

KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI

ZAŁĄCZNIK

do

**Sprawozdania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
z rocznego okresu działalności**

MATERIAŁY Z KONFERENCJI KRRiT

A. Kultura narodowa a media audiowizualne

B. Media audiowizualne w zwierciadle społecznym

WARSZAWA, *marzec 1999 r.*

KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI

ZAŁĄCZNIK

do

**Sprawozdania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
z rocznego okresu działalności**

KULTURA NARODOWA A MEDIA AUDIOWIZUALNE

**Material z konferencji
na Zamku Królewskim w Warszawie
27 listopada 1998 roku**

WARSZAWA, *marzec 1999 r.*

SPIS TREŚCI:

Bolesław Sulik <i>Otwarcie konferencji</i>	3
Jan Szafranec	4
Premier Rzeczypospolitej Polskiej prof. Jerzy Buzek	5
Minister Kultury i Sztuki Joanna Wnuk-Nazarowa	7
Ryszard Kaczorowski <i>Polska kultura i tradycja narodowa – depozyt pokoleń</i>	10
Ks. Wiesław Al. Niewęglowski <i>Dziedzictwo kulturowe w rozumieniu Jana Pawła II a rzeczywistość medialna</i>	14
Prof. dr hab. Jerzy Andrzej Wojtczak <i>Korzenie literatury polskiej a łacińska kultura Europy</i>	22
Marek Jurek <i>Kultura masowa i przekaz tradycji</i>	26
Gustaw Holoubek <i>Teatr telewizji a działalność kulturotwórcza mediów</i>	31
Prof. dr hab. Edmund Wnuk-Lipiński <i>Funkcje mediów wizualnych wobec kultury narodowej</i>	34
Andrzej Wajda <i>Telewizja publiczna – to jest czyja ?</i>	39
Prof. dr hab. Jerzy Bralczyk <i>Media: modelowanie języka</i>	45
DYSKUSJA	51
Kultura polska - obowiązki i zadania mediów u progu nowego stulecia.....	51
Bolesław Sulik.....	51
Robert Kwiatkowski.....	52
Jacek Weiss	54
Bolesław Sulik.....	56
Janina Jankowska	57
Magdalena Bajer.....	59
Rafał Skapski.....	60
Bolesław Sulik.....	63

Dr Zbigniew Wawer	64
geniusz Małkowski.....	64
Eu Witold Knychalski	66
Głosy złożone do protokołu	
Janusz Korwin-Mikke: Ad astra-czy przyziemnie?	67
Bolesław Trafny: Kultura polska - obowiązki i zadania mediów u progu nowego stulecia.....	69
Jan Majdrowicz: Stanowisko Związku Polskich Autorów i Kompozytorów ZAKR	70

Bolesław Sulik

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

OTWARCIE KONFERENCJI

Witam Pana Premiera i wszystkich znakomitych Gości dzisiejszej konferencji.

Nieprzypadkowo spotykamy się w Zamku Królewskim. Rozmawiać dziś bowiem będziemy o najcenniejszym dziedzictwie, jakie mamy – o kulturze narodowej. Jak jej bronić, jak ją kultywować, jak przedstawiać w mediach dla dobra nas wszystkich, jak chronić przed obcymi wpływami i w jaki sposób pomagać?

Jest to ustawowy obowiązek radiofonii i telewizji, a także jeden z najważniejszych tematów publicznej debaty.

Podejmujemy go w ramach cyklu konferencji Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, przygotowywanych przez pana senatora Jana Szafrąca, który jako inicjator i projektodawca jest gospodarzem naszych obrad.

Dr Jan Szafraniec

Członek KRRiT, Przewodniczący konferencji

Jako pomysłodawcy i inicjatorowi dzisiejszej konferencji przypada mi zaszczyt powitania Państwa na dzisiejszym spotkaniu w salach Królewskiego Zamku w Warszawie.

Tutaj, w tym miejscu popatrzymy wszyscy w oczy narodowej kulturze i zorientujemy się, czy zajmuje ona centralne miejsce w wymiarze audiowizualnym, czy też stanowi wyłącznie jej tło? Czy jej obraz, wywodzący się z tysiącletniej tradycji łacińskiej i pieczołowicie utrwalany w mentalności narodowej zachowuje swój wizerunek, czy też rozplywa się we mgłę obcych prądów? Czy próby tworzenia zrębu tzw. europejskiej kultury zdołają uchronić nasze zwyczaje, obyczaje, tradycję, historię?

Myślę, że na te i inne pytania odpowiedzą nam referaty znakomitych gości. Sądzę, że wypowiedziane na tej sali refleksje i dyskusje uświadomią nam wszystkim ten problem i być może wskażą kierunek działań, rozwiązań i priorytetów.

Pragnę gorąco powitać premiera Rządu Rzeczypospolitej Polskiej pana profesora Jerzego Buzka i podziękować mu za honorowy patronat nad dzisiejszym spotkaniem ludzi mediów i kultury.

Witam serdecznie minister kultury i sztuki panią Joannę Wnuk-Nazarową i dziękuję jej za współudział resortu w organizacji tego forum.

Witam także przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji pana Bolesława Sulika, który utwierdził mnie w celowości tej inicjatywy.

Witam wreszcie wszystkich Państwa, a zwłaszcza tych, którzy przyjechali do nas z odległych stron Polski i zaszczytili nas swoją obecnością na dzisiejszym spotkaniu.

Proszę pana Premiera o inaugurację dzisiejszego spotkania.

Premier Rzeczypospolitej Polskiej prof. Jerzy Buzek

Honorowy patron konferencji

Doceniając wagę tematu, który nas tu dziś zgromadził, objąłem honorowy patronat nad konferencją „Kultura narodowa a media audiowizualne”.

Chciałbym wyrazić moje podziękowanie organizatorom za niezwykle cenną inicjatywę, jaką jest dzisiejsza konferencja.

Dziedzictwo kultury - to sprawa nie tylko przeszłości narodu, ale przede wszystkim jego przyszłości - jego rozwoju i tożsamości. Przekazanie depozytu kultury następnym pokoleniom Polaków jest naszym wielkim, wspólnym zadaniem. Zadanie, przed którym stoimy u progu nowego tysiąclecia, wymaga od nas konsolidacji wysiłków, a być może odważnego sięgnięcia po nowe środki.

Zagadnienia postawione przez organizatorów dzisiejszej konferencji, pytania o współczesny wymiar naszej tradycji narodowej, są bardzo aktualne. Naród bez kultury nie może żyć, nie może się rozwijać - powtarzał nam Jan Paweł II. Kultura polska musi być otwarta na nowe doświadczenia, nie możemy zasklepić się w utartych wzorach; zarazem jednak gdybyśmy zmarnowali dorobek naszych poprzednich pokoleń, potraktowali go tylko jako szacowny zabytek, ciężko okaleczylibyśmy siebie i pokolenia, które przyjdą po nas.

Instrumentem, który może ułatwić nam czerpanie z bogactwa tradycji, który w tym sensie pozwala nam zrozumieć samych siebie, są media audiowizualne, codzienny towarzysz kilkudziesięciu milionów Polaków. Od jakości nadawanych przez nich programów, od wrażliwości etycznej i estetycznej ich kreatorów zależy w dużej - być może w decydującej - mierze przesłanie kultury masowej. Od jej oblicza zależy zaś kondycja kultury narodowej, w tym zachowanie jej ciągłości.

Szczególnie ważnym mecenasem kultury stały się wolne media, dysponujące dużymi środkami finansowymi i skutecznymi sposobami promocji dóbr kultury.

Warto zaznaczyć, że w obrębie ich zainteresowań znajdują się zarówno zjawiska z zakresu tzw. kultury wysokiej, jak i kultury masowej; komercja nie musi koniecznie oznaczać rezygnacji ze sztuki w pełnym tego słowa znaczeniu.

Zgodnie z logiką wolnych, demokratycznych społeczeństw rośnie znaczenie podmiotów społecznych, prywatnych, a przede wszystkim samorządu terytorialnego. Także w delikatnej materii telewizji publicznej i radia publicznego rząd dzieli odpowiedzialność za ład medialny oraz za równe szanse różnych podmiotów z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. Ta odpowiedzialność wyraża się w zdolności kreowania wspólnej polityki państwa w tej dziedzinie.

Rząd nie jest i nie chce być ani recenzentem, ani konkurentem tych przedsięwzięć, charakterystycznych dla wolnego społeczeństwa. Przeciwnie, jest ich sojusznikiem, może w miarę sił i potrzeb pomagać - a nigdy nie przeszkadzać. Powinien jednak dbać o to, by treści ważne dla podtrzymania ciągłości kultury polskiej i dla rozwoju naszej wspólnoty

narodowej były w mediach obecne. Jeśli sytuacja tego wymaga, aktywnie reagować, zgodnie z zasadą pomocniczości państwa.

Władza państwowa jest tylko jednym z podmiotów mających wpływ na rzeczywistość kulturalną współczesnej Polski. Jest to wpływ umiarkowany, jeśli chodzi o bezpośrednie oddziaływanie na instytucje kultury.

Właśnie państwo, które nie jest przedsiębiorstwem działającym dla zysku, lecz wspólnotą, Rzeczpospolitą, ma szansę w specyficzny i długofalowy sposób oddziaływać na rozwój kultury. Nie jest i nie będzie głównym podmiotem, ale może aktywnie uzupełniać działania instytucji samorządowych i prywatnych. W tej specyficznej roli państwa nic nie zastąpi.

Mam nadzieję, że dzisiejsza konferencja pomoże nam w udzieleniu odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób instytucje rządowe powinny już dziś zintensyfikować swoje działania na polu kultury masowej, szczególnie w trakcie realizacji reformy administracyjnej.

Joanna Wnuk-Nazarowa
Minister Kultury i Sztuki

Z wielką przyjemnością uczestniczę w konferencji „Kultura narodowa a media audiowizualne”, zorganizowanej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Ministerstwo Kultury i Sztuki pod honorowym patronatem Prezesa Rady Ministrów Rzeczypospolitej Polskiej.

Temat konferencji jest wyjątkowo aktualny, interesujący i ważny. Wszyscy wiemy, jaki wpływ wywierają media audiowizualne na kształtowanie opinii publicznej. Jak duża jest kulturotwórcza rola telewizji i radia. I jak wielka jest związana z tym odpowiedzialność ciążąca na twórcach związanych z mediami. I na zarządzających mediami instytucjach kultury narodowej. W ich liczbie jest również Ministerstwo Kultury i Sztuki.

Chcę zapewnić Państwa, że Ministerstwo, którym mam zaszczyt kierować, świadome jest roli i znaczenia mediów dla kształtowania właściwej polityki kulturalnej Polski. Polskie Radio i Telewizja liczyć mogą na wszechstronną pomoc z naszej strony. Służyć temu mają przygotowania do podpisania umowy o współpracy z Polskim Radiem.

Pragniemy uczestniczyć we współtworzeniu programów i audycji służących uwydatnieniu roli kultury w życiu obywateli naszego państwa.

„Obce rzeczy widzieć dobrze jest, swoje – obowiązek” – warto chyba przypomnieć tę dawną prawdę.

Nie zapominając o szerokiej prezentacji kultury światowej, do podstawowych swych zadań media powinny zaliczać upowszechnianie i ochronę polskiej tradycji kulturalnej, opartej na zasadach cywilizacji chrześcijańskiej.

Pragniemy, by media audiowizualne prezentowały całe spektrum kultury polskiej od Maurycego Mochnackiego po Feliksa Koniecznego, od Katarzyny Kobro po Józefa Chelmońskiego, od Włodzimierza Kotońskiego po Mikołaja Góreckiego. By kształtowały wrażliwość, zwłaszcza młodych widzów i słuchaczy na dobro, piękno i prawdę, które odnaleźć można w dziełach najwybitniejszych twórców kultury polskiej.

Dobra kultury i sztuki wyraźnie odróżnić należy od oświaty i rozrywki.

Nie chcemy, by przesłanie pop-kultury było jedynym, jakie otrzymują młodzi Polacy. Powinni być dumni z „dziedzictwa, któremu na imię Polska”. Lecz by tak się stało, muszą je najpierw poznać. Kulturotwórcza rola środków przekazu nie może być przez nie same lekceważona!

Jestem pewna, że to przekonanie podziela zdecydowana większość ludzi mediów. Ludzi, którym należy stwarzać jak najlepsze warunki i możliwości pracy. Pracy służącej realizacji zadań Telewizji Polskiej i Polskiego Radia wynikających z ustawy o radiofonii i telewizji, polegających zwłaszcza na udostępnianiu dóbr kultury i sztuki.

Ministerstwo Kultury i Sztuki chce zaś realizować swoje obowiązki w zakresie ochrony dziedzictwa kulturowego, edukacji kulturalnej i promocji twórczości. By tak się stało, chce liczyć na Państwa życzliwość i współpracę.

Ryszard Kaczorowski

b. Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej rezydujący w Londynie

POLSKA KULTURA I TRADYCJA NARODOWA – DEPOZYT POKOLEŃ

Temat „Polska kultura i tradycja narodowa – depozyt pokoleń” jest obszernym zagadnieniem wymagającym głębokich studiów i badań wielu dziedzin życia społecznego.

Chciałbym skoncentrować się więc na pewnym wąskim, lecz istotnym aspekcie tego problemu i przedstawić zarys wkładu kulturalnego i moralnego w trudne dzieło podtrzymywania ducha narodowego, jaki wniosła w życie Kraju polska emigracja niepodległościowa w Wielkiej Brytanii.

Aby naród miał trwać, musi pamiętać o swoich dziejowych dokonaniach. Szczególnie w chwilach najcięższych, kiedy obca przemoc zagraża wolności i niepodległości. W mrocznych latach komunistycznego panowania w Polsce organizacje społeczne i naukowe na emigracji pielegnowały i chroniły prawdę o przeszłości. Prawdę o historii naszego kraju przeciwstawiły kłamstwu peerelowskiej nauki i propagandy. Były ważnym strażnikiem narodowego etosu. Przypominały o wysiłku i ofierze żołnierzy polskich, którzy – choć na obcej ziemi, zdradzeni przez sojuszników – wiernie służyli Ojczyźnie. Wspierały starania Rządu Rzeczypospolitej Polskiej i polityków na Obczyźnie w ich walce o Polskę, suwerenną i demokratyczną.

Szczególnie dramatyczna sytuacja zaistniała po cofnięciu – w lipcu 1945 roku – uznania legalnemu rządowi Rzeczypospolitej Polskiej przez Wielką Brytanię i inne państwa zachodnie. W czasie gdy rząd i społeczeństwo brytyjskie świętowały zwycięstwo nad Niemcami i pragnęły utrzymania bliskich stosunków ze Związkiem Sowieckim, Wojsko Polskie, liczne i owiane sławą wojenną, stawało się czynnikiem wysoce niewygodnym. Władze brytyjskie rozpoczęły wysiłki dla możliwie pełnego i szybkiego „repatriowania” niedawnych sojuszników do Kraju.

Polskie sfery polityczne i wojskowe właściwie zinterpretowały rozwój wydarzeń. Nie godząc się na narzucony Ojczyźnie dyktat, musiały zadbać o los podległego sobie wojska. Decyzja pozostania na emigracji dziesiątków tysięcy żołnierzy i cywilów wymagała zapewnienia im warunków do godnego życia. Było to zadanie niezwykle trudne, jednak rzesze kombatanckie podjęły je z całą świadomością, by z emigracji kontynuować walkę o odzyskanie utraconej suwerenności. To była nadzwyczaj trudna decyzja. Wielu pozostawiło w Kraju najbliższe rodziny, wielu już nigdy miało nie zobaczyć rodzinnych miast i wsi, ale dzięki tej właśnie decyzji, przez dziesięciolecia mogła emigracja pełnym głosem upominać się o niezbywalne prawa Polski i Polaków.

Kontynuowanie walki o niepodległość Polski, o jej suwerenność i ochronę tradycji oraz dorobku kulturalnego naszego narodu wymagało wspólnego, zorganizowanego wysiłku. Dlatego już latem 1945 roku zrodziła się myśl powołania organizacji społecznych, kulturalnych i naukowych dla żołnierzy polskich i ich rodzin pozostających na Zachodzie. Już wtedy planowano powiększyć ich zakres pracy o działania na rzecz Kraju, prowadzone później w sposób dostosowany do sytuacji politycznej.

Temat pomocy moralnej i kulturalnej jest z jednej strony trudny do określenia, z drugiej zaś obejmuje całokształt działań kulturowych emigracji. Tak więc do pomocy kulturalnej trzeba zaliczyć: działalność organizacji naukowych, literaturę i teatr emigracyjny oraz prasę, przez długie lata ofiarnie przemycaną do Kraju przez odwiedzających go emigrantów czy też przez przyjeżdżających z Polski gości – prasę regularnie demaskującą „zniewalanie umysłów” przez panujący w Kraju reżim, a także przynoszącą wiadomości pokrzepiające, z przebłyskami nadziei na lepszą przyszłość.

Aspekt „pomocy moralnej” jest – ze wszelkiego rodzaju pomocy – najtrudniejszy do zdefiniowania, sklasyfikowania i oceny. Trudno jest mieć pewność, czy obdarowywanemu jest ona potrzebna, a jeśli tak, to w jakim zakresie? Bo gdy pomoc materialna jest formą wymierną, określoną ilością środków finansowych, to ową „pomoc moralną” i jej skuteczność mierzy się tym, że gdzieś, ktoś, łatwiej będzie przez chwilę znosił uciążliwość życia i uśmiechnie się radością obdarowanego...

Może więc „pomoc moralna” jest fikcją, złudzeniem? Na ogół pojmujemy ją intuicyjnie, więc chyba trochę na ślepo. Uważamy, że zbędne jest udowadnianie tego, co oczywiste – wystawiając się w ten sposób na zarzut łatwowierności. Należy więc, mimo wszystko, szukać dowodów i próbować zbliżyć się przynajmniej do ich sprecyzowania.

Jak już wspomniałem, gdy zakończyła się wojna, wielka rzesza polskich żołnierzy i ich rodzin oraz tysiące nowo przybyłych z miejsc przymusowej pracy w hitlerowskich Niemczech czy Sowieckiej Rosji, z obozów koncentracyjnych i jenieckich, wybrało pozostanie na Zachodzie, szczególnie w Wielkiej Brytanii.

Myślę, że tylko niewielu kuśił wyższy materialny poziom życia, wygoda i nadzieja kariery. Trudno przypuścić, by oficer czy choćby prosty żołnierz, który szedł do ciężkiej pracy fizycznej, myślał, że jest to dla niego awans społeczny, żeby oczekiwał kariery lub fortuny.

W istocie dola uchodźcza, emigracja, była dla ogromnej większości tych, co pozostali na Zachodzie, połączona z trudną i niepewną sytuacją finansową, ze zdeklasowaniem społecznym, przynajmniej w miejscach pracy.

„Pomoc moralną” określić można jakby w kategoriach czynnych i biernych. Czynna forma pomocy przejawiała się, między innymi, w podtrzymywaniu kontaktów osobowych z Krajem. Początkowo polegało to na pisywaniu listów, w których przekazywane były, mniej lub bardziej kryptonimowo, informacje, ale przede wszystkim serdeczności, wyrazy pamięci, zapewnienia o chęci pomocy, a także wiadomości o jej wysłaniu.

Gdy komunikacja z Krajem stała się możliwa, przyszedł czas na „długie nocne rodaków rozmowy”, wymianę nie tylko informacji, ale i poglądów. Rozmowy te nie zawsze bywały miłe. Zdarzało się, że znalezienie wspólnego języka przychodziło z trudem. Często porozumienie się utrudniało skomplikowanie spraw osobistych, spowodowane latami rozłąki, a więc nie do uniknięcia i w jakiś sposób zrozumiałe. Przeważała jednak radość ze spotkania, ze swobodnej wymiany myśli, z możliwości zacerpnięcia powietrza wolnego świata.

Przybyszów oprowadzano po muzeach (ale oczywiście i sklepach), zapraszano do polskich kościołów i polskich instytucji, jak np. do Biblioteki Polskiej, z której gość z Kraju zawsze wychodził, a przynajmniej mógł wyjść, jeśli chciał i się nie bał, z torbą pełną książek i czasopism emigracyjnych.

Przez czterdzieści lat, do 1989 roku, Biblioteka Polska w Londynie rozdała przybyszom i wysłała do Polski, w dużym stopniu do bibliotek uniwersyteckich i naukowych, około 200 tys. książek i 200 tys. czasopism. Dziś liczba ta sięga ogólnej kwoty pół miliona wydawnictw. Te wysyłki, to rozdawnictwo finansował początkowo powstały jeszcze w czasie wojny Fundusz Kultury Polskiej, a później przede wszystkim International Literary Centre.

Podobnie jak Biblioteka Polska i przy pomocy tych samych źródeł finansowych wysyłali gratisowo lub rozdawali przyjezdnym z Polski książki i czasopisma wydawcy i księgarze, jak na przykład „Orbis”, „Polonia” oraz specjalistyczna „Oficina Poetów i Malarzy”. Ta ostatnia w okresie piętnastu lat wysłała około 2000 tomów – w tym 600 egzemplarzy wydanych przez siebie książek Czesława Miłosza: *Dolina Issy* (1966) i *Wiersze* (1967), a kwartalnik *Oficina Poetów* rozsyłany był początkowo w liczbie kilkuset, a później kilkudziesięciu egzemplarzy.

Szczególnie ważną rolę w owej „pomocy moralnej” (a także i materialnej) dla Kraju, a specjalnie dla Kościoła katolickiego w Polsce (w tym najsukuteczniej dla seminariów duchownych), a także dla inteligencji katolickiej odegrał Katolicki Ośrodek Wydawniczy Veritas w Londynie.

Veritas od początku swego istnienia, to jest od roku 1947, za główny cel stawiał publikowanie książek i dostarczanie ich do Kraju. Były to przede wszystkim wydawnictwa o charakterze religijnym, ale także opracowania historyczne, prostujące fałszywe komunistycznej propagandy, oraz pamiętniki z okresu II wojny światowej i emigracji.

W czasie swej czterdziestopięcioletniej pracy wydawnictwo Veritas opublikowało ponad 500 tytułów. Wśród nich wydano siedem książek Ojca Świętego Jana Pawła II oraz jedną z czasów, gdy był jeszcze biskupem krakowskim, a także dwie prace księży: dr. Jana Piwowarczyka „Katolicka etyka społeczna” oraz dr. Stanisława Belcha „Święty Stanisław, biskup męczennik – patron Polaków”.

Veritas przekazywał do Kraju około 100 książek tygodniowo, czyli ponad 5000 egzemplarzy rocznie.

Osobną i ważną pozycją w dorobku Veritasu było wydanie 34-tomowej „Summy Teologicznej” św. Tomasza z Akwinu, którą przesłano do Polski w liczbie 41 tys. tomów.

W 1991 roku wysłano do diecezji białostockiej transport książek obejmujący około 18 tys. tomów, przeznaczony do rozprowadzenia po dawnych wschodnich ziemiach Polski, pozostających wówczas w Rosji Sowieckiej. Należy dodać, że Veritas tylko w małym stopniu korzystał z pomocy amerykańskich funduszy, udostępnianych i przydzielanych przez International Literary Centre, zaś informacje o wysyłce książek do Kraju są podane tylko przykładowo, a więc fragmentarycznie.

Gości z Polski prowadzano też zwykle do instytutów naukowych, jak np. do Studium Polski Podziemnej, Polskiego Ośrodka Naukowego w Londynie (Polish Research Centre), a specjalnie do prawdziwej oazy polskości – Instytutu Polskiego i Muzeum im. gen. Sikorskiego, gdzie zgromadzono ogromne archiwa i zbiory poloników oraz pamiątki związane z działaniami Polskich Sił Zbrojnych na Zachodzie, w tym dotyczące szczególnego rodzaju działań bojowych – udziału polskich lotników w Bitwie o Wielką Brytanię.

Często spotkać można było przed laty – a także i dziś – gości z Kraju, przyprowadzanych przez swych osiadłych w Anglii gospodarzy, przy Pomniku Lotników Polskich w Northolt, na cmentarzu poległych z 302 i 303 Dywizjonów w Northwood, czy w Museum of Battle of Britain w Hendon. Oglądają tam spitfire'y i hurricane'y oraz odnajdują nazwiska polskich pilotów w Roll of Honour, uroczystym spisie lotników, którzy oddali swe życie walcząc ze wspólnym wrogiem, a także wysłuchują mowy Churchilla, z pamiętnymi słowami o polskich lotnikach: *Nigdy na polu ludzkich zmagañ tak wielu nie zawdzięczało tak wiele tak nielicznym.*

Ale poza ową czynną pomocą moralną pozostaje jeszcze bierna, lecz wcale nie mniej ważna. Liczne rzesze Polaków pozostały poza granicami Polski, często w biedzie i w warunkach społecznego upokorzenia, na znak swoistego protestu, trwając uparcie w głębokim przekonaniu, że racja moralna jest po ich stronie. A naród, któremu próbowano narzucić obcą mu, wrogą ideologię, zdawał sobie sprawę, że nie myli się stawiając opór, że nie jest w walce samotny.

Może ktoś powiedzieć, że w polityce, w zmaganiu się sił gospodarczych, w wyścigu zbrojeń taki bierny opór, niemy protest grupy bezbronnych ludzi znaczy bardzo mało lub zgoła nic. Takiego zdania był zapewne Stalin, gdy ironicznie pytał: ile dywizji ma Papież? Sam miał ich bardzo wiele, a jeszcze więcej dostarczały ujarzmione narody. Z całej tej potęgi został dziś tylko ogrom zniszczeń i pamięć o milionach pomordowanych w obozach, przesiedlonych narodach i wygnańcach.

Stalin nie chciał pamiętać, że w dziejach ludzkości zwycięstwo przypadało często siłom potężnym nie liczbą dywizji, ale właśnie ową cierpliwą, niemą mocą, siłom, których przedstawiciele wierzyli w rację dobrej sprawy. Gdy starożytny Rzym u szczytu swej potęgi wysyłał na mordercze areny cyrków bezbronnych chrześcijan, nikt nie przypuszczał, że po upływie kilku wieków Cesarstwo Rzymskie ulegnie zagładzie, a Wieczne Miasto stanie się stolicą chrześcijaństwa. Podobną siłę moralną wykazywali polscy uchodźcy, którzy często żyli i umierali bezimiennie.

Ale to właśnie owa rzesza bezimiennych samym swym istnieniem pomagała społeczeństwu w Kraju, które w bardzo trudnym oporze przeciw propagandzie prasy, radia i telewizji, przeciw różnym szykanom administracyjnym i próbom zastraszenia, popieranym brutalną siłą – zwracało oczy i serca do swych braci, ojców i synów, pozostałych na Zachodzie.

Trzeba będzie wiele wysiłku, by odrobić straty moralne, wynikające z długich lat niszczenia hierarchii wartości, ducha i tradycji narodu polskiego.

Nadchodzi czas, kiedy przeszłość będziemy musieli pozostawić badaczom historii. Nie wszystko, co się stało, będziemy w stanie odmienić. Ale przed nami powinniśmy mieć wizję Polski, wizję zgodną z przeszło tysiącletnią historią i tradycją narodu polskiego.

Przyszłość można kształtować i w tej pracy nie powinno zabraknąć Polaków spoza granic naszej Ojczyzny.

Życzę wszystkim uczestnikom tego spotkania, aby dalsze wspólne działania przyczyniły się do jeszcze skuteczniejszej służby na rzecz znaczenia i powagi Państwa Polskiego w świecie. Prośmy Boga, by nie zabrakło nam sił i ducha w tej dalszej służbie dla Kraju.

Ks. dr Wiesław Al. Niewęglowski
Krajowy Duszpasterz Środowisk Twórczych

DZIEDZICTWO KULTUROWE W ROZUMIENIU JANA PAWŁA II A RZECZYWISTOŚĆ MEDIALNA

Świat zmniejsza się na naszych oczach. Od kraju do kraju, od kontynentu do kontynentu przez internet bliżej niż do sąsiada. Ludzie noszą te same stroje, jeżdżą takimi samymi autami, oglądają te same filmy i programy telewizyjne. W związku z obfitością propozycji, z nadmiarem wzorów, bogactwem ofert na życie rodzą się pytania: Czy przyjmować wszystko, co jest w medialnym menu? Kiedy świat wychylony jest ku przyszłości, czy jeszcze zerkać w narodową przeszłość? Doświadczenie pokoleń przywoływać, czy zaniechać? Jest ono zbędnym balastem, czy wartością nieodzowną? Jakże ma i będzie miało to konsekwencje w przyszłości dla Polski i Polaków?

Temat ten podejmuje wielokrotnie Jan Paweł II. W swoim nauczaniu ustosunkowuje się do naszego dziedzictwa kulturowego, którego czuje się spadkobiercą i promotorem. Jak je rozumie, czym ono dla niego, czym dla nas, jakie wynikają stąd zobowiązania, w mediach polskich także? - jest przedmiotem niniejszej wypowiedzi.

Pojęcie „dziedzictwo” obejmuje szerokie spektrum ludzkiego życia. To dorobek dziejów, historii i kultury, cała mądrość pokoleń, sposób myślenia i wartościowania, postrzegania Boga i ludzi, to religia i tradycja, porządek etyczny, wzorce osobowe. Dziedzictwo wieków dla jednych ma konotacje już tylko historyczne. Dla drugich jest to dar przekazany, aby go pomnożyć i przyszłym pokoleniom ofiarować.

Pokolenia Polaków w ciągu dziejów stworzyły szczególną syntezę dziedzictwa kulturowego. Wyznaczają je narodowość, chrześcijańskość, moralność, kultura i zawarte w niej wartości. Owo złączenie w polskiej tradycji wykreowało naszą tożsamość. Wśród wielu wątków dotyczących naszego dziedzictwa, jakie podejmuje Jan Paweł II, pragnę zatrzymać się przy kilku najbardziej dla nas istotnych: naród, tożsamość, suwerenność, kultura, chrześcijaństwo, Kościół, wizja człowieka.

Czym jest dziedzictwo kulturowe według Jana Pawła II ?

Jan Paweł II jest w pełni świadom swego polskiego dziedzictwa. Na Jasnej Górze mówił w 1983 roku: *Matko i Pani Jasnogórska... jestem synem (tego narodu - WN), noszę w sobie całe dziedzictwo jego kultury, jego historii, dziedzictwo zwycięstw, ale także dziedzictwo klęsk*¹. Żyje tym dziedzictwem. Żyjemy tym dziedzictwem - mówił podczas

¹ Jan Paweł II, *Apel Jasnogórski w kaplicy Cudownego Obrazu MB Częstochowskiej*. Jasna Góra 19 czerwca 1983, w: *Jan Paweł II w Polsce*, Warszawa 1989, s. 391.

spotkania z warszawskimi aktorami w Castel Gandolfo - *pożywym pokarmem naszych dziejów... żyjemy tym pokarmem zwłaszcza w czasach dzisiejszych*².

Osobisty stosunek Jana Pawła II do dziedzictwa polskiego ukazują jego wypowiedzi kierowane zwłaszcza podczas kolejnych pielgrzymek do Ojczyzny. Znamienne są jego słowa z 1979 roku skierowane do tłumnie zgromadzonej młodzieży przed kościołem św. Anny w Warszawie. Wystawił wtedy świadectwo wielowiekowej spuścizny polskiej. Powiedział, że swoją *duchową formację zawdzięcza od początku polskiej kulturze, polskiej literaturze, (...) teatrowi, polskiej historii, polskim tradycjom, szkołom, polskim uniwersytetom*³.

Dziedzictwo według papieża jest rzeczywistością przyjmowaną zarówno przez jednostkę, jak i przez wspólnotę narodową. *Dziedzictwo - pisał K. Wojtyła - to całe doświadczenie, które ostatecznie przechodzi przez ręce każdego Polaka, cały naród w swoim pełnym, historycznym wymiarze i w całym swoim współczesnym wymiarze... Bo przecież w każdym z nas to dziedzictwo, na które się składały pokolenia, stulecia, osiągnięcia i upadki... w każdym z nas jakoś to zakorzenia się, nawarstwia. Nie żyjemy poza tym - to jest nasza dusza. Żyjemy całym dziedzictwem, któremu na imię Ojczyzna, któremu na imię Naród.*⁴ *-Nie można tworzyć dziejów bez dziejów -* powiada. W jego wypowiedziach przywoływana jest przeszłość, aby lepiej rozumieć teraźniejszość. Spogląda on na dziedzictwo kulturowe w aspekcie historycznym, teologicznym, filozoficznym.

Dziedzictwo i *humanum*

Dziedzictwo (kulturowe) - według papieża - jest pierwszoplanowo związane z człowiekiem, a dopiero wtórnie i pośrednio z całym światem rzeczy. Jest ono tym wszystkim, co stwarzało lepsze, bardziej godne warunki życia na ziemi, poprzez co każdy tworzył samego siebie, rozwijając się jako byt materialno-duchowy. Autentyczne dziedzictwo kulturowe - według Jana Pawła II - posiada przede wszystkim odniesienie humanistyczne, jest dziełem człowieka podejmowanym z myślą o człowieku. Owo postrzeganie dziedzictwa kulturowego jako rzeczywistości antropologicznej jest czymś nowym. W takim bowiem rozumieniu celem i treścią owego potencjału z przeszłości jest człowiek, pokolenie, naród.

Dziedzictwo i kultura

Najważniejszą częścią naszego dziedzictwa jest kultura. Pojęcia „kultura” i „dziedzictwo” często bywają przez Jana Pawła II używane zamiennie. Według niego kultura jest to wartość dziedziczona. Stanowi ona integralną i podstawową część dziedzictwa narodowego. Poprzez swoją wewnętrzną rzeczywistość tworzy ona naród oraz oddaje jego istotę. *Kulturę narodową słusznie się nazywa „duszą narodu”*⁵. Jest ona tak wewnętrzna i konstytutywna, że nie da się pojąć narodu poza nią. *Kultura, będąca dorobkiem wielu pokoleń, jest bezsprzeczną własnością całego narodu. Jednym z największych jego skarbów*⁶. Kultura jest wartością dziedziczną narodu, który żyje z dorobku przeszłości, wartością przekazywaną pokoleniu przez pokolenie. Powstawała i istniała *na służbie wspólnej dobra*⁷.

² Jan Paweł II, *Podziękowanie z dn. 22 lipca 1985*, w: Ethos, n. 8 (1989), s. 18-19.

³ Jan Paweł II, *Spotkanie z młodzieżą na Wzgórzu Lecha*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 61.

⁴ Kard. K. Wojtyła, *Myśli o papieżwie i o narodzie*, w: Znak, n. 292/293 (1979), s. 1228-1229.

⁵ *List Episkopatu o obowiązkach katolików w Polsce wobec kultury narodowej i religijnej z dn. 21 maja 1978*, Archiwum Sekretariatu Episkopatu Polski.

⁶ Tamże.

⁷ Jan Paweł II, *Spotkanie z młodzieżą na wzgórzu Lecha*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 60.

Dziedzictwo i naród

Żyjemy całym dziedzictwem, któremu na imię Ojczyzna, któremu na imię Naród - mówi papież. Według papieża najbardziej istotnym jest związek pomiędzy dziedzictwem jakim jest naród i jakim kultura. Ów związek ma swoje konsekwencje. Ona będąc spoiwem, była miejscem przetrwania i samoświadomości.

Aby pełniej zrozumieć ową relację, należy przywołać historię Europy. Wielu niepodległym krajom zachodnim wystarczyła kategoria „państwa”. Brak samodzielności państwowej sprawił, że dla Polaków istotna była przede wszystkim kategoria narodu, świadomego swego dziedzictwa. Jan Paweł II wobec przedstawicieli wielu narodów w UNESCO rozwinął ową myśl mówiąc: *Naród jest tą wielką wspólnotą ludzi, których łączą różne spoiwa, ale nade wszystko właśnie kultura. Dziedzictwo jakim jest kultura stanowi podstawowe spoiwo narodu, wspólnotę, która ma dłuższą historię niż każdy człowiek i własna rodzina*⁸.

Historia wielu narodów dowodzi, że przetrwały one nie mając swojej państwowości. Uciskane, niszczone, wyzyskiwane przez zaborców przetrwały dzięki kulturze. Przykładem może być naród żydowski, irlandzki, litewski, polski. Przetrwały one dzięki kulturze. Czerpiąc z doświadczeń naszego kraju, papież dał najpiękniejsze ze świadectw, jakie kiedykolwiek złożono o polskiej kulturze dziedziczonej, o jej roli i mocy:

*Jestem synem Narodu, który przetrwał najstraszliwsze doświadczenia dziejów, którego wielokrotnie sąsiedzi skazywali na śmierć - a on pozostał przy życiu i pozostał sobą. Zachował własną tożsamość i zachował własną suwerenność jako Naród - nie opierając się na jakichkolwiek innych środkach potęgi, ale tylko na własnej kulturze, która okazała się w tym wypadku potęgą większą od tamtych potęg*⁹. Kultura bowiem w swej wielowiekowej ciągłości określa naród, stanowi jego determinantę duchową. Będąc dobrem wspólnym, przesądziła o jego niepodległości, suwerenności, o miłości do „tej ziemi”¹⁰, tworzyła więzi między obywatelami, wychowywała ich, odradzała i wzbogacała.

W dziedzictwie, jakim jest kultura, *odzwierciedla się dusza narodu*. Jest ona - według papieża - *nieustającą szkołą rzetelnego i uczciwego patriotyzmu*, który jest wpisany w dziedzictwo. Jan Paweł II mówił w ONZ: *Musimy wyjaśnić zasadniczą różnicę pomiędzy niezdrową formą nacjonalizmu, który uczy pogardy dla innych narodów i kultur, a patriotyzmem, który jest właściwą miłością własnego kraju. Prawdziwy patriotyzm nigdy nie stara się wysuwać dobrobytu własnego narodu kosztem innych. Bowiem ostatecznie dotknęłoby to także jego własny naród: wyrządzanie krzywdy dotyka obu stron: i agresora, i ofiary. Nacjonalizm, szczególnie w swoich najskrajniejszych formach, jest więc antytezą prawdziwego patriotyzmu*.¹¹

W papieskich wypowiedziach jest wiele refleksji etyczno-religijnej. Wielokrotnie podkreślają one, że nasze dziedzictwo przenika świat aksjologii¹², *ład moralny był istotny*

⁸ Jan Paweł II, *Przemówienie w UNESCO*, w: *Wiara i kultura*, Rzym-Lublin 1988, s. 61.

⁹ Jan Paweł II, *Przemówienie w UNESCO*, w: *Wiara i kultura*, dz. cyt., s. 61.

¹⁰ *Ziemia jako ojczyzna, z jej przyrodą, bogactwami, jawi się w świadomości (Polaków – WN) w sposób wyjątkowy jako godna szacunku, jako dana losiem podstawa egzystencji, w jakimś sensie nietykalna i „święta” - powiada B. Inlender, Chryścijaństwo a logos Polski, w: Chryścijaństwo a kultura polska, Lublin 1988.*

¹¹ Jan Paweł II, *Przemówienie w UNESCO*, w: *Wiara i kultura*, dz. cyt., s. 61.

¹² Według papieża *ład moralny sięga w układy i warstwy bytowania narodu jako państwa, sięga fundamentów kultury*. Jan Paweł II, *Przemówienie na 169 Konferencji Plenarnej Episkopatu Polski*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s.117.

w dziedzictwie, które rozważamy. On nadal leży u podstaw (człowieka - WN)¹³. Na nim budują się narody i państwa, bez niego upadają¹⁴. Czy jest bliską mediom owa refleksja? Czy nie jest ten problem sytuowany na uboczu lub się go unika?

Dziedzictwo i tożsamość

W dziedzictwie, jaką jest kultura - mówi papież - tkwi nasza tożsamość¹⁵. Jest ona pierwszym i podstawowym nośnikiem, dowodem tożsamości narodu. Jan Paweł II także i nam w Polsce przypomniał, że naród nasz utrzymał *własną tożsamość i zachował pośród rozbiorów własną suwerenność jako naród - nie w oparciu o jakiegokolwiek inne środki fizycznej potęgi, ale tylko w oparciu o własną kulturę*¹⁶. Siła narodu niszczona w wymiarze materialnym, odradzała się za każdym razem w pokładach kultury.

Ojciec Święty podczas pierwszej podróży do ojczyzny rozważając istotę naszego dziedzictwa przypominał, że kultura, stanowiąca dziedzictwo niezbywalne, jest dobrem wszystkich Polaków, ich mocą, stałym miejscem wolności. *Kultura (w naszych dziejach) jest dobrem, na którym opiera się życie duchowe Polaków. Ona wyodrębnia nas jako naród. Ona stanowi o nas przez cały ciąg dziejów. Stanowi bardziej niż siła materialna. Bardziej nawet niż granice polityczne. Wiadomo, że naród polski przeszedł przez ciężką próbę utraty niepodległości, która trwała z górą sto lat - a mimo to pośród tej próby pozostał sobą. Pozostał duchowo niepodległy, ponieważ miał swoją kulturę. Więcej jeszcze, moi kochani, wiemy, że w okresie najtragiczniejszym, w okresie rozbiorów, naród polski tę swoją kulturę ogromnie jeszcze ubogacił i pogłębił, bo tylko tworząc kulturę można ją zachować*¹⁷. Współzależność między kulturą i tożsamością papież uważa za fundamentalną i niezmienną.

Dziedzictwo i suwerenność

Szczególną jest refleksja papieża o naszej suwerenności. Pomieszczona jest ona nie w strukturach państwowych, ale w tradycji, obyczajach, chrześcijaństwie i w kulturze. Naród posiada suwerenność dzięki swej autentycznej, własnej kulturze. *Istnieje podstawowa suwerenność społeczeństwa, która wyraża się w kulturze narodu. Jest to ta zarazem suwerenność, przez którą równocześnie suwerenny jest człowiek*¹⁸ - mówi papież.

Suwerenność w Polsce związana była z kulturą i narodem, a nie, jak w innych krajach Europy, z państwem¹⁹. Dlatego według papieża *słowo „ojczyzna” posiada dla nas takie znaczenie pojęciowe i uczuciowe, którego, zdaje się, nie znają inne narody Europy i świata. Te zwłaszcza, które nie doświadczyły takich jak nasz Naród dziejowych strat, krzywd, zagrożeń* - rozwija myśl Jan Paweł II podczas pierwszej pielgrzymki do Polski. W pojęciu

¹³ Jan Paweł II, *Przemówienie na 169 Konferencji Plenarnej Episkopatu Polski*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 117.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ Jan Paweł II, *Przemówienie na 169 Konferencji Plenarnej Episkopatu Polski*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 117.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Jan Paweł II, *Spotkanie z młodzieżą na Wzgórzu Lecha*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 60.

¹⁸ Jan Paweł II, *Przemówienie w UNESCO*, w: *Wiara i kultura*, dz. cyt., s. 61.

¹⁹ Analizę tego zjawiska przeprowadza w swojej wypowiedzi R. Buttiglione, *Suwerenność narodu przez kulturę*, w: *Ethos*, n. 4 (1988), s. 94 nn.

„ojczyzna” podkreśla on zarówno element dyskursywny, jak i afektywny, intuicyjny²⁰. W UNESCO, zwracając się do narodów, nawoływał z mocą, aby strzegły one wszystkimi dostępnymi środkami tej podstawowej suwerenności, którą każdy naród posiada dzięki swej kulturze. *Strzeżcie jej jak źrenicy oka...*²¹.

Dziedzictwo i chrześcijaństwo

W dzieje Polski od początków przenikało orędzie Chrystusa. *Kultura polska od początku nosi bardzo wyraźne znamiona chrześcijańskie. To nie przypadek, że pierwszym zabytkiem świadczącym o tej kulturze jest Bogurodzica. Pieśń wiary i hymn narodu*²². Papież podczas „pielgrzymki wiary” (1979) wielokrotnie podkreślał korzenie dziedzictwa kulturowego tkwiące w chrześcijaństwie. Związek ten jest tak integralny, że zdecydował o tożsamości Polski i Polaków. *Bez Chrystusa nie sposób zrozumieć dziejów Polski... tego narodu... samych siebie. Chrystus nie przestaje być wciąż otwartą księgą nauki o człowieku, o jego godności i jego prawach*²³. *Dzieje narodu zasługują na właściwą ocenę wedle tego, co wniósł (Chrystus - WN) w rozwój człowieka i człowieczeństwa, w jego świadomość, serce, sumienie. To (w Nim) jest najgłębszy nurt w dziejach i kulturze. To ich najmocniejszy zrąb. To jej rdzeń i siła*²⁴. Specyfiką dziedzictwa kulturowego, jakie rozważamy, jest zachowywanie równowagi pomiędzy *sacrum* i *profanum*.

Orędzie zbawcze Chrystusa wpisało się na trwałe i stało się drogowskazem dla kolejnych wieków. Chrześcijaństwo w naszych dziejach konstytuując duchowo-materialną podmiotowość człowieka, pełniło rolę porządkującą, motywującą, oceniającą, kształcącą. Potrzeba odzyskania prawdziwego rozeznania tego związku jest ciągle aktualna.

Dziedzictwo i Kościół

Polska, leżąca na skrzyżowaniu dróg Europy, stała się szczególnym miejscem. Tutaj przenikały się wpływy chrześcijańskiego Wschodu i Zachodu. W okresie tworzenia w Polsce państwowości chrześcijaństwo było jej fundamentem. W czasie najazdów i niewoli Kościół wspomagał naród w utrzymaniu dziedzictwa wyrażającego się w tożsamości, był ostoją jedności narodu oraz wspierał go w dążeniach do odzyskania niepodległości państwa²⁵.

Ów związek Kościoła z narodem przywołał Jan Paweł II na Wzgórzu Lecha podczas swej pierwszej pielgrzymki: *Kiedy zabrakło własnych, ojczystych struktur państwowych, społeczeństwo w ogromnej większości katolickie znajdowało oparcie w ustroju hierarchicznym Kościoła... I to pomogło społeczeństwu przetrwać czasy rozbiorów i okupacji, to pomagało utrzymać, a nawet pogłębić świadomość swej tożsamości. Może ktoś obcy uzna to za sytuację „nietypową”. Niemniej dla Polaków sprawa ta ma swoją wymowę*

²⁰ Jan Paweł II, *Przemówienie w bazylice archikatedralnej św. Jana*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 22. Zob. A. L. Szafranski, *Jan Paweł II - Myśli o ojczyźnie*, w: *Polska teologia Narodu*, praca zbiorowa pod red. Cz. Bartnika, Lublin 1986, s. 275-307.

²¹ Jan Paweł II, *Przemówienie w UNESCO*, w: *Wiara i kultura*, dz. cyt., s. 62.

²² Jan Paweł II, *Spotkanie z młodzieżą na Wzgórzu Lecha*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt. s. 60.

²³ Jan Paweł II, *Msza św. na placu Zwycięstwa w Warszawie*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 37.

²⁴ Jan Paweł II, dz. cyt. s. 36.

²⁵ *Powszechnie się przyznaje, że ów wynikający z katolickiej jedności Kościoła udział narodu polskiego w duchowym dziedzictwie tego Kościoła stał się czynnikiem zabezpieczającym tożsamość i jedność Narodu w okresach szczególnie trudnych.* Jan Paweł II, tamże, s. 118, 111.

jednoznaczna i doniosła. Jest po prostu częścią prawdy o dziejach własnej ojczyzny²⁶, częścią dziedzictwa.

Dawne i ostatniego półwiecza doświadczenia współżycia Kościoła z narodem weszły trwale do dziedzictwa polskiego, wywarły niezatarte piętno, które odcisnęło się na wszystkich najważniejszych dziedzinach życia. Więzy narodu i Kościoła²⁷ wywarły także swe znamię na twórczości - w dziełach literatury polskiej, w teatrze, w sztuce, w muzyce.

Jan Paweł II, odwołując się do czasów dawnych i współczesnych zachęca, aby czuć się stróżem całego dziedzictwa, które wiadomo w jakiej mierze, przeniknięte jest światłem chrześcijaństwa²⁸.

Dziedzictwo i wizja człowieka

W dziedzictwie kulturowym - dorobku narodu polskiego - najistotniejszym spadkiem wieków jest koncepcja człowieka. Leży ona u fundamentów Polski i Europy. Jak jest ważna, niech poświadczy de Rougement mówiący: *Zabierzcie koncepcję osoby wpływającą z wielkich definicji chrystologicznych i zamiast Europy będziemy mieli coś takiego jak Indie*²⁹. (Zabierzcie koncepcję... i zamiast Polski...).

Polska przejęła chrześcijańską integralną wizję człowieka, któremu Bóg od chwili stworzenia wyznacza szczególne miejsce w całej rzeczywistości. Myśl, że osoba ludzka jest koroną stworzenia, a jej „wartość” większa niż świat cały, towarzyszyła Polakom przez wieki i stała się ich własnością. Z takiego rozumienia człowieka, że jest on *jedynym na ziemi stworzeniem, którego Bóg chciał dla niego samego*, rodziło się integralne rozumienie człowieka zanurzonego w rzeczywistości ziemskiej i otwartego na wymiar transcendentny.

Z tego doświadczenia chrześcijańskiego i polskiego zrodziło się stwierdzenie kardynała Karola Wojtyły, iż *największym dziełem kultury jest człowiek sam, nie żadne z jego dzieł czy wytworów*³⁰. Zachowania tej koncepcji człowieka, w oparciu o dziedzictwo, oczekuje papież we współczesnym świecie, w mediach także. Bowiem *człowiek nie rozwinie się w pełni, nie stanie się naprawdę człowiekiem, jeśli nie uwzględni się jego wymiaru transcendentnego, jeśli nie przyjmie się miary wyższej niż on sam*³¹.

Niestety, współczesna kultura, a w niej media także, odrzuca tę wizję, niosąc tym samym człowiekowi największe z dotychczasowych zagrożeń. O tym dramacie tak powiedział Jan Paweł II: *Jedną z największych słabości współczesnej cywilizacji jest zapewne nie w ł a ś c i w a w i z j a c z ł o w i e k a* (podkreślenie WN). Jest ona widoczna, jeśli nie promowana. *Epoka nasza jest z pewnością epoką, w której wiele mówimy i piszemy na temat człowieka, jest epoką humanizmu i antropocentryzmu. Jednak paradoksalnie jest ona również epoką największych rozterek człowieka na temat własnej tożsamości i przeznaczenia, degradacji człowieka do nieznanego przedtem poziomu, epoką bezprecedensowego deptania*

²⁶ Jan Paweł II, *Przemówienie na 169 Konferencji Plenarnej Episkopatu Polski*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 110.

²⁷ O nich poviadała M. Dąbrowska, iż w tym kraju Kościół zawsze umierał za Polskę, por. *Dzienniki powojenne (1945-1965)*, Warszawa 1996.

²⁸ Jan Paweł II, *Przemówienie na 169 Konferencji Plenarnej Episkopatu Polski*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s.118.

²⁹ D. de Rougement, *Odkrycie czasu, czyli przygoda Zachodu*, w: *Tygodnik Powszechny*, n. 13 (1957).

³⁰ Kard. K. Wojtyła, *Chrześcijanin a kultura*, w: *Aby się Chrystus nami posługiwał*, Kraków 1979, s.100.

³¹ Z. Zdybicka, *Człowiek i religia*, Lublin 1996, s. 101.

wartości ludzkich³². Wizja człowieka, jaką ofiarowuje dziedzictwo polskie, rzutuje na współczesność. Można ją przyjąć, można odrzucić.

Jan Paweł II będąc wyczulony na współczesną kondycję Polaków przypomina, iż pamięć narodu o własnym dziedzictwie zapewnia mu rozwój i integralność. Wspiera jego trwałość i niezależność.

Sumując tych kilka problemów, nie sposób nie przywołać papieskiej zachęty. *Czuwajmy - mówi papież - przy wszystkim, co stanowi autentyczne dziedzictwo pokoleń - starając się wzbogacić to dziedzictwo³³*, bowiem tylko ono ocala w każdej sytuacji.

Czuwam - to znaczy czuję się odpowiedzialny za to wielkie wspólne dziedzictwo, któremu na imię Polska. To imię nas wszystkich określa. To imię nas wszystkich zobowiązuje. To imię nas wszystkich kosztuje³⁴.

Doświadczenie kulturowe w rozumieniu Jana Pawła II a rzeczywistość medialna

Papież nie wypowiadał się wprost na ten temat, ale z bogactwa jego nauki możemy wysnuć pewne wnioski dotyczące obrazu człowieka i świata, które aprobeuje, i te, które budzą jego niepokój.

Media w Polsce, jeśli chodzi o stosunek do naszego dziedzictwa, są zróżnicowane. Obecność przywoływanych wątków inaczej wygląda w TV Polonia, inaczej w dwu programach telewizji publicznej, jeszcze inaczej w telewizji komercyjnej. W tej ostatniej owa obecność nie jest zbyt widoczna.

Sam problem jest jednak o wiele bardziej generalny. Przed mediami, które tak istotny mają udział w życiu społeczeństwa, tak jak przed wszystkimi, którzy decydują o kształcie państwa, staje podstawowy problem strategii w stosunku do dziedzictwa kulturowego. Zwłaszcza gdy uderza bezkrytyczne przyjmowanie wzorów, inwazja obcych wzorów i zrywanie z przeszłością.

Czyż naszym celem, mediów także, nie powinna być dobrze rozumiana modernizacja, zamiast westernalizacji?³⁵ Zobaczmy, że otwierając się żywiołowo na świat, włączając się do państw i społeczeństw Zachodu, akceptując jego wartości i kulturę, przyjmując postawę pasywną, świadomie czy nieświadomie decydujemy się tym samym na rolę społeczeństwa spenetrowanego, na rolę „satelitarną”. Na co się decydujemy? Na wykorzenie? Dziś jest fundamentalną odpowiedzią na pytanie, czy przyjąć typ adaptacji, w której ostatnie słowo będzie miała nowoczesność nad tradycją, nawet niszcząc ją, czy też szukać punktu równowagi między ofertą międzynarodową i polską?

Pytanie o przyszłość Polski zawarte jest w modelu człowieczeństwa, jaki przyjmą obywatele i jaki wyrazi się w kulturze, także w mediach. Przed nami rozwiązanie dylematu: nowoczesność ponad dziedzictwem, czy też wyraźna preferencja dziedzictwa w stosunku do rozwoju i nowych pomysłów. A może przyjąć rozwiązanie optymalne: i nowoczesność, i tradycję.

³² Jan Paweł II, *Orędzie do biskupów w Puebla na III Konferencji Generalnej Episkopatu Ameryki Łacińskiej*, 28 stycznia 1979, w: *Życie i Myśl*, n. 5 (1979), n. 20.

³³ Jan Paweł II, *Spotkanie z młodzieżą podczas Apelu Jasnogórskiego*. Jasna Góra, 18 czerwca 1983, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 355. Por. *Przemówienie w UNESCO*, w: *Wiara i kultura*, dz. cyt.

³⁴ Jan Paweł II, *Spotkanie z młodzieżą podczas Apelu Jasnogórskiego*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt., s. 354.

³⁵ Problem ten omawia Tadeusz Kononiuk, *Wrażliwość bez kodeksu*, w: *Forum Dziennikarskie*, n. 3/1998, s.6-7

Potrzebna jest nam otwartość, bowiem nie o izolację chodzi. Zobaczmy, że tożsamość odradza się, a dziedzictwo wzbogaca, w wyniku kontaktów z tradycjami i wartościami innych narodów. W izolacji dziedzictwo kulturowe więdnie i ginie. Jednak potrzebne także przywoływanie doświadczeń wieków, wizji świata i człowieka, opartych na rodzimym systemie wartości. W mediach konieczna jest aktualizacja i otwartość na inne kultury, ale konieczne jest także przywoływanie dziedzictwa oraz akceptacja obecnych w nim wartości trwałych. Potrzebny jest pewien filtr, który pozwoli przyjąć to co cenne u innych narodów i który pozwoli także zachować nasze doświadczenia. Dziś, wystawieni na żywiołowe procesy, nie egzystujemy świadomie.

Wezwania papieża dotyczące naszego dziedzictwa, skierowane do Polaków, są zaadresowane tym samym i do ludzi mediów. Wynika z nich, że dziedzictwo kulturowe w życiu publicznym i w mediach należy poznać, przyswoić i kultywować. Ono jest skarbem jednostek i narodu. Jan Paweł II, podczas swoich pobytów w Polsce, ogarniał naszą historię i tradycję, naszą przeszłość i przyszłość. Ukazywał tysiącletnie dzieje jako nasze zadanie - ocalić rodzime doświadczenia wieków i ubogacić je.

Pozostańcie wierni temu dziedzictwu... Uczyńcie je przedmiotem szlachetnej dumy. Przechowujcie je. Pomnóżcie to dziedzictwo. Przekażcie je³⁶.

³⁶ Jan Paweł II, *Spotkanie z młodzieżą na Wzgórzu Lecha*, w: *Jan Paweł II w Polsce*, dz. cyt. s. 61.

Prof. dr hab. Jerzy Andrzej Wojtczak

KORZENIE LITERATURY POLSKIEJ A ŁACIŃSKA KULTURA EUROPY

Odsunięcie od władzy Romulusa Augustulusa przez Odoakra w roku 476 przypieczętowało upadek zachodniej części Imperium Rzymskiego, upadek, którego nieuchronne zbliżanie się sygnalizowały już od ponad dwóch stuleci ustawicznie ponawiane ataki barbarzyńców na wschodnie i północne flanki cesarstwa, wielkie migracje ludności oraz rosnące wpływy wodzów cudzoziemskich w armii rzymskiej, w której władza przechodziła nieraz z rąk do rąk szybciej, niż informacja o tym dotarła do wszystkich zakątków ogromnego państwa.

Duma, z którą wieszcz rzymski zwracał się do bóstwa: *Alme sol, curru nitido diem qui promis et celas aliusque et idem nasceris possis nihil urbe Roma visere maius* – „O słońce jasne, ty, co na rydwaniu błyszczącym dzień sprowadzasz i gasisz go w łunach zachodu, i znów powracasz to samo, lecz nowe, niczego tutaj, co nad Rzym wspanialsze, dostrzec nie zdołasz”, ta duma zgubiła ostatecznie potomków dawnych Kwiryków, a imperium cesarów rzuciła pod stopy władców, którzy pożogą i ruinami znaczyli pobyty w jego stolicy, chluby ówczesnego świata.

Kres państwa nie oznaczał jednak, przy wszystkich stratach, kresu wielkiej i wspaniałej kultury rzymskiej. Gdy zabrakło władzy świeckiej, która mogłaby stać na straży tego dziedzictwa, właśnie Kościół stał się praktycznie jego jedynym obrońcą i protektorem, a nadto rzeczywistym kontynuatorem tych wszystkich wartości, które były zgodne z jego doktryną lub które choć w części można było dla jej rozwoju wykorzystać.

Rola Kościoła powszechnego, wzrastająca szybko od momentu wydania edyktu mediolańskiego, stawała się też wówczas na tym polu dominującą.

W mrocznych i pełnych zamętu na tle politycznym wiekach VI i VII jedynie pod skrzydłami Kościoła i związanych z nim władców i książąt mogły żyć i tworzyć nieliczne wybitne indywidualności tamtych czasów, jak poeta Wenancjusz Fortunatus czy uczony Beda Venerabilis.

Początki średniowiecza zaznaczyły się także powstaniem w VIII wieku państwa kościelnego, które było już odtąd terenem niezależnej władzy i mogło występować jako pełnoprawny partner na arenie politycznej.

W państwie Karola Wielkiego, mimo że łączyło ono pod jego władzą wiele narodów, językiem nie tylko Kościoła, ale i dworu i warstwy szlacheckiej była wyłącznie łacina. Znakomity znawca dziejów i duchowości średniowiecza, André Vauchez, tak pisze w jednej ze swych prac na ten temat: „Może wydawać się rzeczą dziwną, że nawet w tych regionach, w których niemal wszyscy mieszkańcy mówili dialektami germańskimi, język miejscowy nie

stał się, jak to miało miejsce w schrytianizowanych w tym czasie przez Bizancjum krajach słowiańskich, językiem kultu. Łacina cieszyła się wielkim szacunkiem, pisano tylko po łacinie i tylko jej używano w liturgii. Zafascynowani Rzymem i jego kulturą duchowni doby karolińskiej starali się ze wszystkich sił o to, by używana w piśmie łacina była dobra i wzorowana na formach klasycznych”. Rzecz oczywista, podobnie było na samym dworze papieskim i w innych ośrodkach władzy kościelnej, a dowodem tego jest, między innymi, wcześniejsza o sto kilkadziesiąt lat spuścizna papieża Grzegorza Wielkiego i *Specula Principis* pisane przez duchownych.

Nic przeto dziwnego, że gdy w kwietniową sobotę roku 966 woda chrztu świętego połała się na głowę Mieszka, biskup wypowiedział wówczas nad nim słowa: *Ego te baptizo in nomine Patris et Filii et Spiritus Sancti*.

Wielkie dzieło ochrzczenia całego poddanego mu ludu dokonywało się w tym samym rycie: Polska, wchodząc do rodziny narodów europejskich i zyskując sobie wszystkie w niej prawa, przyjmowała jednocześnie ich łacińską kulturę i odtąd w niej uczestnicząc, stawała się równocześnie jej współtwórczynią.

Rzecz oczywista, początkowo przyczyniali się do tego głównie ludzie przybywający do Polski z misją ewangelizacyjną, wkrótce jednak i w środowiskach rodzimych pojawili się zdolni pisarze i artyści, którzy natchnieni żarliwym uczuciem i przekonaniem o swym powołaniu potrafili stworzyć dzieła dorównujące tym, jakie powstawały na terenach od dawna cieszących się dziedzictwem chrześcijańskiej wiary i rzymskiej cywilizacji.

Literatura polska - by przytoczyć wypowiedź prof. Teresy Michałowskiej, będącą powszechnym przekonaniem badaczy - „od początku rozwijała się dwoma nurtami komplementarnymi i wzajemnie się przenikającymi. Zanim pierwszy z nich - rodzimy, zyskał postać pisaną, drugi - łaciński, ugruntowany pod wpływem zachodniego chrześcijaństwa, dopracował się już wybitnych dzieł prozą oraz wierszem, świeckich bądź inspirowanych liturgią kościelną”.

Wszelkiego zaś rodzaju twórczość piśmiennicza o znaczącym charakterze, z którą mogliby się zetknąć inni, powstawała wówczas tylko w tym języku i to również przesądziło o roli i znaczeniu łaciny dla rozwoju kulturalnego Polski ówczesnej doby.

Twórczość tę stanowiła w zakresie prozy krajowa historiografia i żywoty polskich świętych; do tego należy dodać ważny, a jakże często niedoceniany dział, jakim była dokumentacja: zrazu stosunkowo nieliczna, od połowy XII wieku coraz bardziej narastająca, a reprezentowana przede wszystkim przez ustawodawstwo synodalne i pisma kancelarii królewskich, książęcych i biskupich. Właśnie ona daje wgląd w poziom naukowego przygotowania w zakresie teologii i kanonistyki rodzimego duchowieństwa i w kwestie, jakie były przedmiotem dyskusji na synodach prowincjalnych, oraz w treść korespondencji wysoko postawionych osób i ich urzędów, a tym samym udziela odpowiedzi na pytanie, jakie problemy nurtowały ówczesną społeczność polską na różnych obszarach naszego terytorium.

Głównymi wszakże działami prozy literackiej pozostawała wspomniana historiografia i hagiografia: ta pierwsza wynikała z chęci i dobrze rozumianej konieczności zarejestrowania i przekazania potomności informacji o początkach naszego państwa, jego historycznych terenach, formach władzy i osobach ją pełniących, a także zmaganiach z sąsiadami o utrzymanie jego suwerenności. Czy którekolwiek państwo we współczesnym świecie może i zechce uznać tego rodzaju dokumenty za nie należące do przekazów historycznych najwyższej dlań wagi? Czy wystawi się przez to dobrowolnie na niebezpieczeństwo utraty własnej tożsamości, a tym samym podkopie fundamenty swego bytu narodowego? Czy

pozwole, by o ich autentyczności i wartości historycznej, wreszcie o ich rzetelnej analizie, tak w odniesieniu do treści jak też i języka, decydowali badacze innych krajów?

Czy my, Polacy, bez względu na współczesne realia, możemy wątpić, jakich odpowiedzi należy udzielić na te pytania?

Czy zatem pozostaje cień wątpliwości, że staranne i szczegółowe studia nad nimi winny być prowadzone w naszej ojczyźnie przez coraz to nowe pokolenia uczonych, których praca w tej dziedzinie jest działalnością w obronie najżywotniejszych interesów naszej ojczyzny?

Drugim ważnym działem naszego dziedzictwa literackiego wieków średnich jest hagiografia; przytoczmy tu wypowiedź wybitnego znawcy zagadnienia prof. Mariana Plezi, prezentującą powszechne przekonanie uczonych: „Utworki hagiograficzne pozostają zawsze cennym materiałem do studiowania środowiska i czasu, które je wydały”. I znów trzeba podkreślić, że w naszej rodzimej hagiografii, podobnie jak w utworach historiograficznych, aż do schyłku XV wieku panuje niepodzielnie język łaciński. Europejska kultura literacka wieków średnich to przede wszystkim kultura języka Rzymian i ich spadkobierców, którzy w nowym już układzie politycznym i zmienionych strukturach społecznych naszego kontynentu przejęli i wzbogacili język swych przodków, a dawnym narodom barbarzyńskim mieszkającym na tym kontynencie przynieśli w tym bezcennym naczyniu światło wiary i cywilizacji chrześcijańskiej.

Poziom języka łacińskiego w piśmiennictwie powstałym na danym terytorium był w owych czasach wykładnią przyswojenia sobie przez ten kraj kultury chrześcijańskiej i w pewien sposób przyczyniał się do określenia jego pozycji wśród innych narodów europejskich.

Hagiografia polska posiada wszystkie zasadnicze cechy właściwe dla tej twórczości w innych krajach: wielkie kontrasty życia społecznego i prywatnego, emocjonalność w praktykach religijnych, przeżycia mistyczne, duchowość zbiorowości zakonnych, poczucie obecności zła w świecie i winy w każdym człowieku wpływały na treści żywotów polskich świętych tamtych czasów. Mimo niektórych przejawów pobożności, jakie w biografiiach współczesnych nam świętych już nie występują i dla których nie znajdujemy już uzasadnienia, winniśmy odnieść się z całym szacunkiem do tej głębi uczucia i żarliwości w praktykowaniu wiary, jaka cechowała owe wielkie duchem postaci, które przeszły przez polską ziemię i życiem swym wytknęły szlak umiłowania wiary, tradycji chrześcijańskiej i własnej ojczyzny.

Polska hagiografia średniowieczna, przez cały okres powojenny z przyczyn ideologicznych zazwyczaj lekceważona i postponowana, a w najlepszym razie pomijana milczeniem, jest według zgodnej opinii badaczy nader wartościowym źródłem do poznania poziomu cywilizacyjnego i kultury społecznej w Polsce w wiekach średnich, tym bardziej że inne zabytki literackie, oprócz wspomnianych już dokumentów, są nieliczne i przeważnie późniejszego pochodzenia. Zmiana systemu politycznego nie przyniosła istotnej poprawy tego stanu rzeczy. Próba apologii takiego postępowania, polegająca na wskazywaniu ośrodków kościelnych jako powołanych do kultywowania tych studiów, jest usiłowaniem zrzucenia odpowiedzialności za dobro kultury całego narodu na obarczoną już i tak wieloma zadaniami instytucję Kościoła.

Jednym z najważniejszych dzisiaj nośników naszej kultury narodowej są, a raczej być winny, środki społecznego przekazu. W Polsce, gdzie gwałtownie kurczy się sieć bibliotek terenowych, gdzie ograniczane są środki finansowe na pielęgnowanie i promocję dóbr kultury, wielki i nader poważny obowiązek partycypacji w dziele upowszechnienia tych

wartości spoczywa właśnie na mediach, które ze względu na sposób, w jaki docierają do szerokiej rzeszy widzów i słuchaczy, oraz, w szeregu przypadków, możliwość łatwego operowania materiałem stanowią dla wielu rodaków często prawie wyłączny instrument kontaktu ze spuścizną minionych lat i wieków, stanowiącą o ich tożsamości oraz duchowej i kulturowej integralności. Jeszcze większą rolę odgrywają one w promocji tych wartości w odniesieniu do rodaków z zagranicy, którzy na obcym terytorium praktycznie nie mają możliwości kontaktu z zabytkami polskiej literatury i sztuki średniowiecza. Ten fakt jest w naszych mediach całkowicie ignorowany.

Środki społecznego przekazu w Polsce, generalnie biorąc, nie wywiązują się w tym względzie ze swego obowiązku, a tym samym popełniają ciężki grzech zaniedbania w odniesieniu do tych wartości, których dotyczyły powyższe refleksje. Upływający czas z dnia na dzień powiększa te straty.

Programy radiowe i telewizyjne jedynie z okazji wielkich rocznic zdobywają się na krótkie wzmianki o wydarzeniach z odleglejszej historii politycznej i kulturalnej Polski. Wydarzeniach, które decydowały często o jej losach przez długie wieki, a pośrednio wpłynęły na nasze współczesne dzieje.

Obecność treści związanych z literaturą i kulturą Polski średniowiecznej w naszych mediach jest *conditio sine qua non* również dla właściwego wychowania dzieci i młodzieży w szacunku do skarbów rodzimej kultury. Ten szacunek będzie ją skutecznie bronił przed naiwnym podziwem dla agresywnej subkultury przenikającej do nas z Zachodu, a skutki tej agresji są dla nas już aż w nadmiarze widoczne.

Jest bowiem, jak słusznie dostrzegali Rzymianie, *Historia magistra vitae* i biada tym, którzy nie korzystają z jej nauki. Troska zatem o właściwą i kompetentną informację oraz pozytywną promocję tych wartości w naszych środkach społecznego przekazu leży w interesie całego bytu narodowego.

Są w naszych księgach skarby, które winny stać się skarbem naszego serca.

Marek Jurek

Członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

KULTURA MASOWA I PRZEKAZ TRADYCJI

Tematem moich uwag będzie kultura masowa i przekaz tradycji. Na początku można zapytać, skąd takie zestawienie? Przecież uważamy, iż kultura masowa powinna przede wszystkim bawić, pozwalać odbiorcom odpocząć, wydaje się więc przeciwieństwem zobowiązań społecznych. Przekaz tradycji należy właśnie do tych ostatnich, skąd zatem takie zestawienie?

Jeżeli jednak uświadomimy sobie, że kultura masowa jest po prostu wykorzystującą współczesną technikę i wyrażoną w nowych formach, tworzoną w nowy sposób kulturą ludową, to wówczas sens tego zestawienia nabiera zupełnie innego charakteru. Dlatego że kultura ludowa w przeszłości i obecnie, właściwie zawsze, jest w znacznym stopniu tożsama z tradycją, stanowi jej część i jej przekaz. Kultura ludowa była tradycją już wtedy, kiedy nie istniała kultura pisana. Biorąc pod uwagę taką perspektywę warto się zastanowić, na ile właśnie poprzez kulturę masową powinien i może dokonywać się przekaz tradycji. W końcu kultura masowa to kultura tworzona dla masowego odbiorcy, chcącego w niej odnaleźć swoje uczucia, marzenia, wartości. Wyjść poza codzienność.

Warto spojrzeć na kulturę masową w innych krajach, włącznie z najbardziej „klasyczną” amerykańską kulturą masową. 150 lat temu Tocqueville jeździł do Ameryki zobaczyć, jak działa demokracja polityczna. Dziś warto popatrzeć, jak w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat rozwijała się tam kultura masowa. Warto się przyjrzeć jej ewolucji, by zobaczyć, czym w istocie jest i czym może być.

Pierwsza jej uderzająca cecha, dotycząca zarówno zalet, jak i rzeczy budzących sprzeciw, to ogromne zakorzenienie w tradycji narodowej. Tradycji krótkiej, ale realnej i bardzo określonej. Najbardziej amerykański z gatunków filmowych - western – to przecież po prostu ludowa ballada. Natomiast bohatera westernu odnajdziemy w wielu innych amerykańskich gatunkach filmowych - w obrazach wojennych, w filmach akcji, drogi... Ten typ bohatera - wcielający indywidualizm, odwagę, sprawiedliwość - tworzy paradygmat amerykańskiego *ethosu* narodowego i w jakiś sposób reprezentuje ich historyczne doświadczenie.

Amerykańska kultura masowa - choć właśnie w tym miejscu wolałbym używać określenia *ludowa* - afirmuje nie tylko *ethos*, ale i tradycyjne instytucje amerykańskie (Konstytucję, prezydenturę, sądownictwo). Przykłady tego odnajdujemy w filmach politycznych czy sądowych. To też ilustracje związku kultury masowej z doświadczeniem tradycji, z doświadczeniem życia narodowego.

Warto w tym miejscu wspomnieć i o filmie rodzinnym, potwierdzającym nie tylko wartości rodzinne, ale i tak zasadniczą wartość kultury amerykańskiej jaką jest pomoc sąsiedzka, czy w ogóle sąsiedztwo.

Mówiłem do tej pory o kulturze amerykańskiej. Ale analogiczne przykłady prezentacji odnajdziemy we Francji (choćby popularny szczególnie w latach 50. film płaszcza i szpady) czy w Anglii (filmy szkockie, jakobickie czy sagi rodzinne według Galsworthy'ego, Evelynna Waugh, Trollopa).

Jak to wygląda w Polsce? U nas rozwój kultury masowej przypadł, niestety, na czasy PRL. Oczywiście, były to czasy, gdy mimo braku niepodległości i rządów komunistycznych żył naród i rozwijała się kultura polska. Podobnie zresztą jak sto lat temu, w czasach zaborów, naród żył i istniała kultura polska nie tylko w Krakowie i we Lwowie, ale również w Warszawie, a nawet w Petersburgu. Polska kultura istniała wówczas mimo zaborów, a nie dzięki zaborcom. Tak samo w czasach PRL kultura narodowa rozwijała się wbrew rządóm komunistycznym, a nie dzięki tym rządóm. Szkoda, że tak często ciągle manifestuje się totalitarna mentalność, wchłaniająca w państwo całe życie społeczne, gdy słyszymy dziwaczną tezę, że kto potępia obce rządy komunistyczne w Polsce, ten potępia całe życie społeczne, które pod tymi rządami się toczyło. Osiągnięcia społeczeństwa w tym okresie stanowiąc mają usprawiedliwienie PRL. Jest to, jak mówię, logika totalitarna, tyleż antynarodowa, co antyliberalna, gdyż twierdzi, że państwo jest jedyną siłą sprawczą życia społecznego.

Skoro mówimy o czasach PRL, pozwólcie mi Państwo na małą dygresję literacką. Warto zauważyć, że w tym okresie wielka literatura katolicka, mam na myśli książki Malewskiej, Gołubiewa, Parnickiego, Zofii Kossak, często i w wielkim stopniu uciekała w tematykę historyczną. W pewnym sensie to na pewno nie była ucieczka, tylko wybór perspektywy. Doświadczenie katastrofy cywilizacyjnej sprawiło, że pisarze katolicy chętnie pisali np. o schyłku Rzeczypospolitej, jak Malewska w „Panach Leszczyńskich”, czy szczególnie często - o zmięczeniu Imperium Rzymskiego, tej prefiguracji budzącej lęk przepowiedni Spenglera o zmięczeniu Zachodu. Próbowano w ten sposób wyjaśnić, co przeżywamy. Co przeżywamy i co będzie z Polską w warunkach katastrofy, która dotknęła połowę Europy i ogarnęła nasz kraj.

Ale z drugiej strony jest też znacznie prostsze wyjaśnienie dominacji tej tematyki. Uciekali w nią wszyscy, którzy chcieli ominąć cenzurę, a jednocześnie stworzyć coś niewątpliwie trwałego, wolnego od kompromisów koniecznych przy opisie współczesności. Warto teraz, kończąc tę analogię literacką, zauważyć, że jeśli chodzi o kulturę masową, o film telewizyjny, to właśnie wtedy powstały ekranizacje „Chłopów”, „Nad Niemnem”, „Pana Wołodyjowskiego”.

Był to bardzo ważny przekaz dziedzictwa narodowego, choć tylko częściowy - tradycji. Tradycja jest bowiem czymś różnym od dziedzictwa. Ksiądz prałat Niewęglowski w swoim referacie mówił przede wszystkim o dziedzictwie. Bo dziedzictwo jest tym wszystkim, dobrym i złym, co należy do naszej zbiorowej przeszłości. Dziś na przykład, u progu trzeciego tysiąclecia chrześcijaństwa, Kościół rozważa swoją przeszłość, zastanawia się nad swoim dziedzictwem, nad tym co potwierdza jego świętość i nad tym, co pozostawiła w nim niedoskonałość ludzkich czynów. To właśnie jest dziedzictwo Kościoła. Ale tradycja to co innego. Tradycja to ta część dziedzictwa, którą chcemy przenieść w przyszłość. Można powiedzieć jeszcze prościej, że tradycja to przeszłość, w którą wierzymy, że będzie przyszłością. Tradycja w wielkim stopniu dotyczy teraźniejszości. Tradycja jest po prostu odnajdywaniem naszych uczuć, wartości, nadziei w przeszłości. W tym sensie tradycja jest tożsamością.

Z tej perspektywy stosunek kultury masowej czasów PRL do tradycji wygląda już inaczej. Warto na przykład przypomnieć, jak popularne filmy współczesne wyśmiewały wówczas i niszczyły chłopski tradycjonalizm. Po wojnie życie narodowe rozwijało się w ogromnym stopniu dzięki wsi. Wieś dawała Kościołowi powołania kapłańskie, a poprzez samą strukturę swojej gospodarki stawiała opór komunizmowi. Tymczasem ten tradycjonalizm życia wiejskiego był nagminnie w kulturze masowej wyśmiewany. W kilku co najmniej filmach powtarzał się wzór „indywidualizmu” proponowany przez komunistyczną mass-kulturę wiejskiej młodzieży: młody chłopak, pochodzący ze wsi albo wchodzący w środowisko wiejskie, dla zmanifestowania niezależności poglądów nie chce z narzeczoną brać ślubu katolickiego, choć oczekują tego rodzice. Tak wyglądała rewolucja kulturalna w stylu PRL.

Z drugiej strony kultura masowa deformowała naszą przeszłość. Pomińmy przykłady najskrajniejsze, jak osławieni „Pancerni i pies”, nie wiadomo czemu wyświetleni jeszcze niedawno dla polskiej emigracji w TV Polonia, w którym to filmie polscy robotnicy w Lublinie z radością witają władzę sowiecką. Znacznie gorszy może od takich otwarcie propagandowych bzdur był sposób obrazowania podziemia niepodległościowego, Armii Krajowej, powielany w wielu kinowych i telewizyjnych filmach. Obrazy te utrwały i z wielokrotnością stereotypy wypracowane po wojnie przez „Kuźnicę” i stalinowską propagandę. Obok wyższego oficera, bezdusznego fanatyka-antykomunisty, pojawiał się tam typ młodego oficera-patrioty, który jeśli mógł imponować, to co najwyżej polityczną głupotą idącą o lepsze z brawurową odwagą. I rok 1989 nie przyniósł tutaj żadnego przełomu.

Zresztą wzorów dostarczyły standardy polityczne. Jest charakterystyczne bowiem, że dzisiaj bardzo rzadko mówimy o odzyskaniu niepodległości. Po części na pewno dlatego, że unikamy wielkich słów. Ale nawet wielkie słowa mają skromniejsze synonimy. Tymczasem rzeczywistym intencjom politycznym dominujących ugrupowań politycznych o wiele lepiej odpowiadają określenia takie, jak transformacja ustrojowa. Mam wrażenie, że również nasza kultura masowa nie tyle odzyskała wolność, wykorzystując szanse, jakie przyniosła niepodległość, co jedynie przeszła ograniczoną transformację.

Podczas ostatnich obrad Okrągłego Stołu Mediów zwróciłem uwagę na pewne fakty, które niepokoją mnie jako odbiorcę (i upelnomocnionego reprezentanta innych odbiorców). Komunistyczna polityka kulturalna nie tylko zakazywała poruszania pewnych tematów, ale na przykład zobowiązywała autorów publikowanych książek, aby - jeśli dotyczyły tego tematu - pisać źle i z potępieniem o niepodległościowym podziemiu. Nic dziwnego, że uczciwi historycy woleli o tym nie pisać, zostawiając tu pole „resortowym” pamiętnikarzom i „resortowym” historykom. W tej sytuacji również filmy mogły co najwyżej pokazywać bezsens powojennej walki, a nie heroizm, konieczność, sens. I przyszedł rok 1989, kiedy takie filmy można było zacząć kręcić, i zauważcie Państwo, że właściwie nie powstał od tamtej pory ani żaden film historyczny, ani żaden film akcji o polskim podziemiu niepodległościowym w okresie powojennym. A czy wiele jest bardziej barwnych, dramatycznych, wielowymiarowych i filmowych tematów?

To samo można powiedzieć o popularnym serialu rodzinnym, czy jak się teraz mówi - nie wiadomo dlaczego - „familijnym”. Czy nie wystarczy, że lody mamy familijne? Co ciekawe, serial, który w tym gatunku odniósł największy sukces, „Klan”, powstał jako jedyny film zrealizowany według procedur w pełni rynkowych. Rozpisano konkurs, dokonano wyboru z pomiędzy trzech projektów, wzięto pod uwagę oczekiwania widzów, przystawalność obrazu do doświadczenia odbiorców, do ich zainteresowań i nagle powstało coś co się ludziom podoba, nie budzi krytyk, nikogo nie obraża. Serial podobny do Polski.

Ale poza takimi wyjątkami jest jeszcze rutyna mediów i kultury masowej. Przyznam, że w ostatnich tygodniach byłem wstrząśnięty tym, co się stało 11 listopada tego roku. Mówiłem o tej sprawie w ramach prac Krajowej Rady. Po raz bodaj dziewiąty obchodziliśmy po wieloletniej przerwie Święto Niepodległości. Proszę Państwa, oczywiście doba trwa 24 godziny i nie można w tym czasie oglądać równocześnie wszystkich programów telewizyjnych. Analizując program, jesteśmy skazani w ogromnym stopniu na zapowiedzi programowe w prasie. Ale i to jest wystarczający materiał do wniosków syntetycznych.

W prywatnych stacjach telewizyjnych - pominąwszy serwisy informacyjne - trudno było znaleźć jakiegokolwiek ślady przypadającego święta. Wyjątkiem był film Jacka Bromskiego nadany po południu przez Naszą Telewizję. Ktoś zapyta - jakim prawem oceniam programy prywatnych w końcu nadawców? Powtórzę raz jeszcze - mówię jako prawnie upoważniony reprezentant odbiorców. Ale to nie jedyny powód i nie jedyny tytuł do takiej oceny. Stwierdzenie, że stacja jest prywatna, określa tylko jej status prawno-ekonomiczny. Ale nie znosi powinności kulturowych. Zresztą nawet obowiązujące prawo zakłada, że w Polsce cały system audiowizualny powinien być polski. Nie tylko w sensie właścicielskim, gdzie wymaga się aby 2/3 kapitału tworzącego stację miało charakter narodowy. Również w sensie programowym polskie prawo audiowizualne mówi, że istotnym motywem decyzji koncesyjnej powinny być interesy kultury narodowej. Czy to takie wielkie oczekiwanie, by jedno z dwóch oficjalnych świąt narodowych znajdowało jakiś ślad w programach telewizyjnych? Czy w sytuacji generalnego ignorowania oczekiwań tak elementarnych można jeszcze twierdzić, że telewizja w Polsce jest polska?

Nie chcę na to pytanie udzielać odpowiedzi na podstawie programów jednego tylko dnia, ale mam wrażenie, że do tego stopnia nauczyliśmy się godzić z takim stanem rzeczy jako z czymś naturalnym, z częścią tego osławionego „powrotu do normalności”, że faktycznie zrezygnowaliśmy z jakichkolwiek oczekiwań kulturalnych i związanych z tradycją narodową wobec prywatnych nadawców telewizyjnych. To moralne zwolnienie polskich instytucji z polskich powinności świadczy o jakiejś głębokiej chorobie naszego dzisiejszego życia.

W telewizji publicznej, bo cały czas mówiłem o stacjach prywatnych, znalazło się w Święto Niepodległości sporo momentów retro. Tak jakby niepodległość była historyczną kategorią odnoszącą się tylko do Drugiej Rzeczypospolitej. A przecież - niezależnie od intencjonalnego pomniejszania znaczenia tego faktu - w roku 1989 też odzyskaliśmy niepodległość. Możemy to inaczej nazywać, nasza polityka może być nie na miarę odbudowy państwa, ale prawda jest taka - w roku 1989 ponownie uzyskaliśmy szansę wolności narodowej. W programie TVP trudno było się doszukać tego śladów. Natomiast ledwie minęła oktawa 11 Listopada mogliśmy w telewizji publicznej obejrzeć film nawiązujący do najbliższej, solidarnościowej tradycji walki o niepodległość. Nawiązujący bardzo osobliwie: „Człowiek z ...”. Nie, proszę Państwa, ani z żelaza, ani z marmuru, „Człowiek z ...”. Parodia tych dwu wielkich filmów Andrzeja Wajdy, kuriozalna parodia wyszydająca opozycję niepodległościową lat 80-ych. „Człowiek z...” to bardzo ciekawy przykład nowego odbrązowiania. Tym razem odbrązowiamy pomniki zanim one jeszcze stanęły. Dlatego że próby uświęcenia tej najnowszej walki o niepodległość, uświęconej krwią ponad setki bezbronnych ofiar, z reguły są klasyfikowane jako „kombatanctwo”. Co najciekawsze, „Człowiek z ...” szczególnie wyśmiewa pacyfizm solidarnościowej opozycji. A jeszcze nie tak dawno słyszałem, jak autor „Człowieka z ...” nienawistnie komentował emisję biograficznego dokumentu o por. Gan-Ganowiczu, jednym z niewielu Polaków, którzy w czasach współczesnych mieli możliwość walczyć z komunizmem z bronią w ręku. Dla

zbrojnego oporu - nienawiść. Dla pokojowego - szyderstwo. Tak dziś się dziękuje solidarnościowej opozycji za walkę bez przemocy i za przebaczenie oprawcom.

Pora kończyć. August Bebel powiedział kiedyś, że antysemityzm jest socjalizmem dla głupców. Z całym szacunkiem dla obaw przed „macdonaldyzacją” kultury, czasami myślę, że antyamerykanizm jest patriotyzmem dla głupców. Są na pewno powody, by krytykować nadmiar produkcji amerykańskiej na naszym rynku. Ale na przykładzie Stanów Zjednoczonych warto rozważyć, jaką rolę, na skalę wręcz przemysłową, może odgrywać kultura masowa w życiu narodowym, jaka może być relacja między nią a wartościami narodowymi. Istnieje przecież wyraźna zależność między potęgą Ameryki a sposobem, w jakim amerykańska kultura popularna pokazuje przeszłość, współczesne wyzwania, instytucje i wartości narodowe swego kraju.

Jestem również przekonany, że istnieje korelacja między naszym ubóstwem w tej dziedzinie a słabością i problemami naszego państwa. Mam nadzieję, że jednym z owoców odrodzenia życia społecznego będzie odzyskanie miejsca przez wartości narodowe w naszej kulturze masowej i że przyczyni się to do tego, o czym wielu moich przedmówców mówiło: do tworzenia naszej wspólnej przyszłości.

Gustaw Holoubek

TEATR TELEWIZJI A DZIAŁALNOŚĆ KULTUROTWÓRCZA MEDIÓW

Czterdzieści pięć lat sobie liczy Teatr Telewizji. Stało się tak, że od samego początku – a zbiegło się to dokładnie z początkiem telewizji w Polsce – teatr stanowił główną, najbardziej atrakcyjną część emisji, był czymś w rodzaju punktu odniesienia w polityce programowej i siłą rzeczy przedmiotem oczekiwań widzów. Treścią ich dyskusji, pretekstem do formułowania opinii o poziomie telewizji w ogóle. Te sprzyjające okoliczności sprawiły, że z czasem teatr telewizyjny zaczął funkcjonować jako potężna instytucja rządząca się własną, oryginalną formułą wyrazową, różną zarówno od filmu, jak i od teatru żywego. Otwarty dla inicjatywy twórczej reżyserów, sięgający w wyborze do artystów z całej teatralnej Polski, zaproponował repertuar obejmujący ogromny obszar dramaturgii, w jej chronologicznej perspektywie od antyku po czas dzisiejszy.

Kiedy przypomnimy, że jego prezentacje obejmowały oprócz podstawowego Teatru Poniedziałkowego, czwartkowy Teatr Sensacji, niedzielny Teatr Komedi, teatr bajek dla dzieci, rapsodyczne propozycje poetyckie oraz bogate programy rozrywkowe, nietrudno sobie wyobrazić, że w powyższej postaci stał się zjawiskiem bez precedensu w skali światowej.

Dziś, z perspektywy tego czasu świetności, nasuwa się pytanie, w jakim stopniu telewizja poprzez zgodę na poparcie tej inicjatywy ludzi sztuki osiągnęła to, co można by nazwać jej sukcesem wychowawczym. Wpływem na kształtowanie wyobraźni. Propozycją oglądu rzeczywistości w całej jej złożoności. Nie można tego stwierdzić w liczbach, którymi mierzymy realne wielkości. Bo nie można z matematyczną precyzją wyliczyć siły ludzkiego wzruszenia ani skali ludzkiego pojmowania. Ale można chyba przypuścić, że choćby tylko przez fakt obcowania z wielką literaturą, przez styczność z nieustającą próbą nazywania świata, wskazywania na jego piękno i piętnowania jego zła, w wielu spośród nas – wielu obdarowanych jaką taką wrażliwością – odkładał się, jeśli można tak powiedzieć, coraz bogatszy obszar poznania. Świadomość sensu egzystencji.

Jest rzeczą godną ubolewania, że dzisiaj przy tej jubileuszowej okazji trzeba stwierdzić, że z tradycji, o której mówię, pozostało niewiele; więcej, że stoimy przed faktem kwestionowania obecności teatru na antenie publicznej telewizji w ogóle. Nie tylko w jego dawnym rozmiarze, ale nawet w wersji ostatniej, sprowadzonej niemal wyłącznie do poniedziałkowego czasu antenowego.

Za przyczynę tego stanu rzeczy odpowiedzialne są obie strony. Ci, którzy teatr tworzą, i ci, którzy nim zawiadują. Na skutek niewłaściwie pojętej prywatyzacji otworzyły się szerokie możliwości wtargnięcia w system powstawania telewizyjnego widowiska. Licznie powstałe firmy produkcyjne przejęły niemal całkowicie rynek artystyczny, dostarczając gotowe dzieła, na miarę swoich wyobrażeń o ich jakości i ideowej wartości. Siłą rzeczy,

niezależnie od najlepszej woli tych firm, przy równoczesnej bierności Teatru Telewizji, jego dyrekcji, powstał chaos repertuarowy. Przestał funkcjonować perspektywicznie pojęty cel uprawiania teatru. To co powinno być swoistym monolitem, trwałą budowlą zawiadywaną przez odpowiedzialnego artystę, miejscem wyboru określonej filozofii i sobie tylko właściwego twórczego stylu, stało się halą targową, terenem sprzecznych, często zantagonizowanych interesów.

W tej sytuacji kierownictwo telewizji, jej najwyższe władze, nie tylko nie robią nic, aby Teatrowi Telewizji nadać niezbędną autonomię, ale przez zbiurokratyzowany do absurdu system czterech czy nawet pięciu instancji, zatwierdzających do realizacji każdą zgłoszoną propozycję, dają świadectwo nieodpowiedzialności.

To o czym pozwalam sobie mówić, a także inne symptomy: puste studia telewizyjne, wyposażone w najlepszą technikę, miesiącami czekające na realizację; przesuwanie programów artystycznych z ich dotychczasowego czasu emisji na godziny przedpołudniowe albo późnonocne; a przede wszystkim coraz głośniejszy manifestowany brak pieniędzy narzucający nieodparte wrażenie o poważnym zagrożeniu części programu poświęconego kulturze.

Moje obawy nie dotyczą tylko teatru. Proszę zwrócić uwagę, że w ostatnim czasie poza ogólnikami natury gazetowo-plotkarskiej nie dowiedzieliśmy się prawie niczego o stanie polskiej literatury współczesnej. O tym czy, poza paroma faworytami, ktoś coś pisze, a jeżeli tak, to co? Więcej, zapomina się powoli, czy w ogóle kiedyś ktoś coś napisał. Ta dziedzina twórczości, wymagająca szczególnego zainteresowania i wnikliwego komentarza, błąka się po peryferiach programowych, znajdując skromne schronienie niemal wyłącznie w audycjach dla szkół.

To, co dzieje się w muzyce, przechodzi wszelkie wyobrażenia. Można by zaryzykować twierdzenie, że jej w ogóle nie ma. Nie ma Bacha, Haendla, Mozarta, Beethovena, Brahmsa. Chopin - raz na pięć lat. Nie ma Lutosławskiego. Nie ma nawet Moniuszki. Nie ma wielkich solistów, orkiestr, wielkich dyrygentów, nie ma zasadniczego stosunku do muzyki, jej źródeł, historii rozwoju, jej obecności we wszelkiej ludzkiej twórczości.

Na te wielkie zaniedbania kierownictwo telewizji ma obecnie jedną odpowiedź. Oglądalność. To magiczne zaklęcie o słabej *ogładalności* powyższych programów ma w pełni usprawiedliwić ich brak albo zepchnięcie na w ogóle *nieogładalne* godziny programowe.

Od początku świata ludzie dzielili się między innymi na tych, co z upodobaniem oglądają święta, i na tych, którzy tego unikają. I od początku tych pierwszych jest o wiele więcej, niż tych drugich. Ale też od początku świata cywilizujące się narody robiły wszystko, aby namówić tych pierwszych do poznania i przyswojenia sobie gustów tych drugich. W ten sposób jeśli nie zwiększyły liczby kulturalnych obywateli, to w każdym razie wyraźnie powiększyły grona elit, stanowiących wzorzec do naśladowania, przysposobionych do kierowania życiem innych.

Tego rodzaju polityce wobec współziomków towarzyszyła jeszcze inna szlachetna tendencja. Mianowicie przekonanie, że nie można nikogo z góry skazywać na niższość, na przyrodzoną jakoby niemożność pojmowania wyższości, gdyż, po pierwsze, stanowiłoby to o pogardzie decydentów wobec ludzi od nich zależnych, i po drugie dlatego, że nie ma takiej ceny, której by nie należało zapłacić za nadzieję uszlachetnienia drugiego człowieka. Z tego też powodu nie można w ogóle przyjąć do wiadomości argumentu o *ogładalności*.

Ale też z jeszcze ważniejszej, być może, przyczyny.

Kultura jest jednym z tych wynalazków człowieka, który daje szczególne, szczególnie wyraziste świadectwo jego samego i narodu, do którego należy. Zaś o kulturze określonego narodu świadczą dwa zasadnicze elementy. Przywiązanie do tradycji, które z kolei oznacza wiedzę o dobrach już wytworzonych, ich obecność w życiu intelektualnym i duchowym, poczucie trwałości sprawdzonych wartości i – co najważniejsze, i co z powyższego w konsekwencji wynika – rozumne otwarcie na współczesność, na wszystko, co jeszcze nie wytworzone, co czeka na dokonania.

Drugi element to własny, dla danego narodu właściwy i niepowtarzalny sposób opisywania świata oraz własny język, który rzeczywistość wyraża. Jeśli telewizja publiczna, telewizja, której programem nie może być konkurowanie ze stacjami komercyjnymi, ale ambicja stania się godnym i reprezentatywnym obrazem naszej rzeczywistości, odżegna się od podstawowej funkcji kulturotwórczej, oznaczać to będzie zlekceważenie polskiej racji stanu.

Mam nadzieję, że zostałem dobrze zrozumiany. Mówiąc o kulturze, z tytułu mojej wypowiedzi zająłem się głównie tym, co jest twórczością artystyczną, ale idzie o kulturę najszerzej pojętą, a ściślej o związane z działalnością telewizji oczekiwania społeczeństwa. Otóż tak sobie myślę, że chciałoby ono zobaczyć siebie. Jak wygląda i do czego zmierza. Chciałoby się dowiedzieć, jak urządzić własny dom – ten prywatny i ten, który nazywamy ojczyzną – aby był rozumny i piękny. Chciałoby, aby naszym dzieciom uświadamiać, skąd się wzięliśmy jako naród, czym jesteśmy i czym moglibyśmy być, gdybyśmy pozostali wierni wielkiej europejskiej tradycji sięgania po sprawdzone już wartości.

Abyśmy, na przykład, mogli zobaczyć, że zbliżająca się choinka, która stanie w czasie Świąt w każdym domu, choć będzie tym samym świerkiem czy jodłą co rośnie wszędzie, jest jednak nasza, niepodobna do żadnej innej na świecie.

Wtedy będę mógł powiedzieć, że polska telewizja publiczna jest instytucją i siedzibą narodowej kultury.

Prof. dr hab. Edmund Wnuk-Lipiński

FUNKCJE MEDIÓW WIZUALNYCH WOBEC KULTURY NARODOWEJ

Zacznę od nieco prowokacyjnego pytania, a jednak pytania, które trzeba zadać, jeśli pragnie się wyjść poza odpowiedź udzielaną uczniom przez Gombrowiczowskiego belfra Bładaczkę: dlaczego Słowacki wzbudza w nas zachwyt i miłość? Zadajmy więc to pytanie bez zbędnej zwłoki: Dlaczego należy chronić kulturę narodową? Dlatego, że wielka jest i basta? Dziś, kiedy idea „globalnej wioski” nabrała realnych kształtów, w dobie internetu i telewizji satelitarnej taka odpowiedź jest rażąco niewystarczająca.

Globalizm wymiany informacji i globalny zasięg dyfuzji wartości kulturowych wystawia lokalne kultury narodowe na istic Hamletowskie pytanie: Być albo nie być? A jeśli być, to co zrobić, by odpowiedź taka nie była jeno pobożnym życzeniem. Nie wystarczą więc same zaklęcia o wielkości kultury narodowej, by w owym globalnym otwarciu informacyjnym po pierwsze – być, a po drugie – znaleźć możliwości rozwoju. Przekonaniu o istotności własnej kultury towarzyszyć musi zorganizowane wsparcie jej stabilnego trwania i rozwoju, a nade wszystko – środki finansowe, które we wzrastającej konkurencji międzynarodowej zapobiegą zepchnięciu – już na starcie – naszej kultury na odległe peryferie, które będą mało kogo interesować już nie tylko na świecie, ale i w naszym własnym kraju.

Kiedy używamy pojęcia „kultura narodowa” niejako automatycznie przychodzi na myśl dzieła klasyczne: Mickiewicz, Szopen, Norwid, Wyspiański, Matejko i naturalnie – Słowacki, słowem to, co wynieśliśmy ze szkoły jako kanon wybitnych dzieł naszej rodzimej twórczości kulturalnej. Ale przecież kultura narodowa to nie tylko tzw. kultura wysoka, czyli klasyka literacka, malarska czy muzyczna. To także obyczaj, rytuały świąteczne, zasób mitów narodowych, zakorzeniony w historii stosunek do innych narodów, język, wierzenia, badania naukowe, sposób przyrządzania posiłków, skonwencjonalizowane formy komunikowania się z innymi ludźmi i wiele innych składników pewnej całości, która spełnia w naszym życiu dwie podstawowe funkcje:

1. udziela nam odpowiedzi na pytanie, kim jesteśmy;
2. sprawia, że otoczenie, w którym żyjemy, jest dla nas zrozumiałe, obliczalne, niejako oswojone, że czujemy się u siebie.

Dzięki kulturze narodowej nabywamy więc tożsamości osobniczej i grupowej, jesteśmy w stanie poprawnie posługiwać się symbolicznymi przekazami zakodowanymi w relacjach międzyludzkich oraz trafnie odczytywać sens zachowania innych ludzi, a zarazem zyskujemy poczucie „bycia u siebie”, zakorzenienia i swojskości.

Warto więc chronić kulturę narodową nie dlatego, że jest to luksus, *decorum* życia, lecz z powodów znacznie bardziej pragmatycznych. Kultura jest bowiem dla narodu tym, czym dla rodziny jest dom: nie jego mury, tynki, instalacje i dach, lecz to, co owe techniczne struktury napelnia, gdy zamieszkają tam ludzie. Kultura narodowa jest więc naszym wspólnym domem, jest konstrukcją wyznaczającą przestrzeń duchowego życia narodu. Jak pokazuje nasza historia, Polacy mogli przetrwać jako naród bez suwerennej państwowości, lecz z pewnością by nie przetrwali, gdyby pozbawiono ich również własnej kultury. Kultura jest zatem – dla tożsamości narodowej – pierwotniejsza niż państwo. Stanowi ona fundament, na którym wspiera się konstrukcja polityczna państwa, a zarazem nadaje ona swoisty, powszechnie zrozumiały sens relacjom pojawiającym się w obrębie państwa i społeczeństwa. Kultura narodowa jest więc także źródłem sensów (indywidualnych i zbiorowych).

Wniosek o potrzebie ochrony kultury narodowej nie jest specjalnie odkrywczy. Zresztą potrzeba ochrony kultury narodowej nie jest jedynie polskim wynalazkiem. Jak wiadomo, wiele krajów uczyniło z tego postulatu jeden z priorytetów polityki państwa, niezależnie od opcji politycznej formującej aktualną ekipę rządową. W wersji ambitniejszej i też upowszechniającej się, przynajmniej w świecie zachodnim, chodzi nie tylko o ochronę, ale również o promocję rodzimej kultury poza terenem jej naturalnego oddziaływania (czyli poza terytorium danego kraju). Takie instytucje jak British Council, Instytut Goethego, Instytut Cervantesa są dobrą ilustracją wspomnianego tu zjawiska.

Powstaje więc pytanie, przed czym kulturę narodową należy chronić, co jej zagraża, czy jest to zagrożenie prawdopodobne, czy też jedynie wyimaginowane? Dlaczego wiele państw łoży poważne sumy na promocję własnej kultury za granicą, czy tylko po to, aby poprawić narodowe samopoczucie, czy też z powodów bardziej pragmatycznych?

Najbardziej wpływowym środkiem upowszechniania kultury poza granicami kraju jej pochodzenia jest dzisiaj z jednej strony – telewizja satelitarna i kablowa, a z drugiej – internet. Dyfuzja wartości kulturowych osiągnęła nie spotykane wcześniej rozmiary, i to w dwóch aspektach: zasięgu i szybkości. Funkcjonują globalne sieci telewizyjne, które nadają program przez 24 godziny na dobę, odbierany jednocześnie w Tokio, Sydney, Londynie, Cape Town, w Warszawie i w Pułtusk.

Jest rzeczą oczywistą nawet dla nieuważnego obserwatora, iż globalizacja przekazu kulturowego nie ma charakteru symetrycznego i pluralistycznego. W procesie tym – który prawdopodobnie jest nieuchronny – coraz wyraźniej wykształcają się centrum i peryferie i wedle tej właśnie logiki funkcjonuje dzisiaj dyfuzja kulturowa. Funkcję, którą w średniowieczu spełniała łacina, dziś pełni język angielski. O ile jednak łacina była neutralnym środkiem międzykulturowej komunikacji warstw wykształconych, to język angielski w tym sensie neutralny nie jest. Bowiem jest to język ojczysty pewnych narodów, a więc język, w którym owe narody tworzą literaturę piękną i prace naukowe, znajdujące się od samego początku w pozycji uprzywilejowanej w stosunku do analogicznej twórczości powstającej w językach lokalnych. I mimo tej uprzywilejowanej pozycji i tak finansują ekspansję kulturową swojego kraju w stopniu, do którego kraje sytuujące się na peryferiach globalnej wymiany informacji i dóbr kulturalnych nie mogą nawet aspirować.

To jest współczesny kontekst, w którym funkcjonują kultury narodowe (w tym także kultura polska). Kontekst ten, z jednej strony, stwarza niesłychaną szansę otwarcia naszej kultury na inne kultury, umożliwia wyjście z izolacji kulturowej, w jakiej trzymał nas poprzedni system, a ponadto stwarza szansę rewizji i urealnienia wielu niezbyt korzystnych stereotypów funkcjonujących na nasz temat w cywilizacji zachodniej. To są szanse, jakie otwierają się przed naszą kulturą. Jest jednak także druga strona medalu. W dzisiejszym, globalizującym się świecie istnieje nie tylko światowy rynek gospodarczy wraz z nieodłączną

konkurencją. Istnieje także światowy rynek dóbr kultury i to nie tylko kultury wyższej, lecz przede wszystkim – kultury masowej, zwłaszcza tej, która upowszechniana jest poprzez media wizualne, kształtujące umysłowość szerokich warstw odbiorców, a w przypadku osób z nie najwyższym poziomem wykształcenia stanowiące zazwyczaj jedyny względnie trwały kontakt z dobrami kultury. Na rynku dóbr kultury też istnieje konkurencja, i to bardzo ostra.

W tej sytuacji kultura polska staje na rozdrożu, z którego prowadzą trzy drogi. Gdyby na tym rozdrożu stał drogowskaz, to najpewniej pierwsza z tych dróg oznaczona byłaby jako „provincjonalizm”, drogowskaz wskazujący drugą drogę nosiłby napis: „synkretyzm”, zaś na trzecią drogę wskazywałby napis „uniwersalizacja” (lub coś w tym rodzaju).

Co oznacza wybór pierwszej drogi? Prowincjonalizm naszej kultury narodowej wyrażałby się tym, iż kultura ta jest istotna jedynie dla nas i nie stanowi inspiracji, punktu odniesienia czy skarbnicy sensów dla nikogo spoza kręgu naszej narodowej kultury. Wyrażenie „dla nas” jest bardzo nieściśle, bowiem prowincjonalizacja naszej kultury prowadziłyby do tego, iż znaczna część naszego społeczeństwa zaczęłaby traktować naszą kulturę jako zabytek, relikw, który wprawdzie budzi nastroje nostalgiczne, a w chwilach szczególnych rocznic – nawet wzruszenia, ale w życiu codziennym jest coraz mniej użyteczny, a za to coraz bardziej anachroniczny, tak właśnie jak dom, w którym wprawdzie spędziło się dzieciństwo, ale który nie wytrzymuje konkurencji ze współczesnymi, nowoczesnymi miejscami do mieszkania.

Z objawami synkretyzmu mielibyśmy do czynienia wówczas, gdyby z amalgamatu naszej rodzimej tradycji kulturowej oraz wartości importowanych z innych kultur narodowych powstała nowa jakość, która dla następnych pokoleń Polaków byłaby już naturalnym środowiskiem duchowym. Tak właśnie jak synkretyczne jest środowisko duchowe znacznej części (jeśli nie większości) Polonii amerykańskiej; środowisko, w którym elementy kultury polskiej (z reguły zredukowane do folkloru) mieszają się z anglosaską w istocie codziennością.

Wreszcie z uniwersalistycznymi tendencjami mielibyśmy do czynienia wtedy, gdyby dobra naszej narodowej kultury, po pierwsze – funkcjonowały w międzynarodowym czy globalnym obiegu (czyli gdyby nasz kraj był nie tylko odbiorcą dóbr wyprodukowanych gdzie indziej, lecz w porównywalnym stopniu był także ich nadawcą), a po drugie, gdyby owe dobra wchodzące do globalnego obiegu stanowiły istotny zasób wartości dla odbiorców z innych kultur narodowych.

Wznoszenie sztucznych barier (czegoś w rodzaju ceł zaporowych na produkty rolne), których zadaniem miałyby być chronienie naszej narodowej kultury jest prawdopodobnie pomysłem najgorszym z możliwych, i to z dwóch co najmniej powodów. Po pierwsze, jest to w warunkach ładu demokratycznego działanie nieskuteczne. I na tym argumentie można by poprzestać, ale dla porządku warto wymienić jeszcze jeden powód. Nawet gdyby takie zapory udało się stworzyć (np. drogą powszechnego *consensu*), skazalibyśmy naszą kulturę narodową na skansenizację, a w końcu na martwicę społeczną. Byłby to w istocie wybór drogi w kierunku przyspieszonej prowincjonalizacji kultury polskiej. Dla następnych pokoleń kultura ta byłaby coraz mniej istotna.

Jeśli otwarciu naszego kraju na wpływy świata towarzyszyć będzie bierność państwa, to możemy spodziewać się stopniowego wzrostu synkretyzmu kultury narodowej, charakteryzującego się silnymi elementami imitacyjnymi tych wartości i dóbr kultury, które pojawiły się jako reakcja na problemy i dylematy zrodzone w obcym kontekście społecznym. W rezultacie bierność państwa (a w tym – publicznych mediów wizualnych, będących najbardziej bezpośrednim i wpływowym środkiem przekazu wartości i dóbr kultury) sprzyjać

będzie indukowaniu w naszym społeczeństwie wtórnego i imitacyjnego obiegu dóbr i wartości kulturalnych. Zresztą zjawisko to możemy obserwować już obecnie.

Bierność państwa rozumiem tutaj dwojako. Po pierwsze, brakuje zdecydowanych działań sprzyjających ekspansji naszych dóbr i wartości kulturalnych na globalnym rynku wymiany (używając nieco żartobliwie modnej dzisiaj terminologii ekonomicznej można by postulować zainicjowanie proeksportowej polityki kulturalnej). Po drugie jednak, choć nie jest to mniej ważne, na pasywność państwa w tej dziedzinie można spojrzeć strukturalnie. Społeczeństwo o niskim poziomie skolaryzacji (a do takich, niestety, należy nasze społeczeństwo) jest bardziej podatne na wpływy powierzchownej i nieledwie taśmowo produkowanej kultury masowej. Kultura narodowa bowiem jest silna nie tylko dziełami twórców, lecz także, zwłaszcza w dzisiejszej dobie – inteligentnym i wyrobionym audytorium odbiorców. Jeśli odbiorcy w swej masie będą niewykształceni i w konsekwencji – niewybredni, to najwybitniejsze dzieła i najbardziej wyrafinowana polityka państwa w tej dziedzinie odniesie – w najlepszym przypadku – społecznie bardzo ograniczony skutek.

Pozostaje zatem droga uniwersalizacji naszej kultury narodowej, a przynajmniej uniwersalizacji jej istotnych elementów. Nie musimy tu, na szczęście, zaczynać od zera. Sztuki asemantyczne, a zwłaszcza muzyka polska, nie znają barier językowych, są trwałym składnikiem kultury globalnej i mają swoje renomowane miejsce na światowym rynku wartości i dóbr kultury. Również filmy polskie, dziełami swych wybitnych reżyserów, weszły do globalnego obiegu. Istnieje więc pewna część naszej kultury, która – nie tracąc nic ze swej tożsamości i niepowtarzalności, a może właśnie dzięki niej – ma zarazem charakter uniwersalny. Jeśli używam tu niezbyt poręcznego terminu „uniwersalizacja”, to w tym właśnie sensie.

Na tak zarysowanym tle poświęćmy teraz nieco uwagi mediom wizualnym, a ściślej – ich funkcjom wobec kultury narodowej. Pierwsza z tych funkcji, i chyba najbardziej podstawowa, wydaje się tak oczywista, że aż banalna. Jest nią naturalnie upowszechnianie wartości i dóbr kultury narodowej. Funkcja ta powinna być zwłaszcza, choć nie jedynie, elementem misji telewizji publicznej. Ale media wizualne – to nie tylko telewizja, to także elektroniczne nośniki i kanały przekazu informacji, a przede wszystkim – internet. W tych dwóch dziedzinach jest – jak sądzę – dużo do zrobienia. Przed dzisiejszą konferencją przeglądałem strony internetu o polskiej kulturze. Jest ich nawet sporo, ale paradoksalnie – ogromna ich część znajduje się na serwerach w Stanach Zjednoczonych i tam została wyprodukowana, co wprawdzie dobrze świadczy o amerykańskiej Polonii, ale zarazem pokazuje luki wymagające uzupełnienia przez kompetentne instytucje krajowe (z Ministerstwem Kultury na czele).

Drugą funkcją mediów wizualnych jest przechowywanie dóbr i wartości kultury, czyli nie tylko archiwizowanie emitowanych programów (co – jak rozumiem – ma miejsce), lecz także rejestrowanie wydarzeń doniosłych dla kultury narodowej, które niekoniecznie mają formę gotowych do emisji programów telewizyjnych. Media wizualne powinny przyczynić się do powstania i stałego rozwoju czegoś na kształt medialnej skarbnicy polskiej kultury. Powinny podjąć ten wysiłek nie tylko ze względu na zobowiązania wobec kultury narodowej, lecz także we własnym, dobrze pojętym interesie. Bowiemy taka skarbnica doniosłych wydarzeń kulturalnych stanowić może nie tylko zaplecze źródłowe dla wszelkiego rodzaju retrospektyw, ale także zasób materiałów, które po odpowiedniej obróbce mogłyby być włączone do szerszego obiegu poprzez sieci komputerowe.

Trzecia wreszcie funkcja mediów wizualnych – to indukowanie twórczości kulturalnej, czyli twórczości szerszej rozumianej niż sama tylko twórczość artystyczna. Owo wzbudzanie przybrać może zarówno formę klasycznego mecenatu kulturalnego, jak

i formułowania i finansowania zamówień pod adresem twórców. Z obserwacji wynika, że o ile zamówienia pojawiają się, bowiem ich efekty dają się łatwo skosztować na antenie, to klasyczny mecenat kulturalny należy raczej do wyjątków.

Oczywiście w dziedzinie mecenatu kulturalnego media wizualne nie mogą zastąpić państwa, które – przy obecnym poziomie zamożności społeczeństwa – nie może być całkowicie zwolnione z tego zadania (choć projekty budżetu wskazują na to, iż dbanie o rozwój kultury narodowej nie należy do priorytetów, podobnie jak zapewnienie solidniejszych podstaw finansowych dla rozwoju badań naukowych). Niemniej jednak media wizualne też powinny tu znaleźć swoje miejsce, bowiem akurat w ich przypadku nie jest to jedynie działalność altruistyczna, lecz także dbanie o własny, długofalowo definiowany interes.

Najważniejsza jednak funkcja tych mediów, co warto powtórzyć, to rozpowszechnianie. Bowiem, bez względu jak to oceniamy, te właśnie media gromadzą największe rzesze odbiorców i stosunek owych mediów do dorobku kultury narodowej będzie jednym z czynników rozstrzygających, czy w niedalekiej przyszłości Polska będzie istotnym składnikiem globalnej wymiany dóbr i wartości kultury oraz – co nie mniej ważne – czy następne pokolenia Polaków wzrastać będą w kulturze prowincjonalnej, synkretycznej czy mającej także charakter uniwersalniejszy.

Andrzej Wajda

TELEWIZJA PUBLICZNA – TO JEST CZYJA ?

Zaraz na wstępie pragnę zaznaczyć, że wszystko co zostanie tu wypowiedziane jest wynikiem moich osobistych przemyśleń i nie stanowi niczyjego, poza moim własnym, punktu widzenia na sytuację i sprawy telewizji publicznej w naszym kraju.

Nie zajmowałem w telewizji żadnych stanowisk ani nie staram się o nie. Nic też nie skłania mnie do reprezentowania jakiegokolwiek ze stron sporu. To pozwala mi wygłosić mój własny, dość skrajny i radykalny pogląd na obecną sytuację i przyszłość telewizji publicznej.

Z telewizji publicznej w jej obecnym kształcie nie jest zadowolony nikt. Ani pan premier Buzek – patron naszego dzisiejszego spotkania, ani moja gospodyni domowa, która kazała mi, wiedząc, że mam wystąpić przed tak wpływowym gremium, opowiedzieć, jak jej 6-letnia wnuczka powitała ją okrzykiem, kiedy o godz. 18.00 wracała do domu: – *Babciu, widziałam sex!* – Ludzie mają małe mieszkania i nie mogą odizolować dzieci od telewizora – dodała słusznie.

Wiosną tego roku brałem udział w dyskusji telewizyjnej, czy pokazywanie gwałtu w telewizji wzmacnia przestępczość, gdzie jakiś bałwan podający się za profesora – pewnie ze specjalnością „telewizja”? – tłumaczył nam, że nie ma tu żadnych powiązań i telewizja, a zwłaszcza publiczna, uprawniona, a nawet zobowiązana jest do pokazywania tego, czego życzy sobie widz, zwłaszcza młody.

Z takiej telewizji publicznej nie jestem zadowolony również i ja sam. Pomimo mego podeszłego wieku pracuję nadal i po godz. 23.00 jestem już w łóżku, a zabierać telewizor do łóżka byłoby w moim przekonaniu co najmniej zboczeniem. Nie mam więc szans zapoznania się z żadnymi ciekawymi wydarzeniami kulturalnymi – zepchniętymi w programie telewizji publicznej na godziny nocne. Krytyka tego programu została tu już zresztą przeprowadzona, a tematem mego wystąpienia jest pytanie: Czyja jest telewizja publiczna?

Słusznie mówią, że jeśli nie wiadomo, o co chodzi, zawsze idzie o pieniądze.

Ale polska telewizja publiczna pieniądze ma, i to z dwóch źródeł - abonament i reklamy dają dość środków na utrzymanie tego mamuta, który nie zmienił niczego w swojej organizacji i zarządzaniu od czasu bolszewizmu, który panował w naszym kraju do 1989 roku.

Proszę zwrócić uwagę, że ani specjalista od rosyjskiej literatury, ani nasz kolega reżyser filmowy, ani przesadnie ambitny, prawicowy polityk, ani działacz ludowej partii, ani organizator kampanii telewizyjnej obecnego prezydenta nie podjęli w tym kierunku żadnych kroków. Przeciwnie, wszyscy oni czuli się przede wszystkim ludźmi „firmy”, jak ją nazywają jej pracownicy. Firmy utrzymującej 6400 pracowników w przekonaniu, że są niezastąpieni. Nic zatem dziwnego, że są oni bez reszty oddani swojej „firmie”. Przykład? Bardzo proszę.

Nie tak dawno temu, kiedy ogłoszono zmianę godziny poniedziałkowego Teatru TV, kilkanaście osób ze świata kultury podpisało list protestacyjny. Z wyjątkiem szefa Teatru Telewizji, który tłumaczył, że musi być lojalny wobec firmy...

To prawda, że telewizja publiczna ma szereg służb, które działają na rzecz pozostałych na naszym rynku telewizyjnym nadawców, ale nigdy nie zapomnę mego zdumienia: Kraków, godz. 18.00 – wchodzę do budynku miejscowej telewizji, w którym pracuje 400 osób. Na dole dwóch strażników patrzy w telewizor. W bufecie kilka osób zajętych programem i pewnie kilkanaście gdzieś w pomieszczeniach technicznych...

Tymczasem Kraków ma w Łęgu najlepiej wyposażone studio. Dawno temu spotkałem tam Spielberga, który wyznał mi, że nigdy jeszcze nie pracował w tak nowoczesnym studiu. – Pustki... gdyż uruchomienie jest zbyt kosztowne, a Spielberg tylko raz robił film w Krakowie.

Czy telewizja publiczna jest samobójcą, w taki sposób organizując swoją działalność oraz – tworząc swój program przeciw opinii społecznej i dużej części polityków? Nie, ona to robi z konieczności, gdyż jej być albo nie być nazywa się *oglądalność*.

Ale płacimy przecież za to abonament, aby pełniła służbę publiczną. Niestety, tak zarządzana, jak to ma miejsce dzisiaj, telewizja publiczna nie wyżyje z abonamentu. Konieczne są reklamy, z których dochód jest warunkiem egzystencji tego molocho. A reklama działa w telewizji w myśl piosenki, którą już przed wojną śpiewał Dymśa: – Płacę, żądam i wymagam. – To nie jest żadna blaga. To fakt!

W tej dysproporcji zatrudnienia i w fakcie, że telewizja publiczna utrzymuje ogromne gospodarstwo, z którego od czasów prezesa Szczepańskiego została zlikwidowana tylko tuczarnia świń – postrzegam podstawowe problemy, przed jakimi stoi ta instytucja dzisiaj.

Proszę zwrócić uwagę, z jakim zaangażowaniem i energią ta telewizja zabrała się do walki z konkurencją i jak idea tzw. oglądalności przysłoniła absolutnie wszystkie inne obowiązki, które na siebie wzięła. Wie ona bowiem, że bój, jaki się toczy o nią, trwa tak długo, jak długo istnieje prymat jej oglądalności. Myślę, że jest ona gotowa za oglądalność sprzedać ojca i matkę, gdyby ich tylko miała.

Idiotyczne seriale, głupkowate quizy, filmy przemocy i sex w godzinach szczytu są tego wystarczającym dowodem. Ale przecież kierownictwo i pracownicy programowi są poinformowani o roli społecznej, jaka obowiązuje tę instytucję. Co zatem pcha ją w objęcia komercji?

Myślę, że zdrowy odruch samoobrony instytucji, która musi wykarmić 6400 ludzi i czuje się za nich odpowiedzialna. Na tej sali nie trzeba tego chyba szerzej tłumaczyć.

Do kogo zatem należy telewizja publiczna?

SLD się jej wypiera – AWS chce ją mieć. Rząd ma pretensje, że mu nie służy, a prezydent rzadko się w niej pojawia poza oficjalnościami.

Dlatego moja odpowiedź na pytanie postawione w tytule brzmi: telewizja publiczna jest własnością pracowników telewizji i reprezentuje ich zbiorowy interes, bez względu na to, jakie są aktualne tendencje polityczne. To prawda, że potężniejsze i bardziej sztanदारowe przedsiębiorstwa zarządzane przez miejscowe związki zawodowe przestały już istnieć. Choćby Stocznia Gdańska... tak, ale proszę pamiętać, że pracownicy telewizji mają do dyspozycji oglądalność i nie dadzą się tak łatwo pokonać!

W dzienniku wieczornym, jako drugą wiadomość usłyszałem nie tak dawno, że społeczeństwo polskie ufa swojej telewizji w stu procentach... no, może w 95...

Telewizja o nazwie „publiczna” sama programuje, realizuje, nadaje i ocenia statystycznie własne programy i, co najważniejsze, jest zadowolona ze swojej działalności. A ministra, który jest nominalnym właścicielem z ramienia Skarbu Państwa, stawia przed sądem i wygrywa proces!

Prawica łudzi się, że można tę jawnogrzesznicę, jaką w ich oczach jest telewizja publiczna, nawrócić. To prawda, pójdzie ona z każdym, kto zapewni jej chwilowe utrzymanie, ale naprawdę pozostanie wierna tylko sobie. Prawda jest jedna, ta telewizja, nazwana publiczną, nie zmieni się i nie przekształci. Połknęła bakcyl wolnego rynku i nikt nie może stanąć jej w tym dążeniu na przeszkodzie. Aby żyć, musi ścigać się z innymi, istniejącymi na rynku programami i koniecznie być taką samą jak one.

Ale może warto zapytać, czy to jest telewizja zła?

Znawcy oglądający też programy zagraniczne uważają, że jest podobna do innych.

Jeśli nie jest gorsza, może jest zatem dobra?

Nie, gdyż porównuje się ją niesłusznie do stacji komercyjnych, które nie mają żadnych innych obowiązków poza przynoszeniem dochodów. Jako telewizja publiczna, czyli edukacyjna, nie spełnia ona dziś warunków, aby otrzymywać wpływy z abonamentu przeznaczone na wspieranie wyższych wartości, zawartych w programie oświaty i kultury.

Pamiętam, jak w czasach późnego Gomułki redakcja „Szpilek” w walce z cenzurą postanowiła w tym piśmie wprowadzić kącik humoru. Myślę, że telewizja publiczna już taki *kącik kulturalny* wprowadziła do swego programu. Ten kącik też zresztą przeżarty jest chęcią bycia atrakcyjnym. Zepchnięci tam redaktorzy i realizatorzy za wszelką cenę chcą udowodnić, że i oni nadają się do pracy w godzinach większej oglądalności.

Po śmierci naszego nieodżałowanej pamięci przyjaciela Bolesława Michałka grupa przyjaciół wzięła udział w programie jemu poświęconym. Przyglądałem się pracy reżysera i operatorów, którzy bardzo wydziwiali nad oświetleniem. Rezultat przeszedł nawet moje oczekiwania. Na ekranie pokazały się mówiące twarze, oświetlone trupim błękitem, tylko Bolesław na czarno-białych zdjęciach wyglądał na żywego człowieka.

Dlaczego tak się stało? Łatwo odpowiedzieć. Ci ludzie czują się artystami, chcą popisać się i być zauważonymi. Tymczasem minimalna oglądalność tych programów nie stwarza dla nich żadnej szansy. Cała ta działalność wisi w powietrzu, jest przeznaczona dla nikogo, a wysiłek, czyniony przecież w dobrej wierze, nie może liczyć na nic – poza konkurencją pornografii i gwałtu, które w tych godzinach są już dozwolone.

Tym wszystkim, którzy mają nadzieję, że obecna telewizja potrafi pogodzić dużą oglądalność ze statutowymi obowiązkami służby publicznej, pragnę zwrócić uwagę, że nie ma nigdzie na świecie takiej restauracji, która jest od dziewiątej z rana jadłodajnią, aby po 23.00 zmienić się w coś więcej niż zwyczajną garkuchnię, nawet gdyby po tej godzinie pojawili się najlepsi kucharze i najbardziej wykwintni goście. Tak naprawdę idzie o garnki, w których się to wszystko warzy, i o zapach, którego nie sposób wywietrzyć...

Czy telewizja publiczna nie odgrywa żadnej roli cywilizacyjnej w życiu naszego kraju? Nie, tak powiedzieć nie wolno.

Jest w polskiej historii dwóch ludzi głęboko tragicznych. Producent mydła Zabłocki, który zbankrutował na tym interesie, oraz księgarz i wydawca Jakub Mortkowicz, który popełnił samobójstwo, gdyż zbankrutował na książkach. Telewizja publiczna poprzez liczne reklamy proszków, dezodorantów i szamponów wtłacza w Polaków potrzebę używania mydła. I nikt już dziś nie mówi w Polsce: „wyszedł jak Zabłocki na mydle”.

Na mydle wychodzi się znakomicie.

Tę rolę telewizja publiczna wypełnia z całym poświęceniem – ale robią to i inne. Brak mi natomiast obrońców tych wszystkich szaleńców, spadkobierców Mortkowicza, którzy wierzą w potrzebę książki, w rolę kultury w cywilizowanym i zasobnym materialnie państwie, jakim staje się Polska.

Czy w tej sytuacji istnieją jakiegokolwiek autorytety moralne lub siły polityczne, które mogą przywołać to przedsiębiorstwo do porządku? Nie sądzę.

Taką siłą może być tylko parlament, który przeprowadzi głęboką reformę obecnej telewizji poprzez podział jej na szereg niezależnych i spełniających różne funkcje organizmów.

Myślę, że trzeba sprywatyzować Program 1 i 2 – oraz całkowicie uwolnić programy lokalne, a dokonując rozsądnych w tę stronę kroków, tworzyć dopiero prawdziwą antenę telewizji publicznej.

To, co dzieje się dziś z TVP, ma swoje głębokie korzenie w pierwszej ustawie o radiofonii i telewizji. Decyzja o upolitycznieniu Rady Radiofonii i Telewizji to największe nieszczęście. Było przecież wiadomo, że dla nadzoru nad instytucją, która ma tak wielkie możliwości nacisku, konieczni są ludzie odporni na nacisk, również polityczny, nie tylko finansowy. Rada, zajęta wielką polityką, nie nadzoruje tego, co idzie na ekranie i jest bezsilna wobec presji kolejnych gabinetów.

Wiem, że to brzmi groźnie i kategorycznie, ale proszę pamiętać – zaraz na wstępie zastrzegłem, iż mówi to człowiek niezależny i bez żadnych szans na egzekucję swoich pomysłów, ktoś kto nie ma żadnych interesów ani w tej, ani w przyszłej telewizji publicznej, ani żadnej innej. Proszę więc przyjąć to co mówię z całym spokojem, jako jedną z wielu alternatyw rozwiązania obecnego stanu.

Prywatyzacja zrzuci na barki przyszłych właścicieli telewizji sprawy zatrudnienia i programu – uruchomi dźwignie, które pomogą jej przetrwać i konkurować na rynku z pozostałymi nadawcami. Zwolni ją też z obowiązku podlegania kaprysom polityków i naciskom ich partii.

A więc pozwole jej żyć normalnie! Gdyż kierowanie telewizją publiczną przez czterech wysłanników reprezentujących główne siły polityczne w naszym kraju to nie kompromis, lecz remis. Taki zarząd sparaliżuje jakąkolwiek działalność tej instytucji i w krótkim czasie doprowadzi ją do klinicznej śmierci.

Nie wolno też w drodze eksperymentów pozbawić jej reklam. To niczego nie zmieni, a skarże ją na śmierć z ręki konkurentów, którzy przecież nie są wcale lepsi.

Telewizje lokalne uwolnione od rozkazów z Warszawy odżyją i zaczną poszukiwać własnych źródeł utrzymania i własnego politycznego zaplecza, zależnie od regionu, w którym działają. To one również, a nie Warszawa powinny tworzyć nowe stacje telewizyjne, zgodnie z planem restrukturyzacji naszego kraju, wykorzystując w tym celu własne nadmierne zatrudnienie. To rozwiązanie ma też inną ogromną zaletę. Raz na zawsze wyeliminuje z warszawskiej telewizji polityczny folklor. Tych przywódców kilkunastoosobowych partii, którzy występując w telewizji publicznej niejako z rozdzielnika, przemawiają do nas i pouczają, jakby za nimi stały miliony. Sytuacja uzdrowi się, gdyż lokalni politycy zbliżają się do własnych wyborców i będą przez nich lepiej kontrolowani tam, gdzie jest ich miejsce – w terenie.

A prezydent, premier i ministrowie oraz przywódcy partii zawsze znajdą dla siebie miejsce w Warszawie w jednym z telewizyjnych programów, tak jak ma to dziś miejsce z radiem.

Zawzięta walka o TVP raczej śmieszy dziś niż przeraża. Upadły przecież kolejno liczne i potężne polityczne ugrupowania, władające przez lata telewizją. Upadnie też wreszcie fałszywy mit, że kto ma telewizję, ten ma władzę. Prezydent Lech Wałęsa miał telewizję, całkowicie i na własność, a musiał rozstać się z Warszawą. Nie jest też prawdą, że Tadeusz Mazowiecki nie został prezydentem, bo nie chciał zmienić oprawki do okularów, która była mało fotogeniczna. Pożegnał się z władzą też SLD, choć ma w telewizji wielu oddanych pracowników. Nie ma więc żadnych racjonalnych przesłanek, aby politycy ci trzymali nadal telewizję w miłośnym uścisku.

Zaproponowane powyżej rozbitcie obecnej telewizji publicznej przetnie raz na zawsze tego rodzaju polityczne namiętności. Tam natomiast, gdzie w przyszłości tworzyć się będą prawdziwe siły społeczne, zgodnie z ideą nowego podziału administracyjnego kraju, tzn. poza stolicą, stworzy pożądaną politycznie teren sporów o rzeczywiste potrzeby mieszkańców.

A co z telewizją publiczną?

Tę trzeba powołać do życia od podstaw i wyposażyć w odpowiednie środki finansowe, gdyż zgodnie ze swoim edukacyjnym charakterem, w kraju gdzie mamy 7% ludzi z wyższym wykształceniem i niewielu więcej pretendujących do kultury, nie będzie miała ona zbyt licznej widowni. Nie może też korzystać z reklam, gdyż dla każdego jest jasne, że program takiej telewizji ustala nie kto inny, lecz biuro reklamowe, zobowiązane ceną reklamy do odpowiedniego jej opakowania w postaci „ulubionych” filmów, sportu i programów rozrywkowych.

To mocodawcy reklamy zepchnęli programy kulturalne po godz. 23.00 w obecnej telewizji publicznej. Ale raz jeszcze powiem, że jestem temu przeciwny, aby dziś pozbawić ją tego przywileju, gdyż wylansujemy natychmiast jedną ze stacji prywatnych do nieznośnej potęgi i pieniędzy – skazując to ogromne gospodarstwo, jakie posiada obecna telewizja publiczna, na kompletną katastrofę.

Nie trzeba krzywić się na małą oglądalność programów przyszłej telewizji publicznej, gdyż w krajach, gdzie ona istnieje, nie przekracza 10% publiczności. Finansujemy teatry i muzea oraz filharmonie dla znacznie mniejszej widowni, w przekonaniu, że tak być musi, traktujemy w ten sposób również tę telewizję.

Rzecz jasna telewizja publiczna musi znajdować się pod szczególną kontrolą, dzisiejsza telewizja publiczna stanowi bowiem worek, w którym jak w Kolejach Państwowych zawarte jest wszystko: tory, tabor i przewozy. Łatwo tym kierować, ukrywając straty poszczególnych działów, bo zawsze jest z czego dołożyć. Dlatego tej telewizji dziś nie jest potrzebna polityczna interwencja, lecz wolny rynek.

Trzeba to sobie jasno powiedzieć: w przyszłości idzie o telewizję robioną przez inteligentów dla inteligentów – gdyż tych będzie w Polsce przybywać i, niezależnie od populistycznych tendencji politycznych, trzeba o nich zadbać.

Telewizja publiczna musi rzecz jasna oprzeć się na nowych siłach. Nasze szkoły filmowe bardzo surowo selekcionują swoich absolwentów; niestety, z setek reżyserów i operatorów w telewizji publicznej pracują jednostki, a ich funkcje przejęli redaktorzy, którzy, jak sama nazwa wskazuje, nie muszą mieć odpowiednich przy tym stanowisku kwalifikacji. Owszem, telewizja publiczna zatrudnia filmowców, ale odnoszę wrażenie, że traktuje to raczej jako alibi.

Na czele nowej telewizji publicznej chciałbym widzieć ludzi świątłych, stanowczych i niezależnych, zarówno od gustów publiczności jak i politycznych fluktuacji. Znałem takich w czasach mojej młodości. Takim człowiekiem był Zygmunt Hübner i kilku innych dyrektorów teatrów, redaktorów czasopism literackich czy filmowych zespołów. Jeśli istnieli wtedy, w trudnych latach PRL, pytam, czy dziś w czasach wolności i przedsiębiorczości ma ich zabraknąć?

Jeśli myślimy serio o polskiej telewizji publicznej, jest konieczne podjęcie właściwych kroków w celu powołania jej do życia. Przede wszystkim kilkusobowe gremium odpowiednich osób musi ustalić zasady, na jakich ma ona działać, oraz program i sposób jej finansowania. Następnie inne gremium, złożone z parlamentarzystów, powinno przygotować odpowiednią nowelizację ustawy, która umocuje telewizję publiczną w obecnym systemie mediów. Te materiały należy poddać ocenie nieco szerszego grona i dopiero wówczas można wprowadzić je w życie.

Każde inne rozwiązanie uważam za połowiczne, mylące opinię społeczną i służące wyłącznie doraźnym interesom osób i organizacji, które chcą kontrolować obecną telewizję, nazwaną zupełnie bezpodstawnie telewizją publiczną.

Prof. dr hab. Jerzy Bralczyk

MEDIA: MODELOWANIE JĘZYKA

Ludzie, z którymi obcujemy najczęściej, to ludzie w mediach. Słuchamy ich, ich języka – ten język, który słyszymy, nie może nie wpływać na sposób naszego mówienia. A także myślenia.

Pytania o język są odwieczne i częste. Czy język się zmienia? Czy się psuje? Czy język, którym mówimy, służy porozumieniu? Czy język polski nie jest zagrożony? Czy nie przestanie być nam potrzebny? Społeczne wyobrażenia na temat języka polskiego, artykułowane także przez publicystów, zdają się pesymistyczne: nasz język się psuje, a w tym psuciu biorą udział radio i telewizja. Psucie się języka widziane jest w rozprzestrzenianiu się szablonu, pustosłowa, niezrozumiałości, bełkotu i niepoprawności. W języku telewizji i radia, a pod ich wpływem w naszym języku codziennym postrzegana jest agresja, wulgarność, nadmierne luzactwo i ogólne obniżenie norm. Widzi się w nim upowszechnianie obcych wzorów, zapożyczeń – które sprawiają, że język polski jest coraz mniej polski.

Zmiany w języku są tak stare jak język. Język jest żywy i sam się doskonali. Wiele w nim zmienia się na dobre. Wiele dobrego robią w tym zakresie także radio i telewizja. O tym trzeba wiedzieć i powiedzieć najpierw – by móc potem uczciwie krytykować.

Powszechna jest świadomość odmian językowych. Wszyscy wiemy, że mówimy różnymi odmianami języka, że wśród tych odmian jedne są zamknięte, specjalistyczne, nastawione na węższy obieg informacji, a inne - otwarte - specyficzne, ale dostępne dla wszystkich, nastawione często na pozyskiwanie ludzi. Taką odmianą otwartą jest język, którym mówi do nas reklama, także polityka. Z tego punktu widzenia odmianą otwartą byłby język mediów, gdyby media miały osobną odmianę języka.

Ale nie ma jednej odmiany, którą można określić jako język mediów: można mówić raczej o języku w mediach. Media zresztą odzwierciedlają tendencje językowe istniejące głównie poza nimi - ale wzmacniają je i upowszechniają. W tym właśnie sensie modelują nasz język, głównie język ludzi młodych.

Jednym z najważniejszych celów tekstów radiowych i telewizyjnych, celem coraz bardziej widocznym, jest – sprzedać program. Język reklamy służy sprzedawaniu produktów. Język polityki pomaga sprzedać polityka. Język, którym się mówi w mediach, sprzedaje media. Zdobywa publiczność. Po to, by wzrosła oglądalność i „słuchalność”.

Żeby robić to dobrze, trzeba być profesjonalistą. Skuteczność, funkcjonalność, profesjonalizm to coraz silniej mitologizowane wymogi współczesności. Niedawno w pewnym godnym gremium usłyszałem, że na sali są tylko osoby profesjonalne: już nawet osoba może być profesjonalistą w roli osoby. W mediach walka o zdobycie słuchacza i widza wymaga profesjonalizmu: umiejętności skutecznego mówienia. Stąd coraz szybsze tempo,

większa głośność, a przede wszystkim tendencja, żeby odpowiadać na zapotrzebowania odbiorcy. A najłatwiej odpowiadać na zapotrzebowania, które się samemu, w tym właśnie celu tworzy. Żeby zaspokajać potrzeby, należy stosować adekwatny język, język dostosowany do odbiorcy.

Zdobycie życzliwego zainteresowania, *captatio benevolentiae*, to podstawa wszelkiej retoryki. W mediach to życzliwe zainteresowanie trzeba przetworzyć w przyzwyczajenie do programu. Osiągnąć to można oryginalnością, kreatywnością – lub swojskością. Kiedy kreatywność jest modą, odwoływanie się do niej staje się tylko hasłem: zwykle naprawdę odgrzewa się różne, mniej lub bardziej przyswojone szablony.

Język w mediach wpływa na to, jak mówimy. A w dalszej kolejności – jak myślimy. Tworzy normy mówienia i myślenia. Normy mogą stabilizować, tworzyć trwałe przyzwyczajenia i zwyczaje, umacniać wzorce. Ale normy mogą też być zmienne, dynamiczne. Utrwalanie norm daje poczucie pewności. Wzorce zmienne rodzą niepewność, labilność: kiedy nie bardzo wiadomo, co obowiązuje i co jest co, w pogoni za modą i w niepewności, czy się za nią nadąża, można wpadać we frustrację.

Badacze kultury twierdzą, że wiek XIX był wiekiem regulacji, tworzenia norm i ich stabilizowania. Wtedy rodzajem wzorca był język wyższy, on tworzył pewnego rodzaju szlachetny snobizm. Propagowana była przede wszystkim elegancja, także takt i umiar. W tym utrwalaniu wzorców językowych brały udział takie instytucje jak teatr, kościół, książka. Potem – także radio. Radio, jeszcze w połowie wieku, a właściwie nawet do niedawna, pokazywało nam, jak mówić po polsku. Ten wzorzec nie tylko dominował, ale wręcz obowiązywał.

Dziś, pod koniec XX wieku, dominują tendencje deregulacyjne. Nie stabilizuje się wzorców, lecz je zmienia i tworzy nowe. Media masowe, często propagując coś w rodzaju antysnobizmu, przyczyniają się do tej deregulacji w znacznie większym stopniu niż inne instytucje. A poza tym, przy istnieniu ogólnych tendencji - jest coraz więcej podmiotów przemawiających do odbiorcy, starających się go pozyskać. Mówiących coraz atrakcyjniej i tworzących coraz atrakcyjniejszy obraz świata: to język przecież stabilizuje informacje o świecie – jak jest w świecie naprawdę, dowiadujemy się przede wszystkim z przekazów językowych, nie z bezpośredniej obserwacji.

Jaka sfera powinna być przedmiotem zainteresowania językoznawców w mediach? Z jednej strony oczywiście sfera samej substancji językowej: nowe słowa, zwroty, nowe znaczenia słów, ich nowe i zmieniające się konotacje. Zmiany częstości słów i form, kontekstów, w których się pojawiają. Ale zarazem przedmiotem zainteresowania powinny być także nowe sposoby, nowe wzorce porozumiewania się. Nowe typy kontaktu, nowe typy komunikacji społecznej.

Sfera ściśle językowa – to przede wszystkim nowe słowa, nowe znaczenia słów, nowe ich połączenia. To dzięki radiu i telewizji (a raczej: z powodu nich) częściej mówimy *dokładnie* (w znaczeniu: „właśnie”, „o to chodzi”), *bingo*, *super*, pod ich wpływem ludzie, najczęściej młodzi, zwracają się do siebie gotowymi sformułowaniami, wziętymi np. z seriali. Młody człowiek powiada w zaprzeczeniu: *nawet o tym nie myśl* – to częste powtórzenie zwrotu, który zna z telewizyjnego serialu. Gotowe wzorce językowe nazywają nam uporządkowaną według nich rzeczywistość. Nazywają – zamiast opisywać. Czasami mogą coś uatrakcyjnić, czasem oswoić, czasem usprawiedliwić. Jeden z filmów upowszechnił określenie *wyrwać chwast* – co znaczyło tyle, co *zabić*. To sformułowanie, użyte przez młodocianego przestępcę, telewizja nagłośniła, cytując je wielokrotnie. Ale to określenie to nie tylko barwne wyrażenie, to także swojego rodzaju usprawiedliwienie przez metaforę.

Cytowane tak często, nawet z potępieniem, może być dla wielu podatnych na to odbiorców sankcją, może pomóc w sankcjonowaniu zabójstwa.

Sprawą języka jest także specyficzny sposób artykulacji, wypowiedzania słów. To częsty w mediach akcent inicjalny - bo jeśli chcemy kogoś zainteresować, to stawiamy silniejszy nacisk na pierwszej sylabie. To bardziej wyrazisty akcent zdaniowy, silniejsze podkreślanie niektórych, ważniejszych, słów w zdaniu. To pewnego rodzaju napięcie, z którym zaczynamy mówić, to zwiększone tempo wypowiedzi, przedłużanie początku zdań. To pewnego rodzaju stałe melodie intonacyjne. To wszystko – to materia językowa. Ale kwestie językowe obejmują także sferę mowy, sferę wzorców porozumiewania się i pewnych wartości w komunikacji i w typie kontaktu.

Tym także językoznawcy powinni się zajmować. A w związku z tym – nowymi gatunkami, które są propagowane i upowszechniane przez radio i telewizję, także tymi, które tam powstają. To są np. wypowiedzi tzw. didżejów (dyskdokejów) radiowych, którzy chcą być w kontakcie z odbiorcą i do tej jednej funkcji, kontaktowej, czyli fatycznej, sprowadza się ich wypowiedź. To różnego rodzaju teleturnieje, programy typu „talk-show”, „audiotele”, a także coraz to nowe typy seriali, wreszcie radiowa i telewizyjna reklama. Te wszystkie gatunki istnieją u nas od niedawna i od niedawna stają się wzorcami naszych językowych zachowań.

Podstawowym wyznacznikiem medialnej sytuacji komunikacyjnej jest wymóg, żeby wypowiedź była od razu, szybko, przyjęta, niejako „skonsumowana”. Czy rozumiana? Niekoniecznie i nie zawsze. W zestawieniu treści z formą wypowiedzi medialnej często dominuje rzeczywiście treść, tak jak w typowej, „normalnej” sytuacji komunikacyjnej. Wtedy chodzi o rozumienie tekstu, o możliwość jego przyswojenia i przetworzenia (bo zrozumieć, to znaczy móc powiedzieć inaczej), a nawet o jego funkcjonalizację, czyli późniejsze wykorzystanie zawartych w nim informacji. W wielu programach radiowych i telewizyjnych realizowane są właśnie takie podstawowe wzorce komunikacyjne. Ale obok tego istnieją programy, czy właściwie gatunki wypowiedzi medialnej, w których zdecydowanie dominuje forma. Odbiorcy wystarcza jej rozpoznanie i zaakceptowanie: rozpoznanie cech gatunkowych wypowiedzi może eliminować staranie o zrozumienie, przetworzenie, zapamiętanie i wykorzystanie tekstu. Ważna jest konwencja i uczestnictwo w niej.

Miarą skuteczności komunikatu jest zgodność rzeczywistej reakcji odbiorcy z reakcją przewidywaną i pożądaną przez nadawcę. Ale w mediach ta zgodność - to właśnie oglądalność i słuchalność. Od panującej w systemie zmonopolizowanych mediów przewagi nadawcy nad odbiorcą, kiedy to nadawca decydował, jak się mówiło, a nawet wyobrażał sobie odbiorcę i ten hipotetyczny, wyobrażony odbiorca zastępował realnego jako kategoria wpisana w wypowiedź – przeszliśmy do naturalnej w systemach pluralistycznych i demokratycznych przewagi odbiorcy nad nadawcą. Teraz decyduje odbiorca, który może, lecz nie musi słuchać i oglądać, a media zależą od tego jego wyboru.

Ale czy naprawdę realnie istniejący odbiorca jest tym, do którego dostosowuje swoją wypowiedź nadawca przekazów radiowych i telewizyjnych? Upowszechnianej teraz w mediach odmianie języka przypisuje się czasem nadmiernie manifestowaną ludyczność, chęć zjednywania odbiorcy przez schlebianie jego gustom, często złym - i przekraczanie przez to granicy kiczu. Zwraca się też powszechnie uwagę na promowanie zachowań swobodnych, swoistego „luzu” językowego. Niekiedy obserwuje się nawet, by użyć paradoksu, obowiązek swobody, przymus luzu.

W tym obowiązkowym luzie formułowane są didżejowe wypowiedzi fatyczne, m.in. rozbudowane formuły początku: *halo, halo, cześć, witamy, cześć, jak się czujesz? Dobrze,*

czujesz się dobrze, to świetnie, my też czujemy się dobrze i pozdrawiamy cię serdecznie... Do takich sygnałów kontaktu zawęża się niekiedy tekst didżeja radiowego, tego typu tekstów jest wiele w wypowiedziach prezenterów telewizyjnych i prowadzących programy młodzieżowe. Kiedy nie mamy sobie nic do powiedzenia, możemy zawsze się pozdrawiać i witać, a także inaczej pokazywać, czy w ostateczności nawet mówić, że rozmawiamy.

Tego rodzaju pozorny kontakt funkcjonuje w rozmowach z widzami, czasem z gośćmi, z publicznością w studio. Konwencjonalizacja tych rozmów związana jest m.in. z czasem. Ponieważ w programie publicystycznym czy informacyjnym jest miejsce na krótką wypowiedź, pytanie redukuje się do wyboru prostej alternatywy bądź do prośby o podsumowanie. Odpowiedź w tej sytuacji nie może wykraczać poza banał. Na klasyczne pytanie: *czy to dobrze, czy to źle* odpowiada się, że *i dobrze, i źle*, bo sprawa ma wiele aspektów. Pozorność wypowiedzi jest ceną za jej zaistnienie w programie.

Pozorna jest reakcja śmiechu w pewnego typu serialach. Śmiechu wcześniej nagranego i puszczanego w odpowiednich miejscach. Taki sam śmiech i inne reakcje publiczności w studio, jej entuzjazm i zaciekawienie – także bywają dogrywane po nagraniu programu i potem wmontowywane w jego środek, w miejscach, gdzie się przydają. Ten typ reżyserii zakłada pozorność, by nie powiedzieć fałsz, fałsz wynikający zresztą z konwencji, ale obok tego prezenterzy dbają o kontakt żywy, aktywizują publiczność w studio i widzów, zachęcają: *brawa dla tej pani*; zaciekawiają: *śłuchajcie, śłuchajcie, mam dla was bombową wiadomość*; pytają, właściwie bez oczekiwania na odpowiedź: *co sądzicie, jak myślicie?*

Językowa bezpośredniość tych wypowiedzi fatycznych prowadzi do obniżenia normy języka publicznego. Niekiedy prowadzący rozmowę dziennikarz, np. w programie typu talk-show, stara się u gości, nawet ludzi mało młodzieżowo nastawionych, wyzwolić manierę młodzieżowego mówienia, prowokując sformułowaniami ocierającymi się o wulgarność. Zmienia się poczucie *decorum*, stosowności - wszystko po to, by uatrakcyjnić wypowiedź, a przez to program. Sformułowania prowokujące, nieraz agresywne, kiedy indziej prawie obsceniczne, pełne (oczywiście pozornego) emocjonalnego zaangażowania są traktowane jako szczególnie atrakcyjne.

Ta specyficzna „wyrazistość” wypowiedzi polega także na specjalnym sposobie opisywania rzeczywistości. Wybiera się słowa nacechowane, a przy okazji wypowiada je w sposób zwracający uwagę. W pewnym nastawionym na sensacyjność programie mówiono o kimś, kto widział, jak *winda zmiażdżyła ciało jego koleżanki*. Słowo *zmiażdżyła*, samo w sobie dość mocne i szokujące, wypowiedziane tu było ze szczególną wyrazistością fonetyczną, bliską onomatopeiczności. Ten rodzaj artykulacji nie jest rzadkością. Dodać do tego można manifestowany nieraz w takich sensacyjnych programach półzartobliwy dystans, oscylujący w stronę mało zwykle wyszukanego poczucia humoru, który sprawia, że opisywane zdarzenia mogą być traktowane jako coś niezupełnie rzeczywistego – przez co łatwiej można zaakceptować rzeczy nawet szokujące drastycznością.

Szczególne miejsce zajmuje wspomniana już wcześniej emocjonalizacja wypowiedzi. Bardzo wyraźne pozytywne emocje osiągają poziom egzaltacji: *jesteście fantastyczni, wspaniali, bomba, super, ekstra!* Złe emocje zmierzać mogą w kierunku wyrażania agresji. Emocje rosną, stają się kanonem atrakcyjności. Zwiększa się napięcie, rozmiar i tempo wypowiedzi zaangażowanych emocjonalnie. Ale przez to, że ta emocja rośnie i staje się niemal obowiązkowym elementem uatrakcyjniania wypowiedzi, musi się z konieczności dewaluować. Jeśli emocji jest bardzo dużo, nie może być prawdziwa. Nie może być konwencji prawdziwej emocji. A ponieważ emocja staje się konwencją, wycierają się wyrażenia językowe służące do jej wyrażania i rośnie świadomość pozorności tej emocji. Kontakt przestaje być naturalny, prawdziwy – a może takim nigdy nie był, nie zaczął być

autentyczny, głęboki, ważny. Staje się raczej rodzajem gry. Czasem jest grą-zabawą, czasem grą-walką.

Gra zawsze angażuje, ale angażuje niezbyt głęboko. W każdym razie tworzy łatwy kontakt. A właśnie o kontakt ze słuchaczami i widzami chodzi. To ten kontakt jest towarem, on jest sprzedawany i kupowany. W programach radiowych i telewizyjnych często zadaje się pytania, które wymagają odpowiedzi. Ale te pytania są związane z czynnikami, które oddalają możliwość ich komunikacyjnej naturalności. Po pierwsze z czynnikiem czasu: na pytanie należy odpowiedzieć we właściwym czasie – dotyczy to zarówno teleturnieju, jak talk-show, wywiadu, audiotele. Po drugie z pieniędzmi: za dobrą odpowiedź na pytanie dostaje się często bardzo pokaźną gratyfikację – a więc w odpowiedzi nie chodzi po prostu o sprawdzenie wiadomości czy uzyskanie wiedzy, lecz o pieniądze.

W mediach, zwłaszcza w tych nowych gatunkach, o których tu przede wszystkim mowa, pojawia się także zjawisko autotematyzmu. Programy, żeby się dobrze sprzedać, muszą się same dobrze reklamować, same o sobie mówić. Udane sformułowanie zachęcające do oglądania jednego z programów telewizyjnych, *naprawdę warto*, pojawia się w samym reklamowanym programie, ale także poza nim. Zapowiedzi, fragmenty przyszłych programów, mieszają się z reklamami produktów, tworząc kolorowy i nieco bezkształtny chaos atrakcyjnego i zhomogenizowanego przekazu telewizyjnego. Obok reklamowania przejawem autotematyzmu są coraz liczniejsze żarty, parodie programów. Rośnie poczucie pozorności kontaktu, bo telewizja i radio wciąż z siebie żartują, bawią się sobą.

Bawią się także językiem. Ostatnio pojawiło się wiele programów związanych z zabawami językowymi, krzyżówkami, układankami, kalamburami, parafrazami, z grą w skojarzenia, definicje. Rośnie nie tylko świadomość pozorności kontaktu, ale także pozorności podstawowego narzędzia kontaktu. Nadmiar żartów z językiem, traktowanie go jako przedmiotu rozrywki, może zmniejszać wiarę w jego zdolność do adekwatnego opisywania rzeczywistości i do tworzenia prawdziwej wspólnoty.

W mediach, co naturalne, pojawiają się liczne odniesienia do naszej wspólnej kultury. Ale te odwołania także miewają charakter zabawowy. Idiomy, dobrze umocowane w kulturze, cytaty, także arcydzieł - bywają wykorzystywane, przez swoją „nośność” konotacyjną, do różnych celów. Tu prym wiedzie oczywiście reklama. *Ociec prać* kojarzy się przede wszystkim z proszkiem do prania, potem dopiero, i to niekoniecznie, z Sienkiewiczem. Śpiewa się już raczej: *Jak dobrze jest urządzać pranie*, niż *Jak dobrze jest zdobywać góry*. Fragment „Ody do młodości”: *Tam sięgaj, gdzie wzrok nie sięga* jest wykorzystany do reklamy środka czyszczącego klozety. Jawnie nawiązujące do religijnej idiomatyki frazy o *nieskazitelnej czystości, dobrej nowinie, cudownym ofiarowaniu* – służą do reklam m.in. proszków do prania. To, co istniało w sferze kultury wysokiej, teraz znajduje sobie inne miejsce. Staje się elementem zabawy, gry.

Pojawiają się także niezbyt dobrze w naszych dawnych zwyczajach językowych osadzone elementy poetyki zachwyty i poetyki sukcesu, a także wyraźnie ekspansywnej poetyki konkurencyjności i walki. W pewnej reklamie młoda kobieta *wydaje walkę łamliwym włosom i suchym końcówkom*. Potem mówi: *żegnajcie, suche końcówki!* Słowo „żegnaj” wiązało się dotąd u nas częściej z żalem rozstania, było w miarę podniosłe i wzruszające. Dziś służy do pogńębienia wroga w postaci suchych końcówek, nad którymi zwycięstwo zostanie za chwilę ogłoszone. W mediach upowszechnia się nowa etykieta, nakazująca nawet do starszych osób zwracać się *per ty*, łącznie z używaniem imienia. Tędy wreszcie wchodzi do języka coraz liczniejsze, nie zawsze uzasadnione funkcjonalnością, zapożyczenia z angielskiego.

Obniżenie normy językowej, a z drugiej strony poczucie pozorności kontaktu i „luźny” stosunek do kultury i języka powinny mieć, jako naturalną opozycję, stabilizowanie podwyższonej normy, zawierającej wskazania elegancji i umiaru, a także przeświadczenie o rzetelności kontaktu językowego. Niedobrze byłoby, gdyby w powszechnej świadomości alternatywą dla mówienia swobodnego i nacechowanego oraz dla udawanej komunikacji – był nadęty patos i celebrowanie ważności.

DYSKUSJA

KULTURA POLSKA - OBOWIĄZKI I ZADANIA MEDIÓW U PROGU NOWEGO STULECIA

Uczestnicy dyskusji panelowej:

Magdalena Bajer	przewodnicząca Rady Etyki Mediów
Janina Jankowska	przewodnicząca Rady Programowej Polskiego Radia S.A.
Robert Kwiatkowski	prezes Telewizji Polskiej S.A.
Rafał Skąpski	wiceprezes Polskiego Radia S.A.
Jacek Weiss	podsekretarz stanu w Ministerstwie Kultury i Sztuki

Prowadzący dyskusję:

Bolesław Sulik	przewodniczący KRRiT
-----------------------	----------------------

Bolesław Sulik

Chciałbym skorzystać z przywileju prowadzącego i w nawiązaniu do tego, o czym była mowa wcześniej, powiedzieć na początku kilka słów o sytuacji kulturowej młodego pokolenia w Polsce, tak jak ją postrzegam na podstawie własnego doświadczenia.

Jestem w tej luksusowej sytuacji, że jestem niemłodym ojcem młodej córki, która poszła właśnie do pierwszej klasy licealnej, do humanistycznej klasy Liceum im. Prusa w Warszawie, i pisze wiersze, bardzo ładne wiersze. Dzięki niej wiem, kto to jest Paweł Kukiz, Justyna Steczkowska, a nawet O.N.A. i mam swoje zdanie, jeśli chodzi o muzykę popularną.

Córka przynosi mi jednak także czasami wiersze i opowiadania swoich koleżanek i kolegów: 15-16-latków, i są to prawie zawsze, niezależnie od poziomu talentu, wstrząsająco autentyczne utwory. Naprawdę ogromnie autentyczne, ogromnie odważne, w sposobie w jaki odnoszą się do sprawy śmierci, miłości i ludzi. A także do ojczyzny - chociaż ojczyzna jawi się tam pod innym imieniem lub innymi imionami.

Dzięki tym kontaktom jestem optymistą. Bo przecież ta młodzież jest pokoleniem, które jest rzekomo ofiarą kultury masowej. Ci sami młodzi ludzie oglądają MTV, wiele godzin spędzają przed telewizją - a mają wrażliwość naprawdę nienaruszoną; w każdym razie wielu z nich. Tak więc nie obawiam się o ich przyszłość kulturową.

Kilka dni temu, przypadkiem, bodajże w audycji „Kawa czy herbata” w telewizji publicznej, trafiłem na profesora Samsonowicza, który przypominał, że najwspanialszym okresem naszej polskiej kultury był czas, kiedy zetknęliśmy się z kulturą europejską i światową. Czas kiedy Polska, w okresie renesansu, przeszła przez swoje odkrycie kultury antycznej. Trzeba też pamiętać, że nawet tak unikalne zdawałoby się zjawisko kulturowe jak polski romantyzm nie zrodziło się bez kontaktu z Zachodem i czerpało stamtąd bardzo wiele.

W efekcie, podobnie jak p. Marek Jurek, który mówił o tym w swoim wystąpieniu, nie boję się nawet Amerykanów. Myślę, że trzeba mieć zaufanie do potencjału twórczego nowego pokolenia Polaków. Jestem przekonany, że nie utracą oni swojej tożsamości, lecz stworzą jeszcze jedną artykulację tego, co znaczy być Polakiem w XXI wieku.

A teraz, po krytyce telewizji, jaką dziś usłyszeliśmy, wypada, by jako pierwszemu oddać głos panu Robertowi Kwiatkowskiemu, prezesowi Telewizji Polskiej S.A.

Robert Kwiatkowski

Prezes Telewizji Polskiej S.A.

Rzeczywiście w trakcie pierwszej, wykładowej części konferencji mieliśmy do czynienia z lawiną krytyki pod adresem telewizji publicznej. Lawiną, która, przyznaję, mnie jako człowieka, który od pięciu miesięcy i jednego dnia sprawuje zaszczytną funkcję prezesa Zarządu, nieco przygnębiła. Przede wszystkim dlatego, że najbardziej ostre słowa krytyki padły z ust luminarzy kultury polskiej - za takich uznaję zarówno pana Andrzeja Wajdę, jak i pana Gustawa Holoubka.

A przecież, jak sądzę, wielkość obydwu tych ludzi nie byłaby tak pełna i tak wyeksponowana, gdyby nie telewizja publiczna. My, „ludzie firmy”, jak to powiedział pan Andrzej Wajda, pozostajemy z szacunkiem wobec ich wielkości i talentu. Bardzo ich cenimy i tak jak to jest tylko możliwe, wspieramy ich twórczą aktywność. Pan Andrzej Wajda jest przecież twórcą filmu „Pan Tadeusz”, który w znacznej mierze jest finansowany przez Telewizję Polską. To oczywiście nie oznacza, że oczekujemy czegoś w zamian. Wielcy artyści mają swoje prawa, swoje przywileje. To są prawdziwe gwiazdy kultury polskiej. Docenia je nie tylko kierownictwo telewizji, docenia je, i to jest znacznie ważniejsze – widzownia.

Widownia, która równocześnie jednak ogląda z upodobaniem, co cieszy, programy telewizji publicznej. Dość powiedzieć, że w krytykowanym tu w wystąpieniach dniu Święta Niepodległości, w czasie najlepszej oglądalności nie tylko nadaliśmy „Halke”, nie tylko relacjonowaliśmy bezpośrednio uroczystości Święta Niepodległości, ale emitowaliśmy także w jednym z programów audycję o Armii Krajowej, a w drugim film „Wesele”, w reżyserii nie kogo innego jak pana Andrzeja Wajdy. I - uwaga!, w tym właśnie dniu telewizja publiczna pobiła na głowę, pod względem tak nie lubianej tutaj *oglądalności*, wszystkie inne stacje.

Mówię o tym dlatego, by prosić Państwa o chwilę refleksji i zastanowienia się nad tym, co tutaj tak bardzo krytykowano. Nad fetyszem *oglądalności*. Oglądalność nie jest tylko zagrożeniem. Oglądalność jest też wyzwaniem. Oglądalność to nie tylko źródło przychodów z reklamy, ale także - kto wie czy nie najbardziej demokratyczny - wyraz tego, czego chcą widzowie płacący abonament. Czyli ci, którzy oglądają telewizję.

Oczywiście, można powiedzieć, że abonament nie służy zaspokajaniu oczekiwań widzowi, nie służy spełnianiu tego, czego widzowie *chcą*, lecz zaspokajaniu tego, czego *potrzebują*. Taka wydaje się być jasno wyrażona dystynkcja ustawodawcy zawarta w ustawie o radiofonii i telewizji. Ustawodawca wyraźnie zapisał, że telewizja ma pełnić *misję*. Wydaje się więc, że dochodzimy tym samym do bardzo ważnego momentu w dziejach naszej kultury narodowej - zbliżamy się do epoki, w której rynek może być sojusznikiem kultury.

Nie tylko kultury masowej. Dziś jest to widoczne aż nadto wyraźnie. Przywoływano tutaj przykłady takich seriali jak „Klan”. Jest to produkt rynkowy, ale jest to przecież także produkt kultury masowej, o której jakże trafnie mówił p. Marek Jurek, że stanowi ona, na ile zrozumiałem jego wystąpienie, istotną część naszej kultury narodowej. Myślę, że rynek stanowi szansę także dla kultury wysokiej.

Rynek - i najnowsze osiągnięcia techniczne. Możliwość wykorzystania kanałów tematycznych spowoduje, że już niedługo - mam nadzieję, że także i w Polsce - będzie możliwe tworzenie nie tylko programów oczekiwanych przez szeroką publiczność, ale także takich, których oczekują elity kulturalne. Będzie to możliwe właśnie dzięki kanałom tematycznym. Państwo, jak sądzę, tutaj te elity reprezentujecie.

Telewizja publiczna robi bardzo wiele, żeby abonament, który nadal otrzymujemy dzięki hojności społeczeństwa, zamienić w wartościowe produkcje. Tak kształtować program, żeby przekazywać jak najwięcej nie tylko tych treści, których ludzie *chcą*, ale i takich, których *potrzebują*.

To prawda, że telewizja zaraziła się, czy też została zarażona, bakcylem rynku. Traktuję jednak to stwierdzenie jako komplement. Jako znak, że choć w telewizji publicznej zostało jeszcze niesłuchanie wiele do zrobienia, niektóre procesy jeszcze się nie rozpoczęły, przystępujemy dopiero do ich wdrażania - niemniej jest już faktem, że telewizja nauczyła się działać w warunkach rynkowych. Nauczyła się przy tym tak reagować na oczekiwania rynku - a więc, mówiąc inaczej, na oczekiwania tych, którzy płacą abonament na telewizję publiczną - żeby, spełniając te oczekiwania, wyznaczać zarazem standardy, o których inni nadawcy telewizyjni mogliby tylko marzyć.

Kto, jak nie telewizja publiczna, emituje rocznie około 150 premier Teatru Telewizji? Nie mówię już o powtórkach - podaję liczbę samych tylko premier. Kto, jak nie telewizja publiczna nadaje bogaty program muzyczny? Czy jesteście Państwo w stanie pokazać jakiegokolwiek innego nadawcę, jakiegokolwiek inne medium, które w równie pełny sposób pokazuje kulturę wysoką? To prawda, nie zawsze o godzinie 20.00, nie zawsze o godzinie 18.00, często o godzinie 23.00 - ale mimo wszystko pokazuje. Także wysoką kulturę muzyczną. Kto, jak nie telewizja publiczna uratowała polską animację, czyli filmy, które w ponad 90 procentach adresowane są do dzieci?

A jakie programy nadają inne stacje telewizyjne? Gdzie jest najwięcej porażających brutalnością animowanych filmów japońskich? Kto lansuje produkcję muzyczną znaną jako disco-polo? Czy telewizja publiczna? Nie. To są zupełnie inne stacje. To jest ich dobre prawo, natomiast naszym kryterium, jak to słusznie powiedziano, jest rynek - nie pieniądza, ale rynek idei.

Tyle że - powiedzmy i o tym w tym gronie - abonament stanowi zaledwie jedną trzecią przychodów telewizji. Ta liczba musiała tu paść dla wyjaśnienia spraw podstawowych; zachęcam w ogóle do rozmawiania o liczbach, bo one w dużej mierze tworzą warunki do istnienia tego, co nazywamy kulturą narodową.

Oczywiście, można powiedzieć, że obecną telewizję należałoby sprywatyzować - jednak pomysł ten wydaje mi się, oględnie mówiąc, dość niezrozumiały w kontekście krytyki oglądalności jako kryterium. Nie wyobrażam sobie sytuacji, w której nadawca prywatny - a takim w myśl projektu pana Andrzeja Wajdy byłaby za chwilę Telewizja Polska - zrezygnowałby z kryterium oglądalności.

Naszym osiągnięciem, naszą zasługą, tym czym szcycimy się jako ludzie telewizji publicznej, ludzie „firmy”, jest to, że potrafimy *oglądalność* i *kontakt z widzem*, o czym mówił prof. Bralczyk, zamienić nie tylko na pieniądze, ale także na możliwość produkowania, tworzenia wartościowej, a także tej bardziej popularnej produkcji polskiej. W tym bardzo pomaga nam rynek.

Cieszyłbym się, gdyby ludzie polskiej kultury, ci, spośród których wielu przewinęło się przez telewizję publiczną, potrafili to docenić. Sądzę, i mam nadzieję, że nie jest to stwierdzenie zarozumiałe, że telewizja publiczna była jedyną instytucją życia kulturalnego, która pomogła środowiskom twórczym i kulturalnym przebrnąć przez pierwszy, najtrudniejszy okres transformacji ustrojowej. Bowiem w wyniku powtórnego odzyskania suwerenności w 1989 roku znaleźliśmy się w państwie, w którym zapanowała nie tylko demokracja polityczna, ale wszedł także wolny rynek. Kultura musi nauczyć się żyć w warunkach rynku, a kultura wysoka powinna, moim zdaniem, nauczyć się korzystać z możliwości, jakie rynek tworzy. Twierdząc, że telewizja publiczna to potrafi i dokonała tego.

Być może niedoskonale; na pewno niedoskonale. Wiele jest jeszcze do zrobienia, wiele do poprawienia. Z pewnością jednak słowa krytyki, które padły pod naszym adresem, miałyby znacznie większy ciężar gatunkowy - mimo że wypowiedziały je autorytety - gdyby były poparte liczbami. My, ludzie telewizji, na uzasadnienie (nie chcę mówić - obronę) naszego poglądu na rolę telewizji publicznej mamy tych liczb pod dostatkiem. Możemy Państwu pokazać czarno na białym, posługując się liczbami, że ze swoich obowiązków wobec kultury narodowej wywiązujemy się w sposób aż nieproporcjonalnie duży, jeśli wziąć pod uwagę to, jaki jest stan tej kultury i co robią dla kultury narodowej inne instytucje.

Jacek Weiss

Podsekretarz stanu w Ministerstwie Kultury

Przygotowując program wyborczy AWS bardzo wiele czasu poświęciliśmy telewizji, i to nie z punktu widzenia jej znaczenia politycznego, lecz z punktu widzenia roli, jaką powinna ona odgrywać w promocji kultury narodowej. Telewizja publiczna powinna działać na rzecz tego, abyśmy my, Polacy, znali własną kulturę i zdawali sobie sprawę z jej wartości. Telewizja, a także oczywiście radio, spełniające tę rolę zwykle w nieco większym stopniu.

Chcę tu przytoczyć anegdotę z życia; rzecz przydarzyła mi się w liceum muzycznym w Warszawie, gdzie uczyłem, gdy czas mi jeszcze na to pozwalał. Dwoje młodych ludzi grało uwerturę z „Carmen” Bizeta. W tym czasie nadeszła na lekcję nowa uczennica. Zapytałem ją, czy wie, co grają. A ona na to: - *To Ajax!*

Jak widać, nie tylko słowo jako nośnik sensu, o czym mówił w swoim wystąpieniu prof. Bralczyk, ale i muzyka jest odbierana, postrzegana przez odbiorców telewizji w degradujący sposób. Dzieło przestaje funkcjonować jako dzieło artystyczne, bo po prostu

nie jest znane odbiorcom jako takie. Jest pokazywane w telewizji jedynie jako fragment przekazu użytkowego, reklamy. A taka jest siła telewizji, że powszechnie znane jest tylko to, co ona pokazuje.

W tym, co tu mówimy, nie jest istotne, kto jest w tej chwili prezesem telewizji publicznej. To nie jest atak na prezesa TVP S.A., to w ogóle nie jest atak.

Jest jednak faktem, że wielu ludzi, w tym zwłaszcza środowisko ludzi kultury, obserwując program radia i telewizji żywi poważne obawy, iż media publiczne - przede wszystkim telewizja, a w ostatnim czasie niestety także radio - z różnych powodów kulturotwórczej roli obecnie nie wypełniają.

Pozwólcie Państwo, że przytoczę jeszcze jedną anegdotę. Oglądałem kiedyś w TVP serenadę Mozarta w wykonaniu orkiestry z Salzburga pod dyktando Karla Böhma, wielkiego, nieżyjącego już dyrygenta austriackiego. Przedtem znakomity zresztą redaktor, którego bardzo ceniłem, Jan Weber, mówiąc o wykonaniu stwierdził, że pod dyktando Böhma jest ono konserwatywne, eklektyczne; i że gdyby to dyrygował Maksymiuk, ta muzyka byłaby żywa. Wysłuchałem serenady, naprawdę bardzo pięknie wykonanej - choć Weber miał oczywiście prawo do swojej interpretacji. Za chwilę jednak w tej samej telewizji redaktor zapowiadał jakiegoś gwiazdora muzyki pop, który, jak się okazało, gra raptem od roku, ma już złotą płytę i w ogóle, jak powiedziano, jest wspaniałym artystą, znanym na całym świecie. W efekcie biedny widz, który słuchał obu tych zapowiedzi i obu utworów, musiał dojść do wniosku, że ten grający od roku artysta to geniusz, lepszy od Bacha (jeśli o Bachu w ogóle słyszał), a Karl Böhm po prostu nie potrafi dyrygować orkiestrą.

Nie oceniam w tej chwili naszej telewizji. Nikt z tych ludzi nie miał złej woli. Chcę tylko zwrócić uwagę na to, że telewizja ma nieprawdopodobnie duży wpływ, zapewne w ogóle największy ze wszystkich mediów, na kształtowanie nie tylko wrażliwości odbiorców, o czym mówił pan prezes Kwiatkowski, lecz również na kształtowanie ich *skali wartości* - wartości estetycznych, a nawet i moralnych. Stąd jej ogromna odpowiedzialność za to, co nadaje i jak nadaje, czego uczy odbiorców.

Nie jest najważniejsze, czy telewizja będzie mogła wykazać w liczbach, jak to przedstawił pan prezes, że realizuje zadania wynikające z ustawy. To o czym dziś tak wiele tutaj mówiono, to troska o to, co pozostanie w umyśle i w sercu człowieka oglądającego telewizję i słuchającego radia. (Oglądającego i słuchającego – dodam – wtedy kiedy może oglądać i słuchać, a nie w porach „nieoglądalnych”, o czym też tu mówiono). Może bowiem dojść do tego, że aria z „Carmen” będzie dla odbiorcy już tylko *Ajaxem*, a najwyższą wartością będzie to, czy ktoś ma już złotą płytę, czy nie.

To jest ocena wolnego rynku - powiedziałbym, że kontrowersyjna. Dlatego właśnie zapisano w programie AWS, że należy doprowadzić do tego, aby jeden z programów telewizji publicznej - Program 2 - stał się czymś w rodzaju instytutu kultury narodowej. Należy go przekształcić w program poświęcony kulturze, nie ulegający komercjalizacji. Słyszałem, iż angielski program kulturalny tak dobrze prosperuje, że miał już nawet rozszerzyć działalność na teren Europy kontynentalnej. Jak z tego widać, do programu kulturalnego nie musi się koniecznie dopłacać. Może on być też opłacalny. Należałoby wykorzystać wszystkie możliwości, by taki, na dobrym poziomie, program stworzyć.

Większość wypowiedzi podczas tego spotkania odnosiła się do telewizji, co nie dziwi, zważywszy siłę oddziaływania tego medium. Nie można jednak zapominać o drugim bardzo ważnym nadawcy publicznym, to jest o radiu. Sądzę, że zadaniem bardzo ważnym, również dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, powinno być teraz możliwie jak najszybsze przywrócenie dobrego odbioru Programu 2 Polskiego Radia. Odrębnego programu, który

będzie nadawany przez cały dzień. W Polsce poza dużymi miastami jest bardzo trudno go odebrać, jest nadawany w nie najlepszym czasie. Zresztą, jak Państwo wiedzą, o mało nie został zlikwidowany przez poprzedni zarząd Polskiego Radia. Tymczasem jego wartość w upowszechnianiu kultury jest nie do przecenienia.

Kolejną sprawą, o której trzeba powiedzieć, ponieważ nie była tu w ogóle wspomniana, jest fakt, że na mało znaczące miejsce zajmowane w polskich mediach przez polską kulturę ma wpływ także nie najlepsza obecnie ustawa o ochronie praw autorskich i o prawach pokrewnych. Sądzę, że ta ustawa ulegnie zmianie wówczas, kiedy Polska ureguluje sprawy związane z konwencjami międzynarodowymi; wtedy ten negatywny wpływ zostanie zapewne zmniejszony. Obecnie wielu nadawcom z powodów finansowych łatwiej jest niestety nadawać utwory obce niż polskie - za utwory obce nie trzeba bowiem płacić tantiem.

Na koniec chcę upomnieć się o inicjatywę, która być może zakończy się wreszcie optymistycznie: o koncert Szopenowski w telewizji publicznej. Jest coś przedziwnego w fakcie, że polska telewizja, funkcjonująca już przez tyle lat, nie zdobyła się na to, żeby wprowadzić na stałe taki koncert do programu. Ponieważ jednak w 1999 roku przypada wielka rocznica Szopenowska, obchodzona na całym świecie, mam nadzieję, że to wreszcie nastąpi.

Jestem przekonany, że wcale nie będzie tak, jak często mówią zwolennicy *oglądalności*, że widzowie nie będą chcieli tego oglądać i słuchać. Przypomnę, że był kiedyś w telewizji serial brazylijski, dość okropny zresztą, który zaczynał się serenadą Szuberta. Jakoś nigdy nie słyszałem, żeby ktoś wyłączał telewizor na czas tej serenady, by jej nie słuchać.

To nieprawda, że ludzie nie chcą słuchać muzyki poważnej. Myślę, że ci, którzy decydują o programie telewizji, nie doceniają liczby ludzi, którzy chcieliby słuchać dobrej muzyki. Oni po prostu nie piszą listów do telewizji, może z braku czasu; ale to nie znaczy, że nie istnieją!

Bolesław Sulik

Przewodniczący KRRiT, prowadzący dyskusję

Chciałbym zachęcić do podjęcia w naszych rozważaniach kwestii, w jaki sposób telewizja - bo wszyscy mówimy dotychczas tylko o telewizji - powinna łączyć dwa zasadnicze aspekty swego działania: funkcjonowanie na rynku komercyjnym, a jednocześnie fakt, że oczekujemy od niej przede wszystkim - i mamy prawo oczekiwać - aby spełniała swoje zadania ustawowe.

Nie chcę w żaden sposób ograniczać uczestników panelu w ich wypowiedziach, chętnie bym jednak usłyszał głosy ustosunkowujące się do tego faktu, że telewizja publiczna, po to, aby spełniać swoje zadania ustawowe, musi także funkcjonować na rynku komercyjnym.

Jest to temat o kluczowej wadze. Jak powinna kształtować się obecność telewizji publicznej na rynku komercyjnym? Jak powinno wyglądać jednocześnie wykonywanie jej ustawowych zadań? Jaki wyraz powinny znaleźć te zadania w strategii programowej,

w strukturze programu, w polityce spółki? Zachęcam do zastanowienia się nad tymi kwestiami.

Janina Jankowska

Przewodnicząca Rady Programowej Polskiego Radia S.A.

Jestem wdzięczna mojemu przedmówcy min. Weissowi, który jako jedyny na tej sali zauważył, że obok telewizji drugim wielkim medium - może nie tak spektakularnym, ale niesłychanie silnie oddziałującym na odbiorców, a więc właściwie na całe społeczeństwo - jest radio. Radio sięga w swoim oddziaływaniu głębiej niż telewizja. Nie jest widowiskowe, ale towarzyszy ludziom przez cały dzień, i to w wielu programach. Samo Polskie Radio udostępnia odbiorcom cztery programy ogólnopolskie, nie mówiąc już o ofercie stacji regionalnych.

Akceptując wszystkie te wartości, o których była mowa w referatach, zgadzając się, że kultura narodowa jest ogromną naszą wartością, trzeba jednocześnie stwierdzić, że pogodzenie tożsamości medium publicznego i równoczesnego wejścia w krwiobieg rynku jest niezwykle trudne. Za sprawą tej dwoistości radio i telewizja publiczne jako całość i zarządzający tymi instytucjami znaleźli się w nieprawdopodobnym wręcz potrzasku. Potrzasku dwóch ustaw, dwóch uregulowań prawnych o odmiennej filozofii. Z jednej strony bowiem radio i telewizja publiczne muszą działać zgodnie z logiką prawa handlowego - a więc być nastawione na zysk, z drugiej zaś muszą realizować funkcje kulturotwórcze, wypełniać zadania nałożone przez ustawę o radiofonii i telewizji, realizować *misję* mediów publicznych.

W tej sytuacji mamy na co dzień do czynienia - trzeba to sobie wyraźnie powiedzieć - ze swoistą schizofrenią. Przekłada się ona na konkrety.

Polskie Radio, na skutek między innymi różnego typu wydarzeń niezależnych od nas, jak zawalenie się masztu, spadek wpływów abonamentowych (swoiste *signum temporis*) itd. cierpi obecnie na brak dostatecznych środków finansowych. Ma też inny poważny kłopot: dwa spośród ogólnopolskich programów Polskiego Radia nadawane są na wspólnej antenie.

To rozwiązanie trzeba uznać za kuriozalne. Jeśli bowiem na tej samej antenie nadaje się do godziny siedemnastej program edukacyjny, a od siedemnastej - kulturalny, to siłą rzeczy odbija się to na jakości obu programów, o dezorientacji słuchaczy już nie wspominając. Skutkuje to zmniejszoną ilością literatury i muzyki na antenie, a także obniżeniem jakości audycji - są one skracane, komprymowane nie ze względu na logikę konstrukcji, ale z braku czasu na emisję. Na antenie panuje taka ciasnota, że trudno zachować podstawową myśl programową, która powinna towarzyszyć radiu publicznemu. W tych warunkach treści misyjne, treści kultury wysokiej nie zyskują odpowiedniej do treści, a zarazem atrakcyjnej oprawy programowej.

Pracownicy Polskiego Radia mają wyraźne poczucie degradacji, wpływające z faktu, że dwa programy pracują na jednej antenie. Siłą rzeczy wielu ważnych audycji jest mniej, mamy poczucie, że mniej jest niż przedtem audycji literackich, mniej jest produkcji teatru.

Nową, budzącą wątpliwości tendencją w programie jest przenoszenie wszystkich audycji o treściach poważniejszych do jednego pasma. U tzw. designerów programu, czyli u

tych, którzy decydują o kształcie programów nie-artystycznych, wyczuwa się wyraźną koncepcję, by audycje związane z misją radia publicznego: kulturalne, edukacyjne, pogłębione reportaże - przesunąć na czas o najmniejszym audytorium, kiedy emisja radiowa pokrywa się z *prime time*'m w telewizji. Audycje poważniejsze, czyli te, które mają wywołać w słuchaczu jakąś refleksję, są konsekwentnie przenoszone, tak samo jak w telewizji publicznej, na czas mniej korzystny. Nie widać starań, by zaprezentować je słuchaczom w sposób atrakcyjny: nagromadzone w jednym, późnowieczornym paśmie, stają się po prostu nie do słuchania.

Nie zdziwię się, jeśli po pierwszych tygodniach nowej ramówki badania wykazą, że ludzie nie chcą słuchać w takiej obfitości audycji kulturalnych, edukacyjnych czy innych poważnych treści. Nie można słuchać słowa wymagającego skupienia przez cztery godziny z rzędu.

Nie zgadzam się z prezesem Kwiatkowskim, kiedy twierdzi, że rynek stanowi *szansę* dla polskiej kultury, w tym dla kultury wysokiej, i że szansa ta polega na wprowadzeniu w nieodległej przyszłości kanałów tematycznych.

Sądzę, po pierwsze, że wizja ta nie jest aż tak bliska, przynajmniej jeśli idzie o Polskie Radio. Nie widzę wielkich szans, żeby kanały tematyczne mogły wejść do radia przed rokiem 2000.

Ale jeszcze ważniejszą jest kwestia, czy jest to rzeczywiście właściwe rozwiązanie.

Czy rzeczywiście powinniśmy w radiu publicznym tworzyć kanały elitarne, przeznaczone dla wąskiej, wyselekcjonowanej publiczności, a obok nich - kanały o standardach wyraźnie populistycznych, „ścigające się” z komercją? Czy naszą ambicją nie powinna być raczej konstrukcja programu *powszechnego*, który w zrozumiałych i atrakcyjnych dla szerokiego kręgu odbiorców formach będzie przekazywał wartościowe treści, w tym treści kultury wysokiej? I czy nie tym właśnie powinno się wyróżniać radio publiczne?

W Radzie Programowej Polskiego Radia zadajemy sobie zawsze pytanie: Co jest pierwszym obowiązkiem radia publicznego?

Czy, kierując się tzw. słuchalnością, powinniśmy dostosowywać się do aktualnych gustów słuchaczy, bo tego od nas oczekują, a my im służyjemy? I generalnie - czy powinniśmy być przede wszystkim medium usługowym?

Czy też, jako radio publiczne, mamy obowiązek - także, a może przede wszystkim - przekazywania odbiorcom podstawowych kanonów kultury - polskiej, europejskiej, światowej? Właśnie ze względu na misję przenoszenia dóbr kultury między pokoleniami; na misję utrwalania tożsamości narodowej; na zadanie wejścia do uniwersalnego krwiobiegu kultury.

I pytanie najtrudniejsze: jak, nie rezygnując z poziomu, robić to atrakcyjnie?

Istnieje schemat myślowy, że jeśli już kultura wysoka, to wszystko musi być długie i odrobinę nudne; wesołe natomiast i relaksujące może być tylko to, co jest przeznaczone dla szerokiej publiczności.

A przecież nie musi tak być! Jestem przekonana, że można nadawać audycje mądre i wcale nie nudne, a zarazem nie wzorujące się na gustach populistycznych.

Ale żeby audycje o treściach poważnych i wartościowych mogły być zarazem atrakcyjne w formie - trzeba środków, czyli pieniędzy; nadto pewnej wyobraźni

zarządzających - no i dania swobody twórcom, swobody poszukiwań takiego sposobu przedstawiania świata, który będzie atrakcyjny, ale nie będzie naśladował schematów komercyjnych.

Podstawową więc obecnie sprawą, w moim głębokim przekonaniu, jest sposób finansowania mediów publicznych. Nie zrealizujemy ważnych zadań, o których tu jest mowa, nie zrealizujemy misji radia publicznego, jeśli nie zostanie zmieniony sposób finansowania programu i jeśli nadal najważniejszą będzie tyle już tutaj razy piętnowana *oglądalność* czy *sluchalność*. Nie twierdzę, że miernik ten jest nieistotny, z pewnością weryfikuje w jakimś stopniu jakość programu - ale nie może to być wskaźnik jedyny. Tymczasem w tej chwili *sluchalność* jest tak naprawdę jedynym *feedback*'iem, jeśli chodzi o odbiór programu, przynajmniej w naszej praktyce.

Dla programów artystycznych, literackich, dla reportaży, i ogólnie - dla inicjatyw programowych kosztownych w produkcji, a ważnych dla realizacji misji radia publicznego - musi zostać stworzony inny niż dotąd mechanizm pozyskiwania środków. Ich obecność na antenie nie może zależeć od wpływów z reklamy czy sponsoringu, od tego czy na siebie zarobią. Powinny być one finansowane niezależnie, np. poprzez specjalne sumy z abonamentu przyznawane przez KRRiT, a może wręcz z budżetu - w każdym razie nie mogą być traktowane komercyjnie. Jeśli wszystkie audycje Polskiego Radia będą poddane tym samym prawom rynkowym - będziemy nieuchronnie obniżać poziom. Nie udźwigniemy poprawy jakości programu.

Powtórzę raz jeszcze - to, co może uzdrowić sytuację, to przede wszystkim szukanie innych źródeł finansowania programu i tworzenie w ten sposób szansy rozwoju wartościowych programów kulturalnych, poszukiwań nowych form realizacji audycji.

To zmiana sposobu *myślenia o programie* na niekomercyjny.

Magdalena Bajer

Przewodnicząca Rady Etyki Mediów

Szukając uzasadnienia dla zabrania głosu znajduję je w tym punkcie Karty Etycznej Mediów, który mówi o przedkładaniu ponad inne względy dobra odbiorcy.

Powiedziano tutaj wiele o tradycji, o zobowiązaniu mediów audiowizualnych wobec tradycji narodowej. Podpisuję się pod tym całkowicie.

Tymczasem w mediach zauważyć można tendencję przeciwną – ograniczanie swoich zadań do zaspokajania bieżących potrzeb i gustów odbiorców, poznawanych głównie na podstawie badań - nie wiem zresztą, czy do końca rzetelnych i wiarygodnych. Panuje pogląd, że także publiczne media powinny zaspokajać takie, wyobrażone na podstawie badań, potrzeby i gusta odbiorców. Aktualne potrzeby i aktualne gusta. - i nic ponadto. Nic ponadto nie muszą rzekomo publiczne media oferować. W parze z tym poglądem idzie fetyszyzowanie tzw. oglądalności i sluchalności. Dostrzegam to przede wszystkim w radio, ale także i w telewizji publicznej.

Głęboko nie zgadzam się z tą filozofią. Gdy jednak wypowiadam głośno pogląd, że obowiązkiem mediów jest oferować trochę więcej ponad poziom wyznaczany przez aktualne

potrzeby odbiorców, potrzeby te podnosić, umożliwić im wzrost - spotykam się z zarzutem, że jest to styl myślenia z okresu PRL, swoisty relikw z czasów, kiedy społeczeństwu narzucano, czego ma słuchać i co oglądać, i kiedy to oficjalna propaganda decydowała, co jest właściwe pod względem estetycznym i merytorycznym.

Nie mogę się zgodzić się z tym zarzutem, choć oczywiście prawdą jest, że w PRL narzucano i arbitralnie wyrokowano, co jest dobre, a co złe dla odbiorcy. Nie do tych czasów się jednak odwołuję.

Istnieje w polskiej tradycji życia społecznego idea, którą nazywamy (nie bardzo precyzyjnie, ale nie ma tutaj czasu, żeby precyzować) ideą społecznikowską. Jest to istotna część naszej tradycji narodowej. Idea społecznikowska to wątek służenia ogółowi, całemu społeczeństwu przez elitę. Elita społeczna nigdy nie była liczną warstwą, zawsze stanowiła w społeczeństwie zaledwie kilka procent. Służyła ona dawniejszymi czasy przede wszystkim, najogólniej mówiąc, na polu oświaty, poprzez „niesienia kaganka”. To jest jedna z naszych najcenniejszych narodowych tradycji. Mówiąc o społecznych obowiązkach mediów publicznych, chcę się odwołać do właśnie tradycji.

Media publiczne tworzą niejako nową możliwość pełnienia takiej służby. Powinny tę tradycję podjąć i kontynuować.

To zawsze było obecne w polskiej tradycji, a za to, niejako w podziękowaniu, społeczeństwo polskie utrzymywało swoje elity. W okresie zaborów utrzymywało artystów i uczonych w sensie dosłownym, na rozmaitych posadach, gdzie mogli zarobić na życie: jako bibliotekarze, archiwiści, nauczyciele, oddając się wolnym zajęciom twórczym. Wówczas kiedy nie było polskich instytucji artystycznych i naukowych, społeczeństwo wzięło na utrzymanie swoją elitę. To, wydaje mi się, do czegoś zobowiązuje.

Jeszcze słówko o kanałach tematycznych. Oczywiście, kanały tematyczne w telewizji i w radiu będą rzeczą dobrą i należy życzyć sobie, aby powstały jak najprędzej. Chcę się jednak całkowicie zgodzić z moją przedmówczynią, że wprowadzenie kanałów tematycznych nie zwalnia absolutnie programów ogólnego zasięgu od obowiązku zamieszczania w nich propozycji ambitnych, tych ponad aktualne potrzeby i aktualne gusty.

Niestety, obserwuję w Polskim Radiu, że istnienie bardzo dobrego programu edukacyjnego, jakim jest Radio BIS, bywa traktowane jako alibi do usuwania czy okrawania obecności audycji edukacyjnych i kulturalnych w Programach 1 i 3 PR. Na to niebezpieczeństwo chciałabym zwrócić uwagę.

Rafał Skąpski

Wiceprezes Polskiego Radia S.A.

Mam o tyle ułatwioną sytuację, że przewodnicząca Rady Programowej Polskiego Radia pani redaktor Janina Jankowska wiele uwagi poświęciła sprawom zarządzania, uwarunkowaniom prawnym i finansowym kierowania spółką, jaką jest Polskie Radio. Podpisując się całkowicie pod tym co mówiła red. Jankowska, rozumiem, że jestem zwolniony z omawiania tych kwestii, a chętnie skoncentruję się na sprawach programowych.

W zaproszeniu na dzisiejsze spotkanie otrzymaliśmy sugestię, by pokazać działania Polskiego Radia na rzecz kultury narodowej. Postaram się więc przedstawić w najogólniejszym zarysie to, co w tej materii najistotniejsze, najważniejsze.

Już w latach 30. Polskie Radio wytworzyło swój styl programu kulturalnego, sięgający tradycji działalności kulturalno-oświatowej pod zaborami. Najważniejszą formą i wyznacznikiem poziomu były przede wszystkim słuchowiska i koncerty muzyki poważnej. Ich trwała obecność na antenie decydowała o tym, że także i później, w latach 50. i 60., w zupełnie innych warunkach politycznych, kiedy radio służyło przede wszystkim bieżącej informacji i propagandzie, dziennikarze radiowi potrafili - mimo wszystko - kultywować ten styl programu artystycznego, i szerzej - kulturalnego, wypracowanego u zarania dziejów Polskiego Radia.

W lata 90., w nowy porządek polityczny, społeczny i ekonomiczny Polskie Radio wkroczyło w warunkach łamania monopolu radiowego przez stacje komercyjne i społeczne. Utraciliśmy w tym czasie na rzecz tych nowo powstałych radiofonii znaczącą liczbę słuchaczy. Jednak potem zaczęliśmy odrabiać straty. Dane z 1998 roku, obejmujące wskaźnik słuchalności, czyli wielkości audytorium radia od stycznia do października, wskazują, że w tym czasie powróciło do nas ponad 4,3% odbiorców - co przekłada się na liczbę 1,5 miliona słuchaczy. Radio publiczne, z jego specyficzną funkcją społeczną, ma więc nadal wielkie audytorium.

Najważniejsze pytanie dla Polskiego Radia brzmi więc obecnie następująco: czym ma być kultura w radiu publicznym? Prezentacją dzieł artystycznych? Opisem i wyjaśnianiem współczesnych zjawisk kulturowych? Sprawozdaniem z bieżących wydarzeń kulturalnych? Pielęgnacją ojczystego języka? Szerzeniem norm dobrego obyczaju? Chyba wszystkim po trochu. I takie zresztą szerokie zobowiązania nakłada na Polskie Radio ustawa o radiofonii i telewizji.

Próbując odpowiedzieć, jak realizujemy te zobowiązania i czy są szanse, by je dobrze wypełniać w przyszłości, na progu następnego stulecia, napotykamy wiele niewiadomych. Dotyczą one zarówno możliwości finansowych Polskiego Radia w sytuacji malejących wpływów z opłat abonamentowych, jak i jego przyszłej pozycji na rynku, na którym mamy do czynienia z konkurencją coraz silniejszych stacji komercyjnych. Jedno jednakże pozostaje ciągle w mocy: obowiązkiem radia publicznego jest oferowanie programu artystycznego, zróżnicowanego ze względu na treść, o strukturze „mieszanej”, gdy chodzi o poziom intelektualny, to jest zawierającego audycje zarówno dla bardziej, jak i dla mniej wyrobionego odbiorcy, ale przy tym dystansującego się od dzieł kultury wyraźnie populistycznej.

Podstawowe są tu oczywiście dwie dziedziny - muzyka i literatura. W dziedzinie muzyki poważnej zadaniem radia jest przede wszystkim propagowanie muzyki polskiej, relacjonowanie przebiegu imprez muzycznych i udostępnianie słuchaczom dorobku uniwersalnej kultury muzycznej.

O jeszcze jednym, bardzo ważnym zadaniu mówił tutaj prof. Wnuk-Lipiński: o obowiązku rejestracji wysokiej rangi artystycznych imprez muzycznych, nagrywaniu dzieł muzyki współczesnej, ze szczególnym eksponowaniem twórczości kompozytorów polskich. My to zadanie także realizujemy, i to w dużym wymiarze.

Specjalną formą promocji kultury artystycznej na antenie jest zamawianie przez Polskie Radio utworów u kompozytorów polskich. Zwracamy się do wybitnych twórców, wystarczy wymienić nazwiska; są wśród nich Augustyn Bloch, Grażyna Pstrokońska-Nawratil, Marta Ptaszyńska, Zygmunt Krauze czy Maciej Małecki.

Polskie Radio przejęło, po zlikwidowanym Komitecie ds. Radia i Telewizji, trzy orkiestry: Wielką Orkiestrę Symfoniczną Polskiego Radia w Katowicach, Orkiestrę Kameralną Amadeus w Poznaniu, kierowaną od trzydziestu lat przez Agnieszkę Duczmal, i Polską Orkiestrę Radiową. Do tych instytucji artystycznych dochodzi jeszcze Chór Polskiego Radia, działający w Krakowie.

W 1997 roku Polskie Radio przystąpiło do organizacji własnego festiwalu muzycznego. Pierwsza edycja festiwalu nosiła nazwę „Szymanowski i jego Europa”, tegoroczna „Karłowicz - pokrewieństwa z wyboru”. W 1999 roku (i tu odpowiedź na apel ministra Weissa) organizujemy festiwal poświęcony muzyce Chopina. Polskie Radio jest też od kilku lat współorganizatorem festiwalu „Warszawska Jesień”. Przyszliśmy tej imprezie z pomocą wtedy, kiedy resort kultury przestał ją finansować, a w każdym razie bardzo ograniczył jej finansowanie.

Studio koncertowe Polskiego Radia, im. Witolda Lutosławskiego, to czołowa sala filharmoniczna w kraju. Jutro organizujemy w nim koncert z okazji 80-lecia niepodległości; rozpocznie go fragment muzyki do filmu „Pan Tadeusz” w reżyserii Andrzeja Wajdy, skomponowanej przez Wojciecha Kilara. Będzie to na pewno wielkie wydarzenie kulturalne.

Była tu też mowa o muzyce folkowej. Warto więc powiedzieć, że w 1995 roku podjęliśmy się zadania zorganizowania, pod patronatem Europejskiej Unii Radiowo-Telewizyjnej, festiwalu folkowego w Zakopanem. Sukces tej imprezy przeszedł najśmielsze oczekiwania.

W Polskim Radiu funkcjonuje też Centrum Kultury Ludowej. Dzięki pomocy Ministerstwa Kultury i Sztuki wydaliśmy już dziesięć płyt kompaktowych pn. „Muzyka źródeł”, prezentujących folklor niemal wszystkich regionów Polski; kolejne płyty w przygotowaniu. Także we współpracy z Ministerstwem i dzięki jego pomocy finansowej nagrywamy folklor muzyczny skupisk polonijnych na całym świecie. W tej chwili gromadzone są nagrania muzyczne Polaków mieszkających w Brazylii i w Argentynie.

Twórczość artystyczna w Polskim Radiu to poza muzyką, jak powiedziałem, twórczość dramaturgiczna i literatura.

Niewiele teatrów w Polsce mogłoby pozwolić sobie na taką obfitość i różnorodność i na taki poziom inscenizacji dramaturgicznych, jak Teatr Polskiego Radia. Mamy możliwość współpracy z najlepszymi aktorami i reżyserami jacy działają w kraju. W ciągu roku prezentujemy 1800 godzin premier i 550 godzin najcenniejszych powtórek.

Wśród audycji prezentujących dzieła literackie na szczególną uwagę zasługują „Lektury Jedyńki” nadawane w Programie 1 PR, przeznaczone dla szerszej publiczności, w tym prezentujące pozycje stanowiące kanon literatury polskiej. Kilka lat temu Program 2 PR powrócił do tradycji organizowania konkursów na scenariusze słuchowisk radiowych. Zorganizowaliśmy plebiscyt teatralny „Kreacje Dwójki”. W 1998 roku wyszliśmy z Teatrem Polskiego Radia do publiczności. Zorganizowaliśmy, we współpracy z rozgłośnią regionalną w Lublinie, publiczne słuchanie spektakli teatralnych.

Warto zwrócić też uwagę na współpracę zagraniczną Polskiego Radia w zakresie kulturalnym. W ramach Europejskiej Unii Radiowo-Telewizyjnej dokonywana jest wymiana programów muzycznych, magazynów kulturalnych, spektakli. Posiadamy także umowy z polonijnymi radiofoniami we Francji, Wielkiej Brytanii, w Belgii, w Niemczech. Mamy umowę z 15 radiofoniami działającymi na terenie Kanady i Stanów Zjednoczonych.

Co się tyczy odniesień w programie Polskiego Radia do kultury i tradycji średniowiecza, o co upominał się tutaj prof. Jerzy Wojtczak, pragnę zwrócić uwagę m.in. na

Wieczorny Klub Trójki, audycję nadawaną w Programie 3 PR; sądzę, że odpowiada ona na ten dezyderat. Także i w Programie 4 - czyli w Radiu BIS - emitujemy regularnie programy historyczne.

Sumując - radio publiczne próbuje przez cały czas znaleźć możliwie najlepszą odpowiedź na pytanie: W jaki sposób, nie przyjmując logiki komercyjnej, konkurować ze stacjami prywatnymi - na własnych warunkach? Jak, mimo trudności finansowych, pozostać narodową instytucją kultury i głównym źródłem opisu i wyjaśniania rzeczywistości? Odpowiedzi na te ważne pytania będą miarą realizacji oczekiwań, zaprezentowanych we wcześniejszych wystąpieniach i referatach. Miarą naszego wkładu w rozwój kultury narodowej.

Bolesław Sulik

Przewodniczący KRRiT, prowadzący dyskusję

Pozwolę sobie na krótki komentarz. Cieszę się, że nie zabrakło tutaj głosów kontrowersyjnych. Ale nigdy nie jest dobrze, jeżeli w dyskusji powstają dwie strony, atakująca i broniąca się. Sądzę, że powinniśmy wykazać zrozumienie dla problemów nadawców publicznych, którzy nadają program w otoczeniu komercyjnym, na rynku wysoce konkurencyjnym, co wcale nie zwalnia ich z obowiązków nadawcy publicznego.

Nietrudno natomiast zauważyć, że kiedy media publiczne są finansowane ze źródła mieszanego, powstają problemy. Tak się dzieje obecnie w większości krajów Europy, bo jak na razie tylko Brytyjczycy utrzymali czysty system finansowania: BBC wyłącznie z abonamentu, w każdym razie jeżeli chodzi o jej programy uniwersalne, a telewizje komercyjne wyłącznie z reklam. W Polsce nie ma w tej chwili takiej możliwości - co oznacza, że tak samo jak i w wielu innych krajach Europy, nadawcy publiczni będą pod ciśnieniem rynku komercyjnego. Będą musieli znaleźć właściwą strategię programową, strukturę programu, by zarówno wywiązywać się ze swoich zadań jak i skutecznie walczyć na rynku komercyjnym.

Myślę, że nie powinniśmy traktować nawet skrajnych głosów jako wojny dwóch osobnych armii. Jest bowiem oczywiste, że łatwo jest wyliczyć programy radia publicznego, programy telewizji publicznej, które są programami „misyjnymi”, i w ten sposób udowodnić, że nic złego się nie dzieje. Jednak komercjalizacja nadawców publicznych jest zjawiskiem ogólnoeuropejskim. Polska nie może się przed nią uchronić. Musi znaleźć na to własną odpowiedź.

Moim zdaniem ta odpowiedź nie może być rezygnacją z siły rynkowej systemu nadawców publicznych. Należy szukać lepszych rozwiązań, lepszej struktury niż dotychczas.

Bardzo się cieszę z tego, że dzisiaj, w czasie tej długiej konferencji, nie było właściwie mowy o polityce. A jeżeli była, to tylko w sensie negatywnym, jako o zjawisku, które jest dla nadawców publicznych dodatkowym problemem, dodatkowym obciążeniem; wiemy, że tak właśnie jest.

Nasz system, polski system nadawców publicznych trochę cierpi przez to, że nie jest wystarczająco przezroczysty. Ustawa o radiofonii i telewizji nie niesie właściwie żadnego obowiązku sprawozdawczości. Nie nakłada takiego obowiązku na nadawców publicznych i

być może dlatego należałoby stworzyć inne forum, forum do dyskusji publicznej na temat przede wszystkim programu nadawców publicznych. Należy, być może, szukać takiej formuły dyskusji, która byłaby korzystna zarówno dla nadawców publicznych, jak i dla tych środowisk, które w dużym stopniu żyją i karmią się nadawcami publicznymi.

Dr Zbigniew Wawer
historyk

Myślę, że dużo mogłaby wnieść do programu ściślejsza współpraca telewizji i radia z ośrodkami naukowymi, szczególnie z Polską Akademią Nauk. Znakomici erudyci, jak prof. Samsonowicz, prof. Tazbir i wielu innych, pracują w instytutach naukowych Polskiej Akademii Nauk i na uniwersytetach w całym kraju, by nam przekazać wiedzę o historii naszego państwa. Naród bez historii wykorzenia się, ginie. W tej chwili we wszystkich państwach europejskich nastąpił ogromny renesans historii. Niemcy wrócili do Fryderyka Wielkiego, uważają go za swojego największego władcę - a my nie potrafimy wrócić do swoich najlepszych korzeni.

Na początku lat 90. telewizja zrobiła bardzo dużo, by uratować, zapisać wspomnienia wielu ludzi, zasłużonych dla naszej najnowszej historii, przez lata przemilczanych, których dziś nie ma już wśród nas. Poświęciła programy m.in. generałowi Maczkowi, prezydentowi Raczyńskiemu; cieszyły się one dużą, jak na programy tego typu, oglądalnością, niektóre z nich skupiały ponad 10 procent widowni. Zainteresowanie społeczne było spore, a ówczesna dykcja Programu 2 TVP potrafiła pokazać te wartościowe programy w dobrych pasmach oglądalności. Nie było wtedy problemu, że widzowie tego nie obejrzą; nie trzeba było zamiast dokumentu pokazywać noweli południowo-amerykańskich. Wielka szkoda, że dziś zrezygnowano z programów historycznych, z publicystyki, z pokazywania naszych najnowszych dziejów – na rzecz komercji.

Eugeniusz Małkowski
Prezes Zarządu Głównego Związku Polskich Artystów Malarzy i Grafików

Uważam za stosowne wypowiedzieć się w imieniu środowiska, które reprezentuję, właśnie na konferencji, tak ważnej mam nadzieję dla przyszłości sztuki, jak debata zorganizowana pod najwyższym patronatem państwowym. Problem obowiązków i zadań mediów wobec kultury i sztuki był wielokrotnie formułowany w naszych wystąpieniach na

różnych gremiach, ale nie zawsze było to oczywiste dla rządzących, że media powinny zintensyfikować działania na rzecz sztuki.

Pracujący w mediach publicyści, dziennikarze i krytycy sztuki powinni być łącznikiem między społeczeństwem a artystą i jego dziełem. Powinni oni w taki sposób przedstawiać pojawiające się inicjatywy, aby pobudzić i zafascynować jak najszersze kręgi społeczeństwa. Aby to było możliwe, należałoby zintensyfikować wielkie, nowe i nieszablonowe imprezy artystyczne nie tylko w salach wystawowych, ale i na stadionach, ulicach, w studiach TV i wszędzie tam, gdzie jest szansa na największe i najszersze zainteresowanie i spopularyzowanie sztuki. Takie działania mogłyby być znakomitym tłem dla wydobywania z ukrytych w tradycyjnych galeriach (gdzie nikt prawie nie zagląda) najciekawszych twórców i ich dzieł.

Powinna odbywać się nieustanna współpraca między tymi, którzy mają narzędzia kontaktu ze społeczeństwem, a związkami twórczymi i pojedynczymi artystami. Wiemy o tym, że ta współpraca prawie nigdy nie istniała, stąd narzekania wybitnych twórców. Utkwiła mi w pamięci szczególnie wypowiedź Tadeusza Kantora – wydawałoby się człowieka sukcesu i nagłościonego chyba dostatecznie. Nie będę w tym miejscu wymieniał innych, gdyż oprócz świetnych nazwisk trzeba by było przytoczyć ich sarkazm i niewiarę w polepszenie sytuacji. Ja sam dwadzieścia pięć lat temu, w latach siedemdziesiątych skrzyknąłem ruch artystyczny „O poprawę”, który, nie zważając na możliwe negatywne skutki swojej niezgody na marazm, artykułował wady ówczesnej krytyki i mediów. Nic się nie zmieniło od tamtych lat, tyle że wielu moich kolegów nie żyje, a inni, chorzy, żyją na granicy ubóstwa i nikt nie zna ich dorobku, niekiedy niezwykłego, mogącego poruszyć, wzbogacić nas i społeczeństwo, a także być źródłem utrzymania dla nich samych i ich rodzin. Milczenie w mediach o nagromadzonych w piwnicach, mieszkaniach czy pracowniach dziełach powoduje, że tracimy szansę poznania naszego ogromnego dorobku i w następnym stuleciu wejdziemy z przeświadczeniem, że niewiele posiadamy. Przypomina to osobnika, który zakopał skarb i zapomniał nie tylko miejsce, gdzie się on znajduje, ale zapomniał, że go w ogóle kiedykolwiek posiadał.

Obowiązkiem mediów u progu nowego stulecia jest odnalezienie miejsc i skarbów, których jeżeli natychmiast nie zacznie się szukać i prezentować społeczeństwu, zaginą bezpowrotnie. Będzie to zaginięcie nas samych, naszej młodości, naszej nadziei. Obowiązkiem mediów u progu nowego stulecia jest nie milczenie, ale mówienie o tym co powstaje i co się rodzi dzisiaj. Media powinny być przy tych porodach, wręcz je stymulować i nagłaśniać, aby nie powtórzyła się sytuacja zapomnienia.

Zadaniem mediów jest przekazanie społeczeństwu informacji o wysiłku i dziełach w taki sposób, aby powszechnie znało się naszych najwybitniejszych artystów i aby ci, którzy jeszcze nie mają szans na powszechną aprobatę, mieli swoich wielbicieli w regionie, tam gdzie zamieszkują i prezentują swoje prace. Zadaniem mediów u progu nowego stulecia jest być wszędzie tam ze swoimi narzędziami przekazu, gdzie jest szansa, iż społeczność doceni autora i gdzie mogą znaleźć się amatorzy jego twórczości.

Zauważenie jest ogromnym krokiem w rozwoju artysty. Milczenie jest skazaniem na niebyt i w efekcie być może niekiedy zaniechaniem dalszych prób trwania przy swoim powołaniu. A wtedy wszyscy będziemy biedniejsi. Bogacenie to też świadomość wartości. Media mają obowiązek i zadania tę świadomość rozwijać w naszym społeczeństwie i głosić przed innymi narodami, że Polacy mają wielkie bogactwa – kulturę i sztukę oryginalną, wartą poznania i posiadania.

Witold Knychalski

Przewodniczący Rady Nadzorczej Telewizji Polskiej S.A.

To była bardzo ciekawa konferencja. Wysłuchałem wielu uwag krytycznych pod adresem telewizji. W wielu przypadkach są one słuszne, ale w wielu głęboko się z nimi nie zgadzam.

Czego dotyczy krytyka? Programu uniwersalnego telewizji. Jaki powinien być? Oczywiście dobry. Ale co to znaczy - dobry? Czy istnieje jakiś jeden wspólny gust, jeżeli chodzi o program telewizji? Dopominano się tu o Chopina, Szymanowskiego, malarstwo, sport, publicystykę itp., itd. Sądzę więc, że szansą dla telewizji są kanały tematyczne.

Wielką szansą - bo ja nie chcę oglądać tego co mój sąsiad, skądinąd sympatyczny człowiek, ale o nieco innych gustach niż ja. Brakuje mi tej szansy dla kultury, jaką są buty szyte na miarę - czyli, po prostu, żebym mógł oglądać to co chcę. W powstaniu kanałów tematycznych widzę wielką szansę dla telewizji.

Nie podzielam opinii pań Jankowskiej i Bajer, że nie trzeba kanałów tematycznych przesadzać na nasz grunt. Zgoda, kanały będą powstawały wolno. Ale powstać powinny. Jest miejsce na polski CNN, w oparciu o ośrodki regionalne. Jest także miejsce na kanał edukacyjny i muzyczny - i nie musi to być disco-polo.

Oczywiście, istnienie szansy, jaką są kanały tematyczne, nie zdejmuje z telewizji publicznej konieczności reformowania się, konieczności zmian, nie może usprawiedliwiać braku potrzebnych zmian. Wiadomo, że są z tym problemy, ale są też szanse. Ja tu je widzę.

Nie zgadzam się z p. Wajdą, że telewizję trzeba sprywatyzować. To byłby wielki błąd; oddalibyśmy pole, które już nigdy do nas by nie wróciło.

A tworzenie telewizji przez inteligencję dla inteligencji jest koncepcją wielce ryzykowną. Bo w ten sposób oddałoby się resztę społeczeństwa i tworzyło telewizję sobie a muzom.

Co do poglądu, że ośrodki regionalne odżyją, jeżeli się je uwolni z gorsetu spółki-matki, czyli TVP S.A., i pozwoli im działać samodzielnie, to też jest mit. Ośrodki są deficytowe. Gdyby nie zakłady główne tu w Warszawie, które wykorzystują ich programy, nie byłoby żadnego uzasadnienia dla ich istnienia.

Kończąc podkreślam, że czuję niedosyt dyskusji; żałuję, że nie starczyło czasu, by porozmawiać o szansach i perspektywach telewizji.

GŁOSY ZŁOŻONE DO PROTOKÓŁU

Janusz Korwin - Mikke

AD ASTRA - CZY PRZYZIEMNIE?

Popatrzmy w gwiazdy – i zastanówmy się, dlaczego nie dochodzi z nich do nas żaden głos z odległych planet; nie dochodzi – choć tyle jest możliwości rozmaitych form życia?

Najprawdopodobniejszą hipotezą jest to, że przed wyruszeniem w Kosmos każda cywilizacja najpierw ujednolicała się w skali planety. Zanikały różnice między narodami – i między państwami. Zanikały różnice społeczne. Wszystko stawało się jednolite...

... a jednolitość – to śmierć cywilizacji.

Popatrzmy na wodospad – i popatrzmy na jezioro. W jeziorze panuje równość – i zastój. Wodospad – to różnica poziomów – i kipiąca energia. Bo energia bierze się z różnorodności.

Dlatego tak ważne jest dbanie o to, by nie ujednolicać kultury.

W myśl dogmatów socjalistycznych – wszystko powinno być jednakowe.

W PRL uważano, że lud prosty powinien słuchać Chopina i Strawińskiego – natomiast elita równie dobrze bawić się przy oberku. W rezultacie tego „upowszechniania” zaginęła i tradycja oberków – i kultura, która wydała z siebie Chopina.

Jeśli chcemy, by kultura się rozwijała, musimy dbać o jej różnorodność. Akceptować rozmaite kultury elitarne – co wcale nie znaczy, że należy pokazywać je w TV! Nie jest to nie tylko konieczne ani nawet potrzebne – ale nawet jest szkodliwe! Proszę zauważyć, że taką np. swoiście elitarną kulturą jest działalność tzw. Liroya – która była niesłychanie popularna, choć całkowicie nie pokazywana w telewizji! Dlatego najzupełniej nie podzielam opinii p.Gustawa Holoubka i innych – na temat Teatru TV. Teatr TV zabił polski teatr – zabijając snobizm chodzenia do teatru. Jest to zwykły dumping: teatr za darmo! Elity i ich kibice – najważniejsza dla kultury tkanka łącząca elitę z masami – mają alibi: obejrzały Teatr TV – więc już nie muszą być w teatrze! Zaniknął snobizm – niesłychanie ważna dźwignia kultury elitarniej. Ponadto: gdy teatr pojawia się na ekranie, teatr jawi się jako film TV – tyle że w gorszej scenografii i przy uboższych środkach. Jest to okrucieństwo. Pokazywanie teatru w TV powinno być stanowczo zakazane. Elity narodu zamiast głądzić o kulturze – powinny dawać przykład. Jak ludzie mają cenić sztukę, gdy prezydent państwa, nie mający wielu obowiązków konstytucyjnych, popisuje się znajomością z bokserami i futbolistami, zamiast bywać codziennie w innym teatrze (choćby się i nudził!) i przyjmować aktorów (albo i aktoreczki). Tylko TAK można wypromować kulturę elitarną; wszelkie „apele” – to zaklęcia szamanów wygasłych obrządków.

Po drugie: również kulturze ludowej zaszkodziła popularyzacja. Kujawiak, mazurek i krakowiak są czymś swojskim i ożywczym; pokazane razem przez np. „Mazowsze” są równie martwe, jak obrazy zebrane w Muzeum Narodowym. Jak motyle z różnych stron świata przyszpilone do tektury.

Róża Małego Księcia kwitła, bo myślała, że jest jedyna w świecie. Podobnie krakowianie powinni myśleć, że jedyni w świecie mają tak wspaniały taniec ludowy. Turyści, przyjeżdżający w Krakowskie powinny krakowiaka zobaczyć po raz pierwszy. Ogólnopolskie festiwale kultury ludowej to potężny niwelator – i zabójca kultury.

Po trzecie: nie będzie rozwoju kultury, dopóki nie wrócimy do dysedukacji. Świat kobiet jest tajemniczy dla mężczyzn – a świat mężczyzn – dla kobiet. Tylko wtedy artyści obydwu płci będą w stanie tworzyć dzieła głębokie. Trzeba mieć nadzieję, że po prywatyzacji i zwiększeniu liczby kanałów TV pojawią się stacje wyspecjalizowane w programach dla mężczyzn i dla kobiet – i, podobnie jak w USA, pojawią się w sprzedaży odbiorniki o dwóch ekranach pod kątem 120° – gdzie na jednym idzie program lubiany przez kobiety, a na drugim – przez mężczyzn. Oglądanie wspólne straszliwie słyca obydwie kultury – a proszę zauważyć, że w niektórych narodach i plemionach obydwie płci używają nawet różnych języków! Ta różnica jest naturalna.

Po czwarte: różnice narodowe. W każdym narodzie elita jest dwujęzyczna (u nas kiedyś łacińsko-polska, potem francusko-polska, dziś angielsko-polska) – by móc porozumiewać się i z własnym narodem, i z elitami innych krajów. Należy zdecydowanie ułatwić elicie uczenie się języków obcych – a nie marnować czasu na uczenie ich mas ludowych. Zapoznawanie się z obcą kulturą tylko im zaszkodzi. Zresztą, mimo wielkich wysiłków, dziś podobno tylko 5% oficerów WP zna język angielski; a jaki jest procent wśród szeregowców? Dajmy sobie spokój z kosmopolityzmem dla mas. Masy ludu są źródłem naszej kultury – dopóki one są ludowe, wynarodowienie nam nie grozi, cokolwiek robiłyby aktualne elity. Masy powinny otrzymywać naszą kulturę – tj. oglądać w TV dobrze zrobionych „Matysiaków” czy „Klan” – a nie uczyć się kulturalnych obyczajów Amerykanów (głównie zresztą: amerykańskich Żydów i amerykańskich Murzynów!).

Po piąte: różnice majątkowe. Tu zdecydowanie opowiadam się za bezpłatną (tj. opłacaną z reklam) TV i radiem – które **winy być cenzurowane**, gdyż masy i tak nie mają przekonań politycznych; nie należy ich w te spory wciągać, należy za to podawać zdrowe moralnie treści.

Oprócz tego trzeba dopuścić kablowe stacje na zasadzie *pay per view (sound)* – zupełnie nie cenzurowane i bez konieczności uzyskiwania koncesji. Podkreślam: chodzi o system *pay per view* – a nie abonamentu za całość kanału! Jest to niesłychanie ważne – gdyż tylko taka formuła – i zakaz wszelkich reklam – spowoduje rzeczywistą konkurencję na rynku kultury i polityki.

Po szóste: różnice wyznaniowe. W USA poszczególne wyznania konkurują ostro o wyznawców – i w USA wiara jest najżywsza w naszej cywilizacji. Podobnie w 4 hrabstwach Ulsteru, gdzie katolicy i protestanci walczą ze sobą – często niepotrzebnie krwawo. Natomiast tzw. ekumenizm jest śmiercią wiary: gdy ludzie zostaną przekonani, że jest wszystko jedno, czy zegnamy się, dotykając najpierw prawego ramienia czy lewego – zaczynają sądzić, że jest również obojętne, czy zegnają się w ogóle. Różnice powinny być wyostrzane – a nie zamazywane.

Twórcy obecnej doktryny równości twierdzą, że bronią nas przed konfliktami. Jest to prawda: dzięki ruchom „ekumenicznym” mniej jest wojen religijnych, narodowych, mniej rewolucyj społecznych... Z tym tylko, że efektem jest „śmierć ciepła”: wszystko zamiera i nie chce się żyć.

Bolesław Trafny

KULTURA POLSKA – OBOWIĄZKI I ZADANIA MEDIÓW U PROGU NOWEGO STULECIA

W polskiej kulturze dostrzega się dwie podstawowe cechy, które najbardziej zakorzeniły się w sercach i umysłach pokoleń. Pierwsza, to umiłowanie wolności. Druga - to rozbudzona wrażliwość na krzywdy, gdziekolwiek i komukolwiek byłyby wyrządzane. Może dlatego już od tak dawna pojednanie narodów legło u podstaw naszej polityki zagranicznej, chociaż nigdy dostatecznie nie wykrystalizowało się w kraju, pośród swoich.

Podstawowym zadaniem dla mediów u progu nowego stulecia wydaje się konieczność wydobycia i ukazanie sobie i światu najlepszych cech, zasobów i wartości kultury polskiej. Mianowicie tak, by mogła godnie dołączyć do kultur innych narodów. I w związku z takim niebagatelnym zadaniem powstaje nowy obowiązek dla wszystkich pracowników środków przekazu. Obowiązek zachęcenia do udziału w tym dziele całego społeczeństwa.

W celu właściwego udostępnienia społeczeństwu mediów, głównie telewizji publicznej, która cała jest własnością narodową, potrzeba prostej i niekosztownej reformy - reformy, która nie skrzywdzi nikogo ani nikomu nie zaszkodzi, nie odbierze mu stanowiska, lecz właściwie wykorzysta swoje zasoby. Wykorzysta od najlepszej strony, bez względu na polityczną orientację kogokolwiek, czy jego wyznanie wiary.

Należy wygospodarować w tzw. ramówce czas na dwa stałe i jeden zmienny co do czasu trwania programy.

Pierwszy obejmowałby najważniejsze sprawy jednej opcji, drugi - najważniejsze propozycje i sprawy opcji przeciwnej. Oczywiście z próbą ustalenia spraw komplementarnych dla przedstawicieli obu ugrupowań. Wszelkie spięcia występują najczęściej między przeciwnikami - a powinny występować pomiędzy przeciwieństwami. Mianowicie takimi, jak władza i opozycja, prawica i lewica, wierzący i niewierzący itp. Zdarzenia i prezentacje mogłyby zachodzić w czasie dobrej oglądalności codziennie, lub - na początku - raz w tygodniu. Zawsze jednak na zmianę między stronami, prezentującymi swoje poglądy i ich uzasadnienia w czasie okresowego wyrównania czasów audycji.

Trzeci program, nadawany raz w tygodniu, lub na początku tylko raz w miesiącu, koniecznie w czasie największej oglądalności, byłby kluczowym programem podsumowującym.

Dotrzeć do najwyższych wartości, do prawdy, która rzeczywiście wyzwala i nie krzywdzi nikogo, nie jest łatwe. Ale też nie ma innego sposobu, by to wszystko, co ma sens, co obfituje w treści, co rozbraja ludzi i ich konflikty, wydobyć i pokazać w czasie najlepszej oglądalności. Mądrość jest uśpiona w narodzie i czeka na chwilę stosowną. Ta chwila zdaje się zbliżać wielkimi krokami. Obyśmy jej nie przegapili, stawiając zbyt wiele wyborów. Także zbyt wiele zadań i nadmiar obowiązków czy zagrożeń, postawionych przed pracownikami mediów.

U progu nowego stulecia, które rozpoczyna trzecie tysiąclecie, a więc czas niezwykły, czas największych nadziei i oczekiwań ludzkich, potrzebujemy nowej koncentracji sił. Koncentracji na rzecz wielkiej syntezy w atrakcyjnym myśleniu i rozwoju człowieka. Trzecie tysiąclecie otwiera się szerokim gościńcem także dla znakomitych osiągnięć polskiej kultury. Musimy mu wyjść naprzeciw.

ZWIĄZEK POLSKICH AUTORÓW I KOMPOZYTORÓW

Zarząd Główny
ASSOCIATION OF POLISH AUTHORS AND COMPOSERS
Managing Board

ZAKR

tel/fax: (48) (22) 827 63 52 Prezes, sekretariat
tel/fax: (48) (22) 828 37 35 Agencja ds. Imprez i Wydawnictw
tel.: (48) (22) 828 67 63 Księgowość
tel.: 827 60 61 w. 172

Daniłowiczowska 18/5a
00-093 Warszawa
konto: PBK III/Warszawa
Nr 11101024-8208-2700-1-30

Z.G.1.03.7./S./98.....

Warszawa, dnia3.12.1998..... r.

WPan Senator RP
Jan Szafranec
Członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Szanowny Panie Senatorze,

Zgodnie z życzeniem Pana Bolesława Sulika przewodniczącego dyskusji panelowej „**Kultura narodowa, a media audiowizualne**” - przesyłam stanowisko Związku Polskich Autorów i Kompozytorów ZAKR wobec postawionego problemu.

- * W najwyższym stopniu niepokoi nas nasilająca się tendencja do lekceważenia naszej tradycji narodowej. Zanik informacji o literaturze, muzyce poważnej oraz innych dziedzinach tzw kultury wysokiej z równoczesnym faworyzowaniem przeważnie bezwartościowej produkcji zagranicznej i niestety również rodzimej.
- * Telewizja publiczna swoje zobowiązania statutowe traktuje w sposób czysto formalny. Powołując się na argument „ogłędalności”, który stał się już fetyszem, upodabnia się coraz bardziej do stacji komercyjnych, w których przeważa przemoc, seks i najtańsza sensacja. Nieliczne wartościowe programy nadawane są w godzinach od zawsze przeznaczonych na sen.
- * Należy z naciskiem przypomnieć, że na mediach publicznych ciąży bezwzględny obowiązek promowania i archiwizowania wartościowej twórczości polskiej we wszystkich jej rodzajach.

- * W szczególnie interesującej nas dziedzinie twórczości popularnej nastąpiło katastrofalne obniżenie wszelkich standardów. Przesadna niezależność redaktorów programów radiowych i telewizyjnych bez zauważalnej dbałości o poziom prezentowanych utworów, a także wykonawców pozwala przypuszczać, że zaistniał nie koniecznie merytoryczny związek między producentami nagrań, a autorami programów.
- * Nie można pozostać obojętnym wobec braku odpowiedzialności za być może nieświadome dewastowanie naszej kultury szczególnie w okresie integracji z europejską wspólnotą.
- * Podzielamy powszechną opinię o konieczności radykalnego zreformowania TVP.

Powyższe uwagi rzecz jasna dotyczą również polskich nadawców komercyjnych, na których także ciąży - zgodnie z wymogami udzielanych koncesji - obowiązek dbałości o kulturę rodzimą.

W imieniu Zarządu

PREZES
Jan ~~M~~drzewicz



Wicemarszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej
Stanisław Zając

Warszawa, 08 grudnia 1998

Pan
Jan Szafraniec
Senator II Kadencji
Członek KRRiTV

Z wielką radością przyjąłem zaproszenie do uczestnictwa w seminarium „Kultura Narodowa a Media Audiowizualne” pod patronatem Prezesa Rady Ministrów Rzeczypospolitej Polskiej. Dzisiaj poraz kolejny jesteśmy świadkami szerokiej dyskusji o roli i charakterze mediów publicznych w życiu naszego kraju.

Takie spotkania z pewnością w istotny sposób przyczyniają się do znalezienia odpowiedzi oraz wypracowania właściwego modelu funkcjonowania niezależnych mediów publicznych. Z tym większą przykrością muszę prosić Pana o usprawiedliwienie mojej nieobecności w dniu 27 listopada 1998r. ze względu na wzmożone obowiązki zawodowe wynikające z mojej pracy parlamentarnej.

Pozwolę sobie prosić Pana o przesłanie mi materiałów z prac seminaryjnych.

Z poważaniem



SENAT
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Komisja Samorządu Terytorialnego
i Administracji Państwowej

Rzeszów, 27 listopada 1998 r.

*„Ponad wszystkie wasze uroki,
Ty! Poezjo, i ty, Wymowo,
Jeden - wiecznie będzie wysoki :

Odpowiednie dać rzeczy – słowo !”

[C. K. Norwid]

Pani
Joanna WNUK-NAZAROWA
Minister Kultury i Sztuki
Warszawa

Pan
Bolesław SULIK
Przewodniczący
Krajowej Rady Radiofonii
i Telewizji

Szanowna Pani MINISTER ,
Szanowny Panie PRZEWODNICZĄCY ,

Dziękuję uprzejmie za skierowanie pod moim adresem zaproszenie do udziału

w Konferencji
KULTURA NARODOWA
A MEDIA AUDIOWIZUALNE.

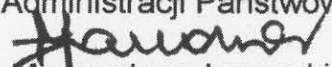
Proszę wybaczyć, że ze względu na inne, ważne obowiązki nie mogę być pośród Państwa.

Wysoki patronat Pana Premiera Jerzego BUZKA, stanowi gwarancję, iż będzie to znakomita okazją do omówienia najważniejszych kwestii dotyczących kultury polskiej – obowiązków i zadań środków społecznego przekazu u progu nowego stulecia.

Szanownym Paniom i Panom, uczestnikom Konferencji, pragnę przekazać najlepsze pozdrowienia wraz z życzeniami twórczych i owocnych dyskusji. Takich – które byłyby inspiracją do jak najbardziej efektywnej oraz społecznie pożądanej, twórczej pracy ku pożytkowi Najjaśniejszej Rzeczypospolitej.

Z wyrazami serdecznego uszanowania

Przewodniczący
Senackiej Komisji
Samorządu Terytorialnego
i Administracji Państwowej


Mieczysław Janowski



Krajowa Rada Radiofonii
i Telewizji

Jako inicjator cyklu konferencji poświęconych problematyce mediów w różnych aspektach życia społecznego, wyrażam podziękowanie wszystkim Osobom i Instytucjom, które pomogły zorganizować dotychczasowe konferencje. Szczególnie ciepłe słowa kieruję pod adresem Zarządu Petrochemii Płockiej S.A., sponsorującej dzisiejsze wielkie wydarzenie, którym jest odbywająca się pod patronatem Prezesa Rady Ministrów konferencja „Kultura Narodowa a media audiowizualne”.

Janusz Kasperowicz

KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI

ZAŁĄCZNIK

do

**Sprawozdania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji
z rocznego okresu działalności**

**MEDIA AUDIOWIZUALNE
W ZWIERCIADLE SPOŁECZNYM**

**Material z konferencji
zorganizowanej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji
w sali Sejmu RP
16 lutego 1999 roku**

WARSZAWA, *marzec 1999 r*

Spis treści:

<i>Wicemarszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej poseł Stanisław Zając</i>	
OTWARCIE KONFERENCJI.....	3
<i>Bolesław Sulik</i>	
POWITANIE	5
<i>Ks. biskup Adam Lepa</i>	
MEDIA AUDIOWIZUALNE I ROZWÓJ MORALNY	6
Wstęp	6
I. Istota i znaczenie rozwoju moralnego.....	6
II. Media audiowizualne – zagrożenie czy szansa dla rozwoju moralnego?	8
Zagrożenia.....	8
Szanse	10
Zakończenie	12
<i>Jan Szafranec</i>	
STOWARZYSZENIA KONSUMENCKIE – ARTYKULACJA SPOŁECZNYCH POTRZEB.....	13
AUDIOWIZUALNA KARTA SPOŁECZNYCH OCZEKIWAŃ	16
DEKLARACJA WOLI UCZESTNICTWA WE WSPÓŁTWORZENIU AUDIOWIZUALNEJ KARTY SPOŁECZNYCH OCZEKIWAŃ (<i>Projekt Jana Szafranca</i>).....	18
<i>Lucyna Winnicka</i>	
PROTEST SPOŁECZNY PRZECIW PRZEMOCY I PORNOGRAFII W MEDIACH	19
Media powinny służyć edukacji pozytywnej.	20
Sprzymierzeńcy w kraju i zagranicą. Sprawozdanie z przebiegu akcji społecznego protestu przeciw przemocy w mediach	21
Cele „Protestu przeciw przemocy w mediach”	24
Dlaczego sama telewizja nie kontroluje i nie ogranicza przemocy?	24
Wnioski.....	27
Co możemy zrobić w sferze działań społecznych?	28
<i>Irena Santor</i>	
MEDIA A OCZEKIWANIA ARTYSTÓW	29
<i>Wojciech Pawlak</i>	
OCZEKIWANIA SPOŁECZNE WOBEC TELEWIZJI W BADANIACH OBOP	33
DYSKUSJA	
SAMOOCHRONA SPOŁECZNA ODBIORCÓW RADIA I TELEWIZJI – RÓŻNORODNOŚĆ INICJATYW	38
Gniewomir Rokosz-Kuczyński	38
Tadeusz Fredro-Boniecki	39
Antoni Szymański.....	39
Gniewomir Rokosz-Kuczyński	43
O. Adam Szulc	43
Gniewomir Rokosz-Kuczyński	46
Wojciech Hausner	47
Gniewomir Rokosz-Kuczyński	49
Hubert Jaźwiński.....	49
Lucyna Winnicka	50
Gniewomir Rokosz-Kuczyński	50
Franciszek Trzeciak	50
Magdalena Boryczko-Górska	51
Małgorzata Berwit	52
Daniel Zydek.....	53
Gniewomir Rokosz-Kuczyński	54
Joanna Bancerowska	54
Maria Wilczek.....	55
Ewa Janiak	56
Jacek Filus	56
Gniewomir Rokosz-Kuczyński	57
Senator Jan Szafranec	57

Wicemarszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej poseł Stanisław Zając
Przewodniczący konferencji

OTWARCIE KONFERENCJI

„Media w zwierciadle społecznym” – temat naszego dzisiejszego spotkania skłania do refleksji nad tym, czego od mediów oczekują odbiorcy. Jestem przekonany, że byłoby trudno wskazać odpowiedniejsze miejsce do takiej dyskusji niż gmach Sejmu. Nawet powiem więcej, z natury rzeczy parlament – budynek, gdzie tworzy się prawo obowiązujące cały naród, gdzie ustanawia się zasady normujące życie wszystkich obywateli – w pierwszej kolejności powinien być miejscem, w którym uzyskuje się odpowiedź na pytanie, jakie są oczekiwania społeczne w danej dziedzinie, w tym wypadku w sferze mediów audiowizualnych.

Dlatego tym serdeczniej witam Państwa w progach Sejmu Rzeczypospolitej. Taka dyskusja, jak dzisiejsza, jest konieczna przede wszystkim po to, abyśmy jako posłowie – mówię w imieniu parlamentarzystów – mogli przekuwać na konkretne rozwiązania ustawowe, idee i pomysły proponowane przez osoby nie uczestniczące aktywnie w działalności politycznej, a mogące wnieść wiele twórczych koncepcji w prace legislacyjne. Tak jest również w wypadku mediów. Wszak prawo prasowe, prawo autorskie, wreszcie ustawa o radiofonii i telewizji – to dokumenty, które ciągle są obiektem krytyki i nieustannie nowelizowane. Chciałoby się, aby dzięki takim spotkaniom jak dzisiejsze prawo ulepszone było właśnie w duchu społecznych oczekiwań, werbalizowanych przez reprezentantów różnych środowisk, stowarzyszeń i organizacji, połączonych wspólną troską o przyszłą Polskę i model człowieczeństwa, jaki – między innymi pod wpływem radia i telewizji – przyjmą jej obywatele.

Korzystając z przywileju otwierającego, podzielę się z Państwem moimi oczekiwaniami jako telewidza i słuchacza.

Trudna historia naszej Ojczyzny sprawiła, że dla Polaków często kategorie państwa, suwerenności państwowej ustępowały pola, w kształtowaniu umysłu i ducha, kategorii narodu i świadomego dziedzictwa kulturalnego. Polska przetrwała dzięki kulturze narodowej. Po latach zaborów kultura przesądziła o naszej niepodległości, stworzyła więzy, wychowywała i odradzała. Dzisiaj, gdy dysponujemy wolnością i żyjemy w niepodległej Polsce, oglądając telewizję czy słuchając radia często odnosimy wrażenie, że twórcy i nadawcy zapomnieli o tym. Na poziomie deklaracji słownych prawie wszyscy zgadzają się, że programy radiowe i telewizyjne winny umacniać kondycję moralną i duchową odbiorców, że winno się promować wartości

zakorzenione w wielowiekowym dorobku pokoleń Polaków. Niestety praktyka medialna okazuje się inna. Jak więc wzniosłe deklaracje twórców i nadawców mają się do ciągłej promocji negatywnych wzorców i zachowań moralnie relatywnych? Jak, inaczej niż promocją, nazwać emisję filmów i programów, w których bohaterowie nie mogą obejść się bez wulgarności, brutalności, nieprzyzwoitości, a nawet pornografii?

W odpowiedzi można wzruszając ramionami powiedzieć – cóż, takie czasy. Nic już nikogo nie zaskoczy, skoro publicysta katolickiego tygodnika, bez słowa nagany ze strony swej macierzystej redakcji, może świadomie drukować artykuły w polskiej mutacji znanego pornograficznego pisemka. Ja jednak mimo wszystko domagam się popularyzacji i upowszechniania postaw pozytywnych i wzorów postępowania szanujących godność człowieka, prezentacji utworów audiowizualnych czerpiących inspirację z tradycji i kultury naszego narodu. Dzisiaj mój głos może być słyszalny, gdyż łatwiej docierać do publikatorów pełniąc funkcję wicemarszałka Sejmu. Wszak istotniejsze jest, aby tego typu głos był nie tylko słyszalny, ale i skuteczny. Dla osiągnięcia skuteczności konieczne jest łączenie bogactwa różnych inicjatyw społecznych, które w dziedzinie oczekiwań wobec telewizji razem chcą przeciwstawiać się kopiowaniu i nachalnemu upowszechnianiu wzorców kulturalnych obcych naszej kulturze.

Mam nadzieję, że dzisiejsza konferencja może być etapem tworzenia takiej platformy przeciwdziałania złu. Dlatego tym chętniej przyjąłem zaproszenie do współorganizacji naszego spotkania. Z jednej strony jest to szansa wysłuchania głosów prelegentów, dyskusji i wymiany poglądów. Przede wszystkim jednak to możliwość spotkania się osób i instytucji państwowych oraz społecznych, często zajmujących się zasadniczo różnymi dziedzinami ludzkiej aktywności, lecz czujących potrzebę łączenia swych sił i możliwości na rzecz realizacji społecznych oczekiwań, czyli obrony prawdy, dobra i piękna. Platońskiej triady, będącej od wieków synonimem harmonii, do której dąży człowiek.

Wierzę, że to najlepsza odpowiedź na fundamentalne pytanie, czy przezwyciężymy próby niektórych inżynierów dusz, chcących, aby w wymiarze mediów ostatnie słowo miała pozorna nowoczesność, globalna papka i hołdowanie niskim instynktom.

Bolesław Sulik

Przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

POWITANIE

Dziękuję bardzo panu Marszałkowi i jestem wdzięczny, że jest z nami i że zechciał otworzyć naszą konferencję.

Będę mówił krótko i smutno, bowiem jest to ostatnia z serii konferencji organizowanych przez mojego kolegę dr Jana Szafranca, którego kadencja, tak samo jak i moja, niedługo się kończy. Nie wiem, gdzie będziemy się teraz spotykać z Państwem, kiedy ten cykl się skończy. Trzeba będzie wymyślić inne miejsce i nową formułę.

Tym bardziej ze wzruszeniem Państwa witam. Liczę na to, że po tej konferencji zachowamy jednak ciągłość i będzie możliwa kontynuacja tej pracy, którą Jan Szafraniec tak owocnie prowadził w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji.

Ks. biskup Adam Lepa

MEDIA AUDIOWIZUALNE I ROZWÓJ MORALNY

Wstęp

Nadal niewiele mówi się i pisze w Polsce na temat tej niezwykle ważnej relacji: mass media i rozwój moralny jednostki. Można nawet odnieść wrażenie, że problem ten traktowany jest po macoszemu. Również ustawa o radiofonii i telewizji z 1992 r. pomija całkowitym milczeniem rozwój moralny odbiorców radia i telewizji, skupiając uwagę jedynie na rozwoju psychicznym, uczuciowym i fizycznym¹. Jednocześnie mówi się tam wyłącznie o odpowiedzialności prawnej nadawców, ignorując całkowicie ich odpowiedzialność moralną.

Obecna wypowiedź zawiera dwie części. W pierwszej części omawia się istotę rozwoju moralnego i jego znaczenie dla jednostki i społeczeństwa, w drugiej zaś rozpatrywane są media audiowizualne jako zagrożenie i szansa dla moralnego rozwoju jednostki.

I. Istota i znaczenie rozwoju moralnego

Dziś coraz częściej zamiast o rozwoju moralnym człowieka mówi się o kształtowaniu jego postawy moralnej. Uwagę tę należy odnieść również do niniejszej refleksji. Dlatego będę się posługiwał przede wszystkim terminem „postawa moralna”. Rozwój moralny następuje w wyniku kształtowania postawy moralnej. Również w tym sensie należy rozpatrywać wpływ mediów audiowizualnych na odbiorców.

Należy tu podkreślić, że postawy człowieka stanowią najbardziej strategiczny obszar osobowości. Przecież najważniejsze skutki wpływu, jaki wywierają media na jednostkę, najwyraźniej utrwalają się w obrębie jej postaw. Nic dziwnego zatem, że postawami ludzi są bardzo żywo zainteresowani: nauczyciele i duszpasterze, ludzie mediów i politycy, ale również dysponenci propagandy i różnej maści manipulatorzy. Zwłaszcza ci ostatni dobrze wiedzą, że zdobyć dziś postawy człowieka, znaczy zawładnąć całym człowiekiem. Dawniej mówiło się, że trwa batalia o „duszę narodu” – dziś należy to odnieść do walki o jego postawę. Do najważniejszych postaw należy postawa moralna.

¹ Bp A. Lepa, *Radio i telewizja w budowaniu więzi społecznych i postaw moralnych*, w: *Medialne rozdroże*, red. ks. L. Dyczewski, Warszawa 1998, s. 29–33; por. *Radiofonia i telewizja*, oprac. J. Góral, Warszawa 1996, s. 18.

Dlatego podejmuje się dziś tak wiele zabiegów o zdobycie postaw człowieka, ponieważ w każdej z nich wyraża się cały człowiek, tzn. jego intelekt, wola, uczucia i aktywność, a więc najważniejsze składniki osobowości. To z kolei sprawia, że postawa wykazuje dość dużą trwałość.

Postawę moralną określa się jako względnie trwałe, pozytywne lub negatywne ustosunkowanie się jednostki wobec dobra i zła moralnego, angażujące jej intelekt, wolę, uczucia i aktywność².

Jeżeli taka postawa nie zaistnieje w jednostce, nie będzie ona zdolna zdobyć się na dojrzałe oceny moralne wobec zachowań ludzkich i zjawisk życia społecznego. Nie poradzi sobie także w dokonywaniu osobistych i życiowych wyborów, które mają zawsze warstwę moralną. I wreszcie nie zdobędzie się na zbudowanie poczucia odpowiedzialności, którego fundamentem jest postawa moralna.

Znawcy omawianej problematyki podkreślają ponadto, że postawa moralna zawiera w sobie także warstwę praktyczną, tzn. dyspozycje do działania moralnego. Aktywność tej postawy opiera się wtedy na trzech fundamentalnych czynnikach: na przekonaniach, motywach i zachowaniach. Szczególne znaczenie w realizowaniu postawy moralnej ma konkretny system wartości. Jest tak dlatego, ponieważ przedmiotem postawy moralnej staje się wszystko, co odbierane jest przez jednostkę jako wartość. Podkreślam wymienione elementy dlatego, ponieważ media audiowizualne oddziałują na każdy z nich we właściwy sobie sposób – pozytywnie lub negatywnie, kształtując w jakimś stopniu całą postawę moralną. Dlatego nie jest rzeczą obojętną dla kształtowania postawy moralnej, jak media wypowiadają się na temat wartości chrześcijańskich (gdy np. milczą o nich całkowicie lub przyjmują jakieś antywartości) albo gdy sugestywnie przekonują, że życie człowieka nie jest wcale wartością nadrzędną³.

Postawę moralną kształtują różne czynniki. Są to przede wszystkim: indywidualne cechy jednostki, jej życiowe doświadczenie, wychowanie, wpływ rodziny, Kościoła i szkoły, uczestnictwo w różnych zespołach, a w szczególności w grupach odniesienia. Duży wpływ wywiera na ukształtowanie postawy moralnej środowisko kulturalne jednostki, a w nim oddziaływanie mass mediów.

Jak widać, w rozwoju osobowości szczególnie istotną rolę spełnia postawa moralna. Dlatego w hierarchii postaw znajduje się ona na szczycie i jest zawsze najbliższą *sacrum* człowieka, a więc tej wartości, która jako wartość strukturalna rzutuje na wszystkie pozostałe wartości i najwyraźniej wpływa na całe postępowanie człowieka. Stąd wśród myślicieli i moralistów uważa się za prawdziwe stwierdzenie: Powiedz mi, co jest twoją wartością najważniejszą, a powiem ci, kim naprawdę jesteś.

Również wybitni przedstawiciele współczesnej kultury masowej wiążą losy *sacrum* człowieka z funkcjonowaniem mediów (np. Umberto Eco).

Nic dziwnego zatem, że społeczeństwo w swoim instynkcie samozachowawczym broni się przed tymi zjawiskami w mediach, które są, jego zdaniem, przede wszystkim zagrożeniem dla rozwoju moralnego.

II. Media audiowizualne – zagrożenie czy szansa dla rozwoju moralnego?

² Por. ks. A. Szponar, *Postawa moralna jako warunek osiągnięcia dojrzałości osobowości chrześcijańskiej*, w: *Dojrzałość chrześcijańska*, red. ks. A. J. Nowak i ks. W. Słomka, Lublin 1994, s. 177.

³ Ks. J. Mariański, *Mass media jako nośniki wartości i antywartości*, w: *Religia a mass media*, red. ks. W. Zdaniewicz, Ząbki 1997, s. 108–127.

W dokumentach Kościoła katolickiego podkreśla się, że mass media są przede wszystkim „*darem Bożym*”, prowadzącym do „*braterskiej przyjaźni między ludźmi*”⁴. Niestety, zawsze stoją za nimi konkretni ludzie, dlatego też w następstwie złej woli człowieka czy z braku odpowiedzialności mogą być one używane wbrew swojemu powołaniu i naturze. Kościół mówi o tym z właściwym sobie realizmem m.in. w Instrukcji duszpasterskiej *Aetatis novae*: „*Środki przekazu potrafią zarówno umacniać, jak i niszczyć tradycyjne wartości w sferze religii, kultury i rodziny*”(AN 4).

W drugiej części swojej wypowiedzi wskażę na najważniejsze pola zagrożeń rozwoju moralnego ze strony mediów audiowizualnych. Podkreślę te zwłaszcza czynniki, które w mediach utrudniają, a nawet niweczą kształtowanie postawy moralnej w jednostce. Na koniec ukażę najważniejsze szanse, jakie tkwią w mediach audiowizualnych dla rozwoju moralnego i które powinny być wykorzystane np. w praktyce wychowawczej, w programach telewizji czy w publicystyce medialnej. Posłużę się stwierdzeniami uogólnionymi – bez wskazywania na konkretne przykłady.

Zagrożenia

Bezpośrednim zagrożeniem dla kształtowania postawy moralnej jest zło moralne obecne w mediach audiowizualnych. Jest ono ukazywane (czy wręcz propagowane) w różnorodnych postaciach:

1. Jako akceptacja czy nawet promocja niemoralnych zachowań człowieka. Jest tak wtedy, gdy np. pochwała się akty zemsty, faworyzuje się zdradę małżeńską czy traktuje zabójstwo człowieka jako niewiele znaczący epizod życia⁵.
2. Inną postacią zła moralnego w mediach audiowizualnych jest pornowizja. Jej obecności w tych mediach nie da się ukryć ani też usprawiedliwić żadnymi motywami. Bezpośrednio wpływa ona negatywnie na postawę moralną dzieci i młodzieży⁶.

Duszpasterze i katecheci, jak również wychowawcy szkolni skarżą się przede wszystkim na „*pornowizję domową*”, której podstawę stanowią filmy pornograficzne zdobywane przez kogoś z dorosłych domowników. Często nie da się tego ukryć przed przenikliwym okiem dziecka.

3. Szczególnie groźną postacią zła moralnego w mediach audiowizualnych jest ukazywanie w negatywnym świetle wartości chrześcijańskich czy patriotycznych. Idzie o te wartości, które posiadają w przekonaniu odbiorcy bardzo wysoką rangę. Np. ktoś szydzi sobie z faktu przebaczenia, miłości bliźniego, z wiary, patriotyzmu, ale też z Biblii, Kościoła, Papieża⁷.

Od negatywnego ukazywania wartości uznanych i sprawdzonych w historii narodu jest bardzo blisko do propagowania antywartości. Dziś można już ustalić całą listę antywartości, które się w różny sposób promuje lub przynajmniej toleruje w mediach audiowizualnych. Mam na myśli takie z nich, jak akceptacja nienawiści, zachwalanie apostazji, satanizm czy promowanie postaw egoistycznych.

⁴ Instrukcja duszpasterska *Communio et progressio*, 2.

⁵ M. Braun-Gałkowska, *Oddziaływanie obrazów przemocy na psychikę*, „Ethos”, 1997, nr 4, s. 33–49.

⁶ A. Potocki, *Pornografia – wyzwanie dla wychowawców*, „Pedagogia Christiana”, 1997, nr 1, s. 199–220; J. R. Kirk, H. R. Showers, *Szkodliwość pornografii* (tłum. z ang.), Gdańsk 1998.

⁷ Por. H. Schlogel, *Przekazywanie wiary a przekazywanie wartości*, „Communio”, 1992, nr 3, s. 81–93.

4. Należy również uwzględnić te negatywne wpływy mediów na postawę moralną jednostki, o których na ogół się nie mówi, a które są szczególnie niebezpieczne. Oto niektóre z nich.

- a) Nadmiar informacji przyjmowanej bez selekcji (bomba „I”) prowadzi do chaosu w świecie pojęć, opinii, a nawet wartości. Sytuacja taka utrudnia selekcję treści, która jest niezbędna w funkcjonowaniu postawy moralnej. Z tym wiąże się zagadnienie informacji „niechcianej” oraz informacji „przedwczesnej” czy „niepożądananej”. Te dwa ostatnie rodzaje informacji odnieść należy do dzieci. Zjawiska te narastają z roku na rok i są już postrzegane jako problemy natury wychowawczej. Najwyższy czas, aby widzieć w nich także ważny problem moralny.
- b) Jedną z najważniejszych potrzeb człowieka jest potrzeba samo urzeczywistnienia. Powinien się on stać tym, kim może się stać (Abraham Maslow). Jeżeli jego rozwój idzie w innym kierunku, może powstać bardzo trudna sytuacja, prowadząca m.in. do powikłań w obrębie postawy moralnej (np. akceptacja zła moralnego, a nawet jego propagowanie).

Aby człowiek mógł siebie realizować we właściwym kierunku, powinien zdobyć trwałą i w miarę skryzalizowany obraz siebie⁸. Od niego uzależnione jest m.in. poczucie własnej wartości. Niestety, niewiele może on liczyć na pomoc mediów audiowizualnych. Nawet przeciwnie: jest w nich pokazywany również skrzywiony obraz młodzieży i jej ideałów, a zwłaszcza obraz tych wartości, które ona aktualnie akceptuje albo odrzuca⁹.

Można się spotkać z opinią, że w interesie mediów (zwłaszcza komercyjnych) jest, aby ich odbiorca nie był zbyt pewny siebie, nie wypracował w sobie niezależności myślenia czy dociekliwości umysłowej. Jako podmiot działań wręcz paratotalitarnych liczą one na daleko idącą uległość swoich odbiorców. A więc w interesie wielu mediów nie leży wcale formowanie ludzi z dojrzałym obrazem siebie i z wysokim poczuciem własnej wartości.

- c) Nie zbuduje się postawy moralnej, jeżeli braknie składników fundamentalnych. Należy do nich w jednostce przede wszystkim poczucie własnej tożsamości. Dziś pisze się już jednoznacznie o tym, że media stają się źródłami dezintegracji osoby¹⁰. Destruktywny wpływ na osobę wywierają obrazy przemocy, znęcania się, wykorzystywania osób niepełnosprawnych, molestowania seksualnego, pokazywanie drastycznych scen z życia alkoholików i narkomanów, a także scen okrucieństwa z działań wojennych (np. na Bałkanach). Jest to tym bardziej niebezpieczne, że dzieci i młodzież wykazują dziś dość niski próg odporności psychicznej.
- d) Innym zjawiskiem, które w mediach audiowizualnych utrudnia, a często nawet uniemożliwia kształtowanie postawy moralnej, jest sprzyjanie konsumpcji. Jest to zjawisko specyficzne przede wszystkim dla mediów audiowizualnych, a mniej dla wizualnych (np. prasa) i audialnych (np. radio). Typowym przykładem medium, które pogłębia postawę konsumpcji kosztem postawy moralnej, jest telewizja. Odbiór obrazów kolorowych i bardzo sugestywnych nie wymaga myślenia i trudu selekcji, a także jakiegokolwiek przygotowania ze strony odbiorcy. Nadmierne korzystanie z telewizji izoluje człowieka, ponieważ uzależnia go od tego medium i powstrzymuje od normalnych kontaktów z innymi ludźmi. Jak wiadomo, konsumpcja nie rozwija jednostki. Do jej

⁸ M. Łaguna, *Budować obraz siebie*, Lublin 1996.

⁹ E. Filipek, *Wizerunek współczesnej młodzieży w środkach masowego przekazu*, w: *Wybrane zagadnienia z psychologii wychowawczej*, red. A. Gała, Wrocław 1994, s. 65–72; por. K. Anuszczyńska, *Propagowanie nowego modelu seksualności kobiety na łamach pisma „Dziewczyna”*, Warszawa 1995 (maszynopis).

¹⁰ Zob. np. ks. Z. Sareło, *Mass media – źródła dezintegracji tożsamości osoby*, „Communio”, 1995, nr 6, s. 39–42.

rozwoju prowadzi przede wszystkim komunikacja¹¹. Istniejącą wtedy korelację można wyrazić w następującym zdaniu: im więcej postawy konsumpcji w jednostce, tym mniej szans dla rozwoju jej postawy moralnej.

- e) Dość duży wpływ na kształtowanie się postawy moralnej wywiera kultura bycia osób pokazywanych na małym i dużym ekranie. Kultura bycia to przede wszystkim kultura języka, zachowań, stylu życia itp. Jeżeli mówi się o prymitywizmie zachowań i wulgarności języka w mediach audiowizualnych, to idzie o ten właśnie obszar ich funkcjonowania¹². Słowo wzmocnione odpowiednią mimiką, gestem i podkładem muzycznym wywiera znaczny wpływ na emocje odbiorcy, a potem na jego przekonania. Gdy w mediach prezentowane są negatywne wzorce ludzkiego zachowania, fakt ten nie tylko nie ułatwia kształcenia postawy moralnej, lecz stanowi okoliczność utrudniającą pracę nad tą postawą, zwłaszcza gdy odbiorcami są dzieci i młodzież.

Szanse

Mimo wszystko należy jednak spojrzeć optymistycznie na media audiowizualne. One przecież nie są wyłącznie zagrożeniem dla rozwoju moralnego. Jednakże, aby mogły sprzyjać temu rozwojowi, a więc pogłębiać postawę moralną jednostki, powinny być podjęte w stosunku do nich pewne konkretne inicjatywy i spełnione określone warunki. Oto najważniejsze z nich.

1. Należy przede wszystkim przekonać ludzi mediów, że rozwój moralny jednostki i społeczeństwa jest niezwykle ważny dla dobra narodu i państwa. Nie można go niczym zastąpić. Dlatego powinien on uzyskać rangę pilnego priorytetu. Tym bardziej że odrodzenie moralne społeczeństwa postkomunistycznego jest niezbędne do owocnego przeprowadzenia wszelkich reform. Odrodzenie moralne powinno objąć najgłębsze pokłady człowieczeństwa. Dlatego papież Jan Paweł II tak często wskazuje na wielką rolę w tym społeczeństwie – „ludzi sumienia”. Zmiany powierzchowne wiodą donikąd. Przed 2000 lat przestrzegał przed tym błędem Chrystus: „*Nikt nie przyszywa łąty z surowego sukna do starego ubrania. W przeciwnym razie nowa łąta obrywa jeszcze [część] ze starego ubrania i robi się gorsze przedarcie*” (Mk 2, 21).

Tym bardziej nie wolno budować przyszłości narodu na chaosie moralnym i bezideowości. Tragedie wielu narodów w XX wieku, w których lekceważono rozwój moralny jednostki i społeczeństwa, posługując się złowieszczym monopolem mediów, powinny być dla ludzi mediów w naszym kraju wystarczającym *memento* w tej kwestii. Kto wie, może byłaby pożyteczna publiczna dyskusja na ten temat?

2. Istnieje pilna potrzeba upowszechnienia tej definicji kultury, która wykazuje głęboki walor wychowawczy i moralny. Definicję tę głosi Jan Paweł II. W jej świetle „*kultura jest tym, przez co człowiek jako człowiek staje się bardziej człowiekiem: bardziej «jest»*”¹³. A zatem niejako z natury swojej kultura zdolna jest doskonalić człowieka moralnie. Obecnie jej najbardziej aktywną warstwą są media. Jeżeli pracujący w nich ludzie staną na wysokości

¹¹ S. van Calster, *Czy telewizja izoluje człowieka? Konsumpcja zamiast komunikacji*, „Communio”, 1995, nr 6, s. 44–53.

¹² Zob. np. *Kultura słowa w mediach audiowizualnych*, w: *Wolność i odpowiedzialność*, red. J. Szafraniec, Warszawa 1998.

¹³ Jan Paweł II, *W imię przyszłości kultury*. Przemówienie w UNESCO, Paryż 2 czerwca 1980, w: *Wiara i kultura*, Rzym 1986, nr 7.

zadania i w sposób uczciwy będą kreować kulturę masową, wtedy jej konsumenci zostaną wsparci w wysiłkach nad własnym rozwojem moralnym. Alternatywą jest tzw. kultura ułatwiona w tym najgorszym sensie, która nie stwarza człowiekowi szansy pełnego rozwoju.

Dlatego należy apelować o więcej niż dotychczas ambitnych programów, które stawiałyby na rozwój moralny dzieci i młodzieży. Programy takie wymagają zapewne szczególnych uzdolnień ze strony ludzi mediów oraz ich ideowego zaangażowania. Takich programów nie powinno się emitować po godz. 23⁰⁰, gdy młodzież nie ma już na ogół kontaktu z telewizorem.

3. Innym bardzo istotnym motywem, skłaniającym do refleksji nad wpływem mediów na rozwój moralny jednostki i społeczeństwa, powinna być idea społeczeństwa poinformowanego. Jest to społeczeństwo przyszłości, do którego powinno zmierzać każde państwo. Społeczeństwo poinformowane (albo: społeczeństwo informacji) jest to takie społeczeństwo, w którym każdy człowiek ma sprawiedliwy dostęp do wszystkich informacji, które są niezbędne do rozwoju jego osobowości i do doskonalenia się w dziedzinie zawodu. W związku z tym pojawia się dziś na Zachodzie pytanie, jak budować społeczeństwo poinformowane, aby nie doznał uszczerbku rozwój moralny człowieka¹⁴. Dlatego też media audiowizualne, uczestnicząc już teraz w budowie społeczeństwa poinformowanego, powinny wykazywać wysoki stopień odpowiedzialności za oddziaływanie na postawę moralną swoich odbiorców.

4. Wydaje się, że istotną rolę w relacji: media audiowizualne i rozwój moralny jednostki, spełnia odpowiednie ustawodawstwo. W związku z dyskusją nad nową ustawą o radiofonii i telewizji należy wysunąć następujące propozycje:

- a) W artykule mówiącym o audycjach, które zagrażają rozwojowi dzieci i młodzieży, należy uwzględnić również rozwój moralny (o jego pominięciu wspomniano wcześniej).
- b) Jeżeli ustawa ma zawierać niewychowawcze czy wręcz antypedagogiczne dopuszczenie do emisji audycji, które są zagrożeniem dla dzieci i młodzieży, to tym bardziej powinno być tam zawarte wezwanie, aby media te służyły rozwojowi moralnemu jednostki.
- c) Podzielam wniosek dr Jana Szafranca (przedstawiony m.in. w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim w 1998 r.), aby wprowadzić nowy typ nadawcy – obok nadawcy publicznego i komercyjnego – również nadawcę społecznego. Ten ostatni przeznaczałby 25% czasu nadawania na „*upowszechnienie wartości moralnych, wychowawczych, edukacyjnych, formacyjnych, charytatywnych i na emitowanie audycji utrwalających tożsamość narodową*”¹⁵. W tym ujęciu media audiowizualne tego typu nie tylko wspomagałyby rozwój moralny jednostki, lecz ponadto przyczyniałyby się do moralnego odrodzenia społeczeństwa.
- d) Wydaje się, że również publiczna dyskusja nad modelem mediów w nowej polskiej rzeczywistości mogłaby się przyczynić w znacznym stopniu do uświadomienia sobie przez społeczeństwo wielkiej i historycznej odpowiedzialności tych mediów za rozwój moralny odbiorców. Nadal takiej dyskusji nie ma. Odnosi się wrażenie, że media nawet nie są zainteresowane taką dyskusją. W świadomości społecznej daje znać o sobie totalitarny model mediów.

¹⁴ D. Corgnani, *Le nuove frontiere della comunicazione. Verso una società dell'informazione*, „Credere Oggi”, 1995, nr 2, s. 5–17; F. Garibaldo, M. Bolognani, *La società dell'informazione*, Roma 1996, s. 13–21.

¹⁵ J. Szafraniec, *Ochrona i promocja dzieci i młodzieży przed szkodliwym wpływem mediów audiowizualnych*, w: *Medialne rozdroże*, red. ks. L. Dyczewski, Warszawa 1998, s. 130.

Zakończenie

Kształtowanie postawy moralnej jednostki prowadzi do jej moralnej dojrzałości, a pośrednio do dojrzałej osobowości¹⁶. Nie ma zatem pełnego rozwoju człowieka, gdy pomija się jego rozwój moralny.

Istotną funkcję w kształtowaniu postawy moralnej społeczeństwa realizują mass media, w szczególności media audiowizualne. Jest to zadanie historyczne, ponieważ odnosi się do społeczeństwa, które dźwiga na sobie smutną spuściznę doświadczeń wyniesionych z czasów totalitaryzmu komunistycznego. Jego ślady obecne są również w dziedzinie moralności – indywidualnej i społecznej. Bez aktywnego zaangażowania mass mediów nie będzie można dokonać moralnego odrodzenia społeczeństwa. Nie zrealizują tego zadania programy telewizyjne typu „Decyzja należy do ciebie”.

Z rozmów prowadzonych z duszpasterzami i laikatem katolickim wynika, że media audiowizualne w Polsce wcale nie są zainteresowane rozwojem moralnym jednostki i społeczeństwa. Uczestniczą one ponadto w fabrykowaniu mitów, które ten rozwój torpedują. Jeden z tych mitów głosi np., że telewizja powinna spełniać „społeczne zapotrzebowanie na pornografię”, bo pornografia jest przecież znamieniem kapitalistycznego systemu gospodarki. Inny mit podkreśla, że obowiązuje już teraz w Polsce wolność wypowiedzi, a zatem nie może być w mediach żadnych ograniczeń – również natury moralnej¹⁷.

Sprawa odrodzenia moralnego społeczeństwa i pilny postulat kształtowania postawy moralnej młodego pokolenia stanowią wielkie wyzwanie dla Polaków u progu trzeciego tysiąclecia chrześcijaństwa. Należy żywić nadzieję, że wyzwanie to podejmą wszystkie ambitne i odpowiedzialne media.

¹⁶ A. E. Gała, *Wspomaganie rozwoju moralnego*, w: *Wybrane zagadnienia z psychologii wychowawczej*, Wrocław 1994, s. 31–41.

¹⁷ J. Szafraniec, *Racjonalizacja moralnego zła w świetle przypadków audiowizualnych*, Warszawa 1998 (maszynopis); por. bp A. Lepa, *Mity i obrazy*, Łódź 1999, s. 19–21.

Jan Szafraniec

Członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, organizator konferencji

STOWARZYSZENIA KONSUMENCKIE – ARTYKULACJA SPOŁECZNYCH POTRZEB

Przemoc w środkach masowego przekazu, prezentacja nieobyczajnych zachowań, wulgaryzmy językowe, brak szacunku dla prywatności, tendencyjność przekazu, wreszcie nie zawsze godziwa rozrywka – budzą na całym świecie konieczność wyraźnego znaku sprzeciwu. Rodzi się potrzeba społecznego, a także międzynarodowego *lobby* na rzecz uwzględnienia przez producentów i nadawców audiowizualnych praw widzów i radiosłuchaczy do pełnej informacji, godziwej rozrywki oraz do poszanowania norm dobrego obyczaju i zasad przyzwoitości.

Uregulowania ustawowe chroniące te prawa nie zawsze są respektowane, a opieszałość w wymierzaniu kar wzmacnia poczucie bezkarności u niektórych nadawców. Przy każdym głosie krytyki powołują się oni na przywilej wolności słowa i samodzielności w tworzeniu programów, bagatelizując obowiązującą ich odpowiedzialność. Stąd potrzeba kształtowania silnego ruchu społecznego, który byłby rzecznikiem praw odbiorcy zagwarantowanych regulacjami ustawowymi.

Odbiorca, zarówno telewizyjny jak i radiowy, musi mieć świadomość, że ponosząc koszty tworzenia programów (np. poprzez abonament) ma prawo, a nawet obowiązek upominać się o stosowne treści programów. Nie może być biernym konsumentem, bezkrytycznie połykającym wszystko, co serwuje mu szklany ekran i fale radiowe. Nie może być obojętny na zawartość programową i zadowolony się bylejaką treścią. Widz i słuchacz powinien nie tylko odbierać „produkt” audiowizualny, ale i decydować o jego „podaży”. Nie tylko przyswajając, ale i żądać jakości. Jest to jego prawo i obowiązek moralny. Rezygnacja z tego prawa jest swoistym grzechem zaniedbania.

Nadawca powinien wychodzić naprzeciw społecznym zapotrzebowaniom. *Ponieważ nam płacisz* – głosi Deklaracja Zobowiązań wobec Widzów i Słuchaczy (BBC) – *musimy dostarczać ci produkt o szczególnej wartości*. Obiecujemy dostarczać wysokiej jakości programy informacyjne, edukacyjne i rozrywkowe – stwierdza dalej Deklaracja. Obiecujemy respektować opinie widzów w sprawach uczciwości i dobrego smaku. Obiecujemy konsultować się z odbiorcami, a także podawać do ich wiadomości, jakie zmiany nastąpiły w BBC w wyniku tych konsultacji. Obiecujemy organizować spotkania widzów i słuchaczy z twórcami programów i kierownictwem BBC na całym obszarze Wielkiej Brytanii.¹⁸

¹⁸ Elżbieta Kindler-Jaworska: *Co BBC obiecuje swoim widzom*, „Aktualności Telewizyjne” nr 3, 1997 r.

Nie zawsze i nie wszędzie taka wzorcowa postawa nadawcy jest artykułowana. Stąd społeczny niepokój, wyrażający się w powstawaniu stowarzyszeń odbiorców, jako znaku sprzeciwu wobec nadawców i programów prezentujących treści szkodliwe moralnie, dające młodemu pokoleniu wzorce negatywnych zachowań i postaw.

W 1969 roku w Stanach Zjednoczonych, z inicjatywy trzech matek, zaniepokojonych ofertą programową stacji telewizyjnych, powstała Akcja w Sprawie Telewizji dla Dzieci, która w ciągu kilku zaledwie tygodni skupiła wokół siebie 100 tys. członków. Stowarzyszenie wsparte zostało odpowiednimi subwencjami, między innymi z Instytutu Zdrowia Psychicznego USA. Kolejną inicjatywą było Kalifornijskie Stowarzyszenie Ochrony Dzieci i Młodzieży (Children Now), stanowczo domagające się obecności w środkach przekazu treści społecznych, duchowych i religijnych.

W Anglii powstała wpływowa organizacja konsumencka Głos Radiosłuchacza i Telewidza. Ta organizacja postanowiła zorganizować europejską sieć stowarzyszeń telewidzów, która byłaby stanowczym głosem w sprawach jakości programów oraz ochrony dzieci i młodzieży przed zalewem brutalności i reklam. W Londynie zaplanowano pierwszy kongres europejskiej sieci stowarzyszeń telewidzów. Równie cenną angielską inicjatywą jest Stowarzyszenie na Rzecz Praw Słuchaczy i Widzów. Zorganizowało ono w kwietniu 1993 r. w Londynie międzynarodową konferencję poświęconą ochronie praw widzów i słuchaczy, w której wzięło udział 125 przedstawicieli z ponad 40 państw.

We Francji działa Francuska Rada Stowarzyszeń na rzecz Ochrony Praw Dzieci, która skupia 80 różnych organizacji zajmujących się statutowo dziećmi i rodziną. Celem jej działania jest głównie ochrona dzieci przed brutalnością obecną na szklanym ekranie. Należy także wspomnieć o Francuskim Stowarzyszeniu Abonentów Telewizyjnych, które w 1991 r. opracowało Kartę Abonentów Telewizyjnych.

Z podobną inicjatywą w Japonii wystąpiło Obywatelskie Forum na Rzecz Telewizji. W świecie działa wiele podobnych organizacji, np. w Kanadzie powstało Towarzystwo Przyjaciół Telewizji Kanadyjskiej, którego członkami są przedstawiciele ponad 36 tys. rodzin. W Bawarii z kolei znana jest spontaniczna akcja społeczna, polegająca na zbieraniu podpisów w sprawie ustawowych regulacji zakazujących przemocy i gwałtu w mediach

Dokonane w Polsce przemiany ustrojowe w dziedzinie audiowizualnej i rozwój stacji nadawczych zaowocował bogactwem różnorodnych programów. Nie zawsze jednak najwyższego lotu. Opinia społeczna, według OBOP, sygnalizuje zbyt dużą porcję agresji i przemocy w programach telewizyjnych. Znajduje to potwierdzenie w korespondencji kierowanej do Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Odzwierciedleniem społecznego niepokoju w Polsce jest m.in. Apel – Protest przeciw przemocy i pornografii w mediach, zainicjowany przez p. Lucynę Winnicką; solidaryzuje się z nim kilkanaście tysięcy widzów. Na uwagę zasługuje również akcja Biały Tydzień, organizowana przez Ogólnopolską Radę Ruchów Katolickich z o. Adamem Szulcem na czele, a także Ruch przeciw Złu p. Marka Kotańskiego.

Niepokój świadomej i wrażliwej widowni zrodził Stowarzyszenie Ochrony Radiosłuchacza i Telewidza (SORT). Stowarzyszenie pełni rolę zwierciadła, ukazującego społeczne odbicie poczynań programowych nadawcy. Stawia sobie trzy cele. Pierwszym z nich jest przekazywanie nadawcom opinii o społecznej reakcji na propozycje programowe. Celem drugim jest działalność interwencyjna, oparta na sygnałach społecznego monitoringu. Wreszcie cel trzeci to działalność postulatywna, wyrażająca potrzeby i oczekiwania społeczne względem nadawców i producentów. O skuteczności tych poczynań zdecyduje przede

wszystkim stopień społecznej aktywności i świadome stawianie wymagań polskim mediom przez widzów i słuchaczy.

Niestety, wymienione powyżej inicjatywy nie są ze sobą zintegrowane. Mam nadzieję, że dzisiejsza sesja doprowadzi do ich scalenia, a podstawą sfederowania mogłaby być Audiowizualna Karta Społecznych Oczekiwań, której propozycję załączam do mojego wystąpienia. Żywię głęboką nadzieję, że ruchy skupione w medialnej federacji byłyby skuteczną presją i zaporą przed szkodliwymi treściami płynącymi ze szklanego ekranu i fal radiowych.

AUDIOWIZUALNA KARTA SPOŁECZNYCH OCZEKIWAŃ *(Projekt dr Jana Szafranca)*

My niżej podpisani przedstawiciele różnych środowisk i organizacji społecznych, połączeni troską o wspólne dobro, wyrażamy głębokie zaniepokojenie nasilającymi się przejawami obniżania się poziomu moralnego i artystycznego mediów elektronicznych działających na polskim rynku. We współczesnym świecie media, a zwłaszcza telewizja wywierają ogromny wpływ na społeczeństwo: kształtują postawy ludzkie, upowszechniają wzorce zachowań, dla wielu stanowią podstawowe źródło wiedzy o człowieku i świecie. Dlatego w pełni popieramy działania wszystkich, którzy aktywnie przeciwstawiają się negatywnym zjawiskom płynącym do polskich domów z ekranów telewizyjnych i głośników radiowych. Uważamy, że potrzebna jest dziś w naszym kraju integracja wysiłków ludzi dobrej woli w obronie prawdy, dobra i piękna w mediach audiowizualnych. Ogromna część społeczeństwa, która nie godzi się na obecność w środkach społecznego przekazu demoralizacji i propagandę antywartości, musi przemówić głosem dostatecznie silnym, by być wysłuchaną. W tym przekonaniu formułujemy Audiowizualną Kartę Społecznych Oczekiwań i wzywamy wszystkich, którzy myślą tak samo, do jej poparcia i wspólnego działania:

1. Oczekujemy od twórców, producentów i nadawców audiowizualnych, że tworzone i rozpowszechniane przez nich w Polsce programy będą szanowały i umacniały kondycję psychiczną, moralną i duchową odbiorców, zgodnie z systemem wartości zakorzenionym od wieków w humanistycznym, chrześcijańskim dorobku naszego narodu.
2. Oczekujemy od rodzimych twórców, producentów i nadawców skutecznej troski o stałą obecność w mediach polskiej twórczości klasycznej i współczesnej oraz umiejętne wykorzystanie wielkich tradycji polskiej historii i kultury narodowej w kształtowaniu wrażliwości widza i wychowaniu młodych pokoleń Polaków.
3. Oczekujemy od nadawców, że kierując się priorytetem dobra odbiorcy i zasadami Karty Etyki Mediów będą kształtowali swoją politykę programową w poszanowaniu zasady przyzwoitości i normy dobrego obyczaju.
4. Oczekujemy od samych nadawców oraz od organów państwa odpowiedzialnych za prowadzenie polityki w zakresie mediów eliminacji programów upowszechniających i propagujących negatywne wzorce osobowe i relatywizm moralny, a w sposób szczególny zaprzestania prowadzonej przez niektóre media systematycznej akcji propagowania obcej naszej kulturze tzw. filozofii luzu, deprecjonującej poczucie odpowiedzialności za siebie i drugiego człowieka.
5. Oczekujemy od nadawców radykalnego ograniczenia audycji, filmów o nikłych wartościach artystycznych, przepełnionych obrazami gwałtu, przemocy i seksu, w istocie

deprecjonującymi wartość człowieka – na rzecz częstszej emisji audycji i filmów ukazujących godność i odpowiedzialność osoby ludzkiej, pozytywne przykłady ludzkiej pracy i twórczości, zaradności i solidarności.

6. Oczekujemy od nadawców, w tym zwłaszcza od nadawcy publicznego, odejścia od nagannej polityki ciągłego zmniejszania ilości czasu poświęcanego na programy o walorach poznawczych i wychowawczych: patriotyczne, kulturalne, oświatowe, historyczne i naukowe oraz spychania ich ze szkodą dla widza poza tzw. czas największej oglądalności, a więc na godziny nocne i przedpołudniowe.
7. Oczekujemy od nadawców i od dziennikarzy radiowych i telewizyjnych zasadniczej poprawy poziomu informacji dostarczanej przez media elektroniczne polskiemu odbiorcy, ograniczenia politycznej manipulacji, podawania informacji pełnych, rzetelnych, pogłębionych i bezstronnych, tak by odbiorca mógł sobie wyrobić własne zdanie o wydarzeniach i ich realnym znaczeniu.

DEKLARACJA WOLI
UCZESTNICTWA WE WSPÓŁTWORZENIU
Audiowizualnej Karty Społecznych Oczekiwań

.....
(imię i nazwisko)

.....
(reprezentowana instytucja lub organizacja)

.....
(sprawowana funkcja lub tytuł naukowy)

.....
(adres do korespondencji)

.....
(numer telefonu)

.....
(miejsowość, data)

.....
(podpis)

Lucyna Winnicka

PROTEST SPOŁECZNY PRZECIW PRZEMOCY I PORNOGRAFII W MEDIACH

Dziękuję organizatorom konferencji senatorowi Janowi Szafrąncowi i przewodniczącemu Komitetu do Spraw Rodziny posłowi Antoniemu Szymańskiemu za zaproszenie oraz możliwość złożenia sprawozdania z akcji przeciwko propagowaniu przemocy i pornografii w mediach, a także wszystkim, którzy zajmują się problemami tu poruszonymi.

Ostatnio aktem rozpaczy wobec rosnącej przestępczości i pasma morderstw dokonywanych przez nieletnich stała się akcja zbierania podpisów pod „Apelem - Protestem przeciw przemocy i pornografii w mediach”, do której przyłączył się Marek Kotański dając swoje dobre imię i hasło: „Ruch przeciw Złu”. Podchwyciła je cała Polska przysyłając pod adresem MARKOTu setki listów. Nadchodzą do dziś.

Dziękuję wszystkim, którzy akcję podjęli z ofiarnością, poświęcając swój czas i energię na zbieranie podpisów. Dziękuję pismom, które Apel wydrukowały, i tym, którzy teksty te kserowali, rozdając innym do powielania i rozpowszechniania akcji.

W naszym posiadaniu są już tysiące podpisów. Liczba ta wzrasta z każdym dniem. Nikt nie odmawia złożenia podpisu – niejednokrotnie zbierałam je na różnych zebraniach – wszyscy gorąco przyłączają się do apelu wyrażając sprzeciw przeciwko temu, co oferuje nam TV i co nazywamy „cywilizacją śmierci”.

Problem negatywnego wpływu pokazywania przemocy i pornografii w mediach jest przedmiotem moich interwencji od przeszło 10 lat (1989 r. – „Manifest ekologiczny Nr 2 w obronie środowiska wewnętrznego człowieka”; „Wnoszę proces przeciwko TV” – „Polityka”; „Rozrywka z ketchupem” – „Przekrój”; akcja „Liczymy trupy” w szkołach i inne). Kilka lat temu (1993) w poczuciu bezradności podjęłam kolejne akcje: wraz z sześcioma stowarzyszeniami o humanistycznym przesłaniu wystosowaliśmy listy do parlamentu. Po długim czasie od nielicznych dostaliśmy uprzejme odpowiedzi – to wszystko. Dyskutujemy dalej. Uchwalono wprawdzie pewne ograniczenia, lecz nikt ich nie przestrzega i nikt nie egzekwuje kar, gdyż nie istnieje kontrola z urzędu. W dalszym ciągu pojawiają się na ekranie filmy, które nie powinny się pojawiać w publicznej emisji ze względu na dobry smak i tragiczne skutki wychowawcze.

Jak temu zapobiegać? Podjęliśmy apel o kulturotwórcze oddziaływanie mediów.

Myśląc o edukacji i prewencji mówimy na ogół o zwiększaniu liczby policjantów i ilości broni palnej, uczymy, jak się bronić, lecz zapominamy o pozytywnych wzorcach wychowawczych. Na razie kształcimy intensywnie – przyszłych napastników, którymi stają

się nieoczekiwanie nasze dzieci lub ich rówieśnicy. Niektórzy kwestionują wpływ przemocy w mediach na zwiększającą się przestępczość i ilość agresywnych zachowań. Musielibyśmy także wobec tego zakwestionować działanie programów edukacyjnych, kulturalnych, akcji wyborczych, skuteczność reklamy itp.

Media powinny służyć edukacji pozytywnej.

Tymczasem jest odwrotnie - statystyki potwierdzają wzrost przestępczości, który jest niewątpliwie rezultatem codziennego dostarczania pornografii i przemocy – jako „rozrywki” – do naszych domów.

Dotychczasowe próby oddziaływania na polepszenie programu TV – kolejne konferencje, niezliczone artykuły w prasie, dyskusje telewizyjne itp. – nie są skuteczne.

Prasa swoje, Krajowa Rada Radia i TV swoje, a telewizja swoje – coraz bardziej agresywnie pokazuje filmy, procesy, zeznania morderców, rekonstrukcje zbrodni... Codzienne, najbardziej krwawe, drastyczne WIADOMOŚCI ze świata, długie zbliżenia na konających, zmasakrowane twarze i ciała ludzi zabijanych przez ludzi – krwawe szczątki człowieczeństwa.

Czy musimy to pokazywać? Czemu i komu to służy?

Wzrost agresji, przemoc, zanik wartości humanistycznych, akceptacja przestępczości i wojen, regularne nauczanie agresywnych, zbrodniczych zachowań, wulgarnego języka, konsumpcyjnych wzorców życia nie jest działaniem kulturotwórczym, ale obniżaniem kultury narodu, a także poczucia bezpieczeństwa. Mówią o tym kroniki policyjne, dane GUS i OBOP.

Według badań statystycznych GUS przestępczość wzrasta w sposób dramatyczny obejmując coraz młodsze dzieci, a nawet dziewczęta. Jeszcze 10 lat temu nie widywało się w telewizji dziewcząt z bronią w ręku, dziś jest to na porządku dziennym. Wpływ telewizji nie budzi wątpliwości. Zbrodnie popełniane przez dzieci, dziewczyny, dziewczynki, podobnie jak dziecięca pornografia – to plon ostatnich lat telewizyjnej szkoły zła, którą niesie nam cywilizacja śmierci.

Pokazywanie w telewizji scen śmierci pod pretekstem informowania jest również bezprawnym naruszeniem dóbr osobistych - choćby prawa do ochrony własnego wizerunku i to w najbardziej drastycznych momentach, jakimi są choroba i śmierć. Jednocześnie jest to znieczulanie widza, otepianie jego ludzkiej wrażliwości, osvajanie z zabijaniem jako czynnością pospolitą, powszechnie akceptowaną. Gdy dotyczy to dzieci – powoduje kalectwo moralne i psychiczne do końca życia.

Ogólnie dostępna pornografia – atakuje przede wszystkim rozwój emocjonalny i duchowy człowieka, zwłaszcza dziecka. Rani psychikę, często nieuleczalnie, nawet gdy nie kończy się zbrodnią – pozostawia niezatarty ślad.

Przemoc i agresja – atakuje fizycznie istotę ludzką, prowadzi do uszkodzenia ciała, czasem zabiera życie, lecz zawsze – pozostawia strach przed drugim człowiekiem, niszczy zaufanie.

Sprzymierzeńcy w kraju i zagranicą. Sprawozdanie z przebiegu akcji społecznego protestu przeciw przemocy w mediach

Protest społeczny przeciw przemocy i pornografii w mediach był akcją Akademii Życia im. prof. Juliana Aleksandrowicza i Ruchu przeciw Złu w odpowiedzi na tragiczne wypadki zbrodni, dramaty rodziców, młodocianych zabójców i ich ofiar.

Po nieudanych próbach opublikowania naszego Apelu w czołowych dziennikach i braku poparcia ze strony PAP postanowiliśmy zwrócić się bezpośrednio do społeczeństwa i zbierać podpisy na publicznych spotkaniach, konferencjach, koncertach itp., rozdając również formularze przyjacielom i znajomym do rozpowszechniania.

Podjęła nasz Apel także prasa lokalna, dzięki której akcja zaistniała na terenie całej Polski, i prasa ekologiczna. Ogromny plon przyniósł nam „Nieznany Świat”, który wydrukował Apel jako jeden z pierwszych, wraz z redakcyjnym artykułem redaktora naczelnego Marka Rymuszki. Ta wersja Apelu powróciła do nas w tysiącach skserowanych egzemplarzy wraz z podpisami.

Liczba osób przesyłających podpisy, jak również zaangażowanie w ich zbieraniu przerosły nasze oczekiwania. Otrzymaliśmy wiele wzruszających listów popierających nasz protest indywidualnie, a także całymi instytucjami. Szkoły z całej Polski: podstawowe, zawodowe, ogólnokształcące, uczniowie i zespoły nauczycieli, personel przedszkoli i profesorowie wyższych uczelni (np. Rada Wydziału Matematyczno-Fizycznego UJ podjęła specjalną uchwałę o poparciu dla akcji), pracownicy muzeów, szpitali i najróżniejszych instytucji, jak również indywidualne osoby, które przesyłały własny podpis lub zadawały sobie trud zebrania kilku, kilkudziesięciu, czy nawet kilkuset podpisów – to świadectwo tego, jak ważnej i bolesnej dotknęliśmy sprawy.

Otrzymaliśmy wiele listów i podziękowań za poruszenie tego problemu, który dotyczy przyszłości naszych dzieci, a także naszego bezpieczeństwa na ulicach i we własnych mieszkaniach. Odczuwamy wszyscy ten wzrastający z roku na rok strach...

Z wielką satysfakcją obserwowaliśmy przyjęcie Apelu z tak niespodziewanym społecznym oddźwiękiem i zrozumieniem wagi poruszonego przez nas problemu.

Szczególnie środowiska ze świata nauki, kultury i sztuki podjęły nasze wezwanie. Zarówno aktorzy, zawsze zdecydowani w określeniu swojego stanowiska w słusznych społecznie sprawach, jak i ludzie nauki, pisarze, dziennikarze, członkowie ZAIKS i ZASP. Niektórzy pisali – czasem obszernie uzasadniając pierwszoplanowe znaczenie tej akcji.

Spotkałam się osobiście ze spontaniczną reakcją na nasz Apel na Walnym Zeździe ZAIKS, także na spotkaniu świątecznym w ZASP podpisywali dosłownie wszyscy, ustawiając się w kolejce do podpisu.

Dostaliśmy też bardzo dużo listów; cytuję jedną z wypowiedzi:

Skoro z jakichkolwiek względów, np. atrakcyjności programu dla odbiorcy o najniższych gustach - telewizja karmi nasz naród „kulturą” zbrodniczej rozrywki, staje się współodpowiedzialna za tragiczne śmierci swych ofiar - pisze w liście Piotr. W. z Lublina. Takich i podobnych cytatów możemy przytoczyć setki.

Zebraliśmy prawie 17 tysięcy podpisów. Dalsze ciągle napływają. Lecz nie tylko liczba ma znaczenie, ale autentyczna reakcja. Każdy podpis to indywidualna decyzja i wysiłek, wewnętrzna konieczność, aby osobiście włączyć się do akcji.

Jako pierwszy złożył swój podpis wybitny pianista Janusz Olejniczak i jego syn – uczeń. Podpisali: Ignacy Gogolewski, Andrzej Łapicki, Daniel Olbrychski, Piotr Fronczewski, cały Teatr Polski z Warszawy. Wiesław Gołas zebrał ponad sto podpisów. Podpisały także teatry krakowskie (jeśli nie wszystkie teatry w Polsce to tylko dlatego, że nie wszędzie docierały nasze listy). Podpisywali się pracownicy bibliotek, lekarze, inżynierowie, lecz także murarze, ślusarze, przedstawiciele różnych rzemiosł i grup społecznych i wiekowych. Chyba wszystkie zawody są na naszych listach. Świadczy to o tym, że powtarzany przez nadawców telewizyjnych horrorów argument: „Ludzie to lubią” nie dotyczy olbrzymiej części społeczeństwa.

17 tysięcy podpisów to, według opinii GUS, ogromny oddźwięk społeczny. Dane GUS z 1997 r. mówią, że 87% badanych jest przeciw pokazywaniu przemocy w mediach. Pozostaje najwyżej 13%. Ale ostatnie badania świadczą o wciąż wzrastającej liczbie przeciwników, a reakcja ludzi, z jaką podchwycili hasło: „Ruch przeciw Złu”, potwierdza te dane.

Ruch przeciw Złu to organizacja założona przez Marka Kotańskiego. Jego udział w tym proteście miał wielkie znaczenie jako zaangażowanie autorytetu człowieka, który przez całe swoje życie walczy ze złem – ratuje ludzi z najgorszej biedy, marginesu, przestępczości, w którą często wchodzi przy udziale telewizyjnych przykładów.

Ja reprezentuję Ruch za Dobrem, za życiem – Akademię Życia im. prof. Juliana Aleksandrowicza, wielkiego humanisty i lekarza (który na pewno wspiera nas z góry przy pomocy dużej armii aniołów).

W czasie trwania akcji nawiązałam kontakty z wieloma stowarzyszeniami o podobnych profilach zainteresowań i działalności, które popierały nasz Apel słowem i czynem. Jest nas już duża społeczność ludzi, którzy w walce ze złem widzą swoje powołanie. Dzięki inicjatywie i poparciu tu zebranych przedstawicieli władz państwowych może uda nam się coś zmienić na lepsze. Na całym świecie organizacje obywateli uczą się, jak dyktować warunki nadawcom telewizyjnym przy pomocy różnych społecznych komisji, protestów itp.

Nawiązałam współpracę z organizacjami Lion & Lamb w Bethesda koło Waszyngtonu oraz VALA (Viewers and Listeners Ass.) w Londynie, która ma już ponad 30-letnią tradycję w ograniczaniu agresji w mediach. Ma ona również wypracowane metody monitoringu programów TV: instruowania widzów, jak reagować na przekraczanie ustalonych norm emisji i jak egzekwować kary.

Takich filmów, jakie pozwalają sobie emitować polskie stacje telewizyjne (szczególnie RTL-7, NASZA, POLSAT i TVN), prześcigając się w okrucieństwach i braku gustu – nie ogląda się w BBC. Drukują oni natomiast w wydawanym od 1994 r. piśmie „More Cruelty & Violence” krótkie informacje o treści umieszczanych w programie filmów, a także o tym, ile razy pojawia się w nich broń palna, ile pada strzałów, zabitych ludzi, ile jest aktów przemocy, pożarów, eksplozji. Obawiam się, że u nas nie nadążylibyśmy z liczeniem... Cenna byłaby współpraca z p. Johnem Bayerem, sekretarzem generalnym VALA (z którym miałam okazję rozmawiać), aby skorzystać z ich przeszło 30-letnich doświadczeń i drukowanych materiałów.

Niezależna Komisja (Broadcasting Standards Commission), działająca od 1990 roku w Anglii jako ciało doradcze nadawców prywatnych, przegląda filmy przygotowane do emisji pod kątem przemocy, seksu, języka i obyczajów. Wydaje opinie i może zawieszać emisję (np. w 1997 r. zawiesiła 8 filmów, w tym m.in. „Urodzonych morderców”, film, który my rozpowszechnialiśmy). Jednak najważniejsze jest to, że problem nadmiaru amerykańskiej

tandety i horrorów stał się w Wielkiej Brytanii już nie tylko przedmiotem artykułów i dyskusji, ale także ograniczeń. Dla telewidza z Polski oglądającego dziś program BBC wydaje się on bezpieczną, domową przystanią.

Popyt na amerykańskie filmy z przemocą to nie jest zamówienie widza – twierdzą specjaliści VALA – lecz interes producentów i prawa marketingu.

Amerykański rynek lokalny pokrywa zaledwie koszty produkcji filmów, dopiero eksport (46%) przynosi największy zysk. Najłatwiej sprzedają się filmy akcji, gdzie dialog jest sprawą drugorzędną, nie wymaga dubbingu, tłumaczenia, a przemoc - mówi językiem ogólnie zrozumiałym dla masowego widza. Film staje się tanim towarem, a zarazem reklamą agresji i jej „oprzyrządowania”. „Jedynym ratunkiem – pisze prof. Gerbner z Philadelphia University – jest niezależny głos społeczeństwa”.

Organizację społeczną Lion & Lamb odwiedziłam akurat w czasie, gdy przygotowywali akcję wielkanocną „Turn Off” – „Wyłącz TV”. Jest to jeden ze sposobów wywierania presji na nadawców. Inne to np. listy do reklamujących się firm: „Nie będziemy kupować waszego proszku do prania, jeśli będziecie się reklamować w czasie filmów porno, z przemocą, albo takich jak np. wczoraj wyświetlany film pt...”. To najlepszy, sprawdzony przez Amerykanów sposób: mały szantaż materialny, który zmusza nadawców reklam do złagodzenia repertuaru.

Lion & Lamb wydaje również ulotki z badaniami statystycznymi dokumentującymi problem. Oto parę danych zebranych przez TV Free America Wa, wg A. C. Nielsena C.O. (1966):

Statystyczne dziecko w USA w ciągu tygodnia:

- rozmawia z rodzicami 38,5 minut
- spędza przed telewizorem 1680 minut

liczba morderstw obejrzanych przez dzieci w TV

- do ukończenia „elementary school” 8 tys.
- do ukończenia 18 lat 200 tys.

liczba godzin w ciągu roku spędzanych przez dziecko

- w szkole 900 godz.
- przed telewizorem 1500 godz.

liczba półminutowych reklam obejrzanych w ciągu roku:

- przez dziecko 20 tys.
- przez osobę w wieku 65 lat 2 mln

liczba dzieci mających telewizor w swoim pokoju	54%
rodzice chcący ograniczyć oglądanie telewizji przez dzieci	73%
na reklamy przeznaczają się	30% czasu antenowego
na pokazywanie zniszczeń, wojen i akcji kryminalnych	53,8%
na ogłoszenia służby publicznej	0,7%.

W niewielkim biurze Lion & Lamb parę osób zawiaduje sztabem wolontariuszy, którzy angażują się w różne działania. Są tam praktyczne instrukcje, jak odzwyczajać dzieci od telewizyjnego uzależnienia, jak z nimi rozmawiać, jakich używać porównań.

Opracowują oni programy dla rodziców, organizują różne akcje (jak np. „Tydzień bez telewizora”), w których telewidzowie dość licznie uczestniczą.

Bardzo spektakularna była akcja wymiany zabawek agresywnych, wojennych, mających śmiertcionośne odpowiedniki w „dorosłym” świecie. Dziecko wynosiło z domu „złe” zabawki, a w zamian w specjalnych sklepach dostawało zabawki atrakcyjniejsze, służące pozytywnej edukacji.

Podobnych organizacji jest na świecie bardzo wiele. W kilku stanach USA znalazłam około kilkudziesięciu. Odnalezienie ich w internecie jest sprawą dość prostą, a połączenie się w światowym proteście – Ruchu przeciw Złu – dodałoby wagi i siły całej akcji, której celem jest przecież ratowanie dzieci, aby nie stały się ofiarami naszych bezmyślnych upodobań, albo – co gorsze – by nie trafiły na ławę oskarżonych.

Cele „Protestu przeciw przemocy w mediach”

Dalekosiężnym celem podjętego protestu jest zapewnienie społeczeństwu kulturalnego, bezpiecznego spędzania czasu przed telewizorem. Konieczne jest wzmocnienie kontroli KRRiT w stosunku do nadawców. Idzie o to:

- aby postanowienia KRRiT były respektowane przez nasze kanały telewizyjne
- aby ci, którzy nie respektują postanowień KRRiT - byli karani
- aby kary te były natychmiast egzekwowane.

Mówimy dużo o państwie prawa – dlaczego więc nie działa ono w przypadku uchwał KRRiT? Ukarła ona Polsat w 1997 r. za emisję filmu „Ostry poker w Małym Tokio”. Do dziś jednak kara w wys. 300 tys. (nowych) zł nie została zapłacona. Dlaczego? Jeśli przepisy nie są respektowane – gdzie jest państwo prawa?

Dlaczego toleruje się propagandę przemocy i pornografii, skoro statystyki i nasze powszechne doświadczenia mówią jednoznacznie o powszechnym wzroście przestępczości?

W imieniu tysięcy ludzi, którzy do nas napisali, proszę o poważne potraktowanie problemu – przedyskutowanie i uchwalenie ustawy nakazującej kategoryczne restrykcje w programach telewizji publicznej – w imię ochrony życia i bezpieczeństwa naszych rodzin, dzieci, poziomu moralnego całego społeczeństwa, a także, aby ratować je przed koniecznością przeżywania następnych okrutnych morderstw, które mogą osiągnąć każdego z nas.

Istniejące sankcje nie są, naszym zdaniem, w stosowny sposób wykorzystywane.

Z materiałów zagranicznych wiem o rygorystycznym egzekwowaniu kar np. przez orzeczenie zawieszenia emisji programu na okres np. tygodnia. – w razie niestosowania się przedłuża się czas kary lub odbiera licencję.

Jeśli uchwały nie są respektowane, podważa to autorytet i sens istnienia instytucji, która je nakłada.

Dlaczego sama telewizja nie kontroluje i nie ogranicza przemocy?

W odpowiedzi padają argumenty:

- Oglądalność
- Ludzie to lubią

- Musimy kupować filmy w „pakietach”
- I wreszcie argument, że badania naukowe stwierdzają, iż agresywne programy nie mają wpływu na zachowania agresywne i na rosnącą przestępczość. Wręcz przeciwnie – rzekomo „rozładowują wrodzoną agresję człowieka” ...

Na zdrowy rozum – trudno ufać takim badaniom. Są też badania o wyniku skrajnie przeciwnym. Dowieść można prawie wszystkiego – nawet w fizyce zasada nieoznaczoności Heisenberga mówi, że wyniki badań „dostosowują się” do oczekiwań badającego.

„Znalazłam wyniki badań - relacjonuje amerykański pedagog Juanita Skolimowski – z których wynika, że 4-6 letnie dzieci przejmowały agresywne zachowania nawet po 5- minutowym oglądaniu brutalnych programów ... przemoc już nie stanowi szoku, staje się czymś normalnym.”

„Dwudziestoletnie studia nad młodocianymi przestępcami (od 1960 r.) dowodziły, że zachodzi bezpośredni związek między oglądaniem przemocy a agresywnym zachowaniem.... Przez te 10 lat gdy wzrastała ilość przemocy w programach telewizyjnych, nastąpił również znaczny wzrost okrutnych i bezsensownych zbrodni w Ameryce”.

Podobnie badania oglądalności (dokonywane w istocie na podstawie czasu włączonego telewizora) – nie są równoznaczne:

- z obecnością, uwagą, ani tym bardziej z aprobatą oglądającego (telewidza),
- zwłaszcza gdy badany telewidz jest w jakiś sposób „zakontraktowany” i zna oczekiwania badających.

Dlatego stwierdzenia dotyczące oglądalności należałoby zrewidować: sądząc z danych statystycznych GUS, OBOP i wyników prowadzonej przez nas akcji – nie są reprezentatywne dla całego społeczeństwa.

„Ludzie to lubią” - to następny argument. Czy naprawdę „ludzie to lubią”?

Nasza akcja wykazała, że odpowiedź społeczeństwa brzmi NIE. Jest to spontaniczna odpowiedź. Każdy podpis pod naszym protestem został złożony z pełną świadomością i aprobatą, przez dziesiątki tysięcy rąk – przez ludzi, którzy podobnie myślą. Badania GUS i OBOP wykazują, że 86-95% badanych stwierdza, że jest za dużo filmów z przemocą. Natomiast 92,5% konstatuje, że dzieci tego też nie lubią, ale mimo to – naśladują.

Kim są pozostali – 5% do 14% społeczeństwa, którzy to lubią?

Czy jest to ta część społeczeństwa, która służy jego rozwojowi?

Czy jeśli niektórzy to lubią, mamy prawo narzucać to wszystkim?

Czy jeśli ktoś lubi potrawy z ostrą przyprawą chili, to oznacza, że w publicznej restauracji mamy wszyscy jeść te same palące potrawy? Telewizja publiczna jest instytucją powszechną, a nie dla pewnej tylko grupy ludzi, o specjalnych gustach.

Takie stanowisko potwierdziły również listy.

Jednoznaczna odpowiedź na nasz Apel brzmi: – Nie chcemy takich filmów.

Dopuszczanie do emisji kryminogennych filmów wbrew życzeniom i woli widzów, bez żadnej kontroli, jest niedopuszczalne. To tak jakby skierować do konsumpcji mleko od tysiąca nie badanych krów. Proszę wybaczyć mi te gastronomiczne porównania, ale może przemówią do wyobraźni tych, którzy jeszcze nie uświadomili sobie dostatecznie głęboko, że zatrucie psychiki, zatrucie myśli, „wpuszczenie i wyhodowanie” w swojej świadomości

i podświadomości groźnej zakaźnej choroby jaką jest przemoc, agresja i pornografia – w skali społecznej staje się epidemią.

W imię czego? Nawet jeśli niektórzy ludzie to lubią, ulegać temu nie wolno. Ludzie lubią także alkohol, narkotyki, papierosy, a jednak chronimy ich przed tym zakazami. Ostatnio firma Malborough zapłaciła za niedozwoloną reklamę znaczną karę, którą, konsekwentnie, przeznaczono na leczenie chorych na raka.

Podobnie należy zrewidować zakup filmów w tzw. „pakietach”.

W pakietach, to znaczy: do 10 dobrych filmów musimy dokupić 90 w ciemno - jak leci.

Nie musimy. Kupujący może wyrazić na to zgodę – albo odpowiedzieć: NIE.

Jest to absurdalna, amoralna propozycja rynku. Nawet kryminalna. Gdyby ktoś zaproponował sprzedaż mięsa do wygłodzonego kraju w „pakietach” – na 100 kg mięsa: 10 kg zdrowego, a 90 kg z chorych, zarażonych krów, którego nie może sprzedać u siebie – byłaby to propozycja podlegająca odpowiedzialności karnej.

Tu pozwolę sobie znów na dygresję – wciąż nie doceniamy związków psychofizycznych w powstawaniu i leczeniu chorób, jak i profilaktyki w leczeniu organizmów społecznych. Mówię o tym na podstawie wieloletnich doświadczeń w Akademii Życia. Przez wiele lat negowano ten przyczynowo skutkowy mechanizm. Nie róbmy tego samego błędu lekceważąc profilaktykę zdrowia psychicznego. Dziś, gdy tak mnożą się tragiczne morderstwa i deprawacja, które jak epidemia zła ogarniają nasz kraj – potrzebujemy pozytywnej energii.

Na świecie jest tak ogromna liczba filmów do sprzedania, że odrzucając warunek „pakietów” możemy zapewnić widzom bardziej wartościowy program – choćby korzystając z bogatego archiwum filmowego telewizji albo pokazując polskie premiery teatralne. Oferta świata jest ogromna – możemy sięgnąć do filmów włoskich, francuskich, szwedzkich itp. Również powtórki europejskiego kina cieszą się dużą oglądalnością. Sądząc ze spontanicznego oddźwięku na nasz protest, publiczność poparłaby embargo na amerykańską tandetę, którego domagają się zresztą także obywatele USA, Wielkiej Brytanii i innych krajów.

Przeglądając tygodniowy program telewizyjny spróbujmy zakreślić, ile razy – w ciągu jednego dnia – pojawiają się na małym ekranie filmy i seriale produkcji USA.

Przoduje tu Polsat, który nadaje 8-11 takich pozycji filmowych dziennie, dalej RTL (7-10), Nasza (6-7), WOT (0-3), TVP 1 (3-5) i TVP 2 (1-3). Pozytywnie wyróżnia się TV Polonia (0 filmów USA). Prawie wszystkie filmy nadawane po godz. 20.00 są produkcji USA (i są to na ogół filmy kryminalne). Czasem trafiają się wśród nich dobre (na ogół stare) filmy, nie mamy natomiast przeglądu współczesnej produkcji europejskiej i światowej.

Ja – telewidz, człowiek zniewolony obrazem wrzucanym do mego własnego domu, do mego mózgu, wbrew mej woli, „ocenzurowany negatywnie”, żądam, aby proporcja dobra i zła w mediach nie była zachwiana.. Aby wznosiła nas ku wartościom, a nie pogrążała w strachu i kontragresji.

Gdzie się znajduje źródło zatrucia – w telewizji? W filmach amerykańskich, japońskich?

To temat raczej socjologiczno-moralny. Myśląc najprościej: w sferze wartości nastąpiły radykalne i gwałtowne przesunięcia. Podróż ZŁA dookoła świata odbywa się już

od wieków, lecz dawniej „zarażano się” indywidualnie – teraz dzięki masowym środkom przekazu zarażamy się masowo. Również bronić musimy się globalnie, uruchamiając wspólne siły PRZECIWIŻ ZŁU. Jeżeli „zaraza” ogarnie nas wszystkich (a doniesienia światowe o korupcji w najbardziej szacownych instytucjach zdają się to potwierdzać), generalna dezynfekcja świata może stać się bardzo kosztowna...

Ochrona i pielęgnacja wartości staje się najważniejszym zadaniem człowieka.

Wnioski

Nakreśliłam może zbyt czarny obraz problemu, który jest przedmiotem dzisiejszego spotkania. Lecz to, że spotkania te się odbywają, stwarza nadzieję, że dojdzie do konkretnych działań. Widziałabym je w maksymalnym zakresie jako:

1. Kontrolowanie kupowanych i emitowanych filmów (Rada Zakupu i Emisji)
 - a) imienne podpisywanie decyzji zakupu;
 - b) oznakowanie pod względem stopnia pornografii i przemocy;
 - c) określenie precyzyjnych granic, co i w jakich godzinach wolno pokazywać;
 - d) imiennie podpisane skierowanie filmu do emisji, z zaznaczeniem zgodności z ustawą (biorąc pod uwagę wpływ na zdrowie psychiczne dzieci i młodzieży).
2. Monitorowanie programu i ocena poszczególnych filmów
 - a) przez niezależną Komisję Monitoringu;
 - b) uaktywnienie widzów do monitorowania programów przez informowanie telefoniczne (telefony zaufania, radio i in.), przez bojkotowanie filmów i firm reklamujących się w czasie brutalnych emisji, przez wyłączanie telewizorów na czas emisji horrorów, a tym samym bojkotowanie reklamowanych podczas tych emisji towarów (i listowne informowanie o tym nadawców reklam).
3. Komisyjne wyznaczanie kar za emisję filmów objętych zastrzeżeniem godzin emisji
4. Stworzenie aparatu wykonawczego umożliwiającego natychmiastowe egzekwowanie kar od stacji przekraczających ustawowe ustalenia.

Ponieważ kary pieniężne są kłopotliwe w egzekucji, stosuje się na Zachodzie zawieszanie emisji programu na określony czas, np. na tydzień. Zamiast emisji – na białym ekranie jest wyświetlana informacja o ukaraniu kanału nadawczego przez zawieszenie emisji. Jest to kara bardzo dotkliwa finansowo ze względu na zawieszenie również emisji reklam, które miały się w tym czasie ukazać.

5. Odebranie licencji w przypadku parokrotnego ukarania.
6. Kary finansowe – egzekwowane sędownie przez komornika – są trudno ściągalne (co pokazuje choćby przykład Polsatu). Szybciej, taniej i pożyteczniejszym byłoby przekazywać kary finansowe bezpośrednio na związane z przedmiotem kary cele, np. na ośrodek prowadzony przez Marka Kotańskiego, MARKOT, czyli dla ludzi, którzy się na filmach z przemocą „wychowali”. (Precedensem może być wyrok przekazania kary za reklamę papierosów Marlborough na leczenie palaczy chorych na raka). Przeznaczenie kar za szkodliwe, pobudzające do działań przestępczych emisje na ośrodek dla bezdomnych może psychologicznie utrudniałoby uchylanie się od kary.
7. Bardzo cenna wydaje się propozycja senatora J. Szafranca wprowadzenia nowej kategorii nadawcy społecznego i Rodzinnego Kanału TV („bezpieczny kanał”), skoro wszystkie kanały są już „zarażone” przemocą, łącznie z kanałami dla dzieci.

8. Traktując gwałtowny wzrost przestępczości młodocianych jako chorobę – epidemię przenoszoną przez media – może udałoby się zastosować przepisy dotyczące uchwalenia stanu wyjątkowego zagrożenia dla zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży (dzieci, które popełniają coraz więcej tragicznych, absurdałnych zbrodni nie umotywowanych niczym innym, jak wzorcami oglądanymi w telewizji) i wprowadzić np. Tydzień bez Przemocy, w którym telewizja nadawałaby wyłącznie filmy o pozytywnym charakterze.

Reasumując:

Protest społeczny przeciw przemocy i pornografii w mediach wykazał że:

- Społeczeństwo popiera protest.
- Społeczeństwo jest przeciw przemocy i pornografii.
- Społeczeństwo domaga się ograniczenia przemocy i pornografii.

Wśród popierających protest reprezentowane były wszystkie środowiska, bardzo zróżnicowane: począwszy od najślynniejszych artystów, pisarzy, naukowców, profesorów, nauczycieli i młodzieży, przez ludzi wielu zawodów i środowisk intelektualnych, młodych i starych.

Poparło protest 17 tysięcy osób - według GUS jest to bardzo dużo, tym bardziej że podpisy zbierane były indywidualnie, a Apel nie został wydrukowany w pismach o największym zasięgu, nie podjęli go najmożliwiejsi.

Co możemy zrobić w sferze działań społecznych?

Możemy tworzyć Kluby Społecznego Monitoringu przy pomocy Stowarzyszenia Ochrony Radiosłuchacza i Telewidza (i innych stowarzyszeń środowiskowych), które koordynowałyby ich współpracę w zakresie:

- zgodności programów z ustawami
- ogłaszanie listy filmów antyhumanistycznych
- egzekwowania kar.

Możemy zakładać Kluby Dobrego Kina (filmu artystycznego i humanistycznego) oraz pokrewne kluby i stowarzyszenia, które współpracowałyby z podobnymi instytucjami na świecie, wymieniając opinie o filmach: oceny, oznakowania filmów polecanych, i przeciwnie – ostrzeżenia wobec filmów szczególnie agresywnych, wulgarnych, antyhumanistycznych.

Kluby mogłyby podjąć inicjatywę festiwalu filmów pięknych, humanistycznych, artystycznych, poruszających tematy ogólnoludzkie bez elementów agresji, przemocy i zła.

Gdyby Polska zainicjowała Międzynarodowy Festiwal Filmów Artystycznych i Humanistycznych (np. w Krakowie) – mógłby on stać się zarzewiem odradzającej się kultury filmowej na świecie. Nasze Stowarzyszenie Kobiet Filmu i Telewizji, które jest organizacją międzynarodową, mogłoby objąć patronat i zapraszać światowej sławy aktorki, aktorów i ludzi kina, którym bliskie są humanistyczne idee.

Nawet jeśli te pomysły wyglądają dziś nierealnie, takie są moje marzenia, które pozwoliłam sobie Państwu przedstawić.

Irena Santor

Prezes Stowarzyszenia Polskich Artystów Wykonawców Muzyki Rozrywkowej

MEDIA A OCZEKIWANIA ARTYSTÓW

Kultura nie jest sprawą łatwą ani małą.

Jej rozwój zależy zarówno od środowisk artystycznych, jak i od menedżerów, nadawców, krytyków, dziennikarzy, a nawet prawników i urzędników.

Do rozwoju kultury, prócz talentów i właściwych kryteriów artystycznych, niezbędne są – powiedzmy to otwarcie – coraz większe pieniądze.

W dzisiejszych czasach, gdy media stanowią czwartą władzę w społeczeństwie, gdy dynamiczny rozwój elektroniki decyduje o szybkości rozpowszechniania nagrań – kultura coraz bardziej jest postrzegana w kategoriach ekonomicznych. Jest to jej szansa i zarazem zagrożenie.

Na rynku kulturalnym szczególna rola przypada nadawcom radiowym i telewizyjnym, którzy mają wielki wpływ na kariery i interesy artystów muzyków. Nie powinni jednak uzurpować sobie z tego tytułu prawa do określania warunków, na jakich artyści będą egzystować i służyć swoją sztuką mediom.

Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych, która miała zapewnić artystom wykonawcom ochronę i poczucie bezpieczeństwa, przysporzyła, niestety, wielu rozczarowań i stresów. Regulacje prawne okazały się w praktyce bardzo niedoskonałe. Niektóre rozwiązania zrodziły konfliktową i kryminogenną sytuację, w której konieczne stało się odwoływanie do sądów powszechnych. Wielu nadawców, w fałszywie pojętym dążeniu do zysku, podpisało umowy z nieupoważnioną do tego organizacją, tylko dlatego że oferowała stawki dumpingowe. Bardzo niskie. W sposób bezprawny umowy te objęły swoim zakresem obszar praw powierzonych w zarządzanie naszemu stowarzyszeniu. Niestety, z przykrością muszę tu podkreślić, że w gronie tych nadawców znalazło się Polskie Radio S.A., z którym prowadziliśmy wieloletnie pertraktacje, z którym została ustalona stawka wynagrodzenia dla wykonawców muzycznych, po czym Polskie Radio S.A., działając w złej wierze, nie informując nas o fakcie równoległego prowadzenia rozmów z innym stowarzyszeniem ochrony praw wykonawczych, podpisało umowę opiewającą na czterokrotnie niższą stawkę za minutę nadania, włączając w przedmiot umowy repertuar, który został nam powierzony pod ochronę i w zbiorowe zarządzanie. Ten największy polski nadawca publiczny, który powinien dawać przykład poszanowania prawa nowo powstającym podmiotom na naszym rynku mediów – doprowadził do takiej oto sytuacji, że czołowi polscy artyści: wybitni wokaliści i instrumentalisci z obszaru muzyki rozrywkowej nie otrzymują z Polskiego Radia S.A. od czterech lat ani grosza tantiem! A co czytamy w płatnym ogłoszeniu, jakie zarząd

Polskiego Radia S.A. zamieścił w dniu 26 stycznia 1999 r. na łamach „Gazety Wyborczej”? Między innymi takie oto zdanie: „Wzrosły też poważnie opłaty za prawa autorskie i wykonawcze, których nie ponoszą rozgłośnie komercyjne”. Otóż, po pierwsze, te przestrzegające prawa rozgłośnie komercyjne wypłacają tantiemy wykonawcze, a po drugie, to właśnie nadawcy publiczni, a nie koncesjonowani korzystają z przywileju zarówno licencji ustawowej, jak i ograniczonego obowiązku zapłaty wynagrodzeń wykonawcom z tytułu nadań, który biegnie dopiero od roku 1994 – podczas gdy dla nadawców niepublicznych rokiem początkowym rodzącym obligacje finansowe wobec nosicieli praw pokrewnych jest rok 1974!

Skutkiem tak niefrasobliwych decyzji najbardziej poszkodowani zostali oczywiście artyści. Właśnie w ich imieniu zwracam się do władz radia i telewizji o uporządkowanie zaistniałej sytuacji.

Niezbędne jest takie uregulowanie stosunków pomiędzy tymi, którzy tworzą nagrania artystyczne, i tymi, którzy te nagrania wykorzystują w programach radia i telewizji, żeby obie strony współpracowały harmonijnie, nie zaś na podobieństwo przysłowiowych wilków i owiec.

W imieniu artystów wykonawców zwracam się także do Ministra Kultury i Sztuki o uporządkowanie chaosu panującego na rynku obrotu prawami autorskimi i pokrewnymi. Minister dysponuje stosownymi instrumentami, chociażby poprzez uprawnienia do przedkładania Sejmowi projektów nowelizacji kulejących ustaw. Obecna ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych dyskryminuje artystów wykonawców, zapewniając im ochronę prawną tylko od roku 1974 (i to też, o czym już była mowa, nie obejmując tym czasowym zasięgiem nadawców publicznych). Oznacza to tyle, że artystyczne wykonania utrwalone na fonogramach i wideogramach przed rokiem 1974 nie podlegają ochronie, są więc swobodnie powielane nie tylko przez legalnych producentów, ale także przez piratów fonograficznych, którzy korzystają bezkarnie z dorobku całych pokoleń polskich artystów.

Artystom wykonawcom zależy na tym, żeby czas ochrony ich praw zrównać z czasem ochrony autorów, który biegnie przez czas życia twórcy i jeszcze 50 lat po jego śmierci. Także, aby wydłużyć tzw. retroaktywny czas ochrony poza rok 1974, przewidywany obecną ustawą.

Zwracaliśmy na to uwagę Ministrowi Kultury i Sztuki przy okazji konsultowania projektów zmian w ustawie, ale urząd Ministra skupiony był głównie na zagadnieniu rozszerzenia uprawnień nadzorczych nad organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi, mimo iż z mocy prawa są to samorządne stowarzyszenia.

Media, zafascynowane komercyjnymi wzorcami światowej pop kultury, traktują po macoszemu wartości kultury narodowej. Telewizja Polska niezbyt łaskawa jest dla tej kultury, przeznaczając dla niej niekorzystny czas antenowy. Teatr, wartościowa muzyka, spychane są na późne godziny wieczorne. Można powiedzieć, że w telewizji mamy tylko kulturę „północną”, tzn. tę po północy. Najlepsze pasma emisyjne zostały wzięte gwałtem i przemocą przez producentów drapieżnych filmów, epatujących widzów agresją, brutalnością i zbrodnią – przenosząc najgorsze wzorce z ekranu do życia codziennego.

W działaniach na rzecz kultury potrzeba kultury. Trzeba zrozumienia, że pieniądź jest narzędziem, a kultura celem, nie zaś odwrotnie.

Niedopuszczalne jest, żeby telewizja dążąc do zwiększenia oglądalności, demoralizowała społeczeństwo, a zwłaszcza młodzież.

Media, w dobrze pojętym własnym interesie, nie powinny ograniczać się tylko do intensywnego eksploatowania popularnych nagrań. Oczekujemy od nich, aby doceniły wielką rolę promocyjną, jaką mogą odegrać w rozwoju naszego życia artystycznego. Stanowią sugestywną estradę młodych talentów. Przykład nieodżałowanego prof. Aleksandra Bardinię niech będzie zachętą dla telewizji do kontynuowania jego „studia pedagogicznego”. Potrzeba tylko Jego pasji, indywidualności i wiedzy.

Na wielkich międzynarodowych konkursach muzycznych nasi utalentowani śpiewacy i instrumentalisci zdobywają główne nagrody. I co dalej się z nimi dzieje? Natychmiast porywają ich zachodni menedżerowie i kierują na sceny operowe i estrady koncertowe. My ponosimy koszty studiów, inni przechwytyją wykształcone już talenty. Jakże często się zdarza, że laureaci międzynarodowych nagród nie znajdują pracy w naszych teatrach muzycznych. Nie jest to proste, ale myślę, że media mogłyby skuteczniej patronować wyróżniającym się młodym muzykom, żeby nie trzeba było przypominać chwytliwego, lecz smutnego określenia wymyślonego przez redakcję „Polityki”: „Sito gubi diamenty”.

Emocjonujemy się naszym wejściem do zjednoczonej Europy. Chętnie rozprawiamy o korzyściach politycznych, gospodarczych, legislacyjnych. Za mało natomiast interesujemy się możliwościami kulturalnymi, jakie stwarza zjednoczona Europa. Właśnie wymiana kulturalna może być naszą wielką szansą i tę szansę mogą o wiele lepiej niż dotychczas wykorzystać media. Przecież radio i telewizja utrzymują od lat szerokie kontakty ze światem. Myślę, że zasadny jest postulat, żeby te kontakty wykorzystywać skuteczniej dla promowania polskiej kultury i naszych artystów za granicą.

Zachęcając media do pełnienia kulturotwórczej roli, pragnę podkreślić, że konieczna jest w tej mierze ściślejsza współpraca ze stowarzyszeniami artystycznymi. Mam na myśli m.in. korzystanie z kompetentnych autorytetów, których udział w różnych gremiach radiowych i telewizyjnych pozwoliłby niekiedy uniknąć lansowania wątpliwych, z artystycznego punktu widzenia, solistów i zespołów muzycznych. Zapewniając tak powszechną w innych dziedzinach opinię ekspertów, uwolniłby, być może, media od zarzutów, że kryterium oglądalności i słuchalności zastępuje kryteria artystyczne.

Ulegając fetyszowi słuchalności, Polskie Radio orientuje się przede wszystkim na młodego słuchacza, układa programy pod jego niewyrobinony gust, upodabniając się do rozgłośni komercyjnych. Zapomina, niestety, o swojej misji, zapisanej w ustawie o radiofonii i telewizji, jaką jest popieranie krajowej twórczości, dbałość o kulturę narodową.

Zdarzyło mi się usłyszeć od prominentnej osoby w Polskim Radiu zdumiewające słowa: „Nie sugerujmy się opinią słuchacza, zwłaszcza tego dorosłego”. A czyją opinią radio publiczne winno się sugerować? Reklamodawcy?

Ludzie kulturalnie dojrzały, zniechęceni do łatwizny programowej, coraz częściej wyrejestrują swoje odbiorniki radiowe (jako wyraz protestu). Powoduje to oczywiście zmniejszanie się wpływów z abonamentu, głównego źródła utrzymania się radia publicznego, na co radio bardzo narzeka, ale w końcu samo jest sobie winne.

Wypowiadając się przeciw nagannym praktykom Polskiego Radia, czynię to nie tylko w interesie artystów, ale i całej rzeszy kulturalnych słuchaczy.

I jeszcze jedna kwestia: dokumentacja i archiwizacja osiągnięć naszej kultury. Fonoteki radiowe i taśmoteki telewizyjne są, bez przesady, prawdziwym skarbem kulturalnym – zarówno w dziedzinie muzyki klasycznej jak i rozrywkowej, a także sztuki teatralnej. Dbałość o ten skarb nie wymaga uzasadnień. Jest to oczywista powinność mediów. Ale nasuwa się pytanie: czy media systematycznie wzbogacają te cenne archiwa?

Iluz wspaniałych artystów odeszło, pozostawiając po sobie tylko nikły ślad w tych archiwach. Jakże często spóźniano się z utrwaleniem sylwetki wybitnego muzyka lub aktora; z dokumentem, ukazującym go w pełni sił artystycznych!

Zaabsorbowani codziennymi sprawami, nie dopuścimy do tego, żeby dbałość o rodzimą tradycję kulturalną była tylko emocjonalnym wykrzyknikiem podczas jakiejś galowej ceremonii, retorycznym zwrotem w odświętym przemówieniu. Dbłość o tradycję musi być naszą codziennością.

Na zakończenie marzy mi się, żeby media publiczne nie ulegały pochopnie komercjalizacji, żeby doceniały wyższe wartości kulturalne. Żeby szanowały wszystkich dobrych twórców i wykonawców, którym w cywilizowanym świecie zapewniono ochronę ich własności intelektualnej. Media, świadome swej siły oddziaływania społecznego, powinny stanowić dobry wzór dla wszystkich, jak traktować twórców i artystów wykonawców. I dawać temu konkretny wyraz w poszanowaniu ich praw: podpisywaniu umów w zgodzie z obowiązującymi przepisami, w respektowaniu należnych stawek, które nie mogą gubić sensu ekonomicznego, jaki zawarty jest w wynagrodzeniu za korzystanie z twórczości artystycznej.

W prawie funkcjonuje pojęcie „pola eksploatacji”. Oby nie trzeba było w przyszłości wprowadzać terminu „ugory eksploatacji”. Byłoby fatalnie, gdyby lekceważenie praw stanowionych w obronie muzyków czy aktorów miało ograniczać zbawienną rolę muzyki, teatru, estrady w naszym życiu.

W sztuce, zwłaszcza tak pojętej jak piosenka, szukamy na ogół rozrywki, to prawda. Ale prawdą jest także, że dobra muzyka, dobra piosenka oddziałuje korzystnie na psychikę człowieka, pełni funkcje terapeutyczne i stymulujące.

Spróbujmy żyć w harmonii z naszymi piosenkami, z naszą muzyką, pięknym słowem...

Chciałabym wierzyć, że media zechcą przyczynić się do tego. Będziemy wówczas dużo zdrowszym i pogodniejszym społeczeństwem.

Wojciech Pawlak

Prezes Ośrodka Badania Opinii Publicznej

OCZEKIWANIA SPOŁECZNE WOBEC TELEWIZJIW BADANIACH OBOP

Żyjemy w kraju, w którym co drugi obywatel, który ukończył 15 rok życia, nie wyobraża sobie świata bez istnienia telewizji, a co trzeci sądzi, iż oglądanie telewizji jest najlepszą formą spędzania wolnego czasu. Dodajmy, że przeciętny Polak spędza przed telewizorem około 1500 godzin rocznie, czyli ponad 4 godz. dziennie, zaś 80% Polaków twierdzi, że wiadomości o świecie czerpie właśnie głównie z telewizji. Można by zatem rzec, że społeczeństwo polskie – choć myślę, że jest to szersza prawidłowość – jest zatem całkiem dobrze przygotowane do tego, aby zamienić je w telewizję.

Pytanie brzmi tylko: w jaką telewizję zostaniemy zamienieni?

Przedstawię Państwu kilka form tego pytania i odpowiedzi na nie, tak aby sprostać tematowi, o przygotowanie którego zostałem poproszony. Temat ten brzmi: „Oczekiwania społeczne wobec telewizji według badań OBOP”.

Pytanie pierwsze dotyczy postrzegania obecnego porządku telewizyjnego w Polsce. Czy po kilku latach demonopolizacji i deregulacji w mediach w świadomości społecznej znajduje odbicie istnienie powinności, które nazywamy oficjalnie misją telewizji publicznej? Pytanie jak najbardziej zasadne w sytuacji, kiedy telewizja publiczna jest już tylko jedną z wielu, konkurując z telewizją komercyjną nie tylko o widza, ale także o udział w torcie reklamowym – co wielu ma jej za złe.

Na zajęciach dla studentów socjologii na Uniwersytecie Warszawskim, które kiedyś prowadziłem, poświęconych dyskusji o roli współczesnej telewizji publicznej, zresztą nie tylko w Polsce, pierwsza reakcja studentów była następująca: „Telewizja publiczna to banialuki”, „Niczym nie różni się od telewizji komercyjnej”; albo bardziej pragmatycznie: „Po co właściwie mamy płacić abonament, skoro mamy wolny wybór pomiędzy różnymi stacjami, które nadają to samo?”. Studenci, jak wiadomo, to grupa specyficzna; jak ktoś powiedział – ósma plaga, po siedmiu plagach egipskich. Nie jest to jednak z pewnością dla telewizji publicznej plaga ostatnia! Głosy podnoszone w prasie oraz wypowiedzi polityków częstokroć brzmią w tej materii jeszcze ostrzej niż opinie studentów.

Przejdźmy jednak do opisu szerszej rozumianej świadomości społecznej, która bez wątplenia nie wyczerpuje się w modelach znanych z Krakowskiego Przedmieścia. Badania reprezentacyjne dowodzą, że istnieje – jednak – coś takiego, jak spontaniczna świadomość misji telewizji publicznej. Wyniki sondażu przeprowadzonego przed kilkoma miesiącami wskazują, że dwie trzecie respondentów uważa, iż telewizja publiczna ma jeśli nie misję, to

przynajmniej pewien typ zadań do zrealizowania, które odróżniają ją od telewizji prywatnej czy komercyjnej. Natomiast co piąty respondent nie dostrzegł żadnych tego typu powinności, wyrażając przekonanie, że telewizja publiczna i prywatna w Polsce nie różnią się zasadniczo.

Nie jest zaskoczeniem, że przekonanie o misyjnej roli telewizji publicznej jest dodatnio skorelowane z wyższym wykształceniem oraz z posiadaniem wyraźnych poglądów politycznych.

Na czym owa misja, zdaniem respondentów, polega? Po pierwsze, na dostarczaniu informacji o świecie – uważa tak 53% badanych. Po drugie, na spełnianiu szeroko rozumianej funkcji edukacyjnej (36%). Dalej, na dostarczaniu rozrywki (12%), a także publicystyki (6%) oraz na zapewnianiu kontaktu z kulturą (3%).

Uprzedzając pytanie, które w tym momencie może paść – jak telewizja publiczna w Polsce wywiązuje się z tych zadań, odpowiem krótko, że dla znakomitej większości respondentów telewizja publiczna rzetelnie wypełnia funkcje informacyjne, nieco za dużo (uważa tak jedna czwarta badanych) informuje o polityce, a za mało o społeczeństwie (1/3). W ciągu trzech ostatnich lat znacznie poprawiła się, zdaniem respondentów, rozrywka w telewizji publicznej oraz zapewnianie kontaktu z kulturą. Generalna teza wynikająca z badań jest jednak taka, że oczekiwania społeczne formułowane pod adresem telewizji publicznej koncentrują się na funkcjach, jakie ma ona pełnić wobec masowego grona odbiorców, masowej widowni. Dlatego tak ważne jest, aby telewizja publiczna była popularna, albo inaczej, aby konkurowała skutecznie z telewizją komercyjną.

Pytanie drugie dotyczy systemu społecznych odniesień, w jakim oczekiwania wobec mediów są sytuowane. W jakim mianowicie stopniu telewizja propaguje wartości uznawane powszechnie oraz pokazuje wzory osobowe godne naśladowania?

Pierwsza konstatacja brzmi, że istnieje zasadnicza różnica w postrzeganiu telewizji publicznej i Polsatu (najsilniejszej telewizji komercyjnej) w odniesieniu do tej kwestii. Dwie trzecie ankietowanych twierdzi, iż telewizja publiczna często pokazuje zachowania i zwyczaje godne naśladowania; jedna czwarta jest przeciwnego zdania. Natomiast Polsat, zdaniem połowy respondentów (51%), rzadko propaguje zwyczaje godne naśladowania; jedynie jedna trzecia sądzi, że Polsat propaguje także pozytywne wzory.

Zachowania godne naśladowania, a więc jakie? Dane te można zinterpretować znając hierarchię uznawanych społecznie wartości. Należą do nich, jak wynika z badań:

- Troska o rodzinę
- Uczciwość
- Wykształcenie, zdobywanie wiedzy
- Rzetelność w pracy i nauce
- Odpowiedzialność za czyny i słowa
- Postępowanie zgodne z własnym sumieniem
- Atrakcyjna praca
- Szczerść, brak zakłamania
- Tolerancja, wyrozumiałość
- Autorytet, ale także szacunek dla innych.

Jest to pierwsza dziesiątka wartości nie tylko społecznie uznawanych, ale także takich, których obecności w naszym codziennym życiu – w tym w programie telewizji – pożądamy (przynajmniej na poziomie deklaracji).

Misję, której wypełniania przez telewizję publiczną ludzie oczekują, może ona spełnić jedynie w przypadku. Na pytanie o wartości lansowane przez telewizję – publiczną i komercyjną – otrzymaliśmy następujące odpowiedzi (wymieniłem pięć wartości, aby unaocznic Państwu zasadniczą różnicę percepcji społecznej obu rodzajów telewizji):

Jakie wartości, zdaniem badanych, telewizja lansuje?

Telewizja publiczna:

- Wykształcenie, dążenie do wiedzy
- Troska o rodzinę
- Patriotyzm, szacunek dla tradycji
- Rzetelność w pracy i nauce
- Uczciwość

Telewizja komercyjna (Polsat):

- Dążenie do sukcesu materialnego
- Bogactwo, życie w luksusie
- Zaradność, spryt, dbanie o własne interesy
- Zdobywanie wysokiej pozycji, prestiżu
- Troska o rodzinę.

Jak widać, telewizja publiczna i komercyjna lansują – zdaniem odbiorców – całkowicie odmienne systemy wartości. W telewizji publicznej wartości te są zbieżne z hierarchią społecznie uznaną, akcentującą cnoty indywidualne i społeczne. W telewizji komercyjnej (Polsacie) natomiast – koncentrują się na materialistycznie ujmowanych, egoistycznych celach indywidualnych. Wspólna dla obu systemów wartości pozostaje tylko troska o rodzinę – choć przy bliższym wejrzeniu okazałoby się, być może, że i ona jest w każdym przypadku różnie rozumiana.

Gdyby założyć, że perswazyjna siła każdej z nich jest proporcjonalna do jej popularności, moglibyśmy sądzić, iż na naszych oczach rozgrywa się bezkompromisowa walka o narzucenie modelu społecznej wrażliwości. Przestrzegam jednak przed wyciąganiem zbyt pochopnych wniosków, zwłaszcza wniosków wartościujących.

Widzowie – dorośli widzowie – doskonale radzą sobie z oboma porządkami telewizyjnymi. Mają wyraźne oczekiwania nie tylko pod adresem telewizji publicznej, ale także – choć inne – pod adresem telewizji prywatnej, a w szczególności Polsatu.

Warto w tym miejscu powiedzieć, że bez Polsatu, jak wynika z październikowego (1998) sondażu OBOP, nie mogłoby się obejść 44% ankietowanych, bez TVP 1 – 50%, zaś bez TVP2 – 48%. Tak mierzona popularność tych trzech programów jest więc podobna (choć zarazem w rankingu na najchętniej oglądaną stację telewizyjną TVP 2 uzyskuje blisko dwukrotnie mniej głosów niż Polsat).

Polsat jest oglądany tym chętniej

- w im mniejszej miejscowości mieszkają respondenci
- im gorzej oceniają własną sytuację materialną
- im są młodszy.

Wśród najmłodszych odbiorców popularność telewizji publicznej jest znacznie mniejsza. Rośnie zupełnie nowa generacja widzów, dla których telewizja komercyjna zaczyna być standardem. W grudniowym (1998) sondażu przeprowadzonym wśród dzieci w wieku 4-15 lat, na pytanie: „Gdybyś mógł oglądać tylko jedną stację telewizyjną, to którą byś wybrał?” uzyskano następujący rozkład odpowiedzi:

- Polsat 43%
- TVN 11%
- RTL 7 9%
- Canal + 9%
- TVP 1 8%
- VIVA 1 6%
- TVP 2 4%.

Wracając do dorosłej publiczności – generalnie, jak to już wskazywałem, osoby badane przez OBOP są w większości (2/3) zdania, że telewizja publiczna i komercyjna powinny się wyraźnie różnić; jedynie jedna trzecia uważa, iż powinny mieć podobny charakter.

Telewizja prywatna w porównaniu z telewizją publiczną powinna, zdaniem ankietowanych, nadawać przede wszystkim:

- więcej programów rozrywkowych (43%)
- więcej filmów (32%).

Natomiast program telewizji publicznej, zgodnie z tym, co zostało powiedziane na początku, powinien zawierać więcej:

- programów informacyjnych (30%)
- audycji popularnonaukowych (23%)
- publicystyki (20%).

Co ciekawe, sport nie jest tutaj wyróżnikiem (!). W odniesieniu do obu telewizji na sport wskazywało po kilka procent badanych.

Warto w tym miejscu przypomnieć hierarchię najchętniej oglądanych programów w telewizji w ogóle. Są to:

- programy informacyjne, wskazywane aż przez 80% badanych; ich popularność, zawsze bardzo wysoka, ostatnio jeszcze rośnie
- filmy fabularne (63% - mniej niż dawniej, tak jakby widzowie odczuwali tu pewien przesyty)
- programy przyrodnicze (62% - ostatnio wzrost popularności)
- programy rozrywkowe (59% - spadek popularności)
- teleturnieje (58% - spadek popularności)
- programy o sprawach lokalnych (46% - wzrost popularności)
- programy sportowe (45% - wzrost popularności).

Telewizja ma też wady i widzowie je dostrzegają. Do jej grzechów głównych, zdaniem widzów, należą:

- reklamy – zarówno ich nadmiar (84%), jak irytujące treści (69%)
- zbyt późne nadawanie interesujących programów (49%)
- zbyt częste pokazywanie scen zawierających przemoc (48%).

Również w tym przypadku telewizja publiczna i prywatna mają własną specyfikę. W obu programach TVP widzowie dostrzegają zbyt wiele polityki i mają pretensje do zbyt późnej pory nadawania ciekawych programów. W telewizji prywatnej za dużo jest drastycznej przemocy, śmiałych scen erotycznych oraz reklam.

Jeśli idzie o te ostatnie, to zdaniem respondentów wszystkie stacje komercyjne nadają zbyt dużo reklam: Polsatowi zarzuca to 84% badanych, TVN – 69%, RTL 7 – 59%. W przypadku obu programów TVP wskaźnik ten kształtuje się poniżej 50%.

Na pytanie: „Gdyby to od Pana zależało, czy zgodziłby się Pan na znaczny wzrost opłat abonamentowych w zamian za całkowite zaprzestanie nadawania reklam w telewizji publicznej?” – 83% badanych odpowiedziało, że nie dałoby na to zgody, w tym 54% – „zdecydowanie nie zgodziłoby się”, 29% – „raczej nie”. Społeczny pogląd na ten temat badany jest przez OBOP systematycznie od 1993 r. i pozostaje w ogólnych zarysach bez zmian. W porównaniu z 1993 rokiem zmniejszył się jednak o 20% odsetek osób, które zdecydowanie odrzucają likwidację reklam w TVP i wzrost abonamentu – na rzecz osób, które mają pogląd bardziej umiarkowany, tj. tylko „raczej się nie zgadzają” na taką możliwość. Bez wątplenia więc nastąpił wśród odbiorców pewien przesyt reklamami.

Na koniec – nie sposób nie wspomnieć o polityce. W świadomości społecznej problem relacji telewizji i polityki, uzależnienia od polityki zdaje się odnosić wyłącznie do telewizji publicznej, natomiast zupełnie nie dotyczy telewizji komercyjnej.

Okresowo powtarzane sondaże OBOP wskazują, że zdaniem badanych telewizja publiczna zachowuje niezbędny dystans w stosunku do polityki. Istnieje wszakże głęboko zakorzenione przekonanie, że telewizja publiczna powinna przede wszystkim reprezentować interesy społeczeństwa. Jak to wyraził jeden z uczestników badań tzw. fokusowych (FGI, czyli badań pogłębionych w małych grupach) – „żeby była to telewizja nasza, a nie rządu, bo my za to płacimy pieniądze, a oni jednak trochę odwrócili się od ludzi”.

Nie oznacza to, że telewizja publiczna powinna uciekać od polityki. Właśnie w niej jest miejsce na poruszanie spraw dotyczących całego narodu. Telewizja publiczna powinna interweniować „wszędzie tam, gdzie dzieje się krzywda, w sprawie ludzi bezdomnych, bezrobotnych, żeby w jakiś sposób reprezentowała i broniła tych ludzi”.

Misję, której wypełniania przez telewizję publiczną ludzie oczekują, może ona spełnić jedynie w przypadku, gdy rzeczywiście pozostanie niezależna.

DYSKUSJA

SAMOOCHRONA SPOŁECZNA ODBIORCÓW RADIA I TELEWIZJI – RÓŻNORODNOŚĆ INICJATYW

Uczestnicy dyskusji panelowej:

Antoni Szymański	poseł, przewodniczący Rady ds. Rodziny przy wojewodzie pomorskim
o. Adam Schulz SJ	przewodniczący Ogólnopolskiej Rady Ruchów Katolickich
Wojciech Hausner	poseł, przedstawiciel Związku Harcerstwa Rzeczypospolitej

Prowadzący dyskusję:

Gniewomir Rokosz-Kuczyński	prezes Europejskiego Centrum Młodzieży i Rozwoju Demokracji Lokalnej
----------------------------	--

Gniewomir Rokosz-Kuczyński

Witam serdecznie uczestników dyskusji panelowej – posłów na Sejm Rzeczypospolitej Polskiej panów Antoniego Szymańskiego i Wojciecha Hausnera oraz o. Adama Schulza SJ, reprezentującego tutaj Ogólnopolską Radę Ruchów Katolickich.

Udział w dzisiejszym spotkaniu zapowiedział także prof. Ryszard Bender, współtwórca, obok senatora Jana Szafrąca, Stowarzyszenia Ochrony Radiosłuchacza i Telewidza. Nie mógł jednak przybyć ze względu na wyjazd zagraniczny. Prosił o przekazanie wyrazów solidarności z wystąpieniem senatora Jana Szafrąca; ma też nadzieję, że senator J. Szafraniec, inicjator dzisiejszego spotkania, będzie mógł w jego zastępstwie zabrać głos nie tylko jako członek KRRiT, ale także jako przedstawiciel strony społecznej.

W dyskusji miał też uczestniczyć p. Marek Kotański, który reprezentuje Ruch przeciw Złu. Niestety, musiał nas opuścić ze względu na nagłe wydarzenie w Markocie, które wymagało jego obecności. Pozostawił deklarację woli uczestnictwa we współtworzeniu Audiowizualnej Karty Społecznych Oczekiwań, opracowanej i zaproponowanej przez senatora Szafrąca.

Deklarację tę wszyscy Państwo otrzymali. Mam nadzieję, że będziecie ją Państwo również chcieli podpisać, rozpoczynając w ten sposób prace nad projektem, który senator Jan Szafraniec zaprezentował podczas wystąpienia w pierwszej części konferencji.

Stowarzyszenie, które reprezentuję w tym panelu, Europejskie Centrum Młodzieży i Rozwoju Demokracji Lokalnej, podejmuje działania na rzecz wychowania młodzieży m.in. w sferze umiejętnego korzystania z oferty programowej mediów. Jest to jeden z jego statutowych celów. Zajmuje się również promocją rozwoju demokracji lokalnej i samorządności w wymiarze medialnym. Mam nadzieję, że w dalszym ciągu dyskusji będzie czas, by powiedzieć kilka słów o jego inicjatywach.

Zanim przystąpimy do dyskusji, głos zabierze p. Tadeusz Fredro–Boniecki z Polskiego Radia, tytułem sprostowania do referatu p. Ireny Santor.

Tadeusz Fredro-Boniecki

Polskie Radio S.A.

Jestem tu przedstawicielem Polskiego Radia S.A. Muszę sprostować informację zawartą w referacie p. Ireny Santor dotyczącą rzekomego niepłacenia tantiem przez Polskie Radio. Otóż Polskie Radio reguluje należności z tytułu prawa autorskiego i praw pokrewnych. Jest rzeczywiście kwestia sporu między Polskim Radiem a Stowarzyszeniem reprezentowanym przez panią Irenę Santor, ale to już jest temat na dyskusję o pewnych niedoskonałościach ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych; nie jest to przedmiotem tej sesji.

Dlatego prosiłbym Państwa, by opinie na temat kwestii dotyczących Polskiego Radia wypowiedziane przez panią Santor potraktować jako opinie subiektywne, a nie obiektywne oceny w tym zakresie; bo co do działalności programowej każdy ma prawo sądzić wedle swojego uznania, natomiast co do pieniędzy to tu z wszystkich należności zgodnie z obowiązującym prawem Polskie Radio się wywiązuje.

Antoni Szymański

poseł na Sejm RP, przewodniczący Rady do Spraw Rodziny przy wojewodzie pomorskim

Reprezentuję tutaj Radę ds. Rodziny - dawniej przy wojewodzie gdańskim, a obecnie przy wojewodzie pomorskim i marszałku sejmiku samorządowego. Rada ds. Rodziny podejmowała w swoich półtorarocznych pracach wiele działań dotyczących mediów. Były to wspólne działania bardzo wielu rozmaitych organizacji – przedstawicieli organizacji pozarządowych, które trudno byłoby tu wszystkie wymienić, ponieważ ich liczba sięgała kilkudziesięciu, następnie organizacji rządowych – poczynając od kuratorium, poprzez służbę zdrowia, urząd pracy, aż do samorządu województwa, i w szczególności przedstawicieli samorządów naszych dużych miast: Gdańska, Gdyni, Sopotu. Okazało się, że przedstawiciele tych wszystkich organizacji i ruchów uznali za ważne podjęcie tematyki dotyczącej mediów, w tym właśnie aspekcie, o którym dziś mówimy, a więc jako istotnej z punktu widzenia wychowania, ochrony małżeństwa, poszanowania rodziny. W efekcie problematyka ta nieustannie towarzyszyła 5-letnim już działaniom naszej Rady ds. Rodziny.

Jaki był tryb naszych działań?

Mając świadomość ogromnej roli mediów w kształtowaniu postaw, świadomość, że media pomagają lub przeszkadzają w wychowaniu dzieci i młodzieży, że kreują postawy prorodzicielskie albo często wręcz przeciwnie, uznaliśmy, że potrzebne są działania wielostronne.

Po pierwsze, przyjęliśmy, że potrzebne jest przede wszystkim poinformowanie społeczeństwa i jego agend o zagrożeniach płynących ze strony niektórych programów i treści prezentowanych w mediach masowych. A skoro tak, to należało zadbać o materiały źródłowe, organizować konferencje, docierać z informacjami możliwie szeroko poprzez wysoko nakładowe ulotki. To wszystko udało się Radzie w ciągu tych 5 lat rzeczywiście na terenie województwa gdańskiego w znaczącym stopniu przeprowadzić. Ulotki mówiące o tym, jakie są skutki oglądania skomasowanej agresji i przemocy w mediach, rozpowszechnialiśmy rzeczywiście w bardzo dużym nakładzie. Wykładaliśmy je w sklepach, w szkołach, w urzędach samorządowych. Rozpowszechnialiśmy także ulotki informujące o konsekwencjach dostępności pornografii. Publikowaliśmy materiały w formie skryptów i broszur, które docierały do nauczycieli, do wychowawców, do pracowników pomocy społecznej. W tych wszystkich działaniach pamiętaliśmy też zawsze o przedstawicielach mediów. Organizowaliśmy również otwarte dyskusje, na które zapraszaliśmy mieszkańców miasta, osoby znaczące, liderów rozmaitych organizacji. Przygotowywaliśmy także sympozja, starając się o to, aby wzrósł poziom wiedzy na temat rozmaitych treści, które pojawiają się często w mediach masowych, a które uznajemy za niewłaściwe i negatywne.

Chciałbym tu podkreślić, że w Stanach Zjednoczonych ta wiedza rzeczywiście jest szeroka i szeroko upowszechniana; liczba publikacji, liczba badań na przykład w zakresie przemocy lub pornografii jest ogromna. Corocznie wychodzi dziesiątki nowych prac przedstawiających kolejne badania na ten temat. Natomiast u nas są to badania zupełnie sygnałne, publikacje o nakładach niewielkich.

Tak więc to co jest najbardziej potrzebne, czyli wiedza na temat zagrożeń, jakie niosą niewłaściwe treści szerzone przez media, jest w Polsce znikoma. Dlatego jest tak ważne, aby ta wiedza była upowszechniona. Żeby ludzie na masową skalę zostali poinformowani, zorientowani, że propagowanie przemocy i pornografii przez media, propagowanie negatywnych wzorów życia, ośmieszanie macierzyństwa, rodzicielstwa, rodziny nie pozostaje bez skutków. Niestety, propagowanie takich treści ma duży wpływ na wybory indywidualne i społeczne, ma bardzo duże negatywne znaczenie. Stąd apel o to, aby wiedzę o tych skutkach poszerzać.

Rada postawiła sobie zadanie, żeby w tym stopniu, w jakim ciało społeczne może to uczynić, osiągnąć ten cel. Wiele w tej sferze rzeczywiście udało się zrobić.

Wspomniałem o problemie pornografii. Problem był wielokrotnie poruszany dlatego, że to jest dojmujący problem w naszym kraju, również na Wybrzeżu. W tym zakresie oprócz działań, o których mówiłem, było szereg wystąpień Rady ds. Rodziny do prokuratury. Przekonywaliśmy prokuratorów do działań przeciwko pornografii, ale często był to wysiłek stracony. Stracony, bo nawet w sprawach najlepiej uargumentowanych, gdzie mieliśmy naprawdę wystarczającą ilość opinii, również biegłych, prokurator jednoosobowo orzeka, że nie dochodzi do przestępstwa. W tego rodzaju dyskusjach w Radzie brali udział przedstawiciele ośrodka diagnostycznego, psychologowie, sędziowie, również przedstawiciele policji. Jedno z takich doniesień było formułowane przez kilkadziesiąt osób, które naprawdę tematykę dobrze znały. Okazało się, prokurator jednoosobowo może nie skierować tego rodzaju wniosku do rozpatrzenia przez niezawisły sąd. Sądzę jednak, że dla opinii społecznej sam fakt, że tego rodzaju wnioski były kierowane, ma duże znaczenie. Mówiliśmy o tym na konferencjach prasowych, przekazywaliśmy mediom, wielu ludzi się solidaryzowało z nami. Czyli w sensie społecznym pewien oddźwięk i pewne znaczenie to miało i zachęcało do solidarności w działaniach przeciwko temu zjawisku.

Następnie uznaliśmy za bardzo ważne, aby w jakimś stopniu uwrażliwić szkoły na to, z jakimi mediami mają kontakt dzieci i młodzież. Myślę tutaj o pismach młodzieżowych, o programach dla młodzieży, które budzą bardzo wiele wątpliwości. Spotykaliśmy się z nauczycielami i podawaliśmy przykłady, argumentowaliśmy. Spotykaliśmy się też z radami rodziców, wielokrotnie mówiąc o tych problemach, wskazując, że chowanie głowy w piasek niczego nie rozwiąże, że trzeba z dziećmi i młodzieżą rozmawiać, że trzeba z jednej strony krytycznie pokazywać te treści, które uznajemy za negatywne, ale tworzyć również alternatywę, pokazywać pisma, które są pozytywne, wskazywać na programy, które są dobre. Staraliśmy się generalnie na jak najszerszą skalę uwrażliwić rodziców, nauczycieli, wychowawców, że ten problem istnieje. Że nie może być tak, że w pewnym momencie pojawiły się w Gdańsku w szkołach i bibliotekach szkolnych pisma typu Bravo czy Bravo Girl tylko dlatego, że one są w masowej sprzedaży w kioskach. Uznaliśmy, że na pewno nie powinny być one kupowane za pieniądze podatników i prezentowane w bibliotekach szkolnych, co tworzyło tym samym zachętę, żeby korzystać z nich w jak najszerszym zakresie. Wiem, że te apele i nasze wystąpienia, które również miały wsparcie ze strony Kuratorium Oświaty i Wychowania w Gdańsku, odnosiły sukces w tym sensie, że w bibliotekach szkolnych, mam wrażenie, nie ma tego rodzaju publikacji i nie mówi się o tych pismach, które powinny pismami marginalnymi, jako o pismach, które są czymś właściwym, normalnym. Staraliśmy się jak największą grupę osób zainteresować tego rodzaju tematyką.

Rozmawialiśmy też wielokrotnie z twórcami kultury, z pracownikami mediów, z jednej strony wskazując na zagrożenia, z drugiej strony pokazując możliwości i starając się zachęcić do tego, żeby było jak najwięcej programów pozytywnych, programów o tematyce rodzinnej. Począwszy od programów informacyjnych po programy, które będą pokazywały rodzicom jak rozwiązywać rozmaite problemy, na co oczekiwanie jest bardzo duże, skończywszy na propozycjach, które ze strony naszej Rady pojawiały się w formie scenariuszy teatru rodzinnego, gdzie rodzina prezentuje pewne sceny związane z ich życiem, co spotykało się w naszej telewizji z dużym zainteresowaniem, a również i szczególnie z zainteresowaniem odbiorców. A więc staraliśmy się przekonać tych, którzy są nadawcami, w których rękach pozostaje decyzja, jakie treści będą przekazywane, żeby treści negatywnych było jak najmniej, a jednocześnie żeby były obecne treści, które będą nas budowały - treści patriotyczne, treści prorodzinne.

Myślę, że w jakimś stopniu nasze starania były efektywne. Okazało się, że bardzo wielu ludzi myśli podobnie jak my na tej sali, i rzeczywiście sprzeciw wobec forsowania przemocy czy agresji, treści antyrodzinnych i pornografii jest ogromny.

Senator Jan Szafraniec i p. Lucyna Winnicka wspominali o protestach, które napływają na jej ręce do rozmaitych urzędów. Chciałbym powiedzieć, że jeżeli policzymy, czego dotyczyła w ostatnich latach największa liczba protestów zgłoszonych do parlamentu, to pierwszy dotyczył ochrony życia ludzkiego od poczęcia – to było kilka milionów listów i podpisów. Następna fala listów dotyczyła żądania ratyfikacji konkordatu. Trzecia w kolejności sprawa to protesty płynące już od kilku lat, dotyczące treści pornograficznych i treści dotyczących przemocy. Aktualnie na ręce marszałka Sejmu wpływa nadal co miesiąc dosłownie tysiące listów, a w ubiegłych miesiącach dostałem informację od pani minister sprawiedliwości, że otrzymała kilkadziesiąt tysięcy podpisów dotyczących właśnie tych kwestii.

Tak więc, jak widzimy, protest jest masowy. Wymieniając tutaj tych, którzy współpracują z Radą ds. Rodziny, chciałem również wskazać na to, że przedstawiciele organizacji rządowych, samorządowych, pozarządowych, liderzy społeczni widzą ten problem i często spotykam się z zarzutem, że skoro tak znaczący procent społeczeństwa

sprzeciwia się tego rodzaju treściom, to dlaczego nie ma takiej kampanii na co dzień? Odpowiadam wówczas, że my tu w Gdańsku i pewnie ludzie zamieszkujący na Śląsku, którzy żyją w środowisku bardzo poważnie skażonym, ekologicznie bardzo nieczystym, nie jesteśmy z tego powodu zachwyceni, ale to nie znaczy, że będziemy protestować codziennie. My też codziennie nie protestujemy z powodu tego, że w mediach jest wiele treści zawierających antywartości, ale to nie znaczy, że to akceptujemy i nie należy tego traktować jako akceptacji.

Pozwolę sobie przy końcu mojej wypowiedzi na jeszcze jedną uwagę. Bardzo często spotykam się z wyborcami, a dawniej spotykałem się z rodzicami i z nauczycielami jako kurator sądu rodzinnego i przedstawiciel Rady ds. Rodziny. Na ogół kiedy mówiliśmy o tych treściach, padały z sali tego rodzaju sformułowania: „wiemy, że to jest złe, tu nikt nie myśli inaczej, ale my nic na to nie możemy poradzić, nie ma sensu o tym rozmawiać, bo nic nie możemy na to poradzić”. To jest pytanie oczywiście o naszą demokrację, o społeczeństwo demokratyczne - czy mamy wpływ, czy nie mamy wpływu.

Dziś opór przeciw tym treściom jest bardzo duży, ale ten opór będzie się zmniejszał, bowiem wrażliwość społeczna, jeżeli te treści pornograficzne czy też z przemocą, będą w takiej nawale jak w tej chwili nadal prezentowane, to niestety wrażliwość będzie niszczona i wobec tego ten opór będzie również mniejszy. Dlatego stawiam pytanie o naszą demokrację, o społeczeństwo obywatelskie, o nasz wpływ. Skoro ludzie na spotkaniach mówią: „my wiemy, że to jest złe, my chcielibyśmy chronić nasze dzieci przed tego rodzaju treściami, ale my na to nie mamy wpływu, bo dziecko włącza 41 kanał, albo idzie do kiosku, albo idzie po bułki, i czy chcemy, czy nie ociera się o te wydawnictwa, a do szkoły są one również przynoszone, a u kolegi w domu one leżą – i czujemy się ubezwłasnowolnieni”. Nie chciałbym, żeby nasz kraj był krajem, gdzie wszyscy obywatele, rodzice są osobami ubezwłasnowolnionymi. Staraliśmy się o to, żeby konsumenckie zachowania, które są na Zachodzie bardzo szeroko znane, np. takie, że ludzie odmawiają kupowania czegokolwiek w jakiejś sieci sprzedaży dlatego, że zjawiają się tam artykuły, które są niedobre, albo oglądania programu telewizyjnego dlatego, że tam są również filmy zawierające brutalną przemoc – żeby takie zachowania przyjęły się w Polsce. Jesteśmy w Polsce dopiero u progu tych działań konsumenckich i tego rodzaju wywierania wpływu na nadawców, na media masowe. Ale myślę, że w tym kierunku należy pójść; dlatego bardzo często wzywaliśmy ludzi, żeby nie kupować w sklepach, gdzie na półkach obok artykułów pierwszej potrzeby są wyłożone pisma pornograficzne czy pisma zawierające treści agresywne.

Kończąc tę moją wypowiedź myślę, że warto dbać o to, żeby poszerzać krąg przyjaciół tej sprawy – poszerzać o liderów, o organizacje pozarządowe, w tym w szczególności organizacje prorodzinne, których jest bardzo wiele, następnie o samorządy lokalne. Wielu samorządowców czuje te problemy, w wielu samorządach w ubiegłej kadencji było to przedmiotem obrad. W naszej Radzie wiele uchwał na ten temat powstało, wiele dobrego się tutaj pojawiło. Trzeba walczyć o wychowawców, nauczycieli, o rodziców, tworzyć wspólny front. Trzeba jednak włączać do działań również przedstawicieli mediów, nie krytykując ich tylko za rzeczy złe, ale pokazując pozytywy, bo tych również nie brakuje. Oczywiście, chcielibyśmy, żeby były same pozytywy i same dobre rzeczy.

Gniewomir Rokosz-Kuczyński

przewodniczący dyskusji

Głos p. posła Antoniego Szymańskiego z AWS, który reprezentował tutaj Radę ds. Rodziny, wprowadził nas w tematykę panelu, poświęconego różnorodności inicjatyw w

sferze samoochrony społecznej odbiorców radia i telewizji. Chciałbym zwrócić uwagę na to, że samoochrona społeczna ma tutaj szczególne znaczenie, co zostało także podkreślone w tytule panelu. Ten druk dużą czcionką litery „O” w środku samoochrona to nie jest błąd tylko to jest próba zwrócenia uwagi właśnie na ten wyraz jako podstawy działań, o których tutaj chcemy mówić, o samoochronie realizowanej w wymiarze różnych stowarzyszeń i organizacji.

Proszę o zabranie głosu ojca Adama Szulca, rzecznika Episkopatu i przewodniczącego Ogólnopolskiej Rady Ruchów Katolickich. Dziś będzie występował w tej właśnie roli.

O. Adam Szulc

przewodniczący Ogólnopolskiej Rady Ruchów Katolickich

Występuję dzisiaj w imieniu Ogólnopolskiej Rady Ruchów Katolickich, która skupia aktualnie 70 większych ruchów i stowarzyszeń katolickich, razem ok. 800 tys. ludzi. W 1994 roku zorganizowaliśmy pierwszy kongres, w którym wzięli udział przedstawiciele 156 ruchów i stowarzyszeń katolickich. Zainicjowaliśmy również jako Ogólnopolska Rada Ruchów Katolickich, strukturę diecezjalną i w tej chwili w większości diecezji polskich są diecezjalne Rady Ruchów i Stowarzyszeń, które na tym terenie skupiają ruchy i stowarzyszenia katolickie. Przy czym nasze ruchy z jednej strony działają na terenie Kościoła, ale z drugiej również są aktywne w życiu świeckim, występują jako organizacje pozarządowe, biorąc aktywny udział w życiu społecznym, mając swoich przedstawicieli w różnych instytucjach, organizacjach również władzach.

Ogólnopolska Rada Ruchów Katolickich jako jeden z wielu programów, które podjęła niemalże od początku swego istnienia, zajęła się przygotowaniem ludzi do aktywnego uczestnictwa w środkach medialnych. Nie mogliśmy pozostać bezczynnymi wobec tej rewolucji informacyjnej, jaka się nam zaczęła jawić w Polsce od lat 70. Sądzę, że konstruktywne wychowywanie do wykorzystania tego daru, jakim są media, jest rzeczą bardzo ważną.

Nasze działania poszły w kilku kierunkach; wymienię tylko cztery z nich. Pierwsze to ogólne szkolenie ludzi do tego, aby zechcieli być dziennikarzami, a więc dziennikarzy dla prasy, rozgłośni radiowych i telewizyjnych. Ok. 600 osób zostało przeszkolonych w ramach zajęć prowadzonych profesjonalnie przez specjalistów. W kształceniu tym chodziło także o to, żeby być dziennikarzami mającymi wrażliwość w swoim doświadczeniu. No i rzeczywiście nasi adepci już pracują nie tylko w mediach katolickich, ale również w mediach świeckich i Bogu dzięki, że są, oby było ich coraz więcej.

Po wtóre zajęliśmy się szkoleniem ludzi, którzy będą odpowiedzialni w ruchach i stowarzyszeniach za pracę z mediami. Myślę, że ta rzeczywistość też jest ważna, żeby wychowywać się wzajemnie do umiejętności współpracy ze środkami komunikacji masowej. To też samo nie przychodzi.

Po trzecie, od 1996 r podjęliśmy akcję „Białego tygodnia”. Państwo dzisiaj otrzymali kolejną reklamówkę, że się tak wyrażę, czwartego już tym razem „Białego tygodnia”; na koniec powiem o nim coś więcej.

Czwarty punkt to pomoc ludziom w lepszym odbiorze środków społecznej komunikacji. Nie mamy poczucia, że najważniejszą jest jedynie, choć raz o niej wspomnę, walka z wytwórcami, producentami związanymi ze środkami społecznej komunikacji. Bardzo ważne jest wychowywanie społeczeństwa, które nie miało czasu, aby być wychowywane, nie

tylko chodzi o dzieci i młodzież. Według naszych szacunków sporym problemem, jeżeli chodzi o edukację korzystania np. z telewizji, są ludzie starsi w Polsce, nie tylko młodzież. Chciałbym bardzo mocno zwrócić uwagę, że dzieci i młodzież mają problem z odróżnianiem rzeczywistości medialnej od życia, są bardziej wrażliwe na ten element, ale dużą ilość widzów w Polsce stanowią ludzie starsi, czyli ludzie od lat 50 w górę. Tak że to nie jest tylko problem dzieci i młodzieży, ale jest to bardzo ważny problem całego społeczeństwa - wychowywanie się wzajemnie, abyśmy umieli korzystać z tego bogactwa.

Ogólny kierunek naszej pracy idzie w dwóch nurtach. Jesteśmy „kompatybilni”, że się brzydko wyrażę, z tym co tutaj jest proponowane na tej konferencji. Po pierwsze: oddziaływanie na twórców i producentów mediów, aby przygotowywali je z myślą o całym człowieku. Środki społecznej komunikacji: radio, prasa i telewizja, programy multimedialne itd. winny służyć całemu człowiekowi, nie tylko pewnej jego części, np. przyjemnościowej czy tylko intelektualnej. Powinny w tym nurcie być także potrzeby duchowe. Dzisiaj w świecie współczesnym staje się standardem, że media laickie – np. w Szwajcarii i wielu innych krajach – podejmują element duchowy. Odchodzi w przeszłość epoka, którą my tutaj jeszcze w Polsce niestety mamy, że media laickie - nie wszystkie naturalnie, to się zmienia - nie uwzględniają elementu religijnego w życiu człowieka, jako jednego z istotnych, ale nie jedyne, bo to jest zrozumiałe. Ta epoka się kończy już w świecie, a przynajmniej w Europie, w USA. Dziennikarze, z którymi rozmawiam, może producenci bardziej, przychodzą do mnie i mówią: ojczy, my musimy element duchowy uwzględnić, bo to jest komercyjne, inaczej po prostu nie będą nas oglądać. Tak mi to wręcz mówią. Musimy to uwzględnić - nie dlatego, że jesteśmy przekonani, wierzący, broń Boże, dla celów komercyjnych musimy ten element duchowy w tych czasach po prostu uwzględniać. Ta tendencja szczególnie pojawiła się w ostatnich kilku latach, bo zapotrzebowanie duchowe ludzi jest coraz większe.

To jeden czynnik, czyli oddziaływanie na twórców, producentów mediów i wydaje mi się, że jest bardzo ważne, żeby to oddziaływanie szło w trzech nurtach. Z jednej strony dostrzegać programy dobrze robione. Dzisiaj dużo padło słów na temat złych mediów. Ja przyznam szczerze, ja rozumiem te słowa, bo jest taki ból i cierpienie, troskę wielu ludzi. Widzę tragedię, którą oni dostrzegają, ale chciałbym też zwrócić uwagę, że bardzo ważnym elementem właściwego rozwoju mediów jest kreowanie dobrych mediów i dobrych programów. Bo w jednej telewizji znajdziemy programy, które są szokujące, programy, które nie powinny się tam znaleźć, od strony etycznej, od strony właśnie ilości przemocy itd. – ale trzeba dostrzec też w tym samym kanale telewizyjnym, że za jakieś dwie godziny można obejrzeć program bardzo dobry. Dlatego musimy potrafić odróżniać dobre programy telewizyjne, dobre filmy, dobre produkcje twórców od tego, co rzeczywiście niesie elementy destrukcyjne. Ja bym na to zwrócił uwagę, żeby nie było tylko nagonki na media, bo to nie jest droga, o którą chodzi, tylko raczej chodziłoby o to, ażeby rozróżniać, kreować dobre, a złe bardzo konkretnie nazywać. Jasno zwracać uwagę, co jest złe, ile jest tego zła i co nam się nie podoba. Takie prawo ma każdy odbiorca mediów publicznych, społecznych.

Dalej, bardzo ważne jest oddziaływanie, stworzenie pewnego środowiska, które w sposób merytoryczny będzie analizować to co jest przedstawiane w jakichkolwiek mediach. Wydaje mi się, że Krajowa Rada robi to, co może robić, natomiast potrzebne jest społeczne ciało, które będzie czuwało nad produkcją programów, ale nie post factum, tylko przed, tak jak to jest w Stanach Zjednoczonych, w Anglii, w innych normalnie cywilizowanych demokratycznych krajach. To żaden luksus, żaden przywilej, żadna łaska, po prostu normalne prawo kraju demokratycznego i wolności prasy, na tym polega wolność mediów. I takie ciało powinno powstać. Możliwe, że to co tutaj będzie się rysować pod tej naszej konferencji będzie czymś takim. W każdym razie ono powinno prowadzić pewien profesjonalny

monitoring, gdzie byliby ludzie przygotowani, żeby umieć ocenić wstępnie i umieć to robić z dużą kulturą, ze smakiem, nie w duchu prymitywnego moralizatorstwa, bo ono szkodzi więcej niż pomaga. Mediom potrzeba jest merytoryczna ocena od strony moralnej. Podkreślam jednak, to musi być merytoryczna analiza i ocena sytuacji.

Potrzeba także większego kontaktu i zachęcenia twórców i producentów, z nimi się trzeba spotykać. Okrzykami „jesteśmy przeciw” nic się wiele nie zwojuje, bo z tymi ludźmi trzeba się spotykać, trzeba ich poznawać, trzeba ich rozumieć, próbować się wczuć w ich motywacje, w to co nimi kieruje, stworzyć warunki do dialogu, do pewnej przestrzeni, w której oni usłyszą w sposób spokojny nasze racje, czy racje strony, która jest niezadowolona. Ale obok tego powinniśmy też umieć powiedzieć, że to był wspaniały program, bardzo dobry program, bardzo dobry film. Ten nie, ten rzeczywiście wpływa na nas szkodliwie, ale ten drugi jest dobry. To jeżeli chodziłoby o twórców i odbiorców.

Kolejna rzecz, na którą my jako Ogólnopolska Rada Ruchów Katolickich zwracamy uwagę, organizując np. „Biały tydzień”, to jest wychowanie odbiorcy. Walka o etykę odbiorcy, czyli słuchacza i widza. Po prostu trzeba słuchaczowi, a szczególnie widzowi, bo w telewizji jest w tej chwili w Polsce szczególnie dużo zagrożeń, pomóc, aby umiał wybierać. Dlatego nasza akcja „Białego tygodnia” polega z jednej strony na tym, żeby przez 6 dni nie oglądać telewizji. Nie jest to po to, żeby nie oglądać w ogóle, tylko po to, aby człowiek odczuł, jak bardzo jest uzależniony od telewizji i żeby zaczął myśleć, jak spędzać alternatywnie czas, nie tylko przy telewizji. Przy naszej akcji, którą prowadzimy od 4 lat, największym problemem, z którym najczęściej zwracają się uczestnicy, jest pytanie: „a co ja mam zrobić z dziećmi, z sobą i z mężem i z żoną w tym wolnym czasie? Ja jestem za, bo to jest szaleństwo, żeby przez 4 godziny dziennie oglądać telewizję, ale co ja mam zrobić z czasem?” Tak, przeciętny Polak ogląda więcej telewizji niż Amerykanin. I to jest rzeczywiście szaleństwo. „Ale co ja mam robić w zamian?” I pojawiła się pustka. To znaczy, że potrzeba alternatywnego proponowania spędzania wolnego czasu, bo już w wielu rodzinach nie wiedzą jak to robić. W Stanach Zjednoczonych jest taka akcja TV Free, która proponuje w ogóle nie oglądać telewizji. To jest zupełnie innego typu propozycja niż „Biały tydzień”. Jej organizatorzy wydali podręcznik, w którym wskazują 664 sposoby spędzania wolnego czasu bez telewizji. Nam chodzi o to, żeby zachęcić człowieka do tego, aby się zastanowił, ile czasu chce dziennie poświęcić na telewizję i co wybiera, co chce oglądać. Żeby to był świadomy wybór. Nasza akcja zmierza do tego, żeby człowiek wybierał, ile czasu chce poświęcić i na co. Żeby to nie było na zasadzie, że włączasz pilotem telewizor i leci to, na co akurat przypadkowo trafiłeś, ten szum, obrazy, które się zmienia, żeby było coś tam mocniejszego. Chcemy, żeby rzeczywiście człowiek podchodził do mediów tego w sposób konstruktywny. I to jest cel „Białego tygodnia”. W ubiegłym roku, tak jak szacujemy, ok. miliona ludzi wzięło udział w tej naszej akcji, która trwa zawsze tydzień po Wielkanocy do tzw. Niedzieli białej. Ja nie mówię, że to jest tylko nasza akcja, bo w tym uczestniczy tysiące ludzi. To znaczy, że można i trzeba wychować odbiorcę.

Z tym się wiąże kolejna sprawa: aby pomóc dzieciom i młodzieży w sposób konstruktywny w szkołach, poprzez programy przygotowujące do odbioru medialnego i korzystania z mediów, uczyć się i poruszać w rzeczywistości medialnej.

Troszeczkę śledziliśmy, jak będą wyglądać po reformie projekty edukacji, która się rozpoczyna. Na razie założenia są dosyć pozytywne, przy czym problemem będzie jak to zrobić, kto to robi, jak uczyć dzieci, bo trzeba mieć też pewną kulturę wychowawczą i nauczyciel musi mieć pewną kulturę medialną, żeby umieć pomóc dzieciom odróżniać rzeczywistość medialną od realnej, umieć się ustosunkować do niej, nauczyć dzieci kreatywnie do podchodzić do mediów. To jest bardzo ważne dla dziecka, szczególnie małego,

by nie utożsamiało świata realnego z medialnym. Wydaje mi się, że nasza współpraca z MEN w tym zakresie powinna się zwiększyć, bo trzeba nie tylko mówić, ale wesprzeć merytorycznymi programami, projektami. Tutaj trzeba pomóc. MEN nas pyta: pokażcie programy. Jak to robić, żeby pomóc dziecku czy młodzieńcowi wybierać w sposób ciekawy. Dla człowieka, który ma lat 16 czy 17 – i dla dziecka 5-letniego. Wydaje mi się, że to jest duże zadanie.

No i ostatnia już kwestia w ramach oddziaływania na odbiorcę. Kwestia badań. W Polsce tych badań rzeczywiście robi się mało. Ciągłe nie ma pieniędzy. Socjologowie nam tutaj mówili, że badania nad skutkami nadmiernej oglądalności telewizji, bo tak to nazywamy, są bardzo kosztowne. W Polsce są one za rzadko robione. Zwracaliśmy się do uczelni. Uniwersytety krakowski i warszawski czegoś tam z zakresu tych badań się podjęły, ale to są początki.

Z tym naszym programem wiąże się jeszcze jedna sprawa, a mianowicie kwestia uzależnienia od internetu. To w Polsce jest zjawisko jeszcze mało występujące, ale rozmawialiśmy z ludźmi, którzy dziennie muszą przy internecie siedzieć 6 do 8 godzin. Muszą! To znaczy, kiedy nie są w internecie, to dostają drgawek. Pamiętajmy, że mamy do czynienia także z ludźmi chorymi, którzy muszą przez 8 godzin dziennie oglądać telewizję. Jest już terapia leczenia w formule takiej, w jakiej leczy się anonimowych alkoholików. Była jedna grupa warszawska do leczenia od uzależnienia od internetu. Takie uzależnienie ma swój bardzo trudny wymiar materialny. Jeśli ktoś nie ma stałego łącza, to takie uzależnienie może rozbijać budżet rodziny. To jest normalna opłata za impuls telefoniczny co 3 minuty. W dłuższym okresie czasu to był największy problem dla tych rodzin. To są oczywiście skrajne przypadki, o nich nie chciałem mówić, ale trzeba zdać sobie sprawę, że taki problem występuje.

Podsumowując, byłbym skłonny w imieniu Ogólnopolskiej Rady Ruchów Katolickich, na tyle, na ile mogę się dzisiaj deklarować, włączyć się w taką pracę, o której tu dziś była mowa w wystąpieniu senatora Jana Szafranca. Chciałbym jednak, aby to była praca o charakterze wielokierunkowym, tzn. i oddziaływania na producentów, i praca wychowawcza, i informacyjna, z ludźmi starszymi i młodzieżą. Na taką pracę rzeczywiście z naszej strony jest zgoda, ponieważ już pracujemy i chętnie byśmy się włączyli w szerszy nurt.

Gniewomir Rokosz-Kuczyński

przewodniczący dyskusji

O zabranie głosu proszę teraz pana posła Wojciecha Hausnera, posła Ziemi Krakowskiej, przedstawiciela Związku Harcerstwa Rzeczypospolitej. Niegdyś przewodniczący ZHR, dzisiaj nadal związany ze strukturami skautowymi. Zawodowo zajmuje się wychowaniem, prowadząc jeden z młodzieżowych Domów Kultury w Krakowie.

Wojciech Hausner

poseł na Sejm RP, reprezentant ZHR

Chciałbym się odnieść przede wszystkim do kwestii związanych z wychowaniem. ZHR jako organizacja wychowawcza ma tu szczególne pole do popisu. Zastrzegam, że to co przedstawię, nie jest wskazaniem jakichś bardzo konkretnych, dających się uchwycić działań.

Chciałbym wskazać natomiast na pewne mechanizmy, pewną metodę funkcjonowania, a także powiedzieć o swoistego rodzaju profilaktyce – o zapobieganiu uzależnieniu od mediów i internetu. O tyle jest mi wygodnie mówić w odniesieniu do metody ruchu harcerskiego, że byłem przewodniczącym Związku, a teraz patrzę na to trochę z boku. Jednocześnie temat, jaki mi zadali organizatorzy konferencji, pozwala mi spojrzeć na pewne działania właśnie w kontekście tematu panelu czyli „Samoochrony społecznej odbiorców radia i telewizji”.

Padło pytanie, jaki możemy mieć wpływ na to, co się dzieje w kwestii odbioru mediów. Myślę, że tak naprawdę, patrząc na sprawę w perspektywie dalszej, tzn. w perspektywie 5, 10, 15 lat, ponieważ skutki oddziaływań wychowawczych trzeba mierzyć w takich kategoriach, trzeba stwierdzić, że oczywiście pewne doraźne działania są ważne i potrzebne, ale bez długofalowych działań nic one nie przyniosą. Tu trzeba popatrzeć na formację człowieka, ale na formację w dwóch aspektach. Z jednej strony odbiorcy, a z drugiej strony twórcy. Jeżeli bowiem mówimy o mediach, to nie możemy ich traktować tylko jako techniki i technologii tworzenia przekazu. Jeżeli ja mówię o wychowaniu, to w tych dwóch aspektach. Z jednej strony wychowując odbiorcę wprowadzamy profilaktykę antychorobową już teraz, ale równocześnie wychowujemy tego, który będzie tworzył, czyli przyszłego „nadawcę”.

Sięgnę tutaj do samego początku istnienia ruchu harcerskiego. W tym środowisku funkcjonuje anegdota, którą chciałbym przenieść do dnia dzisiejszego. Mianowicie twórca harcerstwa Andrzej Małkowski zaszokował swoich kolegów tym, że we Lwowie w 1911 roku zajął się młodzieżą najtrudniejszą, czyli lwowskimi baciarami, dla których był tak wielkim autorytetem, że kiedyś mu przynieśli kwiaty zerwane z jakiegoś klombu w bardzo reprezentacyjnym miejscu Lwowa. Oczywiście wszystkich to dookoła oburzyło, a Małkowski potrafił to przerobić na pewien element wychowawczy. Zajął się dziećmi ulicy i to był z punktu widzenia tamtego działania i tamtego czasu pewien margines oddziaływań, bo jednak to wychowanie toczyło się w szkole, gdzie tych dzieci ulicy było mniej. Natomiast dzisiaj mamy sytuację taką, że zmieniając określenie „dzieci ulicy” na określenie „dzieci telewizji”, będziemy mieli do czynienia z podobnie trudną sytuacją. Okazuje się, że tak naprawdę cała młodzież, biorąc pod uwagę te średnio 4 godziny oglądania dziennie, to są to „dzieci telewizji”.

W związku z tym rodzi się problem – przy pełnej świadomości nas jako wychowawców – zagrożeń, tzn. ataku obrazów, ataku hałasu. Jeśli wejdziemy do szkoły, jeśli jedziemy tramwajem, to mamy do czynienia z nieustannym jazgotem i hałasem, wytwarzanym bardzo często przez młodych ludzi. Ja mieszkam w takim miejscu w Krakowie, że jeśli jadę do centrum, to wsiadam na przystanku tramwajowym, na którym wsiadają młodzi ludzie z dużego zespołu szkół. I w zasadzie ten tramwaj staje się miejscem nie do wytrzymania. Moja ocena jest taka. Jest to efekt pewnych oddziaływań, także mediów.

Inne zagrożenia - relatywizacja dobra i zła, czyli niemożność odczytywania pewnych rzeczy, tworzenie sztucznego świata. Przecież wpływ agresji ze strony kreskówek na świadomość dziecka jest olbrzymi; sądzę, że w tym gronie nie trzeba nikogo przekonywać. I teraz jak to się ma do tego, co próbuje się robić w organizacji wychowawczej jaką jest ZHR czy szerzej harcerstwo. Przede wszystkim jest to wychowanie w „twardym systemie wartości”, tzn. takim, który jest skorelowany z rozwojem zintegrowanym we wszystkich płaszczyznach. Tutaj ksiądz biskup na początku mówił o kwestii rozwoju moralnego i kształtowaniu postaw moralnych w odniesieniu do mediów. To jest jeden z istotnych elementów tego naszego wychowania. Z niego wynika to, co jest bardzo istotne w odniesieniu do tematyki dnia dzisiejszego, ponieważ program wychowawczy harcerstwa osadza się na czterech filarach: wychowaniu religijnym, wychowaniu patriotycznym, wychowaniu do

służby bliźniemu i pracy nad sobą, czyli samowychowaniu. Myślę, że z punktu widzenia samoochrony to ostatnie jest najbardziej ważne i z tego wynika całe działanie zmierzające do ochrony rozwoju intelektualnego czy moralnego młodego człowieka. Młody człowiek funkcjonuje w tego typu stowarzyszeniu, znajduje się w otoczeniu pewnej grupy, która akceptuje taki system działania. Jest to może swego rodzaju komfort i luksus, bo to otoczenie w tym momencie się zmienia. Oczywiście, to musi współgrać z oddziaływaniem rodziny czy szkoły, ale tu są jak gdyby mechanizmy wypracowane współdziałania tych trzech elementów. I na tym jest nakładane kształtowanie w kierunku zdolności odczytywania przekazu i zdolności wyboru w tym przekazie.

Przygotowując się do dzisiejszej konferencji przejrzałem ostatnie dwa roczniki czasopisma, które jest wydawane na potrzeby instruktorów wychowawców, szukając materiałów bezpośrednio odnoszących się do mediów. Przez te dwa lata znalazłem dwa takie materiały. Mógłby ktoś stwierdzić, że to wynika z tego, że nie ma zainteresowania taką tematyką. Tutaj należy na to inaczej spojrzeć. Obydwa te teksty mają charakter trochę interwencyjny, dotyczą pewnych programów radiowych i telewizyjnych. Natomiast jeśli popatrzeć na te publikacje z punktu widzenia kształtowania zdolności odczytywania i zdolności wyboru, to wtedy cała sprawa inaczej wygląda i okazuje się, że jest tam potężny materiał dla instruktorów.

W charakterze dygresji chciałem zwrócić uwagę, że mamy coś takiego jak telewizję edukacyjną. Ja uczyłem w szkole i stwierdzam, że tak naprawdę telewizja edukacyjna nadaje dla młodzieży, dla szkoły programy, których młodzież nie może odebrać, jeżeli się ich nie nagra na magnetowidzie – ponieważ pory nadawania są takie, że albo młody człowiek wychodzi właśnie ze szkoły i jeszcze do domu nie dotarł, albo właśnie doszedł, ale telewizja edukacyjna właśnie kończy swoje nadawanie, czyli około godz. 15. To oczywiście dygresja, na temat dostępności pewnych instrumentów działania.

W materiale dotyczącym „Białego tygodnia” pojawia się wśród celów związanych z tą propozycją m.in. poszukiwanie uczenia się alternatywnych sposobów spędzania wolnego czasu. I w zasadzie cała konstrukcja naszego działania, to jest taka kontrpropozycja programowa dla tego, co jest dostępne poprzez media. Istotą ruchu harcerskiego jest zorganizowanie przynajmniej raz do roku „zielonego miesiąca”. Młody człowiek wyjeżdża na obóz i niejako z założenia, będąc w lesie, ma do czynienia z sytuacją braku telewizora i braku radia. Przynajmniej tak staramy się robić. Tego też nie należy odczytywać jako pewnego rodzaju odcinanie się czy izolowanie. Jest to natomiast czas, kiedy istnieje możliwość pewnego namysłu, refleksji i dania pewnego ładunku młodemu człowiekowi, żeby później mógł odczytywać i wybierać w sposób właściwy. I to jest formuła działania sprzeciwiającego się chorobie telewizyjnej.

Kończąc, jeżeli mówiłem na początku o tym, że istotna jest formacja człowieka, nadawcy czy twórcy przekazu medialnego oraz odbiorcy, to jak gdyby na drugim końcu z punktu widzenia wychowawcy stoi ten człowiek, czyli właśnie wychowawca. I my z kolei staramy się realizować to wychowanie i traktować, że to jest najważniejszy instrument, poprzez autorytet i przykład osobisty wychowawcy. To znaczy, jeżeli młody człowiek odczyta, że tutaj wychowawca sobie coś mówi, coś próbuje zrobić, ale widocznie dla niego ważne jest oglądanie telewizora bez wyboru i bez właściwego odczytywania, bez pewnego krytycyzmu, jeżeli ze strony wychowawcy młody człowiek nie będzie miał wskazania, co jest aprobowane, a wobec czego następuje dezaprobata ze strony autorytetu, jakim powinien być wychowawca, to wtedy te wszystkie działania, o których poprzednio mówiłem i o których w ogóle dzisiaj była mowa, będą nieskuteczne. Przenosząc to na forum rodziny, jeżeli rodzice

spędzają 4 godziny przed telewizorem, to oczywiście młody człowiek będzie „lepszy” i będzie spędzał przed telewizorem 6 godzin.

Gniewomir Rokosz-Kuczyński

przewodniczący dyskusji

We wszystkich wypowiedziach pojawia się nawiązanie do wątków, które podniósł senator Jan Szafraniec i pani Lucyna Winnicka w swoich głosach. Mam na myśli potrzebę tworzenia platformy spotkania odbiorców, nadawców i twórców radiowo telewizyjnych w celu realizacji hasła, któremu poświęcony jest panel, a więc „Samoochrony społecznej”. Jeszcze raz zwrócę uwagę na ten tytuł „Samoochrony społecznej” – w skrócie SOS. Ta samoobrona może być interpretowana jako swoiste SOS odbiorców radiowo telewizyjnych. SOS poprzez różnorodność inicjatyw – pamiętajmy, że była tutaj już i mowa o klubach społecznego monitoringu, o tworzeniu warunków do dialogu, do samowychowania i do podejmowania inicjatyw, poprzez łączenie których zostanie zrealizowany projekt senatora Szafraniec zawarty w audiowizualnej karcie społecznych oczekiwań.

Projekt tego dokumentu państwo otrzymali. Obok niego znajduje się deklaracja woli uczestnictwa we współtworzeniu tej karty. Ten dokument to nie jest materiał, który dzisiaj ma zostać w jakiejś formie przegłosowany, przyjęty. Tu nie chodzi o wydanie kolejnej odezwy czy apelu, chodzi raczej o szukanie rzeczywistej platformy dialogu i pracy nad tym projektem, pracy zwieńczonej wspólnym osiągnięciem celów, które jako początek pewnej inicjatywy ruchu się pojawiają.

Hubert Jaźwiński

przedstawiciel Stowarzyszenia Przeciwko Zbrodni im. Jolanty Brzozowskiej

Chciałbym się ustosunkować do dwóch wypowiedzi. Pani Lucyna Winnicka poruszyła temat kary finansowej dla nadawcy za film, w którym było dużo przemocy. Druga wypowiedź była pani Ireny Santor, że właśnie jedne stacje płacą artystom, a drugie nie. Otóż, ja chciałbym to razem połączyć. Otóż wniosek jest taki, że w Polsce prawo jest bardzo słabe i ono jest powodem tego, że nadawca nie boi się nadać danego filmu o danej porze. Właśnie to jest częścią tego, że jedne stacje nie respektują praw autorskich, a drugie respektują. Jest to wyłączna wina prawa polskiego, którego nadawca nie obawia się. Sam fakt, że procesowanie w Polsce trwa 10 lat nie dziwi nikogo. I z tego tytułu mówienie tutaj nawet przez posłów, że zastanowienie się, która gazeta w bibliotece ma leżeć, a która nie jest, na szczęblu posła dość smutnym zjawiskiem. Raczej on powinien zajmować się prawem, a nie tego typu rzeczami.

Lucyna Winnicka

Akademia Życia im. prof. Juliana Aleksandrowicza

To jest ogromnie ważne spotkanie. Chciałam podziękować organizatorom jeszcze raz, ponieważ jest to spotkanie ludzi dobrej woli, którzy chcą coś lepszego zrobić i chcą zmienić ten świat i odwrócić jakby bieg tego świata w drugim kierunku. Chciałabym, abyśmy się zastanowili w jaki sposób to można podtrzymać. Nie w tym tak wysoko postawionym gmachu, tylko żeby te wszystkie stowarzyszenia i to przeciwko zbrodni, i wszystkie które

państwo reprezentujecie, żeby one się komunikowały ponieważ zaczynają wtedy tworzyć siłę. I żeby się skoncentrować nad jednym problemem, w jakimś okresie czasu. Tak jak ten „biały tydzień” - wszyscy będziemy popierać, wszyscy będziemy na swój sposób mówić znajomym, przyjaciółom – wyłączajcie. Dobrze byłoby gdybyśmy w jakiś sposób podawali sobie ręce i żebyśmy poczuli, że to nie jest koniec naszego spotkania, że dzisiaj się rozejdziemy i znowu poczekamy, że pan senator nas znowu zwoła, o ile będzie chciał oczywiście. Tylko żeby zrobić jakieś zarzewie dalszej pracy. Może pan senator by się zajął stworzeniem takiego międzyludzkiego porozumienia, porozumienia wszystkich ludzi, którzy chcą coś w tej dziedzinie zrobić. Żeby kulturę narodu zmienić, żeby jego moralność zmienić, żeby krzewić wartości, żeby w sobie zacząć, a potem obok siebie także coś takiego zainicjować.

Gniewomir Rokosz-Kuczyński

przewodniczący dyskusji

Wolę współpracy nad poszukiwaniem takiej platformy współdziałania i podejmowania inicjatyw w duchu przyjęcia karty społecznych oczekiwań zadeklarował także marszałek Stanisław Zając, który w przyszłości także jest gotów gościć osoby zainteresowane współpracą w ramach audiowizualnej karty społecznych oczekiwań. Jego nieobecność w tej chwili spowodowana jest obradami Konwentu Seniorów.

Otwieramy dyskusję ogólną.

Franciszek Trzeciak

reżyser filmowy i aktor

Ja jestem producentem. Proszę państwa, wy nie macie po prostu nigdy do czynienia z ludźmi, którzy tworzą dla telewizji programy. Tu ksiądz Szulc bardzo ciekawe rzeczy mówił. Na czym polega peregrynacja twórcy w publicznej telewizji polskiej. To są ciekawe rzeczy, a ja to znam od podszewki. Razem z Królikiewiczem, z Wojciechowskim i z innymi szlifujemy tam bruki od 30 lat po korytarzach, usiłując robić program, usiłując otrzymać zlecenie na program moralny, etyczny. Mogę dać tu parę przykładów. Ja nie chcę się skarżyć, tylko żebyście państwo wiedzieli jakie są mechanizmy tego. Otóż zrobiłem kiedyś taki film pt. „Czcij ojca swego i matkę swoją”, o księdzu Mikosie z Gór Świętokrzyskich, gdzie jest schronisko Brata Alberta. Pan Fidyk, będą operował nazwiskami bo trzeba operować nazwiskami, tak jak pani Winnicka powiedziała, powinni być podpisani ci, którzy puszczają filmy, aby brali odpowiedzialność za to co puszczają i dlaczego w telewizji publicznej, kto dany film robi i on puszcza go o godz. 13.,. kiedy jest obiad. Fidyk puszcza, które oczywiście są atrakcyjne, bo tam mordują, widzimy relatywizm moralny. I te filmy dokumentalne idą w odpowiedniej porze - 21.00, a mój film, po 3 latach trzymania na półce, puszcza w sobotę o godz. pierwszej, żeby niewielu ludzi oglądało. Ale kto miał oglądać to oglądał, bo film był dobrze przyjęty, działał emocjonalnie, opowiadał o jedynym w Polsce schronisku Brata Alberta dla chłopów w Górach Świętokrzyskich, gdzie gospodarzą i tam jest ksiądz Mikos, kowboj nie ksiądz, świetny ksiądz, który stworzył tym ludziom szczęście poprzez pracę. I on, ten redaktor Fidyk myślał, że ja zrobię jakiś film nie taki. A zrobiłem film o losie tego księdza, który poświęcił się dla tych ludzi. Ten film wzruszał, nawet komunistów wzruszał, ateistów wzruszał też. A w związku z tym już nie miał rady, więc puścił go w sobotę o

pierwszej. Rozumiecie państwo, żeby ten program „zachachmęcić”. Podam następny przykład, też będę mówił po nazwiskach. Film "Powrót do źródeł" o kulturze polskiej, o profesorze Bieńkowskim, który wędruje po wioskach i szuka tej muzyki chłopskiej, dawnych tradycji, dawnych orkiestr. Poszukiwanie kultury, bo wszyscy przecież z chłopów jesteśmy. I ten film puszcza ją o pierwszej w nocy czyli „telewizja nietoperza”, jak pisał Kazimierz Kutź. Te dobre programy puszcza ją właśnie wtedy, bo nie ma reklamodawców. Po prostu telewizja publiczna jest chora, jest diabelska. I ważne jest jacy ludzie tam decydują, ci co zamawiają te programy. Teraz złożyłem film o rodzinie "Klan Dowłaszów". Jest to piękna rodzina w Szczecinie - trzysta dzieci mają. Pan Dziedzic od reportażów mówi: "to się nie nadaje, ja potrzebuję coś nagłego, politycznego, drapieżnego. Co mi tam o rodzinie Dowłaszów. 300 osób, zjadą się po 40 latach ci ludzie, rozrzućni po całym świecie". No temat piękny, rozumiecie państwo. Natomiast jednoosobowo pan Dziedzic mówi: "Nie, mnie się to nie podoba, to się nie nadaje". Tak się zachowuje Fidyk, Dziedzic, Terentiew. Jak się chcę zapisać do nich, to po dwóch latach nie chce mnie Terentiew przyjąć na rozmowę. Odsyła mnie. A już nie mówiąc o katolickich filmach fabularnych, co oni z nimi wyprawiają. Właśnie zrobiłem taki scenariusz, bo drobnicę jeszcze dadzą, jakiś filmik można upchać. Ja państwu mówię prawdę, na czym to polega. Otóż dobór tych ludzi. Ci ludzie, którzy rządzą w tej telewizji, oni są niemoralni, oni mają w sobie relatywizm moralny, oni puszcza ją te filmy, oni tych pakietów nie przegląda ją. Jeżeli coś jest dobrego, szlachetnego - no może się przemknąć, ale generalnie ci ludzie nie powinni tam być redaktorami. Bo myśmy kończyli szkoły filmowe, ja zagrałem 100 ról w filmach, zrobiłem te filmy, jakie były takie były, ale zawsze mi przyświecało, żeby to było coś dobrego dla ludzi, bo człowiek jest wychowany w tradycji, w kulturze chrześcijańskiej. Otóż te wartości dla nich się nie liczą, ma być forsa, zabawa i teleturnieje, trzeba się rozrywać.

Magdalena Boryczko-Górska

Stołeczne Centrum Edukacji Kulturalnej

Spotkaliśmy się powodowani przede wszystkim troską o młode pokolenie i postąpiliśmy dość standardowo tzn. nie zaprosiliśmy w ogóle młodzieży. Ponieważ ja pracuję w Centrum Edukacji Kulturalnej z młodzieżą, jak tylko na dwie rzeczy zwrócę uwagę. Niech ten mój głos będzie ich głosem. Mianowicie, sceny brutalności, strzały, gwałty robią dużo większe wrażenie na nas, starszym pokoleniu, nie manipulowanym tak od dziecka niż na nawet już dzieciach w tej chwili, nie mówiąc o młodzieży. Natomiast młodzież nasza jest daleko inteligentniejsza niż nam się to tutaj wydaje i widzi doskonale, że na ten nawet gwałt, pornografia - są to właściwie nośniki, przykrywki do rzeczy dużo gorszych, do dużo bardziej wyrafinowanych manipulacji. Zastanówmy się, że właściwie młodego pokolenia nie wychowamy manifestami, tylko przykładem. A jaki my dajemy przykład? Co proponują media, już abstrahując od tej przemocy. W Polsce dziewczynki wychowują się na Girl i Bravo Girl, gdzie bardzo promowana jest, jako pożądana społecznie, praca aktorki. Teraz, co się okazuje dalej, otóż znana aktorka promowana jest w telewizji, dorabiając sobie - bo przyznała się publicznie, że robi to dla pieniędzy, działalnością parapornograficzną czy paraprostytycyjną. Proszę bardzo, jeżeli ona tak chce, to niech tak robi, ale gdzie jest druga strona tego co my pokazujemy młodzieży w tym momencie? To jest ciekawa socjotechnika. Z jednej strony zawód społecznie uznawany i pożądanym, a z drugiej od tak sobie dorabia. Nie dalej jak wczoraj wieczorem przykład. W wywiadzie znany pisarz i publicysta, na pytanie dziennikarki „dlaczego z Tygodnika Powszechnego”, gdzie był czytany, teraz będzie już czytany u Hastlera, odpowiada: „bo tak chcę”. Dobrze, załóżmy, że ma prawo, jest

demokracja, chce tak niech robi tak, ale gdzie młodzież, za którą odpowiadamy, usłyszy, że zanim ten pan się wzbogacił na jakichś barach porno czy ze striptisem, czy innych, my mieliśmy już bardzo dużą kulturę? Kiedy bizona się uganiały po Stanach Zjednoczonych, my mieliśmy pierwsze na świecie ministerstwo oświaty, w postaci Komisji Edukacji Narodowej. Kiedy w Polsce kończyła studia, fakt, że pod męskim nazwiskiem, pierwsza kobieta w Europie - tam bizona hasały swobodnie. Młodzież zwróciła mi uwagę na to, że kampania promująca wejście Hastlera na rynek polski, przedstawia Polskę - zdaniem młodzieży, z którą pracuję, nastolatków - jako zaścianek Europy, jakiś prymitywny, pruderyjny i głupi. I dopiero teraz Hastler otworzy nas na Europę, otworzy nas na to, abyśmy się swoich kompleksów wyzbyli. Ma prawo Hastler promować się tak, jeżeli tak uważa, ale gdzie w mediach młodzież znajdzie tę drugą część? Jaka to jest demokracja, która jest w zasadzie jednostronna. Sceny przemocy, z psychologicznego punktu widzenia bardzo nie wskazane, ale nie każda młodzież chwyci za kij bejsbolowy. Natomiast jeżeli ją tak wychowujemy ...? Oczywiście nie ma potępienia dla takiego pisarza, czy takiej aktorki, czyli czego my uczymy tę resztę, która nie chwyci na kij bejsbolowy? Jeżeli my dorośli nie tworzymy prawdziwych elit twórczych, intelektualnych, politycznych, to samymi manifestami, oczywiście nie wychowamy młodzieży.

Małgorzata Berwit

TVP S.A.

Tu się dużo mówi o młodzieży, o dorosłych, a ja reprezentuję właśnie tę grupę najmłodszą. Przygotowuję programy dla dzieci. Myślę, że mam prawo coś na ten temat powiedzieć, robię to od wielu lat i myślę, że mój program cieszy się dużą życzliwością, nie tylko dzieci, ale i dorosłych. Niestety, jak większość państwa pamięta, kiedy wracaliśmy ze szkoły, mieliśmy możliwość oglądania programu, który kończył się filmem. To było powiązanie edukacji z rozrywką, a od dwóch lat, moja rodzima telewizja, którą bardzo lubię i cenię, mimo że mam zastrzeżenia, o których zawsze mówię otwarcie moim dyrektorom, i tutaj to co powiem jest znane moi szefom, jeden z panów zdecydował, że godziny nadawania będą dosyć - powiedziałabym - abstrakcyjne, 13.30 początkowo. Po awanturze dotyczącej naszego programu, gdzie Gazeta Wyborcza wydrukowała rozpaczliwy list rodziców, dlaczego telewizja chce odzwyczaić nas od oglądania programów, a przypominam, mój program uczy, bawi a przy okazji powiem, że ja jestem matką 21-leniej, 14-leniej córki i będę miała trzecie dziecko, a więc mam prawo coś powiedzieć na temat wychowania dziecka i nie tylko teoretycznie. Dlatego cieszę się, że jest tyle pomysłów na współpracę z mediami, ale może szkoda, że tu nie ma nikogo z dyrekcji programowej, która po prostu nas nie słucha. Gdyby nie moje interwencje 2 dni przed odejściem prezesa Miazka, byłaby podjęta taka decyzja, że od nowego sezonu, od września, nie byłoby w ogóle programów dla dzieci po południu. Jaką one mają alternatywę, ja już państwu mówię. Polsat, gdzie są kreskówki japońskie i inne stacje, które dosłownie proponują "zabili go i uciekł", na tej zasadzie każda kreskówka może być przygotowana w różnoraki sposób. I to wiemy my, dorośli. I tak naprawdę na kształtowanie młodzieży to jest trochę za późno, bo powinniśmy zaczynać wtedy, gdy sadzamy dziecko po raz pierwszy przed telewizorem i musimy potem go pilnować. Albo jeżeli nie stać nas, aby więcej czasu poświęcić dziecku, bo nie potrafimy sami, to zrobmy tak, żeby ten program dziecięcy, który coś daje, czegoś uczy, a jeszcze raz powtarzam, mam potwierdzenie od rodziców z listów, że program potrafi np. nauczyć dziecko mycia zębów, czego mama przez cztery lata nie mogła wyegzekwować wieczorem, to wystarczyło, że dziecko oglądało kilka razy kącik w naszym programie i uznało, że jest to fajne, że można, że

sprawi mu przyjemność. Dlatego uważam, że właśnie te programy o treści wartościowej, edukacyjnej powinny być przesunięte na czas, kiedy mają szansę dzieci, dorośli i młodzież je oglądać. Wiele pozycji bardzo ciekawych, bardzo wartościowych dla młodzieży jest emitowanych po godz. 22.00. Wtedy tylko zaciskam pięści, bo nie mogę na to nic poradzić. A myślę, że można usiąść i zastanowić się, aby ten czas w telewizji publicznej podzielić na politykę, na edukację, na rozrywkę i każdy będzie usatysfakcjonowany. A w tej chwili to co się dzieje, to jest niestety większość polityki i nikt jakby nie dba o wykształcenie pewnego estetycznego poziomu tych, którzy za chwilę będą dorosłymi, a potem się dziwimy, że wg badań OBOP-u od 15 roku życia młodzież najchętniej ogląda teleturnieje lekkie i szybkie jak „Rykowski”. Oni nie mają alternatywy wcześniej żadnej. A to co się dzieje naprawdę u nas w tej chwili po prostu mnie podcina skrzydła. Wiem, że za kilka miesięcy będę się musiała wycofać z pracy i wiem, że niestety osób, które głośno coś mówią, jest za mało w telewizji. Większość wykonuje swoją pracę, aby potem pójść do kasy i koniec. Ponieważ jestem pedagogiem, więc inaczej odbieram to i bardzo mnie boli takie postępowanie. Z każdą moją dyrektorką rozmawiałam o tym, ale oni się tylko uśmiechają. A przy okazji muszę się państwu pochwalić, wybudowaliśmy np. ośrodek dla dzieci niepełnosprawnych, czasami krzyczą, że robię to pod auspicjami telewizji, a nie jest tak, bo zrobił to tylko mój program. Ale telewizja chętnie się chwali, nie dając złotówki na to. Po raz pierwszy od 4 lat udało mi się jakieś pieniądze wyciągnąć od telewizji. Tak więc myślę, że musimy wychowywać tych najmłodszych.

Daniel Zydek

Gdańsk

Chciałbym dołączyć na początku głosem ojca. Tak się składa, że mam czwórkę dzieci i chciałbym podzielić się króciutko doświadczeniami. Moje dzieci, jak chyba każde dziecko, lubią oglądać telewizję. I proszę państwa, raz w tygodniu, najczęściej jest to weekend, czasami piątek, czasami sobota - siadamy wspólnie nad programem telewizyjnym i próbujemy coś znaleźć - próbujemy - podkreślam to słowo. Generalnie wygląda to tak, jak i pani Irena Santor mówiła - jest to kultura północna, czyli emisja po północy, albo „telewizja nietoperza”. Czyli rzeczywiście, czasami zdarza się, że można coś znaleźć po północy, albo tuż przed północą. Czasami może to być o 7.50 rano w sobotę. I muszę powiedzieć, że z trudem znajdujemy pozycje, które są naprawdę ciekawe i można je obejrzeć w normalnych godzinach. Przy czym niektóre kanały telewizyjne wyrzuciliśmy z założenia. Oczywiście, przykładem jest Polsat, gdzie nie można nawet wybrać jednego programu, bo i tak w międzyczasie zostanie on naszpikowany zwiastunami innych programów, na których spadają głowy i krew tryska wręcz do pokoju, że trudno to oglądać. Natomiast są dobre programy, te programy się zdarzają. Na pewno są w Polsce ludzie, którzy potrafią robić dobre i ciekawe programy, i na pewno jest wiele ciekawych pomysłów, tak jak pan Trzeciak wspominał, które warto promować, warto żądać, aby te programy były emitowane i warto chwalić te dobre programy, ale żeby to robić musi być jakaś instytucja, jakaś organizacja, do kogo można skierować pochwałę i do kogo można skierować skargę, zażalenie na dany program, na daną emisję. Dlatego ja mocno popieram propozycję senatora Szafranca w tej sprawie, żeby spróbować zjednoczyć i ukierunkować ten ruch. Sam fakt, że na tej konferencji nie ma żadnego przedstawiciela telewizji publicznej, który przyszedłby oficjalnie i powiedział, że chce wziąć w niej udział, jest wielkim skandalem. Uważam, że warto też robić coś we własnym zakresie, tzn. próbować na zasadzie małej gazetki choćby parafialnej, najbliższej możliwej, choćby na zasadzie próby kontaktu z lokalnymi mediami próbować coś zmienić.

Jest w tej chwili dużo rozgłośni radiowych, różne lokalne media są otwarte. Warto też, jeżeli ktoś może jeszcze nie jest uzależniony od internetu, ale potrafi się tam poruszać, warto stworzyć własną stronę internetową, czy grupę dyskusyjną, gdzie można ważne problemy też poruszać. Nie wiem czy państwo zauważyliście tę informację, które niedawno były w mediach, zresztą po raz drugi nagłaśniane dosyć mocno, że w roku ubiegłym, podobnie jak rok wcześniej, żaden z połowy Polaków nie przeczytał całej książki do końca. Czyli rzeczywiście przeszliśmy ze "społeczeństwa słowa" do "społeczeństwa obrazu". Ludzie nie czytają, generalnie w związku z tym nie analizują, nie myślą. Generalnie chcą zobaczyć, chcą kolorowych obrazów, które będą mogli oglądać, które będą mogli szybko konsumować. Z tym, że są dobre rzeczy, o których nawet nie wiemy. Muszę przyznać, mówię nie tylko jako ojciec czwórki dzieci, ale również jako przedstawiciel miesięcznika "Nie z tej ziemi". który w artykule pt. "Wojna słowa z obrazami", krótko, ale bardzo skutecznie charakteryzuje, jak zostało zniszczone słowo i jak zaczął dominować obraz. A kto rządzi obrazem, wszyscy wiemy. W tym momencie jest to wielkie zagrożenie dla naszego społeczeństwa, dlatego podsumowując, gorąco proszę pana senatora, aby pokierował tą instytucją, która będzie w jakiś sposób koordynowała głosy osób, które jak mówił pan Pawlak z OBOP-u, stanowią wielki procent naszego kraju, jak mówią badania z krajów zachodnich, jest to na pewno ponad 50% społeczeństwa.

Gniewomir Rokosz-Kuczyński

przewodniczący dyskusji

Zwracam uwagę, że przedstawiciele telewizji publicznej byli licznie reprezentowani na konferencji od początku jej obrad, a przedstawiciele Biura Zarządu Telewizji do tej pory znajdują się na sali.

Joanna Banczerowska

doradca Zarządu TVP S.A.

Wcześniej byli obecni także przedstawiciele Telewizji Ośrodka Szkolenia i Analiz Programowych i jest pani redaktor Berwid, która w telewizji publicznej pracuje. Mogę pana zapewnić, że te uwagi na pewno do telewizji docierają.

Maria Wilczek

Polski Związek Kobiet Katolickich

Polski Związek Kobiet Katolickich i również gazeta „List do Pani” - pewnie Państwo nie znacie. Chcę najserdeczniej podziękować panu senatorowi Szafrącowi i za zaproszenie, i za tę inicjatywę, która jest podjęta, i którą całym sercem popieram. W swojej wypowiedzi chcę zwrócić uwagę na kilka wątków. Otóż, z tego o czym mówiliśmy wynika, że z jednej strony powinna powstać silna grupa nacisku, która będzie podparta również szerokim ruchem społecznym, oddziaływująca na decydentów telewizyjnych. I z tym się zgadzamy, że to jest absolutnie konieczne. Druga sprawa, to fakt, że równolegle musi iść sprawa edukacyjna w kilku płaszczyznach. Przede wszystkim edukacja edukujących. Tu myślę, że wiele złego dzieje się stąd, że nie wszyscy zdają sobie powszechnie sprawę z tych negatywnych oddziaływań programów telewizyjnych i również z tego, jak te programy powinny być

odbierane. Stąd myślę, że ta edukacja powinna być skierowana do rodziców, i to np. rodziców małych dzieci, czy wręcz ludzi, którzy wstępują w związki małżeńskie. Te broszury, ta cała akcja, o której mówił pan poseł Szymański, powinna być rozprzestrzeniona na inne rejony Polski. I rzeczywiście, z jednej strony edukować młodych rodziców, z drugiej strony edukować w tym kierunku, czym jest odbiór mediów, jakie są zagrożenia i jakie korzyści, edukować przedszkolanki, edukować nauczycieli i to w różny sposób. Jeśli chodzi o sprawę młodzieży to można to robić w różny sposób, poprzez profesorów, ale np. nasz Związek, który reprezentuję, który wydaje tę gazetę, która ma cały cykl artykułów poświęconych tej tematyce: "Nowy sens kobiecości", "Walka o kobietę w mediach", ostatnio "Wizerunek rodziny w popularnych programach telewizji publicznej", więc to może iść poprzez zbratanie się ludzi różnych mediów. Konieczna jest akcja uświadamiająca, społeczna, z drugiej strony można to robić w sposób taki, jaki próbuje nasz Związek, tzn. poprzez prelegentów. My się spotykamy mówiąc o tych rzeczach w różnych szkołach. Ja np. miałam szereg spotkań z młodzieżą ogromnej szkoły w Tczewie i mam przed sobą kolejny cykl spotkań, w czasie których mówi się o tych sprawach. Nasz Związek robi wędrującą sesję w obronie języka dziecka. Ta sesja była już kilkakrotnie powtórzona i teraz będzie na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Jest to robione w oparciu o wysokiej klasy specjalistki, panie z Uniwersytetu Warszawskiego, m.in. panią Puzyninę. Przy okazji takich sesji pewne rzeczy związane z tym tematem, o którym mówimy, wychodzą. A więc zrobimy np. takie sesje wędrujące, tym tematom poświęcone, żeby ta troska, która nas tu wszystkich łączy, stała się troską ludzi, nie tylko którzy raz o tym usłyszą, ale którzy dzięki takim akcjom zdobędą bardzo głęboką wiedzę na ten temat, jakie są zagrożenia i jednocześnie, jak z tych zagrożeń wychodzić. To na co trzeba by jeszcze zwrócić uwagę tj. zielone światło dla twórców programów edukacyjnych, a także dla aktorów, którzy pewne treści przybliżają. I tu myślę, że tego zielonego światła nie ma. Ja sama oglądam już jako nie matka, ale babcia, trójki młodych ludzi, takich kilkulatków, że często książki dla nich, czy rzeczy dla nich są tworzone przez ludzi bardzo dobrej woli i bardzo kiepskich profesjonalnie. A więc jest problem taki, jak dać światło, jak przyciągnąć dla tej sprawy naprawdę świetnych poetów, świetnych twórców, takim twórcą np. jest pan Piotr Wojciechowski, wcześniej wspomniany. Równocześnie trzeba chwalić, jak powiedział ojciec Szulc, te programy dobre, ale równocześnie wyzwać wśród młodych twórców, postawić to jako temat dla nich, twórczość dla młodych ludzi. Myślę, że można by pomyśleć o pewnej korekturze programów edukacyjnych w wyższych uczelniach czy również w szkołach, ludzi którzy mają nam służyć służąc w mediach. Na tym skończę, dziękując panu senatorowi Szafrącowi, że zechciał dostrzec nasze piśmiennictwo i wspaniały swój cykl "Wyluzowane media, wyluzowane dzieci" ofiarować "Listom do pań". Dziękuję.

Ewa Janiak

*Wiceprezes Archidiecezjalnej Akcji Katolickiej we Wrocławiu
członek Zarządu Katolickiego Stowarzyszenia Lekarzy*

Na początku chciałam powiedzieć coś o propozycjach społecznych. 7 listopada odbyła się konferencja "Dziś i jutro rodziny" zorganizowana przez 4 stowarzyszenia katolickie, mianowicie: Rodzin, Lekarzy, Wychowawców oraz Akcje Katolicką i uchwalono rezolucję. Jeden z punktów tej rezolucji brzmi: "Oczekujemy wyeliminowania ze społecznego obiegu informacji oraz ze sfery kultury narodowej pornografii, nieobyczajności, sekciarstwa, przemocy i reklamy używek: alkoholu, papierosów i narkotyków". To a propos gotowości społecznej do tego, aby wprowadzić jakieś zmiany. Wydaje mi się, że telewizja, która produkuje różne dobre, bardzo dobre, ale również i toksyczne programy, dojrzała do tego żeby napisać program dla telewizji, żeby określić jasno cele, w które wbudowane byłyby

postawy moralne pozytywne. Cele, które realizowałyby uświadomione i nieświadomione, ale rzeczywiste potrzeby społeczeństwa. Myślę, że może sytuacja dojrzała już do tego, że skoro pan senator Szafraniec tak się zaangażował w tę sprawę, stawiam taki wniosek, żebyśmy jako uczestnicy konferencji powołali pana senatora na taką osobę, która by stworzyła i kierowała tym zespołem.

Jacek Filus

Polskie Radio Katowice

Przyszło mi podsumować to dzisiejsze spotkanie. Reprezentuję Polskie Radio Katowice i pierwsza sprawa panie senatorze, nie będzie dobrze dopóki będzie złe prawo, a że prawo jest złe, to chyba nikt na tej sali wątpliwości nie ma. Jeżeli nadawca nie ma prawa odmówić nadania reklamy, w której ewidentnie przekazywane są treści szkodliwe społecznie, to znaczy, że to prawo jest złe. A dzieje się tak w sytuacji, w której nie możemy odmówić nadania reklamy np. takiej, nie pamiętam dosłownie, ale brzmi ona mniej więcej tak: nie czytaj "NIE", jeśli nie chcesz się dowiedzieć o czymś tam. Ja bardzo przepraszam, uważam, że prasa jest wolna, ale niekoniecznie muszę czasopismo NIE reklamować. Tymczasem żadna ze spółek radia publicznego nie ma prawa odmówić nadania żadnej z reklam, za to grożą finansowe kary tak znaczne, że podejrzewam, że taka spółka radia publicznego poszłaby pod młotek. To pierwsza rzecz.

Druga. Tak się składa, że w dalszym ciągu istnieją opory, niestety w stolicy, zwłaszcza w programach centralnych Telewizji Polskiej, po prostu Warszawa jest odporna na wiele materiałów nadsyłanych z tzw. głębokiego terenu. Mówi się, że po prostu nie publikuje się takich reportaży, takich filmów - nie wiem dlaczego, ale niestety taka jest prawda. I zrealizowany przeze mnie, żałuję, że muszę mówić o czymś co sam zrobiłem, ale jest to przykład na to, że dzieje się źle, reportaż o księdzu, który przez 30 lat był nałogowym alkoholikiem, teraz jest alkoholikiem niepijącym, jest wspaniałym człowiekiem i prowadzi działalność duszpasterską w ośrodku odwykowym w Gorzycach. Reportaż trzykrotnie nadany w ośrodku telewizyjnym w Katowicach, oceniony bardzo wysoko. Zresztą ksiądz ten to wspaniała postać i zapraszany jest poza granice Polski, żeby mówić o swoich doświadczeniach człowieka, który wytrzeźwiał. Okazuje się, że tego reportażu w Telewizji Polskiej nadać nie można.

Żeby nie wyjeżdżać z tej konferencji bardzo zasmuconym, bo to co tu wszyscy państwo powiedzieli, zarówno prelegenci, jak i państwo biorący udział w dyskusji, ja mam taką propozycję: róbmy proszę państwa swoje, tak jak w piosence Wojtka Młynarskiego. Kiedy 9 lat temu wracałem po okresie stanu wojennego do Polskiego Radia, mając za sobą wiele różnych doświadczeń i z pisemek podziemnych, mówionych, wysyłanych w potrójnych kopertach, gdzieś tam przez znajomych do czasopism polonijnych, postawiłem sobie za cel stworzenie zespołu programów religijnych. Patrzono na mnie bardzo dziwnym wzrokiem, no ten to znowu chce coś wykombinować. I mimo tych spojrzeń funkcjonuje od 9 lat taki zespół. Audycje w nim realizują ludzie młodzi, świeccy, niekoniecznie bardzo wierzący, czasami ludzie poszukujący i myślę, że to jest ta droga żeby w naszych programach pokazywać nie tylko tych ludzi, którzy są tak bardzo zapaleni, ale także tych, którzy wątpią, którzy szukają, i wtedy nie zawsze musimy mieć asystenta kościelnego. Możemy takie programy robić sami i te programy są naprawdę wysoko oceniane również przez hierarchów. Szukajmy rozwiązań najprostszych w docieraniu do ludzi, m.in. przez niewykorzystywaną - nie wiem czemu - antenę własną do produkcji własnych, dobrych programów. Każdy z dziennikarzy ma prawo

do zareklamowania swojego dobrego materiału w postaci zajawki programowej programu własnego. A zatem korzystajmy z tego, promujmy swoje programy dobre, i myślę, że na następnym spotkaniu nasze nastroje pod koniec obrad będą trochę lepsze niż dzisiaj.

Gniewomir Rokosz-Kuczyński

przewodniczący dyskusji

Dzisiejsza konferencja dobiega końca, ale myślę, że głosy, które tutaj padły i deklaracje uczestnictwa w współtworzeniu audiowizualnej karty społecznych oczekiwań, zaproponowanej przez senatora Szafrąncę dowodzą, że jest potrzeba zrealizowania takiego przedsięwzięcia i z pewnością ta inicjatywa będzie miała miejsce w czasie, formule i metodzie takiej, która znajdzie akceptację wszystkich ruchów, stowarzyszeń, które będą chciały się w nią włączyć. Zachęcam tych, którzy chcą współpracować w przyszłości w ramach swoich organizacji na rzecz podejmowania inicjatyw medialnych razem, do deklaracji woli uczestnictwa we współtworzeniu audiowizualnej karty społecznych oczekiwań, karty, której projekt pan senator dzisiaj przedstawił. Tym apelem o pozostawienie deklaracji zamykam dzisiejsze spotkanie. Głos oddaję jeszcze inicjatorowi panu senatorowi Janowi Szafrąncowi.

Senator Jan Szafraniec

członek KRRiT

Dziękuję Państwu za zaufanie, jakim mnie obdarzyliście. Będąc członkiem Krajowej Rady nie mogę pełnić funkcji we władzach różnego rodzaju stowarzyszeń, natomiast nie znaczy to, że nie mogę być osobą inspirującą, osobą koordynującą pewne działania i rzeczywiście z wielką radością przyjmuję te zobowiązania. Myślę, że doprowadzimy je razem do szczęśliwego końca.