

Medialne magle, pościgi i wyścigi

15 kwietnia 2007

Czasy takie nastały, że to i drapieżny kapitalizm się rozpanoszył po kraju, i wolność gospodarcza grasuje wzdłuż i wszerz. Każdy może się zająć, czym chce. Czasem z musu, czasem z przypadku, a czasem niezaspokojone żądze zaistnienia każą brać sprawy w swoje ręce. Często wystarczy zasobność portfela, by zająć się czymkolwiek, co zaspokaja ego właściciela kasy. Wbrew jego predyspozycjom. A że konkurencja jest nakazem czasów, to i metody zdobywania pozycji na rynku przybierają rozmaite formy. Bywa śmiesznie, bywa smutno.

Od dłuższego czasu daje się zauważyć pewien trend w funkcjonowaniu mediów. Pojawiają się doniesienia, szczególnie z obszaru polityki, w których odbiorca otrzymuje kaskady informacji i nijak nie jest w stanie dociec, o co właściwie chodzi. Nie tylko politykom, ale i autorom kleconych wieści.

Jakiś dziennik, z uporem godnym lepszej sprawy, całymi dniami lansuje tezy o konfliktach wewnątrz konkretnego ugrupowania politycznego. Sami zainteresowani, za pośrednictwem innych mediów, stanowczo zaprzeczają. Niby normalne. Dziennikarze są po to, by ujawniać, a politycy po to, by zaprzeczać, co tam kto ujawnił. Jeśli jednak wszystkie takie informacje podawane są wciąż z powoływaniem się na źródła typu: anonimowy informator, pewne źródła, jak dowiedział się nasz reporter, itd., itp., pojawiać się też zaczynają dysonanse poznawcze.

Z jednej strony media coś twierdzą, bez żadnego uprawdopodobnienia choćby źródeł informacji, z drugiej strony sami zainteresowani zarzucają tym właśnie mediom wypisywanie bredni bez pokrycia w faktach. W odpowiedzi te same media nasilają zalew informacji, nadal bez uprawdopodobnienia ich rzetelności, a opisywani ponownie zarzucają mediom pisanie

głupstw. I tak to się kręci.

W innym przypadku z kolei przez kilka dni, również z zastanawiającym uporem, wręcz nachalnie propaguje się jakiś odprysk działalności któregoś z prominentnych przedstawicieli władzy, próbując przekonać odbiorcę o wyjątkowości zdarzenia. Jak się tak na chłodno zastanowić nad tego rodzaju nagłaśnianiem dwóch czy trzech przypadków – na tle całości problemu z tego obszaru, to się okazuje, że nie mają one właściwie żadnego znaczenia. Skąd się więc bierze takie niecodzienne zainteresowanie przypadkami o znaczeniu w gruncie rzeczy marginalnym? Forma i treść jako żywo przypominają spoty reklamowe.

I tu już zaczynają się podmokłe grunty dla mediów. Ponoć wolnych i niezależnych od jakiegoś czasu. Coraz trudniej oprzeć się wrażeniu, że niektóre tytuły biorą udział w politycznych rozgrywkach poszczególnych ugrupowań. Co gorsza, nie tylko poprzez propagandę, bo lansując często zupełnie bezzasadnie jakieś mało istotne zdarzenia, a z podobnym uporem i konsekwencją przemilczając inne. Nierzadko o znaczeniu fundamentalnym dla kreślenia rzeczywistego obrazu stanu państwa.

Coraz częściej zdarza się, że niektóre media wręcz posuwają się do tworzenia quasi-faktów, które w istocie nie mają miejsca. Zupełnie tak, jakby otrzymywały instrukcje z określonych ośrodków, co, kiedy i w jaki sposób mają pokazywać czy opisywać. Wygląda taka działalność niczym polowanie z nagonką. Przy czym w tle tych medialnych rewelacji zdaje się przewijać cel rzeczywisty, dla którego temat w ogóle zaistniał.

I nie chodzi tu o prasę partyjną czy media wprost deklarujące określoną linię programową. Takie tendencje wybiórczego działania, nakierowanego, jak się wydaje, na osiągnięcie konkretnych celów, przewijać się zaczęły w mediach podkreślających swoją niezależność od jakiegokolwiek opcji

politycznej czy jakiegokolwiek grupy interesów.

Zdarzają się przypadki ewidentnej nierzetelności dziennikarskiej. Podawane informacje przygotowywane są nie tylko niechłujnie i bałaganiarsko. Groźne zaczyna być to, że pojawiać się zaczęły coraz częściej informacje o cechach spreparowania czy manipulacji. Konkurencja na rynku mediów wymusza poszukiwanie środków, które przyciągną jak najszerszą rzeszę odbiorcy. Najlepszą metodą przyciągania uwagi są ujawniane afery, skandale, sensacje. To zawsze kręciło przeciętnego odbiorcę.

Pół biedy, jeśli w tej powodzi doniesień podawane są fakty. Rzetelne i możliwe do zweryfikowania. Znacznie gorzej, gdy pojawiają się artykuły, w których wprowadzie nikt nikomu nic wprost nie zarzuca, natomiast zawarte w treści sugestie, poczynione kompilacje różnych zdarzeń, bywają wystarczająco wyraziste, by bohaterów tekstu z miejsca społeczeństwo osądziło. Wydaje się pojawiać trend braku zahamowań przed użyciem każdego środka dla utrzymania czy podniesienia popularności. Do pomówień i kłamstw włącznie. Byle być na topie.

Rywalizacja w środowisku mediów jest faktem i czymś naturalnym. Jak wszędzie, w każdej grupie zawodowej, gdzie istnieje konkurencja. Cele podnoszenia popularności są zjawiskiem naturalnym. Jednakże metody osiągnięcia tych celów zdają się zmierzać w kierunku sprzecznym z misją dziennikarstwa, nie mówiąc już o etyce, moralności i tym podobnych zabytkach.

Wchodzące na rynek nowe tytuły prasowe potrzebują mocnego uderzenia, by móc zaistnieć. Potrzebują też dziennikarzy. Wbrew pozorom wcale o nich nie tak łatwo. Stawiać literki potrafi właściwie każdy, ale stawiać je w taki sposób, by coś z tych ciągów znaków pisarskich wynikało, to już nie jest umiejętność powszechna.

Zespoły redakcyjne niektórych serwisów składają się często z osób, których predyspozycje kwalifikują je do całkiem innych zajęć, niż dziennikarstwo. Ale to zajęcie wielu pociąga i jak się trafi jakaś medialna dziewczica, garnie się do niej kto popadnie. Takie dziennikarstwo z łapanek daje potem o sobie znać w codziennym kleceniu informacji, publicystyki czy reportażu.

Mniejsza już o zasady prawa prasowego, tego można się od biedy nauczyć, choćby na pamięć. Niczym zadanego wiersza. Gorzej idzie z zasadami etyki, rzetelności. O takich cechach można czytać do upojenia, ale żeby je zrozumieć i stosować trzeba jeszcze, poza umiejętnością czytania, posiadać odpowiednią konstrukcję psychiki. Tego jednak nikt się nie nauczy. Albo się to ma, albo nie.

Tymczasem wydaje się, że dla części środowisk mediów celami głównymi i jedynymi są kasa, popularność i poczucie uchwycenia choćby okruszka władzy nad duszami odbiorcy. O misji społecznej, o życiu publicznym, o zobowiązaniach wobec społeczeństwa coraz mniej słychać. Powszednie metoda obrzucania błotem wszystkiego i wszystkich, a później przeproszenia i prostowania. Wedle znanej zasady – zawsze coś na obiekcie ataku pozostanie.

Gdzieś w niszowych, mało znanych serwisach pojawiają się poezje, eseje, ba, nawet książki, publicystyka, reportaże, których człowiek w tzw. wydaniach opiniotwórczych nie uświadczy.

Tu zaczynają dominować siekiera, krew, skandal, afera i kasa, kasa, kasa.....

Jest też trend autentycznie wzbudzający obrzydzenie. Dziennikarstwo, które jednocześnie łączy swoje zajęcie z aktywnością polityczną, lub wchodzi w struktury władzy, przyjmując, teraz już bezkrytycznie, styl działania aktualnego pracodawcy. Przykładem takich postaw mogą być niektórzy

rzecznicy prasowi rozmaitych organów administracji państwowej. Przed rządowym namaszczeniem – wojowniczy tropiciele wszelkiego zła w strukturach państwa. Teraz te same zachowania, które poprzednio piętnowali, usiłują prezentować społeczeństwu jako wysoce pożądane i nieskazitelnie moralne.

Poczucie zwykłej przyzwoitości chwilowo wędruje do lamusa. Sięgnie się po nie, gdy nastąpi zmiana władzy. Nie wiadomo tylko, czy będzie ono wciąż czekać na swojego właściciela, który okazał w pełnej krasie mentalność hieny.

Autor: Witold Filipowicz

Źródło: ["Kontrateksty"](#)