



NOWY ŁĄD MEDIALNY

Jakie będą media w nowej epoce?
18 listopada 2021 r.

PODSUMOWANIE



**OCZYSZ-
CZALNIA**

**LABORA
+ORIUM**

WYŻEJA

Program

- 10.00** PRZYJAZD I POCZĘSTUNEK
- 10.30** POWITANIE GOŚCI I WPROWADZENIE DO SPOTKANIA
- 11.00** **Dariusz Rosiak**
dziennikarz, radiowiec, pisarz, Raport o Stanie Świata
Czy możliwa jest dzisiaj niezależność dziennikarska?
- DYSKUSJA**
- 12.15** PRZERWA KAWOWA
- 12.30** **Helena Chmielewska-Szlajfer**
socjolożka, medioznawczyni, Katedra Zarządzania w Społeczeństwie
Sieciowym Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie
Jak będą się zmieniać media? Nowe trendy i wyzwania
- DYSKUSJA**
- 13.45** OBIAD
- 14.30** **Adam Bodnar**
Dziekan Wydziału Prawa Uniwersytetu SWPS,
b. Rzecznik Praw Obywatelskich
Prawne ramy ładu medialnego
- DYSKUSJA**
- 15.45** PRZERWA KAWOWA
- 16.00** **Rozmowy w grupach**
- 17.30** **Relacje z grup oraz dyskusja plenarna**
- 18.45** **Kolacja i zakończenie oficjalnej części spotkania**



1 DARIUSZ ROSIAK Czy możliwa jest dzisiaj niezależność dziennikarska?

„Niezależność dziennikarska zawsze polega na opieraniu się pokusie uległości wobec silniejszych, bardziej licznych i wpływowych. I to wyzwanie nie zmieniło się od czasów Solżenicyna i Orwella” – zdefiniował na początku swoje rozumienie niezależności dziennikarskiej Dariusz Rosiak.

Twórca „Raportu o stanie świata” przywołał definicję sztuki, jaką w przedmowie do „Murzyna z załogi «Narcyza»” sformułował Joseph Conrad. Jest ona „rzetelną próbą oddania najwyższej sprawiedliwości widzialnemu światu przez wydobywanie na światło dzienne wielorakiej i jedynej prawdy, kryjącej się w każdym jego aspekcie. Jest to próba odnalezienia w jego formach, barwach, światłach i cieniach, w postaci materii i faktach życiowych, tego, co podstawowe, trwałe i zasadnicze, ich jedynej oświecającej i przekonującej cechy – samej prawdy ich istnienia”. Zdaniem Rosiaka to stwierdzenie można też odnieść do dziennikarstwa. Choć samo nie jest sztuką, to podobnie jak ona jest próbą interpretacji rzeczywistości.

„To rewolucyjna definicja, bo zakłada, że istnieje prawda, do której można dotrzeć” – uważa radiowiec. Według niego próba dotarcia do istoty rzeczy – niezależnie, jak definiujemy prawdę i czy uznajemy jej obiektywność – jest podstawowym zadaniem dla dziennikarza. „Bardzo mnie to pociąga w tym zawodzie” – wyznał. Choć dojście do prawdy zazwyczaj się nie udaje, ale dążenie do niej jest sensem pracy dziennikarskiej. Rezygnacja z tego dążenia odebrałaby dziennikarstwu rację bytu.

Dariusz Rosiak zauważył aktualny problem z definicją zawodu dziennikarza: „zmierzamy do tego, by uznać za dziennikarza każdego, kto wypowiada się na tematy publiczne”. Ta definicja jest na tyle szeroka, że w różnych momentach życia podpada pod nią niemal każdy człowiek, żyjący w zglobalizowanym świecie. Jednocześnie trwa proces utraty monopolu dużych ośrodków medialnych na kształtowanie opinii społecznej. TVN czy TVP wpływają na nią w podobnym stopniu co niektórzy celebryci: „gdy Maja Ostaszewska lub Maciej Stuhur opisują sytuację na granicy polsko-białoruskiej, to mają wyraźny wpływ na bardzo dużą grupę ludzi” – stwierdził prelegent.

Następnie nazwał trzy główne presje, jakim podlegają dziennikarze: polityczną, komercyjną i technologiczną, związaną w dużej mierze z ekspan-



DARIUSZ ROSIAK

sją mediów społecznościowych. „Presja polityczna na media po 1989 r. jest stałym elementem polskiego krajobrazu medialnego. Każda kolejna władza traktuje media jako swój prywatny folwark, jednak takiego poziomu patologii, jaki wprowadził PiS po 2015 r., nie było nigdy – mówił Dziennikarz Roku 2020 według Grand Press. – W obecnej sytuacji wątpię, by dało się tę presję zniwelować przez powołanie nowej Rady Radiofonii i Telewizji czy innego ciała kontrolnego”. W ocenie Rosiaka presja polityczna nie zniknie, więc jedynym rozwiązaniem jest odebranie politykom zabawki i odejście od modelu mediów publicznych w obecnym wydaniu.

Presja komercyjna przybiera formę dążenia do ciągłego wzrostu – zasięgów, sprzedaży, klikalności itd. Dziennikarzy w newsroomach rozlicza się z klikalności, a redakcjami kierują często działy marketingu, które publikują artykuły reklamowe i promocyjne jako treści redakcyjne. Dla młodego dziennikarza to często dramat, który wymaga zredefiniowania swojego wyobrażenia o zawodzie. „Uważam, że całkowite pozbycie się presji komercyjnej jest niemożliwe. Jedynym wyjściem jest budowanie świadomości wśród dziennikarzy o wartości własnego zawodu” – mówił Rosiak.

„Za najbardziej niebezpieczną uważam jednak presję mediów społecznościowych i patologii, które towarzyszą ich rozprzestrzenianiu się. Takich jak polaryzacja, która polega na zamykaniu się na innych i odmowie słuchania ich argumentów – kontynuował. – Towarzyszy temu przekonanie o własnej wyższości moralnej, ideowej i politycznej”. W tej optyce brakuje tematów do rozmowy, bo wszystko podlega wartościowaniu jako dobre lub złe. Można więc tylko chwalić albo tylko krytykować.

Media społecznościowe podbijają prosty przekaz ideologiczny, który w żaden sposób nie tłumaczy złożonej rzeczywistości, a jedynie odpowiada na potrzebę zarządzania emocjami. Prowadzi to do ciągłej wojny wszystkich ze wszystkimi, do posiadania i wypowiedania opinii na każdy temat. A przecież nie można znać się na wszystkim. „Najbardziej dyletanckie opinie przysłowiowego wujka przy rodzinnym stole, które kiedyś przy nim powstawały i tam kończyły swoje istnienie, dziś zyskują rozgłos przez retweety i udostępnienia” – mówił Dariusz Rosiak. I zwrócił uwagę, że algorytmy podbijają te najbardziej skrajne opinie.

W odpowiedzi na głosy z sali twórca „Raportu o stanie świata” odniósł się do sukcesu swojego podcastu. „My zostaliśmy demokratycznie zweryfi-



DARIUSZ ROSIAK

kowani przez naszych patronów. Mamy ich w tej chwili ponad pięć tysięcy” – mówił. Patroni „Raportu” wpłacają co miesiąc ponad 80 tysięcy złotych po to, by osiem osób pracowało nad audycją. Nie zyskują za to możliwości wpływu na naszą politykę redakcyjną. Ten model opiera się na zaufaniu, wiarygodności i dobrowolności. Daje też możliwość budowania społeczności wokół treści, które dla naszych słuchaczy tworzymy. „W tym sensie nasz model crowdfundingowy się sprawdza i nie widzę jego zbyt wielu minusów, co nie znaczy, że da się go zastosować uniwersalnie” – zakończył.

Dyskusja

Pojawiły się głosy i pytania wokół wielu tematów związanych z misją dziennikarstwa. Pierwszy z nich dotyczył relacji między polityką redakcyjną a presją komercyjną. Uczestnicy mówili o różnych modelach finansowania, które pozwoliły powstać i rozwinąć się nowym formom medialnym w ostatnich latach. Zwrócili uwagę na konieczność oddzielenia redakcji od działów marketingu, a także na dywersyfikację źródeł finansowania redakcji. Crowdfunding może być jego istotną częścią, ale niesie też pewne zagrożenia, jak uzależnienie się od bogatych patronów i sponsorów, którzy mają swoje poglądy i interesy.

Kolejnym tematem była relacja między mediami a społeczeństwem. Dyskutanci zwracali uwagę na to, że brakuje społecznej i demokratycznej kontroli nad mediami publicznymi, a także na obowiązki dziennikarzy wobec wspólnoty. Należy do nich relacjonowanie tematów ważnych społecznie z perspektywy zwykłych obywateli, a nie tylko najsilniejszych grup wpływu. Pojawiły się także pytania o zainteresowanie tematami zagranicznymi w polskim społeczeństwie i o to, na ile duże redakcje potrafią na nie odpowiedzieć. Inne pytanie dotyczyło rosnącej presji politycznej na dziennikarzy mediów publicznych po dojściu Zjednoczonej Prawicy do władzy.

Uczestnicy seminarium zwrócili uwagę na wyzwania, jakie stoją przed dziennikarstwem. Jako główne niebezpieczeństwa wymienili: prekaryzację zawodu, wysoki próg wejścia dla młodych twórców, bariery pokoleniowe i finansowe, a także brak uzwiązkowienia i słabość stowarzyszeń dziennikarskich. Wskazali także na przemiany technologiczne jako kluczowy czynnik zmieniający rzeczywistość dziennikarstwa i ostrzegali przed likwidacją mediów publicznych.



2 HELENA CHMIELEWSKA-SZLAJFER Jak będą się zmieniać media? Nowe trendy i wyzwania

Swoje wystąpienie dr Helena Chmielewska-Szlajfer zorganizowała wokół trzech pytań. 1) Czym są media; 2) Po co nam media; 3) Czy media będą zmieniać nas czy to my je zmienimy. Według badaczki współczesnych trendów medialnych na te wyzwania nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Jednocześnie wypracowanie ich jest konieczne, by budować nowy ład medialny.

„W prognozach międzynarodowych instytutów badawczych, takich jak Reuters Institute for the Study of Journalism czy firm consultingowych, przykładowo PricewaterhouseCoopers, to trendy technologiczne najbardziej wpływają na kształt współczesnych mediów” – mówiła dr Chmielewska-Szlajfer o najistotniejszych trendach medialnych w perspektywie najbliższej dekady. „Świat, w którym telewizor i gazeta wyznaczyły horyzont medialny, skończył się. Dziś największy odsetek informacji dociera do nas przez internet” – mówiła. Jako najważniejsze zjawiska technologiczne wymieniła: rozwój platform społecznościowych – takich jak Facebook, Instagram czy Substack – a także wszechobecność zsynchronizowanej technologii (*omnipresence*), *metaverse* czyli nowy pomysł Marka Zuckerberga na rozwój wirtualnych mediów i mnożenie się botów oraz innych czynników nieosobowych (*non-human agents*) w przestrzeni wirtualnej.

Kolejną kategorią w prognozach na temat przyszłości mediów są trendy rynkowe. Do nich zalicza się popularność formatów audiowizualnych – zwłaszcza na Instagramie, Tik Toku, Youtube i Snpachacie – i audio, takich jak podcasty. Nowe technologie pozwalają też lepiej funkcjonować w świecie pracy zdalnej, która szczególnie rozpowszechniła się podczas pandemii. Liczne komunikatory dały możliwość przeniesienia sporej części pracy do świata wirtualnego. „Powinno to się przekładać na możliwość znalezienia lepszej równowagi między życiem zawodowym i prywatnym (*work-life balance*). Ale, uwaga, w polskim sformułowaniu czai się pewna pułapka, mianowicie wykluczenie kategorii życia politycznego z definicji równowagi pracowo-zawodowej” – mówiła pracowniczka naukowa Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.



Jako trzeci trend Helena Chmielewska-Szljajfer wymieniła czynniki polityczne: „pytanie: kto jest odpowiedzialny za media – rozumiane zarówno jako przekaźnik i przekaz – i w jaki sposób, ma istotne konsekwencje polityczne”. Należy nie tylko myśleć nad uregulowaniem mediów publicznych i prywatnych, ale także nad rozwiązaniem prawnym problemu dezinformacji. Drugie istotne pytanie polityczne dotyczy regulacji mediów cyfrowych i znalezienia dla nich właściwego miejsca w całym łańdźcu medialnym. „Jeśli nie weźmiemy za to odpowiedzialności jako wspólnota, to media cyfrowe będą się regulować same, co ma miejsce dzisiaj – mówiła prelegentka. – To jednak nie działa”.

W dalszej części wystąpienia badaczka zarysowała historyczną rolę mediów w różnych kontekstach. Zwróciła uwagę na ich istotne znaczenie polityczno-ustrojowe, wpływ na procesy demokratyczne, impuls rozwojowy dla globalnego kapitalizmu, wartość informacyjną, znacznie propagandowe między innymi dla ideologii nowożytnych, w tym dla nacjonalizmu. Media miały więc kluczowe znaczenie polityczne, a od powstania mediów masowych ich rozwój zazwyczaj napędzały tabloidy.

„Co media powinny pokazywać, a co ukrywać? Te decyzje są kluczowe dla wiedzy i świadomości społecznej i mają wpływ na relacje między mediami a wspólnotą” – mówiła dr Chmielewska-Szljajfer. Badaczka zarysowała dwa możliwe modele rozwojowe dla tej relacji. Obecnie dominujący model mediów „do bezradności” będzie konkurował z mediami „do sprawczości”. Pierwsza droga prowadzi do zaspokojenia indywidualnych potrzeb, bazuje na silnej aktywizacji emocjonalnej, a jednocześnie nie prowadzi do rozwoju postaw prospołecznych. Druga natomiast pomaga społeczeństwu w mobilizacji do zmiany, co widać było w trakcie arabskiej wiosny, protestów w Białorusi czy Strajku Kobiet w Polsce.

„Alternatywą dla regulacji medialnych ze strony wspólnoty jest dalsza dominacja rynku, technosolucjonizm i kontrola polityczna” – ostrzegała socjolożka.

Dyskusja

Uczestnicy spotkania próbowali zmierzyć się z pytaniem o definicję i funkcję mediów. Zauważyli m.in. napięcie między ich odpowiedzialnością wobec wspólnoty i misją publiczną a presją komercyjną i polityczną. Różne naciski



na dziennikarzy odbiły się w sprawie Krzysztofa Skórzyńskiego, który został odsunięty od tematów politycznych przez TVN po ujawnieniu niejasnych kontaktów z ministrem Michałem Dworczykiem. Złożoność relacji między dziennikarzami, politykami, światem biznesu i społeczeństwem wymaga uważnej analizy.

Media wpływają na ludzi także na poziomie psychologicznym i neurologicznym – zwrócił uwagę jeden z uczestników. Na dziecięcych oddziałach psychiatrycznych znajdują się osoby tak uzależnione od smartfonów i mediów cyfrowych, że muszą być do nich podłączone niemal non stop. Na ten temat wypowiedziała się m.in. ONZ w rezolucji na temat zagrożeń cyfrowych dla dzieci i młodzieży. Ludzie coraz częściej mają potrzebę bycia zanurzonym w świecie informacji, co nie znaczy, że świadomie z nich korzystają. Być może trzeba będzie w pewnym momencie podjąć decyzję o samoograniczeniu się w produkcji nośników cyfrowych i używaniu mediów. Na tym nie kończy się jednak wpływ na zdrowie ludzi, bo dotyczy on także objawów fizjologicznych, jak również oddziałuje na nasze relacje.

Media mogą budować podmiotowość ludzi na poziomie indywidualnym i społecznym, jednak wymaga to świadomości misji publicznej i odpowiedzialności wobec obywateli. Model ten realizują zwłaszcza niektóre media lokalne, które korzystają z dziennikarstwa obywatelskiego. Warto przyjrzeć się przykładom takich tytułów w Polsce i zagranicą, by sprawdzić, co z ich doświadczenia da się przełożyć na szeroką skalę. Kolejny głos wyrażał oczekiwanie od mediów, by kształtowały świadomość interesów klasowych swoich odbiorców. Pojawiła się także uwaga o wpływie mediów na politykę przez promowanie polityków budzących najsilniejsze emocje. Często efektem ubocznym jest ignorowanie polityczek i polityków, którzy prowadzą bardziej merytoryczną debatę, istotną z perspektywy interesów wyborców.



3 **ADAM BODNAR** **Prawne ramy ładu medialnego**

Adam Bodnar rozpoczął wystąpienie od przywołania myśli swojego mentora, prof. Mirosława Wyrzykowskiego: „gdy mówimy o prawie, to zawsze należy zacząć od Konstytucji”. Wśród kluczowych zasad ustrojowych wymienił art. 14 Konstytucji, który mówi o zobowiązaniu Rzeczypospolitej do zapewnienia wolności prasy i środków społecznego przekazu, art. 54, poświęcony wolności słowa oraz preambułę: „mamy być pomni gorzkich doświadczeń z czasów, kiedy prawa i wolności były łamane”. Ustrojową wagę ma też Europejska Konwencja Praw Człowieka i bogate orzecznictwo Europejskiego Trybunału Praw Człowieka. „Warto być świadomym, że uczestnicy debaty publicznej w Polsce od prawa do lewa korzystali z orzecznictwa ETPCz. Nie jest to więc w żadnym stopniu instytucja o zabarwieniu ideologicznym” – dowodził były rzecznik praw obywatelskich.

„Moim zdaniem należy trzymać się konstytucyjnych ram ładu medialnego, wzmocnionych przez orzecznictwo europejskiego trybunału” – zadeklarował Bodnar. Jednocześnie dodał, że „ten ład został przez ostatnie dekady wypaczony. W kontekście zawłaszczania mediów przez kolejne władze, a zwłaszcza po 2015 r., nasze zasady ustrojowe brzmią jak ponury żart. Ale to nie znaczy, że należy z nich rezygnować”. Dziekan Wydziału Prawa Uniwersytetu SWPS uważa, że choć presja polityczna na media w III RP zawsze była problemem, to nie można stawiać znaku równości między sytuacją przed 2015 r. a tą po objęciu władzy przez Zjednoczoną Prawicę. Powołał się w tej opinii na raporty niezależnych organizacji i własne doświadczenia.

W odpowiedzi na rosnącą presję polityczną Adam Bodnar postuluje przyjęcie zasady, że państwo i spółki skarbu państwa nie powinny być w ogóle właścicielem mediów, z wyjątkiem mediów publicznych. „Należy w związku z tym uznać, że art. 54 Konstytucji dotyczy jedynie podmiotów prywatnych. Nie zaliczają się do nich jednostki samorządu terytorialnego, je również należy uznać za organy władzy publicznej, a więc wyłączyć z prawa do posiadania mediów”.

„Nie zgadzam się z postulatami likwidacji mediów publicznych. Należy je zachować, aby realizowały misję publiczną. Można to robić przez rezygnację z reklam i oparcie ich finansowania wyłącznie o abonament i dotacje pań-



ADAM BODNAR

stwowe, ale przede wszystkim należy ustanowić nad nimi silną kontrolę społeczną” – uważa Bodnar. Choć nie da się uspołecznic kontroli nad mediami publicznymi zupełnie bez polityków, to za pomocą mechanizmów rad programowych i nadzorczych, przy udziale organizacji pozarządowych, da się je przekazać w ręce społeczeństwa obywatelskiego, samorządów zawodowych czy uniwersytetów. „Uważam, że nie możemy dziś jako społeczeństwo obywatelskie pozwolić, by ktokolwiek, kto przejmie władzę w Polsce po Zjednoczonej Prawicy, podporządkował sobie media publiczne” – mówił laureat Medalu Wolności Słowa.

Jako kolejny krok w naprawie ładu medialnego wymienił przywrócenie konstytucyjnej roli Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, co zajmie czas ze względu na kadencyjność członków Rady. Szybko można jednak rozwiązać Radę Mediów Narodowych, której kompetencje są niezgodne z Konstytucją, jak orzekł Trybunał Konstytucyjny w 2016 r. Władza do dziś ignoruje ten wyrok.

Według dziekana Wydziału Prawa Uniwersytetu SWPS należy też prawnie uregulować działania mediów audiowizualnych i cyfrowych przy jednoczesnej walce z dezinformacją. Na podstawie europejskiej legislacji Digital Services Act prawdopodobnie pojawi się organ regulacyjny w tej dziedzinie. „Należy zapewnić wsparcie dla modeli subskrypcyjnych. Można zastanowić się nad wdrożeniem do systemu podatkowego odpisu jednego procenta na rzecz mediów lub wprowadzenia ulg podatkowych za ich wspieranie” – uważa Adam Bodnar.

W procesie naprawy ładu medialnego należy również uwzględnić nowelizację kodeksu karnego. Chodzi przede wszystkim o usunięcie art 212 kk., czyli przestępstwa znieśławienia, a także art. 135 §2, tj. znieważenie prezydenta. W tym duchu należy również przemyśleć art. 196, dotyczący uczuć religijnych. „Należy odchodzić od kodeksu karnego w kierunku większej dostępności procesów cywilnych” – przekonywał Bodnar.

„Jako ostatni filar reformy należy stworzyć dobry, powszechny system edukacji medialnej. Bez tego obywatele nie będą potrafili korzystać z narzędzi medialnych. Wzorem może być dla nas Finlandia” – mówił prelegent. Dodał na koniec, że należy rozliczyć także konkretnych dziennikarzy, którzy przyczynili się do zawłaszczenia mediów przez koalicję



ADAM BODNAR

rządzącą, trzeba w tym jednak unikać stosowania odpowiedzialności zbiorowej. „Liczę na to, że zmiana władzy politycznej odbędzie się na zasadzie samoograniczenia się” – wyraził nadzieję mówca.

Dyskusja

Uczestnicy zwrócili uwagę na problem związany z nadużywaniem umów śmieciowych i wypychaniem na samozatrudnienie dziennikarzy, co – szczególnie u kobiet – wzmacnia prekaryjność ich pracy, a dodatkowo ułatwia przełożonym wywieranie nacisku na swoich pracownikach. Dodatkowo adresy takich dziennikarzy są ogólnodostępne w rejestrach działalności gospodarczych. Problem ten łączy się także z niskim uzwiązkowaniem dziennikarzy. Padło pytanie o to, jak prawnie można wzmocnić zawód dziennikarza, by nadać mu większy prestiż w stosunku do celebrytów i innych osób, które nie stosując standardów dziennikarskich, wpływają na opinię publiczną. Należy rozliczać celebrytów z publikowanych treści.

W dyskusji pojawiły się również wątpliwości co do tego, czy kolejna ekipa rządząca nie będzie chciała zawłaszczyć mediów dla siebie. Zmiana polityczna umożliwi jednak szybką zmianę prokuratora generalnego, a zatem również skuteczniejsze ściganie przestępstw z nienawiści, co z kolei wzmocni także dziennikarzy, którzy od lat opisują te nadużycia. Przypomniano także o pomysłach na finansowanie mediów publicznych z funduszu misji publicznej.

Podkreślano istotność wzmocnienia społecznej kontroli mediów publicznych. Może to odbywać się na zasadzie losowania członków takiej instytucji kontrolnej, na wprowadzeniu mianowania członków przez organizacje pozarządowe, samorządowe, związki zawodowe czy zrzeszenia przedsiębiorców. Pojawił się też postulat rozdzielenia kadencji członków KRRiT tak, by rozłożyć powoływanie ich w czasie. Należy także zadbać o reprezentację młodego pokolenia w procesie społecznej kontroli mediów publicznych.



4 Praca grupowa i dyskusja plenarna

1. Uczestniczki i uczestnicy wskazali inicjatywy, instytucje i przykłady inicjatyw, które warto zbadać w ramach dalszych prac projektu Oczyszczalnia 21/22. Zaproponowali:

- odwołanie się do postulatów Obywatelskiego Paktu na Rzecz Mediów Publicznych z 2016 r.
- analizę mediów lokalnych, które pozytywnie i negatywnie realizują interes publiczny;
- przygotowanie studium przypadku sprawdzonych mediów obywatelskich;
- przeanalizowanie pomysłów regulacyjnych mediów cyfrowych, takich jak Digital Services Act;
- przygotowanie kodeksu dobrych praktyk medialnych;
- przyjrzenie się łaadowi medialnemu w krajach, w których istnieje duże zaufanie do mediów;
- wskazanie sposobów na realizację misji publicznej mediom przez zmniejszenie presji komercyjnej, warto rozważyć np. regulacje rynku reklamowego i określenie kryteriów sukcesu medialnego odmiennych niż wyniki klikalności czy sprzedaży;
- odwołanie się do rozwiązań prawnych z innych krajów w zakresie ochrony dziennikarzy i przeciwdziałania dezinformacji.

2. Rozwinęliśmy także temat relacji mediów do wspólnoty. Media, które wychowują obywateli „do aktywności, a nie bierności”, potrafią odwołać się do bieżących doświadczeń ludzi. Wymagają więc od dziennikarzy życia podobnego do odbiorców swoich treści. Treści informacyjne powinny być zatem zarówno zrozumiałe dla odbiorców, jak i uwzględniać ich wiedzę i wrażliwość. Ład medialny powinien opierać się na wartościach i potrafić je komunikować – w tym sensie aksjologia i etyka mają podstawowe znaczenie w projektach, które mają ambicję, by się nim zająć. Media, zwłaszcza publiczne, powinny świadomie postugiwać się *broadcastingiem* i *narrowcastingiem*, czyli balansowaniem między przekazem do dużej części społeczeństwa z nadawaniem treści sprecyzowanych pod dane



grupy społeczne. Chodzi o to, by media z jednej strony nie ogłupiały swoich odbiorców, ale też nie starały się im narzucić elitarnego przekazu.

3. Powiązaliśmy także wątki lokalne z globalnymi. Padł postulat utworzenia encyklopedii globalnych i lokalnych połączeń medialnych. Ponieważ media cyfrowe przekładają się na nasze zdolności poznawcze i mają wpływ na najbliższe relacje społeczne, to ich świadome użytkowanie wymaga nie tylko indywidualnej samoświadomości, ale też wdrażania rozwiązań globalnych. W tym temacie dobrze widać, jak lokalne łączy się z globalnym.

4. Istotnym elementem rozmowy były różnice międzypokoleniowe w sposobie użytkowania mediów. Młodsze pokolenie nie tylko inaczej używa mediów, ale także korzysta z innych mediów. Należy to uwzględnić w pomysłach na nowy ład medialny. Zadaniem dla wszystkich jego podmiotów, a szczególnie tych publicznych, powinno być docieranie do wszystkich grup społecznych z tymi samymi treściami w sposób dostosowany do ich sposobu życia i możliwości poznawczych. Nowe technologie mogą być w tym sprzymierzeńcami. Nie można przy tym wykluczać starszego pokolenia, które ze względu na pandemię rozwinęło swoje kompetencje cyfrowe.

5. Ważnym tematem była edukacja medialna. Powinna ona być wielowymiarowa i skierowana do każdego pokolenia, ponieważ każdy mierzy się z innymi problemami w tym temacie. Należy promować zdrowe użytkowanie mediów cyfrowych, przeciwdziałać dezinformacji, używać nowych mediów – także takich jak Discord czy Twitch – w edukacji szkolnej. Należy przy tym wziąć pod uwagę, że edukacja medialna powinna być tylko jednym z elementów nowego kształtu systemu edukacji.

6. Dużo czasu poświęciliśmy rozmowie o oczyszczeniu mediów publicznych po rządach Zjednoczonej Prawicy. Pojawiły się pomysły audytu moralnego, organizacyjnego i spisania najbardziej niebezpiecznych praktyk propagandowych. Padły pytania o to, jak można weryfikować na bieżąco spełnianie misji publicznej przez media. W odpowiedzi padła



PRACA GRUPOWA I DYSKUSJA PLENARNA

propozycja, by poruszać się po krawędziach trójkąta pojęć: oglądalność, jakość, misja publiczna. Polska ma doświadczenie w oczyszczaniu środowisk dziennikarskich z propagandy, możemy się więc do nich odwołać. Wyzwaniem po zmianie władzy będzie wyznaczenie linii, wzdłuż której dokonywać będą się rozliczenia personalne za uczyńnię z mediów publicznych folwarku. W tym kontekście trzeba też w przyszłości wybrać najwłaściwszy model uspołecznienia kontroli nad mediami.

Opr. Bartosz Bartosik



**OCZYSZ-
CZALNIA**

**LABORA
+ORIUM**

IZETA