

Stefan Wilkanowicz

ROLA MEDIÓW W BUDOWIE SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO

Głos w panelu

Proponuje – bardzo skrótowo oczywiście - rozważenie tego tematu, ponieważ jestem przekonany, że w ramach tej konferencji zajmujemy się Radami Ekonomiczno-Społecznymi nie tylko od ich strony instytucjonalnej, ale w ramach szeroko pojętych zadań budowy społeczeństwa obywatelskiego.

Najpierw jednak trzeba przypomnieć zaszłości, to znaczy obciążenia historyczne, z którymi się borykamy i które nieraz istotnie hamują ten proces i osłabiają nasze nadzieje. Dotyczą one Polski i - w różnym stopniu – krajów postsocjalistycznego regionu Europy.

Oto krótkie wyliczenie:

- szlacheckie warcholstwo i sobiepaństwo – chłopskie poddaństwo;
- wyuczona bierność;
- wyuczona nieufność;
- obrzydzenie pracy społecznej – fikcyjnej, karierowiczowskiej;
- gruntowna deformacja spółdzielczości, jej upolitycznienie i biurokratyzacja;
- upadek kultury pracy;
- „biegunka ustawodawcza” – nieprawdopodobne mnożenie ustaw i rozporządzeń, niemożliwych do przestrzegania;
- centralizacja prowadząca do chaosu;
- omnipotencja i degeneracja państwa;
- wspaniałe zrywy solidarności w walce, ale nie w pracy.

Na tym tle rola mediów wydaje się być bardzo ważna, mają one przecież coraz większy wpływ na nasze życie. Ale poddane są też pewnym słabościom, niekiedy groźnym.

Wielkonakładowe media ogólnopolskie mało się interesują sprawami lokalnymi, „bazą” społeczeństwa obywatelskiego. Zbyt gonią za sensacją, a życie społeczne „w terenie” bywa mało ciekawe. Kto ma zresztą czas aby go tracić na szukanie mądrości (i wytrwałości) u prostych ludzi, których normalnie nikt nie pyta o zdanie i którzy nie umieją „się sprzedać”.

Tu trzeba także dodać, że te media (polskie) są równocześnie za mało „globalne”, za mało dają ważnych informacji o współczesnym świecie (chyba, że się przydarzy tsunami, tajfun lub jakaś krwawa rewolta).

Bardziej można liczyć na media lokalne, które z natury rzeczy są „bliżej życia”. Jest ich wiele i bardzo różnych. Mogą mieć zasięg regionalny, gminny, miejski, dzielnicowy czy parafialny. Bardzo ważne jest to, że w zasadzie nie konkurują między sobą. Konkurencja w mediach jest niebezpieczna, łatwo bowiem prowadzi do obniżania ich poziomu, nieraz degradacji – bo walczą się bez pardonowo o odbiorców i reklamodawców.

Media lokalne są tu swobodniejsze i ich zasięg w dużej mierze zależy od umiejętności dotarcia do spraw i potrzeb mieszkańców wielu miejscowości. Oczywiście muszą konkurować z mediami komercyjnymi, które często szerzą antykulturę pstrokacizny, hałasu i chaosu, w praktyce niszcząc nie tylko tak zwaną „kulturę wysoką”, ale po prostu kulturę.

Trzeba tu pamiętać o tym, że dzisiaj Internet jest coraz szerzej dostępny i że trzeba mądrze i intensywnie to medium wykorzystywać. Mają je szkoły, urzędy, organizacje, przedsiębiorstwa, parafie – i coraz więcej rodzin. Dzięki nim można łatwo wymieniać

informacje, doświadczenia i projekty. Można o wiele szerzej uczestniczyć w życiu kulturalnym, możliwa jest telepraca i telewolontariat. Niekiedy można słuchać kazań przez Internet, a gdyby się organizatorom chciało to i śledzić obrady jakiegoś kongresu w innym mieście czy kraju.

Trzeba jednak przyznać, że nie jest łatwo o optymizm w dziedzinie mediów. Pesyściom dają jednak przykład największego francuskiego dziennika „Ouest-France” (nakład 800 tysięcy, 37 wydań lokalnych), który powiększa nakład wcale nie obniżając poziomu, który ma wewnętrzny kodeks etyczny określający na przykład sposób pisania o zbrodniach i okrucieństwach tak, aby nie wywoływać zgorszenia czy jakiejś fascynacji takimi wydarzeniami.

Media muszą się stać coraz bardziej multimedialne, a także globalne i lokalne. Muszą operować drukiem, dźwiękiem i obrazem, a w przyszłości wykorzystywać nowoczesne czytniki. Być instrumentem przekazu informacji i ich „wyciągania” od szerokich kręgów ludzi.

W ten sposób będą mogły skutecznie współbudować społeczeństwo obywatelskie i demokratyczną kulturę.