

ŻYCIE TO CHWIŁA JAWY

TADEUSZ JAGODZIŃSKI

ŚWIAT OCZAMI DZIENNIKARZA BBC

Wybór i redakcja Janusz Poniewierski

Wydawnictwo WAM

© Frances, Zosia i Alec Jagodzińscy, 2018

© Tygodnik Powszechny, 2018

© Wydawnictwo WAM, 2018

IDEA: Janusz Poniewierski i Jacek Ślusarczyk

REDAKTOR PROWADZĄCY: Damian Strączek

WYBÓR I REDAKCJA: Janusz Poniewierski

KOREKTA: Grzegorz Bogdał, Maciej Szklarczyk

PROJEKT GRAFICZNY, SKŁAD I FOTOEDYCJA: Marek K. Zalejski

FOTOGRAFIA NA OKŁADCE: Tadeusz Jagodziński

ZDJĘCIA W TEKŚCIE: Tadeusz Jagodziński

ISBN 978-83-277-1565-4

WYDAWNICTWO WAM

ul. Kopernika 26 • 31-501 Kraków

tel. 12 62 93 200 • faks 12 42 95 003

e-mail: wam@wydawnictwowam.pl

www.wydawnictwowam.pl

DZIAŁ HANDLOWY

tel. 12 62 93 254-255 • faks 12 62 93 496

e-mail: handel@wydawnictwowam.pl

KSIĘGARNIA WYSYŁKOWA

tel. 12 62 93 260

www.wydawnictwowam.pl

DRUK: OPOLGRAF • Opole

Nasza zabawa skończona. Aktorzy
Byli duchami, zgodnie z zapowiedzią,
I rozplynęli się w zwiewnym powietrzu.
A jak ulotna materia tych wizji,
Jak nasze bezcielesne widowisko,
Tak i pałace świetne, wieże w chmurach,
Wzniosłe świątynie, ba, cały ten glob
Ze wszystkim, co ma na swojej powierzchni,
Kiedyś rozwieje się, nie zostawiając
Strzępu mgły nawet. Jesteśmy surowcem,
Z którego sny się wyrabia, a życie
To chwila jawy między dwoma snami.



DARIUSZ ROSIAK

ŚWIAT TADEUSZA JAGODZIŃSKIEGO

- 6 MÓWI SIĘ CZASEM, ŻE W TŁUMACZENIU LITERACKIM NAJWAŻNIEJSZE jest to, czego nie da się przełożyć. Istota rzeczy mieści się gdzieś poza tekstem, nie sposób ująć jej w słowa, choć można próbować się do niej zbliżyć. Podobnie chyba jest przy pisaniu o dziełach osób bliskich, zwłaszcza tych, które odeszły tak brutalnie przedwcześnie jak Tadeusz Jagodziński. Istnieje w nas doświadczenie spotkania przerwane w niezrozumiały sposób, a na stole czy raczej na pulpicie komputera leży plik tekstów. Jak połączyć obie rzeczy?

Dokonany przez Janusza Poniewierskiego wybór tekstów Tadeusza Jagodzińskiego jest ledwie śladem jego myśli, wrażliwości, temperamentu, zainteresowań. Jednak nawet ten bardzo ograniczony zbiór pokazuje kilka cech autora jako pisarza i człowieka. Pamiętać należy, że Tadeusz był przede wszystkim radiowcem, lepił świat z dźwięków, co zresztą widać w jego pisaniu. On rejestrował, analizował, pochylał się nad szczegółem, szukał niekoniecznie tego, co najgłośniejsze, ale tego, co stanowi jądro opowieści.

Pracując przez prawie dwadzieścia lat w najlepszej organizacji medialnej na świecie (doskonale dostrzegał błędy BBC i pytany mówił o nich publicznie, jednak był pod jej przemożnym wpływem tak jak każdy, kto ją poznał wystarczająco dobrze), Tadeusz był umiejscowiony idealnie, by rejestrować najważniejsze wydarzenia i procesy lat 90. XX i początku XXI wieku. W przypadku radiowca i korespondenta ta rejestracja odbywa się w czasie rzeczywistym – efekt pracy znika po nadaniu przez radio albo po publikacji w gazecie. Na szczęście zawarte w tym zbiorze teksty pokazują, jak rozległe były zainteresowania i skala obserwacji autora.

Nie wiem, czy Tadeusz znał się na wszystkim, ale jeśli o czymś mówił albo pisał, to znaczy, że znał temat. To chyba wynikało z jego podejścia do mediów i roli dziennikarza, które w tym zbiorze najlepiej ilustruje wywiad przeprowadzony z nim w 2007 roku dla miesięcznika „Znak” przez Krystynę Strączek i Marcina Żyłę.

Tadeusz naprawdę wierzył w posłannictwo dziennikarza i misyjność tego zawodu. Każdy temat, za który się brał, musiał zostać przez niego solidnie udokumentowany, każda strona debaty musiała dostać głos, każdy argument musiał być opatrzony kontrargumentem.

Zapewne ogromne znaczenie w takim podejściu do swojej roli miała szkoła BBC, ale nie tylko. Przez lata pobytu na Wyspach Tadeusz przesiąkł zasadami i tonacją brytyjskiej debaty publicznej. Był nią zafascynowany, tak jak wielu z nas – ludzi, którzy do świata pełnego niedomówień, nieskończonej gamy barw i szarości przybywali w latach 80. z wyobraźnią wypraną w komunistycznej zero-jedynkowej bezalternatywie. Wydaje mi się jednak, że akurat w jego przypadku chodziło o coś więcej. Tadeusz pochodził z pokolenia pierwszej Solidarności, był człowiekiem bardzo silnie ukształtowanym przez ideały wielkiego przełomu 1981 roku, które poddane zostały ostatecznej próbie w wojnie polsko-jaruzelskiej. Wielu z nas nie przetrwało tej próby, co najlepiej widać było po tempie, w jakim kruszyły się kręgosłupy moralne i zmysł estetyczny ludzi po 1989 roku. Tadeusz do końca życia pozostał idealistą, i to nie tylko na poziomie politycznym, ale też praktycznym, o czym warto pamiętać. Po przyjeździe do Anglii, zanim jeszcze trafił do BBC, pracował w Londynie w firmie remontowo-budowlanej prowadzonej przez Tadeusza Warszawę, legendarnego działacza Solidarności Walczącej, i dobrowolnie się opodatkował na rzecz opozycji demokratycznej w PRL. Oczywiście Tadeusz Jagodziński dostrzegł z czasem (zresztą nie wymagało to nadludzkiej spostrzegawczości), że nasze, czyli młodych ludzi z drugiego szeregu NZS-u, wyidealizowane spojrzenie na Solidarność jest bardziej odbiciem naszych potrzeb duchowych niż stanu faktycznego. Trzymał się jednak, wszyscyśmy się trzymali tego ideału jak pijany płotu i gotowi byliśmy go bronić jeszcze długo po tym, jak dorośliśmy. Lepszego wyboru postawy nie było.

Polityka, zwłaszcza polska polityka wewnętrzna, interesowała go mniej niż kultura czy procesy cywilizacyjne, które od lat 90. XX wieku zaczęły nabierać tempa i kształtować świat w sposób wymykający się pobieżnej analizie. Tadeusz – idealista – nie szedł na łatwiznę być może dlatego, że właśnie z lat młodości wyniósł przekonanie o poszukiwaniu prawdy nie jako intelektualno-moralistycznym kaprysie lekkoducha, ale życiowym zadaniu, które zwłaszcza dla dziennikarza jest podstawą podejścia do rzeczywistości.

Tadeusz pochodził z czasów i miejsc, w których ludzie interesowali się tym, co myślą inni, w których celem dyskusji nie jest zniszczenie przeciwnika, ale zrozumienie go, być może nawet poszerzenie własnych horyzontów, wrażliwości, skali ocen. Nie dzielił, ale szukał połączeń. W tym sensie Tadeusz był wspaniałym przekąźnikiem duchowej spuścizny Solidarności pogrzebanej po grudniu 1981 roku przez generała Jaruzelskiego, a po czerwcu 1989 roku przez nasze własne demony i słabości.

Chyba dlatego ciągnęło go do tematów z pogranicza: pisał o eutanazji – sam będąc jej przeciwnikiem, próbował zrozumieć motywacje jej zwolenników; ceniąc Orwella z jego antykomunizmem, rejestrował wątpliwości po ujawnieniu dokumentów o współpracy pisarza z brytyjskimi służbami bezpieczeństwa. Pisząc o Irlandii czy o polskich Żydach, wchodził w meandry świata pamięci, w których jednoznaczne oceny moralne były nie na miejscu.

W tym sensie Tadeusz Jagodziński, choć wyrastał z polskiego doświadczenia politycznego 1981 roku, wystawał ponad politykę. „Niecierpliwy w nim ciskał się duch”, nie godził się na przeciętniactwo, na akceptację miernoty jako stylu życia i pracy. Stawiał sobie wysokie wymagania moralne – niektórzy mówili, że zbyt wysokie, za co zresztą płacił dużą cenę w życiu. Akceptował to, pewnie dlatego że – jak jeden z jego rozmówców z tego zbioru, podróżnik Ranulph Fiennes – wierzył w „triumf ducha nad materią”.

Pociągały go postaci kanoniczne, o ogromnej wadze dla kultury: George Orwell, Arthur Koestler, Salman Rushdie, Ted Hughes, William Blake, Aung San Suu Kyi. Pisał dużo o religii, zawarty w tym tomie reportaż, napisany po spotkaniu z księdzem Tissą Balasuriyą ze Sri Lanki, jest ilustracją precyzyjnego stylu, dociekliwości, zmysłu obserwacji Jagodzińskiego.

Pociągała go tradycyjna forma, nawet w krótkich omówieniach książek wolał uprawiać ginącą w Polsce sztukę krytyki literackiej, a nie znacznie popularniejszą formułę „pisz, co ci się wydaje”. Równocześnie Jagodziński był znakomitym obserwatorem kultury masowej: zawarte w tym tomie szkice o angielskich kibicach czy rozwoju brytyjskiego filmu dokumentalnego to perełki oprowiane przez znakomitego obserwatora i zajmującego opowiadacza. Tadeusz wiedział, że należy do wybrańców losu – jako polski emigrant znalazł się w znakomitej firmie i miał luksus mówienia i pisania o rzeczach, które go interesowały. A wachlarz tematów był ogromny. W sposób autentyczny i dogłębny znał się na Wielkiej Brytanii, jej historii, kulturze, muzyce, malarstwie, literaturze. Znał się również na polityce brytyjskiej, ale to kultura była dla niego narzędziem do opowiadania o człowieku. Bo Tadeusz był również, a może przede wszystkim, opowiadaczem.

Przez prawie dziesięć lat pracowałem wspólnie z nim, widywaliśmy się niemal codziennie, rozmawialiśmy na przeróżne tematy związane i niezwiązane z pracą, czasem spotykaliśmy się na gruncie towarzyskim, graliśmy w piłkę nożną, chodziliśmy po sklepach płytowych, jedliśmy razem obiady w kantynie i piliśmy piwo w klubie BBC. Tadeusz był człowiekiem bez przerwy szukającym nowych wyzwań, stawiającym nowe pytania, zgłębiającym nowe fascynacje literackie, filmowe czy teatralne.

Podział książki ilustruje przedmiot zainteresowań autora: media, kultura i cywilizacja, oraz fascynacja ostatnich lat, czyli Azja.

Pokażną częścią tego zbioru są teksty o sztuce, w których oprócz imponującej erudycji w oczy rzuca się jeszcze jedna cecha pisarstwa Jagodzińskiego. Tadeusz nie pisał przeciwko komukolwiek. W jego recenzjach książek czy filmów nie chodzi o ośmieszenie autora albo jego fanów ani o wykazanie, jaki krytyk jest mądry. On w zasadzie nie pisał o rzeczach, które mu się nie podobały, choć z rozmów z nim wiem, że było ich więcej niż tych, które go fascynowały.

Czy był staroświecki? Pewnie tak, dziś każda postawa pochodząca ze świata sprzed Google'a i Facebooka uważana jest za staroświecką, i to nie tylko wtedy, gdy ktoś, tak jak Tadeusz, potrafi kojarzyć fakty i procesy bez konsultacji z komputerem. Był przeciwieństwem nie tylko dzisiejszych ofiar cyfrowego ADHD, niezdolnych do skupienia uwagi na dłużej niż 15 sekund, ale też Tuwimowskiego mieszczanina – rzeczy mu się składały w całość.

A równocześnie jego idealizm nie przeradzał się w chorobliwą naiwność. W każdej z dziedzin, którą się zajmował, Tadeusz potrafił dostrzec zagrożenia i trafnie je nazywał. Nie miał złudzeń co do kierunku, w którym zmierza dziennikarstwo, pisał o mediach nieprofesjonalnych, bezmyślnych i czyniących krzywdę, dostrzegał zagrożenie związane z poddawaniem się dziennikarzy i instytucji medialnych wpływom polityków. Znał funkcje i zależności w obrębie systemu medialnego, wiedział, że nawet takie instytucje jak BBC nie są wolne od wpływów politycznych, i dawał wyraz swoim niepokojom.

Przez długi czas miałem wrażenie, że pisanie było dla niego działalnością podrzędną wobec pracy w radiu – i pewnie tak było. Był krótko londyńskim korespondentem „Gazety Wyborczej”, ale naprawdę wypisywał się jako stały współpracownik „Tygodnika Powszechnego” i miesięcznika „Znak”. W latach 2008-11 prowadził w nim rubrykę „Powiększenia”, poświęconą analizie sytuacji międzynarodowej. Dzisiaj wydaje mi się jednak, że nie chodziło mu

o spychanie pisania na drugi plan, ale raczej o przygotowywanie się do podjęcia nowego wyzwania w pełni i bez kompromisów. Po zamknięciu Sekcji Polskiej BBC, w której pracował od 1987 roku, Tadeusz zaczął studia na London School of Economics. Uczył się arabskiego po to, by dogłębnie poznać islam. Fascynował go Bliski Wschód, związki chrześcijaństwa z judaizmem. Jeździł regularnie do Birmy, która w ostatnich latach stała się mu szczególnie bliska. Miał o niej napisać książkę.

Nie napisze jej, nie poznamy jego opinii na temat politycznych przemian jednej z jego duchowych bohaterek, Aung San Suu Kyi. Nie dowiemy się, co myśli o papieżu Franciszku, jak ocenia Brexit czy Nobla dla Kazuo Ishigury.

A ja podczas najbliższej wizyty w Londynie nie spotkam się z Tadkiem w Pizza Express pod Broadcasting House i nie pogadamy o tym, jakie szanse mają Polska i Anglia na mistrzostwach świata w Rosji.

„Jesteśmy surowcem,
Z którego sny się wyrabia, a życie
To chwila jawy między dwoma snami”.

Cytat z ulubionej sztuki Tadeusza, „Burzy” Szekspira (w przekładzie Stanisława Barańczaka), znalazł się na odwrocie jego zdjęcia rozdawanego podczas pogrzebu w Częstochowie w 2013 roku. Ten wybór tekstów Tadeusza będzie szczątkowym świadectwem chwili jawy. Tego, co najważniejsze, i tak nie da się wyrazić. ■



1. PRZEKLEŃSTWO INFOROZRYWKI, CZYLI MEDIA W NASZYM ŚWIECIE



PIOTR MUCHARSKI

DAĆ GŁOS SKAZANYM NA MILCZENIE

TADEUSZ JAGODZIŃSKI BYŁ POWŚCIĄGLIWY W SĄDACH, nawet jeśli dotyczyły one jego największych fascynacji. Nie przeszkadzało nam to, choć wiele z tych fascynacji dzieliłiśmy wraz z nim. Może tylko czasem czuliśmy jakiś niedosyt, jeśli chodzi o wsparcie dla naszych entuzjasmów.

Bo kiedy już zaraził nas muzyką z „Buena Vista Social Club”, którą puścił w swojej radiowej audycji, a potem okazało się, że na punkcie Kubańczyków oszaleliśmy nie tylko my, ale i cała Polska, to trudno nam było później słuchać „na żywo” jego sceptycznych i trzeźwych uwag o pomysłodawcach owego projektu.

Jeszcze gorzej było w przypadku, który najbardziej nas zajmował, bo przecież łączyła nas z Tadeuszem profesja.

Tak bardzo chcieliśmy usłyszeć, jak idealne i bez skazy jest BBC. To był dla nas ostateczny argument w dyskusjach, że możliwe są wolne – niezależne od nacisków politycznych i biznesowych – publiczne media. Tak je tu sobie wyobrażaliśmy: z bezwzględnie przestrzeganiem kodeksu etycznego, informacjami pochodzącymi z „przynajmniej dwóch niezależnych źródeł” i ekspertami po trzech fakultetach na Cambridge. No i każdy z nas chciał mówić po angielsku tak właśnie jak oni – to był jeszcze jeden podprogowy element mozaiki, dopełniający potęgę mitu instytucji, w której pracował Tadeusz.

Wiedział, że jeśli chodzi o media, nie mógł trafić lepiej. Ale dobrze też wiedział, jak ostudzić nasze emocje. Po prostu rozumiał, co nadchodzi. My jeszcze nie.

Infotainment sprzed czasów globalnej sieci był dla niego zarazą, ale przecież malutką w porównaniu z tym, co przyniosły nam dzisiejsze czasy fake newsów i postprawdy (cokolwiek ona znaczy). Dlatego jego sądy o mediach, zawarte w tej książce, czyta się jak zapis ostatniego momentu, w którym czwartą władzę sprawowały jeszcze instytucje obdarzone kulturowym autorytetem.

Brał się on z prostej przyczyny – instytucje te same dbały o to, by przede wszystkim nie kłamać. Dlatego im ufano, po prostu. Pole, które Tadeusz tu zakreśla, odróżniając media od pseudomediów, jest – mimo dystansu czasowego – wciąż aktualne, choć dramatycznie zawężone, by nie powiedzieć: zmarginalizowane w morzu samoreprodukujących się treści o niewiadomym pochodzeniu.

Dla Tadeusza było to (i byłoby dzisiaj) bolesne, ponieważ uważał, że jakkolwiek jesteśmy związani ze swoim partykularnym punktem widzenia, swoją kulturą, krajem, tradycją, to media są po to, żeby uczynić cały świat widzialnym i słyszalnym. Czy raczej: udzielić mu głosu. Niezależnie od bezwzględnej miary medialnych „trupokilometrów”, mówiącej, że jedna ofiara, która zginęła w zasięgu stu kilometrów od nas, znaczy dla medialnej publiczności tyle, co tysiąc ofiar w miejscu odległym o kilka tysięcy kilometrów. Z tym nie mógł – nie chciał! – się pogodzić. Choć jednocześnie wiedział, że nigdy nie zepniemy naszej partykularnej wrażliwości z całym globalnym bezmiarem cierpienia.

Jego ostatnie marzenie, którym się z nami dzielił, jakoś się z tym wiązało.

Już nie pracował w BBC. Jeździł do Azji, bo też pewnie przeczuwał, jak wielu, że tam właśnie przesuwają się pępek świata. Mało, coraz mniej europejskich redakcji stać na korespondentów

stamtąd, muszą więc czerpać wiedzę z niepewnych źródeł. Marzyło mu się zatem zbudowanie agencji, złożonej pewnie z korespondentów o podobnym statusie co on. Nie „specjalistów od Azji”, tylko specjalistów od każdego z niezliczonej ilości azjatyckich światów. Dla siebie zapewne wybrałby Birnę. Nie wiem, do jakiego stadium doprowadził swój pomysł. Nie wiem nawet, czy zaczął go realizować.

Tym pewnie chciał być: kimś, kto daje głos skazanym na milczenie.



PRZEKLEŃSTWO INFOROZRYWKI

16

TADEUSZ
JAGODZIŃSKI

BYŁO COŚ WRĘCZ NIEPRZYWOITEGO W EKSPLOATOWaniu przez globalne media wydarzeń z 11 września [2001 roku]. Nawet w najodleglejszym zakątku ziemi można było na chybił trafił włączyć telewizor i oglądać, jak pilotowany przez zamachowca boeing raz za razem przecina niebo nad Nowym Jorkiem, a potem niknie w kłębach płomieni i dymu. Ale szefowie rozlicznych redakcji telewizyjnych (zwłaszcza w krajach anglosaskich, do których się ograniczę w tym tekście) doskonale wiedzieli, co robią, powtarzając w nieskończoność dramatyczne sekwencje z Manhattanu. Obraz, jaki przedstawiła telewizja, bardziej przypominał film fabularny aniżeli rzeczywistość, chociaż był przeraźliwie realny. W ten sposób spełniały się najskrytsze marzenia wielu speców od informacji. Oto świat „poważnych programów informacyjnych” i świat „rozrywki” zlewały się w jedno. Naturalnie bez specjalnego wysiłku dziennikarskiego. Setki milionów widzów na całym świecie ślęczały przed telewizorami. I nie trzeba było specjalnie zabiegać o utrzymanie ich uwagi. Wystarczyło wycelować oko kamery na Manhattan. Kultura inforozrywki, złąkniona szoku, sensacji i krwi, miała swój nieoczekiwany festyn.



Samo pojęcie *infotainment* (wedle najnowszej internetowej edycji Oksfordzkiego Słownika Języka Angielskiego: „materiał emitowany przez media elektroniczne, mający jednocześnie informować i bawić; prezentowanie informacji w sposób rozrywkowy”) pojawiło się w świecie mediów i we współczesnym

- Niegdyś, zgodnie z edukacyjną rolą mediów publicznych, słuchacz czy widz był przede wszystkim obywatelem. Teraz – w warunkach zaostrzającej się konkurencji rynkowej – stał się klientem. Na skutki tej zmiany nie trzeba było zbyt długo czekać.

języku stosunkowo niedawno, ale za to bardzo szybko zrobiło fenomenalną wprost karierę.

W druku po raz pierwszy posłużył się nim bodaj Ron Eisenberg w periodyku „Phone Call” (luty 1980 roku). Pod koniec lat 80. termin ten (ukuty zgodnie z żartobliwymi regułami Lewisa Carrolla, odnoszącymi się do kilkuczłonowych słów-walizek z opowieści o Alicji) był już niemal obowiązkowym gościem każdej anglosaskiej dyskusji na temat stanu mediów lub jakości współczesnego dziennikarstwa. W samym połączeniu informacji i rozrywki (ang. *information* oraz *entertainment*) nie było zresztą niczego nowego. W końcu ludzkość czyniła to od czasów przedpiśmiennych, kiedy to w najrozmaitszy sposób ubarwiano opowieści o bitewnych wyczynach czy wyjątkowo owocnych polowaniach. A później, za życia naszych prapradziadów, sprzedawcy gazet zdzierali gardła, zachwalając towar jako „niebawale krwawe wieści”, i jeszcze – w przerwach na zaczerpnięcie oddechu – wydobywali przeraźliwy ryk z podręcznych cynowych klaksonów, żeby zwiększyć zainteresowanie przechodniów nagłówkami. Czyż nie można ich uważać za prekursorów dzisiejszych handlarzy inforozrywką, którzy reklamują swe wyroby krzykliwymi zwiastunami?

Współczesnym propagatorom *infotainment* dobrze znana była również stara zasada „uczyć bawiąc”, utwierdzająca ich w przekonaniu, iż czasem sposób podania informacji jest równie ważny jak ona sama. Chodziło im więc o to, by nie zanudzić, lecz trafić do odbiorcy, przyciągnąć jego uwagę, przy okazji wyjaśniając mu zawile kwestie w sposób „lekki” i przystępny. Tyle teoretycznego optymizmu. Praktyka, jak to często bywa, odbiegała nieco od ideału, niosąc z sobą cały splot rozmaitych zagrożeń i rozmywając znaczenie samego pojęcia „inforozrywki”. O ile bowiem dla znacznego odłamu klasy menedżerskiej w świecie mediów lat 80. i 90. termin ten pozostawał pozytywnym hasłem-wytrychem, otwierającym drogę do sukcesu i rozwiązującym wszelkie profesjonalne trudności, o tyle w kręgach dziennikarskich stał się synonimem zawodowej degradacji, pogoni za sensacją, wreszcie spłykania czy powierzchownego traktowania problemów.

Trudno wskazać moment, w którym nastąpiło to semantyczne rozwarstwienie. Niektórzy mówią o bardzo wyraźnej cezurze, jaką w świecie mediów wyznaczała wojna nad Zatoką Perską z 1991 roku. Był to czas bezprecedensowego triumfu amerykańskiej sieci telewizyjnej CNN (znamienne, że wkrótce potem została ona wykupiona

przez konglomerat Time Warner, poszerzony niebawem o AOL, stając się częścią multimedialnego – a więc inforozrywkowego w najszerszym rozumieniu tego słowa – giganta), pierwszego całodobowego nadawcy ściśle informacyjnego. To wtedy okazało się, że dziesiątki milionów ludzi na całym świecie gotowe są spędzać długie godziny przed telewizorami, śledząc rozwój najnowszych wydarzeń. Właściciele i udziałowcy przekonali się, że całodobowa telewizja informacyjna może być intratną propozycją rynkową (czytaj: wzbudzającą zainteresowanie reklamodawców) pod warunkiem wszakże utrzymania widzów. A tu – według ich analiz – ceną było odejście od dawnego dostojęstwa i powagi, które miały odstraszać masowego odbiorcę. Ten pogląd rozprzestrzenił się jak pożar w wysuszonej puszczy, zdobywając żarliwych wyznawców niemal we wszystkich redakcjach (w tym miejscu sam gotów jestem uderzyć się w piersi). Znamienne, że właśnie w czasie wojny nad Zatoką do sztandarowego programu informacyjnego BBC (a więc publicznego nadawcy brytyjskiego) „Newsnight” wdarła się słynna już dziś – służąca za model Pustyni Arabskiej – piaskownica, w której poważny skądinąd dziennikarz Peter Snow „bawił się”, przedstawiając na oczach widzów plastikowe czołgi i samoloty, co mogło podobać się szefom anten, ale równocześnie raziło mnóstwo ludzi zarówno z branży, jak i spoza niej, którzy zwyczajnie chcieli być traktowani jak dorośli.

Bardzo wielu zwolenników ma jednak szkoła utrzymująca, iż proces przenikania wartości i metod show-biznesu do sfery informacyjnej, zwłaszcza w jej telewizyjnej odmianie, miał charakter ewolucyjny. Stopniowo również narastały rozdzźwięki w jego ocenie, bo nawet ci fachowcy, którzy zdawali sobie sprawę z zagrożeń, skłonni byli zrazu dostrzegać też blaski nadchodzących przemian, choćby wzbogacenie języka dziennikarskiego opisu czy poszerzenie arsenału form wykorzystywanych w pracy radiowo-telewizyjnej. Z czasem jednak stawało się jasne, że w tle tych przeobrażeń kryje się radykalna zmiana podejścia do odbiorcy informacji przekazywanych przez media. Niegdyś, zgodnie z edukacyjną rolą mediów publicznych, słuchacz czy widz był przede wszystkim obywatelem. Teraz zaś (w warunkach zaostrzającej się konkurencji rynkowej, a rynek medialny to niewątpliwie jedna z najbardziej zageszczonych gałęzi gospodarki w krajach anglosaskich) stawał się klientem. Na skutki tej zmiany nie trzeba było zbyt długo czekać. Inforozrywka, jakby przez osmozę, przenikała do poważnych dzienników czy programów publicystyczno-informacyjnych. Ich prezydentzy

zaczęli występować również w roli gospodarzy quizów bądź programów typu *talk-show*, słynących z „miękkiego”, salonowo-przymilnego dziennikarstwa. W samych dziennikach zmniejszył się ciężar gatunkowy wiadomości; w studiach wygodne sofy zastępowały dotychczasowy, biurowy wystrój wnętrz; w doborze tematyki sensacyjne opowieści o przestępstwach albo o życiu prywatnym gwiazd estrady czy (jak w Anglii) rodziny panującej spychały na dalszy plan trudniejsze kwestie polityczne. Jako zbyt elitarna spadała z anteny problematyka kulturalna, zwłaszcza dotycząca kultury wysokiej. Rzetelna, obiektywna analiza coraz częściej przegrywała w starciu z błyskotliwością formy i powierzchownością treści. Owo spłycenie wynikało w znacznej mierze z przekonania o niedojrzałości masowego odbiorcy, o jego ograniczonych możliwościach koncentracji, intelektualnym lenistwie. Odbiorca – zdaniem ideologów inforozrywki – w gruncie rzeczy jest dzieckiem, które należy wciągać do wspólnej zabawy. W ten sposób urzeczywistniła się głośna diagnoza Neila Postmana z 1985 roku: program rozrywkowy stawał się podstawowym formatem telewizyjnym, w którym przedstawia się życie; poddając się tej przemianie, widzowie ryzykowali jednak „zabawienie się na śmierć”.

O metaforycznej trafności tego określenia świat mediów mógł się przekonać w dość makabryczny sposób 22 stycznia 1987 roku. Tego dnia skarbnik stanowy z Pensylwanii, r. Budd Dwyer, podczas konferencji prasowej w Harrisburgu wyciągnął nagle pistolet, włożył lufę do ust i pociągnął za cyngiel. W świetle jupiterów, przed kamerami. Tak się złożyło, że żadna stacja nie transmitowała tego wydarzenia na żywo, niemniej cztery telewizje zdecydowały się później nadać ten materiał. Posmak sensacji, wola prześcignięcia konkurentów okazały się silniejsze od obyczajowych zahamowań. Inforozrywka mierzyła swą dojrzałość przesuwaniem granicy między tym, co można, a tym, czego nie godzi się wyemitować.



Nie trzeba zbyt wnikliwie analizować przyczyn rewolucji (czy – jak kto woli – ewolucji) inforozrywkowej, żeby dostrzec, iż jednym z najważniejszych czynników, jakie ją napędzały, były pieniądze. To udziałowcy, dbając nade wszystko o cenę swych akcji, oraz reklamodawcy zainteresowani dotarciem do jak najliczniejszych rzesz klientów, domagali się nieustannego zwiększania oglądalności i obniżania kosztów produkcji.

Kierując się więc staraniami o przyciągnięcie jak największego audytorium, szefowie anten (nie bez inspiracji swych zwierzchników) wyraźnie zaczęli stawiać na inforozrywkę we wszelkich odmianach, bo ta zdawała się gwarantować pożądane z ich punktu widzenia rezultaty. Jeśli nowy romans w Hollywood przyciągnął przed odbiorniki więcej ludzi aniżeli problem lawinowo narastającego bezrobocia w Niemczech, wybór tematu był z góry przesądzony. W istotny sposób trend ten musiał odbić się na poziomie dziennikarstwa, szczególnie zaś w jego „śledczej” odmianie. Tu także odzywała się presja finansowa, gdyż znacznie łatwiej (i taniej) przygotować program kompilujący wiadomości na temat filmowej gwiazdy (rzecz jasna, bez zbędnych kontrowersji, bo w przeciwnym razie gwiazda może nam w przyszłości odmówić wywiadu) aniżeli solidny materiał, którego publikacja byłaby nie w smak wpływowym ludziom czy organizacjom. (Niektórzy wręcz definiują dziennikarstwo jako upublicznianie informacji, które możni tego świata starają się zataić, a reszta współczesnej działalności medialnej wpisuje się – ich zdaniem – do kategorii reklamy albo *public relations*).

Mogłoby się wydawać, że naturalnym parasolem chroniącym przed tego typu zagrożeniami dla dziennikarstwa byłyby media publiczne, z definicji mniej podatne na dyktat rynku – finansuje je wszak podatnik. Tak jednak nie jest, w każdym razie nie do końca, gdyż na przykład w Wielkiej Brytanii szczycąca się swą polityczną niezależnością i profesjonalizmem BBC coraz wyraźniej występuje pod sztandarami walki o miejsce na rynku i coraz częściej potyka się na działalności inforozrywkowej.

Przykłady? Bardzo proszę. Oto kilka miesięcy temu głośno tu było o sprawie prestiżowego i kosztownego programu dokumentalnego telewizji BBC „MacIntyre Undercover”, którego twórcy, tropiąc nadużycia w agencjach reklamowych, „mieli działać z naruszeniem prawa, nie stosować się do wewnętrznych korporacyjnych zasad etyki dziennikarskiej, a nawet... posuwać się do szantażu” („Independent On Sunday”, 17 VI 2001). Wprawdzie oficjalnie korporacja odrzuciła zarzuty, ale z pokrzywdzoną agencją zawarła poza sądem ugodę, co dość jednoznacznie komentowano jako przyznanie się do winy. A w chwili, kiedy piszę te słowa, dociera do mnie głos telewizyjnego spikera, przepraszającego arabskich biznesmenów za bezpodstawne powiązanie ich z terroryzmem i organizacją Bin Ladena w innym programie BBC. Oczywiście można te przypadki zakwalifikować jako jednostkowe odstępstwa od

reguły, bo na pewno nie zanikła jeszcze w Anglii tradycja profesjonalnie przygotowywanych programów dokumentalnych czy serwisów informacyjnych, ale coraz liczniejsi obserwatorzy skłaniają się ku opinii, że inforozrywkowa gonitwa za sensacją w połączeniu z presją sukcesu, stałymi sieciami budżetowymi czy ograniczaniem szkolenia młodych kadr jest już wynikiem trwałej tendencji, a nie incydentalnego drgnienia na wykresach statystycznych. I coraz trudniej oprzeć się wrażeniu, że w ostatecznym rozrachunku winą za tak dominującą dziś pozycję inforozrywki trzeba w pierwszym rzędzie obarczyć medialnych menedżerów, którzy zdają się postrzegać swą odpowiedzialność w kategoriach, co najwyżej, średniego dystansu (podważanie wiarygodności programów informacyjnych, czego zdają się nie zauważać, musi przecież okazać się bardzo kosztowne na dłuższą metę), swą strategię zaś ograniczają do tego, by „trwać”, nie zastanawiając się zbyt nad tym „jak?” i – co chyba jeszcze ważniejsze – „w imię czego?”.



Czy jesteśmy zatem skazani na triumfalny marsz *infotainment*? Pytanie to jest tym bardziej palące, że w dzisiejszej globalnej wiosce wzorce anglosaskie okazują się bardzo żywotne, by nie powiedzieć: zaraźliwe. Nie brak pesymistów, upatrujących w inforozrywce znak czasów, a nawet uważających ją za nieuchronny wyrok dziejów.

Ale na pewno nie jest to jeszcze – przynajmniej w Wielkiej Brytanii – niepodzielne władanie nad sferą informacji w mediach. W ostatnich miesiącach zresztą pojawił się promyk nadziei, choć jego źródłem nie była telewizja. Otóż w niezwykle podejrzliwej wobec intelektualistów Anglii po 11 września – by wrócić do pierwotnego przykładu, od którego zacząłem ten opis – redakcje największych gazet brytyjskich zwróciły się właśnie do pisarzy, eseistów i historyków o komentarz na temat zamachu, jakby instynktownie wyczuwając, że obrazy, jakimi równocześnie bombardowała odbiorców telewizja, wywołują przede wszystkim mętlik w głowach.

Żeby znaleźć inną perspektywę, przywrócić należne miejsce kulturze słowa, trzeba było po prostu zwrócić się do ekspertów od wyobraźni. Całe szpalty oddano więc ludziom pokroju Simona Schamy, Iana McEwana, czy Martina Amisa, którzy pisząc o zachodnich rozterkach z połowy września [2001 roku], zdecydowanie wynosili poziom publicznej debaty ponad „inforozrywkową magmę”. Było coś

budującego w tym odruchu, podobnie jak w fakcie, iż sprzedaż gazet z tymi tekstami nie zmalała, lecz dramatycznie wzrosła. A to by znaczyło, że odbiorcy zniesmaczeni wszędobylstwem inforozrywki bynajmniej nie zniknęli z powierzchni ziemi. I że zabiorą w końcu głos w szerszej debacie (do której prędzej czy później musi dojść) na temat tak fundamentalnych dla całej kultury informacyjnej pojęć, jak „elitaryzm” czy „demokracja”. I jeśli nadawcy nie zadbają o zaspokojenie ich potrzeb, to pozostanie im (nam?) ostateczna rynkowa broń, jaką jest przyciśnięcie guzika zmieniającego kanały lub wyłącznika. ■ 2002