

WOJNA W MEDIACH

POD RED. WIESŁAWY PIĄTKOWSKIEJ-
STEPANIAK I BOGUSŁAWA NIERENBERGA,
WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU
OPOLSKIEGO, OPOLE 2007, s. 464.

Jeśli trzymać się słownikowej definicji tego pojęcia, to przez wojnę należy rozumieć „zorganizowaną walkę zbrojną między państwami, narodami lub grupami społecznymi, wywołaną dla osiągnięcia określonych celów politycznych, ekonomicznych lub ideologicznych albo zmierzającą do obrony własnych interesów; konflikt zbrojny”. Można też wojnę definiować w sposób nieco szerszy – przenośny, jako „kłótnie, spory, awantury, bójk”. W taki też nadzwyczaj szeroki sposób określili wojnę redaktorzy prezentowanego tomu.

Wojna w mediach to książka będąca wiernym zapisem plonów naukowej konferencji zorganizowanej przez Zakład Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa Uniwersytetu Opolskiego. Jak to zwykle bywa podczas takich imprez, pojawiają się na nich badacze o zróżnicowanym doświadczeniu i warsztacie naukowym, podejmujący problematykę niekiedy nadzwyczaj odległą od zaproponowanego przez organizatorów tematu. Niemniej jednak brutalizacja życia społecznego współczesnej doby skłoniła ich do określenia mianem wojny tego, co kiedyś było ledwie kontrowersją czy sporem. Redaktorzy publikacji okazali przy tym niebywałą wyrozumiałość i zakwalifikowali do druku zapewne wszystkie złożone maszynopisy. Dlatego też w omawianej publikacji znajdziemy rozważania, którym daleko do wąskiego pojęcia wojny, choć w tytułach pretekstowo umieszczono to określenie. Możemy zatem dowiedzieć się o wojnie o dusze obywateli (rzecz o socjalizacji politycznej), wojnie ze skorumpowaną władzą (tekst o funkcji kontrolnej gazety lokalnej), wojnie o wartości (rozważania o wartościach w reklamie) itp.

Na dobrą sprawę, ponad połowa tekstów w liczącym 38 artykułów tomie, z właściwą wojną niewiele ma wspólnego. Zapewne to spostrzeżenie dla jednych może być zarzutem, dla innych zaś stanowić informację o bogactwie publikacji. Przyjmijmy tę drugą optykę i zauważmy, że *Wojna w mediach* jest ciekawym przeglądem naukowych zainteresowań polskich politologów zajmujących się mediami. Z tego przeglądu wynika, że media są niemal niczym nieograniczonym rezerwuarem informacji, poglądów i opinii. Ich zróżnicowana treść dostarcza nadzwyczaj ciekawego materiału do szczegółowych analiz dotyczących praktycznie wszystkich problemów zajmujących obecnie naukowców uprawiających nauki polityczne.

Nieco mniejszym entuzjazmem może napawać konstatacja wynikająca z analizy zawartości tomu, że klasyczne badania medioznawcze przeżywają pewien regres. Coraz rzadziej podejmowane są wysiłki mające na celu np. rejestrację stanu rynku medialnego i statystyczne analizy zawartości treści. Dominuje analiza jakościowa, zwykle ograniczona do jednego, subiektywnie dobranego wątku, a gros artykułów zakwalifikować można do rozważań z zakresu nadzwyczaj rozciągliwie pojmowanej komunikacji społecznej. Spostrzeżenia tego nie można traktować jak jakiegoś zarzutu, lecz stwierdzenie faktu, że – zgodnie z tendencjami ogólnosiwiatowymi – materiał empiryczny, egzemplifikacja faktów i zjawisk – ginie w masie mniej lub bardziej uprawnionych rozważań teoretycznych.

Jeśli jednak nie zważać na takie podejście do tematyki prezentowane w większości artykułów umieszczonych w omawianym tomie, to okaże się, że niesie on w swym wnętrzu wiele tekstów wartych uwagi, które mają istotną wartość merytoryczną i mogą też spełniać funkcje dydaktyczne. Dotyczy to przede wszystkim artykułów z trzeciej części prezentowanego dzieła zatytułowanej *Obraz wojny w mediach*.

W części tej znalazło się ogółem 13 tekstów. W pierwszym z nich Leszek Iwulski zajął się „Traidycznym ujęciem ponowoczesnej wojny, mediów i polityki”. Autor tego niewielkiego szkicu przeanalizował relacje pomiędzy sferą mediów, polityki i zawodowej armii, zaś istota jego wystąpienia sprowadza się do cytowanej przezeń myśli Zygmunta Baumana: „Wyeksmitowanie wojny i biznesu śmierci w ogóle z centrum etycznej debaty, gdzie pozostawały przez większą część historii ludzkości, [...] usunięcie działań przynoszących na wojnie mordercze efekty spod kontroli moralnych ograniczeń i etycznych przekonań sprawców, to chyba najbardziej znamienne atrybuty zawodowej armii”.

Janina Hajduk -Nijkowska zajmowała się „przemocą na ekranie”. Jak zauważyła autorka, mamy do czynienia z celową (ideologiczną) selekcją brutalnych scen serwowanych przez poszczególne telewizje. Łukasz Szurmiejski dowodził zaś, że nadal podczas konfliktów zbrojnych stosowana jest propaganda. Wobec ludności atakowanego terytorium używa się klasycznych nośników informacji, takich jak radio i ulotka, zaś dla zyskania poparcia własnych społeczeństw instrumentarium propagandowe jest bardziej zróżnicowane – od wyszukanych witryn internetowych, po grupy dyskusyjne, manifestacje uliczne itp.

Kolejne teksty warte uwagi to artykuł Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego zajmującego się etyką i sensacją w prasowej fotografii, a nade wszystko rozprawka Jacka Sobczaka, który przedstawił normy prawne dotyczące korespondentów wojennych i codzienną praktykę wykonywania ich profesji. Artykuł Sobczaka, z racji erudycji i prawniczej kompetencji autora, stanowi jeden z jaśniejszych punktów recenzowanego tomu. W tekście tym znajdziemy nie tylko informacje o współczesnych normach prawnych, ale też historyczne odniesienia, czy w końcu konfrontację teorii „dziennikarstwa wojennego” z praktyką wykonywania tego zawodu.

Równie cenny, bo odwołujący się do wymiernych statystycznych danych, wydaje się ponadto tekst Radosława Świąsa. Warto przy tej okazji dostrzec rzetelność autora, który co prawda jest zatrudniony w polonijnym „Nowym Dzienniku”, ale jednak wykazał się godną pochwały rzetelnością warsztatową, właściwą dziennikarzom amerykańskim. Dzięki Świąsowi możemy poznać codzienne problemy dziennikarzy relacjonujących konflikty wojenne oraz dostrzec, jak wysokie ponoszą oni ofiary. Tragicznym dowodem tego twierdzenia jest fakt, że tylko w 2005 r. poniosło śmierć 47 dziennikarzy, a w latach 1992-2006 straciło życie blisko 600 pracowników mediów relacjonujących konflikty zbrojne.

W tak krótkim tekście nie sposób przywołać wszystkich wartych uwagi artykułów opublikowanych w książce *Wojna w mediach*. Dlatego też ograniczę się jedynie do stwierdzenia, że uwagę piszącego te słowa zwróciły też artykuły Janusza Adamowskiego (o doświadczeniach brytyjskich dziennikarzy relacjonujących przebieg I i II wojny światowej), Tomasza Krawczyka (o obiektywizmie prasy polskiej relacjonującej wojnę izraelsko-libańską), Tomasza Gabon-Klasa (rzecz o terroryzmie), czy też Dušana Bogdoviny i Sabiny Grygiel (o wojnie podczas rozpadu Jugosławii).

Choć autorzy tych tekstów piszą o różnych sprawach, to jednak nie zapominają o istocie swej analizy. Znakomicie dokumentują swoje teksty, a do problemu wojny i mediów odnoszą się wprost – i to jest ich największą zasługą.

W sumie więc opolska publikacja rodzi mieszane odczucia. Z jednej strony przynosi wiele cennych tekstów, które mogą być przydatne nie tylko medioznawcom i studentom dziennikarstwa, ale też praktykom dziennikarskiego rzemiosła. Z drugiej zaś strony zawiera wiele artykułów, których umieszczenie w książce zatytułowanej *Wojna w mediach* wydaje się dyskusyjne. Zapewne z większym pożytkiem dla samej publikacji, jak i autorów, artykuły te winny trafić do innych specjalistycznych opracowań z zakresu nauk politycznych, komunikowania masowego czy socjologii.