

Igor Borkowski
Uniwersytet Wrocławski

Wprowadzenie

Większość zawartych w trzecim tomie rocznika „Dziennikarstwo i Media” tekstów koncentruje się wokół zagadnień związanych z szeroko pojętą przyszłością dziennikarstwa — jako elementu systemu medialnego, profesji zawodowej, pewnego fenomenu społecznego, wreszcie jako zestawu technik, które służą do konstruowania dyskursu publicznego. Nie mamy zamiaru budować zbioru, który miałby charakter profetyczny, zależało mi, jako jego redaktorowi, by różni autorzy z różnych, bliskich sobie perspektyw przyjrzeni się temu, w jakich kierunkach zmierza i samo dziennikarstwo jako swoista profesja zawodowa, i system medialny — szczególnie teraz, w dobie wydaje się przełomowych zmian technologicznych, zawodowych, mentalnych. Autorzy wskazują te obszary bliżej i dalej od samego dziennikarstwa położone, ale wciąż związane z nim, czerpiące z niego lub pozostające w różny sposób pod jego wpływem.

W świecie mediów i w samym dziennikarstwie jest jakaś niezaprzeczalna gigantyczna moc przyciągania. Świadczy o tym rzeczywistość polityczna, która nie może się dzisiaj rozgrywać bez światła kamer i masy ludzi mediów, którzy pochwycają w lot to, co polityk ma do powiedzenia, i ograją podczas kolejnej konferencji prasowej, tuż za załomem sejmowego korytarza, urządzanej przez jego ideologicznego konkurenta. Jest jakaś moc mediów w kreowaniu gwiazd nie tyle z niczego (do kategorii celebrities już przywykliśmy przecież), ile kreowania gwiazd z czegoś niegodnego. To prawda, że matka-dzieciobójczyni świetnie nadawała się na bohaterkę zbiorowej wyobraźni również dawniej. Znaleźlibyśmy ją i w literaturze wysokiej, i w folklorze, i w legendach miejskich. Dla antropologa codzienności nie byłoby też niczym dziwnym, że ludzie odreagowują skandal fałszywego porwania, a potem spektakl poszukiwania dziecka w sposób, na jaki ich we własnej wyobraźni i kompetencji kulturowej stać: składając w miejscu odnalezienia ciała ofiary kiczowate laurki i także maskotki opatrzone przywieszkami z banalnymi wierszowanekami. Gdy jednak media na czołówkach o grywają zdanie, które wyrzywa się z ust dziadka „małej Madzi”, jak

ofiara została nazwana przez media, jako pierwsze po doniesieniu o tym, że dziecko nie żyje, a uprowadzenie było tylko grą matki dziecka, pod jej właśnie adresem: ona nas wszystkich oszukała..., doznajemy kulturowego szoku. Jesteśmy na nowym poziomie doświadczania świata — zapośredniczonego przez tasiemcowe seriale, które gromadnie ogląda się, czekając na zwroty akcji, odnalezienia niewinnych porwanych lub zwrot zguby przez podstępnych kosmitów. Tu właśnie owa scenariuszowa rozgrywka jest istotniejsza niż fakty: to, że daliśmy się wykić, jest nawet dla krewnych ofiary emocjonalnie donioślejsze niż to, że półroczne dziecko straciło życie.

Środowisko mediów jest autarkiczne: żyje odsądzaniem samego siebie od czci i wiary za przewiny, które właśnie przed chwilą były jego udziałem i do których ochoczo przykładano rękę. Wskazuje na zagrożenia ze strony mediów dla ich odbiorców, uderza na trwogę w dzwon, by ostrzegać przed zgubnym wpływem praktyk medialnych na samych dziennikarzy, na media, na ludzi, którzy z nich i nimi żyją. Było coś poruszającego w niedawnym — w perspektywie przygotowywania tego tomu do druku — wystąpieniu Wojciecha Jagielskiego i w jego wypowiedziach dla tygodnika „Polityka”; to niejedyny dzisiaj głos, który wskazuje na współuczestnictwo mediów, a co ważne, nie mediów w ogóle ani nie mediów oponenta politycznego czy konkurenta ekonomicznego, ale personalnie — współwinę samego zainteresowanego w tumanieniu odbiorców, w podsycaniu w nich złej energii, rasizmu, ksenofobii, nietolerancji dla poglądów, postaw i idei innych niż te, które otrzymały nasze jedyne prawdziwe imprimatur. To, co zauważa Jagielski, przełamuje ulubioną czynność wielu dziennikarzy: bicie się w piersi. Cudze.

Kryzys mediów papierowych jest faktem. Ale znowu: jeśli się skoncentrować, jak to się dzieje wciąż dość często, na nośniku lub patrzeć na media właśnie tylko przez pryzmat nośników, niczego sensownego nie da się już zobaczyć ani powiedzieć. Zda się, że kryzys jest szerszy lub że jest gdzie indziej. To przede wszystkim kryzys jakościowego dziennikarstwa, które może dostarczać na rynek idei — właśnie idei — nowych sensownych tekstów, które mogłyby stawać się podstawą do dyskusji społecznej, do ciekawych i poznawczo otwierających diagnoz. Gdy prawem felietonisty Daniel Passent prowokuje wyznaniem, że chciałby wiedzieć, jakie książki przeczytali ostatnio czołowi polscy politycy, to właśnie owa licencja na prowokowanie jest tu najistotniejsza — trzeba bowiem statusu felietonisty, by przywołać taką deklarację i ją jeszcze zniuansować. Nie wiemy, co czytają politycy, ponieważ sami o tym nie mówią, a zapraszający ich do studia telewizyjnego dziennikarze ich o to nie pytają. Ciekawe, z jakich powodów.

Być może rację miał Józef Maria Bocheński, gdy redukował rolę dziennikarzy wobec samego siebie do prostych dostarczycieli informacji: nie widział powodu, by dziennikarzy i media obdarzać innymi funkcjami, liczyć na to, że będą edukować, objaśniać świat, tworzyć nowoczesną agorę, przynoszącą plony w postaci nowych ożywczych idei ucierających się w długich i jakościowo pięknych debatach publicznych. A może jest tak, że trochę winy ponosi też medioznawstwo, które zrzu-

ciło na karb dziennikarstwa niezliczone już funkcje i role społeczne, przypisało niemal wszelkie możliwe prerogatywy, związało z mediami los społeczeństw, narodów i światów. Zdaje się, że to także wynik swoistego umysłowego lenistwa, które teraz może się mieć znacznie lepiej, trwając niezagrożone na swoich pozycjach. Wszak nie trzeba się wysilać, zrobią to za nas media, tłumacząc powodzie i trzęsienia ziemi, wyciszając niezliczone spiski i tajemnice, usprawiedliwiając, kogo zechcą, i topiąc w morzu podejrzeń tych, którzy akurat będą do utopienia; wyposażą w tajną broń, dzięki której będzie można z łatwością zdemaskować błąd lekarza, do którego udamy się tylko po to, by porównać to, co wiemy z forum w internecie, z diagnozą i wskazaniami terapeutycznymi, które nam zaleci. Biada, gdy się doktorowi nie uda wstrześcić w sedno internetowej mądrości. Skończy na ławie oskarżonych (przynajmniej tej na pierwszej stronie tabloidu: Szok! Ten lekarz myli się w diagnozach!). Będziemy mądrzejsi o poznanie tajników pracy psychologa, który jednym spojrzeniem ocenia profil psychologiczny wyrodnej matki czy ojca dzieciobójcy. Gdy wzięty profesor psychologii mówi w programie na żywo: na moje oko Katarzyna W. to psychopatka, polska nauka ponosi większe straty niż wtedy, gdy znów przybraknie na podwyżki dla uniwersyteckich adiunktów. Zauważmy: po latach względnej prosperity tematyka edukacji medialnej została skutecznie i w pełni wyrugowana z wszystkich poziomów dyskusji i praktyki dydaktycznej. Dzięki temu nie ma nawet szans, by optymistycznie zaznaczyć: ale już niedługo kolejne pokolenie odbiorców będzie sprawniej deszyfrowało przekaz medialny, gdyż zostanie tego nauczone. Kolejne pokolenie będzie nadal uczone odbioru wzruszających scen w *Krzyżakach* Sienkiewicza, choć nie dowie się, że kostium skoczek narciarskiego jest ważny nie dlatego, że cechują go parametry sprzyjające dalekim lotom, tylko dlatego, że stanowi atrakcyjną przestrzeń, którą mogą zająć reklamodawcy.

Tekst ten nie ma charakteru zrygoryzowanej publikacji naukowej, dlatego pozwolę sobie na postawienie takiej tezy: istotną dysfunkcją jest dziś niedobór w mediach pierwiastka skromności. Ten istotny przymiot został w ferworze przemian społecznych i gospodarczych, także niezwykle silnie dotykających świata mediów, gdzieś zagubiony. Objawiać by się on mógł w zasadnym przecież przeliczaniu zamiarów na posiadane siły, a tych na zrelatywizowaną skuteczność mediów — cokolwiek mogących lub, jak dzisiaj jesteśmy przekonani, wszechmogących. One zapewne takie właśnie są — wszechmogące, dobrze by było, gdyby wszyscy przestali choć na chwilę tak o nich myśleć. Istruktywnym przykładem takiej postawy była dla mnie poruszająca opowieść Józefy Hannelowej w książce *Otwarty, bo powszechny. O Kościele, który może boleć*. Zasłużona krakowska dziennikarka, działaczka społeczna, posłanka na sejm już po roku 1989, pokazuje w tej publikacji, że zachowanie proporcji jest wykonalne, że można własne siły, także posiadanie oręża, jakim jest mniej lub bardziej donośnie brzmiące medium, wykorzystywać dla dobra publicznego, ale też, że czasem się ten oręż i własne zapędy poskramia, wychodząc z założenia, że raczej mogą być różne i nie zawsze nasze są ważniejsze od racji innych stron debaty, a wa-

hanie i ziarno niepewności co do samego siebie i własnego postępowania jest więcej warte niż bezkompromisowe zwalnianie hamulca w walcu medialnym, który zaraz zmiążdży przeciwnika, włączając go w podłoże. Postawa Hennelowej jest także przykładem nierozstrzygnięcia do końca, wznoszenia się ponad urazy, sztuki zmilczenia, gdy wydawałoby się, że najlepszą bronią jest uderzenie pięścią w stół, a w zasięgu ręki są powolne media. Powiedziałbym: można się bez obaw powierzyć takiej dziennikarce ze swoją sprawą, wątpliwościami, problemami, które trzeba rozwiązać poprzez media lub w mediach pokazać, gdyż ma się poczucie bezpieczeństwa. Trudno dzisiejsze media za dawanie takiego poczucia bezpieczeństwa szczególnie cenić.

Gdy wspominałem o przenoszeniu na media rozlicznych funkcji, które wcześniej realizował bezlik instytucji życia społecznego, miałem na myśli jakąś nietrafioną próbę realizacji w praktyce liberalnej doktryny medialnej. W tym znaczeniu, że zmiana, której jesteśmy świadkami i uczestnikami: odchodzenia w przeszłość dotychczasowej roli i funkcji mediów (cokolwiek by to miało znaczyć) europejskich i wchodzenia w to miejsce ról, funkcji i prerogatyw wziętych z dziennikarstwa amerykańskiego, wydaje się jednym z istotnych źródeł kryzysu tożsamościowego współczesnego dziennikarstwa i mediów. Z jednej strony — co chyba jest pozytywem — media uwolniły się od dawnej współodpowiedzialności za los państwa, narodu, idei, raczej na wzór amerykański stoją na straży wolności obywatelskich, starają się dbać o to, by odbiorcy byli w porę i nie w porę ostrzegani o ewentualnych polach zagrożeń, nie oglądają się na władzę symboliczną, z którą niegdyś wiele je w imię rewolucji, zmiany, oświecenia publicznego łączyło. Z drugiej strony — co byłoby właśnie owym kosztem zmian — zachłystując się mnogością możliwości i bezmiarem oczekiwań, z jakimi do mediów przychodzą odbiorcy, ignorują konieczność odpowiedzialności lub zapominają o niej, kwestionują pewne następstwa faktów: najpierw powinny (jak amerykańskie) zasłużyć się społecznościom i społeczeństwom, a później odcinać od tych zasług kupony. U nas mamy chyba do czynienia z odcinaniem kuponów od ewentualnych zasług, które być może kiedyś będą mediów udziałem. Tu anegdota: gdy w polskich mediach zaczęły się pojawiać bloki programów przedwyborczych finansowanych przez poszczególne partie polityczne lub kandydatów do urzędów, media zostały zobowiązane do delimitowania tych materiałów komunikatem dotyczącym statusu i źródła pochodzenia audycji. W telewizji publicznej tekst ten został sformułowany tak niefortunnie, że stał się wkrótce dla satyryków pretekstem do przygotowania podobnych informacji o treści „Telewizja Publiczna oświadcza, że nie odpowiada absolutnie za nic”. Warto się zastanowić, czy ta deklaracja, nie tylko satyrycznie przypisana medium publicznemu w Polsce, nie mogłaby być punktem wyjścia do diagnozy środowiska.

Zebrane w tym tomie teksty pokazują rzeczywistość mediów z wielu perspektyw. Wydaje się, że takie wieloperspektywowe spojrzenie jest najużyteczniejsze, dzięki niemu możemy na różne problemy patrzeć z kilku stron. Wszystkie one, co ważne, mieszczą się jednak w paradygmacie opisu medioznawczego, co jest o tyle istotne,

że można je ze sobą zestawiać, porównywać, przechodzić z jednego do drugiego, a założona interdyscyplinarność studiów nie skutkuje nieprzystawalnością i nieadekwatnością metod, narzędzi i efektów badawczych.

Do zespołu materiałów pokazujących kwestie tematycznie najważniejsze, a więc stanu systemu medialnego, mediów i dziennikarstwa dzisiaj oraz perspektyw rozwojowych i tendencji zmian, jakie w tych obszarach zachodzą, dodane zostały publikacje, które prezentują — bo taka jest też idea serii „Dziennikarstwo i Media” — różne wątki i drogi dociekań, które są realizowane przez pracowników i współpracowników naszego Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Swoją szansę na debiut otrzymują także badacze najmłodszy, dzięki ich tekstom możemy — skoro już o przewidywaniach i wieszczaniu tyle się tu udało napisać — domniemywać, w jakich kierunkach będzie zmierzało medioznawstwo kolejnych pokoleń badaczy.