

Media wobec śmierci

t. 1, red. Kamila Kwasik, Jan Jaroszyński, Grzegorz Łęcicki,

t. 2, red. Aleksandra Gralczyk, Małgorzata Laskowska, Piotr Drzewiecki

Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2012, 368 + 328 s.,
ISBN 978-83-7151-057-1 (t. 1), ISBN 978-83-7151-058-8 (t. 2)

Nic nie sprzedaje się w mediach tak dobrze, jak sex, skandal i śmierć. Tabloidy bardzo chętnie publikują na pierwszych stronach zdjęcia ofiar wypadków lub samobójstw, porozbijane samochody oraz porzucane fragmenty ciał. Aldous Huxley powiedział kiedyś, iż śmierć to jedyna rzecz, której nie udało nam się zwulgaryzować. Pisarz zmarł w latach 60. ubiegłego wieku i nie doczekał czasów, kiedy w jego własnym kraju telewizja pokazuje ze szczegółami śmierć 84-letniego mężczyzny lub gdy uczestniczka brytyjskiego *Big Brothera* sprzedaje jednej z telewizji „swoje umieranie” na nowotwór za milion funtów. Śmierć stanowi dzisiaj jeden z najczęstszych tematów newsów: media prześcigają się w pokazywaniu katastrof lotniczych, samochodowych, kolejowych, klęsk żywiołowych i zabójstw. Śmierć stała się elementem popkultury. Kilka miesięcy temu cała Polska żyła historią małej Madzi, której zwłoki matka ukryła w krzakach i poszła z mężem do kina. Feralna para z Sosnowca nie schodziła z okładek tabloidów przez kilka tygodni. Media pilnie śledziły losy matki Madzi, która stała się nieomal celebrytką, zaproszoną do najpopularniejszego *talk show* w Polsce.

Problematyka śmierci w mediach jest tematem poruszonym stosunkowo rzadko, tym bardziej na uwagę zasługuje dwutomowa publikacja zatytułowana *Media wobec śmierci*, będąca rezultatem przemyśleń oraz badań związanych z percepcją śmierci w mediach masowych. Praca jest pokłosiem konferencji naukowej, która odbyła się w dniach 6–7 kwietnia 2011 r. na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego.

Tom pierwszy składa się z dwudziestu sied-

miu artykułów ułożonych w pięciu rozdziałach: I – *Prasa*, II – *Fotografia i prasa*, III – *Internet, radio, prasa*, IV – *Reklama i telewizja* oraz V – *Socjologia i muzyka*.

Autorzy tekstów zastanawiają się m.in. nad: reakcjami polskiej prasy na katastrofę z 10 kwietnia 2010 r., sposobami relacjonowania okoliczności śmierci polskich żołnierzy w Iraku, próbami przełamania tabu śmierci, socjotechniką (co nie ma nic wspólnego z tematem książki), motywami śmierci w reportażach, sposobami przedstawiania śmierci w prasie młodzieżowej i studenckiej, wolnością słowa w Meksyku, wpływem seriali TV na postrzeganie zagadnienia śmierci oraz marketingiem śmierci.

Badacze analizowali prasę ogólnopolską („Tygodnik Powszechny”, „Gazetę Wyborczą”, „Rzeczpospolitą”, „Wprost” oraz „Politykę”) oraz lokalną („Głos Wielkopolski” oraz „MM Moje Miasto Szczecin”), a także serwisy informacyjne i audycje publicystyczne radia RMF FM, seriale telewizyjne, filmy dokumentalne, audiowizualne materiały reklamowe, internet, czasopisma muzyczne oraz reportaże radiowe.

Publiczne egzekucje zawsze cieszyły się popularnością, pragnący wrażeń lud chętnie oglądał akt wymierzania skazanemu kary. Także w Polsce przyciągały one widzów, np. 21 lipca 1946 r. w Poznaniu, gdzie stracono nazistę Arthura Greislera – symbol niemieckiej okupacji i germanizacji Wielkopolski. Marek Przybyliński przeanalizował lokalną prasę poznańską, która na bieżąco relacjonowała przebieg procesu Greislera oraz wykonanie wyroku. „Głos Wielkopolski” informował, iż nazista został skazany na karę śmierci przez powieszenie,

a egzekucja zgromadziła 100 000 osób. Było to ostatnie publiczne wykonanie wyroku w PRL, choć oczywiście wyroki kary śmierci zapadały niezmiennie, do końca istnienia Polski Ludowej.

Warto również zwrócić uwagę na artykuł Hanny Karp, która analizując „Gazetę Wyborczą”, „Rzeczpospolitą”, „Politykę” oraz „Wprost”, próbuje odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób śmierć Anny Politkowskiej została odnotowana w opiniotwórczej prasie polskiej, na ile świadomość stanu zniewolenia mediów w Rosji przedziera się do szerokiej opinii publicznej oraz czy mord rosyjskiej dziennikarki wzbudził refleksje w Polsce?

Autorka doszła do wniosku, iż stan mediów w Rosji nie wywoływał na łamach wymienionych gazet szczególnego zainteresowania. Analizowane tytuły prasowe opisywały wprawdzie sprawy polityczno-społeczne Rosji, jednakże problematyka wolności mediów nie gościła zbyt często na ich łamach. Najskromniejszy dorobek na tym polu miała „Polityka”, która o śmierci Anny Politkowskiej poinformowała w małej niepodpisanej notce. Nieco szerzej na temat śmierci dziennikarki pisał „Wprost”. Autorka nie odnotowała na łamach tygodnika artykułów, które stanowiłyby bezpośrednią próbę opisu kondycji mediów i dziennikarzy. Zabójstwo Anny Politkowskiej nie inspirowało w tym względzie również redaktorów „Gazety Wyborczej”. Natomiast „Rzeczpospolita”, relacjonując kwestie związane z zabójstwem dziennikarki, przedstawiała problematykę rozliczenia komunizmu w krajach satelickich dawnego ZSRR, pisała o agencjach w krajach bloku socjalistycznego i ich problemach z rozliczeniem totalitarnej przeszłości.

W bardzo podobnej sytuacji do Federacji Rosyjskiej są dziennikarze w Meksyku, o czym pisze Katarzyna Czajkowska w artykule zatytułowanym *Autocenzura albo śmierć – dziennikarstwo i wolność słowa w Meksyku w 2010 r.* Oporając się niemal wyłącznie na źródłach hi-

szpańskojęzycznych, autorka stwierdza, że dziennikarze w Meksyku stają się zakładnikami grup przestępczych i ich kartą przetargową w wywieraniu wpływu na media. Często dochodzi do porwań dla wymuszenia rozpowszechniania konkretnych informacji. Kartele narkotykowe wywierają presję na dziennikarzy, aby nie informowali opinii publicznej o ich nielegalnych interesach, takich jak przemysł narkotyków oraz korupcja lokalnych władz. Prasa lokalna coraz częściej ogranicza się do „bezpiecznych” tematów, tracąc zaufanie u miejscowej społeczności. Przystępność wobec dziennikarzy nie osiągnęłaby takiej skali, gdyby nie wsparcie skorumpowanej policji, która często bywa współnikiem grup mafijnych. Kolejnym źródłem przemocy wobec wolności słowa są służby specjalne, wojsko oraz policja (miejska, stanowa oraz federalna). Dziennikarze odbierani są niejednokrotnie jako przeszkoda w zwalczaniu przestępców. W regionach charakteryzujących się wysokim poziomem przestępczości coraz częściej ofiarami przemocy stają się reporterzy, fotoreporterzy i operatorzy, którzy z racji wykonywanych obowiązków nierzadko wysyłani są w rejony wysokiego ryzyka. Zarówno w Meksyku, jak i Rosji co roku ginie kilkunastu pracowników mediów. Autorka konstatuje, iż alternatywą dla zastraszonych dziennikarzy staje się internet, w tym blogi przyjmujące formę dziennikarstwa obywatelskiego.

Coraz większą popularnością cieszą się wśród polskich widzów seriale medyczne, takie jak np.: *Dr House*, *Hoży doktorzy*, *Ostry dyżur* czy rodzimy *Na dobre i na złe*. Tomira Chmielewska-Ignatowicz, prowadząc badanie na dwunastoosobowej grupie lekarzy, będących jednocześnie widzami seriali medycznych, spróbowała odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób oceniają je prawdziwi lekarze? W większości byli oni zdania, iż przedstawione w serialach sytuacje są zbieżne z rzeczywistością, serialowi pacjenci są trudniejsi, ponieważ

wykazują więcej emocji (gniewu, załamania, żalu po usłyszeniu diagnozy), natomiast lekarze-aktorzy są lepiej przygotowani do rozmowy z pacjentem na temat niepomyślnej diagnozy niż realni. Z doświadczeń respondowanych wynika, iż pacjenci odwołują się podczas wizyty do oglądanych seriali medycznych. Zdaniem lekarzy takie seriale pokazują, jak trudny jest ich zawód, a scenki obrazujące rozmowę lekarza z pacjentem podczas przekazywania diagnozy mogą służyć jako materiał szkoleniowy dla studentów medycyny.

Magdalena Mateja przebadła polską prasę z okresu od 10 do 18 kwietnia 2010 r., starając się odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób przedstawiała ona wydarzenia następujące tuż po katastrofie smoleńskiej oraz jak dokumentowała ówczesne reakcje społeczne? Autorka doszła do smutnej konstatacji, która dla śledzących media nie powinna być zaskoczeniem, że prasa w tamtym okresie ze śmierci i pochówku prominentnych polityków uczyniła efektowne i długotrwałe *show*, a niemalże wszystkie treści i przekazy kreowane były na atrakcyjne widowisko.

Tom drugi składa się z dwudziestu pięciu artykułów ułożonych tematycznie w następujących rozdziałach: I – *Pedagogika i etyka*, II – *Kino i film*, III – *Kultura, religia i etyka*, IV – *Islam i wojna* oraz V – *Internet, fotografia i dyskurs medialny*.

Autorzy zastanawiają się m.in. nad: obrazem śmierci w mediach oraz polskiej kinematografii, etyką dziennikarską w kontekście relacjonowania katastrof lotniczych, wizerunkiem islamskich terrorystów w mediach hiszpańskich, polskich, brytyjskich i amerykańskich oraz promocją śmierci w grach komputerowych.

Analizą objęto stacje telewizyjne (BBC, ABC News, TVP1, TVP2, TVN, Polsat, TVN24), serwisy internetowe, blogosferę oraz wybrane polskie filmy dotyczące śmierci. Badacze analizowali ogólnopolskie dzienniki

(„Dziennik”, „Gazetę Wyborczą”, „Rzeczpospolitą”, „Fakt”), tygodniki („Gościa Niedzielnego”, „Wprost” oraz „Politykę”), a także media rosyjskie.

Michał Kosecki podjął interesującą próbę odpowiedzi na pytanie, czy środki masowego przekazu powinny informować o samobójstwach? Udzielając odpowiedzi, przybliżył definicję tzw. efektu Wertera, czyli samobójstw „naśladowczych” wywołanych wskutek nagłaśniania w mediach samobójstw popełnianych przez znane osoby. Zdaniem autora, badania socjologiczne przeprowadzone w latach 1947–1968 wykazały, iż nagłośnienie w mediach samobójstw prowadzi do wzrostu ich liczby w ramach danej populacji. Samobójstwa „naśladowcze” mogą następować do dwóch miesięcy po publikacji materiału prasowego. Jak zatem należy publicznie mówić o samobójstwach, by minimalizować ryzyko kolejnych tragedii? Autor udziela odpowiedzi: należy, w pierwszej kolejności, unikać zamieszczania fotografii zmarłego (co w przypadku tabloidów wydaje się być mało realnym postulatem), opisywania metody samobójstwa bądź miejsca i okoliczności, w jakich je popełniono. Należy również podkreślać, iż osoba, która targnęła się na swoje życie, zraniła nie tylko siebie, ale przede wszystkim swoich bliskich.

Bartosz Głowacki, analizując reakcję mediów na wybrane wypadki lotnicze, które wydarzyły się w Polsce w ciągu kilku ostatnich lat (od 2007), dochodzi do pesymistycznego wniosku, iż dziennikarze (pracownicy mediów) nie przestrzegają zasad etyki, w szczególności jeśli chodzi o poszanowanie uczuć rodzin ofiar. Autor celowo pominął w swej analizie katastrofę Tu-154 z 10 kwietnia 2010 r. Po pierwsze, katastrofa smoleńska miała nieporównywalnie większą oprawę medialną i powinno się jej poświęcić osobną analizę. Po drugie, ofiarami były osoby z pierwszych stron gazet, natomiast w przypadku innych omawianych katastrof – osoby nieznanne. W opisanych przez Głowac-

kiego wypadkach media wielokrotnie naruszały etykę dziennikarską, bezpodstawnie epatowały brutalnymi obrazami, nie przywiązując wagi do godności człowieka. Przekraczano również granice intymności, bólu i cierpienia, zarówno ofiar, jak i ich bliskich. Pogoń za nowsem była pretekstem do ignorowania faktów kosztem prawdy. Media postawiły na sensacyjność i emocjonalność, czego przykładem były chociażby tytuły newsów: *Piekło na lotnisku*, *Potworna śmierć*, *Rozzerwane ciała* czy *Makabryczny widok*. Zdaniem autora, dziennikarze coraz rzadziej mówią o etyce. Kodeksy są bezużyteczne i nieprzestrzegane, a etyka schodzi na dalszy plan, czego wyrazem może być tolerowanie zachowań do niedawna uważanych za naganne (*casus*: udział Jarosława Kuźniara, dziennikarza TVN24, w programie rozrywkowym *X-Factor*).

Artykuł Bartosza Głowackiego przywodzi na myśl samobójczą (?) próbę podjętą przez prokuratora wojskowego Mikołaja Przybyłą, który w styczniu 2012 r. podczas konferencji prasowej strzelił sobie w twarz. Tylko jeden dziennikarz – Łukasz Cieśla z „Głosu Wielkopolski” – próbował reanimować postrzelonego, podczas gdy reszta jego kolegów włączyła kamery, aby przygotować „gorący news”.

Potwierdzeniem refleksji autora jest artykuł Małgorzaty Laskowskiej będący analizą obrazu śmierci naturalnej w mediach. Autorka przebadła dwa tygodniki i jeden dziennik: „Politykę”, „Gościa Niedzielnego” oraz „Rzeczpospolitą”, a także serwisy informacyjne (TVP1, TVP2, TVN, Polsat). Badania objęły jeden

miesiąc – listopad 2010 r. „Polityka” najczęściej poruszała wtedy temat zabójstwa Marka Rosiaka, pracownika biura Prawa i Sprawiedliwości w Łodzi (13 razy) oraz katastrofy smoleńskiej (11), „Gość Niedzielnny” najczęściej pisał o śmierci naturalnej (18) oraz zabójstwie Rosiaka (9), a „Rzeczpospolita” o morderstwie w Łodzi (20), katastrofie smoleńskiej (19) oraz wypadkach drogowych. Autorka doszła do wniosku, iż śmierć naturalna nie jest tematem, który regularnie gości na ekranach telewizorów, łamach prasy czy w radiu. Przyczyną jest niski wskaźnik sensacyjności w porównaniu ze śmiercią tragiczną, morderstwem lub zabójstwem.

Media wobec śmierci to interesująca pozycja na polskim rynku wydawniczym. Problematyka poruszana przez autorów publikacji nieczęsto gości na łamach naukowych dysertacji. Jej atutem jest szeroki zakres materiału badawczego, jaki został przeanalizowany, počawszy od prasy drukowanej, poprzez radio, internet, telewizję, a na muzyce zakończywszy. Choć lektura książki prowadzi raczej do pesymistycznych konstatacji (śmierć to pewnego rodzaju *show*, element popkultury, który udało się niestety zwulgaryzować), może być przyczynkiem do dalszych badań obrazu śmierci w kontekście kultury masowej.

Choć w recenzowanej pracy znalazły się drobne potknięcia¹, nie umniejszają one jednakże wartości recenzowanej pracy, którą warto polecić czytelnikom.

Kamila Kamińska

¹ Np. w 1. tomie *Mediów wobec śmierci* – w tekście pt. *Obraz śmierci w serwisach informacyjnych i audycjach publicystycznych radia RMF FM w dniach 10–24.04.2010 r.* – autorka kilkakrotnie przytacza fragment wywiadu Konrada Piaseckiego z prof. Janem Żarynem, nagminnie przekraczając nazwisko historyka, pisząc Żaryn zamiast Żaryn. Innym drobnym niedopatrzaniem redaktorów są nieujednoliczone biogramy w obu tomach publikacji. Przy niektórych nazwiskach widnieje data urodzenia, przy innych jej nie ma, niektóre biogramy liczą dwa zdania, inne zaś zajmują prawie całą stronę.