

# Sprawozdanie z Ogólnopolskiej Konferencji Medioznawczej „Głupota w mediach” Warszawa, 4 kwietnia 2018

**Jarosław Ważny**

Ogólnopolska Konferencja Medioznawcza „Głupota w mediach” odbyła się 4 kwietnia w Sali Kolumnowej Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Ten nieco przewrotny i wręcz prowokacyjny tytuł powstał w głowach organizatorów, dwóch wybitnych medioznawców – prof. dr. hab. Roberta Cieślaka z Katedry Antropologii Mediów WDiB UW oraz prof. dr. hab. Jacka Dąbały z Katedry Warsztatu Medialnego i Aksjologii KUL.

Zebranych gości oraz naukowców i dziennikarzy zaproszonych do udziału w dwóch panelach powitał gospodarz, dziekan Wydziału Dziennikarstwa Informacji i Bibliologii, prof. dr. hab. Janusz W. Adamowski, zabierając chwilę później głos jako autor inauguracyjnego wystąpienia zatytułowanego *Czy media nas ogłupiają?* Profesor postawił się w roli adwokata diabła zastanej sytuacji i tradycyjnych środków przekazu: media od dawien dawna stosowały podobne mechanizmy, którymi starały się wpływać na społeczeństwo. Dziś, w świetle ostatnich doniesień, choćby na temat Cambridge Analytica, w ocenie prof. Adamowskiego media społecznościowe nie są dostatecznie dobrą alternatywą. Do referatu Profesora odnoszono się także w późniejszych wystąpieniach.

Organizatorzy podzielili program konferencji na dwa panele zwieńczone dyskusją. W pierwszym zaprezentowano pięć referatów (każdy z mówców miał 20 minut na prezentację). Moderatorem pierwszego panelu była prof. dr. hab. Iwona Hofman, dziekan Wydziału

Politologii UMCS. Jako pierwsza zabrała głos prof. dr. hab. Bogusława Dobek-Ostrowska z Uniwersytetu Wrocławskiego, która w zdecydowanie dynamiczny sposób zaprezentowała najnowsze badania przeprowadzone z użyciem nowatorskiego programu komputerowego we współpracy z Washington University na temat mediatyzacji polityki. Zarówno materiał badawczy, jak i wnioski na temat polityki i polityków prezentowanych i prezentujących się w mediach ogólnopolskich, niezwykle pouczające i cenne, stanowiły doskonały wstęp do wystąpień medioznawców i zawodowych dziennikarzy. Następnie zabrał głos Paweł Lisicki, redaktor naczelny tygodnika „Do Rzeczy”, który skupił się początkowo na tym, co zaprezentowała prof. Ostrowska, odnosząc się do faktycznego stanu sytuacji przenikania się polityki i mediów w Polsce. Na właściwy temat, i głos o głupocie medialnych kampanii, pozostało mu niewiele czasu. Według red. Lisickiego w przyszłości zawód dziennikarza stanie się czymś na kształt mieszanki celebryty i medioznawcy; tylko medialne gwiazdy będą mogły przetrwać na rynku i godnie żyć ze swojej profesji. Profesor Jacek Dąbała, współorganizator konferencji, zwracał uwagę, że światy dziennikarzy i medioznawców winny się nieustannie przenikać i na siebie wzajemnie oddziaływać. Jest to proces konieczny, jeśli chcemy zatrzymać postępującą w mediach intelektualną pauperyzację. Mediatyzacja z kolei, o której wcześniej mówiono sporo, to – zdaniem profesora – nic innego, jak propaganda poczytywana za swoją. Jarosław Gugała, dzien-

nikarz Polsatu, mówił m.in. o „hodowli kretyna”. Jego zdaniem media w swojej głupocie są odbiciem zapotrzebowania społeczeństwa; oddają im dokładnie tyle głupoty, na ile widzą, słuchacz czy czytelnik sobie pozwoli. Według red. Gugały odpowiedzią na kroczącą medialną głupotę mogą być trzy rozwiązania: wąsko wyspecjalizowane media jakościowe, za których treści konsument będzie odpowiednio dużo płacił; media publiczne z prawdziwego zdarzenia; tworzone rzetelnie i z pasją media akademickie. Niestety, jego zdaniem, żadna z tych trzech form nie ma w Polsce szans na realizację... Na zakończenie pierwszego panelu zabrał głos ksiądz dr Jarosław Sobkowiak, wykładowca w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa UKSW. Zadaniem księdza doktora głupota uderza tam, gdzie władza zaczyna się miłować, a wszelkiej maści oczywistości są doskonałym podglebieniem dla wzrostu poziomu głupoty. Ponadto, zdaniem księdza Sobkowiaka, istnieje jeszcze coś pomiędzy mądrością a głupotą. I jest to niewiedza.

Po wysłuchaniu wszystkich referatów przyszedł czas na krótką dyskusję. Do odpowiedzi poproszono m.in. prof. Dobek-Ostrowską. Pytano o metody badawcze, z których korzystała przy opracowywaniu swoich danych.

Dużo większą dynamikę i poziom emocjonalnego zaangażowania dyskutantów przyniósł drugi panel konferencji. Moderowała go prof. Dobek-Ostrowska. Jako pierwszy zabrał głos redaktor naczelny „Rzeczpospolitej” Bogusław Chrabota. Sporo uwagi w swoim wystąpieniu poświęcił *fake newsom*, które, nieodpowiednio potraktowane, urastają do rangi krótko żyjącej prawdy. Profesor Iwona Hofman, powołując się na badania przeprowadzane w środowisku dziennikarskim, mówiła o tym, że w mediach szerzy się zgoda na bylejakosć, kosztem odpowiedzialności za słowo i za przekaz. Wyjściem z tej sytuacji mogliby być edukatorzy medialni umiejscowieni w systemie szkolnictwa już od najmłodszych klas, którzy uczyliby rozróżniania tego, co prawdziwe, od tego, co medialne.

Referat profesor Hofman o dziennikarstwie w dobie postprawdy spotkał się z ostrą krytyką red. Chraboty oraz pozostałych dwóch dziennikarzy zaproszonych do udziału w panelu, tj. Marka Tejchmana z „Dziennika Gazety Prawnej” i Jerzego Wójcika z „Gazety Wyborczej”. Po ich wystąpieniu wyraźnie zaznaczyła się oś sporu między stanowiskiem praktyków a naukowców teoretyków. Po minidyskusji, która przetoczyła się po wystąpieniu prof. Hofman głos zabrał red. Tejchman. Mówił o monetyzacji w mediach, zwracając uwagę, że każdy tworzony w mediach przekaz czy to bezpośrednio, swoimi pieniędzmi, czy to pośrednio, dzięki reklamom, ma swoją cenę. Zdaniem red. Tejchmana zwrot w kierunku odpłatnych serwisów informacyjnych, gdzie za przykład podawał pionierską rewolucję dokonaną na tym polu w Polsce przez serwis gazeta.pl, jest nie do zatrzymania. Media muszą pogodzić się z faktem, że dobre pieniądze już się w nich skończyły, a konsumenci mediów – z myślą, że tanio już było...

W szerokim, tematycznym wystąpieniu *Głupota czy ignorancja dziennikarzy*, zmienionym w trakcie trwania konferencji na *Głupota w mediach lustrzanym odbiciem odbiorców* prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński z Międzynarodowego Instytutu Badań nad Reportażem w Krakowie zauważył, że media masowe (zgodnie zresztą z nazwą) ulegają masom, więc można w nich znaleźć kalki myślowe i liczne powielanie stereotypów. Na wystąpienie Profesora energicznie zareagował redaktor Wójcik. I w ten sposób kolejna, nieprzewidziana dyskusja, do której włączyli się jeszcze inni dyskutanci, przeszła niemal płynnie w wystąpienie samego red. Wójcika, który w luźny i dygresyjny sposób mówił o największych, jego zdaniem, blaskach i cieniach naszego dzisiejszego dziennikarstwa. Całość panelu, a tym samym konferencji, zamknął klamrą na temat konstruowania niezrozumiałych przekazów prof. Cieślak. Na koniec, po sporej dawce emocji, uczestnicy spotkania mieli okazję wysłuchać jeszcze kilku

pytań z sali adresowanych głównie do dziennikarzy praktyków Wójcika i Tejchmana. W efekcie zakończenie konferencji przesunęło

się niemal o 45 minut, czego nie dało się zauważyć, bacznie śledząc jej przebieg. *ściowych?*

## Lista referatów wygłoszonych podczas Ogólnopolskiej Konferencji Medioznawczej „Głupota w mediach”

### Panel I

- Bogusława Dobek-Ostrowska (Uniwersytet Wrocławski) – *Do głupoty w mediach trzeba dwojga. Rola dziennikarzy i polityków w procesie pogłębiania paralelizmu politycznego w Polsce*
- Paweł Lisicki („Do Rzeczy”) – *Dyktatura radykalizmu – o głupocie medialnych kampanii*
- Jacek Dąbała (Katolicki Uniwersytet Lubelski) – *Ułuda myślenia publicystycznego jako sytuacja graniczna*
- Jarosław Gugala (Polsat) – *Abdykacja dziennikarzy oraz mediów wobec narracji politycznej*
- Jarosław Sobkowiak (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego) – *Filozofia głupoty – pomiędzy prawdziwością a komunikatywnością przekazu*

### Panel II

- Bogusław Chrabota („Rzeczpospolita”) – *Jak znaleźć ścieżkę dla profesjonalnego dziennikarstwa w epoce portali społecznościowych?*
- Iwona Hofman (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie) – *Idiotom dla nauki, mądrym dla memoriału. O dziennikarstwie jakościowym w dobie postprawdy*
- Marek Tejchman („Dziennik Gazeta Prawna”) – *Monetyzacja a głupota w mediach*
- Kazimierz Wolny-Zmorzyński (Międzynarodowy Instytut Badań nad Reportażem) – *Głupota w mediach lustrzanym odbiciem odbiorców*
- Jerzy Wójcik („Gazeta Wyborcza”) – *Siedem grzechów głównych i jedna nadzieja dla mediów*
- Robert Cieślak (Uniwersytet Warszawski) – *Konstruowanie głupoty. Determinanty obowiazku niezrozumienia dziennikarskiego*