

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.19.4>

MICHAŁ RYDLEWSKI

ORCID: 0000-0001-7055-1252

UNIwersytet Wrocławski



DZIENNIKARSTWO – KAPITALIZM – DEMOKRACJA AKTUALNOŚĆ MYŚLI LUDWIKA KRZYWICKIEGO

Journalism – capitalism – democracy: The topicality of Ludwik Krzywicki's thought

Streszczenie

W artykule przypominam napisany 131 lat temu artykuł Ludwika Krzywickiego pt. *Kapitalizm a dziennikarstwo*. Polski socjolog, tworzący w paradygmacie marksistowskim, bezwzględnie, lecz z dużą poznawczą przenikliwością formułuje uwagi względem pola dziennikarstwa, na które wkracza oraz przejmuje kapitalizm. Ocena tego jest jednoznaczna: kapitalizm zabija dziennikarstwo przez między innymi wyzysk sił twórczych dziennikarzy, rezygnację z pogłębionej refleksji na rzecz dostarczania informacji sensacyjnych, uległość wobec wydawców i akcjonariuszy. Diagnozę Krzywickiego zestawiam z najnowszymi pozycjami opisującymi i diagnozującymi pole dziennikarstwa, i szerzej mediów, aby wskazać, że, po pierwsze, myśl polskiego badacza jest aktualna, co wiąże się z kapitalizmem jako formą nastawioną na zysk ekonomiczny, a po drugie, kapitalizm w jego neoliberalnej postaci zagraża demokracji.

Słowa kluczowe: Ludwik Krzywicki, kapitalizm, marksizm, media, dziennikarstwo.

Abstract

In my article I recall the article written 131 years ago by Ludwik Krzywicki entitled "Capitalism and journalism". Krzywicki, a Polish sociologist working in the Marxist paradigm, ruthlessly, but with great cognitive insight, formulated remarks regarding the field of journalism, which is entered and taken over by capitalism. The assessment of this fact is unequivocal: capitalism kills journalism by, among other things, exploitation of journalists' creative forces, resignation from in-depth reflection in favor of providing sensational information, submission to publishers and shareholders. I compare Krzywicki's diagnosis with the latest publications describing and diagnosing the field of journalism, and more broadly the media, to indicate that, firstly, that the thought of the Polish researcher is up-to-date, which stems from

the fact that capitalism remains a mode of production focused on economic profit, and secondly, that capitalism in its neoliberal form threatens democracy.

Keywords: Ludwik Krzywicki, capitalism, Marxism, media, journalism.

Dziennikarstwo – kapitalizm – demokracja. Uwagi wstępne

W zaprezentowanych w niniejszym artykule refleksjach chciałbym przypomnieć wycinek myśli wybitnego polskiego socjologia Ludwika Krzywickiego dotyczący funkcjonowania dziennikarstwa w realiach kapitalizmu. W opublikowanym w 1891 roku artykule *Kapitalizm a dziennikarstwo* (Krzywicki, 1960a, s. 650–675), z perspektywy marksisty krytykującego kapitalizm, Krzywicki opisuje genezę wielkoprzemysłowego dziennikarstwa oraz rozpoznaje zagrożenie, jakim jest stawianie zysku ponad ludźmi, by użyć tytułu książki Noama Chomskiego (2000), a mówiąc dokładniej, ponad rzetelną pracę umysłową wtłoczoną w kapitalistyczny tryb dziennikarski, który skazuje prasę na masową produkcję plotek i bycie słupem reklamowym służącym zyskowi przedsiębiorcy-kapitalisty.

Artykuł Krzywickiego, napisany 131 lat temu, jest w dużej mierze niezwykle aktualny. Jest tak dlatego, że mimo wielu zmian społeczno-kulturowych i technologicznych oraz przemian samego dziennikarstwa i jego statusu relacja między kapitalizmem a dziennikarstwem strukturalnie wygląda podobnie. W swoim artykule dostrzega Krzywicki wiele konsekwencji negatywnego wpływu kapitalizmu na rodzące się, i obserwowane przez niego *in statu nascendi*, dziennikarstwo. Jedną z istotniejszych konsekwencji jest między innymi wyzysk sił twórczych uzdolnionych jednostek pozbawionych bezpieczeństwa finansowo-zawodowego pozwalającego tworzyć poznawczo wartościowe teksty. W takim ujęciu można powiedzieć, że nazywając reporterów „najmitami” dostrzega on proces, który w dzisiejszych realiach neoliberalnego kapitalizmu można nazwać prekaryzacją zawodu dziennikarza (a nie ulega wątpliwości, że zawód dziennikarza jest w Polsce sprekaryzowany), gdy lęk o pieniądze nierzadko wymusza światopoglądową uległość wobec przedsiębiorcy-kapitalisty (władz koncernu medialnego).

Postaram się przedstawić tę tezę, to jest wpływ kapitalizmu na dziennikarstwo, nieco obszerniej, zestawiając wybrane obserwacje Krzywickiego ze współczesnymi opisami przemian dziennikarstwa i krytycznych diagnoz pod jego adresem, między innymi z perspektywy ukazującej negatywny wpływ wielkich koncernów medialnych na dostęp do informacji oraz co z tymi informacjami się robi. Kapitalizm w postaci wielkich monopolii medialno-cyfrowych, przed którymi w swoim języku ostrzegał Krzywicki, najczęściej wykorzystuje informację jako jednostkę zysku, nie postrzegając jej jednak jako mającą służyć obywatelowi, na przykład w celu podejmowania przez niego decyzji, wyborów itp.

Kwestia ta, dotycząca relacji mediów i demokracji, jest absolutnie podstawowa. Dzieje się tak dlatego, że media, w tym dziennikarstwo, są przestrzemią (Bourdieu, 2009, s. 106–110), w której ścierają się siły kapitalizmu oraz demokracji. Te zaś, jak pokazują niektóre dzisiejsze opisy, zwłaszcza dotyczące mediów cyfrowych, wcale nie muszą istnieć pokojowo, wręcz przeciwnie: kapitalizm może być zagrożeniem demokracji, gdyż tworzy dziennikarstwo dalekie od ideału wpisywanego w wyobrażenie systemu demokratycznego i całej jego kultury, wręcz tę kulturę niszczy. Kapitalizm i demokracja nie muszą mieć wcale zbieżnych interesów, lecz przeciwnie – kapitalizm w wersji neoliberalnej może mieć, i *de facto* ma, inny interes niż demokracja. Znakomicie kwestię tę uchwycił Andrzej Szahaj.

Przywykliśmy myśleć, że kapitalizm i demokracja idą ręką w rękę. Jednym z ważnych elementów narracji związanej z polską transformacją była teza, że najlepszą gwarancją funkcjonowania demokracji liberalnej w sferze politycznej jest wprowadzenie wolnego rynku w gospodarce. Jej autorami byli liberałowie, którzy w sposób decydujący wpłynęli na nasze wspólne losy po 1989 r. Takie rozumienie związków pomiędzy wolnym rynkiem a demokracją charakteryzuje jednak tylko jeden z odmów liberalizmu. Polscy zwolennicy tej doktryny próbowali tymczasem przekonać wszystkich, że ów sojusz jest czymś trwałym i oczywistym od zawsze. Ubocznym skutkiem takiego postawienia sprawy było pozyskanie poparcia dla kapitalizmu wolnorynkowego wszystkich tych, którzy zaangażowali się w sprawy zmiany ustrojowej bardziej ze względów moralnych i politycznych niż ekonomicznych. Myślę tu przede wszystkim o tzw. inteligencji. Kojarzenie kapitalizmu z demokracją znacząco pomogło legitymizować wiele, często bezwzględnych, reform gospodarczych w oczach tych, którzy z powodów ideowych mieli ochotę się im przeciwstawić. Wmówiono im jednak, że byłoby to opowiadanie się przeciwko demokracji jako takiej. I tak oto ugruntował się przekaz zrównujący kapitalizm i liberalizm z demokracją. (Szahaj, 2020)

Przekonanie, że demokracja i kapitalizm idą w parze, a nie osobno, zostało zatem stworzone i upowszechnione w odpowiednim momencie historycznym, a następnie stało się częścią zdrowego rozsądku. Zdroworozsądkowy status tego przekonania wyklucza sprzeciw wobec niego, gdyż to, co zdroworozsądkowe, wydaje się światem samym w sobie, a nie częścią ludzkiego, a zatem i zmiennego, świata, a przecież, jak pokazuje Szahaj, da się ustalić, kto i kiedy stworzył to przekonanie odpowiedzialne za nasz obraz świata¹. Uważam, że denaturalizacja tego przekonania jest społecznie potrzebna, aby umieć rozpoznać rzeczywiste oraz potencjalne zagrożenia demokracji, które niesie kapitalizm. W moim przypadku to kapitalizm funkcjonujący na polu dziennikarstwa i mediów jako części systemu demokratycznego, jego kultury.

Jeśli więc chcemy mówić o relacji mediów i demokracji, to ze względów poznawczych musi ona zostać uzupełniona o pojęcie kapitalizmu. To nie relacja między dwoma aktorami, lecz trzema, jest bliższa rzeczywistości społecznej.

Ponadto należy podkreślić jeszcze jedną kwestię: to, jakie dziennikarstwo tworzy kapitalizm, jest odbiciem czy odzwierciedleniem tego, jaki świat społeczny w ogóle tworzy kapitalizm, i to świat społeczny, który musi przecież jakoś współgrać z demokracją i jej wartościami. Mówiąc najkrócej, w oczach Krzywickiego jest to świat wyzysku, fizycznego i umysłowego wyjałowienia, i w gruncie rzeczy wyniszczenia jednostek podległych władzy kapitalistów. Obserwuje on kapitalizm końca XIX wieku, czyli tę najbardziej i bezwzględnie wyzyskującą klasę robotniczą formę kapitalizmu. Co więcej, kapitalizm zaczyna także regulować inne przestrzenie i pola życia społecznego, transformować je przez ustawianie najwyższej w hierarchii wartości ekonomicznego zysku (nieważne zresztą jakimi środkami osiąganego).

Należy przy tym podkreślić, że ta skrajnie wyzyskująca forma kapitalizmu, w pewnych aspektach, daje się porównać do jego neoliberalnej formy (wszak jeśli byłoby inaczej, nie było by w ogóle sensu przywoływać tekst sprzed ponad stu lat). Zestawiając razem obie te formy, moim zdaniem zasadne jest powiedzieć, że choć dzieli je dystans czasowy, to jednak nie dystans strukturalny, o czym pisałem w innym miejscu, wykorzystując w porównawczym celu marksistowską teorię społeczeństwa (Rydlewski, 2019).

W takim ujęciu, jak wspominałem, spora część uwag Krzywickiego jest nadal aktualna. Aktualna także w odniesieniu do dziennikarstwa, a nawet szerzej pojętych mediów,

¹ Zdaniem toruńskiego filozofa zdrowy rozsądek to: „kulturowy konstrukt, którego źródła światopoglądowe i aksjologiczne, metody konstrukcji oraz elementy doń użyte (np. metafory) uległy zapomnieniu tak skutecznie, że w świadomości zbiorowej stracił on zupełnie status czegoś stworzonego w określonych warunkach historycznych i kulturowych, a nawet politycznych, stając się zbiorem oczywistości” (Szahaj, 2004, s. 155).

w tym na przykład telewizji, która przecież też podlega logice rynku, a stacje telewizyjne, jak redakcje gazet, należą do kapitalistycznych koncernów. Różnica jest tylko technologiczna, lecz nie strukturalna: społeczne usieciowienie mediów, kapitalizmu i demokracji to kwestia skali, lecz nie struktury sieci. To, co Krzywicki pisze o dziennikarstwie, związane z technologicznym rozwojem słowa pisanego, można przenieść bez poznawczej straty na teren narodzin i rozwoju telewizji, a następnie internetu, w tym mediów społecznościowych jako przejmujących po części funkcję dziennikarstwa, czyli informowania społeczeństwa i wpływania na jego opinie.

Aby udowodnić ową opinię i nie pozostawać dłużej na poziomie abstrakcji, przytoczę fragment znakomicie ilustrujący, jak aktualnie, wręcz przerażająco aktualnie, brzmia słowa Krzywickiego opisującego ówczesne formy rozrywki, które dzisiaj, w nowych medialnych odślonach, zachowały swoje długie trwanie, gdyż tym, co sprawia, że wyglądają one tak, a nie inaczej, jest kapitalizm i jego „przykazanie mamony”. To ono pociąga za sobą i usprawiedliwia takie, a nie inne traktowanie ludzi podległych władzy kapitału, czyli jako jednostki mające przynosić zysk ekonomiczny.

W artykule poprzedzającym *Kapitalizm i dziennikarstwo*, czyli *Kapitalizm w sztuce i nauce*, Krzywicki (1960b, s. 642–643) pisze:

Kapitalista w utalentowanym hołuszu [czyli biedaku – dop. M.R.] widzi jedynie nowego rodzaju maszynę, odznaczającą się tym, że nie tylko powraca wyłożone koszty, lecz nadto przynosi zyski. Ustawia więc tę żywą maszynę w rzędzie z innymi akcesoriami opery lub koncertu, nakręca ją na pewną arię, każe jej grać, śpiewać, improwizować, wreszcie oddaje część dochodu jako środek do zakupienia różnych smarowideł, które są niezbędne do utrzymania jej w stanie należytym, resztę zaś chowa do swojej sakwy. Artysta lub twórca płodów umysłowych przestaje być człowiekiem wolnym i zamienia się na pacholka kapitalisty. Jeszcze przed laty 10–15 chodzono u nas z niedźwiedziami. Niedźwiedź uwiązany na łańcuchu wyprawiał najrozmaitsze sztuki: pokazywał, jak baby kradną groch, a starcy zalecają się do dziewcząt. Stosunek istniejący pomiędzy jakąś Patti a obwołującym ją przedsiębiorcą jest najzupełniej tej samej natury. Nie, cofam te słowa, gdyż zaszedłem w tym porównaniu za daleko. Istnieje bowiem pewna różnica, ale na korzyść niedźwiedzia. Jest on własnością swojego pana, który go kupił za gotówkę i chciałby, aby zdrowie zwierzęcia było jak najlepsze, a żywo trwał jak najdłużej. Przedsiębiorca kapitalista nie zna podobnych względów. Zdolności utalentowanego chudopacholka wynajmowane są na miesiące lub na występy. Niech potem utraci on wszelkie swoje zdolności – cóż to obchodzi przedsiębiorcę, byleby tylko najemnik artystyczny wywiązał się z zawartej umowy. Co więcej, interes kapitalisty każe mu nieraz nadmiernie podniecać wrażliwość najemnika i wyjaławiać go z uzdolnień w jak najkrótszym czasie, później zaś jako cytrynę wyciśniętą odrzucić...

Dużą część tego, co napisałem wspólnie z Julią Ledwoch oraz Zuzanną Sroką o kulturze upokarzania w mediach, szczególnie zaś w artykule *Micha! Ty się nie miałeś teraz odwracać. Manipulacje w talent show jako odzwierciedlenie medialnego (wy)zysku* (Ledwoch i in., 2022, s. 129–191), jest potwierdzeniem słów Krzywickiego lub też obszernym do niego przypisem. Na podstawie badań empirycznych można stwierdzić, że wyzysk się nie skończył, lecz się rozrasta, albowiem zmiany technologiczne, zapośredniczenie każdej sfery naszego życia przez technologię, służy głównie kapitalistycznemu wyzyskowi polegającemu na przerobieniu obywatela w konsumenta, o czym pisał Zygmunt Bauman (2007a, s. 229–235, 368–376; 2007b, s. 80–92; 2008, s. 64–72) oraz „zabawienie się na śmierć”, by przywołać tytuł książki Neila Postmana (2002). W tym przypadku mam na myśli wyzysk dokonywany przez kapitalizm w postaci korporacji medialnych, które bezwzględnie wykorzystują marzenia młodych ludzi o karierze. Krzywicki powiedziałby o „nadmiernym podniecaniu wrażliwości” ludzi marzących o karierze, a w istocie o awansie do lepszego ekonomicznie oraz symbolicznie świata. Rozrywka i jej konsumpcja odbywa się ich kosztem, o czym spora część publiczności, widząca tylko scenę, a nie kulisy przemysłu rozrywkowego, nie ma pojęcia, a jeśli ma, uważa to za naturalne.

Geneza oraz istota przemysłu dziennikarskiego według Ludwika Krzywickiego

Genezę przemysłu dziennikarskiego, a przede wszystkim figurę reportera jako tę, która zdobywa w „orgii kapitalistycznej” największą moc sprawczą, Ludwik Krzywicki wywodzi z plotki i osób plotkami się zajmującymi. Dziennikarstwo jest zatem dziedziną zawodową wyrosłą z plotkarstwa, które jako takie istniało znacznie wcześniej niż od drugiej połowy XIX wieku, ale to właśnie w tym wieku plotkarstwo zostaje usankcjonowane i krzepnie pod wpływem technologii (Krzywicki, 1960a, s. 651).

Aby uzasadnić swoją tezę, Krzywicki wskazuje między innymi na wiejskie obyczaje, w tym wiejską czy małomiasteczkową instytucję kumoszki. Ta „kapłanka nudów rodzinnych”, jak ją określa, zajmuje się „obgadywaniem”, roznosi nowiny, ale także swoimi sprawami, jak na przykład przygotowywanie przetworów. Słowem jej plotkarstwo nie jest jeszcze wyodrębnioną i samoistną dziedziną zawodową. Takie wyodrębnienie znajdujemy według Krzywickiego w starożytnym Rzymie w postaci pieczeniara, czyli dzisiaj byśmy powiedzieli darmozjada i niebieskiego ptaka żyjącego na koszt innych, ale i dostarczającego rozrywki. Nawiasem dodam, że postać to znana nie tylko rzymskiej starożytności (Vicki, 2008, s. 259–260), ale i na przykład arabskiej (Ostafin, 2014, s. 143–153). Jak pisze Krzywicki (1960a, s. 651):

Spśród wolnego, lecz nieposiadającego „motłochu” wydzieliły się tam zgraje pieczeniarów, którzy woleli w ten sposób zarobkować, niż z Grakchusami walczyć o ideały samodzielnej pracy fizycznej na własnym zagonie. Sprytniejsi stali się roznosicielami nowinek, przyprowadzając je odpowiednio do smaku spożywczy.

Jeśli chodzi o czasy nam historycznie bliższe, Krzywicki przywołuje, za czasopiśmem „Ateneum”, minihistorię narodzin pierwszego angielskiego dziennika drukowanego maszynowo, zwracając jednocześnie uwagę na treść przekazu, to jest kogo one dotyczyły.

Jedyną formą, w jakiej nowiny o wypadkach dworskich i o zdarzeniach powszechnego interesu dostawały się w zaraniu naszych czasów do wiadomości wyższych warstw towarzyskich, były listy prywatne ze stolicy. Listy te przestały niebawem nosić cechę osobistą i stały się okólnikami przechodzącymi z rąk do rąk. Nathaniel Butler, pamfletista, wpadł był na myśl drukowania tych okólników. Tak powstały „Weekly News”. (Krzywicki, 1960a, s. 651)

To właśnie rozwój środków produkcji, czy mówiąc bardziej współczesnym językiem Marshalla McLuhana, medialnych przedłużeń człowieka, czy też rozwój technologii i czynników pozaludzkich jako pełnoprawnych aktorów życia społecznego, przynosi fundamentalną zmianę, jeśli chodzi o rozwój dziennikarstwa.

Z rozpanoszeniem się maszyny w świecie wytwórczym postać rzeczy ulega radykalnej zmianie. I do plotkarstwa wkracza siła pary, z nią przewrót społeczny. Kumoszka małomiasteczkowa i pieczeniary patrycjuszowski byli rzemieślnikami swojego fachu, bo narzędzie swoje, język, nosili ze sobą. Dzisiaj jako roznosiciele nowin utracili rynek zbytu w wielkich ogniskach orgii kapitalistycznej. Reporter, postać, którą dzisiejsza epoka techniczna powołała do życia celem spełniania tych samych czynności, jest już na wskroś pachołkiem najmickim. Jako wyżeł z wywieszonym językiem biega on za skandalami i nowinkami, lecz zdobyta plotka przestała być jego własnością. Ktoś inny, a mianowicie, kapitalista-przedsiębiorca, zabierze od niego produkt węszenia, poruczy maszynie drukarskiej i odcisnie w tysięcznych egzemplarzach. Dzięki zastosowaniu maszyny i wynikającemu stąd staniu plotki rynek jej rozszerzył się niesłychanie. Niegdyś, żeby doleciała do kogoś natychmiast lub została z daleka zaczerpnięta, kundman [klient – dop. M.R.] winien był zagarniać nadprodukt z licznej rzeszy pracowników; obecnie jest ona dostępna szerokim a ubogim warstwom ludności. Słowem, reporter jest plotkarzem według wzorów wielkoprzemysłowych. (Krzywicki 1960a, s. 651)

Jak Krzywicki postrzega zatem różnicę między dawnym światem plotki a dzisiejszym światem zinstytucjonalizowanego plotkarstwa?

Różnica pomiędzy reporterem a plotkarzem-pieczeniarem polega nie na dokonywanej czynności, lecz tkwi jedynie w sposobie technicznym wywiązywania się z niej. Rozumie się, czynności spełniane przez reportera nie mogą nie pozostać bez głębszych wpływów na jego duszę. Robotnik fizyczny, który wynosi mierzwę na pole i rzuca ją tutaj, jest osobą zbrukaną jedynie powierzchownie. Błoto nie wała i nie plugawi duszy jego. Lecz reporter węższy i podaje coś innego, mianowicie błoto moralne, plotki; przestaje on być bezinteresownym amatorem dogadającym wrodzonej świeżości języka, lecz zarobkuje na żołądź kapitalisty-przedsiębiorcy, który doprowadza go do podobnego znikczemnienia, w jakim pogrzęźli producenci plotki w Rzymie patrycjuszów. Na pierwszy rzut oka zdawałoby się, iż dzisiejszy reporter jest członkiem wielkiej narodowości najmickiej, w gruncie rzeczy przynależy on do „lumpenproletariatu”. Trudno nieraz rozstrzygnąć, gdzie zaczyna się producent plotki dziennikarskiej, a poczynają takie śliczności, jak alfonsik, wydrwigrosz lub *mouchard* [policyjny informator – dop. M.R.]; pracownią jego jest najczęściej najpodsza knajpa lub legowisko prostytutki, mniejsza że nie meldowanej i słynącej jako gwiazda teatryku. Na globie ziemskim istniały niegdyś dziwne twory zwierzęce, łączące w sobie znamiona kilku klas: pół-płazy, pół-ptaki. Otóż reporter w rozwiniętych ogniskach kapitalizmu jest takim potworem łączącym w sobie cechy wszystkich odpadów społecznych. Jest on kwintesencją wszelkich odłamów lumpenproletariatu. (Krzywicki, 1960a, s. 652)

Wskazuje on, że dziennikarstwo jako sfera związana z byciem człowiekiem pisma, między innymi „literackich przedsiębiorstw”, krytyki literackiej oraz cyganerii literackiej, będzie ewoluowała w stronę figury reportera, którą tak negatywnie zarysował w swoim artykule. Jego zdaniem „reporter jest królem wśród najmitów dziennikarskich”, a „wszelki uczestnik produkcji dziennikarskiej zmierza nieuchronnie ku reporterce” (Krzywicki, 1960a, s. 654). „Reporter jest ostatecznym wyrazem, do którego kapitalizm kiedyś sprowadzi wszelkiego literata” – twierdzi Krzywicki (1960a, s. 654). Dzisiejszym językiem powiedzielibyśmy, że świat dziennikarstwa jest zróżnicowany, ale – ze względów kapitalistycznych – będzie ciążył ku postaci reportera.

Dlaczego taki kierunek obierze, czy już obiera na jego oczach, dziennikarstwo? Tę dążność Krzywicki śledzi na przykładzie uwarunkowanej kapitalizmem przemiany prasy: jej typów, zamierania określonych form i metamorfoz dziennikarskiego dyskursu.

W takiej perspektywie pisze on między innymi o upadku miesięcznika spowodowanym przez czasowe przyspieszenie życia uwarunkowane wartościami kapitalistycznymi („Czas to pieniądź”).

Miesięczniki były niegdyś ulubioną formą dziennikarskiego oddziaływania na społeczeństwo ze strony umysłów poważniejszych. Było to rzeczą dobrą, póki zdobycie pieniędzy nie wymagało ruchów gwałtownych, nie stwarzało rozdrażnienia nerwowego i życia dniem bieżącym, słowem póki taniec Interesu był ze staroświecka poważnie flegmatycznym. [...] Życie nie nagliło. Człowiek jadł powoli, smakował każdy kęs. Czytał też w podobny sposób i rozprawiał dużo o przeczytanym. Z politykomanii naszego szlachcica usiłowano zrobić jakąś szczególną cechę rasową, tymczasem była ona jedynie odbiciem się w duszy ludzkiej szczególnie ukształtowanego systemu wymiennotowarowego. Otóż w takiej fazie orgii kapitalistycznej, w społeczeństwach zamożnych lub ludnych zrodziły się miesięczniki. Rozkoszowano się sążnistymi artykułami w sposób pedantycznie akademicki rozprawiającymi o zdarzeniu w dwa lata po nim. Jeśli organ był prowadzony nie przez chodzące pergaminy bez temperamentu, lecz przez ludzi żywego czynu i szerokiego umysłu, wtedy zjawiały się obszernie prace teoretyczne. Atoli w miarę tego, jak ludzkość porwana wirem kankana pieniężnego zaczyna hasać zapamiętałe i gorączkowej, strawa w rodzaju miesięcznika i w ogóle wieloarkuszowa staje się coraz mniej kupowaną. Dzieje się z nią to samo, co z wszelkim spożyciem w rozwiniętym ustroju towarowym. Czciociele Interesu opowiadają z przejęciem, że w wielkich ogniskach przemysłowych Ameryki Południowej ludzie są tak zaprzątnięci wzajemnym okpiwaniem się, że lubo inaczej, przeciw wzorem ascetów średniowiecznych poddają swoje ciało katuszom. Jedzą obiad w restauracji stojąc z pośpiechu, biegnące pociągi kolei żelaznej zamienili na kantor,

a odpoczynek w domu na pisanie listów handlowych. Rasa anglosaska, która wyścig kapitalistyczny doprowadziła do krańcowego natężenia, stworzyła nawet nowe przykazanie, każąc człowiekowi pamiętać, że „czas to pieniądź” i że każda minuta nie użytkowana na geszeft jest częścią wieczności rzuconą w nicość. Powolne jedzenie, połączone z gastronomicznym smakowaniem, stało się przywilejem nielicznych dynastów Mamony lub przyjemnością zachowaną na wyjątkowo uroczyste dni życia. Równie pośpiesznie wiek nerwowy pochłania strawę umysłową. Nauka, krytyka, powieść, słowem wszystko winno się było przystosować do wzrastającego tempa płaśów Pieniądza. Tygodniki, a tym bardziej miesięczniki lub książki poważne schodzą na plan drugi, gazeta z broszurą obejmuje panowanie. Jeżeli jako pomniki lepszej przeszłości wytrwały tu i ówdzie miesięczniki przy życiu, są one prenumerowane, lecz rzadko czytane, chyba że zamieniły się w czasopisma specjalne. Jeszcze częściej istnieją one bez prenumeratorów, utrzymując się dzięki łasce możnowładców kapitalistycznych, którzy zaoszczędziwszy sporo grosza chociażby z nieopłacania robotnic, zaczynają, w braku możliwości kupienia wstążeczki legii honorowej, uganiać się za tytułem filantropa lub mecenasa literatury narodowej. (Krzywicki 1960a, s. 654–655)

Zmienia się także sam sposób pisania, tworzenia tekstu, albowiem, jak twierdzi Krzywicki, rozwijająca się „gorączka złota” stawia literaturze szczególne wymagania. Jakież? Artykuły powinny być krótkie, treściwe, lekko napisane oraz unikać sądów, o których z góry wiadomo, że nie spodobają się czytelnikom. Taka zmiana w trybie pisania oraz czytania zmienia „oblicze literata”. Zamiast bohaterskich dziennikarzy okresu miesięczników zostają oni zastąpieni „szczególnego rodzaju reporterami”, naukowymi czy literackimi, którzy powinni szybko, krótko i wyczerpująco zaznajomić czytelnika z aktualnościami. Nie chodzi przy tym zdaniem Krzywickiego o to, że szybkość i krótkość są przekleństwem ciążącym na prasie periodycznej, lecz sposób zadośćuczynienia tym wymaganiom, albowiem ostatecznym efektem jest „błaga wszechstronności” i „pozory wszechwiedztwa” (Krzywicki, 1960a, s. 656).

Uważa on, że porządek kapitalistyczny powołał do życia jeszcze inną postać: krytyka. Prześmiewczo ją definiuje jako istotę dwunożną obdarzoną stylem błyszczącym jak posadzka salonowa i wykrochmalonym jak mankiety złotego zdechlaka, która powinna zabierać głos i wydawać wyroki na temat dzieła (piękne czy brzydkie, odpowiednio postępowe itp.) oraz jego twórcy (utalentowany czy nie). Krytyk jest funkcjonalny wobec „bлагiera mieszczkańskiego towarzystwa” pozującego na „miłośnika sztuki”, który, nie ufając swojej własnej opinii, potrzebuje podszeptu, kiedy na jego twarzy powinien pojawić się zachwyt, a kiedy uśmiech politowania (Krzywicki, 1960a, s. 656).

Krytyk, wraz z reporterem naukowym w czasie, który obserwuje, to najważniejsze siły piśmiennictwa periodycznego, i to w nim rozpanoszyły się, zastępując jednocześnie sumienność pracy literackiej.

Winni oni pośpieszać ze swoimi sprawozdaniami i wyrokami jak najszybciej, podawać je z dnia na dzień. Braknie im przeto czasu nieraz na najpowierzchniwsze rozejrzenie się w przedmiocie. Zresztą nikt od nich nie żąda sumienności, filozofujący bлагier bowiem i dusze estetyczne wymagają tylko „kilku” słów, niekiedy jedynie tego, jak nazywa się „największy uczoney” i co należy mniemać o świeżej wystawie obrazów. Błaga staje się nieodłączną właściwością takiego towaru literackiego. Rozumie się, uczeni prasy periodycznej, jej krytycy i estetycy na pewnym szczeblu spotykają się z czystej wody reporterem-plotkarzem. I wszystko, co jeszcze trąciło lepszą przeszłością, tonie w tym samym bagnisku błagi, sprawozdania dorywczego, plotkarstwa. Nauka i krytyka, rzucone w wir dorywczości i powierzchowności reporterskiej, zaczynają uprawiać kult tych samych przenośni, obrazów i myśli, takich, które przemawiają do najniższych żądz ludzkich. [...] „Krytyk estetyczny” [...] powoli zaczyna spełniać tę samą rolę, jak pieczeniarsz patrycjuszowskiemu Rzymu – nie ten, który roznosił nowiny, lecz inny, obowiązany rozweselać swego możnego karmiela dowcipami na temat tego, co artysta pokrywał listkiem figowym. (Krzywicki, 1960a, s. 657)

W tak zarysowanej perspektywie rozwojowej dziennikarstwa pojawia się pytanie o strategię oporu ze strony części tego świata, która nie chce hołdować przykazaniom Mamony. Wprost i w swoim stylu stawia o to pytanie Krzywicki (1960a, s. 657):

Lecz cóż wobec tego porabiają te jednostki, które pełne poczucia obowiązków społecznych rzuciły się do dziennikarstwa, aby piórem walczyć przeciwko etyce wieprzów i widnokręgom codzienności filisterskiej? Czemuż nie rozpedzą oni tej zgrai kupczącej, frymarczącej, blagującej?

Uważa on, że opór takich jednostek przeciwko społecznej degradacji dziennikarstwa jest niemożliwy ze względu na określone warunki pracy tworzone przez kapitalizm. Pogląd taki to dalsza część diagnozy świata dziennikarskiego, a dokładniej procesu podporządkowania go logice kapitalizmu. Odpowiedź na to pytanie, istotne przecież także i dzisiaj, to dalsza część artykułu Krzywickiego, wyjaśniająca określonymi realiami pracy, dlaczego idealistyczni ludzie, mający swoim piórem i umysłem służyć społeczeństwu, przegrywają w walce z wielkim kapitałem. Krzywicki (1960a, s. 658) przenikliwie zauważa kilka kwestii związanych z funkcjonowaniem dziennikarstwa regulowanego przez kapitalizm. Po pierwsze, kapitalizm zabija swobodę pracy:

Swoboda prasy zaledwie ze słowa stała się ciałem, a już ukazała całą swą znikomość. Uległa temu samemu losowi, jaki kapitalizm nowoczesny zgotował wszelkiej swobodzie ekonomicznej. Wolna konkurencja, na której tonie według teoretyków przeszłowiekowych wyzwalał się z mieszczaństwa jednostka winna znaleźć możliwość najlepszego zastosowania sił swoich i uzdolnień, zadała po upływie stulecia kłam tym oczekiwaniom. Nie mówimy już, czym jest owa okrzyczana wolność dla całych tłumów ludności stającej do walki o chleb jedynie siłą mięśni i uzdolnieniami umysłu, kiedy inni występują potężni odziedziczonym przywilejem: kapitałem. Ale i wśród garstki uprzywilejowanej współzawodnictwo usuwa z wolna wszystkich, u których rozmiary kapitału nie osiągają pewnej wysokości, i coraz bardziej oddaje produkcję i wymianę w ręce możnowładców pieniężnych, tym samym znosząc wolną konkurencję i zwiastując nową erę – monopolu, opartego nie na dekrete państwowym, lecz na konieczności posiadania odpowiedniej wielkości środków finansowych wymaganych dla osiągnięcia dostatecznych zysków w przedsiębiorstwie. To wielkie prawo rządzące rozwojem kapitalizmu panuje też i wykazuje wpływy swoje w zakresie dziennikarstwa.

W artykule można odnaleźć, i wydobyć na powierzchnię jego myśli, typologię pracy dziennikarskiej. Jego zdaniem przed nastaniem dziennikarstwa typu wielkoprzemysłowego mieliśmy do czynienia z dziennikarstwem typu rzemieślniczego. Na czym polega różnica?

W tym okresie rzemieślniczym produkcji dziennikarskiej przede wszystkim pytano, kto jest kierownikiem pisma. Redaktor mógł wtedy z dumą powiedzieć: dziennik, to ja! Jak każdy rzemieślnik, przywiązywał się do warsztatu swojej pracy, pismo było nie tylko źródłem zarobku, lecz częścią duszy redaktorskiej, sposobem wywiązania się z ciężących obowiązków społecznych. Przynajmniej taki typ przeważał. Dzisiaj jest to już miniona epoka dziejowa. Wprawdzie w społeczeństwach mało rozwiniętych, jak nasze, gdzie rzemiosło odgrywa olbrzymią rolę w zaspokajaniu potrzeb spożywczych, tacy rzemieślnicy zdarzają się dość często w dziennikarstwie. Lecz i oni przerzedzają się, a jeśli istnieją jeszcze, są gatunkiem wymierającym i ustępującym miejsca innemu – kapitalistycznemu. Większość zamieniła się w istotnych fabrykantów drukowanego słowa, łączących z tym przedsiębiorstwem często inne, na przykład pobieranie renty pokomornej. Za granicą stosunki zaostrzyły się o wiele silniej. Wydawca pisma jest już typową postacią korowodu kapitalistycznego, przedsiębiorcą, który czasem nie ma żadnego pojęcia o zawodzie literackim i któremu wszystko jedno, czy handluje gorzałką, szmatami, dziewczętami lub drukowanym słowem, byleby geszeft szedł dobrze. Posiada on kapitał, chciałby zeń ciągnąć zyski i w tym celu zwrócić się do dziennikarstwa. Tylko pewne względy zarobkowe: niewyprowadzania czytelników z błędu o „idealności” swego pisma, powstrzymują wydawców, aby na szyldzie nie wymazali wyrazu „redakcja” i nie wpisali „fabryka”. (Krzywicki, 1960a, s. 658)

Pracujący w tej „fabryce” ludzie, od redaktorów po literatów, są już tylko „najemnikami akordowymi”, patrzą na swoją pracę oraz pismo z zupełną obojętnością, w czym naśladują swojego pryncypała, któremu jest wszystko jedno, jakie akcje nabyć, byle z zyskiem (Krzywicki, 1960a, s. 658–659). Ponadto „fabryka” nie jest metaforą, lecz, jak twierdzi Krzywicki, empirycznie pasuje do obrazu tego, co dzieje się w redakcjach i jak one funkcjonują. Opis ten

obejmuje splot, dzisiaj byśmy powiedzieli – czynników ludzkich oraz pozaludzkich, w tym między innymi: telefony, gabinety, druty telegraficzne, korespondenci, reporterzy, steno-graficzne notatki, arkusze, windy, sale pakunków i ekspedycji, sieć kontaktów obejmująca korespondentów z odległych krajów, polityków itp. Koszty prowadzenia takiej fabryki nowin są ogromne, i jest zrozumiałe, że człowiek utalentowany, czyli bogaty swoimi uzdolnieniami literackimi i dumą, lecz biedny finansowo, nie może rzucić wyzwania takiej fabryce (Krzywicki, 1960a, s. 659). Dlaczego?

Gdyby to uczynił, dowiedziałby się niebawem, że wszystkie zdolności pisarskie wraz z wawrzynami literackimi nic nie wskórają przeciwko najgłupszemu osłowi naładowanemu złotem. Kto posiada dostatecznie wielki kapitał, będzie rozporządzał natychmiastową wiadomością z pierwszej ręki o każdym zdarzeniu, znajdzie na swoim żoździe mnóstwo piór zdolnych, najmie komiwojażerów, którzy rozpowszechnią jego pismo. Nawet gdyby miał wszystkie talenty literackie przeciwko sobie, może śmiało spoglądać w przyszłość, pewny zwycięstwa. I cóż wobec tego ma począć człowiek, któremu przyroda przy urodzeniu dała silną żądzę czynu społecznego i zatliła w duszy ogień apostołski? [...] Zaczynamy rozumieć, iż ciżba reporterska raczej zgniecie i wytępi wszystko, co nie pasuje do jej kramiku i dumnie na nią spogląda. Swoboda prasy, tj. dostęp do drukowanego słowa, w całej rozciągłości nie istnieje dla hołusza z zasadami. Narzędzie ćwiczenia najlepszych jego części zostało przywłaszczzone przez kapitał i znalazło się w ręku istoty pytającej nie o to, co jest z pożytkiem dla dobra powszechnego, lecz co napędzi pieniądze do sakwy. (Krzywicki, 1960a, s. 660)

Odejście od wartości „dobra powszechnego” oraz zatracenie ideowości dotyczy nawet dzienników związanych z określonymi partiami i stronnictwami politycznymi, które w walce polityczno-klasowej nadają „towarowi gazeciarskiemu” jakieś wartości moralnej (Krzywicki, 1960a, s. 660). Bez tej wartości „doszedłby ów towar do ostatecznego upodlenia, tłusty zaś reporter dawno już połknąłby wszystkich chudopachołków idei” (Krzywicki, 1960a, s. 660).

Dzienniki partyjno-polityczne nakładają jeszcze niejakie cugle plotkarstwu, a jakkolwiek same niekiedy służą gorliwie wszystkim bóstwom kapitalizmu i za swój obowiązek uważają pisać dla nich hymny i bronić na każdym kroku, ograniczają jednak swoją drogą panowanie przedsiębiorców w dziennikarstwie. Zresztą i one musiały wstąpić na tor właściwy najczystszej wody fabrykom nowin i plotkarstwa. Akcjonariusze, którzy złożyli się na pismo, bynajmniej nie uczynili tego po to, aby nigdy nie mieli oglądać odsetek ze swoich kapitałów. Na redaktorów przypada powinność dopilnowania, żeby powołane do życia przedsiębiorstwo partyjne nie zbankrutowało. Ta sama więc blaga, jak w każdym organie czysto przedsiębiorczym, ta sama pogoń za skandalem wkrada się też do dziennika politycznego. Cała różnica polega na tym, że pismo partyjne wygląda z frontu przyzwoicie i chowa wszelkie śmiecie do zaułka. (Krzywicki, 1960a, s. 660)

Po drugie, dzisiaj byśmy powiedzieli, prymat sprzedaży nad jakością treści, którą dziennikarz ma przekazać, sprawia, że prymarna staje się reklama oraz przemysł komunikacji wizerunkowej, a gazeta, dziennik, pismo staje się towarem jak każdy inny. Tak ujmuje tę kwestię Krzywicki (1960a, s. 661):

„Nowoczesna kazalnica” stała się przybytkiem kapitalizmu. Rozsiadł się w niej najpospolitszy przekupień zachwalający podobnie swój kramik, jak to czyni wszelki współbrat z jego korowodu Mamony. Kto posiadałby jeszcze jakieś wątpliwości, niech zbierze z lat kilku różne „prospekty” i porówna je z reklamami wypuszczanymi przez fabrykantów pigulek od wszystkiego i prosków przeciw robactwu. Nie wiem jeszcze, na czyją korzyść wypadłoby niekiedy takie porównanie i która strona taktyczniej zachowałaby się w wychwalaniu swojego towaru. Naturalnie prasa, która już i tak pod wpływem orgii pieniężnej z jej życiem nerwowym, z jej urywaniem czasu wszelkiemu spożyciu i poświęcaniu go jedynie „pracy produkcyjnej” (tj. robieniu geszefców) ugrzęzła cała w bagnisku reporterki, ulega jeszcze dalszemu zwyrodnieniu dzięki objęciu jej sterów przez żądny zysku kapitał. Nie to, jaki wpływ wyrzuci pismo na czytelników, czy pobudzi kogoś do myślenia, czy podnieci czyjeś uczucia społeczne, nie to wszystko zaprzęta umysł fabrykanta towaru dziennikarskiego, lecz jedynie to, w jaki sposób można by rozszerzyć rynek sprzedawczy i wetknąć swój

wytwór jak największej ilości osób. Te tylko pytania posiadają wartość dla naszego możnowładcy kapitalistycznego.

W takiej perspektywie Krzywicki mówi o etyce prostytucyjnej, której jedno z przykazań nowej „religii kapitału” brzmi:

czcij worek pieniędzy nie pytając o urodę fizyczną i piękno duchowe posiadacza, oddawaj się każdemu, komu brzęczą dukaty w kieszeni, chyl czoło przed każdym osłem, który stąpa obładowany złotem [...].

Prostytucja w stosunkach płciowych, utylityzm w moralności, oportunistyczny oportunizm w polityce i zasada powszechnego mydłkowania w prasie są owocami zrodzonymi na tym samym polu. Jeżeli kiedyś jakiś przyrodnik zechce klasyfikować ludzi z różnych epok dziejowych jako odmienne gatunki dwunożnego ssaka, członkom orgii kapitalistycznej na pewno nada nazwę zwierzęcia prostytuującego się w życiu prywatnym i publicznym, fizycznym i duchowym. (Krzywicki, 1960a, s. 662)

etyka prostytucyjna jest odpowiedzialna za produkcję treści pornograficznych.

Reporter, osobistość z natury marna, pod berłem kapitalisty dochodzi do krańcowego upodlenia, a jednocześnie do królowania wśród literatów, krytyk estetyczny przekształca się w pornografa. Ukazują się wyżyły do węszenia najszybszych tajemnic życia prywatnego znanych osobistości. [...] Pod panowaniem [...] kapitalizmu „redakcja” zmienia się nie tylko w fabrykę pornograficznych wiadomości, plotek i mydłkowania. (Krzywicki 1960a, s. 662)

Po trzecie, regulowanie pola dziennikarskiego kapitalizmem skutkuje swoistą bezimiennością związaną z narodzinami i panowaniem ponadindywidualnej marki. Paradoksalnie, gdyż w wieku indywidualizmu kapitalizm systematycznie odziera człowieka z najbardziej uprawnionej i na wskroś osobniczej właściwości: imienia, które jest nieodłączną częścią człowieka. Wydawało się, twierdzi Krzywicki, iż zależności feudalne i „ciemieństwo pańszczyźniane” jest już etapem zamkniętym, ale nie jest, gdyż bezimiennosc przejawia się także w kapitalizmie, co jest widoczne również na polu dziennikarstwa, szczególnie jeśli chodzi o wytwory konkretnego człowieka.

„Dzieło” głosiło sławę swego twórcy. Któż dzisiaj pyta o bezpośredniego wytwórcę? Stał się on jednostką bezimienną, kołkiem w olbrzymim mechanizmie produkcyjnym, słynącym jako pewna firma. [...] I sama forma nowoczesna różni się od dominium feudalnego nieprzerpętą dążnością w kierunku bezosobowości, przewybornie uwydatniającą się w powstawaniu przedsiębiorstw akcyjnych. Rzeklibyśmy, że doba indywidualizmu usiłuje zatrzeć zupełnie oblicze osobowe. Do jakiego stopnia duch szablonu kapitalistycznego rozsiadł się wśród prasy, o tym świadczy zapanowanie takiej samej bezimienności w produkcji dziennikarskiej. Jedynie rzecz martwa, pismo, posiada imię i godła indywidualne, żywi ludzie obdarzeni duszą różnobarwną, a wspólnymi wysiłkami wytwarzający ów towar imienny, zostali przyrównani do trzody imiennej. Dziwny to zaiste porządek rzeczy, który jakkolwiek przywłaszcza sobie miano indywidualizmu, przecież pozbawia żywe istoty najprawowitszej własności, martwym zaś rzeczom nadaje osobistość! Jak kupujący tkaninę pyta jedynie o fabrykę, w której ją wyprzedzono, podobnie wiarygodność jakiejś wiadomości lub znaczenie pewnego poglądu bywają oceniane według tego, w jakim piśmie ujrzały one światło dzienne, autor zaś pozostaje zwykle ukryty. Nawet jeśli jeszcze podpisuje on swoje imię, a dusza jego, strącona w nicość, dopomina się o prawo bytu, i wtedy spożywcza zwraca mało uwagi na te zabiegi indywidualności. Osobistość ludzka zaciera się w nazwie firmy, chyba że zanadto jest potężną, żeby nie przykuła do siebie uwagi powszechnej. A bezimiennosc taka wżera się też w produkcję naukową i artystyczną. (Krzywicki, 1960a, s. 665–666)

To fabryka dziennikarska, firma, dzisiaj powiedzielibyśmy marka, staje się podstawową, nie poglądem dziennikarza. Ufamy tej marce, co, jak przyznaje Krzywicki, jest zrozumiałe, gdyż dziennikarz stracił społeczne zaufanie, lecz jest to wynik określonych przemian pola dziennikarskiego regulowanego kapitalizmem. Dziennikarz w wyniku okoliczności ekonomicznych staje się wręcz przymuszony do bezimienności.

Większość podporządkowała wszelkie interesy swej duchowości głosem natury realniejszej. Jedy-
ną oznaką mojego „ja” staje się kwestia, czy żołądek jest pełny. Jeśli to jest, istnieje „imię” i indy-
widualności stało się zadość. Wszelka prostytucja duchowa zostaje uprawniona, skoro prowadzi
do tego celu. Jednocześnie wśród świata literackiego rodzi się odpowiedni nierząd ducha. Nawet
imienny robotnik pióra pracuje w kilku fabrykach dziennikarskich i jakoś „współdrga” i „współmyśli”
z rozmaitymi firmami. [...] Ten okaz sprzedającego się ssaka dwunożnego dzisiaj będzie się zwał
Pawłem w jakimś organie kultu podkasanej spółdzielczy i plotek skandalicznych, jutro zaś Gaw-
łem w piśmie dbałym o ożóg i świeczkę, to znowu, gdzie w zwyczaju jest wymyślanie histeryczne
i zatracanie walki za ideę w podjazdach natury osobistej, przybierze bohaterską postawę kłowna,
czującego że mu wolno kopnąć kogoś; gdzie indziej będzie czołgał się schylony niżej niż trawa. Czy
spożywca towaru dziennikarskiego może przywiązywać jakąkolwiek wagę do tego, co mówi taki
wszetechnik literacki? Czy nie jest rzeczą słuszniejszą uwzględnić jedynie nazwę firmy? (Krzywic-
ki, 1960a, s. 666–667)

W owym „świecie bezmienności dziennikarskiej”, po czwarte, dochodzi do procesu
wyalienowania jednostki ze swojej pracy, albowiem człowiek staje się „przydatkiem do
rzeczy martwej” oraz „poddanym klasy kapitalistycznej”. To logiczna konsekwencja owej
bezmienności, utraty indywidualności i w efekcie podmiotowości. Jak stwierdza Krzywicki
(1960a, s. 667):

Dzisiejsze firmy są zlepkiem mechanicznym, w którym żadna nić wzajemnej sympatii nie wiąże
ludzi. Człowiek pozostawiony samemu sobie tęskni za „duszą społeczną”, za sojuszem bratnich
serc i jednakich uczuć. W łącznym i braterskim współdziałaniu zapomniałby o istnieniu, a to, co dzi-
siaż zwiemy firmą [...] dziennikarską, byłoby wtedy jedynie nazwą wyższego jestestwa zbiorowego.

Po piąte, system kapitalistyczny bezwzględnie wyzyskuje jednostki twórcze, doprowa-
dzając do obniżenia poziomu ich twórczości. Więcej nawet, talent staje się przekleństwem.
Jako przykład Krzywicki podaje Niemcy, gdzie, w odróżnieniu od Francji, nie kupuje się powie-
ści, lecz je wypożycza, co powoduje, że powieść, choćby najlepsza, rozejdzie się niewielkim
nakładzie, a przez co wynagrodzenie autora musi być skromne. Jeśli autor utrzymuje się
z pisania, musi pisać więcej i szybciej, przez co zmienia się

w istotę przykutą do stołka, bez możliwości studiów nad życiem i „smaruje” arkusz po arkuszu.
Talent, nawet największy, przy takich warunkach ulega prędkiemu wyczerpaniu, a na jego miejsce
wstępuje rutyna. Jednocześnie rdza przegryza charakter. Ażebym pomimo wyjałowienia, znaleźć wy-
dawcę, powieściopisarz schlebia smakowi czytelników jak pieczeniarsz swemu chlebobdawcy. Twór-
czość przestaje być wyładowaniem się talentu, swobodną grą, że tak rzekę, wyobraźni i nerwów,
natomiast jest produkowaniem paszy poczytnej – *Lesefutter*. (Krzywicki, 1960a, s. 667)

W efekcie mamy do czynienia z procesem przemiany pisarza w „maszynę produkują-
cą powieści”, który pisze na ilość („spekulowania na wiersze”), wyrzekając się jednocześnie
myślenia oraz schlebiając wydawcy i czytelnikom. Sytuacja ta dotyczy nie tylko powieściopi-
sarzy, albowiem, jak twierdzi Krzywicki (1960a, s. 669):

Kapitalizm w dziennikarstwie, podobnie jak w innych zakresach działalności wytwórczej, wyrobił
z czasem drobiazgowy systemat środków i środeczków do wyciśnięcia jak najsumienniejszego
i najprędzszego wszystkich soków z każdego talentu. Poczytność pisma zależy od oryginalności
stylu, zwrotów, tematu. Człowiek zarobkujący piórem po kilku latach bezwarunkowo „wypisuje się”,
staje się nudnym i jałowym. Oddał wszystko, co posiadał, kapitaliście, który to zamienił na odsetki
od swego kapitału. Można postąpić z nim tak samo, jak czyni przedsiębiorca z wycieńczonym
robotnikiem: odrzucić go niby wyciśniętą cytrynę. Pochłaniacz zysków ogląda się teraz za nową
maszyną piszącą, która tryskałaby świeżością i młodością.

Służą temu między innymi konkursy, w których jurorzy, „wyrocznie konkursowe”, jak
nazywa ich Krzywicki, są „zwykłym popychadłem w rękę przedsiębiorcy i stręczycielami no-

wego towaru poddańczego”. Co więcej, jurorzy z dumą przeglądający powieści i felietony nie są tego w ogóle świadomi, gdyż kapitalista wywiódł ich w pole, uderzając w czułe struny ich duszy, czyli obowiązku społecznego w wyszukiwaniu talentów. Problem w tym, że ów talent i tak zostanie przechwycony przez kapitał, który po uprzednim rozreklamowaniu (Krzywicki, 1960a, s. 673) będzie służył zarabianiu i koniec końców doprowadzi do wyjąłowania sił literackich owego talentu. Po dłuższym czasie czeka to każdego „najemnika literackiego” (Krzywicki, 1960a, s. 670). Mówiąc najkrócej, prasa funkcjonująca w warunkach kapitalistycznych „wysysa z wolna wszystkie soki żywotne niby upiór, zdolności topnieją, polot myśli biegnie coraz niżej i coraz wolniej” (Krzywicki, 1960a, s. 668). Talent znika z wolna w tandencie (Krzywicki, 1960a, s. 673).

Zdaniem Krzywickiego taka sytuacja – „zdenerwowania warunkami zarobku” – degradowe człowieka w sensie psychicznym („rozstrój nerwowy”) oraz fizycznym („znużenie organizmu”), gdyż skłania go do topienia swoich ponurych myśli w alkoholu, który pozwala zapomnieć o smutkach i niedostatkach (Krzywicki 1960a, s. 671).

Ponadto Krzywicki (1960a, s. 672) zauważa, że aby osiągnąć sukces, trzeba mieć nie tyle zdolności twórcze:

ile umiejętność przystosowania się i ślizgania stylem potoczystym po powierzchni życia oraz samoreklamy, a nadto dobre pazury. [...] Wydostają się na wierzch jedynie natury obdarzone niepospolicie silnymi pięściami. Że pomiędzy nimi znajduje się niejednokrotnie talent rzeczywisty, nie ulega to najmniejszej wątpliwości; lecz równie nie wolno zaprzeczyć, że często miernota najnikczemniejsza obdarzona umiejętnością węszenia i wiedząca, jakie potraćić struny, cieszy się uznaniem szalonym. Co więcej, z takich lichot składa się coraz wyjącej oszak wielkości z imieniem, w miarę tego, jak kult Pieniądza wżera się w życie społeczeństwa.

Wszystkie przytoczone myśli Krzywickiego uważam za aktualne w nowych odśłonach.

Sto trzydzieści lat później... Dziennikarstwo a kapitalizm dzisiaj

Celowo pozwoliłem sobie na tak obszerne cytowanie Ludwika Krzywickiego, aby można było z jego obserwacji, formułowanych ponad wiek temu oraz w innym przecież niż dzisiaj języku, wyłowić to, co jest aktualne, a co przejawia się w nowych, medialnych odśłonach. Nie sposób, nawet ze względów objętościowych, opisać tego wyczerpująco, zastosuję więc narrację punktową. Wskażę na kilka współczesnych lektur dotyczących dziennikarstwa i szerzej mediów, na dowód, że, po pierwsze, opisany przez Krzywickiego proces ukapitalistycznienia dziennikarstwa zachodzi, a wręcz powiódł się nadspodziewanie dobrze, po drugie, jest społecznie niebezpieczny i zagraża demokracji.

Jednym z problemów współczesnego dziennikarstwa, mającego swoją genezę właśnie w kapitalistycznej organizacji pracy oraz celów, jakie on wyznacza (zysk ekonomiczny), jest konformizm. Tę swoistą uległość wobec kapitalistycznego przedsiębiorcy w sferze dziennikarstwa odnotował już Krzywicki, pisząc o potrzebie „pełnego żołądka”, którego zapełnienie musi zagwarantować sobie człowiek piszący – w tym sensie jest on przymuszony warunkami ekonomicznymi do konformizmu (nie jest to nawet najczęściej własna decyzja pozbawiona nacisku okoliczności).

Lucyna Szot w znakomitym wywiadzie pod znaczącym tytułem *W Polsce nie ma wolnych mediów* trafnie zauważyła, że poddanie się logice rynku oraz wzorcom korporacyjnemu, nienastawionym przecież na żadne inne wartości oprócz zysku ekonomicznego, umożliwiło czy mówiąc precyzyjniej – ułatwiło nie tylko upolitycznienie mediów publicznych, lecz

doprowadziło do demoralizacji młodych dziennikarzy, którzy stają się koniunkturalistami i „podczepiają” się pod wyżej postawionych. Szot, mówiąc o zinstrumentalizowaniu dziennikarskiej działalności w obszarze polityki, stwierdza, że:

[n]astąpiła zmiana pokoleń, a wraz z nią zmiana mentalności. Młodzi, w tym dziennikarze, są przede wszystkim nastawieni na sukces i zorientowani na siebie. Nie interesują ich szersze konteksty oraz społeczne skutki ich działań. Żeby odnieść sukces, muszą wykonać każde otrzymane w redakcji zadanie. Nie cenią wartości ważnych dla dziennikarzy bardziej doświadczonych, mających dwudziesto – trzydziestopięcioletni staż w tym zawodzie. Ci ostatni przetrwali do dzisiaj przeważnie jako dziennikarze funkcyjni. Są redaktorami, a nie dziennikarzami. Dziennikarzami są młodzi, gotowi na wszystko, często nie mający odpowiedniego przygotowania, niezważający na zasady etyki zawodowej itp. (*W Polsce nie ma wolnych mediów*, s. 10)

Zorientowanie na indywidualny sukces jest najczęściej pojmowane zgodnie z neoliberalnym wyobrażeniem, to jest jako posiadanie pieniędzy, prestiżu i widoczności. Bycie rozpoznawalnym dziennikarzem to kapitały, w postaci finansowej oraz symbolicznej, zapewnienia. Osiągnięcie takiego sukcesu ma jednak swoją cenę, gdyż płaci się swoją moralnością za robienie czegoś, czego robić się nie chce. Kapitalizm w dziennikarstwie uczy młodych dziennikarzy, że aby osiągnąć sukces, trzeba „wykonać każde otrzymane w redakcji zadanie”. Ponadto uważam, że niektórzy dziennikarze często swoją bezwzględnością maskują własną porażkę i świadomość złamanego moralnego kręgosłupa. Raz złamany kręgosłup pozostaje złamany. Nie chodzi mi o to, aby krytykować takich dziennikarzy w sposób indywidualny, gdyż jako badaczka mediów znacznie bardziej interesują mnie mechanizmy społeczne ponadindywidualne, którym ci dziennikarze podlegają. Jest tak także dlatego, że byłoby niesprawiedliwe krytykowanie ofiar, a nie sprawców. Kto jest sprawcą? Kapitalizm, który nawet starszych dziennikarzy zmusza do konformizmu i uległości wobec zysku. W takim ujęciu ma rację Szot, mówiąc, że to tutaj dotykamy podstawowego dylematu, albowiem:

dziennikarze, zwłaszcza starsi, deklaratywnie potwierdzają wszystkie zawodowe kanony – z wartościami demokratycznymi na czele. Natomiast w praktyce – oceniam to w kategoriach politologicznych – z realizacją tych zasad mają problemy. Ich ciągły dylemat polega na tym, że aby przetrwać, pozostać w redakcji i zarabiać, muszą iść na kompromisy. Niechętnie się do tego przyznają, choć tak jest w rzeczywistości. To tzw. kuchnia redakcyjna sprawia – jestem o tym przekonana – że rezygnują ze swoich ideałów. (*W Polsce nie ma wolnych mediów*, s. 10)

Jeśli dodać do tej tezy to, że zawód dziennikarza jest sprekaryzowany, a zatem dziennikarz nieustannie lęka się o swoją pracę, a co za tym idzie o pieniądze potrzebne w kapitalizmie do życia jak woda dla ryby, nie może dziwić, że w imię swoich jednostkowych interesów, na przykład spłaty kredytu, utrzymania siebie i rodziny, ale i godności (w kapitalizmie nie ma nic bardziej upokarzającego niż bycie biednym), rezygnuje ze swoich dziennikarskich ideałów, których przecież jednym z najważniejszych jest niezależność. W tym sensie zgadzam się z Szot, gdy twierdzi, że: „jeśli ktoś ma prawdziwe powołanie do zawodu dziennikarza, nigdy nie powinien się skomercjalizować i rezygnować z pewnego obszaru własnej autonomii” (*W Polsce nie ma wolnych mediów*, s. 13). W takim ujęciu, a Szot mówi to w grudniu 2014 roku, nie ma w Polsce wolnych mediów, albowiem stare formy cenzury zostały zastąpione nowymi. Wrocławska badaczka nazywa je „neocenzurą socjalną” albo uzależnieniem od reklamodawców bądź centrów politycznych, w tym sensie mamy do czynienia z cenzurą ekonomiczną, i co gorsza skuteczną, która uzależnia prasę, jej wolność od woli właściciela i wydawcy. Zdaniem Lucyny Szot prawo prasowe w Polsce, będące czymś innym niż zagrożona w konstytucji wolność słowa, jest skonstruowane w ten sposób, że „wolnej prasy – w rozumieniu prawa prasowego – nie ma” (*W Polsce nie ma wolnych mediów*, s. 13). Mówiąc najprościej: „dziennikarz ma obowiązek realizowania ustalonej w statucie lub regulaminie

redakcji ogólnej linii programowej” (Klimkiewicz, 2005, s. 59). Ci zaś dziennikarze, którzy w opinii właściciela czy wydawcy nie realizują owej linii programowej, stając się nierzadko dziennikarzami wymykającymi się ściśle określonym i szufladkowanym poglądom, zresztą w wielu tygodnikach wyraźnie pluralizm ograniczających, zostają zwolnieni, czego przykładem mogą być losy Rafała Wosia (*Media, lewica i brak dialogu*, s. 100–118).

Lucyna Szot ma rację, mówiąc, że panująca logika zysku sprawia, iż rynek prasy zmierza w kierunku coraz mniejszej liczby tytułów i ograniczenia wyboru dla odbiorcy (*W Polsce nie ma wolnych mediów*, s. 14). Jeśli dodać do tego, że wielkie koncerny medialne stają się monopolistycznymi hegemonami, przed czym ostrzegał przecież Krzywicki, oraz narzucają bardzo wielu dziennikarzom pracującym w poszczególnych mediach linię programową, to nie może zaskakiwać upolitycznienie mediów, swoista radykalizacja i polaryzacja stanowisk przez jednostronność przekazu oraz jego zideologizowanie. Zawodowe losy wspomnianego dziennikarza Rafała Wosia są tego potwierdzeniem.

Warto poruszyć jeszcze jedną kwestię. Z niepasującym do linii programowej dziennikarzem nie zostaje przedłużona współpraca. Przedsiębiorca-kapitalista oraz zwolennik wolnego rynku mógłby powiedzieć: Ależ to żadna tragedia! Jeśli nie realizuje linii programowej swojego pracodawcy, to niech poszuka pracy w tygodniku, który będzie bliski jego sposobowi widzenia rzeczywistości, a jeśli taki nie istnieje, niech założy własny – na tym polega kapitalizm. Zgoda, problem w tym, na co także zwraca uwagę Krzywicki, że uzdolniony dziennikarz, lecz pozbawiony kapitału nie ma szans w zderzeniu w wielkim koncernem medialnym. Toteż czekają go dwie możliwości: albo złamany kręgosłup moralny, albo kieruje się ku prasie opozycyjnej względem poprzedniej, likwidując *de facto* to, co między tymi dwoma prasowymi światopoglądami. Tym samym blokuje się nowe sposoby myślenia i oceny rzeczywistości społeczno-politycznej przez upychanie ich w określone szuflady. Nie sprzyja to pluralizmowi poglądów oraz funkcjonowaniu prasy rzemieślniczej, a tym samym demokracji.

Przywołam jeszcze jedną tezę Lucyny Szot, którą należy potraktować jako narracyjne przejście do poglądów kolejnej autorki – Shoshany Zuboff. Zdaniem Szot obezwładnione przez logikę rynku telewizja i radio będą ustępowały internetowi, który przejmie ich funkcje, zajmując miejsce mediów drukowanych i elektronicznych. Twierdzi ona, że choć na razie internet nie pełni jeszcze takiej funkcji (pamiętajmy, że słowa te padły osiem lat temu), to z czasem pojawią się potrzeby i oczekiwania odbiorców, wymuszając nowe formy mediów, które będą też czerpać wartości z mediów tradycyjnych. Wrocławska badaczka z optymizmem wypowiada się o internecie, który oferuje młodym, idealistycznym ludziom odczuwającym powołanie do zawodu dziennikarza, nieobarczonym złymi nawykami, przestrzeń wolności w tworzeniu oddolnych inicjatyw. Mimo że młodzi ludzie, w tym studenci dziennikarstwa, realizują wzorce kultury korporacyjnej wraz z jej kultem efektywności, to jest ona optymistką (*W Polsce nie ma wolnych mediów*, s. 14–15).

Z tą tezą Szot się nie zgadzam. Pomijam kwestię studentów dziennikarstwa, którzy w toku swoich studiów, tak przynajmniej wynika z moich obserwacji jako wykładowcy, tracą swój idealizm, co jest wynikiem między innymi coraz lepszemu rozpoznaniu sytuacji zawodowej dziennikarza. Istotniejsza jest tu diagnoza internetu jako medium, które daje więcej wolności niż media tradycyjne podległe logice rynku. Otóż internet także podlega logice rynku, gdyż w gruncie rzeczy jest w sporej mierze kontrolowany przez hegemonicznych monopolistów kapitalistycznych w postaci między innymi wielkich korporacji, takich jak na przykład Google czy Facebook. Potrafią one, przez swoje algorytmy, wpływać między innymi na podejmowane przez nas wybory polityczne (Stephens-Davidowitz, 2019, s. 18–26).

O ile Szot jest optymistką, o tyle ja jestem raczej pesymistą. Postaram się to pokrótce uzasadnić.

Książką moim zdaniem jedną z najważniejszych w ostatnich latach odnośnie do diagnozy mediatyzowanego świata społecznego, która przekonująco pokazuje, że internet nie jest bezproblemowym dobrem, lecz wręcz zagrożeniem demokracji, jest *Wiek kapitalizmu inwigilacji* Shoshany Zuboff.

Tytułowy „kapitalizm inwigilacji” oznacza, mówiąc najprościej, że kolejnym obiektem wyzysku kapitalistycznego, po pracy opisywanej przez Krzywickiego, jest „nadwyżka behawioralna” (Zuboff, 2020, s. 19). To wszelkie ludzkie doświadczenie i działania, pozostawiające ślad w internecie i gromadzone przez serwisy gigantów cyfrowych, takich jak na przykład Google, który zainicjował sieciowy kapitalizm nadzoru (Zuboff, 2020, s. 22). Gromadzenie tych danych służy przewidywaniu, a nawet kształtowaniu, naszych zachowań przez tworzenie spersonalizowanych reklam, sugerowanie danych w wyszukiwarkach, zamykanie w politycznych i światopoglądowych bankach informacyjnych. W tym sensie nie tylko się nas inwigiluje, lecz także programuje, tworząc nasz profil. Ma to służyć robieniu przez nas tego, czego chce system nadzorujący, na przykład głosowania w określony sposób. Wszystko, co robimy w sieci, na przykład co kupujemy, jest tylko po to, abyśmy kupowali więcej z góry wybranych dla nas produktów. Nasze dane są przedmiotem obrotu na nowych rynkach prognoz behawioralnych, które autorka nazywa „rynkami przewidywania przyszłych zachowań”. Jak pisze Zuboff (2020, s. 20):

Kapitałiści nadzoru bardzo się wzbogacili dzięki tym transakcjom handlowym, ponieważ wiele firm chętnie obstawia nasze przyszłe zachowania. [...] konkurencyjna dynamika tych nowych rynków zmusza kapitalistów nadzoru do pozyskiwania nadwyżek behawioralnych oferujących coraz to dokładniejszą przewidywalność: naszych głosów, osobowości, emocji. Ostatecznie kapitałiści nadzoru odkryli, że dane behawioralne posiadają najwyższą wartość predykcijną pojawiają się [w] wyniku interwencji w stan gry polegających na popychaniu, nakłanianiu, dostrajaniu i wzbudzaniu reakcji stadnych – wszystko po to, aby uzyskać korzystny wynik finansowy. Za tę zmianę, przesunięcie, sytuację, w której zautomatyzowane procesy nie tylko znają nasze zachowanie, ale także kształtują je na dużą skalę, odpowiada presja konkurencji. Na skutek tego przeorientowania, przejścia od wiedzy do władzy, nie wystarczy już samo automatyzowanie przepływów informacji o nas – celem jest teraz zautomatyzowanie nas. W tej fazie ewolucji kapitalizmu nadzoru środki produkcji są podporządkowane coraz bardziej złożonym i kompleksowym „środkom modyfikacji behawioralnej”. W ten sposób kapitalizm nadzoru rodzi nowy gatunek władzy, który nazywam instrumentalizmem. Władza instrumentalna zna i kształtuje ludzkie zachowania dla realizacji czyichś innych celów niż owych ludzi. Władza ta nie korzysta z uzbrojenia i armii – wdraża swój porządek, posługując się zautomatyzowanym medium coraz bardziej wszechobecnej obliczeniowej architektury „inteligentnych” sieciowych urzędzeń, rzeczy i przestrzeni.

W takim ujęciu, jak twierdzi, kapitałiści nadzoru wiedzą wszystko o nas, ale my ich działań nie potrafimy przejrzeć, są dla nas przezroczyście (Zuboff, 2020, s. 24). Dane służą nie nam, lecz im, czyniąc nas, koniec końców, podmiotami pozbawionymi wolności oraz umiejętności rozpoznania swoich interesów, kierujących się wewnątrzkułturowo racjonalnymi, to jest zgodnymi z naszymi interesami właśnie, wyborami opartymi na rzetelnych informacjach. Co więcej, pożywką dla kapitalizmu nadzoru i jego władzy instrumentalnej są niestabilne warunki egzystencji. Kapitalizm nadzoru oferuje takim jednostkom rozwiązania w postaci społecznościowej łączności, dostępu do informacji, oszczędności czasu, i zbyt często, twierdzi Zuboff (2020, s. 522), iluzji wsparcia. Dla wielu ludzi, szczególnie młodych, nierzadko „odkotchowanych” od instytucji zapewniających względne bezpieczeństwo ontologiczne, ukształtowanych przez kulturę płynnej nowoczesności, technologia sieciowa jawi się jako wybawienie. To jednak iluzja, gdyż technologia w społeczeństwie kapitalistycznym jest wyrazem ekonomicznych celów, które ją napędzają (Zuboff, 2020, s. 30). Ostatecznie jednostki takie będą tkwiły w zaklętym kręgu poszukiwań i pozostawiania danych, służącym jeszcze większemu wyzyskowi i sterowności.

Nie wchodząc w szczegóły, powiem jedynie, że Zuboff szczegółowo analizuje konsekwencje działania kapitalizmu inwigilacji i kapitalizmu nadzoru dla każdego z nas, dla naszych społeczeństw, naszych demokracji. Jej zdaniem wniosek jest nieunikniony: „kapitalizm nadzoru stanowi niegodziwą siłę napędzaną nowymi imperatywami gospodarczymi, które lekceważą normy społeczne i znoszą podstawowe prawa związane z autonomią jednostki, niezbędne dla samej możliwości funkcjonowania społeczeństwa demokratycznego” (Zuboff, 2020, s. 24–25). Jak trafnie zauważa Jan J. Zymuntowski, kapitalizm inwigilacyjny w rozumieniu Zuboff jest też mechanizmem uniformizacji (Zygmuntowski, 2020, s. 129), co moim zdaniem tworzy świat nowego technototalitaryzmu.

Warto wspomnieć jeszcze o dwóch książkach. Dotyczą one wprawdzie Stanów Zjednoczonych, ale przesłedzenie określonych podobieństw z Polską nie jest problemem.

Pierwsza z nich to *Shitshow. Ameryka się śpi, a oglądalność szybuje* Charliego LeDuffa (2019). Oskarża on telewizję o ignorancję względem prawdziwych problemów społecznych niemających swoich reprezentacji medialnych, jak na przykład problemy zwykłych ludzi pracy oraz mieszkańców prowincji. Autor ciekawie pokazuje świat, który rozpadł się na dwie światopoglądowe połowy, między którymi nie ma żadnego porozumienia. Obiektem krytyki w książce są między innymi dziennikarze, którzy nie tylko nie mają kontaktu z rzeczywistością społeczną, lecz także nie potrafią jej opisać. Służą oni wiernie wielkim koncernom medialnym, które z kolei są uległe wobec władz. W efekcie media głównego nurtu tworzą nieprawdziwą narrację względem amerykańskiego społeczeństwa, reprezentując tylko określone jego segmenty, co przekłada się na pogłębianie owych podziałów.

Chociaż nie uważam tej książki za wybitną, to mówi ona jednak coś istotnego, coś, co powinniśmy nadrobić także w polskim dziennikarstwie. Mam na myśli pokazanie świata poza wielkimi miastami, co oznacza także medialne zawieszenie warszawskocentryczności mediów, by użyć sformułowania Andrzeja Szahaja. Owa warszawskocentryczność zdaniem toruńskiego filozofa przejawia się między innymi w koncentracji mediów, co z kolei ma zgubny wpływ na sposób postrzegania rzeczywistej sytuacji w kraju przez jego elity polityczne, ekonomiczne i akademickie. Nie dostrzega się po prostu wielu problemów społecznych, które nie mają żadnej reprezentacji w mediach warszawskocentrycznych, gdyż nie są to problemy Warszawy. W efekcie elity wielkomięskie biorą ten obraz za obraz Polski, a ludzie spoza tych elit w ogóle nie odnajdują swoich problemów w tych przekazach (Szahaj, 2019, s. 135). Dodam, że po 1989 roku z polskich mediów egzorcyzmuje się mówienie o klasach społecznych, poza jedną oczywiście, czyli klasą średnią, do której muszą dążyć wszyscy „niezaradni”, „cywilizacyjnie zacofani”, homo sovieticusy, co znakomicie opisał Kacper Leśniewicz (2022, s. 5–16). Autor trafnie oskarża wielu dziennikarzy o ten stan rzeczy, czyli, jak w przypadku zarzutów LeDuffa, utratę kontaktu z rzeczywistością społeczną, gdyż Polska to nie tylko Warszawa. Nie dziwi zatem nerwowość środowisk liberalnych w stosunku do książki Magdaleny Okraski *Nie ma i nie będzie*, która opisuje świat części polskiej prowincji (Okraska, 2022). Bez takich obrazów życia społecznego nie zrozumie się tego kraju, wielu wyborów, które podejmują Polacy, łącznie z tymi, które są zaskoczeniem dla elit, jak na przykład zwycięstwo wyborcze Prawa i Sprawiedliwości uwarunkowane w dużej mierze gniewem na elity i ich neoliberalną narracją. Owo zaskoczenie to właśnie wynik zaniedbania rozumienia sporej części polskiego społeczeństwa (Rydlewski, 2022).

Dруга książka to *Nienawiść sp. z o.o. Jak dzisiejsze media każą nam gardzić sobą nawzajem* Matta Taibbiego (2020). Niezwykle interesująco opisuje, z punktu widzenia kulis świata dziennikarskiego Ameryki, jak olbrzymią rolę odgrywają media w polityce i jak z tą polityką są splecione. Taibbi obnaża komercjalizację mediów i dziennikarzy, uczynienie z polityki rozrywki i swoistego konkursu piękności, ich nieodpowiedzialność społeczną, głupotę, kunktatorstwo, zależność od polityków, tworzenie z widzów wyborców i podsycanie ich emocji kosztem analizy argumentów i faktów itp.

Kwestie te są znakomicie widoczne także w polskich mediach oraz w działaniach rzeszy dziennikarzy, który w gruncie rzeczy stali się funkcjonariuszami partyjnymi, przemieniając dane medium w tubę partyjną. Jedną z najlepszych książek omawiającą tę kwestię jest niestety mało znana książka Piotra Legutki i Dobrosława Rodziewicza *Mity czwartej władzy*. Autorzy pokazują w niej między innymi, jak wielu dziennikarzy „działa na automatycznym pilocie”, niekiedy nawet nieświadomie dostosowując się do określonych sposobów przedstawiania polityków, co w efekcie stwarza „telerzeczywistość” przekładającą się na realne decyzje polityczne dokonywanych przez widzów-wyborców (Legutko i in., 2010, s. 235).

Mógłbym jeszcze długo kontynuować swoją punktową narrację. Istotne jest zrozumienie splotu różnych aktorów: kapitalizmu, technologii, mediów i sposobów komunikowania, wolności, demokracji itp. Chciałbym jednak, już na zakończenie, podkreślić kwestię niezwykle istotną, i w pewnym sensie bardzo przeciwieście poznawczo opracowaną, a mianowicie, że mówiąc o kapitalizmie oraz technologiach komunikacyjno-medialnych, które tworzy i którymi zarządza w celu (wy)zysku, i demokracji, trzeba zdać sobie sprawę, że zmiana środków komunikacji jest także potężną zmianą w obszarze systemów ustrojowych. Wiedzieli to już doskonale klasycy teorii oralności – piśmienności, przedstawiciele kanadyjskiej szkoły komunikacji, od Harolda Innisa poczynając (Mersch, 2010, s. 94–101). Należy sobie jasno uświadomić, że nowoczesna demokracja jako system ustrojowy stała się możliwa w ogromnej mierze dzięki wynalazkowi druku i prasy drukarskiej (Bard i in., 2006, s. 77–78), a wynalazek pisma jest odpowiedzialny za stworzenie racjonalnego, zdolnego myśleć abstrakcyjnie i krytycznie, to jest z pozycji zdystansowanej, podmiotu (Ong, 2011, s. 69–178; Olson, 2010, s. 343–409). Taki wszak podmiot zakłada demokracja, której systemową częścią jest debata publiczna przez pismo umożliwiana oraz określone formy świadomości społecznej. Odchodzenie od tych wynalazków jest także odchodzeniem od tego, co demokrację ufundowało, i nie można być pewnym, że przetrwa ona bez określonych sposobów komunikacji i to nie tylko jeśli idzie o treść i zarządzanie nią, ale i sam środek komunikacji, który przecież także jest komunikatem, zgodnie z wykładnią Marshalla McLuhana (2004, s. 37–55)². Jeśli uznać za trafną tezę Waltera J. Onga, że spora część cech oralności pierwotnej istnieje w oralności wtórnej kultury opartej na mediach elektronicznych (Ong, 2011, s. 183), to będzie ona sprzyjała większej emocjonalności, utożsamienia z komunikatem, a nawet pewnej postaci wtórnej magiczności (Rydlowski, 2018, s. 77–95). W takiej perspektywie, to jest pytania o dalsze trwanie demokracji (Sartori, 2005, s. 52–75), należy czytać choćby książkę Giovanniego Sartoriego *Homo videns. Telewizja i post-myślenie*, która pokazuje między innymi zanik zdolności myślenia abstrakcyjnego i zubożenie procesu rozumienia (Sartori, 2005, s. 22–24), skutkujący „poznawczym prymitywizmem” (Sartori, 2005, s. 92).

Warto na koniec zauważyć, że kapitalizm w ogóle przejmuje funkcję polityki, w tym arystotelesowskim znaczeniu, oraz polityków, jako ludzi wybranych w demokratycznych wyborach, którzy będą reprezentowali nasze interesy i wprowadzali pożądane przez nas zmiany. Widać to znakomicie w rozmowach ze studentami, będącymi częścią pokolenia, które realizację swoich wartości, choćby najbardziej szlachetnych, powierzyło markom. To już nie politycy, lecz wielkie korporacje mają ratować świat na przykład przed katastrofą klimatyczną. Bardzo wielu młodych ludzi wierzy w obietnicę, że firmy naprawdę to zrobią. Nie jest to jednak tak oczywiste, albowiem, po pierwsze, idea społecznej odpowiedzialności biznesu jest bardzo często techniką PR-ową, nie zaś rzeczywistą strategią zarządzania, a nawet swoistą teorią rzeczywistości społecznej, a po drugie, pojawia się proste pytanie, dlaczego i jak to się stało, że oddano wartości markom, które mają produkować rzeczy, a nie sklejać z nimi wartości (Zabiełto, 2022, s. 85–100). Obawiam się, że część pokolenia młodych ludzi

² Nie oznacza to jednak, że jestem deterministą technologicznym, co pokrótce uzasadniałem w innym miejscu (Rydlowski, 2023, s. 44–45).

jest zmanipulowana przez neoliberalny kapitalizm, który przekonał ich, że kupując, realizują określone wartości, ale ostatecznie chodzi o to, żeby kupowali.

Wszystko, co do tej pory napisałem, skłania nawet nie tyle do postawienia pytania czy hipotezy, ile wręcz postawienia tezy, a brzmi ona następująco: neoliberalny kapitalizm zagraża demokracji, która staje się (już się stała?) fasadą. W tym sensie krytyka tej wersji kapitalizmu współgra z troską o demokrację. W polskich realiach społecznych i politycznych, w których znaturalizowano i uznano za oczywistość, że kapitalizm oraz demokracja idą wspólnie, a nie osobno, takie twierdzenie musi budzić opór, z czego zdają sobie sprawę. Można by przecież zaoponować i powiedzieć: Jak to? Przecież warunki funkcjonowania prasy, szerzej mediów, reguluje wolny rynek, nie wymyśliłszy lepszego systemu niż kapitalistyczny! Jak odpowiedziałyby na to Krzywicki? Sądzę, że tak:

My sami, jak zwykle bywa z ludźmi zrodzonymi i wychodowanymi w szczególnej atmosferze, utraciliśmy wszelką wrażliwość w tej mierze a niekiedy brak nam nawet poczucia nienormalności szalu pieniężnego. Nowoczesny kankan Mamony utracił dla nas wszystkie swoje ostre rysy i wydaje się rzeczą najpospolitszą w świecie, właściwą wszystkim ludom globu ziemskiego i wszystkim epokom dziejowym. Co więcej, niejednemu umysłowi spletanemu wzorami terażniejszości samo podnoszenie podobnych kwestii wyda się nie tylko przesadą, lecz dowodem skończonego marzycielstwa, jeśli nie warcholstwa. (Krzywicki, 1960b, s. 639)

Jeśli nie możesz sobie wyobrazić świata bez demokracji, to musisz umieć wyobrazić go sobie bez kapitalizmu w jego obecnej, neoliberalnej postaci. Albo jedno, albo drugie. Zdają sobie sprawę z kontrowersyjności tej tezy, która rzecz jasna wymagałaby pogłębionego rozwinięcia, lecz refleksje Ludwika Krzywickiego oraz współczesne opisy stanu mediów oraz dziennikarstwa dają do postawienia tej tezy mocne przesłanki.

Bibliografia

- Bard, A., Söderqvist, J. (2006). *Netokracja: nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Bauman, Z. (2007a). *Szanse etyki w zglobalizowanym świecie*. Wydawnictwo Znak.
- Bauman, Z. (2007b). *Spółczesność w stanie obłąkania*. Wydawnictwo Sic!
- Bauman, Z. (2008). *Zindywidualizowane społeczeństwo*. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Bourdieu, P. (2009). *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chomsky, N. (2000). *Zysk ponad ludźmi: neoliberalizm a ład globalny*. Wydawnictwo Dolnośląskie.
- Klimkiewicz, B. (2005). *Krajobraz medialny w Polsce: struktura własności i pluralizm mediów*. W B. Klimkiewicz (Red.), *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów* (pp. 50–89). Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Krzywicki, L. (1960a). *Kapitalizm a dziennikarstwo*. W L. Krzywicki, *Artykuły i rozprawy 1890–1891. Dzieła t. 5* (pp. 650–675). Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Krzywicki, L. (1960b). *Kapitalizm w sztuce i nauce*. W L. Krzywicki, *Artykuły i rozprawy 1890–1891. Dzieła t. 5* (pp. 642–643). Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- LeDuff, C. (2019). *Shitshow. Ameryka się sypie, a oglądalność szybuje*. Wydawnictwo Czarne.
- Ledwoch, J., Rydlewski, M., Sroka, Z. (2022). *Michał! Ty się nie miałeś teraz odwracać. Manipulacje w talent show jako odzwierciedlenie medialnego (wy)zysku*. W M. Rydlewski, *Kultura upokarzania w mediach* (pp. 129–191). Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Legutko, P., Rodziewicz, D. (2010). *Mity czwartej władzy*. Wydawnictwo Arcana.
- Leśniewicz, K. (2022). *Media bez klasy*. „Nowy Obywatel” 38, 5–16.
- McLuhan, M. (2004). *Środek przekazu sam jest przekazem*. W M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka* (pp. 37–55). Wydawnictwo WNT.

- Media, lewica i brak dialogu. Z Rafałem Wosiem rozmawia Remigiusz Okraska. (2022). *Nowy Obywatel*, 38, 100–118.
- Mersch, D. (2010). *Teorie mediów*. Wydawnictwo Sic!
- Okraska, M. (2022). *Nie ma i nie będzie*. Wydawnictwo Ha!art.
- Olson, D.R. (2010). *Papierowy świat. Pojęciowe i poznawcze implikacje pisania i czytania*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Ong, W.J. (2011). *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Ostafin, B. (2014). Motyw pieczeniara w klasycznej literaturze arabskiej. *Litteraria Copernicana*, 13, 143–153.
- Postman, N. (2002). *Zabawić się na śmierć: dyskurs publiczny w epoce show-biznesu*. Wydawnictwo Muza.
- Rydlewski, M. (2018). Wtórna oralność a myślenie magiczno-metamorficzne. W M. Czapięga, K. Konarska (Red.), *Zmiany, metamorfozy, rewolucje* (pp. 77–95). Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Rydlewski, M. (2019). *Scenariusze kultury upokarzania. Studium z antropologii mediów*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Rydlewski, M. (2022). Podążaj za gniewem. *Kontakt*. Dostęp 25 czerwca 2023 z <https://magazynkontakt.pl/podazaj-za-gniewem>.
- Rydlewski, M. (2023). Technologia nas (nie)wyzwoli. *Nowe Książki*, 1, 44–45.
- Sartori, G. (2005). *Homo videns. Telewizja i post-myślenie*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Stephens-Davidowitz, S. (2019). *Wszyscy kłamią. Big Data, nowe dane i wszystko, co Internet może nam powiedzieć o tym, kim naprawdę jesteśmy*. Wydawnictwo Literackie.
- Szahaj, A. (2014). Znał świat. W A. Szahaj, *Zniewalająca moc kultury. Artykuły i szkice z filozofii kultury, poznania i polityki* (pp. 145–158). Wydawnictwo Naukowe UMK.
- Szahaj, A. (2019). Pułapki warszawsko-centryczności mediów. W A. Szahaj, *Kapitalizm wyczerpania?* (pp. 131–137). Wydawnictwo Książka i Prasa.
- Szahaj, A. (2020, 25 kwietnia). Niedemokratyczny kapitalizm. *Dziennik Gazeta Prawna*. Dostęp 25 czerwca 2023 z <https://edgp.gazetaprawna.pl/e-wydanie/57254,24-kwietnia-2020/70499,Dziennik-Gazeta-Prawna/718830,Niedemokratyczny-kapitalizm.html>.
- Taibbi, M. (2020). *Nienawiść sp. z o.o. Jak dzisiejsze media każą nam gardzić sobą nawzajem*. Wydawnictwo Czarne.
- W Polsce nie ma wolnych mediów. Z dr hab. Lucyną Szot rozmawia Stanisław Lejda (2015). *Odra*, 1, 9–15.
- Vicki, L. (2008). *Barwny półświatek starożytnego Rzymu*. Wydawnictwo Bellona.
- Zabieło, A. (2022). Ostracyzm jako kara nie tylko psychologiczna. O wykluczeniu marek przez użytkowników Internetu. *Dyskurs & Dialog*, 9, 85–100.
- Zuboff, S. (2020). *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*. Wydawnictwo Zysk i SK-a.
- Zygmuntowski, J.J. (2020). *Kapitalizm sieci. Dlaczego Internet stał się pułapką i jak możemy zaplanować lepszą przyszłość?* Wydawnictwo RozRuch.