

POCHWAŁA POLIFONII

Acta Universitatis Wratislaviensis No 4163



POCHWAŁA POLIFONII

pod redakcją **Jędrzeja Morawieckiego**

Rada Redakcyjna
Johann Roppen, Ilona Biernacka-Ligięza, Anna Jupowicz-Ginalska,
Mirosława Wielopolska-Szymura

Redaktor naczelny
Adam Szynol

Zastępca redaktora naczelnego
Paweł Baranowski

Redaktor tomu
Jędrzej Morawiecki

© Copyright by Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego sp. z o.o.
Wrocław 2023

Wersją pierwotną czasopisma jest wersja drukowana.

Rada Redakcyjna wdrożyła procedurę zapobiegania przypadkom
ghostwriting i *guest authorship*.

ISSN 0239-6661 (AUWr)
ISSN 2082-8322 (DiM)

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego sp. z o.o.
50-137 Wrocław, pl. Uniwersytecki 15
tel. 71 3752474, e-mail: sekretariat@uwvr.com.pl

CONTENTS

- 9_** **JĘDRZEJ MORAWIECKI**, Introduction
- 13_** **KATARZYNA MIECZKOWSKA**, Designing museum communication for people with special needs
- 27_** **ALEKSANDER WOŹNY**, Doctor-patient communication from a hermeneutic-orchestral perspective: On narrative medicine, a field of research still poorly recognized in Poland
- 41_** **MICHAŁ RYDLEWSKI**, Journalism – capitalism – democracy: The topicality of Ludwik Krzywicki's thought
- 61_** **AGATA KRZYWDZIŃSKA**, The condition of investigative journalism in Russia: The case of *Novaya Gazeta*
- 73_** **KAROLINA PIECHOCKA**, Analysis of *Gazeta Polska Codziennie*'s discourse about LGBT+ persons: Considerations in the context of the 2020 election campaign
- 87_** **KRZYSZTOF GRZEGORZEWSKI**, The impact of the 2022 war in Ukraine on the programming schedule of TVN24
- 103_** **IWONA GRODŹ**, Gamification in the media landscape: Initial reconnaissance

REPORTS

- 117_** **AGNIESZKA WOJTUKIEWICZ**, Report on the jubilee of the Dean of the Faculty of Journalism, Information and Book Studies of the University of Warsaw Prof. dr. hab. Janusz W. Adamowski and the Media Studies Seminar "Democratic Values in Media Systems"

SPIS TREŚCI

- 9_** **JĘDRZEJ MORAWIECKI**, Wprowadzenie
- 13_** **KATARZYNA MIECZKOWSKA**, Projektowanie komunikacji w muzeum dla osób ze specjalnymi potrzebami
- 27_** **ALEKSANDER WOŹNY**, Komunikacja z pacjentem z perspektywy hermeneutyczno-orkiestralnej. Rzecz o wciąż słabo rozpoznanej w Polsce medycynie narracyjnej
- 41_** **MICHAŁ RYDLEWSKI**, Dziennikarstwo – kapitalizm – demokracja. Aktualność myśli Ludwika Krzywickiego
- 61_** **AGATA KRZYWDZIŃSKA**, Kondycja dziennikarstwa śledczego w Rosji na przykładzie „Novej Gazety”
- 73_** **KAROLINA PIECHOCKA**, Analiza dyskursu „Gazety Polskiej Codziennie” na temat osób LGBT+. Rozważania w kontekście kampanii wyborczej roku 2020
- 87_** **KRZYSZTOF GRZEGORZEWSKI**, Wpływ wojny w Ukrainie w 2022 roku na ramówkę TVN24
- 103_** **IWONA GRODŹ**, Grywalizacja marketingowa w przestrzeni medialnej. Wstępny rekonesans

SPRAWOZDANIA

- 117_** **AGNIESZKA WOJTUKIEWICZ**, Sprawozdanie z jubileuszu Dziekana WDIB UW prof. dr. hab. Janusza W. Adamowskiego oraz Seminarium Medioznawczego „Wartości demokratyczne w systemach medialnych”



POCHWAŁA POLIFONII

„Wyrzucili mnie z uczelni. Tymczasem bardziej rezolutni ode mnie koledzy zrozumieli, że trzeba sobie zrobić przerwę od mówienia. No i milczą tak do tej pory. Bardzo mi ich żal. To są rozumni, wykształceni i w gruncie rzeczy dobrzy ludzie. A jako że są inteligentni, to na pewno dotarło już do nich, że ich milczenie jest znaczące. Oni wyrzekli się sami siebie. To są postaci tragiczne. Nie mnie ich jednak oceniać. Ja miałem po prostu szczęście. Niemniej bez większego wysiłku mogę sobie wyobrazić, że siedzę nadal w Moskwie, czasem pomstując na życie w barze, a przez większość czasu milczę. Bo tylko milczenie mi pozostało” – takie zdania usłyszałem w lutym 2023 roku w redakcji „Nowej Gazety Jewropa” w Rydze.

Ten sam rozmówca opowiadał o swoich kontaktach z dziennikarzami, którzy nie uciekli z Rosji i starają się dostosować do nowej, coraz bardziej upiernej rzeczywistości: „Ktoś do mnie na przykład dzwoni, mówi, że zgodził się prowadzić wykład, a dopiero potem się zorientował, że ten przedmiot odebrano znajomemu, którego uznano za obcego agenta. Pytają, jak postąpić. A co ja mam im poradzić? Oni są już w takim stanie, że zgodzą się na wszystko, byle zachować stanowisko, mieszkanie, byle spłacać regularnie hipotekę, byle życie było stabilne. To straszne uczucie: rozmowa wędnie, zaczynamy rozumieć, że nie da się nic więcej powiedzieć”.

Mamy szczęście. Nie przeszliśmy jeszcze na drugą stronę lustra. Nie musimy jeszcze robić „przerwy od mówienia”. Nie musimy milczeć ani zasięgać rad u dawnych przyjaciół, uznanych za obcych agentów i zdrajców ojczyzny. Nie musimy ich pytać, czy wziąć po kimś wykłady. Nie musimy powtarzać: „sam wiesz jak jest” ani „to nie takie proste”. Ciągle mamy o czym mówić i mamy przestrzeń do dyskusji.

Możemy na przykład opublikować artykuł o kondycji dziennikarstwa śledczego, możemy pisać o „Nowej Gazecie”, której poświęciła swój tekst Agata Krzywdzińska. Autorka przyznaje, że artykuł ma charakter deskryptywny. Uporządkowanie kolejności zdarzeń, dokumentowanie rozwoju i zniszczenia ostatniej ogólnokrajowej niezależnej redakcji w Rosji wydaje się jednak bardzo istotne. To właśnie „Nową Gazetę” wypuściła dzień po inwazji na Ukrainę dwujęzyczny ukraińsko-rosyjski numer z napisem na okładce „Rosja bombarduje Ukrainę”. Nikt więcej na taki krok się nie odważył. Redakcja – jak przyznają dziennikarze po czasie – żyła jeszcze wtedy iluzją, że dziennikarstwo śledcze, o którym pisze autorka, za-

działa kolejny raz, tak jak zadziało po roku 2014. Dekadę temu media były jeszcze w stanie wpływać na rzeczywistość – pomimo represji i „czyszczenia medialnego placu”. Dziennikarze byli jeszcze w stanie psuć krew kremlowskim urzędnikom, a rosyjskie władze reagowały na doniesienia reporterek i reporterów: „Wydawali się zażenowani. Mówili: dajcie spokój, to nie my, to tylko separatyści, partyzanci. Myśleliśmy więc: może uda się nam tę genialną zagrywkę powtórzyć, przecież wtedy dotarli do Iłowajnska, ale się zatrzymali. Może tym razem również tak będzie? To złudzenie bardzo szybko przyszło”. Nie udało się. Redakcja została zamknięta, dziennikarze uciekli do Łotwy. Wojna trwa.

Jesteśmy nadal po tej stronie lustra. Zmienił się jednak krajobraz. Wojna wyrzuciła rzeczywistość oraz telewizyjne ramówki. Ramówce TVN24 po 24 lutego 2022 roku przyjrzał się Krzysztof Grzegorzewski. Zwraca w swoim artykule uwagę, że tak silne zaburzenie struktury pasma, trwające dłużej niż tydzień, wydarzyło się tylko dwa razy: po katastrofie smoleńskiej, w dniach od 10 do 18 kwietnia 2010 roku, oraz właśnie po 24 lutego 2022, gdy Rosja rozpoczęła inwazję na Ukrainę. Niemal całkowite wywrócenie ramówki i powolne jej przywracanie trwało pięćdziesiąt dwa dni. Jak podkreśla Grzegorzewski: „to najdłuższy w historii stacji okres nadawania programu specjalnego, a powrót na antenę poszczególnych pozycji bądź przywrócenie ich pierwotnej formuły i oprawy następowało stopniowo. Nie istniał żaden istotny punkt graniczny, który umożliwiłby powrót do normalnego nadawania”. Nie ma cenzury, trwa bowiem wojna. I choć do dramatycznych wydarzeń i tragicznych doniesień medialnych zwykliśmy się przyzwyczajać, trudno przejść nad nimi do porządku dziennego, gdy wojna trwa obok nas, a jej dynamika wymaga rejestrowania i analizowania jej dramaturgii, transformacji symboli i ewolucji represji w przestrzeni medialnej i społecznej w kraju agresora.

Odsysanie powietrza, ograniczanie wolności słowa, wykorzystywanie w celu społecznej konsolidacji narracji dyskryminacyjnych i ksenofobicznych, ma miejsce nie tylko w Rosji. W Światowym Indeksie Wolności Prasy 2023 (World Press Freedom Index) Polska znalazła się na pięćdziesiątym siódmym miejscu (MAT 2023, 3 maja) wobec osiemnastego miejsca w 2015 roku (Sobczak 2016, 20 kwietnia). To piąte od końca miejsce w Unii Europejskiej. Z kolei pod względem wskaźników homofobii Polska rok po roku zajmuje niechlubne ostatnie miejsce w UE (Ambroziak, 2022, 12 maja). Mimo wszystko wciąż jeszcze nie jesteśmy po tej samej stronie lustra co Rosja... Czy jednak nie pojawiają się w naszej przestrzeni medialnej podobne frazy? Karolina Piechocka w swej analizie dyskursu „Gazety Polskiej Codziennie” na temat osób LGBT+ zwraca co prawda uwagę na „wzrost akceptacji polskiego społeczeństwa wobec osób o orientacji nieheteroseksualnej (z 24% w 2008 roku do 37% w 2021), a także zwiększenie się odsetka Polaków popierających głoszone przez tęczaową społeczność postulaty, na czele z jednopłciowymi związkami małżeńskimi (z 18% w 2008 do 34% w 2021) oraz adopcją dzieci (z 6% w 2008 do 16% w 2021)”, niemniej – jak pisze – w mediach prawicowych i konserwatywnych wizerunek osób nieheteronormatywnych, który nie byłby waloryzowany pejoratywnie, „jest silnym zagrożeniem dla jedynej znanej im rzeczywistości oraz instytucji społecznych opartych na tak zwanej heteronormie. [...] Oznacza to, że gdy osoby LGBT+ są dehumanizowane, porównywane do wyrodnialców czy uznawane za chore lub zaburzone, czytelnicy, słuchacze i widzowie czerpiący wiedzę o otoczeniu z mediów konserwatywnych, czują się bezpieczni. Jest to swoiste bezpieczeństwo ontologiczne, pozwalające im realizować posiadane potrzeby, oczekiwania i pragnienia”. Piechocka zwraca również w swojej bardzo ciekawej analizie uwagę, że także mediom postrzeganym jako liberalne zdarza się maskować negatywnie waloryzowany przekaz: „dzieje się tak choćby wtedy, gdy problemy osób LGBT+ sprowadzane są wyłącznie do jednego słowa – kategorii. Przykładowo, związki partnerskie, adopcja dzieci przez pary jednopłciowe albo homofobia niejednokrotnie bywają zamykane przez dziennikarzy w pojęciu »homoseksualności« (a nawet »homoseksualizmu«)”. Jeśli jednak jesteśmy ciągle po tej stronie lustra, to potrafimy owe

dyskursy dyskryminacyjne dostrzec, możemy je analizować i mieć nadzieję, że teksty takie jak Piechockiej są istotne nie tylko z powodów naukowych, ale również społecznych. Innymi słowy, możemy wciąż żywić nadzieję, że sytuacja ulegnie poprawie, a zamieszczone analizy będą mieć przede wszystkim wartość historyczną, nie zaś diagnozy współczesności.

Jest na to szansa, skoro ciągle jeszcze pozytywnie nacechowane są w polskim dyskursie medialnym postulaty pluralizmu i demokracji. Gorzki przykład naszych wschodnich sąsiadów (a także niemała część współbrzmiących z nimi nacjonalistycznych publicystów w Polsce) uczy, że dodatni charakter waloryzacji wartości demokratycznych i wolnościowych nie jest wcale oczywisty. Skoro jednak jesteśmy nadal po tej stronie zwierciadła, możemy zastanawiać się na przykład nad pytaniem: „Czy grywalizacja marketingu treściami kultury sprzyja demokracji, a więc między innymi tworzeniu autentycznych relacji komunikacyjnych, czy raczej przyczynia się do utwierdzenia naszego o nich wyobrażenia?” – jak czyni to w artykule zamieszczonym w niniejszym tomie Iwona Grodź.

O ile Iwona Grodź odnosi się w swoich rozważaniach między innymi do niezwykle interesującego pojęcia kapitału growego i poszukuje determinant uczestnictwa w kulturze, wykraczających poza zmienne demograficzne i strukturalne (odwołując się przy tym także do Pierra Bourdieu), o tyle Michał Rydlewski powraca do twardych struktur i przygląda się aktualności marksistowskiej krytyki kapitalizmu w tekstach Ludwika Krzywickiego (również odnosząc je do kategorii Bourdieu). Jak konkluduje: myśli Krzywickiego, sformułowane przeszło sto trzydzieści lat temu, są w dużej mierze aktualne. Dzieje się tak dlatego, „że mimo wielu zmian społeczno-kulturowych i technologicznych oraz przemian samego dziennikarstwa i jego statusu, relacja pomiędzy kapitalizmem a dziennikarstwem strukturalnie wygląda podobnie”. Mamy nadal kategorię reporterek i reporterów, nazywanych przez Krzywickiego najmitami i badamy na gruncie nauk o mediach, ale także socjologii i antropologii kultury, konsekwencje prekaryzacji zawodu dziennikarza. Jak pisze Rydlewski: „lęk o pieniądze nierzadko wymusza światopoglądową uległość wobec przedsiębiorcy-kapitalisty (władz koncernu medialnego)”. Lektura wspomnianego tekstu wydaje się szczególnie gorzka: diagnoza w nim zawarta pozostaje ciągle aktualna, mimo że fizyczne zagrożenie dziennikarzy, homogenizacja treści i bezlitosne utwardzenie dyskursu, zredukowanie dziennikarstwa do prymitywnych przekazów propagandowych, wszystkie procesy, które uległy przyspieszeniu i radykalizacji w ostatnich latach na przykład w Rosji czy Białorusi, wreszcie docierające do nas wschodnie pomruki i zakusy kontrolowania mediów w Polsce (postulaty demonopolizacji i nacjonalizacji mediów, zamykanie redakcji pod pozorem walki z fake newsami, tropienie dziennikarzy/rek i naukowców/donoszących na ojczyznę), wszystko to sprawia, że wolnorynkowe patologie i cenzura ekonomiczna wydają się wobec przytoczonych zagrożeń oswojone i w gruncie rzeczy niewinne. A przecież nie są. Jak konkluduje Michał Rydlewski: „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”.

Mieszczą się jednak ciągle w granicach tego świata miękkie narracje i deskrypcje rozwijające naszą wrażliwość społeczną (może nawet mieści się ich znacznie więcej niż kiedyś?). Na przykład rozważania o projektowaniu komunikacji w muzeum dla osób ze specjalnymi potrzebami, opisywane przez Agnieszkę Mieczkowską. Albo komunikacja z pacjentem z perspektywy hermeneutyczno-orkiestralnej, o której pisze Aleksander Woźny. Ten ostatni artykuł traktuje o medycynie narracyjnej w ramach hermeneutyki i komunikacji orkiestralnej, która zostaje umieszczona w opozycji do komunikacji inżynierskiej. Autor deklaruje przy tym niezgodę na proces technologiczowania medycyny kosztem kultury i postuluje bardziej personalistyczne podejście do chorego. W tekście odnajdujemy poruszające i niezwykle cenne opisy doświadczeń lekarzy, które metodologicznie moglibyśmy odczytywać jako dokumenta-

cję niekontrolowanej oraz kontrolowanej obserwacji nieuczestniczącej i uczestniczącej. Co jednak istotniejsze: są to deskrypcje unaoczniające wyjątkową wartość miękkich technik, do których zaliczyć można właśnie medycynę narracyjną. Przy jej implementacji „pomocna jest hermeneutyka, styl podążania myślą zgodnie z regułą podwójnego taktu: tekst – tradycja, tekst – interpretacja. Pozwala on odczytywać tekst wielokierunkowo, uwalnia od jednostronności, otwiera na szerokie konteksty i ujawnia się w fuzji horyzontów. W czasie spotkania i rozmowy lekarza z pacjentem dochodzi także do przecięcia perspektyw dwóch niezależnych podmiotów, wszak misją lekarza jest przywrócenie choremu, choćby na chwilę, choćby częściowo pozycji równorzędnej”. Aleksander Woźny odwołuje się przy tym w swoich rozważaniach do Bachtina i przypomina, że „bez względu na epokę, homofonia jest zamachem na autonomię człowieka, przekształca się w demagogię, domaga się bezwzględnego uznania, uzurpuje sobie prawo do posiadania i głoszenia jedynej obowiązującej prawdy, a przecież prawdy nie można, o czym nieustannie przypomina Bachtin, redukować do jednej świadomości”.

Artykuły zamieszczone w niniejszym tomie są w swej tematyce i rozważaniach różnorodne, przypominają jednak o tym, jak owa różnorodność jest krucha, jak istotna jest nieustanna obrona wolnej myśli, wolności słowa, wrażliwości społecznej, szacunku wobec mniejszości, wreszcie jak ważne jest przypomnianie o istotności miękkich badań oraz opisów, niemieszczących się w strategiach komunikacji inżynierskiej. Jesteśmy jeszcze ciągle po tej stronie lustra. Korzystajmy z tego. Chwalmy polifonię.

Bibliografia

- MAT. (2023, 3 maja). Polska awansowała w rankingu wolności prasy 2023. Ale to nie jest sukces. *Press.pl*. Dostęp 21 maja 2023 z https://www.press.pl/tresc/76389,polska-awansowala-w-rankingu-wolnosciprasy-2023_-ale-to-nie-jest-sukces.
- Sobczak, K. (2016, 20 kwietnia). Gorsza pozycja Polski w rankingu wolności prasy. *Prawo.pl*. Dostęp 21 maja 2023 z <https://www.prawo.pl/prawnicy-sady/gorsza-pozycja-polski-w-rankingu-wolnosciprasy,65522.html>.
- Ambroziak, A. (2022, 12 maja). Blżej do Moskwy niż Rygi. Polska trzeci raz z rzędu z tytułem homofoba Unii Europejskiej. *OKO.press*. Dostęp 21 maja 2023 z <https://oko.press/blziej-do-moskwy-niz-rygi-polska-trzeci-raz-z-rzedu-z-tytulem-homofoba-unii-europejskiej>.



PROJEKTOWANIE KOMUNIKACJI W MUZEUM DLA OSÓB ZE SPECJALNYMI POTRZEBAMI

Designing museum communication for people with special needs

Streszczenie

Celem artykułu jest wskazanie na potrzeby osób ze szczególnymi potrzebami w kontekście komunikacji jako odbiorców oferty muzealnej. Zwiększenie ofert muzealnych i ich atrakcyjności oraz ulepszenie sposobu komunikowania paradoksalnie może stać się barierą dla osób ze szczególnymi potrzebami. Mam tu na myśli zarówno dysfunkcje ruchu, słuchu i wzroku, jak i niepełnosprawności lub dysfunkcje intelektualne. W celu weryfikacji sposobów i skuteczności komunikacji ze wspomnianymi grupami przeprowadzono badania w osiemnastu muzeach państwowych i samorządowych. Dzięki temu uzyskano odpowiedź na pytanie: Jakie narzędzie i metody komunikacji stosują muzea, zapraszając do siebie osoby ze szczególnymi potrzebami? Ponadto możliwe stało się dokonanie oceny funkcjonowania sposobów komunikacji w praktyce. Omówione w publikacji badania otwierają drogę do dalszych eksploracji z udziałem osób z poszczególnymi dysfunkcjami w celu stworzenia modelu komunikacji opartego na wzajemnych oczekiwaniach, doświadczeniach, potrzebach i możliwościach.

Słowa kluczowe: komunikacja w muzeum; specjalne potrzeby odwiedzających muzea; dostępność komunikacyjna muzeum

Abstract

The aim of the article is to draw attention to the special needs of the recipients of a museum's offer in the context of communication. Paradoxically, the increase in the number and types of museum offer and developing new ways of making it more attractive, as well as finding new ways of communicating it, may become a barrier for people with special needs. I am specifically referring to people with movement dysfunctions, hearing disorders and visual impairments, as well as physical and intellectual disabilities. In order to verify the methods and effectiveness of communication with the aforementioned groups, research was conducted in 18 state and local government museums. The findings from these studies presented a catalogue of tools and methods used by museum facilities to communicate with people with special needs. In

addition, it enabled assessing the functioning of said communication methods in practice. The research discussed in the publication paves the way for further exploration, with the participation of people with particular disabilities, in order to create a communication model based on mutual expectations, experiences, needs and possibilities.

Keywords: museum communication, special needs of museum visitors

Wstęp

W ostatnich latach dyskusja na temat oferty kulturalnej w muzeach skupia się wokół nowo powstałych placówek narracyjnych, roli mediów elektronicznych w wystawiennictwie, digitalizacji czy cyfryzacji artefaktów, wprowadzania nowoczesnej scenografii, efektów dźwiękowych i wizualnych mających uatrakcyjnić ekspozycje. Przed muzeami są stawiane nowe wyzwania, poddaje się je ocenom i ewaluacjom, zwłaszcza jeśli chodzi o liczbę zwiedzających. Szeroko rozumiana frekwencja to liczba wizytujących oraz sprzedanych biletów, to statystyki skuteczności dotarcia do widza i miara jego uczestnictwa.

Działania odbywają się przede wszystkim z wykorzystaniem komunikacji. Procesy te zachodzą na terenie muzeum, w którym jest prowadzona narracja, interpretowany kod i kontekst kulturowy artefaktów, ale także dochodzi do przekazywania zwiedzającym informacji technicznych. Ponadto proces komunikacji z odbiorcą to liczne interakcje za pośrednictwem stron internetowych, mediów społecznościowych czy nośników zewnętrznych. Wzrost liczby i rodzajów uatrakcyjniania oferty muzealnej oraz sposobu jej komunikowania może paradoksalnie stać się barierą dla osób ze szczególnymi potrzebami. Mam tu na myśli zarówno dysfunkcje ruchu, słuchu, wzroku, jak i niepełnosprawności lub dysfunkcje intelektualne.

Celem niniejszego artykułu jest próba ukazania funkcjonowania procesów komunikacji w muzeach osób ze szczególnymi potrzebami w kontekście komunikacji. W pierwszej części artykułu przedstawiam stosowane, zalecane i pożądane formy komunikacji skierowane do poszczególnych grup ze szczególnymi potrzebami, które są lub mogłyby być wykorzystywane w muzeach. W drugiej części prezentuję badania ilościowe i jakościowe, które zrealizowałam w osiemnastu muzeach narodowych i samorządowych w Polsce. W związku z tym moją intencją jest wyłonienie stosowanych przez muzea metod oraz środków komunikacji dla poszczególnych grup, a także ocena zaawansowania i skuteczności tego procesu na podstawie przeprowadzonej próby badawczej. Dla pełnego i dogłębnego zbadania tych zagadnień dokonałam także przeglądu dobrych praktyk, jakie muzea stosują w kontekście komunikacji z osobami z dysfunkcjami.

W literaturze przedmiotu można znaleźć publikacje poświęcone różnym rodzajom dostępności instytucji kultury dla osób ze szczególnymi potrzebami¹. Jednak mimo wielu interdyscyplinarnych sposobów ujęcia tego zagadnienia nie spotkałam się z postrzeganiem tej problematyki przez pryzmat nauk o komunikacji społecznej i mediach. W tym kontekście wskazują na oryginalność zaprezentowanych badań i osadzenie ich we wspomnianej dyscyplinie. Pragnę także wskazać na aktualność problematyki i kwestię dotyczącą uniwersalizmu w dostępności. Dotychczas postrzegana ona była jako na przykład dostępność w projektowaniu i stosowaniu rozwiązań architektonicznych czy czysto organizacyjna. Tymczasem zaprezentowane rozważania pozwalają dostrzec procesy komunikacji z osobami ze szczególnymi potrzebami jako wielowymiarowe działania i wyzwania.

¹ Więcej na ten temat Pawłowska, Wendorff, Sowińska-Heim (2019); Rakowska (2003); Sadowska (2005); Zaorska, Baczała, Bleszyński (2009).

Komunikacja w regulacjach prawnych

Dyskusja dotycząca równych praw dla osób z różnymi dysfunkcjami trwa od wielu lat. W konsekwencji podjęto próby formalnego uregulowania oraz zagwarantowania osobom z niepełnosprawnościami prawa do równego dostępu do życia społecznego i publicznego. W tym kontekście debata toczy się także w obszarze kultury. Za oczywiste należy uznać stwierdzenie, że oferta kulturalna powinna być dostępna, a tym samym dostosowana dla wszystkich na równych prawach i zasadach.

Za sprawą tych regulacji po raz pierwszy zdefiniowano pojęcie komunikacji, traktując je jako podstawowy i niezbędny element procesu uczestniczenia osób niepełnosprawnych w kulturze. W Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych z dnia 13 grudnia 2006 roku w art. 2 uznano, że:

„Komunikacja” obejmuje języki, wyświetlanie tekstu, alfabet Braille’a, komunikację przez dotyk, dużą czcionkę, dostępne multimedia, jak i sposoby, środki i formy komunikowania się na piśmie, przy pomocy słuchu, języka uproszczonego, lektora oraz formy rozszerzone (augmentatywne) i alternatywne, w tym dostępną technologię informacyjno-komunikacyjną. „Język” obejmuje język mówiony i język migowy oraz inne formy przekazu niewerbalnego. (Konwencja, 2012)

W dokumencie państwa-strony uznały równe prawo osób niepełnosprawnych do uczestniczenia w życiu kulturalnym i zadeklarowały podjęcie właściwych działań w tym zakresie. Do najważniejszych zaliczono dostęp do: materiałów o charakterze kulturowym, programów telewizyjnych, filmów, teatrów, muzeów, bibliotek, zabytków itp. we właściwych dla nich formach.

Czym zatem są owe formy? Odpowiedź na to pytanie jest dość jednoznaczna – to cały zestaw narzędzi, metod procesów i elementów technicznych składający się na komunikację dostosowaną do potrzeb osób z poszczególnymi dysfunkcjami.

Konsekwencją przyjętej konwencji na gruncie polskiego prawodawstwa było wejście w życie ustawy z dnia 19 lipca 2019 roku o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami. W wyniku nowych regulacji prawnych na podmioty publiczne zostały nałożone obowiązki dotyczące zapewnienia dostępności w aspekcie architektonicznym, cyfrowym i informacyjno-komunikacyjnym (Ustawa o zapewnianiu dostępności, 2019).

Wspomniany aspekt architektoniczny to głównie likwidacja wszelkich barier w przestroni i zagwarantowanie możliwości samodzielnego dotarcia do wszystkich pomieszczeń za pomocą windy lub innych urządzeń wspomagających: platform, schodofazów itp. Warto nadmienić, że przepisy w tym zakresie zostały w prawie budowlanym uregulowane znacznie wcześniej. Przed muzeami natomiast stoją wyzwania związane z uniwersalnym projektowaniem komunikacji i rozstrzygnięciem zagadnień – na przykład na jakiej wysokości powinien być zamieszczony obraz czy podpis pod artefaktem. Celem uniwersalnego projektowania powinno być bowiem zapewnienie komfortowego zwiedzania wszystkim.

W kwestii komunikacji cyfrowej ustawa o dostępności odsyła do ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 roku o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (ustawa o dostępności cyfrowej, 2019). Z kolei regulacje prawne dotyczące dostępności informacyjno-komunikacyjnej są zawarte w ustawie z dnia 19 sierpnia 2019 roku o języku migowym i innych środkach komunikowania się (ustawa, 2011). Regulacje zawarte we wspomnianych dokumentach odnoszą się oczywiście do szeroko rozumianego sektora publicznego i przyczyniają się do obligatoryjności zapewnienia dostępu do usług, obsługi czy ofert poszczególnych podmiotów. Ich treść nie rozwiązuje natomiast problemów innych instytucji w zakresie komunikacji zewnętrznej. Z tymi właśnie zagadnieniami muzea mierzą się same, korzystając z bardzo bogatych doświadczeń organizacji pozarządowych od lat niosących wsparcie osobom wykluczonym.

Widzenie a komunikacja

Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi w 2015 roku w ramach projektu pod nazwą „Nie Bądź Ślepy na Kulturę – uczestnictwo osób niewidomych w życiu kulturalno-artystycznym na przestrzeni lat 1989–2014” najczęściej odwiedzanymi instytucjami kultury przez osoby z dysfunkcją wzroku były właśnie muzea (około 62%), zaraz potem kina (około 58%), teatry (około 53%) oraz biblioteki (50%). Jak wskazywali badacze:

relatywnie wysoki poziom odwiedzin instytucji kultury jest silnie związany z wprowadzeniem do tych instytucji specjalnych technologii wspomagających dla osób niewidomych i słabowidzących. Odsetek osób, które deklarują, że były w ciągu zeszłego roku co najmniej jeden raz w kinie lub galerii, pokrywa się z odsetkiem respondentów, którzy deklarują udział w projekcji filmu z audiodeskrypcją lub zwiedzenie wystawy plastycznej ze specjalnymi udogodnieniami dla osób niewidomych. (Kosiński i in., 2016)

Na podstawie wspomnianego raportu można sformułować wniosek, że osoby, które chodzą do muzeów/galerii, robią to wyłącznie wtedy, gdy wystawom towarzyszą udogodnienia komunikacyjne, jak na przykład audiodeskrypcje czy możliwość dotykania eksponatów/tyflografik.

Za dość złożoną należy uznać kwestię zagwarantowania właściwej komunikacji osobom niewidzącym lub niedowidzącym już na terenie muzeum. Podstawową sprawą jest właściwe oznaczenie samego budynku, ciągów komunikacyjnych, tak aby zapewnić możliwość samodzielnego poruszania się w przestrzeni. W tym kontekście istotne pozostają zagadnienia dotyczące zastosowanych rozmiarów czcionek i ich rodzajów (preferowane są tak zwane czcionki bezszeryfowe, na przykład Arial), stosowanie rozproszonego oświetlenia oraz kontrastowych zestawień kolorów w podpisach na wystawach czy też oznaczaniu na przykład wind lub schodów (Albin, 2020, s. 168–170).

Za pożądaną formę wspomagającą komunikację jest uznawana audiodeskrypcja, czyli werbalny, dźwiękowy opis treści, jakie ma nieść kontakt na przykład z dziełem sztuki. Przyjmuje się, że pojedyncza audiodeskrypcja nie powinna trwać dłużej niż 4 minuty i musi zawierać zarówno dane podstawowe (na przykład tytuł, autor), jak i kontekst (na przykład okoliczności powstania, informacje o autorze). Komunikat powinien odpowiadać na pytania: kto?, co?, jak?, gdzie?, kiedy? Rolą przekazu jest „przybliżenia użytego w dziele i wyrażonego w treści wizualnej kodu kultury, symbolu, zabiegu formalnego” (Fundacja Kultury bez Barrier, 2012).

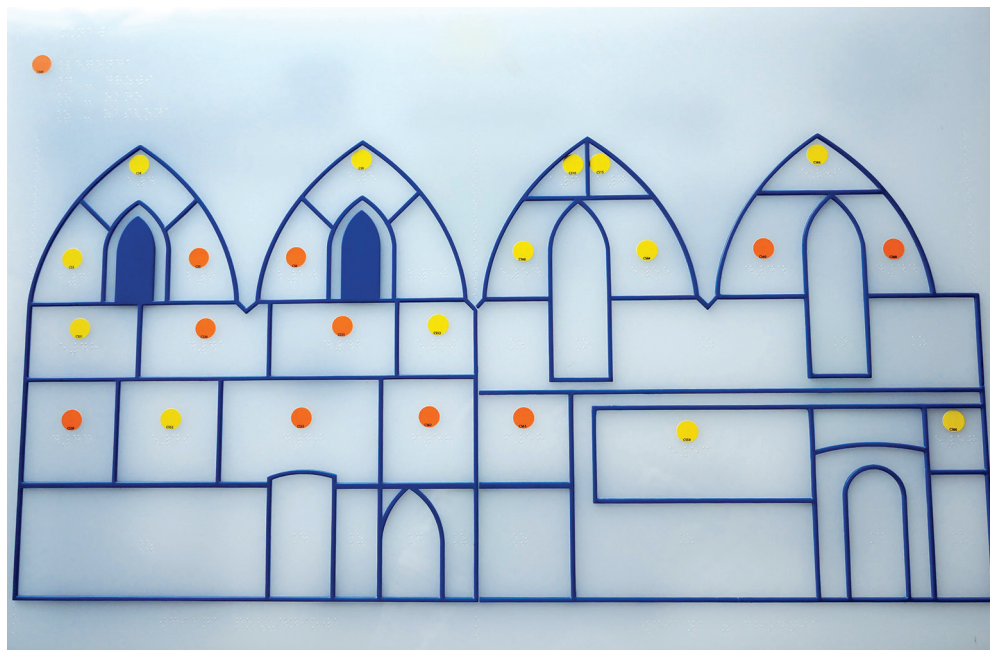
Do coraz bardziej pożądanej formy wspomagającej zwiedzanie wystaw muzealnych przez osoby z dysfunkcją wzroku należą tyflografiki, czyli wypukłe odwzorowania dzieł sztuki. Są to najczęściej uproszczone formy przekazu niezawierające wszystkich szczegółów, konstruowane tak, aby nie zaburzyć czytelności. Pomoce te wykonuje się zazwyczaj z plastiku lub innych materiałów sztucznych. W celu obrazowania artefaktów i narracji wystaw stosuje się także makiety, wydruki zabytków na drukarkach 3D lub odlewy. Stosowanie ich w połączeniu z audiodeskrypcjami wzmacnia skuteczność i siłę przekazu.

Muzea dopuszczają także bezpośredni kontakt z oryginalnymi dziełami sztuki przez ich dotykanie, co oczywiście odbywa się w obecności pracowników instytucji i zgodnie z wszystkimi regułami konserwatorskimi. Z kolei dzięki profesjonalnym tyflografikom jest możliwe zróżnicowanie dotykowe linii o odmiennej treści, dzięki czemu przekaz staje się jeszcze bardziej precyzyjny (Więckowska, 2009).

Powstaje pytanie o rolę alfabetu Braille’a w procesie komunikacji z osobami niewidomy. Może wydać się to zaskakujące, ale ta forma porozumiewania nie jest zbyt powszechna. Alfabet jest mało znany osobom niedowidzącym, nieco częściej posługują się nim całkowi-

cie niewidzący. Jeśli alfabet znajduje zastosowanie, to specjaliści zalecają zamieszczanie komunikacji między innymi na pulpitych czy blatach (Piasecki, 2014, s. 246).

Przykładem takiej propozycji zwiedzania może być rozwiązanie przyjęte w Kaplicy Trójcy Świętej w Muzeum Narodowym w Lublinie. Na specjalnie przygotowanych matrycach zostały wydrukowane opisy fresków sporządzone alfabetem Braille'a, ponadto umieszczono na nich kontury i rozkład malowideł w wersji wypukłych figur. Innym rozwiązaniem jest zamieszanie oznaczeń na terenie budynku. Oba przykłady zostały zaprezentowane dalej.



Fot. 1. Kaplica Trójcy Świętej, Muzeum Narodowe w Lublinie, fot. A. Bożechowska

Słuch a komunikacja

Budowanie publiczności muzeum, które reprezentuje z definicji sztuki wizualne, wśród osób niesłyszących lub niedosłyszących wydaje się zadaniem łatwiejszym niż tworzenie oferty dla osób z niepełnosprawnością wzroku. Jednak z badań, jakie zostały zaprezentowane w raporcie „Nie bądź głuchy na kulturę”, wynika, że z wszystkich form aktywności kulturalnej głusi najrzadziej korzystają z muzealnej (Czech, Kosiński, Wąchał, 2014).

Mimo wizualnej formy przekazu przeważającej w muzeach należy pamiętać, że komunikacja z osobami z dysfunkcją słuchu powinna odbywać się przede wszystkim za pośrednictwem polskiego języka migowego (PJM), co wymaga specjalistycznych umiejętności. Dopuszczalny bywa także system językowo-migowy, ale jest on mniej rekomendowany przez samych zainteresowanych. Tłumaczenie w PJM może odbywać się na żywo lub być wcześniej nagrane – w postaci przygotowanych materiałów wspomagających zwiedzanie (Fundacja Kultury bez Barier, b.d.).



Fot. 2. Oznakowanie komunikacji w Muzeum Narodowym w Lublinie, fot. A. Bożechowska

Ponadto, jeśli na wystawach muzealnych wykorzystuje się filmy czy inne materiały audiowizualne będące pomocami w zwiedzaniu, powinno się także uwzględniać konieczność zamieszczania tłumaczenia tekstów oraz opisy dźwięków². Stosując transkrypcję do materiałów wizualnych w muzeach, często zamieszcza się odrębnie opis w wersji wydrukowanej, a w wypadku stron internetowych na przykład jako plik do pobrania. Należy jednak podkreślić, że słowo pisane nigdy nie zastąpi PJM, ponieważ osoby głuche najczęściej mają trudności percepcyjne z odbiorem tekstu (Ruta, Wrześniewska-Pietrzak, 2017, s. 153–154).

Bardzo ważnym elementem wspomagającym zwiedzanie i komunikację z osobą z dysfunkcją słuchu są pętle indukcyjne. Przeznaczone dla osób posługujących się aparatami słuchowymi lub implantami poprawiają ostrość i jakość dźwięku. Innym sposobem wspomagania komunikacji jest system FM, czyli urządzenie radiowe do przesyłania dźwięków na odległość. Dzięki temu osoba niedosłysząca otrzymuje czysty dźwięk pozbawiony szumów czy hałasu.

Wbrew pozorom to właśnie osoby z dysfunkcją słuchu mają możliwość bardziej dogłębnego odbierania bodźców w kontakcie z zabytkami. Dzieje się tak dlatego, że każda z dysfunkcji wpływa na wyostrenie sprawnych zmysłów:

posługiwanie się językiem migowym, jak i czytanie z ruchu warg czy obserwowanie mimiki rozmówców wymagają widzenia. Wydaje się zatem, że w przypadku osób niesłyszących dominującym zmysłem percepcji jest wzrok, który w tradycji estetycznej uważany był za jeden ze zmysłów kontemplacyjnych, budujących dystans wobec dzieła sztuki. Tymczasem głusi, tak samo jak wszyscy słyszący, postrzegają świat polisensorycznie, odbierając bodźce ze wszystkich ośrodków zmysłowych – słuchowe także. (Woźniak-Czech, 2019, s. 276)

W konsekwencji osoby z niepełnosprawnością słuchu dokonują różnych interpretacji widzenia tego samego obiektu-obrazu, co jest określane jako zjawisko wielorakiej interpretacji narracyjnej (Lubińska-Kościółek, Zielińska, 2018, s. 259). Tym samym mają duże możliwości percepcji semiotycznej, ale uzależniona jest ona od odpowiedniego przygotowania tła, sposobu przekazania wiedzy stanowiącej podwaliny do odnajdywania kontekstów i poszukiwania własnego odbioru sztuki.

Rozumienie a komunikacja

Podobnie jak w wymienionych dysfunkcjach możemy mieć do czynienia z różnymi rodzajami i stopniami niepełnosprawności umysłowych lub zaburzeń rozwojowych. Będzie to oczywiście wpływało na sposób percepcji, sprawność i możliwości odbioru oferty muzealnej, a także pozyskania o niej wiedzy. Wobec tego można przyjąć kilka ogólnych zasad komunikacji, które powinny opierać się na niestosowaniu metafor, zapożyczeń czy regionalizmów na rzecz komunikatów prostych lub tekstów pisanych oraz wykorzystywania ilustracji/rysunków (Staniec, 2018, s. 449).

W tworzeniu komunikatów ułatwiających zwiedzanie muzeum istotne jest korzystanie z komunikacji alternatywnej i wspomagającej, na którą składa się system narzędzi (pikto-

² Napisy mogą być: dosłowne – zawierające każde słowo danej wypowiedzi, w tym powtórzenia, charakteryzujące się krótkim czasem wyświetlania; uproszczone – niezawierające wszystkich słów, uproszczone pod względem składni i słownictwa, mające najdłuższy czas wyświetlania (należy je stosować ostrożnie, pamiętając, aby nie zmienić sensu wypowiedzi); standardowe – zawierające większość dialogu (Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, 2014).

gramy, symbole PCS, symbole Blissa, Makaton, gesty Coghamo, fonogesty, rysunki, obrazy, zdjęcia). Najczęściej są używane piktogramy, czyli proste rysunki przedstawiające przedmioty, pojęcia lub czynności. Ta forma jest szczególnie przydatna dla osób niepotrafiących czytać lub pisać. Za niezwykle ważne trzeba też uznać tworzenie uproszczonych tekstów tworzących alternatywę zarówno w opisach zabytków, ścieżek zwiedzania, jak i multimediiów (Staniec, 2018, s. 452–456).

Szczególną i bardzo liczną grupą odwiedzającą muzea są osoby autystyczne lub w spektrum autyzmu. Najczęściej są one niezwykle wrażliwe na bodźce zewnętrzne, wywoływane przez dźwięki, światło, hałas, gwar czy multimedia wspomagające wystawy itp. Z myślą o takich osobach można tworzyć specjalne pokoje wyciszenia czy wprowadzać godziny, w których zwiedzanie odbywa się w ciszy, na przykład bez włączonych monitorów, dźwięku. Sporym wyzwaniem jest próba pogodzenia potrzeb tych osób przy zachowaniu elementów scenograficzno-teatralnych, które coraz częściej mają za zadanie uatrakcyjnianie wystaw (Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, 2015, s. 37–55).

Zdarza się, że instytucje tworzą także przeznaczone dla osób z takimi dysfunkcjami specjalne przewodniki po całym muzeum lub wybranych ścieżkach zwiedzania. Niestety są to raczej wyjątki. Jako przykład dobrej praktyki w tym zakresie można wskazać publikację *Przewodnik po pałacu dla dzieci ze spektrum autyzmu. Przygotowanie do wizyty indywidualnej w Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie*, która powstała we współpracy z fundacją Synapsis (Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie, b.d.). Dalej znajduje się przykładowy system komunikacji za pośrednictwem piktogramów, który został stworzony na potrzeby Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie.

Dodatkowa pomoc w komunikowaniu się podczas zwiedzania

Oto rysunkowa pomoc w komunikacji. Jeśli chcesz o czymś poinformować, wystarczy, że wskażesz odpowiedni rysunek.



PRZEWODNIK PO PAŁACU DLA DZIECI ZE SPEKTRUM AUTYZMU – PRZYGOTOWANIE DO WIZYTY INDYWIDUALNEJ

Fot. 3. Przewodnik po pałacu dla dzieci ze spektrum autyzmu. Przygotowanie do wizyty indywidualnej w Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie

Badania – próba oceny

W celu weryfikacji działań, jakie w kwestii komunikacji z osobami ze szczególnymi potrzebami wykonują muzea, od stycznia do lutego 2023 roku przeprowadziłam badania zatytułowane „Dostępność do kultury”. Próbą badawczą objęłam dwadzieścia muzeów narodowych i samorządowych w Polsce (odpowiedzi udzieliło osiemnaście instytucji). Posłużyłam się metodą badania ankietowego, a jako techniki użyłam kwestionariusza ankiety. W badaniu skoncentrowałam się przede wszystkim na sposobach komunikacji, jakich muzea używają w kontakcie z osobami z dysfunkcją wzroku, słuchu oraz z niepełnosprawnością intelektualną i spektrum autyzmu. Dalej zaprezentowane wyniki pochodzą właśnie ze wspomnianego raportu. Badani wypełniali ankiety bez wspomaganie, były one przesłane drogą mailową do osób zajmujących się w wybranych instytucjach zagadnieniami dostępności. Ankietowani odpowiadali łącznie na 54 pytania, które były skoncentrowane na następujących kwestiach: Jakiego rodzaju narzędzia komunikacji i wspomaganie komunikacji stosują muzea dla poszczególnych grup? Czy dostępne są one w trybie ciągłym, czy tylko w związku z organizacją specjalnych wydarzeń? Na jakie trudności natrafiają instytucje przy realizacji zadań w zakresie komunikacji z osobami ze specjalnymi potrzebami? Czy istnieją normy, standardy lub wytyczne w zakresie takiej komunikacji?

Jak wynika z rozważań zawartych w pierwszej części tekstu, narzędziem, które w najłatwiejszy i najprostszy sposób ułatwia komunikację z osobami z dysfunkcją słuchu, jest pętla indukcyjna. Przeprowadzone badania pokazują jednak, że jej wykorzystanie w muzeach nie jest zbyt powszechne, na stałe ma ona bowiem zastosowanie w zaledwie 17% instytucji, co pokazuje tabela 1.

Tabela 1. Pętle indukcyjne

Czy w ramach programu dostępności dla osób z niepełnosprawnością słuchu Muzeum wykorzystuje podczas zwiedzania wystaw pętle indukcyjne?	N	%
zawsze	3	16,7
czasami	7	38,9
nigdy	8	44,4
suma	18	100,0

Źródło: badania ankietowe własne.

Niewiele ponad połowę badanych muzeów (55,6%) zadeklarowało, że pętli indukcyjnych używa na wystawach zawsze lub okazjonalnie. Na ogół jeśli takie urządzenie jest dostępne, pozostaje wykorzystywane na jednej bądź na wybranych ekspozycjach, instytucje mają także zestawy mobilne. W pytaniu otwartym wskazywano, że są one często używane na stanowiskach kasowych do obsługi zwiedzających. W trakcie zwiedzania stosuje się alternatywne rozwiązania, takie jak system tour guide (edukator ma nadajnik, a uczestnicy spotkania odbiorniki ze słuchawkami).

Blisko 80% badanych muzeów zadeklarowało natomiast, że wsparciem w komunikacji na wystawach są tłumacze języka migowego. Rzadziej muzea posługują się usługami zdalnego tłumaczenia (22,2% zawsze, 11,1% czasami, 66,7% nigdy). Umiejętność posługiwania się PJM jest wdrażana wśród personelu obsługującego zwiedzających, ale usługi takie częściej są kupowane, na przykład tłumacz PJM przychodzi z grupą zwiedzających. W jednym przypadku nadmieniono o wykorzystywaniu w celu komunikacji PJM specjalnej aplikacji.

Generalnie tłumacze PJM są obecni na większości wydarzeń specjalnych czy wernisaży oraz podczas zajęć czy spotkań skierowanych do grup wykluczonych.

Zaledwie 33,2% muzeów w ramach dostępności dla osób z niepełnosprawnością słuchu podczas zwiedzania wystaw udostępnia filmy w PJM lub z tłumaczeniem na PJM (38,9% robi to czasami, 27,8% nigdy). Nieco częściej muzea wykorzystują do tego napisy do filmów (38,9% badanych robi to zawsze, 33,3% czasami, 27,8% nigdy). Jako przyczynę niewykorzystywania lub rzadkiego wykorzystywania napisów i PJM do filmów wskazywano względy ekonomiczne lub brak umiejętności i narzędzi.

Na liczne trudności muzea natrafiają także przy wspomaganiu zwiedzania dla osób z dysfunkcją wzroku. Stosunkowo często wykorzystują teksty alternatywne w materiałach wizualnych na wystawach (o ile na ekspozycjach takie formy występują) oraz przede wszystkim na stronach internetowych i w mediach społecznościowych.

Tabela 2. Teksty alternatywne

Czy w ramach programu dostępności dla osób z niepełnosprawnością wzroku Muzeum wykorzystuje teksty alternatywne do materiałów wizualnych na wystawach?	N	%
zawsze	7	38,9
czasami	4	22,2
nigdy	6	33,3
brak odpowiedzi	1	5,6
suma	18	100,0

Źródło: badania ankietowe własne.

Z kolei audiodeskrypcje na żywo stosuje 27,8% badanych, 38,9% czasami, natomiast 33,3% nie robi tego nigdy. Nieco częściej muzea włączają w proces zwiedzania audiodeskrypcje w postaci nagrań, co ukazuje tabela 3. Niemniej jednak w odpowiedziach na pytania otwarte często pojawiały się głosy, że tego typu rozwiązania są stosowane wyłącznie w zwiedzaniu przeznaczonym dla osób z dysfunkcją wzroku.

Tabela 3. Audiodeskrypcje

Czy w ramach programu dostępności dla osób z niepełnosprawnością wzroku Muzeum wykorzystuje podczas zwiedzania wystaw audiodeskrypcje w postaci nagrań?	N	%
zawsze	6	33,3
czasami	9	50,0
nigdy	3	16,7
suma	18	100,0

Źródło: badania ankietowe własne.

Najłatwiejszą formą wspomaganie samodzielnego poruszania się po wystawie/budynku jest stworzenie planów tyflograficznych. Jednak w praktyce znajduje to zastosowanie w trybie ciągłym zaledwie w 2,22% przypadków badanych, czasami – 38,9%, a nigdy – 33,3%. Jeśli chodzi o wykorzystywanie podczas zwiedzania kopii zabytków, odpowiedzi „zawsze” udzieliło 11,1% badanych, „czasami” odpowiedziało 66,7%, „nigdy” – 22,2%. Ankietowani tłumaczyli, że braki w tym zakresie wynikają najczęściej z problemów lokalowych,

przestarzałych wystaw oraz niewystarczających budżetów. Z podobną częstotliwością muzea sięgają po tyflografiki, co zostało zaprezentowane dalej.

Tabela 4. Tyflografiki

Czy w ramach programu dostępności dla osób z niepełnosprawnością wzroku Muzeum wykorzystuje podczas zwiedzania wystaw tyflografiki?	N	%
zawsze	4	22,2
czasami	8	44,4
nigdy	5	27,8
brak odpowiedzi	1	5,6
suma	18	100,0

Źródło: badania ankietowe własne.

Badani wskazywali, że utrudnienia związane z używaniem tyflografik prowadzą się przede wszystkim do problemów z pozyskaniem finansowania na ich wykonanie. W związku z tym jeśli nawet są stosowane, to rzadziej na wystawach w trybie ciągłym, a częściej przez poszczególne działy edukacji na specjalnie przygotowywanych zajęciach. Niektóre muzea wskazywały także na problem z używaniem tyflografii leżący po stronie zwiedzających. Ze względu na konieczność mocnej koncentracji wiąże się to z szybkim zmęczeniem lub nawet zniecierpliwieniem. Jedno z badanych muzeów wskazało na stosowanie dodatkowych pomocy wspomagających prace z tyflografikami oddziałującymi na inne zmysły (na przykład kostki zapachowe, dźwięki).

Do rzadkości należy używanie na wystawach do podpisów czy oznaczeń budynku alfabetu Braille'a – 2,22% muzeów robi to zawsze, 38,9% czasami, a 55,6% nie używa tej formy komunikacji nigdy. Niestety sytuacja wygląda podobnie, jeśli chodzi o wykorzystywanie tekstów w druku powiększonym/kontrastowym. Zawsze wykonuje to zaledwie 5,6% badanych, 33,3% deklaruje, że dzieje się to czasami, a ponad połowa – 55,6% – nie robi tego nigdy.

Sposoby komunikacji z osobami z niepełnosprawnością intelektualną i spektrum autyzmu w muzeach także nie są zbyt rozwinięte, o czym świadczy prezentowane zestawienie.

Tabela 5. Język ETR

Czy osobom z niepełnosprawnością intelektualną i spektrum autyzmu Muzeum udostępnia podczas zwiedzania wystaw stałych opisy w języku łatwym do czytania i rozumienia (ETR)?	N	%
zawsze	5	27,8
czasami	7	38,9
nigdy	6	33,3
suma	18	100,0

Źródło: badania ankietowe własne.

Należy wspomnieć, że 27,8% badanych w takiej komunikacji na stałe wspomaga się piktogramami, 38,9% robi to czasami, a 33,3% nie robi tego nigdy (na to pytanie nie odpowiedziało 5,6% ankietowanych). Ponadto 61,1% wskazało, iż używa jeszcze innych metod wspomagających komunikację z przywołanymi grupami wykluczonych.

Wnioski

Przedstawione wyniki badań jednoznacznie wskazują, że mimo istniejącego obowiązku zapewnienia dostępu do oferty kulturalnej osobom ze szczególnymi potrzebami kwestia ta pozostawia wiele do życzenia. Rolą instytucji, w tym przypadku muzeów, jest zagwarantowanie odpowiedniego otoczenia osobom z trudnościami poznawczymi, zapewniające im równość dostępu. Na otoczenie składa się system informacyjno-komunikacyjny rozumiany jako przestrzeń fizyczna i cyfrowa.

Dbanie o usuwanie barier, dążenie do zastosowania kolejnych rozwiązań komunikacyjnych to oczywiście właściwy kierunek działań. Jednak warto podkreślić, że brakuje standardów, norm czy określonych zasad co do stosowanych sposobów komunikacji ze zwiedzającymi. Praktyka pokazuje, iż muzea starają się wdrożyć różne metody i narzędzia komunikacji z osobami ze szczególnymi potrzebami, lecz dotychczas nie udało się wypracować standardów w tym względzie. Niepokojące jest także to, że narzędzia komunikacji z osobami ze szczególnymi potrzebami są wykorzystywane około 25–30%. Ponadto wspomnianych narzędzi i sposobów komunikacji rzadko używa się w codziennej ofercie muzeów, a częściej wykorzystuje się je podczas spotkań, zajęć skierowanych do osób ze specjalnymi potrzebami. Tym samym nie można mówić o zapewnieniu komunikacji w sposób stały i systemowy. Wykonane badania otwierają drogę do dalszych eksploracji z udziałem osób z poszczególnymi dysfunkcjami w celu stworzenia modelu komunikacji opartego na wzajemnych oczekiwaniach, doświadczeniach, potrzebach i możliwościach.

Bibliografia

Akty prawa

- Konwencja o prawach osób niepełnosprawnych, sporządzona w Nowym Jorku dnia 13 grudnia 2006 r. *Dz.U. 2012 poz. 1169*.
- Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o języku migowym i innych środkach komunikowania się. *Dz.U. 2011 Nr 209, poz. 1243*.
- Ustawa z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych. *Dz.U. 2019 poz. 848*.
- Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnieniu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami. *Dz.U. 2019 poz. 1696*.

Monografie i artykuły

- Albin, K. (2020). Mniej obrazów, więcej słów. Dostępność konferencji naukowych dla osób z dysfunkcją wzroku. W G. Całka, J. Niedbalski, D. Żuchowska-Skiba (Red.), *Jak badać zjawisko niepełnosprawności. Szanse i zagrożenia założeń teoretycznych i metodologicznych studiów nad niepełnosprawnością* (pp. 161–176). Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Całka, G., Niedbalski J., Żuchowska-Skiba, D. (2020). *Jak badać zjawisko niepełnosprawności. Szanse i zagrożenia założeń teoretycznych i metodologicznych studiów nad niepełnosprawnością*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Lubińska-Kościołek, E., Zielińska, J. (2018). Osoba dorosła z niepełnosprawnością słuchową jako odbiorca sztuki (na podstawie wyników badań zrealizowanych na pograniczu pedagogiki specjalnej i neuroestetyki). *Interdyscyplinarne Konteksty Pedagogiki Specjalnej*, 21, 247–261.

- Pawłowska, A., Wendorff, A., Sowińska-Heim, J. (2019). *Osoby z niepełnosprawnością i sztuka. Udostępnianie – percepcja – integracja*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Piasecki, A. (2014). Wykorzystanie technologii komunikacyjnych przez osoby z dysfunkcjami narządów wzroku i słuchu. *Studia Ekonomiczne*, 199, 239–248.
- Rakowska, A. (2003). *Język, komunikacja, niepełnosprawność. Wybrane zagadnienia*. Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej.
- Ruta, K., Wrześniewska-Pietrzak, M. (2017). Odnaleźć się w przestrzeni – problemy z przestrzenną organizacją komunikatu na lektoracie PJM. *Forum Oświatowe*, 30 (2), 151–163.
- Sadowska, S. (2005). *Ku edukacji zorientowanej na zmianę społecznego obrazu osób niepełnosprawnych intelektualnie*. Wydawnictwo Edukacyjne Akapit.
- Staniec, E. (2018). Metody komunikacji niewerbalnej z osobami niepełnosprawnymi intelektualnie. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 9 (4), 448–459.
- Szkolenia Narodowego Instytutu Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów (2015). *ABC. Gość niepełnosprawny w muzeum, cz. 2. Niepełnosprawność intelektualna, autyzm, grupy zróżnicowane* (p. 7). Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów.
- Więckowska, E. (2009). Zasady redagowania tyflografik. *Tyfloświat*, 2 (3).
- Woźniak-Czech, A. (2019). Estetyczne aspekty tworzenia i odbioru sztuki przez osoby z wadami słuchu. *Przestrzenie Teorii*, 13, 31.
- Zaorska, M., Baczała, D., Bleszyński, J. (2009). *Osoba z niepełnosprawnością – opieka, terapia, wsparcie*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Źródła internetowe

- Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich. Sytuacja osób głuchych w Polsce. Raport zespołu ds. Głuchych przy Rzeczniku Praw Obywatelskich. (2014). Dostęp 26 kwietnia 2023 z https://bip.brpo.gov.pl/sites/default/files/Raport_Sytuacja_osob_poz%203_srodki_2%20XII.pdf.
- Czech, F., Kosiński, B., Wąchal, K. (2014). Far Beyond Business. Analiza profilu uczestnictwa w kulturze osób niesłyszących w Polsce. Raport częściowy przygotowany na podstawie wyników badań kwestionariuszowych. Dostęp 2 stycznia 2022 z https://www.kulturagłuchych.pl/photos_cms/PDF/Raport%20CAPI.pdf.
- Fundacja Kultury bez Barrier. Audiodeskrypcja – zasady tworzenia. (2012). Oprac. I. Künstler, U. Butkiewicz, R. Więckowski. Dostęp 1 czerwca 2023 z <https://kulturabezbarier.org/wp-content/uploads/2019/12/Audiodeskrypcja-zasady-tworzenia.pdf>.
- Fundacja Kultury bez Barrier. Przewodnik po dostępności. (b.d.). Dostęp 20 kwietnia 2023 z <https://kultura bezbarier.org/wp-content/uploads/2019/12/Otwarcie-dla-wszystkich-publicacja-www.pdf>.
- Kosiński, B., Czech, F., Wiącek, E., Koźmiński, T., Klyszcz, L. (2016). Far Beyond Business. Nie Bądź Ślepy na Kulturę – uczestnictwo osób niewidomych w życiu kulturalnoartystycznym na przestrzeni lat 1989–2014. Raport finalny. Dostęp 3 marca 2023 z <http://kulturaslepych.farbb.com/content/uploads/2017/02/Raport-finalny.pdf>.



KOMUNIKACJA Z PACJENTEM Z PERSPEKTYWY HERMENEUTYCZNO-ORKIESTRALNEJ. RZECZ O WCIAŻ SŁABO ROZPOZNANEJ W POLSCE MEDYCYNIE NARRACYJNEJ

Doctor-patient communication from a hermeneutic-orchestral perspective: On narrative medicine, a field of research still poorly recognized in Poland

Streszczenie

Celem artykułu jest umieszczenie medycyny narracyjnej w ramach hermeneutyki i komunikacji orkiestralnej, przeciwstawianej komunikacji inżynierskiej. Jej model, określany jako schemat wpływu, stworzono dla potrzeb nauk ścisłych w Stanach Zjednoczonych. Wywodzi się on z tradycji badawczej przełomu lat czterdziestych i pięćdziesiątych XX wieku, powstałej w kręgu inżynierów i uczonych prowadzących badania nad funkcjonowaniem telegrafu, a następnie przeniesionej i upowszechnionej w humanistyce. Autor artykułu przyjmuje tezę, zgodnie z którą doszło do koincydencji szerszego zakresowo modelu wpływu z tak zwanym modelem Flexnera, który w początkach XX wieku zrewolucjonizował edukację amerykańskich lekarzy – przydał medycynie status biomedyczny i ogłosił triumf technologii, a pacjenta sprowadził do pozycji przedmiotu. Mój artykuł sprzeciwia się procesowi technologizowania medycyny kosztem kultury i wskazuje na potrzebę bardziej personalistycznego podejścia do chorego. Drogę do metamorfozy komunikacji na linii lekarz – pacjent otwiera literatura, traktowana w medycynie narracyjnej jako wielkie laboratorium etyczne i komunikacyjne. Pozwala ono nie tylko przebudować relację z pacjentem, ale umożliwia także lekarzowi pogłębioną samorefleksję i poczucie bycia osobą. Zaprezentowany w artykule proces śledczy prowadzi od analizy modelu wpływu, upowszechnianego w Stanach Zjednoczonych metodą przypominającą działalność sekt, po refleksję nad psychoanalizą Freuda przeniesioną do Ameryki, a następnie upowszechnianą, także w sposób sekciarski, i spopularyzowaną po jej „przerobieniu” na modłę przyrodniczą.

Słowa kluczowe: medycyna narracyjna, hermeneutyka, komunikacja orkiestralna, personalizm, biomedycyna

Abstract

The main purpose of the article is to place narrative medicine within the framework of hermeneutics and orchestrated communication, contrasted with engineering communication. Its model, referred to as the influence scheme, was built for the needs of the sciences in the United States, and originated from a research tradition in the late 1940s and early 1950s born in the circle of engineers and scholars conducting research on the functioning of the telegraph, and later transferred and popularized in the humanities. The author of the article accepts the thesis that there has been a coincidence of the broader scope of the influence model with the so-called Flexner model, which in the early 20th century revolutionized the education of American practitioners, gave medicine the biomedical status and proclaimed the triumph of technology, and reduced the patient to the position of an object. My article testifies against the process of technologization of medicine at the expense of culture and points to the need for a more personalistic approach to the patient. The road to metamorphosis within the doctor-patient communication is opened by the literature, treated in narrative medicine as a great ethical and communicative laboratory. It allows not only to remodel the relationship with the patient, but also enables the physician himself to deepen self-reflection and a sense of being a person. The "investigative process" presented in the article leads from an analysis of the model of influence, disseminated in the United States along the lines of sectarian approach, to a reflection on Freud's psychoanalysis theory brought to America and then disseminated, including in a sectarian manner, and popularized after its "conversion" in a naturalistic fashion.

Keywords: narrative medicine, hermeneutics, orchestral communication, personalism, biomedicine

Po jednym z otwartych wykładów na temat medycyny narracyjnej podeszła do mnie dziennikarka i spytała, jak to się stało, że ktoś zajmujący się od lat literaturą i komunikacją znajduje nagle swoje miejsce w medycynie? Zrozumiałem wtedy, że moje wieloletnie podróŜowanie po obu tych dziedzinach musiało doprowadzić mnie tam, gdzie są one być moŜe najbardziej potrzebne, do ludzi chorych... i do ich lekarzy. Do tych, którzy moŜe najbardziej potrzebują diametralnej zmiany w codziennej komunikacji i podczas spotkań z pacjentami oraz nowego spojrzenia na siebie samych. Nie tylko z perspektywy biomedycyny, lecz takŜe przez pryzmat literatury, tego wielkiego etycznego laboratorium, w którym, jak mówi wybitny francuski hermeneuta Paul Ricoeur, „wypróbowuje się wartościowania, oceny, sądy, uznania i potępienia” (Ricoeur, 2003, s. 192).

Ważnym sprawdzianem dokonanego przeze mnie przed laty wyboru, opisanego w tym artykule, był głos amerykańskiej lekarki, która w początkowym okresie pandemii ogłosiła światu, że przeczytała bardzo dokładnie *Dzumę* Alberta Camusa. Nie byłoby w tym nic niezwykłego, *Dżuma* wtedy to jeden z najbardziej popularnych na świecie tekstów, ale zdumiał mnie sposób, w jaki moŜna było odczytać utwór Camusa. Jako nieudany test z biomedycyny, bo przecieŜ – jak dowodzi doktor Perri Klass (2022) lekarka-wykładowczyni w New York University – doktor Rieux mógł zastosować znane juŜ wtedy w medycynie leki. Klass pisze o raŜących błędach klinicznych popełnionych przez głównego bohatera powieści, między innymi o pozbawieniu umierającego dziecka leków przeciwbólowych, jakie lekarz powinien był zaordynować. Koronny zarzut to rezygnacja z terapii sulfonamidami, które – jak skrupulatnie wylicza Klass – stosowane były na świecie znacznie wcześniejsz niż umiejscowiona w Oranie w latach czterdziestych XX wieku akcja *Dżumy*. W tamtym okresie były juŜ podawane pacjentom w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Kongu Belgijskim czy na Madagaskarze i w Egipcie.

Wprawdzie Klass przyznaje, że Camus jako filozof i pisarz stworzył świetną powieść, a więc dzieło literackie rządzące się prawami fikcji, ale dodaje, że pomijając zdobycze nauki, autor rezygnuje z takich jej atrybutów jak światło logiki, pomysłowości i kreatywności. W tej sytuacji Klass aplikuje *Dzumie* lek, którego w powieści zabrakło, czyli biomedyczny model interpretacji. Dla wzmocnienia zaś swojego stanowiska przytacza opinie innych lekarzy, którzy

zdecydowanie odradzają czytanie utworu Camusa w ramach przygotowywania studentów medycyny do rozważania ważkich problemów z zakresu etyki medycznej. Trudno się zgodzić z takim ujęciem, słyhać w nim zarówno przyrodniczy fatalizm, jak i pozytywistyczny model uprawiania refleksji naukowej, który w połączeniu z rozwojem mikrobiologii doprowadził do technicyzacji medycyny i zrewolucjonizował edukację medyczną (Szubert, 2019, s. 81), o czym w początkach dwudziestego stulecia zaświadczał słynny raport Flexnera, do którego odwołam się dokładniej w dalszej części artykułu.

Bezkrytyczną wiarę w dogmat przyrodnozawczego monolitu medycyny naruszają coraz częściej rezultaty uzyskiwane przez dynamicznie rozwijającą się od ćwierćwiecza w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej, ale także w Azji i Australii, medycynę narracyjną, która w centrum komunikowania się z pacjentem stawia literaturę. Dzieła literackie, zwłaszcza najwyższej klasy, pochodzące zarówno z epok minionych, jak i współczesne, mają z racji swojej wieloznaczeniowości i formułowania pytań najtrudniejszych, egzystencjalnych czy wręcz eschatologicznych, szczególną rangę w edukacji medycznej. Przygotowują bowiem lekarza do umiejętności podążania za opowieścią pacjenta, stopniowego przyswajania tego, co dla niego ważne, co skłoniło go do wizyty w gabinecie. Taki jest przecież najgłębszy sens anamnezy, której źródeł upatruje się u Platona i do której nieustannie odwoływał się w Polsce Andrzej Szczeklik – lekarz pulmonolog, internista i twórca mistrzowskich esejów literacko-medycznych – wskazując, że przypomnienie (*anamnesis*) jest drogą, którą pokonują wspólnie pacjent i lekarz, by odtworzyć pierwsze objawy choroby i odnaleźć moment przejścia ze świata zdrowia do świata choroby (Szczeklik, 2003, s. 15). Był on jednym z pierwszych polskich lekarzy, który opisał spotkanie pacjenta z lekarzem jako metamorfozę medyka przyzwyczajonego dotąd do sprawowania niepodzielnie roli nadawcy. Tu lekarz jest słuchaczem, staje się ważnym odbiorcą historii pacjenta, to on musi być

ciekaw tej historii, tak, aby chory czuł, że ktoś, może po raz pierwszy, interesuje się naprawdę jego biedą. Trzeba, aby mówił z chorym jednym językiem. Nierzadko rytm rozmowy, barwa głosu skierują jego uwagę na właściwe rozpoznanie. Zdania wyrzucane szybko, goniące jedno drugie, jakby przynaglone jeszcze przez wilgotne, ruchliwe dłonie, niepokój frazy, a nawet jej wzburzenie każą myśleć o nadczynności tarczycy. Ochrypli, niski głos, wydobywający się wolno z nabrzmiętej twarzy o odcieniu wosku, mówi o niedoczynności samego gruczołu. Wystarczy słuchać. (Szczeklik, 2003, s.14)

Oto mistrzowski wykład z medycyny narracyjnej, o której nikt w Polsce jeszcze wtedy nie pisał, także sam Szczeklik. A przecież jego słowa – imperatyw moralny, powinność bezwzględnego pierwszeństwa wysłuchania przez lekarza opowieści pacjenta – brzmią znajomo w uszach wszystkich, którzy kiedykolwiek zetknęli się z pismami profesor Rity Charon z Columbia University, matki chrzestnej medycyny narracyjnej. Jednak lekarka-literaturoznawczyni pokazuje, że medycyna narracyjna idzie jeszcze o krok dalej w poszukiwaniach wspólnego języka z chorym. W założonym przez nią ośrodku w Columbia University lekarz – bez względu na to, czy jest onkologiem, kardiologiem czy ginekologiem, zaczyna pracę od wysłuchania, co pacjenta sprowadza do gabinetu. „Jestem twoim lekarzem – mówi Charon – muszę wiedzieć dużo nie tylko o twoim ciele, ale także o twoim zdrowiu i twoim życiu. Powiedz mi, jak sądzisz, co powinnam wiedzieć o twojej sytuacji?”. „Tak zaczynam – przekazuje rezydentom i studentom medycyny jedną z najważniejszych zasad w kontakcie z pacjentem. – Nie ograniczam się do dolegliwości bólowych i wcześniejszych chorób”. Kiedy Charon mówi pacjentowi, żeby opowiedział jej o śmierci swojego ojca albo o kłopotach z dzieckiem, chce go przekonać, że „oto ja, twój lekarz, chcę słuchać tego, co mówisz”. Na co nierzadko w odpowiedzi słyszy niepewne słowa pacjenta: „Chce pani doktor powiedzieć, że ma ochotę ze mną porozmawiać?” (Charon, 2017).

Pierwsza wizyta i pierwsze spotkanie z chorym jest wyzwaniem, któremu lekarz musi sprostać, aby zrozumieć, co jest powodem tej wizyty, a następnie – podczas kolejnych – pokazać, że chce się zaangażować we wspólne rozwiązywanie problemu. To, być może, jeden z najważniejszych sposobów pozyskiwania zaufania pacjenta i droga do umacniania autentycznego, a nie tylko fasadowego autorytetu lekarza. Opieka zdrowotna, jak stwierdził jeden z uczestników warsztatów prowadzonych przez Charon, ma przede wszystkim służyć nawiązaniu kontaktu i wyzwoleniu zaangażowania po obu stronach stetoskopu. Tę odpowiedź Charon (2017) uznała za kodę prowadzonych przez siebie szkoleń z medycyny narracyjnej – jej autorem był ojciec dziewczynki, która zmarła z powodu nowotworu mózgu.

Pierwsze spotkanie literackie, które prowadziłem dla lekarzy i pielęgniarek, odbyło się bodaj dziesięć lat temu, podczas jednej z konferencji paliatywnych organizowanych przez Wrocławski Uniwersytet Medyczny. Po wygłoszeniu referatu wprowadzającego do zagadnień medycyny narracyjnej zaprosiłem uczestników sympozjum, pielęgniarki i lekarzy, do udziału w warsztatach. Zainteresowanie było bardzo duże. Krzesła ustawiliśmy w kręgu, zdjęliśmy plakietki z tytułami. Musiałem trochę improwizować, bo ludzi było więcej, niż zaplanowałem i nie mogłem zorganizować klasycznych warsztatów jak w Columbia University. Zapropnowałem wspólne czytanie mojego ulubionego wiersza *Pantera*, autorstwa austriackiego poety Reinera Marii Rilkego, który opisuje piękno dzikiego zwierzęcia uwięzionego w małej klatce: pantera jest zamknięta, nie może cieszyć się wolnością. Zapytałem, czy spotkali się z sytuacją pacjenta zamkniętego w klatce choroby, który nie może się z niej uwolnić. Dwie lekarki, płacząc, opowiadały wstrząsające historie o śmierci dwojga młodych ludzi, którym towarzyszyły do końca. Nikomu wcześniej nie mówiły o nich, bo przecież „nam w domu nie wolno o tym mówić”, a w szpitalu nikt nie chce słuchać. Ale te historie, głęboko schowane, były w nich od lat. Tłamsiły je w sobie, utrzymywanie ich w tajemnicy było bolesną zadrą ich życia. Opowiedziały o nich dopiero w czasie warsztatów. Zwierzyły się: „One w nas tkwiły, ale dopiero ten wiersz umożliwił nam ich opowiedzenie”.

Medycyna narracyjna dowodzi, że uprawianie literatury może być w świecie lekarzy czymś więcej niż hobby, niż bez troskie spędzanie czasu wolnego. Wiąże się bowiem z nieustannymi wyborami, zarówno tymi, które dotyczą fundamentalnych pytań, jakie stawia sobie lekarz w sytuacjach granicznych, jak i tymi, czy przedstawić swoje doświadczenia prozą, którą rządzi narracyjność, czy lepiej w poezji, rządzonej przez rygory wiersza i metafory. Na czym skupić uwagę, a co pominąć, jaką konwencję literacką wybrać i jaką odmianą narracji się posłużyć. Pierwszoosobową, by podkreślić swój punkt widzenia, czy raczej zdystansować się przez wprowadzenie perspektywy Innego (narracja trzecioosobowa). Każdy z dokonanych wyborów jest retrospekcją, która prowadzi w głąb siebie i określa przyszłe wybory.

W medycynie narracyjnej pomocna jest hermeneutyka, styl podążania myślą zgodnie z regułą podwójnego taktu: tekst – tradycja, tekst – interpretacja. Pozwala on odczytywać tekst wielokierunkowo, uwalnia od jednostronności, otwiera na szerokie konteksty i ujawnia się w fuzji horyzontów. W czasie spotkania i rozmowy lekarza z pacjentem dochodzi także do przecięcia perspektyw dwóch niezależnych podmiotów, wszak misją lekarza jest przywrócić choremu, choćby na chwilę, choćby częściowo pozycji równorzędnej. Wysłuchanie pacjenta tylko po to, aby postawić właściwą diagnozę i przekazać zalecenia, to zdecydowanie za mało.

Wpisywanie praktyki klinicznej w tradycję hermeneutyki pozwala spojrzeć na medycynę narracyjną jako szczególną dyscyplinę, która pomaga w poszukiwaniach narracyjnej tożsamości pacjenta jako człowieka. W tak szerokim antropologicznym sensie medycyna narracyjna znajduje miejsce w hermeneutyce Hansa-Georga Gadamera, Paula Ricoeura i Martina Heideggera, dla których narracje to nie tylko odzwierciedlenie doświadczeń człowieka, lecz także środek współkształtujący je w nieustannym procesie obopólnej wymiany (Irvine, Spencer, 2020b, s. 135).

Podobnie status medycyny narracyjnej postrzega współczesny szwedzki filozof Fredric Svenaeus. Przecistawiając się dominującemu w medycynie wąskiemu, redukcjonemu rozumieniu choroby, Svenaeus ujmuje praktykę kliniczną jako indywidualne spotkanie pacjenta z lekarzem (Irvine, Spencer, 2020b, s. 136–137). Widzi w nim perspektywę hermeneutyczną, która dostarcza lekarzowi więcej narzędzi do myślenia o chorym niż ujęcie biomedyczne. Jest – jako praktyka – czymś więcej niż nauka zwana medycyną. Ta ostatnia jest bowiem zaledwie częścią interpretatywnego spotkania, a nie jego prawdziwą materią. Sednem medycyny jest spotkanie lekarza z pacjentem, którego celem jest chęć uzdrowienia tego, kto jest chory i potrzebuje pomocy.

Model biomedyczny, opracowany przez Abrahama Flexnera i opublikowany w 1910 roku w specjalnym raporcie, został przyjęty w Stanach Zjednoczonych entuzjastycznie i jest do dziś uznawany za punkt zwrotny w historii szkolnictwa medycznego (Konieczna, 2013, s. 75–76). Flexner, należący do tak zwanego kręgu Hopkinsa¹, swoistej arystokracji intelektualnej Ameryki, doprowadził na początku XX wieku do radykalnej przebudowy systemu edukacji medycznej w USA. Na zlecenie wpływowej, finansowanej przez Rockefellera Carnegie Foundation podjął się zbadania jakości szkół medycznych i przygotowania projektu umożliwiającego zdecydowane podniesienie poziomu nauczania w akademiach medycznych. Opracowany przez Flexnera raport przyczynił się do upowszechnienia modelu biomedycznego i zapoczątkował badania laboratoryjne na niespotykaną wcześniej skalę. Osiągnięcia naukowe stały się w medycynie celem samym w sobie, a aktywność lekarzy na rzecz społeczeństwa zbędna. Nauka przestała służyć pacjentowi, to pacjent był w służbie nauki. Dochodziło coraz częściej do eksperymentów z hodowlą ludzkich tkanek, pacjenta traktowano jak obiekt eksperymentów medycznych (Duffy, 2011).

Reforma Flexnera, wprowadzając standaryzację programów nauczania medycyny i opierając je na naukach biologicznych, sprawiła także, że akceptowaną powszechnie podstawą przyjęć na medycynę stała się i nadal jest wiedza z biologii, chemii i fizyki. Przez dziesięciolecia uważano, zgodnie z wiekowym raportem, że każde odstępstwo od tej zasady odbywa się kosztem szkolenia medycznego. To wciąż dość powszechne stanowisko, choć w Stanach Zjednoczonych coraz częściej podnosi się argument, że słabym punktem modelu Flexnera są nie tyle standardy wywodzące się z nauk ścisłych, ile raczej to, że pomija on refleksję nad kulturą i etyką, nie mówiąc o literaturoznawstwie czy nauce o komunikacji (Irvine, Spencer, 2020b, s. 103–104). Kilkanaście lat po ogłoszeniu raportu pojawiły się w USA głosy wzywające lekarzy do sprzeciwu wobec dominacji biomedycznego podejścia do zawodu, przypominające, że „choroba u człowieka nigdy nie jest dokładnie taka jak choroba u zwierzęcia”. Bowiem, jak uświadamiał w 1926 roku studentom Harvard Medical School doktor Francis Peabody, zdecydowany krytyk Flexnera: „Jednym z niezbędnych przymiotów klinicysty jest zamiłowanie do człowieczeństwa” (Irvine, Spencer, 2020b, s. 105).

Warto zacytować także opinie innych amerykańskich lekarzy, którzy w kolejnych dekadach odrzucali bezwzględną wierność postulatam Flexnera i modelowi biomedycznemu. Wyras takimemu stanowisku dał w 1986 roku doktor Charles Odegaard w głośnym wystąpieniu skierowanym do jego macierzystego środowiska:

Człowiek nie należy wyłącznie do świata zwierząt obserwowanego przez biologa, Jest, jak zaobserwował filozof, zwierzęciem społecznym, oraz, jak wykazał powieściopisarz, stworzeniem afektywnym. Lekarz nauczony wyłącznie tego, by postrzegać pacjenta jako zbiór powiązanych ze sobą tkanek i narządów, nie widzi swojego pacjenta w całości i, o ile szczęśliwym zbiegiem okoliczno-

¹ W wydanej ostatnio historii medycyny współczesnej David Schneider (Schneider, 2021, s. 288) pisze o wyjątkowym znaczeniu raportu Flexnera dla rewolucji w amerykańskiej edukacji medycznej po 1910 roku.

ści nie pomoże mu wrodzona intuicja, nie zdoła zająć się zdrowiem pacjenta we wszystkich jego aspektach. (Irvine, Spencer, 2020b, s. 103–104)

W 2011 roku, z okazji setnej rocznicy opublikowania raportu, doktor Tomas P. Duffy przeprowadził na łamach kwartalnika „Yale Journal of Biology and Medicine”, wydawanego od 1928 przez Uniwersytet Yale, ostrą krytykę reformy Flexnera. W artykule zatytułowanym *The Flexner Report – 100 years later* pojawiają się znamienne odwołania do kultury. Zdaniem autora wprowadzenie w życie reform Flexnera dało początek narodzinom amerykańskiej wersji mitu o Fauście, który sprzedał duszę diabłu uwiedziony nieodpartym urokiem wiedzy. A przecież nawet najbardziej atrakcyjna szata nauki, ubolewał Duffy, nie przywróci lekarzom utraconej duszy (Duffy, 2011). W amerykańskiej medycynie, zapatrzonej w hiperracjonalny model niemieckiej edukacji medycznej, z którego obficie czerpał Flexner, zabrakło troski o pacjenta, najważniejszej w praktyce klinicznej.

A jednak, kiedy w Polsce podejmuje się rozmowę z lekarzami na temat choroby, zdecydowana większość niemal automatycznie sprowadza jej znaczenie do angielskiego pojęcia *disease*, czyli – mówiąc najkrócej – do modelu Flexnera. Do obiektywnego, mierzalnego stanu biologicznego, który najlepiej opisuje definicja konkretnej jednostki chorobowej. Lekarz podejmuje się leczenia choroby, a pacjent staje się jedynie elementem klasyfikacji, jednostką chorobową, ustaloną zgodnie ze schematem kodów obowiązujących w International Classification of Diseases (ICD-11, 2022).

Perspektywa mierzalności pacjenta to przejaw większej tendencji, którą jest powszechna matematyzacja świata, a wypływający z dominacji modelu biomedycznego postulat mierzalności ujawnia się raz po raz podczas prowadzonych przez mnie warsztatów. Ich uczestnicy pytają często, jaka jest efektywność medycyny narracyjnej. Oto „nieznośny dyktat policzalności wszystkiego”, z którego wyrasta przekonanie, że wartość ma jedynie to, co da się policzyć, co jest mierzalne.

Zmienia on bogatą i wieloznaczeniową rzeczywistość społeczną, w jakiej żyjemy, w odhumanizowaną maszynę nastawioną na skuteczność. Konsekwencją opisywanej tendencji jest ubezwłasnowolniające wskaźnikowanie, redukcja człowieka do poziomu maszyny. (Szpunar, 2019, s. 95–96)

Postulat efektywności, powiązany z dyktatem policzalności, obecny jest nie tylko w oczekiwaniach lekarzy, poszukujących w szkoleniach z komunikacji magicznego eliksiru, który zapewni skuteczne przekazanie zaordynowanych zaleceń do niezbyt rozumnych i na dodatek niepokornych głów pacjentów. Przewija się on także w poradach i wskazówkach samych wykładawców, co jednak może być odpowiedzią na oczekiwania szkolonych. Wiele uogólnień i ferowanych odgórnie zaleceń pojawia się w prasie wydawanej przez samorządy lekarskie czy pielęgniarskie. Przykładem takiej instrukcji są nauki Antoniny Doroszewskiej, kierującej Studium Komunikacji Medycznej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego (Doroszevska, 2022, s. 57–58), zaprezentowane ostatnio w „Gazecie Lekarskiej” (piśmie Naczelnej Rady Lekarskiej), ukazującej się w nakładzie 180 tysięcy egzemplarzy. Słowem-kluczem, odmienianym w artykule przez wszystkie przypadki, jest „skuteczność”, czyli perspektywa czysto pragmatyczna. Niczym zaklęcia powtarzają się terminy „efektywne komunikowanie”, „skuteczny komunikat”, „skuteczne porozumienie z drugim człowiekiem”, „przekazywanie informacji”. A jeśli „wysłuchanie pacjenta”, to tylko po to, aby lekarz mógł postawić właściwą diagnozę i przekazać zalecenia.

To jednak przez cały czas komunikacja z perspektywy lekarza, a to zdecydowanie za mało. Po drugiej stronie jest pacjent, pozbawiony równorzędnych praw, którego przegniata, jak powiedziała Erving Goffman, machina instytucji totalnej. Czyni ona często z chorego człowieka stortuowanego. Samo słowo pacjent zawiera w sobie ciekawą i bogatą historię. Jego trzon powtarza się w wielu językach, między innymi angielskim (*patient*), do dziś

zachowała go także polszczyzna w słowie Pasja (od późnołacińskiej formy *passio*), oznaczającym Mękę Chrystusa. W poszukiwaniach jego korzeni dotarłem do znaczenia, które na pierwszy rzut oka wprawia w zdumienie. Mianem pacjenta określano jeszcze w XVIII wieku osobę torturowaną, ofiarę kaźni stosowanych wobec złoczyńców. Starannie skodyfikowane tortury przybierały coraz bardziej wymyślne formy, przeradzając się w barwne widowisko, przyciągające wielu gapiów. Od opisu kaźni, jakiej został poddany niedoszły zabójca króla Ludwika XV – Robert François Damiens – rozpoczyna się jedna z książek Michela Foucaulta (2009). Oto scena, która rozegrała się 28 marca 1757 roku na placu Grève w Paryżu. Według zgromadzonych przez Foucaulta dokumentów skazaniec miał być „więziony i doprowadzony na wózku, obnażony, w jednej koszuli, z płonącą gromnicą wagi dwu funtów w ręku”; a potem

w rzeczonym wózku [...] szarpany obcęgami w piersi, ręce, uda i łydki; prawica dzierżąca nóż, którym dokonał pomienionego ojco-bójstwa, przypiekana siarką, a miejsca, skąd będą drzeć pasy, polewane płynnym oliwem, wrzącą oliwą, gorącą żywicą, woskiem i siarką gotowanymi pospołu; następnie ciało rozwłócone i rozerwane w cztery konie, potem członki i korpus spalone, obrócone w popiół, a popioły rozrzucone na wiatr².

Każni przyglądali się nie tylko paryżanie, ale także cudzoziemcy, wśród nich słynny Casanova, który uznał widowisko za tak brutalne, że upodobanie w nim mogły znaleźć jedynie „zatwardziałe serca” (Foucault, 2009, s. 41).

Swoistą odmianę zatwardziałości serca dostrzegał u niektórych kolegów po fachu profesor Antoni Kępiński. Określał ją mianem „postawy sędziego” i diagnozował u tych lekarzy-psychiatrów, którzy stosując wobec pacjentów podejście wartościująco-oskarżycielskie (Kliszcz, 2000, s. 83–84), wywoływali u nich ostre reakcje obronne. Opisywany przez Kępińskiego mechanizm brzmi znajomo dla czytelnika Foucaulta: metody stosowane w postępowaniu sądowym wobec „stortuowanego pacjenta” były powszechnie akceptowane i służyły do wydobycia od podejrzanego wyznania winy. Jednak „pacjent” nie był całkowicie bezbronny. Mógł wygrać w procesie oskarżycielskim, który Foucault (2009, s. 41) porównuje do średniowiecznych sądów bożych, tak zwanych ordaliów, a nawet uniknąć kary śmierci. Wystarczyło, mimo coraz okrutniejszych tortur, nie przyznać się do winy.

Profesor Luiza Rzymowska z Uniwersytetu Wrocławskiego, wspierając mnie w dążeniu do rozwiązania filologicznej zagadki dotyczącej słowa pacjent, odwołała się do starożytnych źródeł i wysokospecjalistycznych słowników. Przenosząc się – przez most chrześcijaństwa – do świata greki, wydobyla znaczenia zawarte w greckim πάσχω (*páscho*) i w łacińskim *patiens*. Dokonująca się przez wieki wędrówka znaczeń pokazuje, że w słowie pacjent, które trafiło do polszczyzny z języka niemieckiego, pobrzmiewa także – oprócz udręki czy znoszenia tortur, obecnych w starożytnej grece – łacińska *pacjencia*, czyli cierpliwość, rozumiana przez św. Tomasza z Akwinu jako cnota, która ma chronić i podtrzymywać dobro moralne. Pozytywne znaczenie pacjencji jako cierpliwości, ale też wytrzymałości, żyło jeszcze w powieściach Henryka Sienkiewicza.

Jak zatem traktować naszego pacjenta, cierpiącego i zarazem cierpliwego, który w swojej wędrówce przez stulecia raz po raz staje na ubitej ziemi, by dowieść swojej wartości? Człowieka wyniszczonego chorobą lub przedłużającym się w nieskończoność diagnozowaniem, leczeniem czy wreszcie rekonwalescencją? Konieczne jest przywrócenie pacjentowi, choćby na chwilę, pozycji równoważnej, zatoczenie swoistego kola hermeneutycznego, by stać się nie tylko nadawcą, lecz także odbiorcą. To warunek, jakże trudny dla większości lekarzy, autentycznej rozmowy z drugim człowiekiem. Rozmowa z pacjentem nie może być

² *Pièces originales et procédures du procès fait a Robert-François Damiens, 1757, t. 3, s. 372–374, cyt. za: Foucault, 2009, s. 7.*

traktowana jak model przelewu w inżynierii wodnej: to, co jest do przekazania, przepływa z jednego zbiornika do drugiego, problem polega jedynie na tym, by w odpowiednim momencie „otworzyć śluzy” – reszta dokona się sama. W tej hydraulicznej koncepcji komunikacji, jak prześmiewczo nazwał ją antropolog Yves Winkin, najważniejszy jest przekaz danych, transmisja informacji i efektywność w zdobywaniu publiczności, w modelu orkiestralnym zaś bardziej liczy się uczestnictwo w komunikowaniu się, budowanie wspólnoty i znajomość społeczno-kulturowych kontekstów, umożliwiającą konstruowanie znaczeń. Jednostka jest tu postrzegana jako uczestnik większej całości, część kulturowej wspólnoty, której reguły „odciskają się” w każdej interakcji. Jej członkowie biorą udział w komunikacji niczym członkowie orkiestry, która nie potrzebuje ani dyrygenta, ani partytury, wszak wszyscy znają lepiej lub gorzej graną melodię i prowadzą się nawzajem (Winkin, 2007, s. 74, 75).

Opisując rozwijaną przez Winkina koncepcję komunikacji orkiestralnej, będącą w opozycji wobec hydraulicznej, usiłuję wsłuchać się jak najgłębiej w konteksty Bachtinowskiej teorii polifonii-homofonii, w głosy dobiegające ze spotkania lekarza z pacjentem. Spotkania, które dokonuje się w obliczu cierpienia, „spotkania u progu”, jak nazwałby je Bachtin (1970), spotkania, które tak opisywał Andrzej Szczeklik:

Chory przychodzi ze swoim bólem, zgryzotą, cierpieniem, trwogą i woła o pomoc. To wołanie, oczywiście rzadko jest dosłowne. Ma ono różne formy wyrazu. Może to być potok słów, ażeby zażegnać trwogę, albo skamieniały rys twarzy, za którym kryje się nieufność do lekarza. I chory opowiada. Trzeba słuchać, wysłuchać opowieści. Od czasu do czasu pytaniem zapobiec utracie wątku [podkr. – A.W], odsłonić ważki szczegółów, uściślić chronologię. Dla opowiadającego – ta historia to rzecz pierwszorzędna. A słuchający niech pamięta, iż jedno z tych opowiadań stanie się jego własnym, któraś z tych chorób dotknie i lekarza. (Szczeklik, 2012, s. 12)

W przytoczonym na początku artykułu opisie Szczeklikowego podążania za opowieścią pacjenta (rytmem jego wypowiedzi i barwą ochryplego głosu, niespójnie wypowiedzianymi frazami i niespokojnymi ruchami dłoni) widać wyraźnie, jak przejawia się w relacji lekarz–pacjent Bachtinowska polifonia. Jej przeciwieństwem jest zjawisko homofonii, którą Bachtin rozumiał jako formułę słowa jednogłosowego, dominującego w powieści realistycznej, a przeciwstawiał wielogłosowości wypowiedzi w dialogach sokratejskich i w utworach Fiodora Dostojewskiego, które były dla rosyjskiego humanisty artystycznie doskonałym świadectwem polifonii: równości niezależnych i niepoddających się narratorskiej, wystawionej zaocznie, ocenie idei i słów wypowiedzianych przez bohaterów powieści. Homofonia pojmowana jako niedopuszczający sprzeciwu autorytatywny komentarz (Bachtin, 1982, s. 177) wykracza poza literaturę. Domaga się, aby słuchacz, niezależnie od własnych przekonań, uznał je i przyjął jako własne. A przecież słowo cudze, słowo lekarza, by stać się dla pacjenta słowem wewnętrznego przekonania, musi uwzględnić jego własną, pacjenczką, wypowiedź i obecne w niej odcienie: oceny, aprobaty, polemiki, interpretacji czy sprzeciwu, wynikające choćby z cierpienia. Bez względu na epokę homofonia jest zamachem na autonomię człowieka, przekształca się w demagogię, domaga bezwzględnego uznania, uzurpuje sobie prawo do posiadania i głoszenia jedynej obowiązującej prawdy, a przecież prawdy nie można, o czym nieustannie przypomina Bachtin, redukować do jednej świadomości. Przeciwnie, ma ona z natury charakter wydarzeniowy, rodzi się na styku różnych świadomości (Bachtin, 1970, s. 81–87, 122–124), o czym świadczą dialogi Platona, które miały zapoczątkować w kulturze europejskiej nową formę komunikowania się, gwarantującą autonomię odbiorcy.

Szczeklik podjął się najtrudniejszego bodaj zadania w sztuce lekarskiej: rezygnacji z pozycji, jaką zapewniali lekarzom medyczne instytucje totalne w rodzaju szpitali; rezygnacji z homofonii i bezwzględnej przewagi głosu lekarza nad słowem pacjenta. Ta przewaga jest tak oczywista dla lekarzy, że często nie zdają sobie z niej sprawy, co charakteryzuje głęboko zakorzenione stereotypy. W rozmowach z medykami często słyszę zapewnienie:

„no przecież mówię wolno, głośno i wyraźnie. A jak pacjent o coś pyta, powtarzam to samo jeszcze wolniej, jeszcze głośniej i jeszcze wyraźniej”. Nie o to jednak chodzi. Przeciwnie, często bardziej potrzebne jest wycofanie: ciszej, mniej dobitnie – rezygnacją z przewagi komunikacyjnej, z postawy strukturalnej wyższości, jaką zapewnia status lekarza. Doktor Oliver Sacks, neurolog i autor *Przebudzeń*, na podstawie których zrealizowano słynny hollywoodzki film z Robinem Williamsem i Robertem de Niro, dostrzega ten właśnie syndrom u swoich kolegów ze szpitala na Bronxie. Poczucie wyższości może przejawiać się już na początku wizyty:

pacjent może być poddany przesłuchaniu lub badaniu, jak w szkole czy w sądzie. Pytania typu „Czy ma pan to... czy ma pan tamto...?” ze względu na swoją kategoryczność wymagają kategorycznych odpowiedzi [...]. Takie podejście wyklucza nauczenie się czegoś nowego i zapobiega możliwości utworzenia obrazu (lub obrazów), przedstawiającego, co się dzieje z pacjentem. (Sacks, 1997, s. 38)

Pojęcie postawy strukturalnej wyższości wprowadziłem w książce o scenariuszach kulturowych w mediach i medycynie narracyjnej jako charakterystykę dopełniającą kategorię niższości Victora Turnera. Opisując ją, brytyjski antropolog odwołał się do formuły Mahatmy Gandhiego, który nazywał pogardzanych i odrzuconych przez wszystkich pariasów, biedaków i wyrzutków – dziećmi Boga. Gandhi uważał ich za reprezentantów człowieczeństwa w najczystszej postaci (Turner, 2005, s. 197–198). Długo można by uzupełniać tę listę, którą otwiera niepiśmienny lud średniowiecza, „wielki niemowa”, pozbawiony przez historyków głosu (Guriewicz, 1987, s. 6–7), a zamykają niemi pacjenci szpitali i hospicjów. Ta lista powinna otwierać współczesną księgę wykluczonych, to od niej powinny zaczynać się przeznaczone dla lekarzy podręczniki komunikowania się z pacjentem.

Medycyna narracyjna domaga się od lekarza narracyjnej pokory wobec słów pacjenta. Nie tylko mówienia do niego wolno, głośno i wyraźnie, lecz także uznania jego wypowiedzi za reprezentację znakową nie mniej istotną od tej, jaką wyraża biomedyczny język lekarzy. Zamiast uogólnień wynikających z „przypadków chorobowych”, medycyna narracyjna koncentruje się na osobliwościach, tropi skrywane, nierzadko bardzo głęboko, intencje pacjenta. Terrorowi twardych danych i obligatoryjnej mierzalności, jakie niesie z sobą dynamiczny rozwój technologii, przeciwstawia poszlaki, podąża tropem niedomowień, przemilczeń i metafor, odwołuje się do metod dobrze rozpoznanych w literaturoznawstwie i nauce o komunikacji. Jest w niej miejsce na narracje „ranliwe”, porwane, chaotyczne i niespójne, z których wyłania się chybocliwy i pokiereszowany świat ludzi chorych.

Mówienie wolno, głośno i wyraźnie to zasada, którą krytykował już Michel de Montaigne. Jak wykazuje Richard Sennett, renesansowy filozof uważał, że sztuka rozmawiania polega na umiejętności słuchania, na byciu dobrym słuchaczem. Porównał on dobrego słuchacza do śledczego, który skupia się zarówno na tym, co rozmówca mówi, jak i na tym, co zakłada, nie zawsze to ujawniając. Autor słynnych *Prób* poddaje zdecydowanej krytyce fetysz dobitności, który dławi odbiorcę, ograniczając jego aktywność wyłącznie do przytakiwania mówiącemu. Dobitność często wywołuje u słuchającego wątpliwość we własne umiejętności podejmowania sądów. Montaigne przeciwstawiał dobitności praktykę narracyjną, którą Sennett, zapożyczając się u Bachtina, nazywa „formułą dialogiczności”. Francuski myśliciel nawoływał współczesnych sobie czytelników, uwikłanych w ostre spory religijne, do empatii, do uczenia się kierowania swego wzroku na innych, co pozwala przezwyciężyć własną nędzę i próżność (Sennett, 2013, s. 357–358). Wielogłosowość mowy własnej obniża emocje, niweluje zło i sprawia, że nasze wypowiedzi stają się bardziej obiektywne i mniej zapalczywe, a to pozwala na ogląd każdej sytuacji z wielu stron, łączenie wielu perspektyw i wielu punktów widzenia – powiedziałby zapewne Bachtin, zgadzając się z Montaignem co do istoty dialogiczności zakorzenionej w etyce.

Dobitność, homofonia i redukowanie komunikacji do inżyniersko-hydraulicznych relacji między ludźmi są tak mocno zakorzenione w polskiej praktyce klinicznej, w komunikowaniu się z pacjentem, że rodzi się pokusa uzupełnienia postawionej na początku artykułu tezy o aktualności modelu Flexnera w edukacji medycznej, dodatkowym śledztwem. Tym razem proces śledczy dotyczyć będzie najpierw modelu komunikacji wzorowanego na telegrafii i cybernetyce, a następnie psychoanalizy Zygmunta Freuda. Ujmując rzecz bardziej precyzyjnie, skupi się on na błędnych tłumaczeniach dzieł wiedeńskiego psychoanalityka na język angielski i chybionej ich recepcji w Stanach Zjednoczonych.

Dominujący przez lata w amerykańskiej teorii komunikacji model inżynierski wywodzi się z tradycji zrodzonej na przełomie lat czterdziestych i pięćdziesiątych dwudziestego stulecia w kręgu inżynierów i uczonych prowadzących badania nad funkcjonowaniem telegrafu: Claude'a Shannona i Warrena Weavera. Pierwszy z nich był inżynierem w laboratorium Bell Telephone słynnego Massachusetts Institute of Technology. W 1947 roku Weaver publikuje książkę *Cybernetyka, czyli sterowanie i komunikacja zwierząt i maszyn*, przetłumaczoną w latach siedemdziesiątych na język polski, a rok później Shannon pracę *The Mathematical Theory of Communication*. Za nimi podążają dziesiątki amerykańskich i angielskich uczonych, a badania nad komunikacją zostają na lata opanowane przez inżynierski model transmisji. W tej teorii komunikacji, którą Yves Winkin nazywa ironicznie hydrauliczną: „jednostka przypomina [...] nieprzeźroczyste pudełko; zamknięte [...] odseparowane od innych” (Winkin, 2007, s. 13,28). W ten właśnie model wpisuje się relacja lekarz–pacjent, redukując drugiego do figury zamkniętego pudełka, którego na ogół nikomu nie chce się otwierać.

Transmisyjny model komunikacji zyskał z czasem siłę oczywistości. Legitymizowała go przecież matematyka, dziedzina *par excellence* naukowa. To te badania, jak słusznie twierdzi Winkin, wyznaczyły kierunek rozwoju teorii komunikacji, najpierw w Stanach Zjednoczonych, a następnie w Europie. Triumfalny pochod nowej koncepcji rozpoczął się od precyzyjnie zaplanowanej strategii marketingowej, która miała cechy właściwe działaniom sekt religijnych. Shannon i Weaver początkowo prezentowali rezultaty swoich badań w niewielkich grupach, ściśle selekcjonując uczestników. Na kolejne sympozja zapraszali starannie dobrane towarzystwo cybernetyków, psychologów, socjologów, antropologów i biologów. Rezultaty badań były udostępniane szerszym kręgom akademickim i kolportowane w postaci książek osiągających dziesiątki tysięcy nakładu (Winkin, 2007, s. 28–32). Wywodzący się z modelu Shanonna i Weavera schemat komunikacji i funkcji języka, autorstwa wybitnego rosyjskiego lingwisty, profesora Harvard University i MIT Romana Jakobsona, do dziś obowiązuje w programach szkolnych wielu krajów, w tym Polski. Można zapytać: czy utrzymywanie tej inżyniersko-hydraulicznej koncepcji w polskich szkołach ogólnokształcących pozostaje w jakiejś relacji z (nie)rozumieniem przez studentów medycyny, na czym polega komunikowanie się z pacjentem?

Przypominające działania sekt metody upowszechniania modelu komunikacji Shannona i Weavera pojawiają się raz po raz w humanistyce. Tak było, także w Ameryce, z popularyzacją myśli Zygmunta Freuda. Interesujące byłoby prześledzenie zbieżności, jakie pojawiły się między Flexnerowską standaryzacją edukacji medycznej a recepcją Freuda najpierw w USA, a po jakimś czasie także w Europie. Mowa o „przerobieniu” psychoanalizy na modłę przyrodznawczą. Wyprzedzając refleksję Bruno Bettelheima o zubożeniu psychoanalizy, redukowaniu jej, kosztem kulturowego wymiaru, do modelu biomedycznego, warto wspomnieć o imperatywie skuteczności i dyktacie policzalności, upowszechnianych w tamtym czasie w amerykańskiej psychiatrii.

Bruno Bettelheim – amerykański psychoanalityk, psycholog, psychiatra i pedagog austriackiego pochodzenia – w wydanej w Nowym Jorku w 1982 roku niewielkiej książeczce o Freudzie i duszy ludzkiej wykazał, że na skutek błędnych tłumaczeń dzieł wiedeńskiego

psychoanalitka na angielski doszło do wypaczenia jego podstawowych idei. Odległe od oryginału okazały się przekłady tak ważnych dla Freudowskiej koncepcji pojęć, jak *id*, *ego* czy *superego*, ale transpozycja sięga znacznie głębiej, wykracza poza język i przekształca, a wręcz degraduje kulturę europejską, w której osadzone jest dzieło Freuda. Bettelheim ubolewa:

W przekładach [...] myśli Freuda nie tylko są przetransponowane na inny język, ale nadto transpozycja także dokonuje się w kontekście odmiennej kultury, w której większość czytelników ma znikomą obeznanie z kanonem literatury europejskiej. [...] Wiele jego wyrażen przerobiono na czysto techniczne terminy; kluczowe słowa pozbawione zostały właściwego im w oryginale bogactwa szczególnych odcieni znaczeniowych. Mimo iż Freud wybrał je właśnie dlatego, że nasycone są głębokimi treściami i wywołują szczególny, wieloraki sens ludzki. (Bettelheim, 1997, s. 27)

Stylem i kunsztem języka Freuda zachwycali się najwięksi mistrzowie literatury niemieckiej. Dla Tomasza Manna prace psychoanalitka były wzorcowym przykładem esystryki, a Hermann Hesse cenił jasność jego myśli i piękno wyrażen. Ale to, co najważniejsze w dziele Freuda, ujawnia się dopiero na poziomie sensów ukrytych, do których droga wiedzie przez subtelne elementy znaczeniowe czy aluzje literackie. Większość przekładów jest głucha na te sensory, jednak są one czytelne, co podkreśla Bettelheim „dla osób wykształconych, ludzi wychowanych na klasykach, podobnie jak on sam”. Autor studium o roli duszy i duchowości w psychoanalizie wyjaśnia, że podstawowe w koncepcji Freuda słowo psychoanaliza zostało zbudowane przez połączenie dwóch słów greckiego pochodzenia: *psyche*, oznaczające duszę, pełne jest głębokich znaczeń, w których nie ma miejsca na naukowe badania, a analiza (*analysis*) zakłada podejście naukowe. Odnoszą się one zatem do dwu diametralnie odmiennych płaszczyzn, o czym, jak podkreśla Bettelheim, większość czytelników Freuda nie ma do dziś pojęcia. Przykładem kulturowego zapoznania jest zakorzeniona w mitach i w literaturze opowieść o Psyche. Była ona dla Freuda szczególnie pociągająca, gdyż „zanim Psyche doszła do niebios, zmuszona była, dla naprawienia błędu, zstąpić do podziemi. Podobnie Freud musiał odważyć się na zejście do podziemi – w tym wypadku do podziemi duszy – aby dostąpić oświecenia” (Bettelheim, 1997, s. 26–28, 31). Niczym niezamierzona parodia brzmi angielski przekład wrażeń wiedeńskiego humanisty podczas pobytu na Akropolu. Opisując, co wówczas przeżył, Freud odwołuje się do jednego z kerygmatów Ewangelii – Nawiedzenia, w tłumaczeniu zaś jego głęboki, religijny wymiar znika, zastąpiony słowem „dręczenie”: „wspomnienie tego zdarzenia na Akropolu tak często mnie dręczyło” (Bettelheim, 1997, s. 19–20).

W zakończeniu przedmowy do dzieła Freuda o duszy, poprzedzonej mottem zaczerpniętym z listu Freuda do Junga: „Istota psychoanalizy to leczenie miłością”, Bettelheim wyjaśnia, dlaczego podjął trud analizy angielskich przekładów mistrza:

postanowiłem pokazać, jak mylnie przetłumaczono niektóre najważniejsze pojęcia psychoanalityczne, oraz jak głęboko ludzką osobą był Freud, pokazać, że był humanistą w najlepszym sensie tego słowa. Obchodziło go nade wszystko to, co w człowieku najbardziej wewnętrzne, a na oznaczenie czego posługiwał się najczęściej metaforą duszy ludzkiej – ponieważ słowo „dusza” wywołuje tak wiele skojarzeń emocjonalnych. Największym błędem istniejących angielskich wersji jego dzieł jest to, że owo słowo w ogóle się w nich nie pojawia. (Bettelheim, 1997, s. 20–21)

A przecież Freud, jak wykazuje Bettelheim, będąc orędownikiem duchowej wizji psychoanalizy, rozumianej jako „położna duszy”, nie mógł zgodzić się na jej przyrodoznawczą interpretację. Przekłady jego dzieł na język angielski świadczą jednak nie tyle o złej woli czy niedbalstwie tłumaczy, ile o niemal automatycznym realizowaniu założenia, że psychoanaliza jest częścią medycyny, a skoro tak, należy zastosować wobec dzieła Freuda jej przyrodoznawczy paradygmat – czyli, ujmując rzecz w perspektywicznym skrócie, mocno

zakorzeniony w edukacji amerykańskiej, model Flexnera – i okiełznać wysoce emocjonalny język oryginału. Dlatego ani słowa w tłumaczeniach o duszy, którą zastąpiono umysłem.

Jak słusznie zauważyła Danuta Danek (1998, s. 203), psychoanaliza w amerykańskim wydaniu stała się produktem sfałszowanym, towarem konsumpcyjnym, który pozbawiono duchowości. Podmiotową koncepcję psychoanalizy, w której obecna jest sokratejska tradycja: „poznaj samego siebie”, zamieniono na właściwą kulturze amerykańskiej dewizę, skądinąd dobrze znaną także u nas: „rób, co ci się podoba” (Bettelheim, 1997, s. 36–37), która zrobiła furorę także w postmodernistycznej humanistyce.

Opisywana analogia – między amerykańskimi wypaczeniami idei Freuda a nieufnością wielu polskich środowisk medycznych wobec szkoleń z medycyny narracyjnej – wydaje się na pierwszy rzut oka niewiarygodna. A jednak istnieje. Być może pomostem łączącym odległe w czasie i przestrzeni programy edukacji medycznej jest pokutowanie u nas do dziś model Flexnera. Wystarczy przypomnieć powracający nieustannie w trakcie warsztatów „imperatyw skuteczności”, zawarty w powtarzającym się pytaniu uczestników: „A jakie są dowody empiryczne przemawiające za medycyną narracyjną?”.

A przecież nie skuteczność oddziaływania, lecz odbudowywanie zagrożonej tożsamości jest najgłębszym przesłaniem płynącym zarówno z współczesnej medycyny narracyjnej, jak i oryginalnej koncepcji Freuda, nierozmytej przez amerykańską psychoanalizę. Relacji psychoanalityka z pacjentem nie można bowiem sprowadzać do poziomu pragmatyki, do kategorii wpływu, jak zrobiono to w psychiatrii amerykańskiej. O tym postuluje Freud, być może najważniejszym w psychoanalizie ujmowanej *en bloc*, przypomina nieustannie Bettelheim. A kategoriyczny i jednoznaczny ton napomnień Freuda nasila się wraz z postępującym w Stanach Zjednoczonych niezrozumieniem jego koncepcji. Jego apele nie dają żadnych rezultatów, dochodzi do instytucjonalnie usankcjonowanego włączenia psychoanalizy do medycyny (Bettelheim, 1997, s. 51–53), a ją samą uznaje się za wyłączną domenę lekarzy, czyli osób legitymujących się wykształceniem medycznym sprowadzonym do przyrodniczego paradygmatu. Decyzja ta, podjęta przez New York State Legislature w 1926 roku, zbiega się w czasie z coraz bardziej ekspansywnym raportem Flexnera, który wkrótce staje się powszechnie obowiązującym modelem edukacji medycznej, najpierw w Stanach, a następnie w Europie. „Szczęśliwych” zbiegów okoliczności jest więcej: dojście Hitlera do władzy kończy erę dynamicznego rozwoju idei Freuda w Wiedniu, Berlinie i Londynie. Psychoanaliza znika z Europy, a po wojnie początkowo niewielka grupa amerykańskich psychoanalityków zdobywa dominującą pozycję w tej dziedzinie.

We Freudowskich opisach relacji pacjenta i osoby sprawującej nad nim opiekę uderza wołanie o odrzucaną przez świat duchowość. W późnej fazie swojej twórczości Freud upomniał się o ginącą duszę psychoanalizy, o kulturę, dostrzegał bowiem jak zgubne są skutki „psychoanalizy przerobionej” w Ameryce na przyrodniczą modłę i jak wielkim błędem było zastąpienie jej wymiaru duchowego pragmatyką właściwą amerykańskiemu behawioryzmowi i reżimowi pozytywizmu, który od połowy XIX wieku opanował humanistykę.

Jeśli chcemy sprawdzić, jak głęboko zakorzenione jest w nas Flexnerowskie widzenie medycyny, wystarczy postawić sobie pytanie: czy wolimy, żeby leczył nas fachowiec czy lekarz empatyczny. Odpowiedź wydaje się oczywista, wolimy wysokiej kasy fachowców, a skoro z góry wykluczamy, że dobry lekarz może być zarazem człowiekiem empatycznym, to znaczy, że wciąż tkwimy w stechnologizowanej wizji medycyny, której zgubne skutki przekonująco opisał Stanley Joel Reiser:

W ciągu ostatnich dwóch stuleci [...] lekarz, całkiem nieświadomie, stopniowo wyrzekł się niezadowolającego przywiązania do subiektywnego świadectwa – tego, co mówi pacjent, by zastąpić je nabożną wiarą w świadectwo technologiczne – to, co mówi maszyna. [...] Lekarz, czyniąc coraz

szerszy użytek z technologii diagnostycznej, patrzy na pacjenta przez coraz gęstszy ekran sprzętu i specjalistów; jednocześnie rezygnuje z kontroli nad coraz większą częścią procesu diagnostycznego. Okoliczności te oddalają go zarówno od pacjenta, jak i od jego własnych sądów. (Reiser, 1978, s. 160, za: Postman, 2004, s. 124)

Przedstawiając w *Technopolu* zgubne skutki stechnologizowania medycyny kosztem kultury, Neil Postman podał zatrważające informacje o panującym przekonaniu, że „szpitale amerykańskie uważa się powszechnie za jedne z najmniejbezpiecznych miejsc w kraju” i że „całkiem dobrze udokumentowano, iż wskaźnik śmiertelności spada tam, gdzie strajkują lekarze”. Nie wszystko w opisywanym przez uczonego triumfie medycznej technologii nad kulturą jest szczegółowo udokumentowane, ale jedna z najważniejszych jego tez – o całkowitym skoncentrowaniu praktyki medycznej na chorobie, nie zaś na pacjencie – wydaje się bezsprzeczna (Postman, 2004, s. 125–126, 128). Profesor Columbia University wystawia zdecydowanie negatywną ocenę amerykańskiej kulturze zdrowotnej, która ignoruje wszystko, co nie wiąże się ze stosowaniem technik medycznych, a to z kolei wpisuje się w szerszy kontekst kulturowo-społeczny.

Amerykane z natury mieli skłonność do metod agresywnych i byli dobrze przygotowani na przyjęcie techniki medycznej; technokracje dziewiętnastowieczne, opętane wynalazczością i natchnione ideą postępu, zapoczątkowały serię wybitnych i cudownych wynalazków, a zmiana nastawienia w obrębie całej kultury sprawiła, że agresywność technologiczna stała się podstawą praktyki medycznej. (Postman, 2004, s.125)

Głos Neila Postmana o stechnologizowaniu amerykańskiej medycyny kosztem kultury to w istocie wołanie o potrzebę przywrócenia zarówno pacjentom, jak i lekarzom poczucia bycia osobą. To obecny także w niezamerykanizowanej psychoanalizie i w medycynie narracyjnej apel o głębsze, bardziej personalistyczne podejście do chorego. W każdej z nich chodzi nie tylko o pacjenta, lecz także o lekarza, o jego samorefleksję, poznawanie siebie. Medycyna narracyjna, podobnie jak psychoanaliza, wskazuje na literaturę jako wielkie laboratorium etyczne, o czym stale przypominał Ricoeur, ale literatura jest także ogromnym laboratorium komunikacyjnym. Dlatego tak ważne jest obcowanie lekarzy z literaturą, zarówno jako twórcy, pisarze, jak i odbiorcy, czytelnicy. Zaburzone relacje lekarza z pacjentem, lęk przed nim, mogą wynikać – powiedziałaby Bachtin – z wystawionej mu zaocznie oceny, kwalifikującej go do grupy pacjentów „trudnych” bądź nawet „agresywnych”. Jak szkodliwa jest relacja dla obu stron, dowodzą w swoich rozważaniach o medycynie narracyjnej Danielle Spencer i Maura Spiegel (Spencer, Spiegel, 2020, s. 48–51). Cytują analizowane przez Bachtina opowiadanie Dostojewskiego o człowieku z podziemia, aby pokazać, jak odrzucony przez wszystkich i sponiewierany bohater uznaje za winny otaczający go świat i to właśnie do niego kieruje słowa pełne agresji i żalu. Jego słowo jest zdialogowane ze światem, którego nienawidzi, więc każdy napotkany przez bohatera Dostojewskiego człowiek też staje się obiektem jego nienawiści. Podobnie rzecz ma się z lekarzem i tak zwanym trudnym pacjentem, czego dowodzą Spencer i Spiegel opisujące objawienie, jakiego doznał jeden z lekarzy podczas prowadzonych przez nie warsztatów. Zrozumiał, że jego obawa przed reakcją pacjenta, którego uważał za trudnego, jest bezpodstawna, trzeba jedynie zmienić swój stosunek do niego, wówczas i on zmieni swoją postawę.

Bowiem tym, kogo przede wszystkim przemienia medycyna narracyjna, jest sam lekarz, jego sposób myślenia, podejścia do pacjenta, do drugiego człowieka. To właśnie w lekarzu może nastąpić przebudzenie, oczywiście pod warunkiem, że w jego horyzoncie znajdzie się miejsce dla horyzontu pacjenta.

Bibliografia

- Bachtin, M. (1970). *Problemy poetyki Dostojewskiego*, przeł. N. Modzelewska. Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Bachtin, M. (1982). *Problemy literatury i estetyki*, przeł. W. Grajewski. Czytelnik.
- Bettelheim, B. (1991). *Freud i dusza ludzka*, przeł. D. Danek. Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Charon, R. (2017). „Creating a Clearing” – Dr. Rita Charon on the power of Narrative Medicine [rozmowa przeprowadzona przez L. Weiler]. Dostęp 10 lipca 2020 z <https://medium.com/columbia-dsl/creating-a-clearing-dr-rita-charon-on-the-power-of-narrative-medicine-e68bef05eb66>.
- Chojnacka-Kuraś, M. (2019) (Red.). *Medycyna narracyjna. Opowieści o doświadczeniu choroby w perspektywie medycznej i humanistycznej*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Danek, D. (1998). Upublicznione fragmenty rozmowy z Danutą Danek. Rozmowa w przeddzień publikacji książki „Sztuka rozumienia. Literatura i psychoanaliza”. *Teksty Drugie*, 1–2, 185–206.
- Duffy, T.P. (2011). The Flexner Report – 100 years later. *Yale Journal of Biology and Medicine*, 84 (3), 269–276. Dostęp 15 lipca 2013 z <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3178858>.
- Foucault, M. (2009). *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, przeł. T. Komendant. Aletheia.
- Goffman, E. (2011). *Instytucje totalne. O pacjentach szpitali psychiatrycznych i mieszkańcach innych instytucji totalnych*, przeł. O. Waśkiewicz, J. Łaszcz. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Guriewicz, A. (1987) *Problemy średniowiecznej kultury ludowej*, przeł. Z. Dobrzyński. Państwowy Instytut Wydawniczy.
- ICD-11 International Classification of Diseases. (2022). Dostęp z <https://www.who.int/standards/classifications/classification-of-diseases>.
- Irvine, C., Spencer, D. (2020a). Dualizm jako źródło cierpień I: filozofia, literatura i medycyna. W M. Potoniec, H. Syzdek (Red.), *Medycyna narracyjna. Teoria i praktyka* (pp. 123–146). Medycyna Praktyczna.
- Irvine, C., Spencer, D. (2020b). Dualizm jako źródło cierpień II: filozoficzne remedium. W M. Potoniec, H. Syzdek (Red.), *Medycyna narracyjna. Teoria i praktyka* (pp. 123–146). Medycyna Praktyczna.
- Jaubiak, M. (2022). Antonina Doroszewska: Komunikacja w medycynie. Tnij i sprawdzaj [rozmowa]. *Gazeta Lekarska*, 5, 57–59.
- Klass, P. (2022, June 16). It’s Hardly Credible – Medical Readers and Literary Plague. *The New England Journal of Medicine*. <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp2119103?fbclid=IwAR32JIXxkXzos0wy2eTBpeuSynjiKBZxNf0TUsqievOHxBnCA6swCFXC3FE#.YqUEgBAK2rY.facebook>.
- Kluszcz, J. (2000). Psychologiczny aspekt jatropatogenii. W J. Barański, E. Waszyński, A. Steciwko (Red.), *Komunikowanie się lekarza z pacjentem* (pp. 83–84). Astrum.
- Konieczna, D. (2013). Informowanie społeczeństwa powinnością bibliotekarza i pracownika informacji naukowej: na marginesie poglądów Abrahama Flexnera. *Forum Bibliotek Medycznych*, 6/1 (11).
- Postman, N. (1995). *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, przeł. A. Tanalska-Dulęba. Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Reiser, S.J. (1978). *Medicine and the Reign of Technology*. Cambridge University Press.
- Ricoeur, P. (2003). *O sobie samym jako innym*, przeł. B. Chelstowski, wstęp M. Kowalska. Państwowe Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sacks, O. (1997). *Przebudzenia*, przeł. P. Jaśkowski. Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Schneider, D. (2021). *Historia współczesnej medycyny. Renesans, wynalezienie chirurgii i rewolucja implantów*, przeł. G. Łuczkiwicz. Znak.
- Sennett, R. (2013). *Razem. Rytuały, zalety i zasady współpracy*, przeł. J. Dzierżowski. Muza SA.
- Spencer, D., Spiegiel, M. (2020). Świadectwa siebie: odkrywanie relacyjności poprzez literaturę. W M. Potoniec, H. Syzdek (Red.), *Medycyna narracyjna. Teoria i praktyka* (pp. 41–66). Medycyna Praktyczna.
- Szczeklik, A. (2003). *Katharsis, O uzdrowicielskiej mocy natury i sztuki*. Znak.
- Szpunar, M. (2019). Kwantyfikacja rzeczywistości. O nieznośnym imperatywie policzalności wszystkiego. *Zeszyty Prasoznawcze*, 62 (3), 95–104.
- Szubert, M. (2019). Narracyjność choroby i nadejście medycyny jutra. *Kultura Współczesna*, 4.
- Turner, V. (2005). *Gry społeczne, pola i metafory. Symboliczne działanie w społeczeństwie*, przeł. W. Usakiewicz. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Winkin, Y. (2007). *Antropologia komunikacji. Od teorii do nowych badań terenowych*, przeł. A. Karpowicz. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Woźny, A. (2020). *Scenariusze kultury w mediach i w medycynie narracyjnej*. Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

<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 socjologa 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, brzmią 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 obwozującym 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 cech 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 pieczeniarz 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 odciśnie 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 świeżbiącce 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 najpodlejsza 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 pieniądz” 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 płaśców 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 błagier 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 dekrecie 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 taktycznej zachwałaby 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 najskrytszych 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 jednostem bezimiennym, 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 bezimiennosci 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 podstawowa, nie pogląd 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 bezimiennosci.

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-
siaj 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 wycinięcia 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 wyciniętą 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 śpije, 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 przeciwko pozawczo 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 odpowiedziałby 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 refleksję 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. Czapiga, 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.



KONDYCJA DZIENNIKARSTWA ŚLEDZEGO W ROSJI NA PRZYKŁADZIE „NOVEJ GAZETY”

The condition of investigative journalism in Russia: The case of *Novaya Gazeta*

Streszczenie

Artykuł przedstawia na przykładzie rosyjskiej „Novej Gazety” stan dziennikarstwa śledczego, które należy do najbardziej niebezpiecznych odmian dziennikarstwa. „Novaya Gazeta” jest redakcją absolutnie wyjątkową na tle innych tytułów prasowych w Rosji, podejmuje trudne tematy nieobecne w prasie należącej do państwa. Artykuł ma charakter deskryptywny, opisuje działalność tytułu prasowego i osób zaangażowanych w jego powstanie (między innymi prezydenta ZSRR Michaiła Gorbaczowa), redaktora naczelnego Dmitrija Muratowa, a także pracy dziennikarzy i dziennikarek „Novej Gazety”. Przedstawiono w nim wybrane tytuły artykułów wskazujące na odmienny charakter gazety w porównaniu z gazetami codziennymi wychodzącymi w Rosji. Tekst prezentuje także nowe uwarunkowania prawne, z którymi musi mierzyć się każdy rosyjski dziennikarz.

Słowa kluczowe: dziennikarstwo śledcze, Rosja, gazeta, artykuł

Abstract

The article presents the state of investigative journalism, which is one of the most dangerous types of journalism, on the example of the Russian *Novaya Gazeta*. The newspaper is absolutely unique compared to other press titles in Russia, as it deals with difficult topics which are all but absent in the state-owned press. The paper describes the activities of the press title and people involved in its creation (including the president of the USSR Mikhail Gorbachev), editor-in-chief Dmitry Muratov, as well as the work of journalists working for *Novaya Gazeta*. Selected titles of articles are then presented to outline how far removed the newspaper is from other Russian dailies. The text also presents new legal conditions that every Russian journalist must face.

Keywords: investigative journalism, Russia, newspaper, article

Metodologia

Pytania badawcze, które należy postawić przed wprowadzeniem do tematu, wiążą się ściśle z naturą dziennikarstwa śledczego.

1. Dlaczego „Novaya Gazeta” zmagają się z wieloma problemami natury prawnej i brakiem wsparcia ze strony państwa?

2. Czy dziennikarstwo śledcze mogło w ogóle rozwinąć się na terenie Federacji Rosyjskiej? Jaki był i jest obecnie stosunek władz państwowych do dziennikarzy śledczych?

3. Jakie znaczenie dla rosyjskiego społeczeństwa ma dziennikarstwo śledcze prowadzone przez „Novą Gazetę”?

4. Czy śledztwa prowadzone przez dziennikarzy „Novej Gazety” przyniosły określone rezultaty? Jak zostały przyjęte przez rosyjskie władze?

W artykule opisana została krótka historia dziennikarstwa śledczego w Stanach Zjednoczonych i w Rosji na podstawie angielsko- i rosyjskojęzycznej literatury przedmiotu. Zaprezentowano sylwetki znanych rosyjskich dziennikarzy śledczych wraz z uwarunkowaniami prawno-politycznymi, z którymi musieli się zmierzyć w trakcie pracy zawodowej. Krótki opis wybranych tytułów artykułów opublikowanych w gazecie pokazuje odmiennosc tego tytułu śledczego na tle prasy codziennej. Metoda analizy zawartości artykułów prasowych zatrzymuje się tylko na wybranych tytułach, by ujawnić kierunek zainteresowań gazety. W toku pracy wykorzystano także metodę opisowo-analityczną oraz analizę kontekstualną.

Początki dziennikarstwa śledczego na świecie

Dziennikarstwo śledcze jest pojęciem znanym od 1906 roku, a jego autorstwo przypisuje się prezydentowi Theodorowi Rooseveltowi (Feldstein, 2006, s. 1) – słowo *muck* oznaczające brud odnosi się do specyfiki tego zawodu polegającego między innymi na wyszukiwaniu brudów w polityce lub innej działalności publicznej (*Investigative Journalists: The muckrakers*). James S. Ettema z Northwestern University i Theodore L. Glasser z Stanford University w książce *Investigative Journalism and Public virtue* wydanej w 1998 roku, będącej analizą współczesnego amerykańskiego dziennikarstwa, nazywali dziennikarzy śledczych strażnikami sumienia (Ettema, Glasser, 1998).

Czasy świetności dziennikarstwa śledczego w USA już minęły: wydarzenie bez precedensu, jakim niewątpliwie była afera Watergate i śledztwo dziennikarskie Carla Bernsteina i Boba Woodwarda oparte na informatorze o pseudonimie Głębokie Gardło, którym po latach okazał się wicedyrektor FBI, zakończyło się dymisją prezydenta Nixona 8 sierpnia 1974 roku (*Prezydent Richard Nixon. W cieniu afery Watergate*, 2022). W tym przypadku mówiono o triumfie „czwartej władzy”, jaką są media, niemniej takie śledztwo wymagało wówczas nie tylko żmudnych poszukiwań, lecz także było sporym zagrożeniem głównego informatora i samych dziennikarzy (*Watergate – triumf czwartej władzy*, 2021). Ten typ dziennikarstwa zyskał podatny grunt do rozwoju w Stanach Zjednoczonych, co nie oznacza, że nie rozwijał się w Europie czy w Polsce. Kazimierz Wolny-Zmorzynski wskazuje, że w Polsce z powodzeniem takie dziennikarstwo rozwijało się w latach 1918–1939 i po 1989 roku (Wolny-Zmorzynski i in., 2008, s. 82). Literatura przedmiotu poświęcona rozwojowi dziennikarstwa śledczego w Polsce i w Stanach Zjednoczonych jest w tym względzie bogata (zob. Palczewski, Worsowicz, 2006). Jednak gdy przechodzimy na grunt dziennikarstwa śledczego w Rosji, zakres literatury przedmiotowej gwałtownie się zawęża, co zapewne wynika z niewielkiego rosyjskiego doświadczenia w tym zakresie, zwłaszcza w okresie istnienia ZSRR.

Historia dziennikarstwa śledczego w Rosji

Pierwszy reportaż śledczy autorstwa Władimira Gilarowskiego opublikowany w 1887 roku miał charakter społeczny i dotyczył problemu łapania psów w Moskwie (Шульга, 2023). Przez długi czas, mimo ukazywania się licznych periodyków w Rosji, ta odmiana dziennikarstwa w ogóle nie istniała, co wynikało ze specyfiki systemu politycznego ogólnie regulującego i kontrolującego rynek prasy. Państwo akceptowało tylko w swoich strukturach oficjalne organy śledcze, natomiast dziennikarstwo śledcze nie było społecznie akceptowane. Dopiero zmiany polityczne w Rosji lat dziewięćdziesiątych XX wieku spowodowały pojawienie się dziennikarzy demaskatorów publikujących materiały śledcze o korupcji wśród władz publicznych, rosyjskich oligarchów i wojska. Był to obszar dotąd zupełnie nieeksplorowany.

Elena Wartanowa zwraca uwagę, że głównym medium przekazu wśród mediów stała się wówczas bezpłatna telewizja, której kanały zaczęły się różnicować, a preferencje odbiorców zmieniać (Вартанова, 2002). Bardzo dużą popularnością wśród widzów cieszył się wtedy program telewizyjny „Взгляд” określany jako analityczny talk-show i jeden z symboli pierestrojki (Абрамова, 2017). Jednym ze współprowadzących program był dziennikarz Artiom Borowik. Dziennikarz wyjeżdżał wielokrotnie jako korespondent do Afganistanu, zaciągnął się także jako żołnierz do wojska amerykańskiego (Карпенко, 2006). Borowik założył holding wydawniczy, który nazwał „Ścisłe tajne” (Боровик, Артем Генрихович). Program telewizyjny o takiej samej nazwie z 1995 roku poświęcił zjawisku nękania w szeregach rosyjskich sił zbrojnych, czym wywołał bardzo duży oddźwięk społeczny (Приговор за “дедовщину”, 1998). Borowik pracował jednocześnie dla gazety o tytule „Ścisłe tajne”, która podejmowała tematy śledcze białych plam współczesnego mu życia politycznego Rosji (Montgomery, 2000). Niewątpliwie wszystkie śledztwa dotyczące korupcji w wojsku, wśród elit politycznych, w tym ostatnie śledztwo dotyczące zamachów bombowych w 1999 roku na budynki mieszkalne w kilku miastach Rosji, uczyniły z niego pioniera dziennikarstwa śledczego. Działalność ta mogła nie spodobać się w wielu kręgach, ponieważ ostatecznie dziennikarz zginął w katastrofie samolotu Jak-40 podczas rejsu Moskwa–Kijów w 2000 roku. Według niektórych sugestii było to zaplanowane zabójstwo, choć inne źródła podejrzewają też błąd techniczny człowieka przy naprawie samolotu (Дюпин, 2001).

Kolejnym znanym dziennikarzem śledczym w Rosji lat dziewięćdziesiątych był Jurij Szczekoczichin. Dziennikarz rozpoczął pracę w „Moskovskim Komsomolcu”, a następnie pracował dla tytułu „Komsomolskaya Pravda”. W 1995 roku rozpoczął prowadzenie programu telewizyjnego o profilu śledczym „Specjalna brygada”, który został wkrótce zdjęty z wizji ORT jako destabilizujący sytuację w kraju (Свобода слова, 2007). Od 1996 roku dziennikarz rozpoczął pracę dla „Novej Gazety” jako redaktor działu śledczego. Tematy, które podejmował, dotyczyły fatalnego stanu rosyjskiej armii, korupcji we władzach państwowych, uwolnienia zakładników w Czeczenii (Человек дня: Юрий Щекочихин, 2022). Jednocześnie od 1980 do 1996 roku był redaktorem działu śledczego „Literaturnej Gazety” (Юрий Щекочихин, 2003). Dobrze rozwijającą się karierę dziennikarską Szczekoczichina przerwała jego śmierć w lipcu 2003 roku, którą według oficjalnych komunikatów spowodowała reakcja alergiczna (Юрий Щекочихин, 2003). W tę oficjalną wersję wydarzeń nie wierzą ani koledzy z redakcji „Novej Gazety”, ani znana pozarządowa organizacja Committee to Protect Journalist, informująca w biografii dziennikarza, że został on zabity (Yuri Shchekochikhin Killed, 2003). „Novaya Gazeta” na swoich łamach napisała o przyczynie tej śmierci:

Jurij Szczekoczichin zmarł 10 lat temu. Wiemy, że to morderstwo, ale teraz nie da się tego udowodnić. Prokuratura zrobiła wszystko, aby zatrzeć ślady zbrodni. (Соколов, 2013)

Wiadomo, że pół roku przed śmiercią dziennikarz ujawnił poważne nadużycia w biurze Prokuratora Generalnego, a także korupcję w FSB. Krewni dziennikarza też mają pewność, że został otruty w związku z prowadzonymi przez siebie śledztwami (Цецкочихин, 1999). Prokuratura Generalna odrzucała wielokrotnie prośby redakcji „Novej Gazety” o ponowne otwarcie śledztwa w sprawie śmierci, zastaniając się brakiem mocnych dowodów w tej sprawie.

W Rosji wydano pośmiertnie zbiór artykułów Szczekoczichina pod tytułem *Армия жизни* (2017) („Armia życia”), będący analizą problemów międzypokoleniowych i ostatniej dekady trwania ZSRR. Natomiast w 2010 roku w Moskwie wydano książkę dziennikarza *Три эпохи российской журналистики* („Trzy epoki rosyjskiego dziennikarstwa”), w której znalazły się artykuły Szczekoczichina z „Komsomolskiej Pravdy”, „Literaturnej Gazety” i „Novej Gazety”, gdzie został zastępcą redaktora naczelnego.

Sylwetki tych dwóch dziennikarzy i prowadzone przez nich śledztwa oddają przemiany w rosyjskich mediach lat dziewięćdziesiątych. Pojawiły się tematy ostre, pokazujące korupcję i przestępczość zorganizowaną, przez lata przemilczane w centralnej radzieckiej telewizji. Skomplikowana sytuacja polityczna Rosji lat dziewięćdziesiątych nie ułatwiała pracy tych dziennikarzy, którzy jako główną metodę pracy przyjęli obserwację patologicznych procesów społeczno-politycznych, ale jednocześnie posiadli umiejętność pozyskiwania wysoko postawionych społecznie źródeł informacji, co nieco zmieniło stosunek społeczeństwa do tej odmiany dziennikarstwa (Горошков, 2008).

Profil tematyczny „Novej Gazety”

„Novaya Gazeta” jest tytułem o profilu polityczno-społecznym wychodzącym dwa razy w tygodniu, skupiającym się przede wszystkim na analizach, podcastach, reportażach, komentarzach i śledztwach dziennikarskich. Szczególną rolę jej w życiu odegrał pierwszy prezydent ZSRR Michaił Gorbaczow, który w 1993 roku przeznaczył część pieniędzy otrzymanych wraz z Pokojową Nagrodą Nobla na zakup komputerów dla redakcji gazety (Yablokov, 2021). Gorbaczow wspierał dalej gazetę finansowo, a w 2006 roku wraz z biznesmenem Aleksandrem Lebiediewem został jej współdziałowcą. „Novaya Gazeta” opublikowała wspólnie z „The Wall Street Journal” artykuł autorstwa Gorbaczowa, w którym były prezydent podkreślił niebezpieczeństwo wynikające z wyprodukowania i możliwego użycia broni atomowej dla ludzkości (Горбачев, 2019). Natomiast 12 marca 2020 roku gazeta opublikowała komentarz Gorbaczowa *Jeśli konsekwencją polityki jest wojna, to precz z taką polityką!*, w którym po raz kolejny były przywódca pisał o możliwości wybuchu wojny nuklearnej: „Znowu śpiewają pochwały broni jądrowej. W powietrzu unosi się zapach wojny” (Горбачев, 2019).

Gazetę doceniono za wysiłki w obszarze wolności wypowiedzi w październiku 2021 roku, gdy przyznano jej redaktorowi D. Muratowowi Pokojową Nagrodę Nobla (The Nobel Peace Prize 2021).

Śmierć Michaiła Gorbaczowa 30 sierpnia 2022 roku została odnotowana w rosyjskich mediach państwowych, ale urzędujący prezydent Władimir Putin nie wziął udziału w uroczystościach pogrzebowych, które nie miały charakteru państwowego (*Władimir Putin nie będzie uczestniczył w pogrzebie Gorbaczowa. Jest zbyt zajęty*, 2022). Ta nieobecność pokazała negatywny stosunek władz do byłego prezydenta ZSRR, w trakcie którego prezydentury rozpadł się Związek Radziecki. Tymczasem „Novaya Gazeta” poświęciła zmarłemu Gorbaczowowi dużo artykułów z archiwalnymi zapisami wideo, w których pojawiała się również żona prezydenta Raisa Gorbaczowa (*Michaił Горбачев. 9 дней*, 2022).

Od kwietnia 1993 roku, kiedy gazeta zaczęła wychodzić, nie brakowało dramatycznych zdarzeń personalno-zawodowych: gróźb, pobić i zabójstw dziennikarzy, głównie wynikających bezpośrednio z treści publikowanych artykułów (*Так выглядел первый номер*, 2013). Pod tym względem można uznać historię pisma za jedną z najbardziej tragicznych, ale jednocześnie umieścić je wśród najodważniejszych tytułów prasowych wydawanych w Rosji.

„Novaya Gazeta” jest często nazywana „najodważniejszą” gazetą rosyjską i ma jeden z najwyższych wskaźników zamordowanych dziennikarzy wśród rosyjskich mediów. W latach 2000–2021 sześciu dziennikarzy „Novej Gazety” zostało zabitych, pełniąc obowiązki, w tym Anna Politkowska 7 października 2006 r. – prawie 15 lat przed przyznaniem Muratowowi Nobla. (Yablokov, 2021)

Wśród zamordowanych dziennikarzy „Novej Gazety” znajdują się także inne znane w Rosji osoby: dwudziestopięcioletnia reporterka Anastasia Baburowa i adwokat gazety Stanisław Markielow, którzy zostali zastrzeleni w okolicy jednej z moskiewskich stacji metra (*В центре Москве убиты адвокат Станислав Маркелов и журналист «Новой газеты» Анастасия Бабурова*, 2009). Zamordowany został także czterdziestodwuletni reporter gazety Igor Domnikow, znaleziony przez sąsiada w kałuży krwi, ciężko pobity przez nieznanego sprawcę (*Igor Domnikov*, 2000). Od samego początku koledzy z pracy dziennikarza i policja byli przekonani, że atak na niego miał związek z jego działalnością zawodową lub działalnością gazety.

Nie mniej negatywnych emocji do historii gazety wniosła sprawa redaktora Siergieja Sokołowa, który został zaproszony na rozmowę z szefem rosyjskiego Komitetu Śledczego prokuratorem Aleksandrem Bastrykinem. Prokurator wywiózł redaktora do lasu, tam zagroził mu, że podzieli los dziennikarki Anny Politkowskiej, jeśli nie zaprzestanie zajmować się jego sprawami¹. Po tym incydencie Sokołow z obawy o życie wyjechał z Rosji, a sprawą zajęli się redaktor naczelny Dmitrij Muratow i Związek Dziennikarzy Rosji, którzy zawiadomili Prokuraturę Generalną o popełnieniu przestępstwa przez prokuratora Bastrykina. Sprawa zakończyła się powrotem dziennikarza do Rosji (*Журналист, которому угрожал Бастрыкин, вернулся в Россию*, 2012) i publicznymi przeprosinami Bastrykina za swoje zachowanie – w obecności prokuratora generalnego Jurija Czajki i redaktora Muratowa (Касаткина, 2012).

Polityka redakcyjna „Novej Gazety” była i jest prowadzona w kontrze do oficjalnej linii propagandowej Kremla. Gazeta występowała przeciwko działaniom władz państwowych na Krymie już w 2014 roku oraz po aneksji półwyspu przez Rosję (Bisset i in., 2022). Wydanie z 22 marca 2021 roku zatytułowano na pierwszej stronie „Ich Krym”, odnosząc się do nieformalnego rozbioru półwyspu między przyjaciół prezydenta Putina i miejscowych urzędników (Жилин, Аркман, 2021).

W kwietniu 2022 roku gazeta poinformowała swoich czytelników o zawieszeniu działalności, co uzasadniła niezgodą na prowadzoną przez Rosję wojnę na Ukrainie i wpłynięciem dwóch ostrzeżeń ze strony organu nadzorującego rosyjskie media – Roskomnadzoru. Takie oficjalne ostrzeżenia w Rosji mogą skutkować zamknięciem tytułu prasowego. Gazeta nie mogła już używać określenia „wojna na Ukrainie”, tylko „specjalna operacja wojskowa”, co zostało narzucone dziennikarzom wszystkich mediów rosyjskich (*Роскомнадзор потребовал от СМИ*, 2021). Gazeta zdążyła jeszcze po wybuchu wojny 24 lutego 2022 roku zatytułować pierwszą stronę „Rosja bombarduje Ukrainę” i umieścić ten napis z kolorami flagi ukraińskiej i rosyjskiej na swojej stronie internetowej – https://issuu.com/wileyfoxh/docs/novaia_gazeta_2022_no_20_3320_fevral. W następstwie wprowadzonych zmian

¹ Należy dodać, że były to poważne zarzuty. Sokołow opisywał, jak niedbale prowadzi sprawy prokurator, a nawet podkreślał, że osoby oskarżane w jednej ze spraw karnych o przestępstwo morderstwa mogą liczyć na bardzo łagodne wyroki.

prawnych w wydaniu internetowym tytuł wypikselowano. „Novaya Gazeta” poinformowała na stronie kolejnego wydania, z 5 marca, że nie może pisać o wydarzeniach na Ukrainie w swobodny sposób:

4 marca weszła w życie ustawa o faktycznym wprowadzeniu cenzury wojennej w Rosji. Dziennikarzom grozi do 15 lat więzienia za rozpowszechnianie „podróbek” (fake newsów) o rosyjskiej armii – podczas gdy „podróbką” można nazwać wszystkim, co nie odpowiada komunikatom prasowym rosyjskiego Ministerstwa Obrony. (От Редакции. Обновлено, 2022)

Kolejne wydanie archiwalne gazety z 28 lutego 2022 roku na stronie internetowej również częściowo wypikselowano, ponieważ pierwsza strona informowała o kontynuacji wojny na Ukrainie (<https://novayagazeta.ru/issues>). Roskomnadzor po tych publikacjach przesłał pierwsze i drugie ostrzeżenie 22 marca i 28 marca „Novej Gazecie” (Роскомнадзор сообщил, что вынес второе предупреждение «Новой газете», 2022). Redakcja zdecydowała się zawiesić wydawanie gazety, ponieważ rosyjskie prawo medialne przewiduje, że po dwóch ostrzeżeniach sprawa może zostać skierowana do sądu, co zakończy się zamknięciem tytułu. W komunikatorze Telegram 7 kwietnia 2022 roku otwarto nowy kanał „Novaya Gazeta. Europe”, o którym napisano, że będzie platformą artykułów w języku rosyjskim i angielskim poświęconych wojnie na Ukrainie (Мартынов, 2022).

Rosja zasadniczo zakazała profesjonalnego dziennikarstwa. Rosyjski rząd „odwołał” nas właśnie wtedy, gdy najbardziej potrzebują nas rosyjscy obywatele i cały świat. Rzeczywiste i niezależne raporty są bardziej pożądane niż kiedykolwiek: ludzie chcą poznać prawdę o tej katastrofalnej wojnie i szkodach, jakie wyrządza ona rosyjskiemu społeczeństwu. (Мартынов, 2022)

We wrześniu 2022 roku Sąd Rejonowy w Moskwie zdecydował o odebraniu licencji gazety na wydawanie (Суд в Москве аннулировал регистрацию “Новой газеты” как СМИ [„Sąd w Moskwie unieważnia licencję Novej Gazety”], 2022). W rozprawie uczestniczyli redaktorzy Muratow, Sokołow i prawnik gazety. Gazeta napisała o tej sprawie na swojej stronie internetowej w artykule *Покушение на убийство «Новой газеты»*. *Заявление редакции* [„Próba zabójstwa Novej Gazety. Oświadczenie redakcji”], (2022). Rozprawa pokazała, jak łatwo, bez głębszego uzasadnienia prawnego, można cofnąć w Rosji licencję czasopismu ukazującemu się od trzydziestu lat. W swoim stanowisku redakcja wyraziła oburzenie tym jak potraktowano nie tylko gazetę, której redaktor naczelny otrzymał Pokojową Nagrodę Nobla, ale i wielu jej dziennikarzy, odrzucając tym samym punkt widzenia niezależnych mediów i promując tylko media państwowe.

W kraju, w którym władze stale chcą czegoś zakazać, w tym zakazać mówienia prawdy, powinny istnieć publikacje, które nadal zajmują się prawdziwym dziennikarstwem. (*Покушение на убийство «Новой газеты»*, 2022)

Krótką analiza tytułów artykułów

Tytuły artykułów, a także wstępniaki „Novej Gazety” oddają specyfikę tego pisma, które wyróżnia się na tle rosyjskiej prasy codziennej. Gazeta ograniczyła rubryki do kilku istotnych kolumn: „Nowości”, „Infografika”, „Śledztwa”, „Komentarze”, „Podcasty”. Artykuły wstępne w istotny wyjaśniały jeszcze kilka miesięcy swoim czytelnikom, że redakcja nie może publikować wszystkich artykułów kierując się etyką zawodową i nie zamierza powoływać się na dane rosyjskiego Ministerstwa Obrony (Выпуск № 23 от 4 марта 2022).

Przykładowe tytuły prowadzonych przez gazetę śledztw dziennikarskich i ich tematyka to:

1. *Одной краской мазаны* – „Jedną farbą posmarowany” – śledztwo dziennikarskie Tatiany Bryckiej i Władimira Prokuszewa poświęcone atakowi na redaktora naczelnego Dmitrja Muratowa 7 kwietnia 2022 roku w pociągu relacji Moskwa–Samara. Redaktor został obłany czerwoną farbą z acetonem. Dziennikarze znaleźli powiązania między podejrzanymi o atak a służbami specjalnymi. Policja po zgłoszeniu ataku przez trzy miesiące nie wszczęła postępowania (Брицкая, Прокушев, 2022).

2. *Беслан. Расследовать вечно* – „Biesłan. Prowadzić śledztwo wiecznie” (wydanie 1 września 2022) – śledztwo Jeleny Miłaszyny stawia zasadnicze pytanie, dlaczego sprawę „najgorszego ataku terrorystycznego w Rosji” nie wyjaśniono przez osiemnaście lat (Милашина, 2022).

3. *Молчание телят* – „Milczenie cieląt” – śledztwo dziennikarskie o charakterze społecznym. Odnosi się do sytuacji na rosyjskim rynku spożywczym i podwyżek cen mleka. Duma Państwowa wezwała społeczeństwo rosyjskie do przygotowania się na wzrost cen mleka, na które składa się zwiększenie cen materiałów budowlanych, nawozów mineralnych, energii elektrycznej, paliw oraz pasz. Oprócz tego w Rosji znacząco wzrosła inflacja (Дубровский, Воробьев, 2022).

4. *„Вагнер” доигрался* – „Wagner doigrał się. Najemnikom zabroniono brać pożyczek i odwiedzać Europę. Kim są ci ludzie?” – śledztwo dziennikarskie Denisa Korotkowa. Dziennikarz opisuje sylwetki osób należących do grupy Wagnera, objętej sankcjami Unii Europejskiej, uważanej za powiązaną z rosyjskim wywiadem wojskowym. Do tekstu dołączone jest zdjęcie najemników w towarzystwie prezydenta Putina. Dwóch najemników grupy Wagnera nagrodzono państwowymi orderami za bohaterstwo. Tego rodzaju artykuł nigdy nie zostałby opublikowany w żadnej gazecie państwowej, ponieważ w konsekwencji mogłaby ona zostać zamknięta (Коротков, 2021).

Wnioski

Odpowiadając na pytania postawione we wprowadzeniu do artykułu o stan kondycji dziennikarstwa śledczego w Rosji, warto pokreślić głównie jego słabe zakorzenienie w tradycji dziennikarstwa. To, co w tradycji zachodniej było swojego rodzaju normą, swoboda wypowiedzi, pluralizm mediów i współpraca na linii dziennikarze śledczy–państwowe instytucje śledcze, nie istniało ani w Związku Radzieckim, ani w Federacji Rosyjskiej. Przykłady problemów natury prawnej (utrata licencji gazety oparta na słabych przesłankach prawnych), wskazujące raczej na odgórne polityczne wytyczne, podobnie jak zmiany w rosyjskim prawie medialnym ograniczające swobodę wypowiedzi, ujawniają jawny brak wsparcia ze strony państwa rosyjskiego w tym zakresie. Tylko w 2017 roku rosyjskie media państwowe mogły liczyć na wsparcie finansowe z budżetu państwowego w kwocie 37–38 mld rubli (*СМИ России в 2017 году получили 37–38 млрд бюджетных рублей*, 2018). Federalne kanały telewizyjne i prasa regionalna regularnie rozpowszechniają prokremlowski punkt widzenia, nie wnika-jąc w sedno problemów politycznych czy społecznych, którymi zajmowała się szczegółowo „Novaya Gazeta”, lecz jedynie zdawkowo informują o niektórych problemach społecznych albo unikają pewnych tematów. „Novaya Gazeta” mogła liczyć tylko na wsparcie finansowe M. Gorbaczowa i A. Lebiediewa oraz samych czytelników.

Kolejnym dowodem świadczącym o niechęci do dziennikarstwa śledczego w Rosji jest negatywny stosunek władz państwowych do tej odmiany dziennikarstwa. Potwierdzeniem

tego jest wypowiedź z 7 października 2006 roku prezydenta Władimira Putina tuż po zamordowaniu dziennikarki „Novej Gazety” Anny Politkowskiej, kiedy prezydent obchodził swoje 54 urodziny. Zapytany publicznie o jej śmierć odpowiedział, że Politkowska była radykalnym krytykiem władzy, a jej działalność przynosiła władzy straty.

Muszę powiedzieć, że jej wpływ polityczny (myślę, że eksperci się ze mną zgodzą) był znikomy w kraju i najprawdopodobniej była bardziej widoczna w kręgach praw człowieka i mediach na Zachodzie. (Путин: Политковская нанесла власти урон, 2006)

Wobec takiej postawy prezydenta, który w rosyjskim systemie polityczno-społecznym ma najważniejsze znaczenie, jest on przecież także decydem w sferze mediów (między innymi wydaje dekryty ich dotyczące), trudno oczekiwać akceptowania przez państwo działalności dziennikarzy śledczych i opozycyjnych mediów. Ostatnie lata pokazują, że kolejne zmiany w prawie medialnym doprowadziły do bardzo dużego ograniczenia kapitału zagranicznego w rosyjskich mediach i przyczyniły się do zamknięcia lub przeniesienia ich za granicę². W corocznych rankingach organizacji zajmujących się sytuacją dziennikarzy w poszczególnych krajach na świecie Rosja wypada systematycznie źle, sytuując się na liście państw z bardzo ograniczoną wolnością słowa. W 2022 roku w rankingu Reporterów bez Granic Rosja zajęła miejsce 155. na 180 krajów. Rosjanie nie uznają tych list, argumentując, że wolność prasy jest w każdym kraju inaczej definiowana. Ponadto prasa ogólnosiwiatowa w październiku 2009 roku informowała o niewpuszczeniu na terytorium Rosji przedstawicieli organizacji Reporterzy bez Granic na uroczystości poświęcone Annie Politkowskiej (Rosja: „Reporterów bez Granic” nie wpuszcili na rocznicę śmierci Politkowskiej, 2009).

Precedensowy pod wieloma względami dla rosyjskiego dziennikarstwa wydaje się rok 2022 – ograniczone w maksymalny sposób zakazami prawnymi jest zmuszone pisać o „wojskowej operacji specjalnej na Ukrainie”. Reporterzy bez Granic mówią o powrocie w Rosji cenzury, której nie obserwowano od czasów ZSRR (*Репортеры без границ: в России практически перестала существовать свобода прессы, уровень цензуры, 2022*).

Brak radykalnego stanowiska w tym względzie największego Związku Dziennikarzy Rosji w Moskwie czy w Petersburgu ujawnia bierność tego środowiska zawodowego, które ostro oceniła i zdiagnozowała A. Politkowska w swoich reportażach i artykułach (Politkowska, 2011). Po upływie kilkunastu lat od jej śmierci, która wydaje się bardziej wzruszającą zachodnimi społeczeństwami niż społeczeństwem rosyjskim, nie należy oczekiwać radykalnych zmian w dziennikarstwie śledczym w Rosji. Postawy i wartości, którym hołduje większość rosyjskich dziennikarzy, nadają temu zawodowi charakter usługowy. Publicznie wypomniał to swojemu środowisku Leonid Parfionow, znany dziennikarz prasowy i telewizyjny, gdy odbierał Nagrodę im. Władysława Listiewa (dziennikarza telewizyjnego zamordowanego w 1995 roku). Parfionow nazwał te zależności redakcyjne układami kierownik–urzędnik.

Tematy dziennikarskie, a wraz z nimi całe życie, zostały bezpowrotnie podzielone na te, które przejdą w telewizji, i na te, które nie przejdą. Za każdą mającą polityczne znaczenie audycją stoją cele i zadania władz, jej nastrój, opinie, jej przyjaciele i wrogowie. Formalnie to w ogóle nie są informacje, a PR władzy albo anty-PR – czego jaskrawym przykładem było przygotowanie w telewizji gruntu pod dymisję Łużkowa. I, oczywiście, auto-PR władzy. (Taroszczina, 2010)

Konsekwencje dziennikarskich śledztw prowadzonych w Polsce lub w Stanach Zjednoczonych miały konkretne przełożenie na działanie prokuratury (warto przypomnieć nazwiska znanych dziennikarzy śledczych takich jak Anna Marszałek czy Jacek Łęski), śledztwa dzien-

² Ograniczenia kapitału zagranicznego do 20% doprowadziły do zniknięcia CNN z Rosji; a kolejna ustawa o tak zwanych agentach zagranicznych dodatkowo przyczyniła się do zamknięcia m.in. telewizji Deszcz w marcu 2022 r. oraz wyjazdu dziennikarzy „The Moscow Times” poza granice FR.

nikarskie w Stanach Zjednoczonych kończyły się nawet tak przełomowym wydarzeniem politycznym jak dymisja prezydenta USA Richarda Nixona i należy podkreślić, że były prowadzone mimo trudności i często niebezpiecznych konsekwencji. W wypadku Rosji wydaje się, że brak zaufania do sądów powszechnych i instytucji publicznych takich jak prokuratura, a także wspomniane ograniczenia prawne zniechęcają dziennikarzy do uprawiania śledztw. Niektóre źródła informują o zabitych ponad 250 dziennikarzach w Rosji od czasów rozpadu ZSRR (*Громкие убийства и покушения на журналистов*, 2010). Jest to kolejny czynnik odstrasżający potencjalnych dziennikarzy do zajmowania się poważnymi sprawami politycznymi, wojskowymi lub społecznymi o charakterze śledczym.

Ogólna tendencja w prasie światowej od co najmniej kilkunastu lat pokazuje zmniejszanie się zainteresowania dziennikarstwem śledczym wśród dziennikarzy zarówno ze względu na finansowych, jak i bezpieczeństwa. Podobnie czytelnicy – wykazują o wiele większe zainteresowanie informacjami pochodzącymi z mediów społecznościowych niż materiałami śledczymi. Przekłada się to na również na kryzys dziennikarstwa śledczego, który w Rosji nie rokuje żadnej poprawy.

Bibliografia

- Bisset, V., Somasundaram, P., Francis, E. (2022, 21 czerwca). Russia's Muratov sells Nobel medal for \$103.5M to help Ukrainian children. *The Washington Post*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.washingtonpost.com/world/2022/06/21/russian-journalist-ukraine-nobel-prize-auction-record/>.
- Crime Jeff German, Las Vegas investigative reporter allegedly slain by local official, spent his career chasing "mobsters, wise guys and killers". (2022, 9 września). *CBS*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.cbsnews.com/news/jeff-german-killed-las-vegas-reporter-spent-career-chasing-mobsters-wise-guys-killers/>.
- Dmitry Muratov: Facts. The Nobel Peace Prize 2021. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://www.nobelprize.org/prizes/peace/2021/muratov/facts/>.
- Ettema, J., Glasser, L.T. (1998). *Investigative Journalism and Public virtue*, Columbia University Press.
- Feldstein, M. (2006). *A Muckraking Model Investigative Reporting Cycles in American History*. Dostęp 9 czerwca 2023 z <http://nieman.harvard.edu/wp-content/uploads/pod-assets/pdf/Nieman%20Reports/summer2009/feldstein.pdf>.
- <https://novayagazeta.ru/issues>.
- Igor Domnikov. (2000, 16 lipca). Committee to Protect Journalists. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://cpj.org/data/people/igor-domnikov/>.
- Investigative Journalists: The muckrakers. Dostęp 27 marca 2023 z <https://www.journalismaction.org/case/ida-tarbell-muckraker>.
- masz. (2022, 8 kwietnia). W Rosji atak na noblistę Dmitrija Muratowa – został obłany czerwoną farbą z acetonem. *PAP*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/w-rosji-atak-na-noblist-ta-dmitrij-muratow-oblany-czerwona-farba-z-aceton>.
- Montgomery, I. (2000, 29 marca). Artem Borovik. *The Guardian*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://www.theguardian.com/news/2000/mar/29/guardianobituaries.isobelmontgomery>.
- Novaya Gazeta. *Eurotopics*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://www.eurotopics.net/en/155260/novaya-gazeta>.
- Palczewski, M., Worsowicz, M. (2006). *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.
- Politkowska, A. (2011). *Tylko prawda. Artykuły i reportaże*. Prószyński i S-ka.
- Prezydent Richard Nixon. W cieniu afery Watergate (2022, 9 sierpnia). *Polskie Radio*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.polskieradio.pl/39/156/Artykul/1102775,Prezydent-Richard-Nixon-W-cieniu-afery-Watergate>.
- Rosja: „Reporterów bez Granic” nie wpuścili na rocznicę śmierci Politkowskiej. (2009, 6 września). *Gazeta.pl*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114873,7115587,rosja-reporterow-bez-granic-nie-wpuscili-na-rocznice-smierci.html>.

- Shchekochikhin, Y. (1999). *ФСБ знает тайну убийства Галины Старовойтовой?*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://philologist.livejournal.com/10340102.html>.
- Shchekochikhin, Y. (2003). *Kinorium*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://ru.kinorium.com/name/578354/>.
- Taroszczina, S. (2010, 1 grudnia). L. Parfionow: trzeba chociaż nazwać rzeczy po imieniu, przeł. K. Filimowna. *Kresy.pl*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://kresy.pl/publicystyka/leonid-parfionow-trzeba-chociaz-nazwac-rzeczy-po-imieniu/>.
- Watergate – triumf „czwartej władzy”. (2021, 9 maja). *Polskie Radio*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.polskieradio.pl/39/156/Artykul/415438,Watergate-triumf-czwartej-wladzy>.
- Wolny-Zmorzyński, K., Kaliszewski, A., Furman, W., Pokorna Ignatowicz, K. (Red., 2008), *Źródła informacji dla dziennikarza*, WAIp.
- Władimir Putin nie będzie uczestniczyć w pogrzebie Gorbaczowa. Jest zbyt zajęty. (2022, 1 września). *PAP*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C1413235%2CWladimir-putin-nie-bedzie-uczestniczyc-w-pogrzebie-gorbaczowa-jest-zbyt>.
- Yablokov, J. (2021, 8 października). Nobel peace prize: how Dmitry Muratov built Russia's 'bravest' newspaper. *Novaya Gazeta*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://theconversation.com/nobel-peace-prize-how-dmitry-muratov-built-russias-bravest-newspaper-novaya-gazeta-169560>.
- Yuri Shchekochikhin Killed. *Novaya Gazeta*. Killed in Moscow, Russia. (2003, 3 czerwca). Committee to Protect Journalists. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://cpj.org/data/people/yuri-shchekochikhin/>.
- Абрамова, Е. (2017, 3 października). Программе «Взгляд» исполнилось 30 лет. *Oblgazeta.ru*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://www.oblgazeta.ru/society/35273/>.
- Боровик, Артем Генрихович. Энциклопедия. TASS. Dostęp 9 czerwca 2023 z <https://tass.ru/encyclopedia/person/borovik-artem-genrihovich>.
- Брицкая, Т., Прокушев, В. (2022, 6 czerwca). Одной краской мазаны. *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/articles/2022/07/06/odnoi-kraskoi-mazany>.
- В центре Москве убиты адвокат Станислав Маркелов и журналист «Новой газеты» Анастасия Бабурова. (2009, 19 stycznia). *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://web.archive.org/web/20150713182016/http://old.novayagazeta.ru/news/387269.html>.
- Вартанова, Е.Л. (2002). Современная медиаструктура. В Я. Засурский (Red.), *Средства массовой информации постсоветской России* (pp. 10–85). Aspect Press Moskva.
- Выпуск № 23 от 4 марта 2022. Пятница. *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/issues/3234>.
- Горбачев, М. (2019, 30 kwietnia). Михаил Горбачев: «Ядерное оружие спасло мир» – это опасный миф в опасном мире. *Novaya Gazeta*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/articles/2019/04/30/80402-opasnyy-mif-v-opasnom-mire>.
- Горбачев, М. (2022, 7 września). 9 дней. *Novaya Gazeta*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://novaya.media/articles/2022/09/07/mikhail-gorbachiov-9-dnei>.
- Горошков, П.В. (2008). Специфические методы журналистского расследования, *Вестник Санкт-Петербургского Университета*, 9, 1, с. 2.
- Громкие убийства и покушения на журналистов. (2010, 8 listopada). *Kommersant*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.kommersant.ru/doc/1535048>.
- Дубровский, А., Воробьев, С. (2022, 11 lutego). Молчание телят. *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/articles/2022/02/11/molchanie-teliat>.
- Дюпин, С. (2001, 5 czerwca). Артем Боровик погиб из-за “стервы”. *Коммерсантъ*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://www.kommersant.ru/doc/269679>.
- Жилин, И., Аркман, А. (2021, 22 marca). Крым их. *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z https://issuu.com/novayagzt2020/docs/novgaz-pdf__2021-030n?embed_cta=embed_badge&embed_context=embed&embed_domain=novayagazeta.ru&utm_medium=referral&utm_source=novayagazeta.ru.
- Журналист, которому угрожал Бастрыкин, вернулся в Россию. (2012, 19 czerwca). *BBC News*. *Русская служба*. Dostęp 2 lutego 2023 https://www.bbc.com/russian/russia/2012/06/120618_sokolov_bastrykin_return.
- За последние 10 лет погибли 250 российских журналистов. (2003, 15 grudnia). *NEWSru.com*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.newsru.com/russia/15dec2003/journalist2.html>.

- Карпенко, А. (2006). Встречи с Артёмом Боровиком. *Proza.ru*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://proza.ru/2006/03/16-68>.
- Касаткина, А. (2012, 14 czerwca). «Я не имел права срываться». *Kommersant*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.kommersant.ru/doc/1958592> 14.06.2012.
- Коротков, Д. (2021, 13 grudnia). «Вагнер» доигрался. *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/articles/2021/12/13/vagner-doigralsia>.
- Куликова, Ю., Козенко, А. (2006, 8 czerwca). "Новая газета" продана старым друзьям. *Kommersant*. Dostęp 9 czerwca 2023 z <https://www.kommersant.ru/doc/680398>.
- Мартынов, К. (2022, 20 kwietnia). We stay with Europe. *Novaya Gazeta*. Europe is launching its own website. *Novaya Gazeta*. *Europe*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novayagazeta.eu/articles/2022/04/20/bringing-europe-to-you>.
- Милашина, Е. (2022, 1 września). Беслан. Расследовать вечно. *Novaya Media*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novaya.media/articles/2022/09/01/beslan-rassledovat-vechno>.
- От Редакции. Обновлено. (2022, 5 marca). *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/issues/3231>.
- Покушение на убийство «Новой газеты». Заявление редакции [Próba zabójstwa Nowej Gazety. Oświadczenie redakcji]. (2022, 5 września). *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/articles/2022/09/05/pokushenie-na-ubiistvo-novoi-gazety>.
- Приговор за "дедовщину" (1998). *Kommersant*. Dostęp 9 czerwca 2023 z <https://www.kommersant.ru/doc/206588>.
- Путин: Политковская нанесла власти урон. (2006, 11 października). *Polit.ru*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://polit.ru/article/2006/10/11/damage/>.
- Репортеры без границ: в России практически перестала существовать свобода прессы, уровень цензуры – "невиданный современ СССР" (2022, 3 мая). *Настоящее Время*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.currenttime.tv/a/reportery-bez-granits-svoboda-pressy-uroven-tsenzury-sssr/31831939.html>.
- Роскомнадзор потребовал от СМИ писать о «военной спецоперации» на Украине «только по официальным российским источникам». (2022, 24 lutego). *Takie dela*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://takiedela.ru/news/2022/02/24/roskomnadzor-vvel-cenzuru/>.
https://issuu.com/wileyfoxyx/docs/novaia_gazeta_2022_no_20_3320_fevral.
- Роскомнадзор сообщил, что вынес второе предупреждение «Новой газете». (2022, 28 marca). *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://en.novayagazeta.ru/articles/2022/03/28/roskomnadzor-soobshchil-cto-vynes-vtoroe-preduprezhdenie-novoi-gazete-news>.
- Свобода слова. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://hro.org/fos?page=271>.
- СМИ России в 2017 году получили 37–38 млрд бюджетных рублей. (2018, 21 sierpnia). *Spbsj.ru*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://spbsj.ru/isledovaniya/smi-rossii-v-2017-ghodu-pol>.
- Соколов, С. (2013, 3 lipca). Мы ставим точку. *Novaya Gazeta*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://novayagazeta.ru/articles/2013/07/03/55342-my-stavim-tochku>.
- Суд в Москве аннулировал регистрацию "Новой газеты" как СМИ [Sąd w Moskwie unieważnia licencję „Nowej Gazety” jako środka masowego przekazu]. (2022, 5 września). *Interfax*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://www.interfax.ru/russia/860702>.
- Так выглядел первый номер «Новой Газеты», который вышел 1 апреля 1993 года. (2013, 27 grudnia). *Novaya Gazeta*. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://web.archive.org/web/20160507030849/http://old.novayagazeta.ru/red/24529/>.
- Человек дня: Юрий Щекочихин. (2022, 6 września). *Полит.Ру*. Dostęp 1 lutego 2023 z <https://m.polit.ru/news/2022/06/09/schekochihin/>.
- Шульга, М. (2023). *Москва и москвичи много лет спустя*. Факультет журналистики МГУ. Dostęp 2 lutego 2023 z <https://journalonline.msu.ru/articles/note/moskva-i-moskvichi-mnogo-let-spustya/>.
- Щекочихин, Ю. (2017). *Армия жизни*. Dostęp 1 lutego 2023 z http://www.notabene.ru/book/common_place/common-book9.html.
- Щекочихин, Ю. (2018). *Три эпохи российской журналистики*. Dostęp 1 lutego 2023 z https://sh-fond.ru/wp-content/uploads/2019/03/book-3-epohi_sait-2.pdf.

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.19.6>

KAROLINA PIECHOCKA

ORCID: 0000-0002-7134-3831

UNIwersytet Wrocławski



ANALIZA DYSKURSU „GAZETY POLSKIEJ CODZIENNIE” NA TEMAT OSÓB LGBT+. ROZWAŻANIA W KONTEKŚCIE KAMPANII WYBORCZEJ ROKU 2020

Analysis of the discourse of *Gazeta Polska Codziennie* about LGBT+ persons: Considerations in the context of the 2020 election campaign

Streszczenie

Jednym z głównych wątków kampanii wyborczej poprzedzającej wybory na urząd Prezydenta Polski w 2020 roku okazał się spór – określany przez wielu ludzi mianem ideologicznego – o kształt polskiej rodziny i prawa przysługujące osobom LGBT+. Celem niniejszego artykułu jest przeanalizowanie dyskursu prawicowo-konserwatywnej „Gazety Polskiej Codziennie” na temat członków społeczności queerowej w okresie od 5 lutego do 10 lipca 2020 roku. Odpowiedzi na pytania dotyczące sposobów kreowania wizerunku ludzi LGBT+ na łamach dziennika, uzyskane metodą analizy treści, pozwolą nie tylko krytycznie spojrzeć na wydarzenia z przeszłości, ale mogą też być prognozą tego, co wydarzy się podczas kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu jesienią roku 2023. Nie jest bowiem wykluczone, że omawiana problematyka, w perspektywie poważnych problemów natury gospodarczo-ekonomicznej oraz wojny w Ukrainie, ponownie zdominuje przekaz kreowany przez polityków.

Słowa kluczowe: LGBT+, dyskurs prawicowo-konserwatywny, prasa codzienna, „Gazeta Polska Codziennie”, kampania wyborcza, wybory prezydenckie

Abstract

One of the main themes of the 2020 presidential election campaign in Poland turned out to be a dispute – defined by many people as ideological – over the shape of the Polish family, as well as the rights of LGBT+ persons. The aim of the article is to analyze the discourse of the right-wing, conservative *Gazeta Polska Codziennie* about members of the queer community, specifically in the period between Feb-

ruary 5 and July 10, 2020. Using content analysis methods to outline the strategies of constructing the image of the LGBT+ community in the selected daily will not only allow a critical look at the events that took place in the past, but may also serve as a forecast of things that may happen during the parliamentary election campaign. It cannot be ruled out that in the Autumn, in the perspective of serious economic problems and the war in Ukraine, the indicated issues will again dominate the political narrative.

Keywords: LGBT+, sexual minority, right-wing conservative discourse, daily press, *Gazeta Polska Codziennie*, election campaign, presidential election

Obraz społeczności LGBT+ w polskich mediach

Iza Desperak, w artykule zatytułowanym *W krzywym zwierciadle – media wobec homoseksualności*, doszła do wniosku, że „współczesne mass media pozostają – podobnie jak mass media peerelowskie – obojętne wobec zjawiska homoseksualności. Gdy zaś rzadko pojawia się ten temat – to w kontekście sensacji i patologii” (2007–2008). Od publikacji cytowanego tekstu minęło jednak kilkanaście lat i doszło do wielu zmian w rzeczywistości społeczno-politycznej. Jedną z nich jest wzrost akceptacji polskiego społeczeństwa wobec osób o orientacji nieheteroseksualnej (z 24% w 2008 roku do 37% w 2021), a także zwiększenie się odsetka Polaków popierających głoszone przez tęczę¹ społeczność postulatów, na czele z jednopłciowymi związkami małżeńskimi (z 18% w 2008 do 34% w 2021) oraz adopcją dzieci (z 6% w 2008 do 16% w 2021) (*Komunikat z badań. Stosunek Polaków do osób homoseksualnych*, 2021). Jednak mimo tak wyraźnych zmian w mentalności polskiego społeczeństwa, jakie można zaobserwować w wynikach licznych badań, w mediach – obok narracji przedstawiającej osoby LGBT+ w pozytywnym lub neutralnym świetle – nierzadko występuje także przekaz homofobiczny.

Aby zrozumieć przyczyny tej sytuacji, należy spojrzeć na problem z perspektywy historycznej. Arkadiusz Stanisław Więch dowodzi, że obojętność peerelowskich nadawców wobec homoseksualności wynikała bezpośrednio z postrzegania zarówno samej homoseksualności, jak i środowiska osób tej orientacji jako kryminogennych. Tabu dotyczące osób homoseksualnych, a zwłaszcza gejów, złamane zostało dopiero w latach osiemdziesiątych minionego wieku. Powodem była ogólnoswiatowa epidemia AIDS. Geje zaczęli być utożsamiani ze śmiertelną w tamtym czasie chorobą, co na wiele lat zdeterminowało panujący na ich temat krzywdzący stereotyp (Więch, 2005). Oprócz tego wciąż pisano i mówiono o nich jako odmieńcach. Podobne wyobrażenie funkcjonowało również na temat lesbijek (Klimczak-Ziółek, 2006). Problemy oraz apele innych przedstawicieli tęczęj społeczności (przede wszystkim osób biseksualnych i transpłciowych) były natomiast przez media skutecznie pomijane.

Także dziś zdarza się, że reprezentanci queerowej wspólnoty opisywani są jako odmieńcy lub dziwacy. W przestrzeni publicznej w ostatnich latach pojawił się jednak znacznie groźniejszy rodzaj wypowiedzi, zrównujący gejów – rzadziej lesbijki oraz inne osoby niemieszczące się w ramach heteronormatywności – z dewiantami i pedofilami (Desperak,

¹ W niniejszym artykule będę się posługiwała – zarówno w odniesieniu do społeczności osób LGBT+, jak i problematyki, która ich dotyczy – leksemem „tęczowy” (w różnych formach). Jak bowiem wskazuje Małgorzata Dawidziak-Kładoczna, wyraz „tęczowy” występuje w języku polskim również w znaczeniu: związany z LGBT. Zdaniem badaczki konotuje on jednak, w zależności od stosunku nadawcy do subiekta nazywanego, emocje pozytywne lub negatywne. W związku z tym wypada zaznaczyć, że w tym tekście będzie on za każdym razem nacechowany pozytywnie (Dawidziak-Kładoczna, 2018).

2007–2008). Co więcej, społeczność LGBT+ bywa też określana mianem „zarazy”, jej członkom odmawia się człowieczeństwa (choćby przez nazywanie ich „ideologią”) i podstawowych praw przysługujących ludziom, uzasadniając to stwierdzeniami w rodzaju: „ci ludzie nie są równi ludziom normalnym” (Szostak, 2020)², a nawet obwinia się ich za wybuch pandemii COVID-19. Przykładów języka nienawiści w opisie osób LGBT+, mimo rosnącej przecież świadomości polskiego społeczeństwa w zakresie tęczowej problematyki, jest bardzo wiele. Ten sposób narracji pojawia się jednak prawie wyłącznie w mediach o charakterze konserwatywnym, między innymi w „Naszym Dzienniku”, „Gazecie Polskiej”, Radiu „Maryja”, Telewizji Trwam, TVP, co wynika przede wszystkim z faktu, że prezentują one wizję świata opartego na wartościach tradycyjnych, katolickich, które nie tylko wykluczają istnienie innych orientacji niż heteroseksualna, ale nie uwzględniają też tożsamości płciowych odmiennych od żeńskiej i męskiej. Dla pravicowych dziennikarzy i odbiorców ich mediów pozytywny opis przedstawicieli tęczowej społeczności jest silnym zagrożeniem dla jedynnej znanej im rzeczywistości oraz instytucji społecznych opartych na tak zwanej heteronormie (Klimczak-Ziółek, 2006; Nowak, 2016). Oznacza to, że gdy osoby z grupy LGBT+ są dehumanizowane, porównywane do zwyrodnialców czy uznawane za chore lub zaburzone, czytelnicy, słuchacze i widzowie czerpiący wiedzę o świecie z mediów konserwatywnych, czują się bezpieczni. Jest to swoiste bezpieczeństwo ontologiczne, pozwalające im realizować własne potrzeby, oczekiwania i pragnienia (Giddens, 2012). Utwierdzają się też dzięki temu w przekonaniu, że ludzie myślących jak oni jest więcej, zaczynają identyfikować się z określoną wspólnotą, stają się „swoimi”, których powinnością jest walka z „obcymi” (Czykwin, 2008).

Warto jednak podkreślić, że dzięki zmianie nastrojów społecznych odbiorcy coraz częściej mają do czynienia także z przekazami neutralnymi, przedstawiającymi problemy i sytuację życiową nieheteronormatywnych Polaków bez uprzedzeń i jakichkolwiek emocji. Pojawiają się również materiały wyrażające niezgodę na dyskryminację osób LGBT+. Ale można wyróżnić jeszcze czwartą – obok negatywnej/homofobicznej, pozytywnej oraz neutralnej – postawę nadawców medialnych wobec queerowej społeczności, polegającą na marginalizowaniu głoszonych przez nią postulatów (Desperak, 2007–2008).

Chcąc na początek zająć się pozytywnymi narracjami dotyczącymi społeczności LGBT+. Po pierwsze, należy zauważyć, że najczęściej są one odpowiedzią na nienawistne treści pojawiające się w wypowiedziach pravicowych polityków, hierarchów Kościoła katolickiego oraz działaczy konserwatywnych organizacji państwowych, na przykład Ordo Iuris. Po drugie, solidaryzowanie się z osobami LGBT+ polega zazwyczaj na dobitnym akcentowaniu w mediach konieczności równouprawnienia lesbijek i gejów (dotyczy to między innymi kwestii legalizacji jednopłciowych związków partnerskich lub małżeństw) oraz przeciwdziałaniu wszelkim formom ich wykluczania. Taką postawę można zaobserwować także w przekazach popierających parady i marsze równości i przeciwstawiających się homofobicznym uprzedzeniom, które homoseksualizm (nie zaś homoseksualność)³ łączą z pedofilią, molestowaniem seksualnym albo z istnieniem niebezpiecznej ideologii, mającej doprowadzić do upadku tradycyjnej polskiej rodziny, narodu, a w końcu i całego świata (Klimczak-Ziółek, 2006). Jednakże taki model ukazywania tęczowej wspólnoty charakteryzuje przede wszyst-

² W kontekście wypowiedzi Przemysława Czarnka wspomnieć należy o dwóch kwestiach: po pierwsze – w związku z usunięciem z portalu TVP Info oryginalnego zapisu jego wystąpienia w programie *Studio Polska* – cytując go, zmuszona byłam powołać się na inne źródło medialne, po drugie zaś, we wrześniu 2022 r. minister edukacji i nauki (w wyniku sporu z prof. J. Urbanikiem) zamieścił na Twitterze sprostowanie odnośnie do swoich słów (zob. np. Zdziebłowski, 2022).

³ Termin „homoseksualizm” jest pojęciem medycznym, w dodatku występujący w nim sufix *-izm* niesie negatywne skojarzenia, dlatego też badacze rekomendują, aby mówiąc lub pisząc o homoseksualnej orientacji seksualnej, stosować określenie „homoseksualność” (zob. np. Krzyszpień, 2010).

kim nurt szeroko rozumianych mediów liberalno-demokratycznych oraz lewicowych: jest on więc reprezentowany przez redaktorów między innymi „Krytyki Politycznej”, OKO.press, TOK FM, „Gazety Wyborczej”, TVN. Genezy takiego stanu rzeczy należy poszukiwać w tym, że – w przeciwieństwie do nadawców konserwatywnych – ich linia programowa opiera się na poglądach liberalnych, w których najważniejszymi wartościami są wolność, równość oraz tolerancja. Dla odbiorców czytających, słuchających bądź oglądających te i im podobne media naturalne jest zatem przedstawianie ludzi LGBT+ z należnym każdemu człowiekowi i gwarantowanym licznymi aktami prawnymi, na czele z konstytucją, szacunkiem. Jako właściwa jest także postrzegana ich obrona przed atakami środowisk fundamentalistycznych, postulowanie przyznania im praw, jakie mają osoby heteroseksualne, czy po prostu rzetelne opisywanie trapiących ich problemów. Co więcej, taka postawa koresponduje z zasadami zawartymi w Kodeksie Etyki Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, który dla wielu z nich stanowi najistotniejszy punkt odniesienia w pracy.

Nie można jednak zapomnieć, że również mediom przyjaźnie nastawionym do tęczęj wspólnoty zdarza się publikować materiały, które pod powierzchnią neutralnego, zgodnego z zasadami politycznej poprawności opisu, na przykład argumentów lesbijek i gejów w debacie na temat prawa małżeńskiego, kryją negatywny wizerunek homoseksualności. Dzieje się tak choćby wtedy, gdy problemy osób LGBT+ sprowadzane są wyłącznie do jednego słowa-kategorii. Przykładowo, związki partnerskie, adopcja dzieci przez pary jedнопłciowe albo homofobia niejednokrotnie bywają zamykane przez dziennikarzy w pojęciu homoseksualności (a nawet homoseksualizmu), będącym pewnym abstraktem, a więc pojęciem, któremu przypisuje się, z braku odpowiedniej wiedzy, inną treść, pasującą do omawianego kontekstu. Nierzadko też, chcąc spełnić warunek tak zwanej dziennikarskiej obiektywności, autorzy przytaczają wypowiedzi przeciwników emancypacji członków queerowej społeczności, co prowadzi do uwzględniania w przekazach medialnych – zwłaszcza publikowanych w mediach konserwatywnych, ale nierzadko także w liberalnych – opinii ludzi uznających orientację homoseksualną za „zjawisko łatwo rozprzestrzeniające się w wyniku promocji, obnoszenia się z seksualnością i publicznego prezentowania uczuć do partnera/partnerki tej samej płci” (Nowak, 2014). Takie zachowanie redaktorów określam na potrzeby niniejszego artykułu oraz prowadzonych badań jako postawę pozorowaną. Okazuje się, że także media uznawane za wolnościowe nie zawsze opisują tęczęj wspólnotę w sposób całkowicie bezstronny. Nie czyni to z nich nadawców homofobicznych, takie nieprawidłowości, choć z pewnością bolesne dla konkretnych ludzi, pojawiają się na ich antenach bądź łamach – w porównaniu z mediami o orientacji prawicowo-konserwatywnej lub katolicko-narodowej – stosunkowo rzadko. Trzeba mieć jednak świadomość istnienia tego zjawiska.

Tabela 1. Strategie polskich nadawców medialnych względem osób LGBT+

Strategie polskich mediów wobec osób LGBT+	
negatywna/homofobiczna (obie nazwy uznają za równoważne)	<ul style="list-style-type: none"> • posługiwanie się w opisie osób LGBT+ krzywdzącymi stereotypami • dehumanizowanie ich, na przykład przez nazywanie „ideologią” • uzasadnianie albo pochwalanie stosowanej wobec nich przemocy • opisywanie nieheteronormatywności jako mody, nieuzasadnionego powodu do dumy, zjawiska generującego pedofilię, godzącego w instytucję rodziny oraz społeczeństwo • postrzeganie nieheteronormatywności jako narzędzia służącego politycznej walce • traktowanie homoseksualności jako zachowania wykluczającego ze stanu kapłańskiego

Strategie polskich mediów wobec osób LGBT+	
pozytywna	<ul style="list-style-type: none"> • sprzeciwianie się wszelkim formom dyskryminacji osób LGBT+ • wskazywanie i krytykowanie ludzi oraz instytucji wykluczających osoby LGBT+ • kwestionowanie stereotypów płci • popieranie parad i marszów równości • opowiadanie się za koniecznością równouprawnienia lesbijek i gejów • akceptowanie księży gejów • opowiadanie się za wpisaniem korekty płci (tranzycji) na listę zabiegów refundowanych przez NFZ (dotyczy to osób transpłciowych)
neutralna	<ul style="list-style-type: none"> • opisywanie sytuacji życiowej osób LGBT+, ich stylu życia, problemów czy głoszonych postulatów w sposób pozbawiony emocji oraz wolny od uprzedzeń • oddawanie im głosu • powoływanie się na statystyki, a więc wykorzystywanie tak zwanych twardych danych • odwoływanie się do opinii ekspertów, na przykład psychologów, lekarzy, prawników, działaczy społecznych
marginalizująca	<ul style="list-style-type: none"> • pomijanie problematyki queerowej, nieinformowanie odbiorców o sytuacji życiowej, problemach i postulatach społeczności LGBT+
pozorowana	<ul style="list-style-type: none"> • pozornie pozytywne lub neutralne opisywanie nieheteronormatywności • sprowadzanie problemów osób LGBT+ do jednego słowa-kategorii (abstrakt) • przywoływanie wypowiedzi przeciwników emancypacji osób LGBT+ (tak zwany wizerunek przytoczony)

Źródło: opracowanie własne.

Przedmiot i cel badań

Skrótowy przegląd stanowisk zajmowanych przez polskie media wobec nieheteronormatywności umożliwiła przejście do głównego tematu artykułu, czyli analizy narracji, stosowanej względem osób LGBT+ w publikacjach „Gazety Polskiej Codziennie” w 2020 roku podczas kampanii wyborczej przed wyborami prezydenckimi. Przeprowadzona analiza pozwoli nie tylko uzyskać informacje na temat sposobów prezentowania nieheteronormatywnej społeczności na łamach tego dziennika, lecz także dotyczące ogólnego dyskursu polskich mediów prawicowo-konserwatywnych w badanej kwestii. Może to okazać się pomocne w prognozowaniu charakteru debaty w okresie kampanii wyborczej do parlamentu jesienią 2023 roku (oczywiście zakładając, że tematyka queerowa ponownie zdominuje przekaz polityków).

Aby poznać uniwersalne metody prezentowania czytelnikom „Gazety Polskiej Codziennie” tęczącej problematyki, zbadalam dwadzieścia dziewięć artykułów, wyselekcjonowanych na podstawie dwóch cech. Pierwszą był temat, drugą czas publikacji. Musiały opisywać wątki związane z nieheteronormatywnością (na przykład kwestię przyjmowania przez urzędników samorządowych Kart praw rodzin czy komentarze polityków, takich jak Andrzej Duda, Joachim Brudziński lub Jacek Żalek, dotyczące osób LGBT+) oraz ukazać się między 5 lutego (ogłoszenie w Dzienniku Ustaw postanowienia marszałek Sejmu Elżbie-

ty Witek w sprawie zarządzenia wyborów prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej) a 10 lipca 2020 roku (cisza wyborcza poprzedzająca drugą turę wyborów). Ponadto uwzględniłam jedynie teksty dłuższe, liczące minimum kilkanaście zdań, pominęłam natomiast krótkie notki, których jedynym celem było poinformowanie odbiorców o określonym zdarzeniu.

Uwzględniając prawicowo-konserwatywny profil „Gazety Polskiej Codziennie”, postawiłam hipotezę, że publikacje opisujące ludzi LGBT+ będą miały, w przeważającej części, charakter negatywny czy wręcz jawnie dyskryminujący. Artykuły zaś odpowiadające regułom politycznej poprawności, a tym bardziej opowiadające się po stronie tęczącej wspólnoty, będą niewielkim odsetkiem analizowanego materiału. „Gazeta Polska Codziennie” jest bowiem dziennikiem, którego redaktorzy wierni są światopoglądowi konserwatywnemu, wynikającemu przeważnie z ich wiary katolickiej, który wyklucza różnorodność w zakresie orientacji seksualnej i tożsamości płciowej.

Żeby uzyskać odpowiedzi na pytania dotyczące rodzaju dyskursu bądź dyskursów przyjmowanych przez dziennikarzy „Gazety Polskiej Codziennie” wobec osób LGBT+, jak również poznać przyczyny ich stosowania, postanowiłam przyjrzeć się zgromadzonym tekstom za pomocą metod analizy treści. Sklasyfikowałam je według następującego klucza:

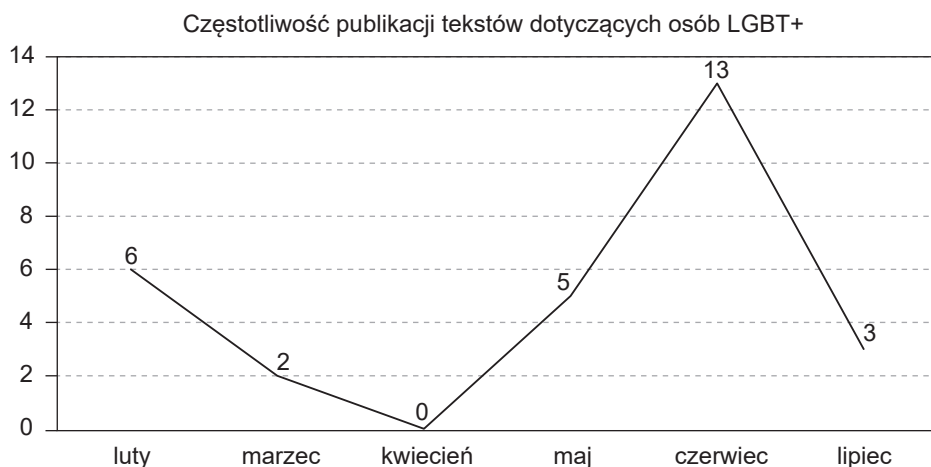
1. negatywne/homofobiczne względem osób LGBT+;
2. pozytywne względem osób LGBT+;
3. neutralne względem osób LGBT+.

Wśród zasad opisu artykułów świadomie nie uwzględniłam dwóch strategii medialnych, które wyróżnione zostały w tabeli 1: marginalizującej i pozorowanej. Stało się tak dlatego, ponieważ podczas wstępnego zapoznania się z materiałem badawczym zauważyłam, że w przypadku „Gazety Polskiej Codziennie” twierdzenia odnośnie do osób nieheteronormatywnych zawsze są wyraźnie sprecyzowane. Na łamach dziennika nie ma zatem miejsca na ukrywanie rzeczywistych przemyśleń redaktorów czy też ignorowanie queerowej tematyki.

Dyskurs „Gazety Polskiej Codziennie” na temat osób LGBT+. Częstotliwość ukazywania się artykułów

Analizę dyskursu „Gazety Polskiej Codziennie” na temat osób LGBT+ rozpocząć należy od ustalenia częstotliwości ukazywania się dotyczących ich publikacji. Informacja ta pozwoli bowiem ustalić, na którym etapie kampanii wyborczej znalazły się one w centrum zainteresowania polityków i – w konsekwencji – mediów, oraz kiedy nastąpił szczyt medialnej popularności tęczącej problematyki. Dane te obrazuje wykres 1.

Dziennikarze „Gazety Polskiej Codziennie” pisali o reprezentantach queerowej społeczności najczęściej w czerwcu, najrzadziej zaś w kwietniu, kiedy nie poświęcili im żadnego tekstu. W pozostałych miesiącach publikowane były średnio cztery artykuły poruszające zagadnienia związane z różnymi aspektami nieheteronormatywności. W rachunku pominięty został lipiec, ponieważ kampania prezydencka zakończyła się dziesiątego dnia tego miesiąca, ale artykuły dotyczące osób LGBT+ ukazywały się również później, co wynikało z panujących wówczas nastrojów społeczno-politycznych. Gdyby uwzględnić trzy lipcowe publikacje, statystyka straciłaby na wiarygodności.



Wykres 1. Częstotliwość publikacji tekstów dotyczących osób LGBT+ na łamach „Gazety Polskiej Codziennie”

Źródło: opracowanie własne.

Zestawienie pokazuje jednoznacznie, że przedstawiciele tęczyowej wspólnoty, przysługujące im prawa obywatelskie oraz kwestia dotyczącej ich dyskryminacji, stały się głównym motywem kampanii wyborczej 2020 roku (w efekcie głównym tematem medialnym) dopiero w czerwcu, czyli tuż przed jej finałem. Odpowiadały za to zapewne sondaże wyborcze, wskazujące, że szanse na zwycięstwo mają tylko dwaj kandydaci, prezentujący różne wizje Polski: ubiegający się o reelekcję Andrzej Duda i prezydent Warszawy Rafał Trzaskowski. W tych okolicznościach, by przyciągnąć uwagę wyborców i zdobyć ich poparcie, wprowadzono do dyskusji tematykę przez wiele osób uznawaną za kontrowersyjną, obejmującą między innymi zawieranie formalnych związków przez osoby tej samej płci. To, czy ten zabieg, prowadzący do silnego spolaryzowania społeczeństwa, wpłynął na wynik wyborczy, pozostaje pytaniem otwartym, na które mogą odpowiedzieć wyłącznie eksperci. Oczywiście jednak wydaje się powód, dlaczego zastosowano go akurat w tym momencie wyborczej konfrontacji.

Ważny jest też powód braku zainteresowania osobami LGBT+ w kwietniu. Istnieją dwa prawdopodobne wyjaśnienia. Pierwszym, najbardziej oczywistym, jest pandemia koronawirusa, która niemal całkowicie zdeterminowała medialną agendę, drugim – wynikającym z profilu światopoglądowego pisma – skupienie się na kolejnej rocznicy katastrofy smoleńskiej. Kwietniowe wydania „Gazety Polskiej Codziennie” są od przeszło dziesięciu lat zdominowane przez ten temat. Nie inaczej wyglądała sytuacja dekadę po tragicznym locie do Katynia. Znaczenie miało też, że przychylna dziennikowi – zwłaszcza finansowo (Kowalski, 2021) – Zjednoczona Prawica, nie głosiła jeszcze wtedy otwarcie swoich poglądów na temat tęczyowej wspólnoty. Nie od dziś wiadomo, że gazeta jest jedną z jej tub propagandowych i treści rozpowszechniane przez prawicowych polityków są zawsze komentowane na jej łamach w sposób niezwykle wyczerpujący.

Narracja „Gazety Polskiej Codziennie” o osobach LGBT+. Główne wnioski z badań

Mając informacje na temat częstotliwości ukazywania się w „Gazecie Polskiej Codziennie” materiałów, których negatywnymi bohaterami byli członkowie queerowej społeczności, i domyślając się powodów ich publikowania, można przejść do szczegółowego omówienia postaw redaktorów dziennika wobec osób LGBT+ w okresie prezydenckiej kampanii wyborczej.

Tabela 2. Charakter opublikowanych na łamach „Gazety Polskiej Codziennie” artykułów dotyczących osób LGBT+

Kategoryzacja artykułów	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Ogółem
negatywne/homofobiczne względem osób LGBT+	6	2	0	4	13	3	28
pozytywne względem osób LGBT+	0	0	0	0	0	0	0
neutralne względem osób LGBT+	0	0	0	0	1	0	1

Źródło: opracowanie własne.

Z przedstawionego zestawienia wynika, że dziennikarze „Gazety Polskiej Codziennie” – z wyjątkiem Tomasza Terlikowskiego, autora felietonu *Cywilizacyjna ostrożność*⁴ – opisywali osoby LGBT+ wyłącznie w sposób negatywny/homofobiczny. Nie tylko konstruowali ich obraz jako jednostek niemoralnych, żyjących wbrew naturze, zбочonych, niszczących rodzinę (w znaczeniu komórki społecznej, składającej się z kobiety, mężczyzny i potomstwa), niebezpiecznych dla otoczenia, zwłaszcza dzieci, dewiantów, wymagających pomocy ze strony specjalistów. Znaczący jest jednak fakt, że autorzy nie mieli na myśli wsparcia psychologicznego lub psychiatrycznego, lecz takie, dzięki któremu lesbijki i geje mogliby się ze swoich upodobań „wyleczyć”, stać się „normalnymi”. Żurnaliści niejednokrotnie nawoływali do bojkotu parad równości oraz podobnych wydarzeń, przekonywali o tragicznym wpływie, jaki na młode pokolenie mogą mieć inicjatywy organizacji pozarządowych działających na rzecz tęczącej społeczności (między innymi Stowarzyszenia Miłość Nie Wyklucza albo Lambdy Warszawa), czy usprawiedliwiali ludzi, którzy za nienawistne komentarze pod adresem osób LGBT+ stawali przed sądem. Sztandarowymi przykładami mowy nienawiści używanej względem przedstawicieli queerowej wspólnoty było nazywanie ich „zarazą” i „ideologią”. Te działania jednoznacznie wskazują na charakter stosowanej narracji. Jednakże, co istotne, w przypadku badanego materiału można też mówić o pozytywnych – aczkolwiek rzadkich – aspektach⁵.

By lepiej zrozumieć dyskurs „Gazety Polskiej Codziennie” dotyczący tęczącej społeczności, konieczne jest zapoznanie się z kilkoma chociaż fragmentami publikacji, które tę

⁴ Zob. Terlikowski, 2020.

⁵ Pisząc o pozytywnych aspektach analizowanych tekstów, mam na myśli używanie przez poszczególnych dziennikarzy terminów-parasoli, takich jak LGBTQ, LGBTQI oraz LGBTQI+, a także określanie członków queerowej społeczności mianem osób LGBT (więcej na ten temat piszę na kolejnych stronach).

problematykę podejmowały. Najbardziej jaskrawe, a przez to charakterystyczne przykłady, mają nietypową dla gazety formę wiersza. W pierwszym z nich – *Strefa wolna od LGBT* – Marcin Wolski pisze między innymi o „strefach wolnych od genderu” (tak określa tak zwane strefy wolne od ideologii LGBT, czyli te regiony Polski, których władarze zakazali propagowania, niebezpiecznej ich zdaniem, „ideologii LGBT”), „miastach, wioskach w znaczniej obfitości, gdzie mieszkańcy mogą wciąż żyć w normalności”, pochwała zakaz organizowania „love parad” (marszów równości) oraz aprobejuje zakaz wstępu do szkół aktywistów, nazywanych „tęczowymi pedagogami”, prowadzących zajęcia z zakresu edukacji antydyskryminacyjnej (2020). W utworze *Rodzina* satyryk wygłasza swe poglądy jeszcze dosadniej:

w Polsce ciągle rodzina
jest ojciec i matka,
nie związek dwóch lesbijek,
nie dwóch gejów stadło,
nie komuna, gdzie każdy z każdym
jak popadło.
Nie chłop z kozą,
zбочeniec z dmuchanym potworem,
użytkownik seksstrony,
dama z wibratorem... (Wolski, 2020).

W zacytowanym fragmencie autor nie tylko opisuje niemożność zawierania w Polsce formalnych związków jedнопłciowych, adopcji przez takie pary dzieci, ale przede wszystkim przedstawia homofobiczne opinie na temat członków queerowej wspólnoty. Sugeruje, w niewybrednych słowach, że osoby homoseksualne prowadzą rozwiązły tryb życia, geje utrzymują stosunki seksualne ze zwierzętami oraz wykorzystują różne akcesoria erotyczne do zapewnienia sobie przyjemności tak samo jak lesbijki. W wizji Wolskiego są oni także stałymi użytkownikami pornograficznych stron internetowych. Publicysta stworzył bardzo negatywny obraz osób LGBT+, które scharakteryzował jako jednostki skrajnie zaburzone (najdobitniejszym tego potwierdzeniem ma być zoofilia), w domyśle zagrażające bezpieczeństwu „normalnych” ludzi, co było kolejnym krokiem na drodze odczłowieczenia przedstawicieli tęczyowej społeczności w oczach czytelników.

W artykule *Polska tęcza czy biało-czerwona?* Tomasz Teluk – przewidując konsekwencje porażki Andrzeja Dudy w wyborach prezydenckich – by wzmocnić siłę swojej argumentacji przywołał postać jednego z bardziej wpływowych europejskich polityków, który był w przeszłości oskarżony o molestowanie małoletnich chłopców. Mimo że tekst poruszał zagadnienia czysto polityczne, a Elio Di Rupo (to on był jego bohaterem) nie miał wówczas z Polską żadnych kontaktów, dziennikarz na podstawie jego historii postawił znak równości pomiędzy byciem gejem (którym Belg rzeczywiście jest) a pedofilem (2020). Przepuszczalnie celem Teluka było zdyskredytowanie działacza i – w pewnym stopniu – pozytywnie nastawionego do zachodniego świata Trzaskowskiego, jednak ubocznym skutkiem mogło być wykształcenie w świadomości wielu odbiorców błędnego i rodzącego poważne zagrożenia przekonania, że osoby homoseksualne krzywdzą dzieci. Zwłaszcza, że cytowana publikacja nie jest jedyną wśród badanych, która zawierała podobne twierdzenia.

Choć podstawowy dyskurs „Gazety Polskiej Codziennie” na temat osób LGBT+ jest homofobiczny, na co dowody – oczywiście w skondensowanej formie – przedstawiłam, to w niektórych publikacjach można znaleźć elementy świadczące o podjęciu przez autorów próby szerszego ujęcia tęczyowej tematyki. Nie uważam jednak, aby zjawiska, które zostaną opisane dalej, były wyrazem empatii dziennikarzy wobec bohaterów ich tekstów, którym niejednokrotnie przecież odmawiali prawa do bycia sobą, a nawet człowieczeństwa. Biorąc pod uwagę charakter dziennika, trzeba uwzględnić jeszcze jedną motywację, która mogła powo-

dować autorami, gdy używali rozbudowanych, symbolizujących wszystkich przedstawicieli queerowej społeczności, akronimów. Mogła to być kolejna metoda, by zdradzić z osób queer (oznaczanych literą Q) albo interplciowych (kryjących się pod I). Analiza materiału badawczego pozwoliła jednak tę hipotezę wykluczyć. Okazuje się, że skrótowce LGBTQ, LGBTQI oraz LGBTQI+ najczęściej pojawiały się w artykułach na zasadzie cytatów. Przykładem może być notatka autorstwa Teluka, w której omówił prawdopodobne jego zdaniem skutki wyboru Rafała Trzaskowskiego na stanowisko prezydenta Polski. Roztoczył przed czytelnikami wizję rzeczywistości, którą rządzić będą społeczności LGBTQ+. W tym celu cytował zagranicznych publicystów, którzy, opisując sytuację życiową osób nieheteroseksualnych, wypowiadali się na temat „praw ludzi LGBTQ” (2020). Bogdan Dobosz – w felietonie *Czy Paryż wart jest hołdu dla ideologii LGBT?* – powołał się na zaczerpnięte między innymi z raportu *Paryż, sztandarowe miasto integracji i różnorodności* dane na temat regulacji dotyczących reprezentantów tęczącej wspólnoty, określanych jako osoby LGBTQI oraz LGBTQI+ (zaznaczyć należy, że akronimy te były jedynie w wypowiedziach na przykład polityków – w pozostałych fragmentach tekstu redaktor stosował zapis LGBT (2020)). Z kolei Maria Kobylińska, prezentując okoliczności pewnego procesu sądowego, pisała o „pierwszej z siedmiu rozpraw wytoczonych Stowarzyszeniu [Rodzin Wielodzietnych Warszawy i Mazowsza] przez środowiska LGBTQ” (2020). W tym przypadku wielokrotne użycie tego skrótowca miało jednak moim zdaniem inne zadanie. Sądzę, że dziennikarka chciała w ten sposób zaakcentować mnogość wspólnot, które stały się największym wrogiem konserwatywnych organizacji.

Warto poświęcić uwagę publikacji zatytułowanej *Ruch LGBT atakuje prof. Nalaskowskiego*. Obecny w niej dyskurs spełniał normy „Gazety Polskiej Codziennie”, przedstawiając nieheteronormatywną społeczność w negatywnym świetle, jednak autorka – w odróżnieniu od swoich redakcyjnych kolegów – konsekwentnie nazywała opisywanych ludzi „osobami LGBT” (Kobylińska, 2020). Taka postawa nie jest szczególnie wyraźna, więc przeciętny czytelnik dziennika prawdopodobnie nie odnotował nawet jej istnienia. Ja jednak uważam ją za ważną, ponieważ pozwala sądzić, że autorka widzi w opisywanych ludziach żywe, czujące istoty, nie zaś mityczną ideologię, jak często określani są w prawicowych mediach członkowie queerowej społeczności. Jednak czas, który spędziłam na badaniu treści publikowanych na łamach „Gazety Polskiej Codziennie”, pozwala mi postawić tezę, że postępowanie Kobylińskiej jest wyłącznie rzadkim (a przez to godnym pokreślenia) wyjątkiem.

Podsumowanie

Analiza tekstów, które ukazały się w „Gazecie Polskiej Codziennie” podczas kampanii wyborczej w 2020 roku, pokazuje, że narracja wobec osób LGBTQ+ była zgodna z podstawowymi założeniami konserwatywnego dyskursu medialnego. Jednoznacznie negatywny sposób, w jaki dziennikarze „Gazety Polskiej Codziennie” opisywali queerową wspólnotę (tabela 2), potwierdza tę tezę. O jej prawdziwości świadczą również użyte w dwudziestu ośmiu artykułach argumenty dehumanizujące osoby LGBTQ+ oraz ukazujące je jako zagrożenie nie tylko dla istnienia rodziny, ale także tradycji i całego świata. Analizowany materiał, w przytłaczającej większości noszący znamiona mowy nienawiści kierowanej wobec konkretnej grupy społecznej, pozwala zatem stwierdzić, że redaktorzy, realizując program światopoglądowy gazety, dopuścili się złamania podstawowej zasady etyki dziennikarskiej, jaką jest rzetelność oraz apolityczność w opisywaniu rzeczywistości. Homofobicznej wymowy publikacji nie zmieniają nawet rzadkie elementy pozytywne. Stosowanie przez żurnalistów akronimów LGBTQ, LGBTQI i LGBTQI+ (przypomnę, że były one wyłącznie elementami cytatów), używa-

nie wobec członków tęczęj społeczności określenia osoby LGBT, nie zaś homoseksualiści, dziwaki lub dewianci (co było przypadkiem jednostkowym), czy też jeden, pozbawiony uprzedzeń, felieton Terlikowskiego, nie są wystarczającym powodem, by nie uznać „Gazety Polskiej Codziennie” za część motywowanego politycznego frontu atakującego ludzi LGBT+.

Zebrane dane potwierdziły przypuszczenia, że „Gazeta Polska Codziennie” przyjęła względem osób LGBT+ strategię negatywną/homofobiczną. Jeżeli więc queerowa problematyka także w 2023 roku stanie się osiłą kampanii wyborczej, możemy spodziewać się podobnych publikacji. Obawę o powtórne polityczne wykorzystanie tęczęj wspólnoty podziela między innymi Międzynarodowe Stowarzyszenie Lesbijek, Gejów, Osób Biseksualnych, Transpłciowych i Interpłciowych ILGA-Europe, które w dorocznym raporcie uznało je za jedno z naczelných zagrożeń dla nieheteronormatywných mieszkańców Polski w 2023 roku (*Annual Review of the Human Rights Situation of Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, and Intersex People in Poland*, 2023).

Bibliografia

- Annual Review of the Human Rights Situation of Lesbian, Gay, Bisexual, Trans, and Intersex People in Poland*. Rainbow Europe. Dostęp 23 marca 2023 z <https://www.rainbow-europe.org/#8653/0/0>.
- Czykwin, E. (2008). Dlaczego ludzie nie lubią „obcych” i „innych”? W K. Czyżewski (Red.), *Warto zapytać o kulturę. Obcy, inny, swój* (pp. 53–70). Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Ośrodek „Pogranicze – sztuk, kultur, narodów”.
- Dawidziak-Kładoczná, M. (2018). Leksem tęczęj w polszczyźnie. Znaczenie i stabilność ekspresywna. *Orbis Linguarum*, 51, 17–37.
- Desperak, I. (2007–2008). W krzywym zwierciadle – media wobec homoseksualności. *Media – kultura – komunikacja społeczna*, 3–4, pp. 93–96.
- Giddens, A. (2012). *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Klimczak-Ziółek, J. (2006). Queer w zwierciadle polskich mass mediów. W T. Basiuk, D. Ferens, T. Sikora (Red.), *Parametry pożądania. Kultura odmieńców wobec homofobii* (pp. 101–106). Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS.
- Komunikat z badań. Stosunek Polaków do osób homoseksualnych*. Fundacja CBOS – strona główna. Dostęp 23 stycznia 2023 z https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_121_21.PDF.
- Krzyszpień, J. (2010). Język i emancypacja LGBT: uwagi praktyczne. W J. Kochanowski, M. Abramowicz, R. Biedroń (Red.), *Queer studies. Podręcznik kursu* (pp. 139–146). Kampania Przeciw Homofobii.
- Nowak, T.Ł. (2014). Od parodii małżeństwa po homorodzinę – o kształtowaniu wizerunku rodzin gejów i lesbijek w polskiej prasie codziennej na przykładzie „Gazety Wyborczej”. *Dziennikarstwo i Media*, 5, 265–269. <https://wuwr.pl/dzm/article/view/1880/1831>.
- Nowak, T.Ł. (2016). „Rodzina inaczej”. Kształtowanie wizerunku rodzin gejów i lesbijek w prasie katolickiej na przykładzie „Naszego Dziennika”. W B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch (Red.) *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach* (pp. 333–344). Wydawnictwo Collegium Columbinum.
- Szostak, P. (2020, 14 czerwca). Poseł Czarnek o społeczności LGBT: „Nie są równi ludziom normalnym”. *Gazeta Wyborcza*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://wyborcza.pl/7,75398,26030314,posel-czarnek-o-spo- lecznosc-i-gbt-nie-sa-rowni-ludziom-normalnym.html>.
- Więch, A.S. (2005). Różowy odcień PRL-u. Zarys badań nad mniejszościami seksualnymi w Polsce Ludowej. W K. Slany, B. Kowalska, M. Śmietana (Red.), *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna* (pp. 259–261). Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Zdziebłowski, S. (2022, 28 września). Minister Czarnek wycofuje się ze słów o osobach LGBT+, które wypowiedział w 2020 r. *Dziennik Gazeta Prawna*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/kraj/artykuly/8557318,minister-czarnek-lgbtq-slowa-przeprosiny-twitter.html>.

Artykuły objęte analizą

- Dobosz, B. (2020, 26 lutego). Tęczowe rozwalanie Europy. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/127258-teczoworozwalanieeuropy.html>.
- Dobosz, B. (2020, 28 lutego). Apostatka religii LGBT. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/127392-apostatkareligiilgbt.html>.
- Dobosz, B. (2020, 12 marca). Czy Paryż wart jest holdu dla ideologii LGBT? *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/127972-czyparyzwartjestholdudlaideologiiilgbt.html>.
- Dobosz, B. (2020, 16 maja). Mała rzecz, a jednak strach. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/130724-malarzeczajednakstrach.html>.
- Galarowicz, L. (2020, 9 czerwca). Biedni, pokrzywdzeni manipulatorzy. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23.01.2023 z <https://gpcodziennie.pl/131800-biednipokrzywdzenimanipulatorzy.html>.
- Kania, D. (2020, 15 czerwca). Język sowieckich najeźdźców. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132044-jezyksowieckichnajezdzcow.html>.
- Kapuściński, R. (2020, 25 lutego). Wtykają nos w nasze sprawy. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/127206-wtykajanoswnaszesprawy.html>.
- Kapuściński, R. (2020, 28 lutego). Polska szkoła wolna od ideologii. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/127373-polskaszkolawolnaodideologii.html>.
- Karnkowski, K. (2020, 16 czerwca). Manowce sporu o cztery litery. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132099-manowcesporuoczteryilitery.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 21 lutego). Tęczowa zaraza znów atakuje. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/127048-teczowazarazaznowatakuje.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 7 marca). Zadziwiający wyrok na działacza pro-life. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/127745-zadziwijacywyroknadzialaczaprolife.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 2 maja). Ruch LGBT atakuje prof. Nalaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/130099-ruchlgbtatakujeprofналaskowskiego.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 28 maja). Edukacja wolna od ideologii. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/131262-edukacja wolna od ideologii.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 12 czerwca). Prezydent stawia na rodzinę. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/131912-prezydentstawianarodzine.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 18 czerwca). Biedroniowi się odmieniło. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132192-biedroniowisiedoemnilo.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 1 lipca). Trzaskowskiego „tak” dla adopcji dzieci przez homoseksualistów. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132771-trzaskowskiegotak dla adopcji dzieci przez homoseksualistów.html>.
- Kobylińska, M. (2020, 10 lipca). Plan kandydata KO: karta LGBT. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/133215-plankandydatakokartalgbt.html>.
- Lichocka, J. (2020, 18 czerwca). Pokolenie Tinky Winky. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132185-pokolenietinkywinky.html>.
- Liziniewicz, J. (2020, 23 maja). Trzaskowski chowa miłość do LGBT. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/131051-trzaskowskichowamiloscdolgbt.html>.
- Liziniewicz, J. (2020, 13 czerwca). Opozycja pokłóciła się o LGBT. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/131970-opozycjapoklocilasieolgbt.html>.
- Nowakowska, M. (2020, 16 czerwca). Poseł Czarnek odpiera zarzuty. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132074-poselczarnekodpierazarzuty.html>.
- Siwek, A. (2020, 16 czerwca). Absurdalne groźby premiera Walonii. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132073-absurdalnegrozbypremierawalonii.html>.
- Siwek, A. (2020, 17 czerwca). Homoplan stowarzyszenia od Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132130-homoplanstowarzyszeniaodtrzaskowskiego.html>.
- Teluk, T. (2020, 24 czerwca). Polska tęcza czy biało-czerwona? *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/132484-polskateczowaczybialoczerwona.html>.
- Terlikowski, T.P. (2020, 13 czerwca). Cywilizacyjna ostrożność. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/131964-cywilizacyjnaostroznosc.html>.

- Tunia, P. (2020, 21 maja). Kandydat z parady równości. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/130954-kandydatzparadyrownosci.html>.
- Wolski, M. (2020, 19 lutego). Strefa bez LGBT. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/126931-strefabezlgbt.html>.
- Wolski, M. (2020, 7 lipca). Rodzina. *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/133030-rodzina.html>.
- Wołodźko, K. (2020, 13 czerwca). Fajno-tęczowi, użyteczni... *Gazeta Polska Codziennie*. Dostęp 23 stycznia 2023 z <https://gpcodziennie.pl/131961-fajnoteczowiuzyteczni.html>.



WPŁYW WOJNY W UKRAINIE W 2022 ROKU NA RAMÓWKĘ TVN24

The impact of the 2022 war in Ukraine on the programming schedule of TVN24

Streszczenie

Przedstawiony tekst jest charakterystyką zmiany ramówki popularnej polskiej telewizji informacyjnej TVN24 w czasie wybuchu wojny w Ukrainie. Autor, badacz programów telewizyjnych, punktem wyjścia uczynił ogólne rozważania na temat ramówek telewizyjnych oraz gatunków dziennikarskich w telewizji. Następnie dokładnie scharakteryzował stałą ramówkę tej telewizji w jej cyklu tygodniowym, z uwzględnieniem ewentualnych wyjątków. Na tej podstawie można dokonać właściwej analizy zmian ramówki, od jej niemal całkowitego zaniku w pierwszej fazie do całkowitego przywrócenia do pierwotnego kształtu. Zmieniała się nie tylko treść programów i ich charakter (wydania specjalne), lecz także bardzo zaburzone zostały ich cechy formalne. Analiza umożliwiła pokazanie, jak mogą działać media informacyjne w sytuacji kryzysowej, wywołanej nagłymi, doniosłymi i negatywnymi wydarzeniami.

Słowa kluczowe: telewizja informacyjna, ramówka, gatunki telewizyjne, news w telewizji, wojna w Ukrainie

Abstract

The article describes the changes in the programming schedule of the popular Polish news television TVN24 during the outbreak of the war in Ukraine. The author, a researcher of TV programs, starts with general considerations about television schedules and genres of TV journalism. He then characterized the regular schedule of the TV station in question in its weekly cycle, taking into account possible exceptions. On this basis, it was possible to prepare an analysis of changes in the schedule, starting from its almost complete disappearance in the first phase and concluding with the moment of complete restoration to its original shape. Not only did the content of the programs and their character (special editions) change, but their formal features were also deeply disturbed. The analysis made it possible to outline how the news media can function in a crisis situation caused by sudden, momentous and negative events.

Keywords: 24-hour news cycle, TV rating, TV genres, War in Ukraine, news in TV broadcast

Wstęp – ramówka jako zjawisko

Ramówka telewizyjna wciąż pozostaje przedmiotem szczególnej uwagi i zabiegów nadawców i producentów telewizyjnych, mimo postępującej konwergencji mediów i rosnącego znaczenia nowych mediów (w tym „telewizji programowej”¹ – mediów na żądanie). Dotyczy to zwłaszcza ramówek ogólnotematycznych bądź rozrywkowych kanałów informacyjnych – niemniej z równą pieczołowitością konstruuje się ramówki kanałów tematycznych, w tym telewizji informacyjnych.

Joanna Sosnowska (2018, s. 28) tak definiuje ramówkę:

Ramówka telewizyjna jest koncepcją programową stacji. Buduje bazę pomysłu na chronologicznym ustawieniu najistotniejszych punktów emisji audycji. Jest to ogólny schemat programu, ułożony według określonych regulacji danej stacji telewizyjnej. Ramówka jest synonimem planu tematycznego poszczególnych kanałów telewizyjnych w różnych przedziałach czasowych. Dzięki porządkowi ramówkowemu zarówno nadawca, jak i odbiorca mają czytelny układ proponowanych treści. Porządkuje to nie tylko sposób tworzenia koncepcji kanału telewizyjnego i jego szczegółowych propozycji, ale stanowi umowę między tymiż podmiotami. Od lat stałe zasady budowania koncepcji ramówkowych wyznaczają odbiorcom rytm użytkowania treści telewizyjnych.

W ujęciu czasowym badaczka dzieli ramówkę na kilka kategorii:

- a) ramówka sezonowa – zmieniająca się na ogół wiosną i jesienią, zawierająca nowe propozycje programowe (formaty) lub nowe sezony pozycji już nadawanych;
- b) ramówka tygodniowa – harmonogram nadawania programów od poniedziałku do piątku;
- c) ramówka weekendowa – harmonogram nadawania programów w dni wolne od pracy (soboty, niedziele);
- d) ramówka dzienna – harmonogram nadawania programów w ciągu dnia (dotyczy to przede wszystkim telewizji informacyjnych);
- e) ramówka okazjonalna – odrębny, specjalny układ programów w dni świąteczne lub z okazji specjalnych wydarzeń (wydania specjalne programów, niecodzienne propozycje programowe) (Sosnowska 2018, s. 28–31).

O zawartości ramówki myśli się w kategoriach formatów i gatunków telewizyjnych. Zagadnienie gatunków telewizyjnych przekonująco opisał Jerzy Uszyński (2004, s. 46–55), proponując ich podział na rejestracje (inspirowane żywiołem obserwacji), narracje (opowieści), widowiska (nacechowane interakcją), wreszcie przekazy retoryczne (oparte głównie na argumentacji) i perswazyjne. Uniwersalność tego podziału polega na ujęciu w nim zarówno gatunków dziennikarskich, jak i rozrywkowych z perspektywy medium, jakim jest telewizja. Badacz jednak się zastrzega:

Zbudowane wyżej modele trzeba traktować zresztą jako pewne typy idealne rodzajów. To tak jakby stanowiły one pięć współrzędnych, którymi można mierzyć poszczególne gatunki. Cały system można zresztą przedstawić w sposób jeszcze bardziej plastyczny. To tak jakby istniała przestrzeń zorientowana przez pięć punktów centralnych, wokół których rozciągają się stosowne pola grawitacyjne. W tej przestrzeni znajdują się poszczególne gatunki, które przypominają krople płynu przyciągane z różną siłą przez centra grawitacyjne i zakrzywione w ich kierunku. (Uszyński 2004, s. 53)

¹ Pojęcie telewizji programowej funkcjonuje w polskim prawodawstwie od 2011 r. Zob. ustawa z dnia 25 marca 2011 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw.

Metafora Uszyńskiego zdaje się płodna także w badaniach nad ramówkami kanałów telewizyjnych: owe „pola grawitacyjne”, oddziałujące wzajemnie na siebie i na znajdujące się w ich obszarze realizacje gatunkowe, stają się całościową, ustrukturyzowaną propozycją programową, a więc – *in ipso facto* ramówką. Równie (a może bardziej) istotnym elementem w tej strukturze jest format, który można określić jako pomysł, „koncept formalny, treściowy czy narracyjny, chroniony prawem autorskim i będący przedmiotem obrotu na rynku telewizyjnym” (Kozieł 2015, s. 239). Pejzaż gatunkowy rodem z Newtona umożliwia charakterystykę ramówek w celu orzekania o ich jakości. Przykład takiej analizy zaprezentowali Andrzej Kozieł i Joanna Szyłko-Kwas (2017, s. 107–120) – w polu zainteresowania badaczy znalazły się trzy główne kanały ogólnotematyczne (TVP1, Polsat, TVN) i ich szczegółowo rozpisane propozycje gatunkowe. Badacze doszli do interesujących wniosków co do różnic w zakresie strategii tych nadawców, jakie wyłoniły się w wyniku analizy porównawczej, a przede wszystkim – ich uwarunkowań².

Wymienione tu pojęcia i podejścia badawcze można oczywiście stosować też do badania kanałów tematycznych, w tym – informacyjnych. W niniejszym tekście posłużą one do analizy ramówki telewizji TVN24 i jej zaburzeń w czasach początku inwazji Rosji na Ukrainę w lutym 2022 roku. Wojna w Ukrainie – bulwersująca światową opinią publiczną, odciskająca się piętnem na stosunkach międzynarodowych, a także na globalnej i regionalnej (w tym polskiej) gospodarce i finansach – wywołała także istotne zmiany w zawartości mediów. Dobitym ich przykładem jest ramówka telewizji TVN24 jako całodobowego kanału newsowego – i, jako taki, przykład ten zasługuje na opisanie.

Telewizja informacyjna i jej ramówka

Całodobowa telewizja informacyjna jako specyficzny kanał tematyczny charakteryzuje się szczególnie ścisłym uporządkowaniem ramówki w wymiarze dziennym, tygodniowym i weekendowym. Porównanie popularnych w Polsce kanałów informacyjnych (TVN24, TVP Info, Polsat News³) wykazuje w tym zakresie wyraźne podobieństwo. Można je scharakteryzować w przybliżeniu tak:

- a) między 6.00 a 10.00 (w weekendy 11.00) nadaje się programy poranne⁴;
- b) między 10.00 a 15.00 występuje pasmo serwisów informacyjnych serwisów na żywo, na ogół w blokach o długości 23–27 minut, przedzielanych blokami reklamowymi;

² W tym kontekście szczególnie interesujące wydało się zagadnienie wpływu misyjności, jaka obowiązuje media publiczne, ale też próba charakterystycznego dostosowania programu tak, by misyjność „nie przeszkadzała” w konkrowaniu na oferty z kanałami nadawców prywatnych. Autorzy nie poruszają wprawdzie zjawiska „nurkowania” (drastycznego obniżania poziomu merytorycznego i artystycznego programów w celu podniesienia oglądalności), ale w istocie zasługiwałoby ono na odrębne badania. Zob. Kozieł, Szyłko-Kwas 2017, s. 118–119.

³ W roku objętym analizą były to trzy najpopularniejsze kanały informacyjne. Trend pokazuje badanie z lipca 2022 r. Zob. <https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/ogladalnosc-kanalay-informacyjne-lipiec-2022-rekord-tvn24-tvp-info-traci-polsat-news> (dostęp: 15.10.2022).

⁴ Między kanałami obserwuje się pewne różnice w strukturze samego poranka: program „Wstajesz i wiesz” w TVN24 ma wyraźnie mozaikową budowę (krótkie propozycje programowe trwające od kilku do kilkunastu minut), pasmo poranne zaś w TVP Info cechuje się strukturą blokową (por. choćby programy: „#Jedziemy”; „#Jedziemy dalej”; „Minęła 8”; „Minęła 9”, które wypełniają blok półgodzinny bądź godzinny z przerwą na krótki serwis informacyjny). Obserwacje poczynione przez autora artykułu w latach 2020–2022.

c) od godz. 15.00 do 19.00 są nadawane autorskie magazyny informacyjne (tak zwane magazyny wiadomości⁵) lub publicystyczne albo o formule mieszanej (na przykład „Fakty po Południu” w TVN24);

d) od godz. 18.30 do 20.30 – w zależności od stacji – nadaje się serwisy informacyjne lub bloki reklamowe, by nie odciągać uwagi publiczności od flagowych wieczornych magazynów wiadomości (dzienników telewizyjnych) w odnośnych stacjach o profilu ogólnym;

e) od godz. 19.30 do 21.00 są nadawane flagowe programy publicystyczne, które nazwą nawiązują do głównych flagowych magazynów wiadomości (a są tworzone przez członków redakcji dzienników), a tuż po nich autorskie magazyny publicystyczne prowadzone przez uznanych i popularnych publicystów;

f) od godz. 21.00 do 22.00 na ogół proponuje się dłuższy magazyn informacyjny o charakterze problemowym (nie tylko bieżące newsy specyficznie funkcjonujące w telewizji, lecz także tematy i problemy, które nie mieszczą się w dziennikach) (Grzegorzewski 2012, s. 106–112);

g) od godz. 22.00 do 23.00 pojawia się magazyn publicystyczny o luźnej, felietonowej bądź satyrycznej formie (trend w Polsce zapoczątkowała TVN24);

h) od godz. 23.00 do 0.00 widzowie mogą obejrzeć wieczorny magazyn podsumowujący;

i) od godz. 0.00 do 6.00 następuje pasmo powtórek programów z anteny własnej bądź sąsiednich kanałów telewizyjnych.

Układ gatunków telewizyjnych i ich kolejność są podporządkowane funkcjonalności kanału informacyjnego – widzowie o określonych potrzebach informacyjnych (nierazko kulturalnych, a nawet intelektualnych) odnajdują pożądane treści o dość precyzyjnie wyznaczonych porach, podlegających wahaniom ze względu na konkurencję między kanałami, nagle lub istotne wydarzenia wymagające transmisji, opisu i komentarza, wreszcie – okolicznościami specjalnymi (święta lub spodziewane, ale ważne wydarzenia, jak uroczystości z określonych okazji). Na przykład: telewidzowie czerpiący niezbędne informacje i komentarze potrzebne im do wykonywania pracy zawodowej, oglądają poranek w telewizji informacyjnej⁶. Południowe i popołudniowe pasma telewizji informacyjnych są wyświetlane w korporacjach, firmach, a nade wszystko innych redakcjach dziennikarskich (radiowych, prasowych, internetowych czy wreszcie konkurencyjnych stacji – na specjalnie w tym celu zainstalowanych telewizorach). Większość widzów obejrzy główny program informacyjny stacji głównej i następujące po nim magazyny publicystyczne nadawane wczesnym wieczorem – gdy jest na ogół czas na spokojniejsze i bardziej uważne oglądanie telewizji. Publicystyczne programy wieczorne o charakterze rozrywkowym czy felietonowym (Grzegorzewski 2010, s. 505–516) mają niekiedy wierne grono fanów – dowodzi tego *casus* „Szkła Kontaktowego” w TVN24. Wreszcie wieczorny magazyn podsumowujący ma duże znaczenie dla widzów zajętych intensywną pracą zawodową bądź działalnością biznesową w ciągu dnia, a potrzebujących summy najważniejszych informacji, z uwzględnieniem wiadomości ekonomicznych, sportowych i prognozy pogody.

Jeśli przyjmujemy, że bycie poinformowanym z różnych powodów jest ważniejsze (bo niekiedy konieczne) od korzystania z treści rozrywkowych, jasne się staje, że harmonogram ramówki telewizji informacyjnej jest istotniejszy niż ramówki telewizji rozrywkowych, których kształtowanie warunkuje przede wszystkim aspekt merkantylny.

⁵ Określenie Wiesława Godzica (2004), używane niekiedy zamiennie z określeniem „serwis informacyjny”. Warto jednak zauważyć, że serwisy informacyjne na żywo nadawane tylko w telewizjach newswych (takie jak „Dzień na żywo” w TVN24) nie mają struktury magazynowej, lecz blokową.

⁶ Autor tekstu jako wykładowca dziennikarstwa stara się skrupulatnie przestrzegać tej zasady.

Ramówka TVN24

Ramówka TVN24 spełnia założenia zaprezentowanego schematu i wskazane funkcje. Podlega ona jednak zaburzeniom powodowanym na ogół niespodziewanymi albo szczególnie ważnymi, nośnymi społecznie i psychologicznie wydarzeniami⁷. W wyniku obserwacji prowadzonej od 2005 roku do dziś można wskazać kilka typów takich wydarzeń.

1. Afery polityczne, na przykład:

- afery związane z obozem władzy w latach 2005–2007 (zwłaszcza okres zatrzymania Janusza Kaczmarska wskutek tak zwanej afery gruntowej);
- afera taśmowa w 2014 roku (tak zwane taśmy prawdy publikowane w tygodniku „Wprost” i wtargnięcie ABW do redakcji tego tygodnika);
- kryzys sejmowy w grudniu 2016 roku;
- afera hejterska („Ministerstwo Hejtu”) w 2017 roku;
- seria działań obozu rządzącego Zjednoczonej Prawicy w odniesieniu do Trybunału Konstytucyjnego.

2. Nagłe, negatywne wydarzenia losowe o charakterze katastrof:

- katastrofy w górnictwie (wybuch metanu w kopalni Halemba w 2006 roku, w kopalni Pniówek w Pawłowicach 20 kwietnia 2022 roku i 23 kwietnia w kopalni Zofiówka);
- wypadki komunikacyjne z udziałem Polaków (wypadek autokaru z polską pielgrzymką do Medjugorje).

3. Wydarzenia oddziałujące na międzynarodową opinię publiczną, związane z Polską (na przykład katastrofa smoleńska).

4. Wydarzenia związane z zagrożeniem wolności mediów – tu duże zmiany w ramówce, a nawet w przekazie pozawerbalnym i chromatycznym stacji wywołała sprawa lex TVN (wykorzystano wtedy nawet czarne paski z białym tekstem, charakterystyczne dla żałoby).

W wymienionych przypadkach na ogół dało się wyróżnić w strukturze nie tylko pasma, lecz także konkretne programy autorskie (przede wszystkim stałe magazyny publicystyczne), które zachowały swoją identyfikację graficzną (czołówka, tyłówka), ale były realizowane jako wydania specjalne. Specyficzne zmiany wprowadziła we wszystkich mediach elektronicznych pandemia COVID-19: goście, a nierzadko sami dziennikarze, zmuszeni byli do występowania zdalnie, co wpływało negatywnie na jakość techniczną, a więc i zrozumiałość przekazu. Niejako uprawnione stało się łączenie zdalne z gośćmi przy użyciu programów takich jak Skype, Zoom czy profesjonalny VMIX do realizacji telewizyjnej. Nie powodowało to jednak zatarcia struktury ramówki. Zmieniło natomiast na stałe *modus operandi* mediów: już po zniesieniu obostrzeń epidemicznych do dziś wciąż są realizowane zdalne łączenia z gośćmi⁸. Łączenie internetowe na antenach mediów elektronicznych *de facto* się uprawomocniło.

Od 2005 roku odnotowano dwie sytuacje, w których ramówka stacji zatarła się w sensie formalnym na więcej niż tydzień:

- Smoleńsk (od katastrofy do dnia pogrzebu pary prezydenckiej na Wawelu: 10–18 kwietnia 2010 roku);
- wojna w Ukrainie.

⁷ W proponowanym czytelnikowi opracowaniu abstrahuje się od kształtowania ramówki i jej przemian w perspektywie diachronicznej; autora interesuje wyłącznie jej kształt w okresie objętym badaniami.

⁸ Przed pandemią producenci telewizyjni unikali tego ze względu na jakość; jedynie w wyjątkowych, nagłych wypadkach (drastyczne wydarzenia, wiadomość o śmierci osoby publicznej itp.) dopuszczano połączenie telefoniczne z gośćmi.

Ta ostatnia spowodowała niemal całkowite zniekształcenie struktury ramówki, która zaczęła wracać do swojego poprzedniego kształtu stopniowo w ciągu co najmniej dwóch tygodni. Pewne zmiany były widoczne jeszcze w okresie późniejszym (miesiąc i dłużej).

Ramówka TVN24 przed wybuchem wojny

Punktem wyjścia analizy jest kształt ramówki tygodniowej i weekendowej TVN24 w lutym 2022 roku.

Ramówka tygodniowa:

5.55–10.00: „Wstajesz i wiesz” (poranek o strukturze mozaikowej);
10.00–15.00: „Dzień na żywo” (pasma serwisów informacyjnych na żywo);
15.00–16.00: „15 na żywo” (magazyn wiadomości Anny Jędrzejowskiej; relacje reporterów na żywo);
16.00–18.00: „Fakty po Południu” (magazyn wiadomości z elementami wywiadu dziennikarskiego na żywo i publicystyki);
18.00–19.00: „Tak jest” (magazyn publicystyczny Andrzeja Morozowskiego);
19.30–20.00: „Fakty po Faktach” (magazyn publicystyczny dziennikarzy redakcji „Faktów”; w piątki wydłużony do godz. 20.20);
20.00–20.20: „Kropka nad i” (magazyn publicystyczny Moniki Olejnik; emisja poniedziałek–czwartek);
20.30–21.00: „Czarno na białym” (magazyn reporterski Patrycji Redo-Łabędziewskiej);
21.00–22.00: „Polska i Świat” (wieczorny magazyn wiadomości o charakterze problemowym);
22.00–23.00: „Szkło Kontaktowe” (magazyn określany przez autorów jako publicystyczno-satyryczny);
23.00–23.45: „Dzień po dniu” (wieczorny, podsumowujący magazyn wiadomości).
0.00–5.55: powtórki wybranych programów.

Ramówka weekendowa – sobota:

5.55–11.00: „Wstajesz i weekend”;
11.00–12.00: serwis informacyjny;
12.00–12.10: serwis informacyjny;
12.10–13.00: „Drugie Śniadanie Mistrzów” (magazyn publicystyczny Marcina Mellera);
13.00–15.30: serwis informacyjny;
15.30–16.00: „Ranking Mazura” (magazyn publicystyczno-felietonowy Macieja Mazura);
16.00–18.00: „Fakty po Południu”;
18.00–19.00: „Rozmowy o końcu świata” (magazyn reporterski Magdy Łucyan, z dyskusją);
19.00–19.20: serwis informacyjny;
19.20–19.50: „Fakty po Południu”;
20.00–21.00: „Superwizjer” (magazyn reporterów śledczych – z dyskusją);
21.00–22.00: „Czarno na białym” (powtórki wybranych reportaży z tygodnia); serwis informacyjny (opcjonalnie);
22.00–23.00: „Szkło Kontaktowe”;
23.00–23.45: „Dzień po dniu”;
00.00–5.55: powtórki wybranych programów publicystycznych.

Niedziela:

5.55–10.40: „Wstajesz i weekend”;

10.45–11.50: „Kawa na ławę” (przeгляд wydarzeń tygodnia Konrada Piaseckiego – z udziałem polityków);

11.50–12.45: „Loża prasowa” (przeгляд wydarzeń tygodnia Małgorzaty Łaszcz – z udziałem publicystów);

12.45–14.00⁹: „Ewa Ewart poleca” (wybrany film dokumentalny);

14.00–16.00: serwis informacyjny;

16.00–18.00: „Fakty po Południu”;

18.00–18.30: serwis informacyjny;

18.30–19.00: „Ranking Mazura”;

19.00–19.20: serwis informacyjny;

19.20–19.50: „Fakty po Faktach”;

20.00–21.05: „Kawa na ławę” (powtórka);

21.05–22.00: „Loża prasowa” (powtórka);

22.00–23.00: „Szkło Kontaktowe”;

23.00–23.45: „Dzień po dniu”;

0.00–5.55: pasmo powtórek.

W ramówce znajdują się pozycje mniej lub bardziej „ruchome”, to znaczy podatne na odwołanie emisji. Częściej są odwoływane powtórki programów, magazyny reporterskie lub film dokumentalny, dając miejsca relacji z pilnych wydarzeń lub propozycjom specjalnym (na przykład debaty „Zawód: dziennikarz”). Podobnie „ruchome” jest „Szkło Kontaktowe” – humor i luz nie w każdej sytuacji są stosowne.

Zmiany w ramówce TVN24 spowodowane wybuchem wojny

O zmianach należy mówić już na trzy dni przed wybuchem wojny, to jest od 21 lutego 2022 roku.

21 lutego 2022

Na żółtym pasku (kolor informacji pilnej w tej stacji) podano informację o spodziewanej decyzji prezydenta Federacji Rosyjskiej Władimira Putina w sprawie powołania tak zwanej Ługańskiej Republiki Ludowej i Donieckiej Republiki Ludowej¹⁰. Ramówka miała jednak jeszcze normalny kształt, programy (w tym wieczorne publicystyczne) zachowały właściwą czołówkę, identyfikację graficzną, długość i układ zawartości. Widzowie jednak dostawali wyraźne sygnały, że dzieje się coś wyjątkowego.

W programie „Fakty po Faktach” gościł tego dnia Szymon Hołownia, ale po tej rozmowie pojawiła się relacja Wojciecha Bojanowskiego na żywo ze Lwowa (rzadko spotykany w tym programie element), a potem goszczono analityków polityki krajów wschodnich: Annę Marię Dyer (PISM) i płk. dr. Piotra Łukasiewicza (byłego ambasadora w Afganistanie, Polityka Insight). W „Kropce nad i” gościli: gen. Waldemar Skrzypczak (były dowódca wojsk lądowych) i gen. Marek Dukaczewski (były szef WSI). Rozmowa dotyczyła spodziewanej de-

⁹ Czas emisji zależny od długości filmu dokumentalnego (zazwyczaj nie więcej niż 60 minut).

¹⁰ Marionetkowe republiki utworzone na wschodzie Ukrainy na terytoriach opanowanych przez Rosję w wojnie hybrydowej.

cyzji Putina i wyjawionych przez wywiad USA planów inwazji (w tym informacji od senatora Christophera Coonsa). Nie były to wydania specjalne, jednak informacje na żółtym pasku i zbliżona tematyka stanowiły czytelny sygnał alarmowy.

Redakcja „Czarno na białym” tego dnia zaproponowała reportaż Marcina Gutowskiego *Bielmo – strefa ciszy* (trwający 66 minut – niemal dwukrotnie dłużej niż zwykle). Po nim nastąpiło już wydanie specjalne serwisu informacyjnego (zamiast „Polska i Świat”), w którym Agata Wolna podała informację o uznaniu przez Władimira Putina Donieckiej Republiki Ludowej i Ługańskiej Republiki Ludowej. Zaraz potem nadano rozmowę Piotra Kraški z amerykańskimi senatorami goszczącymi w Polsce: Jeanne Shaheen, Richardem Durbinem i Ch. Coonsem. Zarejestrowana została wcześniej w studiu „Faktów po Faktach”, trwała około 20 minut i dotyczyła sytuacji wokół Ukrainy. Pozostałe elementy ramówki pozostały bez zmian. Świąteczna stacja TVN24 BIS przeszła w tryb wydania specjalnego.

22 lutego 2022

Struktura programu TVN24 jest jeszcze czytelna, programy dały się z niej wyróżnić. „Wstajesz i wiesz” i „Dzień po dniu” mają charakter wydania specjalnego. Relacjonowano reakcje świata na działania Putina, nadano transmisję z Izby Gmin Wielkiej Brytanii, która nakładała pierwsze sankcje na Rosję, korespondencję specjalną z Brukseli itp. Emitowano wywiady z ważnymi zagranicznymi politykami, na przykład rozmowę Piotra Kraški z Julianne Smith, ambasador USA przy NATO, czy polskimi politykami, na przykład szefem MSZ Zbigniewem Rauem. Korespondenci nadawali relacje z Brukseli, Waszyngtonu, Moskwy, Ukrainy. Przekaz uzupełniły pierwsze przemówienia prezydenta Ukrainy Wołodymyra Zełenskigo oraz transmisja konferencji Jarosława Kaczyńskiego (prezesa PiS) i Mariusza Błaszczaka (ministra obrony narodowej) o przyjęciu projektu ustawy o obronie Ojczyzny.

„Dzień na żywo” nie był przedzielony reklamami¹¹; pojawiły się one dopiero między godz. 14.56 a 15.00.

Program „15 na żywo” zachował swoją normalną strukturę, ale nadano go w formule wydania specjalnego: wszystkie relacje reporterów i korespondentów dotyczyły sytuacji wokół Ukrainy i reakcji świata na decyzję Putina.

„Fakty po Południu” ukazały się jako wydanie specjalne, nieprzedzielone reklamami. Jest to odstępstwo od struktury, która w normalnych okolicznościach składa się z czterech części przedzielonych reklamami. W takiej formule ukazał się również program „Tak jest”, który został wydłużony do godz. 19.30.

Publicystyczne magazyny „Fakty po Faktach” oraz „Kropka nad i” zrealizowano w formie wydania specjalnego, a na pasku zamiast stałej identyfikacji graficznej z prawej strony pojawiła się grafika z napisem „Agresja Rosji”. „Kropka nad i” była tego dnia trzykrotnie dłuższa niż zwykle (a więc około 60 minut) i w jej ramach nadano transmisję wypowiedzi prezydenta USA Joeego Bidena.

Program „Polska i Świat” wyemitowano jako wydanie specjalne, ale o standardowej długości i ze stałą identyfikacją. Zaobserwowano za to zwiększoną obecność elementów publicystyki: wywiadu dziennikarskiego, dyskusji (miast tradycyjnych dla magazynów wiadomości materiałów newsowych), a więc przekazów retorycznych o charakterze argumentacyjnym¹². Tego dnia zwraca uwagę obecność „Szklą Kontaktowego” – było to

¹¹ Zazwyczaj pasmo to składa się z bloków około dwudziestotryminutowej długości, oddzielonych blokami reklamowymi lub drobnymi formami informacyjnymi, jak prognoza pogody (zawsze przez pełną godzinę oraz w pół do kolejnej) o łącznej długości około 7 minut.

¹² W programie tym w wypadku pilnych wydarzeń zawsze zastępowano treści reporterskie (informacyjne) rozmowami o charakterze publicystycznym (komentatorskim) lub eksperckim.

jeszcze regularne wydanie, ale już nieco skrócone przez konferencję sekretarza stanu USA Antony'ego Blinkena i ministra obrony Ukrainy Ołeksija Reznikowa.

„Dzień po dniu” – ważny podsumowujący magazyn wiadomości – wyemitowano w formule wydania specjalnego i wydłużono do 0.30¹³. Było ono nie tylko monotematyczne, zmieniła się także jego struktura: oprócz newsów i powtórek najważniejszych fragmentów programów publicystycznych pojawiały się transmisje wydarzeń na żywo (głównie z USA), rozmowy publicystyczne z gośćmi, komentarze.

23 lutego 2022

Programy pasma porannego, południowego i popołudniowego pozostają bez zmian, nie ma wydań specjalnych, choć w większości są poświęcone tematyce rosyjsko-ukraińskiej. Wieczorne pasmo publicystyczne – poza tym, że również dotyczyło tej tematyki – wykazywało już pewne zmiany. Oto charakterystyka wydań programów:

„Fakty po Faktach” – wydanie normalne, o regularnej długości, choć zawiera korespondencję Andrzeja Zauchy z Moskwy i Marcina Wrony z Waszyngtonu (zamykające wydanie z udziałem Radka Sikorskiego).

„Kropka nad i” – wydanie regularne; goście: Paweł Kowal i Piotr Wawrzyk. Tematyka ukraińska, ale nie ma nadzwyczajnych elementów poza żółtym paskiem.

„Fakty o Świecie” – emisja o godz. 20.20. Jest to magazyn informacyjno-publicystyczny produkowany i nadawany przez TVN24 BiS, prowadzi go Michał Sznajder. Jest to wydanie specjalne, którego główną część wypełnia transmisja konferencji prasowej Neda Price'a, rzecznika Departamentu Stanu USA. Chodziło o potwierdzenie rosyjskiej inwazji, informacje o eskalacji i działania podejmowane w sprawie „zawieszenia Nord Stream 2”.

Program „Polska i Świat” o 21.10 jest nadawany w formule wydania specjalnego i wydłużony do godz. 22.07. „Szkło Kontaktowe” pojawia się opóźnione o 7 minut. Po nim następuje wydanie specjalne magazynu „Dzień po dniu”.

24 lutego 2022

Regularna ramówka TVN24 podlega daleko idącemu zatarciu. Od rana trwa tu program specjalny „Atak Rosji”. Pasma „Wstajesz i wiesz” oraz „Dzień na żywo” istnieją w sensie formalnym: sygnalizuje to wystrój studia i zawarte w nim elementy identyfikacji graficznej (charakterystyczne studio „Wstajesz i wiesz”, tak zwany *open space*). Pozostają także właściciwi prowadzący. Programy nie są przerywane reklamami. Oba pasma zawierają głównie relacje reporterów i korespondentów (nie tylko z redakcji TVN24) z różnych stron świata (Ukraina, Rosja, Bruksela, USA, inne) i z różnych miejsc – od instytucji politycznych po dworce czy drogi. Telewizja transmituje liczne konferencje prasowe, briefingi, oświadczenia polityków, a także obrady Sejmu RP. Przejście między pasmami jest płynne.

W obu przekazach pojawia się nowy element: jest to bieżące objaśnienie sytuacji w Ukrainie przy telebimie z mapą – zajmują się tym głównie reporterzy life'owi sprowadzani z redakcji terenowej do redakcji centralnych. Przy mapie pracują także dziennikarze z redakcji TVN24 BiS. Informacje dotyczą przebiegu działań wojennych, ale i gospodarki, rynku surowców energetycznych i innych, wartości walut itp. Dokładna analiza ich zawartości wymagałaby szczegółowych obszernych badań.

Program „15 na żywo” nie ma swojej identyfikacji. Sugeruje go jedynie zmieniająca się prowadząca (Agata Wolna) i wystrój studia przypominający stałą scenografię tego programu: przede wszystkim sposób prowadzenia na stojąco przy małym, wysokim stoliku.

¹³ Program ten, jeśli pojawiały się pilne wydarzenia, także wcześniej się wydłużał i w przekazie przeważał w nim wywiad dziennikarski.

Identyfikacja graficzna programu znika – zamiast niej na telebimach wyświetlone są barwy narodowe Ukrainy. Program nie ma czołówki. Obok relacji reporterskich pojawia się wywiad telewizyjny na żywo, zazwyczaj w tym magazynie nieobecny.

„Fakty po Południu” zachowują swoją identyfikację graficzną i muzyczną (jest to znany z „Faktów” motyw charakterystycznej muzyki elektronicznej, tu zawsze używany w wersji bez bitu i dżingiel z sygnałem). Studio pozostaje niezmienione. Program wyróżnia się ze struktury, choć jest to wydanie specjalne. Trwa ono równie dwie godziny, nie jest przedzielone reklamami, które od tego dnia przestają być nadawane w TVN24.

Magazyn „Tak jest” nie zachował czołówki, choć identyfikacja graficzna studia została zachowana. Sygnał muzyczny programu jest dynamiczny i szybki (w stylu drum’n’bass), a sama czołówka cechuje się młodzieżowym stylem (tworzenie grafitti), być może więc postanowiono z niej zrezygnować, zachowując zasadę stosowności. Tło split screenu nie zawiera identyfikacji – tworzą je barwy narodowe Ukrainy. Tu także występują opisy sytuacyjne przy mapie. *Split screen*, używany na co dzień w telewizji, by widzowie mogli symultanicznie obserwować obraz z kilku miejsc, tu znajduje swoje szczególne zastosowanie, gdy trzeba widzom pokazywać na bieżąco to, co dzieje się między innymi na objętym rosyjskim atakiem obszarze.

„Fakty” – główne wydanie magazynu wiadomości stacji TVN jest transmitowane także na antenie TVN24. „Fakty” nie są elementem ramówki tej telewizji – pojawiają się niezwykle rzadko i tylko w ekstraordynaryjnych sytuacjach (katastrofa smoleńska, lex TVN). Program jest nadawany w formule wydania specjalnego i jest wydłużony do 19.45. Po nim następują konferencje kolejno prezydenta USA Joeego Bidena i prezydenta RP Andrzeja Dudy (ta druga trwa do godz. 20.11).

„Kropka nad i” – pojawia się na antenie opóźniona i bez czołówki. Studio zachowało identyfikację graficzną programu. Wydanie jest wydłużone do 50 minut, uzupełnione opisem sytuacji przy mapie i przerywane konferencjami polityków.

„Polska i Świat” – jest emitowana z płynnego przejścia i bez czołówki. Program nie ma identyfikacji graficznej, a wyróżniony jest dzięki charakterystycznemu wystrojowi studia i osobie prowadzącej (Marta Kuligowska siedząca za dużym, szklanym stołem na tle bardzo długiego, panoramicznego, sferycznie zakrzywionego telebimu). Znaczną część programu wypełnia rozmowa Piotra Kraśki z Anne Applebaum (występującą zdalnie), zarejestrowana w studiu „Faktów po Faktach”.

„Szkła Kontaktowego” nie ma. Od razu po programie „Polska i Świat” następuje program specjalny, nadawany ze studia programu „Dzień po dniu”, redagowany przez dziennikarzy TVN24 i TVN24 BiS (głównie prowadzących magazyny wiadomości). Jest bardzo długi – kończy się o 0.46. W nocy stacja emituje powtórki najważniejszych programów z całego dnia.

25 lutego 2022

„Wstajesz i wiesz” i „Dzień na żywo” dają się wyróżnić ze struktury dzięki stałym prowadzącym i wystrojowi studia, ale wszystkie bez wyjątku są nadawane jako wydania specjalne. Stacja wciąż nie nadaje reklam (zaczęto je emitować 3 marca po południu).

„15 na żywo” znika z anteny, program przestaje być wyróżnialny ze struktury, a przekaz jest nadawany ze studia „Dnia na żywo”.

„Fakty po Południu” – są wyróżnialne ze struktury podobnie jak poprzednio: jest to wydanie specjalne, trwające dwie godziny.

„Tak jest” – jest też wyróżnialne jak poprzednio, w formule specjalnego wydania bez czołówki; identyfikacja graficzna studia pozostaje bez zmian. Po nim następuje płynne przejście do konferencji prasowych i kolejnej pozycji.

Serwis informacyjny – pojawia się na antenie o 19.30 i prowadzi go Marta Kuligowska. W programie nadano wypowiedź ministra spraw zagranicznych Zbigniewa Raua, relacje z Ukrainy oraz z demonstracji antyrosyjskiej i proukraińskiej w Warszawie.

„Fakty po Faktach” – są opóźnione, startują o 19.42. Trwają 28,5 minuty i zachowują w całości identyfikację audiowizualną.

„Kropka nad i” – jest nadawana z opóźnieniem. Z zachowaną identyfikacją graficzną, ale bez sygnału programu (następuje płynne przejście z transmisji demonstracji). Program trwa 62 minuty, poszczególne wywiady są przedzielone opisem przy mapie lub/i relacjami reporterów i korespondentów. Tu też transmitowana jest konferencja Neda Price’a¹⁴.

„Polska i Świat” jest emitowana w podobnym kształcie jak dnia poprzedniego. Zaraz po niej następuje program specjalny, przedłużony do mniej więcej godz. 1.00.

26 lutego 2022 (sobota)

„Wstajesz i weekend” wyróżnia się ze struktury, ale nadawane jest jedynie do godz. 10.00 (nie zaś do 11.00, jak to się dzieje zawsze w ramówce weekendowej). „Dzień na żywo” startuje w swojej tradycyjnej identyfikacji już od godz. 10.00.

„Drugie Śniadanie Mistrzów” jest zapowiedziane przez prowadzącego Krzysztofa Gurlickiego jako wydanie specjalne i nadane od razu po tej zapowiedzi, bez czołówki (w charakterystycznym, częściowo animowanym stylu i z głośną, choć pogodną muzyką rockową). O identyfikacji graficznej trudno cokolwiek powiedzieć, ponieważ program od czasu epidemii COVID-19 przez bardzo długi czas realizowany był całkowicie zdalnie. W tle split screenu zamiast grafiki programu są barwy narodowe Ukrainy.

Serwisy informacyjne oraz „Fakty po Południu” są nadawane w taki sam sposób jak w dniach poprzednich. Stacja rezygnuje natomiast z nadawania felietonowego magazynu „Ranking Mazura”.

O godz. 18.00 jest nadawany magazyn publicystyczny Jacka Stawiskiego „Horyzont” – przed inwazją emitowany tylko w TVN24 BiS, ponieważ dotyczy spraw międzynarodowych. Emitowane tego dnia wydanie dotyczy wojny w Ukrainie i jej wpływu na sytuację międzynarodową.

„Fakty” są nadawane jednocześnie w TVN oraz TVN24 w formule wydania specjalnego, wydłużonego do 35 minut. Następujące po nim „Fakty po Faktach” są nieco krótsze, bo trwają 26 minut i kończą się równo o godz. 20.00.

„Kropka nad i”, nadawana wyłącznie od poniedziałku do czwartku, pojawia się wyjątkowo w sobotę. Jest to sytuacja nienotowana od 2006 roku, a więc początku emisji tego programu w TVN24. Omawiane wydanie jest nadawane bez czołówki i trwa 59 minut.

Pozostałe pozycje pozostają bez zmian od 24 lutego.

27 lutego 2022 (niedziela)

„Kawa na ławę” zachowuje identyfikację graficzną i stałe cechy gatunkowe – nie zmieniają się studio, formuła i zasady programu. Czołówka jest emitowana, ale tyłówki nie ma; zamiast niej następuje płynne przejście do relacji przy mapie – żegnający się Konrad Piasecki zapowiada tę relację, prowadzoną przez Artura Molędę. Długość „Kawy na ławę” pozostaje standardowa.

„Łoża prasowa” Małgorzaty Łaszcz też nie ma czołówki, a sama prowadząca zapowiada go jako program specjalny. Następują łączenia z polskimi i ukraińskimi dziennikarzami, więc struktura jest bardziej dynamiczna niż zwykle; są też konferencje polityków, które tę

¹⁴ Liczne konferencje prasowe transmitowano w owym czasie bardzo często, co dodatkowo przyczyniało się do dekompozycji struktury programu.

strukturę zaburzają. Długość pozostaje standardowa – tym samym publicyści mają mało czasu na swoje wypowiedzi. Identyfikacja programu nie jest do końca zachowana: tło na teledziennym nie składa się z wycinków prasowych, lecz z grafiki batalistycznej: flagi, transparenty i czołgi. Program identyfikuje prowadząca, jej goście (zgodnie z elementem formuły programu są to publicyści¹⁵) i stolik zastawiony gazetami.

Serwisy informacyjne oraz „Fakty po Południu” są emitowane bez zmian w stosunku do wersji nadawanych po wybuchu wojny.

O godz. 18.00 pojawia się magazyn „Tak jest” – wyjątkowo, ponieważ program od początku istnienia nadawany jest tylko od poniedziałku do piątku.

O godz. 19.00 następuje transmisja „Faktów” równoległe z transmisją w TVN.

O godz. 19.30 są emitowane „Fakty po Faktach” w wydaniu specjalnym, ale z regularną oprawą graficzną i audiowizualną, o regularnej formule.

O godz. 20.00 stacja proponuje widzom „Program specjalny Anity Werner”, realizowany w formule specjalnej debaty. Jest on poprzedzony krótkim, specjalnym serwisem informacyjnym i opatrzony czołówką specjalną „Atak Rosji”. Ów serwis trwa 10 minut. Debata także została zapowiedziana jako program specjalny „Atak Rosji”. (z czasem ta nazwa i ten dźwięk zostaną zamienione na inne: „Ukraina walczy”). Rzeczona debata jest w istocie swoistym „wydłużeniem” „Faktów po Faktach”, realizowanym w tym samym studiu i podobnej formule. Trwa ona do 21.50 i nie ma czołówki ani tyłówki. Po niej zaś następuje program specjalny jak w poprzednich dniach.

28 lutego 2022 (poniedziałek – początek ramówki tygodniowej)

Program ramowy nie przynosi zmian w stosunku do początku wojny – niemniej jednak zamiast pomijanych dotąd czołówek i tyłówek programu pojawia się specjalna czołówka z napisem „Atak Rosji”, uzupełniona charakterystycznym marszowym, dramatycznym motywem muzycznym. Program „Tak jest” trwa półtorej godziny, po nim zaś następują „Fakty” (z anteny TVN), „Fakty po Faktach” oraz „Kropka nad i”, która jest realizowana w swojej tradycyjnej długości (23 minut) i opatrzona specjalną czołówką. Po niej następują konferencje rzeczników Departamentu Stanu USA i Pentagonu.

„Polska i Świat” nadawana jest w formule wydania specjalnego o godz. 21.00 i trwa godzinę. „Szkła Kontaktowego” stacja nadal nie nadaje – zamiast niego nadawany jest program specjalny, trwający do mniej więcej godz. 1.00.

1 marca–14 kwietnia 2022 (okres stabilizacji)

Charakteryzowany dalej okres cechował się powolnym stabilizowaniem sytuacji i przywracaniem ramówce jej stałego, dotychczasowego kształtu. Pewne elementy dodatkowe, które pojawiły się na początku wojny, pozostały jeszcze długo po owym okresie (można do nich zaliczyć choćby analizy wojenne przy mapie, dokonywane przez Konrada Piaseckiego i gen. Waldemara Skrzypczaka). Okres ten scharakteryzują zbiorczo.

W dniach 1–3 marca ramówka TVN24 ma ten sam kształt. Stacja wciąż jeszcze nie nadaje „Szkła Kontaktowego”, wszystkie programy dotyczą jedynie tematyki wojennej, są nadawane „Fakty” równoległe z emisją w TVN, wymienione wcześniej czołówki są nadal eliminowane lub zastąpione czołówką specjalną. Od 3 marca stacja wraca do emisji reklam.

¹⁵ Formuła jest w tym opracowaniu rozumiana jako część metakomunikatu programu (jeden z jego elementów formalnych), określanego w wyniku jego analizy ramowej. Por. K. Grzegorzewski 2014, s. 132–133.

Specjalną ofertę programową nadawca proponuje w sobotę 5 marca 2022 roku o godz. 20.00 – jest to specjalna debata na żywo prowadzona przez Marcina Zaborskiego, z udziałem sześciorga Ukraińców – głównie dziennikarzy i naukowców różnych dziedzin. Trwa 110 minut, po niej zaś następuje program specjalny.

W niedzielę 6 marca 2022 roku „Kawa na ławę” i „Loża prasowa” są nadawane jako wydania specjalne podobnie jak tydzień wcześniej; są już jednak poprzedzone specjalną czołówką z napisem „Ukraina walczy”. Pozostałe elementy niedzielnego programu specjalnego także pozostają bez zmian w stosunku do poprzedniej niedzieli. Po godz. 20.00 pojawia się specjalna debata z udziałem polskich dziennikarzy – korespondentów wojennych, prowadzona przez Konrada Piaseckiego w studiu „Faktów po Faktach” i trwająca 95 minut. Media zaczynają koncentrować się już na własnym miejscu i roli w tym konflikcie – obserwujemy w nich coraz więcej treści autotelicznych.

W kolejnym tygodniu od 7 marca wydania programów są jeszcze poświęcone przede wszystkim wojnie w Ukrainie – taki ich charakter obserwowałem jeszcze w poniedziałek. Jednak pojawiają się już elementy wskazujące na nieco inne relacjonowanie wydarzeń – są newsy o charakterze lżejszym, niekiedy nawet infotainmentowym. Obok doniesień dramatycznych mówi się nieco więcej na temat polityki polskiej i europejskiej, proponuje się relacje z działań Polaków przyjmujących Ukraińców, pokazując przejawy zwyczajnej ludzkiej empatii. Dowodem infotainmentu jest news o solidarności światowych gwiazd z Ukraińcami (z moim komentatorskim udziałem) z programu „Polska i Świat” z 10 marca 2022 roku. W tym tygodniu coraz rzadziej już widać napis „wydanie specjalne” – programy wracają do swojej stałej formuły. Program reporterski „Czarno na białym” wraca 11 marca. Jego treść dotyczy Ukrainy (*Obrazy wojny*), ale ma on swoją stałą formę i miejsce w ramówce telewizyjnej.

Sobota 12 marca przynosi kolejne istotne zmiany dla ramówki:

– wraca program „Superwizjer” (choć dotyczy on Ukrainy – autorzy magazynu prezentują reportaż *Ucieczka z Irpienia*; jest to początek cyklu reportaży wojennych Michała Przedlackiego);

– wraca „Szkło Kontaktowe” – od tej pory będzie znów nadawane codziennie, po siedemnastu dniach przerwy. Omawiane wydanie posiada stałą czołówkę z pogodną, rockową muzyką zespołu Karimski Club, a wydarzenia komentują Tomasz Sianecki i Wojciech Ziemiński. W kolejnym tygodniu muzykę w czołówce zastąpił fragment piosenki *Slava Ukrainie* (niezidentyfikowanego autorstwa).

W niedzielę 13 marca stacja nadaje przeglądy wydarzeń tygodnia: „Kawę na ławę” i „Lożę prasową” z tradycyjnymi czołówkami. Zmienia się tematyka tych programów – choć wciąż dotyczy wojny rosyjsko-ukraińskiej, to kontekst jest znacznie szerszy (polityczny, gospodarczy). Programy nie są emitowane jako wydania specjalne.

Znacznie później wraca na antenę inny program o charakterze felietonowym: „Ranking Mazura” – kolejny jego odcinek widzowie mogli obejrzeć po ponad miesięcznej przerwie, 2 kwietnia 2022 roku. Ostatnią zaobserwowaną zmianą, przywracającą kształt poprzedniej ramówki, stanowi wznowienie 14 kwietnia magazynu publicystycznego Magdy Lucyan „Rozmowy o końcu świata”, poświęconego problemom ekologii.

* * *

Proces zmian w ramówce TVN24 spowodowanych wojną w Ukrainie – od jej całkowitego niemal zatarcia po stopniowe przywracania ponownego kształtu – trwał łącznie

52 dni¹⁶. Z perspektywy struktury ramówka po 13 marca wróciła w zasadzie do normy (to jest po siedemnastu dniach), choć brakowało w niej jeszcze pojedynczych pozycji (week-endowych). Konwencję Platformy Obywatelskiej nadano już 19 marca. Kolejne programy, jakkolwiek poruszano w nich tematykę ukraińską, prezentowały już znacznie szersze spektrum tematyczne. Zmiana tematyki przekazywała się płynnie.

Wnioski

1. Proces dekompozycji ramówki nastąpił gwałtownie, natomiast jej przywracanie do poprzedniego stanu było procesem powolnym, stale wyhamowującym. Po 13 marca – który można uznać za punkt zwrotny w tym procesie – następowały jeszcze pewne przesunięcia, jak na przykład brak zapowiedzi programu „Dzień po dniu” przez prowadzących „Szkło Kontaktowe” (są to zawsze zapowiedzi nieco żartobliwe, z elementami humoru językowego i sytuacyjnego; wróciły po świętach Wielkiej Nocy) i brak przerwy reklamowej między tymi pozycjami. W rezultacie „Szkło” było nieco dłuższe. Takich różnic można dostrzec więcej, są one jednak mało istotne.

2. Jest to najdłuższy w historii stacji okres nadawania programu specjalnego, a powrót na antenę poszczególnych pozycji bądź przywrócenie ich pierwotnej formuły i oprawy następowało stopniowo. Nie istniał żaden istotny punkt graniczny, który umożliwiłby powrót do normalnego nadawania (w opracowaniu zaproponowano czytelnikowi umowną datę 13 marca 2022 roku, można z tym jednak dyskutować). Odnośnie do katastrofy smoleńskiej takim punktem granicznym było zakończenie żałoby narodowej w dniu pogrzebu Marii i Lecha Kaczyńskich 18 kwietnia 2010 roku; od poniedziałku stacja zaczęła nadawać programy w ramach stałej ramówki i formuły oraz w typowej szacie graficznej i kolorystycznej. W chwili powstawania tej analizy wojna w Ukrainie wciąż trwa. Redaktorzy stacji musieli decyzje podejmować sami. Nadawanie reklam przywrócono po siedmiu dniach (podobnie jak w 2010 roku), natomiast programy i ich pierwotny charakter po blisko dwu tygodniach (przy czym „Szkło Kontaktowe” po siedemnastu dniach, „Ranking Mazura” aż po sześciu tygodniach). Rytm przywracania programów zależał nie tylko od frekwencji, lecz także od ich charakteru – „Ranking Mazura” jako program o wymowie felietonowej, satyrycznej, miał bardziej swobodny i rozrywkowy charakter niż „Szkło Kontaktowe”, będące jednak codziennym (choć felietonowym) komentarzem do rzeczywistości.

3. Niektóre elementy programu – jak analizy sytuacji w Ukrainie przy ekranie z mapą – wciąż istnieją na antenie TVN24 w chwili przygotowania tekstu i pozostaną na niej zapewne przez cały czas trwania wojny. Wśród analizujących warto wymienić ukraińskiego dziennikarza Ołeha Biłeckiego oraz gen. Waldemara Skrzypczaka, który analizował kampanię wojenną w rozmowach przy mapie z Konradem Piaseckim.

4. Zmiany ramówki TVN24 po wybuchu wojny w Ukrainie potwierdzają obserwowane od lat „umocowanie” poszczególnych programów w ramówce. W wydaniu specjalnym najczęściej znikają elementy takie jak filmy dokumentalne; zaraz po nich magazyny reporterskie, a następnie publicystyka o lżejszym, felietonowym charakterze. Magazyny wiadomości i pasma serwisów informacyjnych są najbardziej podatne na zmiany zawartości dzięki ich formule i zawartości, ściśle warunkowanej rozgrywanymi się właśnie wydarzeniami (ich miejsce

¹⁶ Wartość obliczona za pomocą kalkulatora Infor. Zob. https://www.infor.pl/kalkulatory/ilosci_dni.html?fbosId=FOB0000000000000702537 (dostęp: 15.10.2022).

w ramówce zresztą nie jest przypadkowe). Natomiast najmocniejszą pozycję mają stałe magazyny wiadomości związane brandowo z głównym programem informacyjnym grupy TVN oraz programy publicystyczne nadawane w *prime time*. Jedyne, co może się tymczasowo zmienić, to czołówka, jeśli jej charakter (swobodny lub nazbyt wyrazisty) może naruszać zasadę stosowności.

5. Zmiany ramówki telewizji TVN24 pokazują, że dla tworzących ją redaktorów zasada stosowności jest istotna. Zapewne to było przyczyną rezygnacji z nadawania felietonowych programów, prezentujących i komentujących wydarzenia z dystansem, humorem, ironią, a niekiedy nawet z satyrycznym zacięciem, jak „Ranking Mazura” czy niezwykle popularne „Szkło Kontaktowe” – nadawane codziennie i mające wierne grono widzów¹⁷. Z tych samych powodów zrezygnowano z dynamicznych, wyrazistych pod względem audiowizualnym czołówek programów „Drugie Śniadanie Mistrzów” i „Tak jest” – poważna i dramatyczna tematyka (podobnie jak sytuacja żałoby) wyklucza emitowanie ostrej i szybkiej muzyki z gatunków takich jak rock i pochodne: techno, drum’n’bass itp. Perswazyjność przekazu pozawerbalnego nie zawsze przystaje do nadzwyczajnych i dramatycznych okoliczności, z czego nadawcy zdają sobie sprawę.

Bibliografia

- Godzic, W. (2001). *Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie”*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Grzegorzewski, K. (2010). Felietonowość „Szkła Kontaktowego”. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica*, 13, 505–516.
- Grzegorzewski, K. (2012). Funkcjonowanie newsów w przekazie telewizyjnym. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica*, 17, 106–112.
- Grzegorzewski, K. (2014). *Homo rhetoricus w telewizyjnym dziennikarstwie politycznym (programy z lat 2005–2007)*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kozieł, A. (2015). O gatunkach i formatach telewizyjnych. W Z. Bauer, W. Godzic (Red.), *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania* (pp. 237–258). Wydawnictwo Poltext.
- Kozieł, A., Szyłko-Kwas, J. (2017). Analiza formalno-gatunkowa tygodniowych ramówek w TVP 1, Polsat i TVN. W I. Hofmann, D. Kępa-Figura (Red.), *Współczesne media. Gatunki w mediach, t. 2. Gatunki w mediach elektronicznych* (pp. 107–120). Wydawnictwo UMCS.
- Sobczak, B. (2006). *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*. Wydawnictwo Uniwersytetu Adama Mickiewicza.
- Sosnowska, J. (2018). Ramówka telewizyjna – zarys zjawiska. *Roczniki Kulturoznawcze*, 1, 27–42.
- Ustawa z dnia 25 marca 2011 roku o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz niektórych innych ustaw. *Dziennik Ustaw 2011 Nr 85, poz. 459*.
- Uszyński, J. (2004). *Telewizyjny pejzaż genologiczny*. Telewizja Polska S.A.

¹⁷ O tym, jak bardzo widzowie są do „Szkła Kontaktowego” przywiązani, pokazują ich reakcje pod postami na profilu tego programu na Facebooku, informującymi o odwołaniu emisji. Komentarze bywają niekiedy agresywne, a nawet wulgarne.

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.19.8>

IWONA GRODŹ

ORCID: 0000-0003-0151-6909

WYŻSZA SZKOŁA UMIEJĘTNOŚCI

SPOŁECZNYCH W POZNANIU



GRYWALIZACJA MARKETINGOWA W PRZESTRZENI MEDIALNEJ WSTĘPNY REKONESANS

Nasze pokolenie odziedziczyło po przodkach więcej możliwości przeobrażania świata, niż oni sami kiedykolwiek mieli. To niewątpliwie powód do optymizmu, pod warunkiem wszakże, że będziemy w stanie dokonywać rozsądnych wyborów.

Brynjolfsson, McAfee, 2015, s. 202

Gamification in the media landscape Initial reconnaissance

Streszczenie

Tematem tekstu jest „grywalizacja” działań marketingowych w sektorze kultury w XXI wieku. Post-pandemiczna rewolucja w tym aspekcie to przede wszystkim zmiana formy komunikowania i pozyskiwania informacji, między innymi na temat segmentacji audytorium kultury w przestrzeni wirtualnej.

Celem rozważań jest wskazanie waloru edukacyjnego synergii różnych nauk: humanistycznych, ekonomicznych i nowych mediów w innowacyjnych podejściach do myślenia marketingowego. „Grywalizacja” jest jednym z przykładów. To też otwarcie się na możliwość dotarcia w swoich działaniach do nowych pokoleń: potencjalnych nadawców, uczestników czy odbiorców nowoczesnej „gry marketingowej”. Metodologia: teoria komunikacji, badania medioznawcze.

Słowa kluczowe: cyberkomunikacja, segmentacja audytorium kultury, grywalizacja, marketing w sektorze kultury

Abstract

The subject of the article is the “gamification” of marketing activities in the cultural sector in the 21st century. The post-pandemic revolution in this aspect consists primarily of a shift in the forms of communicating and obtaining information, e.g. the segmentation of the cultural audience in the virtual space.

The aim of these considerations is to indicate the necessity to take into account the educational value of the synergy of various sciences: humanities, economics and new media in innovative approaches to marketing thinking. “Gamification” is one example. It also represents an opportunity to reach out to new generations in one’s activities: potential senders, participants or recipients of a modern “marketing game”.

Methodology: communication theory, media studies.

Keywords: cybercommunication, segmentation of the cultural audience, gamification, marketing in the cultural sector

Wstęp

Pandemia COVID-19 ujawniła, za sprawą „zwycięstwa” ekranów, że – jak napisał reżyser Lech Majewski – „to nie my oglądamy obrazy, to one oglądają nas. Coraz bardziej zaniepokojone drżą, wiją się w ekspresyjnych konwulsjach, a wreszcie schodzą z ekranu i dogorywają przed naszymi oczyma” (Majewski, 2020, s. 25). W ten sposób, jak każda niezwyczajność, która z czasem powszednieje, tak nasza wyobraźnia coraz łatwiej akceptuje nową postpandemiczną rzeczywistość. Truizm tej konstatacji jest zamierzony, bo ujawnia inne, mniej dostrzegalne niebezpieczeństwo – zgody nawet na to, co kiedyś było nie do pomyślenia. Czy dystans społeczny i izolacjonizm nie powinien budzić niepokoju? Kiedyś zapewne tak by było. Obecnie nie jest to już tak oczywiste, a wręcz może generować inne, niespodziewane możliwości, choćby w przestrzeni gry marketingowej o odbiorców-konsumentów.

W świetle badań z zakresu nauk humanistycznych, społecznych i ekonomicznych cyberkomunikacja oznacza konieczność zdobycia kompetencji cyfrowych, niezbędnych w procesie tworzenia strategii działań zmierzających do porozumienia różnych instytucji z potencjalnymi odbiorcami ich oferty¹. Takie podejście wymaga wiedzy nie tylko na temat wirtualnej rzeczywistości, lecz także możliwych pól działań i komunikacji współczesnego użytkownika. W nowoczesnym marketingu treści kultury i edukacji cyfrowej to temat zasadniczy, gdyż oznacza zmianę myślenia na temat porozumiewania się. Prowadzi ona, na przykład, od wykorzystania w celach marketingowych mediów tradycyjnych do postmediów².

¹ Agnieszka Konior i Łukasz Gaweł (2019, 4 (20), s. VII) pisali: „Instytucje kultury muszą rywalizować z coraz bogatszą i coraz bardziej atrakcyjną ofertą na rynku zarządzania czasem wolnym. Oznacza to, że – poza swoimi konstytutywnymi merytorycznymi zadaniami – muszą być przygotowane do profesjonalizacji działań w obszarze marketingu, stając się w tym zakresie pełnoprawnym graczem rynkowym. Ten dualizm spojrzenia na instytucje kultury nierzadko prowadzi do oporu pracujących w nich zespołów. Opór przed zmianą wydaje się naturalnym zjawiskiem, wielokrotnie opisywanym z perspektywy zarządzania organizacją, ale irracjonalny strach o »zaprzędanie wartości kultury w świecie rynkowej rywalizacji« okazuje się dla wielu instytucji balastem grożącym ich trwaniu i rozwojowi. Dotyczy to zwłaszcza instytucji utrzymywanych ze środków publicznych – otoczenie społeczne jest dla nich w równym stopniu szansą, co zagrożeniem. Jeśli instytucje kultury staną się »niewidoczne«, trudno będzie przekonać społeczeństwo, że przekazywanie im środków publicznych jest działaniem racjonalnym. Innymi słowy, aktywność w obszarze nowoczesnie pojmowanego marketingu nie tylko nie jest zagrożeniem w działalności kulturalnej, ale często to jedyna racjonalna droga zapewniająca instytucjom kultury pewną pozycję w przestrzeni publicznej”.

² Polskie instytucje publiczne w celu sprostania wymogom dostępności musiały zainteresować się trzema obszarami jej rozumienia: architektonicznym, cyfrowym oraz informacyjno-komunikacyjnym

Biorąc pod uwagę te ustalenia, podczas badania znamion współczesnego zwrotu ku cyberinnowacyjności organizacyjnej, programowo-metodycznej i narzędziowej, można za-
stanowić się nad: specyfiką innowacyjności w zakresie cybermarketingu; relacją między
jego teorią a praktyką; kryteriami wartościowania tego zjawiska; wpływami, jakim podle-
ga, między innymi politycznymi, społecznymi, kulturowymi; a wreszcie – nad przebiegiem
cyberkomunikacji w marketingu treści kultury³. Nie na wszystkie pytania można od razu od-
powiedzieć, ale warto zainicjować poświęconą im dyskusję.

Tego typu kwestie sugerują dodatkowo konieczność skupienia się na praktyce. Badacz
marketingu w sektorze kultury nie pyta więc, czym jest „zwrot innowacyjny” (esencjona-
lizm), ale jakie znaczenie ma wybór takiego, a nie innego sposobu docierania do odbiorców
konkretnej oferty kulturalnej (pragmatyzm)? I co mówi o współczesności? Specjalista od mar-
ketingu treści kulturalnych skłania się więc w swoich rozważaniach ku interdyscyplinarności
i otwartości na różne konteksty, w ramach zmian procesów tworzenia i upowszechniania
wiedzy; docierania do nowych grup odbiorców albo trafiania w inny sposób do tych, którzy
także wcześniej nie wyobrażali sobie satysfakcjonującego życia bez kultury. Istotną kwestią
jest także zastanowienie się nad zminimalizowaniem poczucia zbytnej abstrakcyjności do-
świadczania kultury za pośrednictwem internetu.

Innowacyjność w marketingu polega zazwyczaj na stworzeniu i przeprowadzeniu
projektu o charakterze interdyscyplinarnym. „Marketing jest bowiem zjawiskiem żywym,
ewoluującym, podlegającym trendom; ulega on chwilowym modom i łatwym wyjaśnieniom
– dlatego niektórych fascynuje, a w innych budzi niechęć” (Kozielski, 2020, s. 7, 9)⁴.
Cyberprzestrzeń umożliwia wprowadzenie elementu dodatkowego – związanego z wyko-
rzystaniem nowych mediów i gry marketingowej. Taka perspektywa sugeruje konieczność
analizy strategii marketingowych z wykorzystywaniem gry. Mogą one polegać na: dodawa-
niu treści przez ich nawarstwianie, kondensację i doprecyzowywanie; przetwarzanie treści
– polegające na ich przesuwaniu, „wpisywaniu” w różne konteksty; repetycję, prowadzącą
do ich utrwalenia dzięki obrazowości, wtórnemu opracowaniu.

Analizy gier marketingowych sprzyjają nie tylko myśleniu o znakowości świata, lecz
przede wszystkim przywodzą na myśl „podejście archeologiczne”. W tym ujęciu nie jest
ono wyłącznie badaniem przeszłości, ale poszukiwaniem wspólnoty interpretacyjnej, re-
spektującej pewien układ przekonań i wartości uznawanych w kulturze, w której funkcjonuje
(*Przeszłość społeczna*, 2012). Archeologia, w potocznym rozumieniu, oznacza odkrywanie
czegoś ukrytego, zapomnianego. Autor *Archeologii wiedzy* takie jej rozumienie łączy z „ge-
nealogią intelektualną”, a więc ruchem, ewolucją, raczej transformacją niż zmianą (Foucault,
1977, s. 6). W tym ujęciu porządek chronologiczny został zastąpiony regułami: „kumulacji”,
„wykluczenia” i „reaktywacji” (Foucault, 1977, s. 6). Dzięki takiemu podejściu dostrzegalne sta-
ją się: zakazy, eliminacje, granice, waloryzacje czy swobody związane też z dobrami kultury.

(na temat dostępności kultury zob. między innymi Węglarska, Sondej, 2021). Zob. też konkretne projekty,
między innymi „Kultura Dostępna”, „Kultura bez barier” itp.

³ Dominika Kaczorowska-Spychalska (2021, s. 16) przypomniała, że „Technologia w naturalny spo-
sób staje się częścią naszej tożsamości, łącząc to, co analogowe, z tym, co cyfrowe; to, co już zautomaty-
zowane, z tym, co wciąż nie poddaje się algorytmizacji”.

⁴ R. Kozielski (2020, s. 7, 9) przypomniał, że „Możemy mówić o roli marketerów w ich odkrywaniu,
uświadamianiu, może w jakimś stopniu priorytetyzowaniu, ale nie tworzeniu. Potrzeby po prostu w czło-
wieku istnieją i nikt nie jest w stanie, przynajmniej na poziomie obecnego stanu wiedzy, ich wytwarzać.
Podobne niezrozumienie wiąże się z zaspokajaniem potrzeb: każdy z nas zaspokaja je samodzielnie –
marketerzy mogą jedynie proponować, rekomendować i oferować na to sposoby. Zacieranie granic mię-
dzy kreowaniem potrzeb, ich uświadamianiem i zaspokajaniem oraz dostarczaniem środków do realizacji
prowadzi do niezrozumienia istoty i roli marketingu, a w konsekwencji – wzmocnienia postawy przesad-
nego zachwytu bądź niechęci”.

Ich opis ujawnia z kolei sieć powiązań między wiedzą i jej przekazywaniem, a więc umożliwia zrozumienie komunikacji również w cyberprzestrzeni⁵. Wiedza „głęboka”, nieznieształcona przez język, który konstruuje rzeczywistość (określa kategorie myślenia i sposoby percepcji), jest „czystością doświadczenia” (Foucault, 1977, s. 13). Oznacza świadomość konieczności „odcięcia się” od sieci, które dają gotowe syntezy (Foucault, 1977, s. 21)⁶.

„Zwrot gamifikacyjny” w marketingu oraz myślenie innowacyjne uzasadniają stwierdzenie, że wszelkie teorie, projekty, działania, mają to do siebie, że „orbitują” między nauką a sztuką. Uzmysłowanie sobie tej dychotomii prowadzi do wskazania dwóch dominujących postaw, które przeplatają się też w podejściu do praktyk marketingowych o innowacyjnym charakterze. Pierwsza polega na pogłębieniu rozumienia podjętego tematu i zjawisk z nim związanych; wpisuje się ona w pragmatyczny zwrot, w myśl którego w centrum zainteresowania są znaczenie i funkcje innowacji marketingowych. Druga postawa charakteryzuje się tworzeniem schematów i modeli, za pomocą których można badać określone zjawiska o wymiarze innowacyjnym. Ich celem jest obiektywizacja, uniwersalizacja i całościowe spojrzenie na grywalizację w działaniach tego typu w kontekście zmian: programowych (poszerzenie ich o nowe treści, integrowanie, modyfikacja, autorskość); organizacyjnych (zmiany w ramach planowania, trwania, prowadzenia konkretnych projektów i liczebności grup udziałowców); metodycznych (nowe techniki prezentacji treści, jej utrwalania, ewaluacji efektywności marketingu oraz unikatowe formy kontroli osiągnięć).

Między nauką-sztuką a ekonomią

Grywalizacja zakłada uświadomienie sobie wagi interferencji między polami⁷: nauki, sztuki i ekonomii w cyberprzestrzeni⁸. Wskazane obszary cechuje, oczywiście w różnym stopniu, aterytorialność, systemowość, nieograniczony zasięg i anonimowość (ta ostatnia coraz częściej kwestionowana). Pełnią one ponadto ważne funkcje: informacyjną, stymulującą, wzorotwórczą, interpersonalną i rozrywkową. Mimo, że gry zwykle kojarzone są z zabawą, coraz częściej wskazuje się na inne ich właściwości. Badacze piszą o potencjale diagnozowania problemów społecznych czy ekonomicznych za pomocą gier, ich sile

⁵ „Archiwum to prawo tego, co może być powiedziane [...] to też przestrzeń, w ramach której wszystkie rzeczy powiązane nie gromadzą się w nieskończoność w bezkształtnej masie [...], że nie uciekają w przeszłość w ten sam sposób co czas” (Foucault, 1977, s. 24).

⁶ Aleksandra Mochocka (2020) podkreśliła dodatkowo, że głównymi celami gier zaangażowanych są przekazanie odbiorcy pewnej wiedzy, modyfikacja jego nastawienia i rozwój osobisty gracza.

⁷ Pierre Bourdieu (2001, s. 28–29) pisał o „polu” jako „obszarze interakcji społecznej”, z aktorami, ustalonymi pozycjami/rolami, regułami zajmowania i wytwarzania relacji”.

⁸ Rafał Szrajber (2019, s. 90) zauważył, że „Korelacja warstw nowoczesności, a więc odniesienia się do doświadczenia użytkownika powiązanego z wykorzystywanymi technologiami, z podziałem przestrzeni rzeczywistej i wirtualnej stanowi klucz do zrozumienia potrzeb i preferencji kształtowania przestrzeni indywidualnej oraz zachowań w świecie gry uwzględniających modyfikacje środowiska jako manifestację obecności w wirtualnym świecie. Reaktywna przestrzeń wirtualna będąca elementem gier wideo pozwala na automorfizm przestrzenny i przenoszenie upodobań i preferencji do świata wirtualnego, głównie w aspekcie kreowania środowiska przedstawionego w grze i wpływania na nie. Mapowanie tożsamości gracza na przestrzeń dokonuje się w zależności od możliwości udostępnionych w grze. Proces ten jest jednak procesem ciągłym, gdyż udostępnione w grze elementy przestrzeni, możliwości i treści — głównie reaktywne — przenikają do świata rzeczywistego i materializują się w postaci różnych form odnoszących się do wykreowanych wirtualnie istotnych obiektów globalnej popkultury”.

terapeutycznej i zadaniach edukacyjnych. Z tej perspektywy gry są waloryzowane pozytywnie⁹. Wybór aspektu dydaktycznego tak pojętej gamifikacji marketingu nie jest przypadkowy, gdyż elementy gry: pokonywanie kolejnych stadiów wtajemniczenia, nabywanie nowych kompetencji, manipulowanie motywacjami i emocjami, rywalizacja, a nade wszystko oczekiwanie na nagrodę, są obecne w marketingu od jego zarania, nie są też obce polu kultury. Rodzi się więc pytanie, „w jaki sposób gry oraz sama praktyka grania stały się nie tylko aktywnościami powszechnymi, społecznie akceptowalnymi, ale także wytworzyły nowe siły w polu kulturowym oraz przyczyniły się do ustanowienia specyficznego *habitusu* odbiorcy” (Staszenko-Chojnacka, 2021, s. 17)¹⁰.

Dlatego tak istotne w tych rozważaniach są uwagi na temat kapitału kulturowego, dziedzicznego z pokolenia na pokolenie oraz nabywanego na mocy symbolicznej transakcji marketingowej (Bourdieu, 2006, s. 100–101). Każdorazowo jest on zależny od ekonomii, a więc przede wszystkim od statusu społeczno-ekonomicznego badanych osób oraz sposobu dystrybucji treści kulturowych sprzyjających tworzeniu grup uprzywilejowanych oraz tych, którzy przywilejów nie mają. W tym kontekście istotne jest też rozumienie pojęcia kapitału „growego”, który – podobnie jak kulturowy – odnosi się, o czym przypomniła Dominika Staszenko-Chojnacka, do „określonych umiejętności, kompetencji, wykorzystywanego sprzętu oraz innych oznak zainteresowania grami” (Staszenko-Chojnacka, 2021, s. 19). Wkroczenie w pole gry sugeruje, że użytkownik tego kapitału ma umiejętności dodatkowe, które nie są wykorzystywane w ramach pozostałych pól (Bourdieu, 2008, s. 72–73).

Tematem niniejszych rozważań jest „grywalizacja” działań marketingowych treści kultury, której celem jest odpowiedź na potrzeby odbiorców kultury w przestrzeni wirtualnej. To wyzwanie wiąże się z koniecznością przypomnienia analizy percepcji sensualnej jako „archeologii” nie tylko zmysłów, lecz także wiedzy. Nie jest to więc interpretacja konkretnego projektu marketingowego, działalności jednego specjalisty w danej dziedzinie czy innowacyjnych rozwiązań jakiejś instytucji naukowo-kulturalnej, ale ogólna refleksja na temat zjawiska gamifikacji, które dotyczy kultury (por. Staszenko-Chojnacka, 2021), edukacji (por. Trzcionka, 2018, s. 49–69), polityki (por. Brylska, Gackowski, 2016, s. 15–52) oraz w dużej mierze ekonomii (por. Tkaczyk, 2011).

Idea wykorzystania zasad grywalizacji w procesie komunikacji marketingowej, narodziła się już wiele lat temu. W ostatnim czasie grywalizacja umożliwiła bardzo dynamiczne zastosowanie rozwiązań wykorzystujących mechanikę gier przez organizacje medialne w celach marketingowych (Hunicke, LeBlanc, Zubek, 2004). Jej celem było zwiększenie zaangażowania potencjalnych konsumentów dzięki zastosowanym mechanizmom motywującym. Działania dążące do wzrostu potencjału frekwencyjnego uczestników komunikacji medialno-marketingowej współcześnie wciąż prowadzą się do poszukiwania nowych, atrakcyjnych dla obu stron metod wzbudzania fascynacji.

Naprzeciw tym wyzwaniom wychodzi idea gamifikacji, rozumiana – zgodnie z podstawową definicją tego pojęcia z *Wielkiego słownika języka polskiego PAN* jako „zbiór aktywności, których celem jest rozwiązywanie problemów z wykorzystaniem mechanizmów

⁹ W grudniu 2020 r. odbył się festiwal gier zaangażowanych społecznie *Games for Impact*, w czasie którego podjęto następujące tematy: w jaki sposób gry wideo opowiadają o zdrowiu psychicznym, nierówności, konsumeryzmie, ekologii, ideologii, mniejszościach, białoruskiej rewolucji i fake newsach. Dyskutowano o sposobach wykorzystania *This War of Mine* w szkole, a także grach dla graczy głuchych i niedosłyszących. Współorganizatorami wydarzenia były Digital Communication Network and World Learning, Games for Impact, FINA oraz Fundacja Indie Games Polska.

¹⁰ Wspomniane koncepcje zostały zaczerpnięte z rozważań Pierre’a Bourdieu, który wyróżnił kilka rodzajów kapitału: ekonomiczny, społeczny, symboliczny oraz kulturowy (zob. też Matuchniak-Krasuska, 2015, s. 98–99).

znanych z gier poprzez ich przeniesienie do innych dziedzin życia, np. do biznesu, handlu czy edukacji¹¹. W ekonomii metoda ta polega na przystosowaniu do potrzeb konkretnych działań marketingowych reguł i zasad typowych dla różnego rodzaju gier. Dla niniejszych rozważań i ustaleń terminologicznych ważne jest, by pamiętać, że „Zamiennie używa się terminu grywalizacja, który podkreśla rolę rywalizacji pomiędzy uczestnikami. Ma ona jednak charakter motywujący i mobilizujący” (Kłonczyński, 2016, s. 60).

W tym przypadku chodzi o motywację do oferowania coraz bardziej wyszukanych sposobów wzbudzania zainteresowania przedstawianą ofertą (Złotek, 2017). To specyfika medialnej gry marketingowej – rodzaj synergii mechaniki gier, poszanowania zasad demokracji i marketingu¹². W społeczeństwie demokratycznym jedną z funkcji polityki kulturalnej jest budowanie demokracji w kulturze „jako przestrzeni autentycznego uczestnictwa społeczeństwa w różnorodnych procesach, które wiążą się z szeroko pojmowaną kulturą” (Cyboran, 2018, s. 274). Dlatego właśnie chodzi o aktywność długofalową, której celem są działania prowadzące do:

przyrostu wiedzy o otaczającym świecie, o sobie samym; rozwoju umiejętności przydatnych w recepcji kultury; rozwoju umiejętności poznawczych i artystycznych; rozwoju zainteresowań; zmiany postaw wobec materialnych i niematerialnych wartości kultury, wobec innych ludzi; zmiany wzorów kulturowych. (Fatyga i in., 2009, s. 62)

Trzeba wyraźnie powiedzieć, że kooperacja nauki, sztuki i ekonomii wydaje się obecnie kluczowa, a specyfiki współpracy między naukowcami, ekonomistami, artystami i odbiorcami treści kulturalnych należy szukać w ewolucji strategii komunikacyjnych i transformacji tożsamościowych. Mogłaby ona polegać na wymianie zadań między nauką, ekonomią i sztuką. Ciągle wszak aktualne pozostają pytania:

Jak dalece kultura, w której żyjemy, rozwija się w formach ludycznych? Jak dalece duch ludzemu opanowuje człowieka, który tę kulturę przeżywa? Minione stulecie, jak mówiliśmy, utraciło wiele elementów ludycznych, charakterystycznych dla wieków wcześniejszych. Czy brak ów wyrównał się obecnie, czy też stał się jeszcze większy? (Caillois, 1997, s. 77)

„Artyzm marketingu” zmierzałby więc nie tyle do poszukiwania wartości estetycznych, ile do zdobywania wiedzy i rozumowego podchodzenia do podejmowanych tematów. Opierałby się na racjonalizmie, a nie emocjach i intuicjach. Cechowałby się normatywnością, a nie idiosynkratycznością. Opierał raczej na narracji tekstowej, a nie tylko wizualnej czy dźwiękowej. Polegał na wyjaśnianiu, a nie skojarzeniowości. Budował podstawy i wartości na podstawie tradycji i uznawanych standardów, a nie przekornie (i często bez celu) przeciw nim. Źródeł tych wszystkich zmian wprowadzanych przez specjalistów od marketingu należy szukać przede wszystkim w potrzebie przygotowania potencjalnych odbiorców treści kulturowych do szybkich i częstych zmian, które cechują współczesny świat (zob. między innymi Szablowska-Zaremba, 2022).

Dodatковым bodźcem jest twórczy charakter marketingu, który cechuje się refleksyjnością i adaptacyjnością. Ta ostatnia oznacza efektywne wykorzystanie nowych narzędzi cyfrowych przez instytucje kultury jako „elementu strategii przewycięzania i zapobiegania kryzysom, w tym także dostosowania się do warunków funkcjonowania w trakcie pande-

¹¹ Por. między innymi: <https://wsjp.pl/haslo/podglad/106499/gamifikacja> (dostęp: 6.03.2023).

¹² „Konwencja gry ma za zadanie stworzenie odpowiedniego napięcia w trakcie rozgrywki i silnych emocji, które jej towarzyszą. W telewizji zjawisko to głównie uwidacznia się w postaci teleturniejów czy transmisji gier zespołowych. [...] Jane Feuer, próbując uchwycić fenomen nowych produkcji telewizyjnych, sięga do stwierdzenia „nie-telewizji”, zainspirowanego sloganem sławnej amerykańskiej telewizji: *To nie telewizja, to HBO*” (Feuer, 2011, s. 124–125).

mii¹³. Każdorazowo pamiętając, że jakość wymagana przez klienta odnosi się do „zbioru wartości i korzyści postrzeganych przez niego jako ważne i stanowi element dostarczonej nabywcy wartości dodanej. Natomiast zadowolenie kształtuje się przez porównanie oczekiwanej użyteczności produktu z faktycznie uzyskaną”¹⁴.

Celem tego tekstu jest więc zwrócenie uwagi na konieczność pamiętania o zasadach demokracji: wolności, równości i dostępności informacji, walorze edukacyjnym synergii różnych nauk i podejść do działań marketingowych, oraz próba odpowiedzi na pytanie: czy grywalizacja sprzyja budowaniu autentycznych relacji komunikacyjnych oraz zdobywaniu rzetelnej wiedzy na temat potrzeb odbiorców kultury w przestrzeni cyfrowej i czy służy ich tworzeniu? Czy jedynie utwierdza nasze wyobrażenia o tych potrzebach?

Wstępnym założeniem tekstu było, że w wypadku odpowiedzi na pierwsze pytanie dochodzi do poznania potrzeb odbiorców kultury w przestrzeni cyfrowej. Trudno jednak jednoznacznie potwierdzić, że konstruowana na tej podstawie relacja komunikacyjna jest satysfakcjonująca, a więc autentyczna i długoterminowa z punktu widzenia obu stron. Pewne jest jednak, że gry marketingowe są możliwe, gdy ich inicjatorzy mają świadomość segmentacji uczestników kultury¹⁵ oraz wagi interferencji między polami kultury i ekonomii.

Grywalizacja marketingowa a segmentacja audytorium kultury

Ostatnie lata ujawniły konieczność wytyczenia konkretnych programów, strategii, które będą odpowiedzią na segmentację uczestników kultury w systemie nowych mediów, poprzez wskazanie związanych z tym zmian formalnych i komunikacyjnych.

Przypomnę, że segmentacja rynku to strategia polegająca na wydzieleniu różnych typów grup odbiorców w celu docierania do nich za pomocą sprofilowanych reklam i kampanii. Podzielenie klientów na segmenty sprawia, że łatwiej dotrzeć do nich z odpowiednimi

¹³ Zob. między innymi raporty: *Kultura online w czasach pandemii*, <https://centrumcyfrowe.pl/raport-kultura-w-pandemii/>; *Dostępność Cyfrowa, Architektoniczna i Informacyjna w Publicznych Instytucjach Kultury (2021)*, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/21228>; *Kultura w czasie zarazy 2021*, <https://inkubatorokultury.eu/upload/pliki/kultura-w-czasie-zarazy-raport.pdf>; *Jaka będzie przyszłość kultury? Uczestniczenie w wydarzeniach kulturalnych w kontekście pandemii (2020)*, <https://ck.lublin.pl/wp-content/uploads/2020/05/Jaka-bedzie-przyszlosc-kultury-raport-Centrum-Kultury-w-Lublinie.pdf>; *Gotowość do podjęcia aktywności kulturalnej po zniesieniu ograniczeń epidemicznych (2020–2021)*, <https://nck.pl/badania/aktualnosci/kultura-po-epidemii-infografika>; *Wolfbrown audience outlook monitor (2021)*, <https://www.audienceoutlookmonitor.com/post/nov-15-executive-briefing-with-alan-brown> (dostęp: 6.06.2022).

¹⁴ Wskazane podejście do marketingu opiera się na uznaniu, że wartości niematerialne są dla potencjalnych odbiorców równie ważne jak te przeliczalne na liczby. Mowa więc o subiektywnej „wartości korzyści dla klientów” (Dobiegała-Korona, 2015, s. 84). Przypomnę, że do najważniejszych wartości dla klienta należą, oprócz samego produktu czy usługi, ich dostępność w dowolnym czasie, funkcja edukacyjna i pozytywne doznania. Lojalność wynika bezpośrednio z postrzeganej wartości i zapotrzebowaniu na nią konkretnych zainteresowanych. Ważne jest więc dostosowanie w jak największym stopniu produktu i usługi do indywidualnych potrzeb nabywców. W takim podejściu główny nacisk kładzie się na zarządzaniu relacjami z klientem, ale dużą wagę przywiązuje się także do niezawodności, życiowych wartości klienta i utrzymywania z nim kontaktu.

¹⁵ „Segmentacja nie jest jednak pozbawiona wad, na co zwróciła uwagę Anna Giza-Poleszczuk podczas debaty na Kongresie Badaczy Rynku i Opinii. Zgodnie z przedstawionymi przez nią argumentami segmentacja w przypadku badań marketingowych może być postrzegana jako wzmocniająca podziały społeczne” (zob. na ten temat m.in. Pol, Maciejczak-Kwiatkowska, 2019, s. 579–595).

przekazami. Najczęściej wskazuje się cztery powszechnie używane rodzaje segmentów: demograficzny, psychograficzny, geograficzny i behawioralny (Wendell, 1956, s. 3–8). Nie jest to jednak podział wystarczający i nie jest tym samym co personalizacja oferty. Segmentacja to pierwszy krok kampanii marketingowej. Dopiero drugi, czyli poprawnie przeprowadzony podział, umożliwi wysyłanie spersonalizowanych komunikatów. Segmentacja więc to preludeum do bardziej wysublimowanej personalizacji.

W tak pojętej segmentacji ważne są dwie perspektywy określające status nadawcy i projektowanego odbiorcy: instytucjonalna i niezależna. Dlatego pierwszoplanowym celem jest wskazanie tych strategii komunikacji, w których problemy statusu nadawcy treści kultury (w przestrzeni wirtualnej) i formy kontaktu ze odbiorcami (publicznością) są zagadnieniami kluczowymi. Chodzi o poszukiwanie takich schematów komunikacyjnych, w których jakość jest wartością, a efektywność jest cenniejsza od efektywności. Dlatego warto zastanowić się przede wszystkim nad sposobami obecności w polu kultury użytkowników korzystających z serwisów kulturalnych online. Następnie przyjrzeć się metodom poszukiwania przez nich materiałów w internecie. Kolejnym etapem jest określenie problemów, jakie napotykają korzystający z serwisów kulturalnych. Ważne są też cele ich poszukiwań i to, jak wykorzystują pozyskane materiały. Na koniec trzeba też zastanowić się nad uwagami zgłaszanymi przez odbiorców wobec tych serwisów i nad zwiększeniem ich funkcjonalności. Takie pytania muszą sobie zadać wszyscy nadawcy treści kulturalnych i ich współpracownicy. Badacz może przeanalizować efekt ich działań.

Cyberkomunikacja zakłada, że każde dzieło, także gra, jest tekstem kultury otwartym na nowe sensory, nowych użytkowników, a odbiór dowodem istnienia zmiennych mechanizmów jego percepcji. Gry marketingowe, często odrzucając zasady schematycznego, stereotypowego widzenia, sprowadzającego się do ujawnienia zjawisk w ciągu przyczynowo-skutkowym, w ich aktualności, dążą do skoncentrowania się na nieujawnionych aspektach każdego zjawiska. Poza tym wyobrażnia, jako nieodłączny element gier, ma moc przekraczania sprzeczności, antynomii zniewalających umysł. Jednym ze sposobów przełamywania schematyzmów percepcyjnych jest głębsze zastanowienie się nad istotą cybernetycznego oczarowania – immersji (dosł. zanurzenia) wobec „potrzeby silnego bodźcowania”, które cechuje większość „cybernetycznych tubylców” oraz możliwości doświadczenia – *transitions* (dosł. przejścia) (Pigulak, 2019, s. 67–79). Gry marketingowe powinny wykorzystywać jedno i drugie zjawisko¹⁶.

Kluczem do zrozumienia gamifikacji w marketingu jest więc interakcja oraz przejście od pojedynczości, autorskości, izolacjonizmu do zespołowości, współsprawstwa i otwartości (Schreiber, 2021). Chodzi o interakcję, która opiera się na doznaniach zmysłowych, odwołaniu do świata fantazji, uzależnieniu odbiorców od snutej opowieści, inspirowaniu ich kreatywności, odkrywaniu czy stawianiu czoła wyzwaniom; w końcu na udostępnianiu. Każdorazowo w centrum uwagi jest określenie znaczenia i celu owej interferencji. Przede wszystkim jest to walka o uwagę, a więc zwiększenie potencjału frekwencyjnego uczestników. Najczęściej wskazywana typologia graczy wyodrębnia: rekordzistów, odkrywców, społeczników, zabójców (Tkaczyk, 2011, s. 76–78). Pierwsi nastawieni są na sukces w rankingach. Drugich fascynuje sam proces eksploracji gry. Dla „społeczników” gra jest platformą nawiązania kon-

¹⁶ Robin Hunicke, Marc LeBlanc oraz Robert Zubek wymieniają trzy główne, uniwersalne elementy, składające się na strukturę gry. Należą do nich: mechanika, dynamika oraz estetyka. Pierwsza ustanawia reguły, a więc określa zasady interakcji oraz sposoby osiągnięcia zwycięstwa. Druga pozwala opisać nawigację w grze. Estetyka informuje o rodzaju emocji, które twórcy gry chcą wzbudzić. Wszystkie te komponenty kształtowane są też przez odwołanie się do „starych mediów”. Gry wchodzą w rozmaite zależności inter- i transmedialne z mediami nieinteraktywnymi, „między innymi wykorzystują poetyki literatury i komiksu czy też odwołują się do rozwiązań dramaturgicznych i narracyjnych właściwych dla filmu oraz sztuk performatywnych” (Hunicke, LeBlanc, Zubek, 2004).

taktów z innymi graczami¹⁷. W ostatniej grupie są ci, którym zależy przede wszystkim na wywieraniu wpływu na innych. Warto o nich pamiętać, projektując ofertę kulturalną.

Jak widać, nie zawsze proste pytania w rodzaju: czym jest grywalizacja treściami kultury, znajdują proste odpowiedzi. Zwłaszcza gdy myśli się o demokracji i kulturze zarówno w kontekście rozwoju technologii, jak i „archeologii wiedzy” (Foucault, 1977), a więc jako „ostatniej wielkiej sztuczce ewolucyjnej” (Bruner, 2010). Odpowiedź na to pytanie wymaga jednak przypomnienia, że media, same w sobie, nie mają ani emocji, ani pierwotnych instynktów (Harari, 2018, s. 88). Ich rozwój umożliwiają wytyczne zaprojektowane przez ludzi i korzystający z nich użytkownicy. W takim ujęciu kultura jawi się jako projekt badawczy, a sam proces jej „sprzedawania”, udostępniania – jako eksperyment, który może wiele nauczyć.

Droga od doświadczenia do działania jest konkretna, w przeciwieństwie do drogi od wyobrażenia do rozumienia, która ma charakter abstrakcyjny. Nawet jeżeli, jak sugerują niektórzy, gry marketingowe treściami kultury są nieefektywne, to gamifikacja sama w sobie uczy ładu, cierpliwości, konsekwencji, szacunku do precyzji i zdolności do renegocjacji znaczeń. To powoduje, że współcześnie tak ważna jest odpowiedź na pytanie: jak kartezjańskie *cogito ergo sum* najlepiej uobecnić w cyberprzestrzeni? To niewątpliwie wyzwanie dla cyberkomunikacji, cyberkultury i demokracji, w której sam odbiorca tworzy opowieść przez partycypację w wydarzeniach (Pinker, 2018, s. 278–298). Dlatego rozwój mediów powinien stanowić wyraz jego woli i kontroli. Tylko wówczas zmiana będzie oznaczać lepsze.

Zakończenie

Społeczeństwo i technologia to nie tyle dwie odrębne domeny ontologiczne, ile raczej fazy tego samego, konstytutywnego działania. (Latour, 2013, s. 45)

Wiadomo od lat, że metody i mechanizmy stosowane w grach komputerowych da się przenieść do rzeczywistego świata. Takie przeniesienie ma wpływ na zachowanie ludzi, dla których często ważniejsze od czerpania zysków są dobrowolność, intensywność i absorbowanie uwagi. Dlatego każda gra musi być angażująca. Powinna prowadzić do oczyszczenia (*katharsis*) i być niczym „dar” z innego świata. Bruno Latour (2013, s. 45–46) już wiele lat temu podkreślał, że:

Jeśli zaprezentujemy sieć społeczno-technologiczną – definiując trajektorie za pomocą powiązań i substytucji [...], śledząc translacje i wreszcie przełączając się między perspektywami obserwatorów – nie będziemy musieli już szukać żadnych dodatkowych przyczyn. Wyjaśnienie pojawia się z chwilą, gdy opis zostaje dopełniony¹⁸.

¹⁷ Na temat platformizacji odbyło się wiele konferencji, między innymi: „Zarządzanie, suwerenność i powrót ładu dla platform cyfrowych” (ICA Pre-conference Platform Governance: Sovereignty and the Return of Governance for Digital Platforms), 25–26.10.2022, University of Sydney. Dostęp 6 maja 2022 z <https://fass-comms.sydney.edu.au/link/id/zzzz5bd1465914a29042Rzzzz628a31078b71e713/page.html?extra=zzz62297bf35b291152&printTicket=1>.

¹⁸ B. Latour (2013, s. 46) pisał też: „Analiza sieci społeczno-technologicznych uniemożliwia formowanie osądów nie bardziej, niż uniemożliwia rozróżnianie elementów. Wydajność, prawda, korzyści i interesy są po prostu właściwościami sieci, nie zaś twierdzeń. Natomiast dominacja stanowi efekt, nie przyczynę. Chcąc dokonać diagnozy lub ocenić absurdalność, ryzykowność, amoralność lub nierealność innowacji, najpierw należy opisać sieć. Nawet jeśli zdolność formułowania osądów daje nam fałszywe poczucie, że dokonujemy transcendencji, nic nie traci ona na swej wnikliwości”.

Warto o tym pamiętać, szczególnie zajmując się sektorem kultury. Tylko dzięki takiemu podejściu, tworząc projekty kulturalne lub programując ofertę instytucji (zarówno w mediach tradycyjnych, jak i wirtualnych), na serio zastanowimy się, czego potrzebują ci, którzy takiej treści poszukują. Odpowiemy, sami sobie, na pytania: czy konstruujemy przestrzeń do rozmowy i dialogu oraz czy jesteśmy otwarci na informacje zwrotne? Niewątpliwie strategia segmentacji w badaniach uczestnictwa w kulturze, pozwalająca na wyróżnienie typów odbiorców, może przybliżyć nas do tych odpowiedzi. Pozwoli też wychwycić inne niż „makrospołeczne i demograficzne uwarunkowania uczestnictwa, co tworzy potencjalnie przestrzeń do poszerzenia grup uczestników kultury. Umożliwia instytucjom wyjście poza dzielenie uczestników na oczywiste kategorie, choćby te związane z wiekiem” (por. między innymi *Badanie segmentacyjne uczestników kultury*, 2016).

Konkludując, jednym z celów tych rozważań było wskazanie innowacyjno-terapeutycznego waloru synergii różnych sztuk i próba odpowiedzi na pytanie: czy grywalizacja marketingu treściami kultury sprzyja demokracji, a więc między innymi tworzeniu autentycznych relacji komunikacyjnych, czy raczej przyczynia się do utwierdzenia naszego o nich wyobrażenia? Krzysztof M. Maj, pisząc o narracjach transmedialnych, poniekąd dotyczących także gier marketingowych, które funkcjonują w bogatej sieci powiązań międzytekstowych, przypomniał, że umożliwiają one „kształtowanie w odbiorcach kompetencji encyklopedycznej” (Maj, 2017, s. 305). Mają więc potencjał dydaktyczny, sprzyjający rozwojowi demokracji.

Ale taki rozwój i świadomość przypominają o jednym (być może najważniejszym) z celów „udostępniania *versus* marketingu kultury”. Chodzi o funkcję regulatora życia emocjonalnego masowej publiczności w związku z możliwym odczuciem wyizolowania, samotności, obcości czy po prostu smutku niektórych jednostek. Pozwala, choć na moment, pozorować więzi łączące uczestników: złączeni–rozłączeni. Kultura dostępna online jest w stanie stworzyć nową wspólnotę, efemeryczną, ale być może jedyną obecnie dostępną.

Fragment autorskiego projektu badawczego na temat psychologicznych aspektów marketingu treści kultury w przestrzeni medialnej¹⁹.

Bibliografia (wybór)

- Badania publiczności w instytucjach kultury. (2019). *Zarządzanie w Kulturze* 3 (20).
Badanie segmentacyjne uczestników kultury. Prezentacja wyników badania ilościowego (30.09.2016), Wydawnictwo NCK. Dostęp z <https://nck.pl/badania/raporty/raport-badanie-segmentacyjne-uczestnikow-kultury>.
Bourdieu, P. (2001). *Reguły sztuki: geneza i struktura pola literackiego*, przeł. A. Zawadzki. Wydawnictwo Universitas.
Bourdieu, P. (2006). *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*, przeł. P. Biłos. Wydawnictwo Naukowe Scholar.
Bourdieu, P. (2008). *Zmysł praktyczny*, przeł. M. Falski. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
Bruner, J. (2010). *Kultura edukacji*, przeł. T. Brzostowska-Tereszkiewicz. Wydawnictwo Universitas.

¹⁹ Niektóre fragmenty artykułu były publikowane w innych pracach autorki na temat grywalizacji i szeroko pojętego kulturoznawstwa.

- Brylska, K., Gackowski, T. (2016). *Grywalizacja debaty publicznej w kampanii wyborczej – w poszukiwaniu nowego paradygmatu komunikacji politycznej*. Dostęp z <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/11284>.
- Brynjolfsson, E., McAfee, A. (2015). *Drugi wiek maszyny. Praca, postęp i dobrobyt w czasach genialnych technologii*, przeł. B. Sałbut. Wydawnictwo MT Biznes.
- Budowa wartości klienta. Teoria i praktyka*. (2015). B. Dobiegała-Korona (Red.). Difin.
- Caillois, R. (1997). *Gry i ludzie*, przeł. A. Tatariewicz, M. Żukowska. Oficyna Wydawnicza Volumen.
- Fatyga, B., Nowiński, J., Kukołowicz, T. (2009). *Jakiej kultury Polacy potrzebują i czy edukacja kulturalna im ją zapewnia?* Raport o problemach edukacji kulturalnej w Polsce dla Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.
- Feuer, J. (2011). HBO i pojęcie telewizji jakościowej. W T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek (Red.), *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia* (pp. 114–128). Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Film i telewizja*. (1982). D. Palczewska, A. Kumor (Red.). Wydawnictwo Ossolineum.
- Foucault, M. (1977). *Archeologia wiedzy*, przeł. A. Siemek. Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Gra i grywalizacja w kulturze XXI wieku* (2022). M. Szablowska-Zaremba (Red.), Wydawnictwo KUL.
- Harari, Y.N. (2018). *21 lekcji na XXI wiek*, przeł. M. Romanek. Wydawnictwo Literackie.
- Hunicke R., LeBlanc M., Zubeck R. (2004). MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI 1* (4). Dostęp z <https://www.researchgate.net/publication/228884866>.
- Kaczorowska-Spychalska, D. (2021). Technologie w świecie konsumenta – konsument w świecie technologii. W A. Rudnicka, D. Kaczorowska-Spychalska, M. Kulik, J. Reichel (Red.), *Digital ethics – polscy konsumenci wobec wyzwań etycznych związanych z rozwojem technologii. I Ogólnopolski Raport*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kino-Sztuka. Zwrot kinematograficzny w Polskiej sztuce współczesnej*. (2015). J. Majmurek, Ł. Ronduda (Red.). Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Kłoczyński, A. (2016). Zalety i ograniczenia gamifikacji jako metody kształcenia w naukach humanistycznych. *Argumenta Historica. Czasopismo Naukowo-Dydaktyczne* 3.
- Konior, A., Gawęł, Ł. (2019). Wprowadzenie. *Zarządzanie w Kulturze* 20, nr 4.
- Latour, B. (2013). Technologia jako utrwalone społeczeństwo, przeł. Ł. Afeltowicz. *AVANT* 4, nr 1.
- Maj, K. (2017). Ucieczka od linearności. W stronę światocentrycznego modelu narracji transmedialnych. W K. Kaczmarczyk (Red.), *Narratologia transmedialna. Teorie, praktyki, wyzwania*. Wydawnictwo Universitas.
- Majewski, L. (2020). *Ukryty język symboli*. Rebis.
- Matuchniak-Krasuska, A. (2015). Koncepcja habitusu u Pierre'a Bourdieu. *Internetowy Magazyn Filozoficzny Hybris* 31.
- Mochocka, A. (2020). Na poważnie o poważnych grach. *PolskiGamedev.pl*. Dostęp z <https://polskigamedev.pl/magazyn-polskigamedev-pl-pobierz-cyfrowa-wersje-magazynu-za-darmo/>.
- Pigulak, J. (2019). Narracja linearna w grach wideo w kontekstach immersji. *Replay. The Polish Journal of Game Studies* 6, nr 1.
- Pinker, S. (2018). *Nowe Oświecenie. Argumenty za rozumem, nauką, humanizmem i postępem*, przeł. T. Biedroń. Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Pol, G., Maciejczak-Kwiatkowska, Z. (2019). Kogo nie interesuje kultura (instytucjonalna)? Segmentacja uczestników kultury. *Zarządzanie w Kulturze* 20, nr 4.
- Przeszłość społeczna. Próba konceptualizacji*. (2012). S. Tabaczyński, A. Marciniak, D. Cyngot, A. Zalewska (Red.). Wydawnictwo Poznańskie.
- Przyszłość marketingu. Koncepcje, metody, technologie. Teoria i zastosowanie*. (2020). R. Kozielski (Red.). Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Relacje i różnice. Uczestnictwo warszawiaków i warszawianek w kulturze*. (2019). T. Płachecki (Red.). Wydawnictwo NCK.
- Schreiber, P. (2021). Przyszłości interaktywne. Dostęp z <https://culture.pl/pl/artykul/przyszlosci-interaktywne>.
- Staszenko-Chojnacka, D. (2021). *Narodziny medium. Gry wideo w polskiej prasie hobbystycznej końca XX wieku*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Szrajber, R. (2019). Przestrzeń jako struktura zdefiniowana obecnością użytkownika. *Replay. The Polish Journal of Game Studies* 6, nr 1.

- Tkaczyk, P. (2011). *Grywalizacja. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych*. Onepress.
- Wendell, R.S. (1956). Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies. *Journal of Marketing* 21 (1). Dostęp z <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224295602100102?journalCode=jmxa>.
- Węglarska, K., Sondej, K. (Oprac.). (2021). *Nowości Badawcze NCK*. Wydawnictwo NCK.
- Wsluchiwanie się w głos publiczności. (2021). *Connecting Audiences Polska* 3.
- Zawojski, P. (2018). *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Złotek, M. (2017). *Grywalizacja – wykorzystanie mechanizmów z gier jako motywatora do zmiany zachowania ludzi*. Oficyna Wydawnicza AFM.

SPRAWOZDANIA

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.19.9>

AGNIESZKA WOJTUKIEWICZ

ORCID: 0000-0002-4494-9539

UNIwersytet Warszawski



SPRAWOZDANIE Z JUBILEUSZU DZIEKANA WDIB UW PROF. DR. HAB. JANUSZA W. ADAMOWSKIEGO ORAZ SEMINARIUM MEDIOZNAWCZEGO „WARTOŚCI DEMOKRATYCZNE W SYSTEMACH MEDIALNYCH”

W czwartek 15 grudnia 2022 roku w Auli Kolumnowej Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego odbył się uroczysty jubileusz dziekana WDIB UW Profesora dr. hab. Janusza W. Adamowskiego. Wydarzeniu towarzyszyło Seminarium Medioznawcze „Wartości demokratyczne w systemach medialnych”. W spotkaniu udział wzięli liczni przedstawiciele ośrodków naukowych z całej Polski.

Profesor dr hab. Janusz W. Adamowski to wybitna postać polskiego medioznawstwa i jeden z współtwórców dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Już od ponad czterdziestu lat aktywnie działa na rzecz rozwoju oraz budowania prestiżu medioznawstwa jako nauki na arenie polskiej i międzynarodowej. W latach 2008–2016 pełnił funkcję dziekana Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, a od 2016 roku jest dziekanem Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW. W pracy naukowej koncentruje się na współczesnych wyzwaniach oraz historii środków masowego przekazu, a także systemach medialnych w Polsce i na świecie. Między innymi dwukrotnie był członkiem Komitetu Nauk Politycznych PAN (w latach 2003–2006 oraz 2011–2014), a obecnie jest członkiem Komitetu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach PAN.

Profesor dr hab. Janusz W. Adamowski oprócz pracy na rzecz nauki działał też w mediach, pełniąc funkcje zarządcze, między innymi czterokrotnie został powołany przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji do rady nadzorczej Polskiego Radia SA, której był również przewodniczącym. Zasiadał ponadto w jury licznych konkursów dziennikarskich. Za swoją działalność został odznaczony Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski oraz Honorową Odznaką Polskiego Radia.

Na poświęconej Profesorowi jubileuszowej gali pojawili się liczni przedstawiciele ośrodków akademickich w Polsce, między innymi Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetu Wrocławskiego, Uniwersytetu Gdańskiego, Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej

w Lublinie, Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie czy Uniwersytetu im. Jana Kochanowskiego w Kielcach, którzy dziękowali Jubilatowi za wkład w tworzenie dyscypliny. Dziekan otrzymał specjalną księgę jubileuszową *Media a wartości demokratyczne*, w której został opisany dorobek naukowy oraz Jego wkład w rozwój dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Wyświetlono także film podsumowujący działalność Profesora, a wydarzenie uświetnił występ Chóru Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW. Jubilat podziękował zebrany za przybycie, podsumowując: „Mam nadzieję, że jesteście tu nie dlatego, że jestem dziekanem, a dlatego, że jestem człowiekiem”.

Życie i dorobek Profesora Janusza W. Adamowskiego, a także pasja oraz zaangażowanie od lat inspirują kolejne pokolenia medioznawców. Jego wkład w powstanie i rozwój dyscypliny są punktem wyjścia wielu badań – nie tylko w obszarze medioznawstwa. Towarzyszące jubileuszowi Seminarium Medioznawcze pt. „Wartości demokratyczne w systemach medialnych” starało się oddać tę ideę. Zostało ono zorganizowane przez Katedrę Systemów Medialnych WDIB UW, której Profesor Adamowski był długoletnim kierownikiem. W wydarzeniu udział wzięli medioznawcy reprezentujący uczelnie z całej Polski. Spotkanie otworzył Jubilat. Podczas pierwszej sesji plenarnej prof. UAM dr hab. Agnieszka Stępińska w swoim wystąpieniu *Różne systemy medialne, różne role dziennikarskie?* dzieliła się refleksją na temat zmienności zadań dziennikarzy w zależności od realiów, w których działają. Z kolei prof. UJ dr. hab. Beata Klimkiewicz wygłosiła referat *Transparentność i wolność mediów: oczekiwania normatywne i możliwości regulacyjne*. W drugiej sesji plenarnej dr Greta Gober (UW) w wystąpieniu *Różnorodność i inkluzywność w zarządzaniu newsroomem* poruszyła kwestię kultury włączenia, a dr Katarzyna Kopeć-Ziemczyk (UW) przedstawiła *Paradoksy wolności mediów w świetle zarządzania i kultury organizacyjnej*.

Po sesjach plenarnych uczestnicy seminarium brali udział w czterech panelach. Pierwszy dotyczył mediów, pluralizmu i demokracji. Profesor dr hab. Tomasz Mielczarek (Uniwersytet im. Jana Kochanowskiego w Kielcach) w swoim wystąpieniu postawił pytanie o to, jakim zagrożeniem polskiego systemu medialnego są monopole, co wywołało żywą dyskusję wśród zebranych na sali po zakończeniu prezentacji. Następnie prof. UAM dr hab. Szymon Ossowski (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu) przeanalizował wybrane indeksy demokracji oraz wolności prasy i jako jedną z przyczyn kryzysu liberalnych demokracji wskazał ograniczanie wolności mediów. Metody ochrony autonomii podmiotów medialnych przedstawił z kolei dr hab. Bogdan Borowik (UMCS). Na koniec dr hab. Katarzyna Konarska (UWr) omówiła pogłębione badanie dotyczące mediów publicznych w systemach demokratycznych Europy Środkowo-Wschodniej.

Podczas drugiego panelu uczestnicy koncentrowali się na podstawach prawnych oraz kulturze politycznej. Doktor Jacek Wojsław (UG) poruszył kwestię komunikowania propagandowego. W swoim wystąpieniu podał nie tylko przykłady historyczne, lecz także współczesne, realnie zagrażające demokracji. Wojciech Dąbrowka (Uniwersytet w Białymstoku) przedstawił wpływ mediów publicznych na wyniki wyborów w orzecznictwie Sądu Najwyższego. Zagadnienia prawne poruszył też dr Łukasz Goniak (UKSW), który pytał o to, czy prawo do anonimatu rzeczywiście gwarantuje wolność prasy. Panel kończyli Konrad Kiljan i Jakub Szymik (UW) przedstawieniem regulacji reklam politycznych online oraz ich implikacji praktycznych oraz wyzwania.

W trzecim panelu podjęto temat nowych mediów jako szansy dla demokracji lub jej zagrożenia. Profesor UW dr hab. Anna Jupowicz-Ginalska oraz dr hab. Monika Kaczmarek-Śliwińska (UW) omówiły zależności między (nie)oglądaniem serwisów informacyjnych TVP SA a postrzeganiem powinności nadawcy publicznego w kontekście preferencji politycznych polskich widzów. Doktor hab. Beata Pająk-Patkowska i dr Jakub Jakubowski (UAM) sprawdzali, czy nowe media przyczyniają się do upadku polskiej demokracji, a także ana-

lizowali, czy „bardziej społeczne” oznacza w rzeczywistości „bardziej wadliwe”. Następnie kwestię uchodźców w Polsce i organizacji pomocy przez media społecznościowe omówiła prof. Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu dr hab. Agnieszka Węglińska na przykładzie grupy Widzialna Ręka Wrocław działającej na Facebooku. Dagmara Sidyk-Furman (UW) z kolei postawiła pytanie, jaka jest zależność między odpowiedzialnością internetowych serwisów społecznościowych w kontekście moderacji a prawem do wolności słowa. W swoim wystąpieniu badała polskie i zagraniczne sposoby regulacji platform. Jan Manicki (UW) zaś sprawdzał, jak funkcjonują polskie horyzontalne portale informacyjne na TikToku oraz jak prezentowane są tam newsy.

Ostatni z paneli dotyczył wartości demokratycznych w praktyce mediów. Profesor UŚ dr hab. Dagmara Głuszek-Szafraniec opowiedziała o pluralizmie mediów i pluralizmie w mediach, a także praktycznej realizacji wartości demokratycznych w różnych regionach Hiszpanii. Następne dwa wystąpienia dotyczyły prasy: prof. Uniwersytetu im. Jana Kochanowskiego w Kielcach dr hab. Jolanta Kępa-Mętrak analizowała postpandemiczną rzeczywistość prasy lokalnej oraz relacje władzy i mediów; z kolei dr Katarzyna Brzoza-Kolorz (UŚ) omówiła zjawisko celebrytyzacji polityczek na łamach wybranych polskich tygodników opinii. O wartościach demokratycznych i wizualizacji w mediach na przykładzie filmowym opowiadała dr Iwona Grodz (Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych w Poznaniu), a jako ostatni tego dnia zaprezentował się Bogdan Andruschenko (UW), który w swoim wystąpieniu poruszył temat wojny informacyjnej w czasach inwazji Rosji na Ukrainę.

Jubileusz dziekana WDIB Janusza W. Adamowskiego oraz Seminarium Medioznawcze były okazją do podziękowań, wspólnego świętowania, jak też dyskusji na temat wartości demokratycznych w systemach medialnych. Wpływ wieloletniej pracy Profesora Adamowskiego na kształtowanie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach był widoczny w wypowiedziach uczestników seminarium. Wydarzeniu towarzyszyła wyjątkowa atmosfera, pełna wzruszeń i pozytywnych emocji.



Wydawnictwo
Uniwersytetu
Wrocławskiego

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego sp. z o.o.

Plac Uniwersytecki 15

50-137 Wrocław

sekretariat@uwur.com.pl

sklep.uwur.com.pl

[Facebook/wydawnictwouwr](https://www.facebook.com/wydawnictwouwr)

Dziennikarstwo i Media 19, 2023

© for this edition by CNS