

Spotkanie Koła Naukowego Zagranicznych Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego „Media Meetings – Indie”, Warszawa, 29 października 2012 roku

Dominika Wiśniewska

Celem spotkań organizowanego przez Koło Naukowe Zagranicznych Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego cyklu „Media Meetings” jest poznanie systemów medialnych różnych krajów dzięki wykładom monograficznym prowadzonym przez zaproszonych gości – praktyków dziennikarstwa, korespondentów lub pracowników mediów – pochodzących z kraju obranego tematem danego spotkania. Dotychczas uczestnicy „Media Meetings” mieli szansę posłuchać wykładów na temat systemów medialnych Bułgarii, Włoch, Niemiec i Rumunii. Gościem specjalnym piątej edycji był Saurabh Kumar Shahi – indyjski dziennikarz tygodnika „The Sunday Indian” i korespondent wojenny specjalizujący się w problematyce Bliskiego Wschodu, Afganistanu, Iranu, Iraku oraz Pakistanu.

W pierwszej części spotkania indyjski dziennikarz przedstawił historię kształtowania się rynku mediów indyjskich poczynając od pierwszych lat po II wojnie światowej do dzisiaj. Wraz z uzyskaniem przez Indie niepodległości w 1947 r. kontrolę nad mediami elektronicznymi przejął indyjski rząd, natomiast media drukowane znalazły się pod kontrolą korporacji mediowych. Taka struktura własności mediów, według Saurabha Kumara Shahiego, nie prowadziła do ograniczenia wolności mediów.

Jego zdaniem, charakteryzując tamten okres, można mówić o swobodzie wypowiedzi dziennikarskiej, jednakże rozumianej inaczej niż to ma miejsce obecnie. Powodem takiej sytuacji jest fakt, że tuż po wojnie poziom piśmiennictwa na terenie Indii sięgał zaledwie 10 proc. W społeczeństwie o tak znacznym odsetku analfabetów media drukowane mają drugorzędne znaczenie, ponieważ są niedostępne dla przeważającej liczby ludności, w związku z czym główną rolę w przepływie informacji pełnią radio i telewizja. Zdając sobie sprawę z siły mediów elektronicznych, rząd indyjski przejął kontrolę nad treścią programów informacyjnych, co stanowi największy zarzut wobec twierdzenia o wolności wypowiedzi dziennikarskiej w tamtych czasach.

Cezurą pierwszego etapu procesu demokratyzacji indyjskich mediów był rok 1991 r., kiedy to powstał pierwszy prywatny kanał telewizyjny. Wraz z jego pojawieniem się systematycznie, choć powoli zaczęto wprowadzać na indyjskim rynku medialnym elementy gospodarki rynkowej. Obecność nowego kanału była rewolucją, po raz pierwszy bowiem społeczeństwo indyjskie uzyskało dostęp do różnych źródeł informacji i w tym kontekście Saurabh Kumar Shahi mówił nawet o końcu indoktrynacji. Informacje nadawane na tym kanale były

zablokowane – pojedynczy program informacyjny trwał 3 godziny. Ważną zmianą było również wydanie 21 grudnia 1994 r. licencji pierwszemu nadającemu 24 godziny na dobę programowi informacyjnemu. Od tego momentu, zdaniem indyjskiego dziennikarza, można mówić o boomie kanałów telewizyjnych – obecnie ich liczba oscyluje w granicach dwustu, z czego około czterdzieści nadawanych jest w języku angielskim. Podsumowując tę część swojej wypowiedzi, Saurabh Kumar Shahi stwierdził, że choć poziom kontroli władzy nad przekazywanymi przez media informacjami zmalał, wciąż wyraźnie są próby oddziaływania na ich treść.

W kolejnej części spotkania Saurabh Kumar Shahi został poproszony o dokonanie krótkiej charakterystyki indyjskiego systemu medialnego. Do najważniejszych jego wyróżników indyjski dziennikarz zaliczył bardzo niskie ceny gazet i magazynów, ogromne oddziaływanie mediów elektronicznych na opinię publiczną, brak skutecznej kontroli nad poziomem dziennikarstwa, brak edukacji dziennikarskiej, a także znaczną zależność dziennikarzy od polityki i biznesu. Pierwsza z wymienionych cech to ewenement na skalę światową. Ze względu na zależność wydawców od przychodów z reklam oraz ogłoszeń rządowych, cena egzemplarza gazety pokrywa zaledwie jedną ósmą kosztu jej wytworzenia. Ta zależność ma oczywiście swoje negatywne skutki – prowadzi do przemilczania spraw niewygodnych dla reklamodawców.

Gość „Media Meetings” opowiedział także o tygodniku „The Sunday Indian”, w którym pracuje jako korespondent zagraniczny. Twórcy tego tytułu prasowego postawili sobie za cel informowanie jak największej liczby ludności o możliwie najszerszym spektrum wydarzeń – w tym celu informacje są tłumaczone na wiele języków używanych na terenie Indii, dzięki czemu członkowie licznych mniejszości narodowych zamieszkujących ten kraj mają regularny dostęp do wiadomości z całego świata.

Duży nacisk położony jest także na zdobywanie informacji z pierwszej ręki, a zatem ograniczono do minimum publikowanie treści zamieszczanych w zagranicznych serwisach informacyjnych. Zdaniem Kumara Shahi publikowanie reprintów jest jednym z zagrożeń dla współczesnych indyjskich mediów drukowanych, dlatego że bezkrytyczne przedrukowywanie treści przekazywanych przez zachodnie media wiąże się z przejmowaniem ich punktu widzenia – nie zawsze zgodnego z prawdą i interesami Indii. Relacjonowanie wydarzeń z różnych części świata i docieranie do terenów, na których nie ma stałych korespondentów, jest w odczuciu Saurabha Kumara Shahiego swoistą misją i obowiązkiem środków masowego przekazu – nie tylko indyjskich. Odpowiadając na pytanie o rolę internetu w kształtowaniu opinii publicznej oraz rynku mediów, indyjski gość podkreślił przede wszystkim zalety rozszerzenia dostępu do informacji dzięki globalnej sieci. Fakt, że każdy samodzielnie może śledzić wydarzenia mające miejsce w różnych częściach świata ma, z punktu widzenia rejonu Południowo-Zachodniej Azji, dwie główne zalety. Po pierwsze, jego mieszkańcy mogą otrzymywać informacje, których nie znajdują w przekazach mediów mainstreamowych, a po drugie możliwe jest informowanie opinii publicznej z całego świata o sytuacji w krajach tego regionu. Ma to tym większe znaczenie, że – zdaniem Saurabha Kumara Shahiego – media zachodnie stosują taktykę „zadnych złych informacji z Indii”. Internet to jednak także miejsce, gdzie prowadzona jest propaganda, stąd wielość i różnorodność źródeł informacji ma tak wielkie znaczenie i dlatego internet nie zastąpi tradycyjnych mediów i książek.

W drugiej części spotkania gość odpowiedział na serię pytań zadawanych przez słuchaczy spotkania – studentów, dziennikarzy i członków Koła. Saurabh Kumar Shahi opowiedział o pracy reportera wojennego, o wyzwaniach i niebezpieczeństwach związanych

z raportowaniem z miejsc objętych konfliktem. Podkreślił, że ten zawód niesie wiele niebezpieczeństw, spośród których najważniejszym jest dehumanizacja dziennikarza. Ponadto zauważył, że tak jak w przypadku każdego innego kraju, również indyjskie media mają główne obszary zainteresowań, które Saurabh Kumar Shahi podzielił na trzy grupy: Azja (Chiny, Pakistan, Rosja), Europa (Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Ameryka Północna (USA i Kanada)). Pozostałe rejony są białą plamą – w większości nie ma indyjskich korespondentów zagranicznych, co stanowi ogromny problem.

Na pytanie o poziom profesjonalizmu dziennikarskiego pracowników indyjskich mediów, Saurabh Kumar Shahi odpowiedział, że nie istnieje system szkolenia dziennikarzy, trudno nawet mówić o profesji w przypadku tej grupy zawodowej, bo dziennikarz ma wśród zawodów bardzo niską pozycję i w opinii społecznej nie cieszy się prestiżem.

Saurabh Kumar Shahi krytycznie odniósł się także do sposobu relacjonowania wydarzeń na Półwyspie Indyjskim przez zachodnie media. Jego zdaniem w tym przypadku możemy mówić o *capital city-point-of-view*, co bardzo ogranicza perspektywę i jest jednym z powodów, dla których o Indiach nie mówi się niemal wcale albo jedynie dobrze. Ponadto zaznaczył, że zachodni dziennikarze-korespondenci w przeważającej części nie posługują się językiem kraju, z którego relacjonują wydarzenia, dlatego pozbawiają się możliwości głębszej analizy problemów i rzetelniejszego informowania. Saurabh Kumar Shahi przywołał nazwisko Ryszarda Kapuścińskiego, którego bardzo ceni za relacje z objętej konfliktami Afryki. Kluczem do sukcesu dobrego dziennikarstwa wojennego

jest technika stosowana przez polskiego reportera, a zatem przykładanie dużej wagi do szczegółów oraz próba zrozumienia wielkiej polityki oczami mieszkańców – poprzez rozmowy ze „zwykłymi” ludźmi.

Na pytanie o wolność mediów w Indiach i ich pozycję w indyjskiej demokracji, gość „Media Meetings” stwierdził, że system indyjski to bardzo skomplikowane połączenie rytuałów demokracji ze swoistym systemem anarchistycznym. Silne powiązanie tytułów prasowych z partiami politycznymi wyklucza swobodę dziennikarską, brakuje także kodeksów etycznych i sankcjonowania zasad etyki zawodowej. Istniejąca Rada Prasowa Indii (Press Council of India) nie ma narzędzi do kontrolowania pracy dziennikarzy w zakresie zgodności z kodeksem etyki zawodowej, stąd jej marginalna rola w indyjskim systemie mediów.

Po ponad dwugodzinnym spotkaniu uczestnicy – studenci dziennikarstwa, doktoranci, członkowie Koła Naukowego Zagranicznych Systemów Medialnych Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego oraz dziennikarze i zaproszeni goście – mogli porozmawiać z Saurabhem Kumarem Shahim indywidualnie. Efektem spotkania „Media Meetings – Indie” było poznanie jednego z mniej omawianych systemów medialnych na świecie. Słuchacze mogli spojrzeć na indyjskie media oczami praktyka i jednocześnie osoby zaangażowanej w budowanie niezależnego medium.

Partnerem piątej edycji „Media Meetings” był Warszawski Oddział Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich. Patronat medialny nad spotkaniem objęli: wydawnictwo kwartalnika „Kontynenty” oraz magazyn „Think Tank”.