

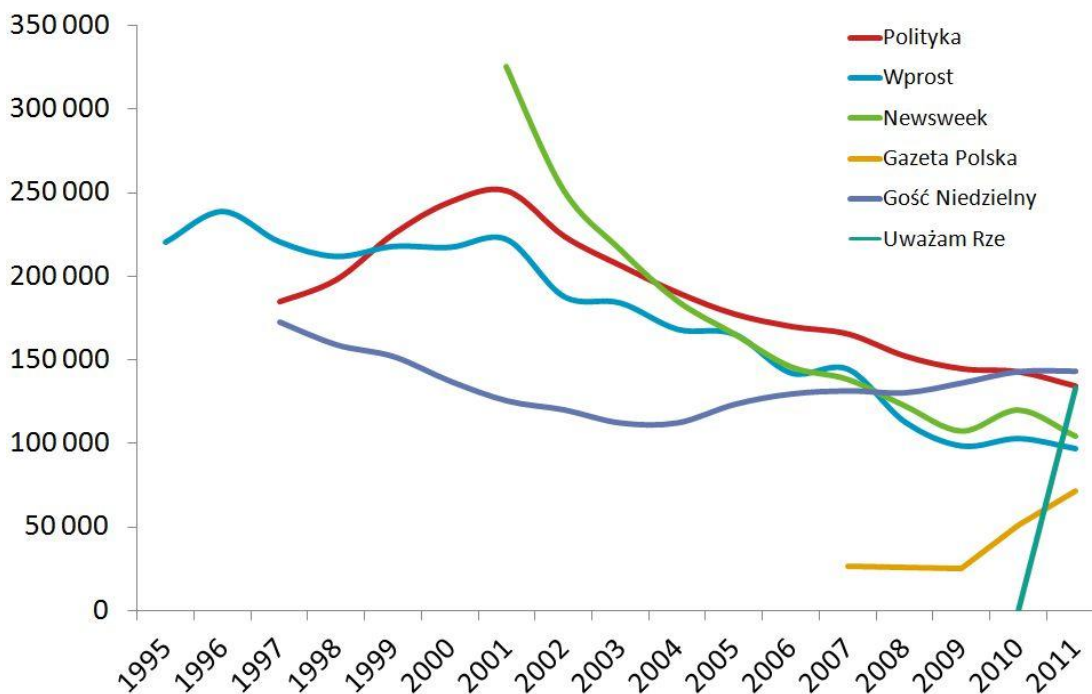
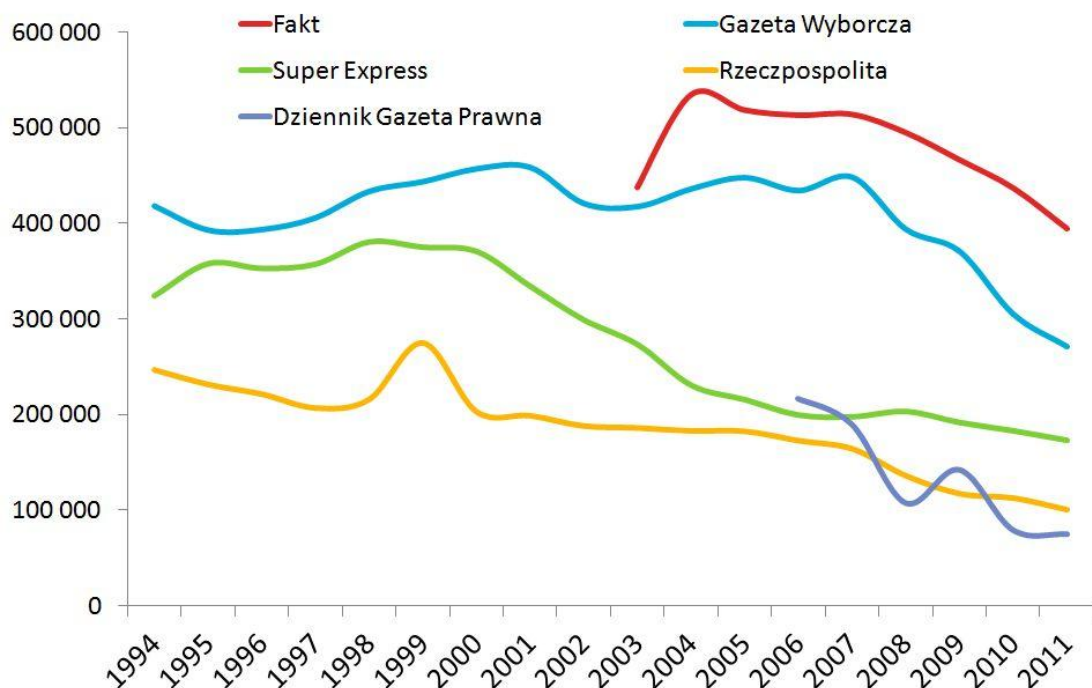
## Internet, prasa i rząd dusz?

Autor: **Karol Pogorzelski**

Na naszych oczach trwa rewolucja w społecznej komunikacji. Dotychczas dominujące środki masowego przekazu: prasa, radio i telewizja odchodzą w niebyt a zamiast nich od pewnego czasu króluje internet. Wielu przywita tę informację wzruszeniem ramion, sądząc że prymat tego medium jest już od dłuższego czasu oczywisty, ale wbrew pozorom internetowa rewolucja nie uległa jeszcze zakończeniu. Dostarczanie treści informacyjnych i rozrywkowych odbywa się wciąż za pośrednictwem tradycyjnych mediów. Wygląda to mniej więcej tak. Najpierw jakiś dziennikarz, reporter bądź korespondent otrzymuje informację o nowym wydarzeniu. Kontaktuje się z redakcją, zyskuje akceptację (bądź nie) a następnie przygotowuje materiał: weryfikuje informację, uzupełnia ją, dzwoni do zaprzyjaźnionych ekspertów z prośbą o komentarz itp. Gotowy materiał upubliczniany jest w mediach. Dopiero wtedy zaczyna się jego drugie życie w internecie, gdzie jest powielany, przerabiany i komentowany na tysiącach stron i blogów. Co prawda internet stanowi obecnie najważniejsze medium dystrybucji treści, ale jej tworzenie wciąż jeszcze znajduje się w gestii tradycyjnych redakcji prasowych, telewizyjnych i radiowych. Najlepiej świadczy o tym fakt, że nie sposób wymienić żadnego rzeczywiście ważnego i opiniotwórczego medium z własną siatką dziennikarzy i korespondentów, które obecne byłoby wyłącznie w internecie.

Model ten powoli ulega jednak zmianie. Ludzie coraz mniej czasu spędzają przed telewizorem i coraz rzadziej kupują papierową prasę. Za jakiś czas oba rodzaje mediów nie będą w stanie się utrzymać. Wystarczy spojrzeć chociażby na systematycznie malejącą sprzedaż praktycznie wszystkich polskich dzienników. Począwszy od 2007 r. najbardziej opiniotwórcze tytuły: „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita” i „Dziennik Gazeta Prawna” tracą ponad 10 proc. czytelników rocznie. Kiedy ich nakład spadnie poniżej 50-70 tys. sprzedanych egzemplarzy, co nastąpi najpóźniej do 2020 r., zostaną one zamknięte. Jeszcze przez jakiś czas ukazywać się będą tabloidy, ale i one niedługo potem zamkną swoje podwoje.

## Sprzedaż najważniejszych gazet i czasopism w Polsce w latach 1994-2011



Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy: <http://www.zkdp.pl/>

Podobny trend można zaobserwować na rynku tygodników opiniotwórczych. Jeszcze 10 lat temu najważniejsze z nich: „Newsweek”, „Wprost” i „Polityka” sprzedawały się w nakładzie ponad 200 tysięcy egzemplarzy. Obecnie nabywców znajduje niewiele ponad 100 tys. Na tym tle

ciekawie przedstawiają się wyniki czasopism kojarzonych z prawicą. Od ponad roku najczęściej kupowanym tygodnikiem nie jest już lewicowa „Polityka”, ale klerykalny „Gość Niedzielny”. Drugie miejsce zajmuje nie mniej prawicowe „Uważam Rze”. Wyjątkową popularnością cieszy się również wyrosła na kanwie tragedii smoleńskiej „Gazeta Polska”. Wygląda na to, że sympatie polityczne Polaków, przynajmniej tych, którzy aktywnie czytają prasę, przesunęły się wyraźnie w prawo. Co ciekawe, publicyści i czytelnicy tych czasopism od dłuższego czasu lansują tezę, że prawicowe poglądy są dyskryminowane, deprecjonowane i tępione na zdominowanym przez lewicę rynku medialnym w Polsce. Wydaje się, że owo prześladowanie wychodzi im raczej na dobre. Niezależnie od tego nie należy się spodziewać, że nastąpi jakikolwiek renesans drukowanej prasy. Czasopisma prawicowe prędzej czy później czeka taki sam los, jak i ich (centro)lewicowych konkurentów.

Przyszłość mediów to informacja tworzona i rozpowszechniana wyłącznie za pośrednictwem internetu. Co to w praktyce oznacza? Przed wszystkim ogromne rozproszenie źródeł informacji i komentarzy. Obecnie dominujący głos ma zaledwie kilka dużych redakcji prasowych i telewizyjnych: „Gazety Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Gazety Polskiej”, „Polityki”, „Wprost”, TVN-u i może kilku innych. Wynika to stąd, że tradycyjne media są kosztowne i potrzebny jest duży efekt skali, aby mogły się utrzymać. Natomiast dystrybucja przez internet prawie nic nie kosztuje. Dlatego źródeł informacji: blogów, platform i serwisów informacyjnych może być w nim znacznie więcej. Dotychczasowi wydawcy postrzegają to jako zagrożenie. W ostatnim numerze „Polityki” Piotr Stasiak (redaktor naczelny Polityka.pl) ubolewa, że triumf internetu pociągnął za sobą spadek jakości dziennikarstwa:

*Gazeta z zasady sprzedawana jest jako paczka wybranych artykułów, gdzie teksty bardziej przykuwające uwagę niejako subsydują te mniej medialne, choć równie ciekawe i ważne. W Internecie ta paczka się rozsypała, a reguły masowego rynku informacji, gdzie rozrywka, skandal i plotka przyciągają miliony odbiorców — stały się niezwykle brutalne dla redakcji stawiających na wartościową informację, dogłębną analizę, trudniejsze tematy.*

W podobnym duchu wypowiada się Jacek Żakowski w opublikowanym niedawno filmie dokumentalnym *Blogersi* (<http://www.blogersi.com.pl>):

*Moim zdaniem blog to w sensie jakościowym regres, w sensie wolnościowym postęp. Taka redakcja jak „Polityka” na przykład to jest rodzaj think-tanku, instytutu. Jak coś piszę, to obok siedzi prof. Władysław, Janina Paradowska... Bloger, który siedzi przy biurku, sam podejmuje decyzje i nikt go nie złapie za rękę i nie powie 'zastanów się, czy to na pewno jest słuszne'.(...) [Bloggerzy] są podejrzani o niekompetencję, nie są redagowani; często anonimowi, o nieustalonej tożsamości; nie wiemy, kto za nimi stoi; nie wiemy, kto ich stymuluje, jakie jest źródło ich informacji – czy to jest interes jakiejś firmy, czy oni naprawdę tak myślą, czy piszą, bo chcą zarobić..*

Jacek Żakowski słusznie zwraca uwagę na potrzebę krytycyzmu w odbiorze informacji. Nie wiedzieć jednak czemu uważa, że dotyczy to w większym stopniu blogów niż tradycyjnych mediów. Faktem jest, że pojedynczy bloger jest mniej wiarygodny niż cała redakcja prasowa, ale jeśli komuś naprawdę zależy na zmanipulowaniu ważną informacją, to łatwiej mu będzie wpłynąć na kilka zcentralizowanych redakcji prasowych bądź telewizyjnych niż na mrowie rozproszonych blogerów. Internet oddaje głos niezliczonym, niezależnym źródłom informacji. Wśród nich znajdują się zarówno wiarygodne, jak i fałszywe, lewicowe i prawicowe, proekologiczne i denialistyczne, zrównoważone i ekstremistyczne. W tym natłoku treści wyzwaniem jest na pewno odpowiednia selekcja, którą każdy odbiorca musi przeprowadzić na własną rękę. Jednak wbrew obawom Piotra Stasiaka, jakość i wszechstronność informacji nie jest zagrożona.

Wręcz przeciwnie. Aby się utrzymać (pokryć ogromne koszty stałe), tradycyjne media potrzebują dużej liczby czytelników bądź widzów. W tym celu muszą zachowywać się trochę jak partie polityczne, czyli schlebiać gustom przeciętnego (medianowego) odbiorcy. Z jednej strony oznacza to, że nie mogą zejść poniżej pewnego poziomu wiarygodności ani przedstawiać skrajnych opinii i komentarzy, które działają odstraszająco. Z drugiej strony prezentowana przez nie informacja poddana jest wewnętrznej cenzurze, przez co okazuje się często nijaka, uboga i politycznie poprawna. Rozpowszechnienie internetu sprawiło, że

owa cenzura znikła a swoje miejsce znalazły informacje oraz komentarze dawniej niedostępne i często skrajne, zarówno z powodu swojej głupoty, jak i geniuszu. Czy ucierpi na tym jakość dziennikarstwa? Nie, ponieważ zapotrzebowanie na dobre dziennikarstwo i tzw. trudne tematy nie zmałało. Zmieniła się jedynie jego forma i sposób finansowania. Czas wielkich tytułów medialnych odchodzi w przeszłość a coraz większą rolę odgrywają mniejsze, niezależne środowiska intelektualne i artystyczne. Każde z nich znajduje swój własny sposób na istnienie i to często bez konieczności pójścia na dalekie kompromisy. Nie szukając daleko, jednym z takich środowisk jest Instytut Misesa. Także blogerzy sportretowani w przywołanym wcześniej filmie *Blogersi* potrafią związać koniec z końcem. Nie mówiąc już o tym, że i sam ten dokument, którego jakości nie można wiele zarzucić, został stworzony przez niezależnego producenta.

Na koniec warto zadać pytanie, kto w nowej rzeczywistości medialnej sprawuje lub będzie sprawował rząd dusz, a więc kontrolował poglądy i reakcje tłumów. Na pewno zanika opiniotwórcza rola dawnych wielkich redakcji prasowych i telewizyjnych. Wzrosła liczba źródeł informacji, przez co trudniej jest je kontrolować a w konsekwencji sprawować rząd dusz. Dawniej wystarczyło zdobyć jedną redakcję i zyskiwało się wpływ na setki tysięcy czytelników. Obecnie nie istnieje żadne takie centrum czwartej władzy. Trzeba więc stworzyć własne, co jest o wiele trudniejsze. Nie znaczy to jednak, że niebezpieczeństwo demagogii nie zanikło. Internet otworzył pole poglądom skrajnym, które pewnego dnia mogą o władzę umysłami tłumów. Na razie nic takiego jeszcze nie nastąpiło i jeżeli ktoś sprawuje rząd dusz, to raczej tzw. przeciętny odbiorca, który siedzi wygodnie w swoim fotelu i najbardziej interesuje go święty spokój. Zmierzch tradycyjnych mediów i triumf internetu otworzył jednak drogę nowym ideom ze wszystkimi szansami i zagrożeniami, jakie się z tym wiążą.