie sposób ich podać w postaci wydruków papierowych. Prawdopodobnie będzie można spowodować, żeby tak zwane mikropłatności za korzystanie z pewnych zasobów informatycznych były wnoszone, ale to ciągle jeszcze jest w planach, bo obecnie nie ma w Polsce wyspecjalizowanych firm, które mogłyby pobierać takie groszowe opłaty – to byłyby tego typu wielkości.

Tak więc głównym obszarem tej działalności internetowej jest promocja, a jednocześnie wymiana informacji, zwłaszcza tych gorących, dotyczących środowiska wojskowego, bulwersujących je bądź interesujących. I ta forma, którą umożliwia nasz serwer, jest wentylem bezpieczeństwa, jak my to określamy. Na naszych stronach są bowiem również artykułowane pewne niepokoje z obszaru środowiska wojskowego, co pozwala w większym stopniu poznawać nawet nastroje wśród żołnierzy, którzy do nas piszą. Dziękuję bardzo.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję bardzo.



Wydaje mi się, że nasze spotkanie trochę się przedłuży, ponieważ coraz więcej osób wychodzi. Wobec tego tym, którzy już wyszli, którzy wychodzą i którzy za chwilę wyjdą chciałem serdecznie podziękować na udział w naszym spotkaniu, aczkolwiek jeszcze go nie kończę. Mam nadzieję, że będą państwo mieli jakiś pożytek z tego spotkania i jakaś pamięć o nim pozostanie u państwa.

Pani senator Berny.

**Senator Maria Berny:**

Ja się rzeczywiście czuję do tego, żeby już kończyć tę dyskusję, ale żałuję ogromnie, że wyszedł senator Łuczak, bo chciałam podjąć z nim polemikę. Skoro go nie ma...

*(Przewodniczący Wiesław Pietrzak: Redaktor. Przyszły senator.)*

*(Głos z sali: Przyszły senator.)*

Proszę?

*(Przewodniczący Wiesław Pietrzak: Przyszły senator.)*

*(Głos z sali: Pani powiedziała, że pan senator Łuczak.)*

Ach, przepraszam, pan redaktor oczywiście. Chciałabym podjąć z nim polemikę, ale nie będę do tego wracała. Spotkam się z nim kiedy indziej.

Teraz zaś, na kanwie tego wszystkiego, o czym mówiliśmy i tego, co mówił przedstawiciel prasy komercyjnej, chciałam zauważyć, że nasza dyskusja, mimo iż nieco niemrawa – chyba ze względu na ciśnienie atmosferyczne – jest jednak bardzo ważna. Zwróćcie państwo uwagę na to, że myśmy mówili o bardzo istotnych problemach państwa. Bo armia to element państwa, a nie rządu. Na posiedzeniach komisji senackich zwykle rozmawiamy o problemach rządu, a dzisiaj rozmawialiśmy o problemach państwa. Rząd przychodzi, odchodzi, rząd się zmienia, a państwo trwa. Wobec tego wszystko to, co chcielibyśmy społeczeństwu przekazać poprzez prasę i poprzez media, w moim głębokim przekonaniu powinno umacniać państwo. I odnoszę wrażenie, że tak się dzieje. Dlatego uważam, że jeśli „Polska Zbrojna” jest pismem dotowanym przez Ministerstwo Obrony Narodowej – przepraszam, że użyję tutaj tytułu „Polska Zbrojna”, Pani Mario, ale nie chodzi mi konkretnie o ten tygodnik, chociaż też – bo w jakiś sposób jest dotowane poprzez „Bellonę”...

*(Wypowiedź poza mikrofonem)*

Nie jest dotowane? To ja bardzo żałuję, że nie jest dotowane. Myślę, że pewna dotacja pomogłaby „Polsce Zbrojnej”...

**Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Obrony Narodowej  
Maciej Górski:**

Pani Senator, może wyjaśnię sprawę. Ministerstwo Obrony Narodowej kupuje dwadzieścia dwa tysiące egzemplarzy, a tysiąc kilkadziesiąt jest sprzedawane na rynku. Czyli, krótko mówiąc, 95% „Polski Zbrojnej” jest rozsyłane do sił zbrojnych i odpowiednich jednostek MON za pieniądze Ministerstwa Obrony Narodowej, czyli budżetowe.

**Senator Maria Berny:**

Oczywiście. I w tej chwili możemy to nawet nazwać ukrytą dotacją. Ale nie o to chodzi. MON kupuje to pismo i MON ma prawo życzyć sobie pewnego określonego kształtu tego pisma, kształtu wzmacniającego nasze myślenie o państwie. Prasa prywatna zaś, prasa komercyjna nie ma na celu dbać o wzmacnianie struktur państwa i o myślenie państwowotwórcze obywatela czy żołnierza, musi spełniać wymagania nie MON, lecz tego, kto zleca mu reklamę, za którą może żyć. Oczywiście ważne jest, że ta prasa komercyjna pomaga w zrozumieniu nowego świata. Ale „Polska Zbrojna” też pomaga. I to bardzo. Dziękuję.

**Przewodniczący Wiesław Pietrzak:**

Dziękuję bardzo, Pani Senator.

Czy ktoś z państwa chce jeszcze zabrać głos?

Szanowni Państwo! Tak jak powiedziałem na wstępie, otwierając dzisiejsze spotkanie, dzisiejsze posiedzenie komisji, chcielibyśmy rozpocząć cykl spotkań z tym nośnikiem wiedzy, nośnikiem tych idei obronności państwa, które państwo realizujecie. Chciałbym podziękować państwu za dotychczasową pracę, za to, co robicie. My sobie zdajemy sprawę z tego, że każda redakcja realizuje komercyjną działalność, bo tak można powiedzieć, niezależnie od tego, czy ona jest kupiona przez Ministerstwo Obrony Narodowej, czy dotowana przez kogoś innego, czy w inny sposób zdobywane są środki. Każdy, kto tę działalność prowadzi, musi dbać o to, co się nazwa chlebem powszednim.

Gratuluje tym, którzy dziś w sposób szczególny zostali wyróżnieni przez marszałka Senatu, przez Senat Rzeczypospolitej. Myślę, że będzie to również jakimś przyczynkiem dla pozostałych wydawnictw, dla pozostałych państwa, dla pozostałych redakcji do tego, żeby pokazać się w przyszłym roku czy na przyszłym spotkaniu, być dla komisji i pana marszałka widocznym. A takie przesłanki są i nie będziemy chcieli tutaj tworzyć monopolu. Od razu to zastrzegam.

Chciałbym bardzo serdecznie podziękować panu ministrowi za udział w posiedzeniu naszej komisji, za przedstawienie tej problematyki i punktu widzenia Ministerstwa Obrony Narodowej. Widzę, że Ministerstwo Obrony Narodowej interesuje się problemami prasy. Może nie wszystkie sprawy zostały tutaj przedstawione, ale nawet przy stole zerkalem na niektóre dokumenty i widziałem, że pan minister ma ciekawe materiały na temat poczytności, atrakcyjności, w ogóle na temat prasy.

Jesteście państwo na pewno w trudnej sytuacji, konkurując z elektronicznym nośnikiem wiadomości, ale elektronika ma to do siebie... Ja dużą walkę stoczyłem z telewizją, kiedy emitowała reklamę kleju „Atlas”. Moje serce się burzyło, krew się burzyła, jak oglądałem takie parodiowanie filmu, który był kontrowersyjnie przyjęty. Ale muszę powiedzieć, że niektórym to się podobało, bo było śmieszne, było z przezywnikami, z wykropkowaniem itd., itd. W prasie wojskowej nie spotkałem się z tego typu sprawami. Prasa wojskowa naprawdę poważnie, rzetelnie realizuje swoje zadania i wypełnia swoją misję. I za to serdecznie państwu dziękuję.

Z okazji dni książki i prasy składam państwu, państwa redakcjom, wydawnictwom, wszystkim redaktorom, reporterom, wszystkim terenowym organom, które działają na waszą korzyść serdeczne życzenia, obyśmy spotykali się częściej w dobrej

atmosferze. I cóż, życzę państwu wiele, wiele satysfakcji z tego, co robicie na rzecz obronności, bezpieczeństwa. A ponieważ pani redaktor mówi o bezpieczeństwie wewnętrznym, to możemy nawet przemyśleć to, aby „Polska Zbrojna” była organem prasowym naszej komisji, bo nasza komisja jest szerokim...

*(Głos z sali: Przepraszam bardzo, jaki jest budżet?)*

*(Wesołość na sali)*

Pani Senator Berny będzie się zajmowała budżetem.

*(Senator Maria Berny: Bardzo chętnie.)*

Jeżeli państwo pozwolicie, Państwo Senatorowie, Szanowni Goście, Panie Ministrze, to pozwolę sobie w tym momencie zamknąć posiedzenie Komisji Obrony Narodowej i Bezpieczeństwa Publicznego. Jeszcze raz wszystkiego dobrego. Dziękuję za udział.

*(Koniec posiedzenia o godzinie 14 minut 52)*

