**Paweł Kasprzak. Media. Klikbajty w służbie populizmu. Czy koniecznie złego?**

Chcę zaproponować myślenie o „dobrym populizmie” – społecznikom, politykom i może zwłaszcza ludziom mediów, bez których żaden projekt społeczny i polityczny po prostu nie ma szans się udać. Zatem spojrzenie z perspektywy mediów – na marginesie ich ogromnego ustrojowego znaczenia.

Media to temat zbyt rozległy i trudny jak na jedną konferencję, czy na dziesięć takich. Nowe media nie potrzebują nikczemnych sił stojących np. za Cambridge Analytica, by kompletnie zrujnować społeczną świadomość – wystarczy do tego bezinteresowny politycznie merkantylizm. Media tradycyjne cierpią na konkurencji z siecią, a mechanizmy przystosowawcze zastraszają. Media publiczne mamy w Polsce przygotowane na szybkie i bezproblemowe przejęcie przez każdą władzę aspirującą do dyktatury. O ich misji szkoda mówić. O etyce także.

W czasie pisowskiej smuty brałem udział w kilku dyskusjach poświęconych mediom, by odkryć, że najprostszym testem na wolność mediów elektronicznych jest dla większości dyskutujących, czy stacje zapraszają do studia Tomka Piątka, czy (ze strachu przed władzą) tego nie robią. Kiedy próbowałem mówić, że media są w Polsce plemienne i zblatowane z polityką, którą ochoczo uprawiają, nie stroniąc od własnej, wewnętrznej cenzury i również manipulacji, byłem w tym sam i zewsząd słyszałem, że nie da się żadnego z „wolnych mediów” porównać do szczujni w TVPiS, jakby to było odkryciem i w czymkolwiek posuwało nas naprzód.

Nieco ciekawsze były spotkania społeczników z ludźmi mediów, na których poszukiwano warunków, by cokolwiek wartościowego i jakiekolwiek wartości ważne dla wspólnoty, znalazły tam miejsce. Fachowcy od mediów, im lepsi tym bardziej, na wszelkie sposoby pokazywali nam wtedy siłę klikbajtów, przemożny mechanizm dyskwalifikujący wszystko, co wartościowe i – co ciekawe – wszystko, co interesujące. Niewielu z nich demonstrowało skłonność do poszukiwania sposobów przełamania tego fatalizmu. Prawdopodobnie dlatego, że to jest piekielnie trudne. Ale byli tacy.

Rodzi to wszystko definicyjne zamieszanie na bardzo podstawowym poziomie. Da się mianowicie zaproponować definicję populizmu, która mówi po prostu, że on jest właśnie tym, co się dobrze klika. Nie trzeba inaczej definiować populistycznych treści, mówiąc, że one są np. brunatne. Analizy pokażą zawsze jakąś odsłonę praw uznawanych za oczywiste, choć niekoniecznie rzeczywiście prawdziwych, jak to, że w kinie najlepiej sprzedaje się seks i przemoc, a w polityce strach i obietnice życia bez kosztów. Z tego punktu widzenia media są narzędziem, może nawet sprawczą siłą populizmu, z całą pewnością są jego siłą napędową. Być może media po prostu są populizmem, by sparafrazować McLuhana.

Jednym z pytań – jeśli mamy czas by sobie pozwolić na dygresję nieco odległą od polityki, a jednak silnie związaną z mechanizmami ludzkich zachowań zwłaszcza w zderzeniu z biznesem – jest, czy rzeczywiście wyłącznie bezwartościowy chłam ma szansę się sprzedać. W okresie transformacji mieliśmy w Polsce doświadczenie ciekawe i nieznane w wolnym świecie. Otóż lokomotywami oglądalności telewizyjnej były w Polsce jeszcze 40 lat temu pełnometrażowe filmy. Czy było to kino artystyczne, czy komercyjne, chodziło o duże produkcje, z których najgorsze były i tak czymś od niebo lepszym od wenezuelskich telenowel, które w dobie transformacji zaczęły królować, długo utrzymując swoją pozycję, zastępowane potem rzeczami podobnej klasy. Oksymoron-utopia z czasów Gierka – „tanio i smacznie” – doczekał się w ten sposób swojej realizacji w medialnym kapitalizmie. Trwało to czas jakiś – jak każdy proces wymagający zmiany przyzwyczajeń w masowej skali. Seriale zdobywały widownię nie natychmiast, przez jakiś czas wciąż nie dorównując filmom. Do dziś nie jest prawdą, że nadając dobre kino koniecznie trzeba zbankrutować. Nie, nie trzeba. Ale stacje muszą konkurować ze sobą o dostęp do bibliotek o ograniczonych zasobach, co oczywiście pogarsza warunki finansowe. Przede wszystkim jednak tanie seriale – choć przez bardzo długi czas oglądały się gorzej – były opłacalne, bo choć generowały mniejszy przychód, to zysk był na nich większy i szybszy. Jeśli stacje są giełdowymi spółkami, to jest pozamiatane – inwestorzy szukają zysków i dużych, i szybkich. Sama rentowność im nie wystarczy. Dziś już nikt nie szuka filmów w telewizji – jeśli znajdą się w programie stacji, ich wyniki nie są dobre. Ale to skutek zmiany w mediach i stosownej zmiany naszych przyzwyczajeń, a nie przyczyna. Nie chodzi też o zmianę ludzkich gustów. Po prostu już od dawna nie w telewizji szukamy tego rodzaju oferty.

Przykładem osobnej klasy zjawisk jest *Amadeusz* Formana, który przełamał kilka oczywistych prawd showbiznesu. To nie była superprodukcja. A była bardzo kasowa. I spowodowała, że *Requiem* Mozarta jeszcze przez ponad rok utrzymywało się w czołówkach radiowych playlist…

Kulturowe skutki wczesnego kapitalizmu polskich mediów były rozmaite i na ogół tragiczne. Wśród tych najrzadziej zauważanych było adresowanie treści do konkretnych grup widzów pod kątem reklamodawców. Zatem np. singielki z wielkich miast, relatywnie zamożne, młode i robiące kariery dostawały *Seks w wielkim mieście* z reklamami biżuterii, drogich kosmetyków, nawet samochodów, wakacji w SPA itd., a *M jak miłość* sprzedawało margarynę i proszki do prania w ofercie dla gospodyń domowych. Język obu tych odmiennie adresowanych produkcji był wzajemnie właściwie niezrozumiały, inny był tam świat pojęć, style życia, inny zakres słów, inne skróty myślowe. W ten sposób czysto komercyjna segmentacja rynku z wyłącznie merkantylnych powodów utrwaliła istnienie odizolowanych od siebie kulturowo grup społecznych i całych środowisk, nie rozumiejących wzajemnie swoich systemów pojęć, wartości i w pewnym stopniu nawet języka. Jeśli ktokolwiek sądzi, że było to bez wpływu na dziś widoczną polską wojnę, to jest naiwny.

Polityka w mediach to rozdział osobny. Mam tu osobiste doświadczenie 5 minut własnej sławy i wiedzę o tym, kiedy ona minęła. Otóż byłem radykałem, twardzielem anty-PiS-u, uczestnikiem „szarpanin z policją”, jakiegoś rodzaju bohaterem. To mi było wolno. Gadki o wartościach bywały dopuszczalne, jeśli o nich mówiłem z odpowiednim ogniem w oczach. Ot, taki wyciskacz łez w bonusie. Rola uliczników była dla nas dozwolona. I tylko ona. Niedopuszczalnym *faux pas* było, kiedy ulicznik na salonie odezwał się o polityce. To przywilej wyłącznie polityków, którym wolno wygadywać dowolne bzdury i głupoty, a kiedy jeszcze odbywa się to w formule ringu, to oczywiście jest już zupełnie świetnie. Skutkiem jest nie tylko powszechnie zauważana brutalizacja języka polityki wypranego już ze wszystkiego innego. Przede wszystkim polityka staje się dla nas wyłącznie widowiskiem. Jeśli mówimy „wygraliśmy”, to wyłącznie w takim sensie, w jakim mówimy o wygranym meczu piłkarskim. Jesteśmy widzami, oglądamy rozrywkę, jeśli emocjonującą, to tym lepszą. Przede wszystkim nie chcemy udziału, sprawstwa, wpływu. Identyfikacja widza lub kibica zupełnie nam wystarcza. Innej nie chcemy. Przecież nie będziemy biegać po boisku, frajda nie na tym polega. To jeden z powodów, dla których obywatelskie postulaty sprawstwa w polityce trafiają w coraz większą próżnię.

Jak to jest, że czasem coś się jednak udaje? Potrzebujemy studiów przypadków. Np. takich:

Kiedy w Londynie Extinction Rebellion zablokowało miasto, postępując dokładnie tak, jak dziś robi to Ostatnie Pokolenie, nie tylko BBC, ale wszystkie komercyjne stacje zapraszały do studiów tych dziwacznie wyglądających anarchistów, by z nimi poważnie i przez wiele godzin do spodu debatować o tym, dlaczego system niezdolny do stawienia czoła katastrofie trzeba obalić. Oglądało się to? Jasne! Tym bardziej, im większą i bardziej uciążliwą dla londyńczyków zadymę powodowały blokady. Przecież to oczywiste. Efekt w mainstreamowej polityce był natychmiastowy. Nieszczególnie przecież wrażliwy na te kwestie premier Johnson proklamował alert klimatyczny, choć pytanie, czy cokolwiek to zmieniło, jest oczywiście sprawą osobną.

Kiedy z kolei w Irlandii debatowało nad kościołem, konstytucją i aborcją Zgromadzenie Obywatelskie „zwykłych ludzi”, to zgodnie z nowomodnym obyczajem transparentności transmitowano je na YT, gdzie do dziś można to sobie obejrzeć. Przeciętny film z tej listy ma zaledwie 500 odsłon. To nieco dziwne zważywszy znacznie tych obrad dla Irlandii i potwierdzany przez wszystkich fakt, że Zgromadzenie Obywatelskie było przełomem zauważonym i ważnym dla wszystkich w kraju. Deliberacja takich zgromadzeń jest jednak śmiertelnie nudna i doprawdy nie da się tego oglądać – to jest zresztą przecież jedna z ich fundamentalnych zalet. Tam nikt nikogo nie „orze” – po co to oglądać? A jednak te obrady były obecne w mediach, elektryzowały opinię publiczną, miały na nią przemożny i błogosławiony wpływ, sprawiły, że późniejsze referendum było skutkiem dojrzałej debaty, decyzją przemyślaną, której wyniku nikt nie mógł się zresztą spodziewać w świetle wcześniejszych typowych danych sondażowych. Wśród 500 widzów debat byli najwyraźniej dziennikarze i publicyści, którzy umieli to sprzedać.

Nie każdy populizm jest więc zły. W USA populizm nabrał negatywnych znaczeń dopiero całkiem niedawno i trzeba było Trumpa, żeby się zaczął kojarzyć jednoznacznie źle. Populista to przecież ktoś, kto umie rozmawiać z ludem i umie go reprezentować. Proszę spojrzeć na treść naszych proponowanych tu uchwał. Są utopią w świecie, który znamy – nic dziwnego, chodzi w nich o to, żeby ten świat zmienić. Ocierają się o populizm. To dobrze. Może mechanizm klikbajtów zadziała. Nie skreślałbym pomysłów na narzucenie demokratycznych zasad wodzowsko-feudalnym partiom, na rzeczywisty trójpodział władzy, na ideę narzucania granic rządzącej klasie politycznej, na Trzecią Izbę, na jakiś rodzaj buntu przeciw klasie politycznej, jej zakostnieniu, arogancji i dworskim obyczajom. To wszystko są idee populistyczne. Potencjalnie mogą być równie niebezpieczne jak każde wystąpienie przeciw elitom. Ale może jednak dobry populizm jest możliwy. Taki, który może się „sprzedać”. Z eksperckich ocen medialnych menadżerów zdaje się wynikać, że nie mamy innej drogi, jak tylko szukać czegoś takiego.

Istotną, ustrojową wadą mediów w Polsce (na świecie wygląda to podobnie, choć na ogół nie aż tak źle) jest to, że nie pełnią roli „czwartej władzy”. To od dawna fikcja. Jeśli patrzą na ręce rządzącym, to tylko pisowskim, bo naszą władzę trzeba przecież wspierać. Można usprawiedliwiająco wyliczać krytyczne teksty w prasie, czy audycje w telewizji, ale obrazu sytuacji to nie zmieni – media nie reprezentują rządzonych wobec rządzących, tylko na odwrót. Albo – jeśli są porządne, co jest cechą „naszych” mediów, które nazywamy wolnymi – paternalistycznie objaśniają politykę i jej konieczności nam, maluczkim, albo po prostu uprawiają propagandę. Nie istnieją klasyczne media krytycznie niepokorne, zakładające, że każda władza jest podejrzana o nadużycia, a rządzonych należy zawsze bronić. Jeśli media bywają niepokorne, to wyłącznie wobec „tamtych”. Nie istnieją media próbujące opinię publiczną współtworzyć i reprezentować ją wobec rządzących lub aspirujących do rządzenia. Rządzeni tę broń oddali rządzącym. Jedną z ostatnich.

Czy chcemy tak rozumiany populizm „sprzedawać”? Czy wiemy, jak próbować? O tym bym chciał pogadać i na marginesie mediów, których stan jest osobnym, ważnym tematem, i na ważnym marginesie proponowanych tu uchwał programowych, które bez mediów nie mają szans, a więc sensu.

Może to raczej na tym powinien polegać ów zwrot poszukiwany przez politycznych liberałów, jako broń przecie populistom, wytrącająca im argument z rąk. Może zamiast tego powinniśmy odwołać się do powszechnie dostrzeganego „wyobcowania elit”, zamiast ich prostej wymiany oferując jednak alternatywę rzeczywistej kontroli władzy i rzeczywistej reprezentacji „zwykłych ludzi”?