



Przystanek IDEA: Czwarta władza - o nowej roli mediów

Prelegenci:

Marek Balawajder – Dyrektor Informacji, RMF FM

Magdalena Kicińska – Redaktor Naczelna, „Pismo. Magazyn Opinii”

Marek Tejchman – Zastępca redaktora naczelnego, "Dziennik Gazeta Prawna"

Bartosz Węglarczyk – Redaktor Naczelny, Onet.pl

Moderator: Jerzy Smoliński, Centrum Analizy Informacji Collegium Civitas w Warszawie

Zadaniem mediów nie jest ocena świata, lecz jego uważna obserwacja i rzetelne informowanie zarówno o tym, co widać na pierwszy rzut oka, jak i o tym, co dostrzec trudniej. Media mają inspirować do refleksji i wyciągania wniosków, uwrażliwiać, czasem wywoływać gniew, z którego bierze się niezgoda na obecny stan rzeczy i impuls do zmiany. Przysłodzeni nadmiarem informacji mieszkańcy globalnej wioski potrzebują jednak profesjonalnego dziennikarstwa, które ustala fakty, opisuje problemy, tłumaczy zjawiska oraz zadaje wnikliwe pytania o okoliczności i skutki wydarzeń.

Moderator dyskusji, Jerzy Smoliński, rozpoczął rozmowę od podkreślenia, jak ważne są rzetelne media, szczególnie w tych wyjątkowych, trudnych czasach, kiedy fałszywe informacje rozprzestrzeniają się po świecie szybciej niż sam wirus. Pierwsze pytanie skierowane do uczestników dyskusji dotyczyło tego, czy na początku pandemii bardziej przeszkadzał im brak czy nadmiar informacji.

Magdalena Kicińska zaznaczyła, że uciążliwy był brak rzetelnych informacji i czasu na ich weryfikację. W świat mediów wkradł się więc chaos, bo chociaż wiadomości było dużo, trudno było wychwycić te wiarygodne i wartościowe. Podkreśliła przy tym, że charakter medium, którym zarządza, czyli miesięcznika, nie wymusza szybkiego reagowania i daje komfort czasowy pozwalający na skrupulatny dobór treści. Odniosła się także do zarzutów stawianych obecnie telewizji publicznej i zaapelowała, aby nie poddawać się i nie spisywać jeszcze tego medium na straty (pomimo jego widocznego upolitycznienia).

Bartosz Węglarczyk stwierdził, że jako dziennikarz wielokrotnie już obserwował zjawisko zalewu informacji – także tych nieprawdziwych. Podkreślił, że walka z fake newsami i teoriami spiskowymi to niezwykle trudne zadanie. Zwrócił także uwagę na fakt, że Internet dostarcza różnego rodzaju serwisom takich informacji o czytelniku i jego preferencjach, do jakich



pozostałe media nie mają dostępu. Stwarza to możliwości dopasowania newsów do konkretnej osoby.

Marek Balawajder przypomniał, że na początku epidemii w Polsce media musiały bardzo ostrożnie podchodzić do tematu, ponieważ społeczeństwo było do niego sceptycznie nastawione. Odbiorcy nie wierzyli, że Polska tak długo pozostaje krajem wolnym od wirusa. Dziennikarz odniósł się także do problemu braku rzetelności mediów publicznych i stwierdził, że wykształceni odbiorcy powinni sami wiedzieć, które przekazy informacyjne są wartościowe.

Marek Tejchman wskazał, że sytuacja związana z koronawirusem pokazuje, co jest istotą dziennikarstwa – wyszukiwanie w natłoku chaotycznych informacji tych rzetelnych i pożytecznych dla odbiorców. Dla wielu przedstawicieli świata mediów pandemia będzie najważniejszym momentem w karierze zawodowej. Nasz rozmówca zwrócił także uwagę na inną stronę dziennikarstwa, czyli na podejmowanie w dyskusji publicznej próby interpretacji niejasnych przepisów prawnych, na przykład tych dotyczących tarczy antykryzysowej. Zaznaczył jednak, że odbiorców bardziej od ogólnego omówienia spraw biznesowych, ekonomicznych czy prawnych interesuje konkretna informacja dotycząca bezpośrednio ich sytuacji.

W toku dyskusji poruszono różne tematy; rozmawiano o dziennikarstwie śledczym i ekonomicznym oraz o położeniu mediów publicznych. Dyskutowane także o nowej roli mediów w tak trudnym czasie.

Patronem medialnym wydarzenia był [RMF FM](#).