

Transcendentalne

Czasopismo Dziennikarskiego Koła Naukowego



Dziennikarstwo przyszłości

TEMAT NUMERU

Jak rozwój AI wpłynie na pracę dziennikarzy?

SPIS TREŚCI

3 OD REDAKTORA

Stało się! Debiutujemy!

— Patryk Kapa

4 CZY AI ZASTĄPI REDAKTORÓW?

*Dziennikarz w epoce
algorytmu*

— Angelina Kusowska

13 SZTUCZNA INTELIGENCJA

*Zagrożenie dla zawodu
dziennikarza?*

— Patrycja Karlińska

20 NIKT NIE WIDZI, NIKT NIE SŁYSZY

*Problem molestowania
seksualnego dziennikarek*

— Katarzyna Georgiev

26 WIRTUALNE PAŃSTWA

*Piaskownica dla przyszłych
dziennikarzy?*

— Michał Wiśniewski

32 FILOLOGIA

*Nieodłączny element
kształtujący dziennikarstwo*

— Paulina Chruślińska

35 DZIENNIKARSTWO

To dobry początek

— Sara Paszko

40 PAŃSTWO W PAŃSTWIE

*Ruch kibiców
piłkarskich*

— Patryk Kapa

45 RUDOWŁOSA

*Recenzja książki Orhana
Pamuka*

— Weronika Albrecht

REDAKCJA: Opiekun: *dr Paulina Czarnek-Wnuk*, Redaktor naczelny: *Patryk Kapa*, Zastępca redaktora naczelnego: *Aleksandra Kocik*, Skład redakcji: *Agata Kwiatkowska, Natalia Sobczyk, Michał Wiśniewski, Patrycja Karlińska, Weronika Albrecht*.

ZDJĘCIE NA OKŁADCE: Depositphotos

Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź
Nr 1/2024 | Uniwersytet Łódzki | Łódź IX 2024

OD REDAKTORA

Stało się! Debiutujemy!

Przede wszystkim, drogi Czytelniku, jestem Ci winny opowiadanie historii. Historii tego, jakim trafem właśnie teraz możesz czytać czasopismo studentów dziennikarstwa na UŁ pt. „Transcendentalne”.

Wszystko zaczęło się od potrzeby. Rok temu, chcąc opublikować artykuł dotyczący mediów, natrafiłem na pewien problem. Nie istniał periodyk na naszym wydziale tworzony przez studentów dziennikarstwa. Młodzi adepci pióra nie mieli miejsca, gdzie mogliby dzielić się swoimi przemyśleniami bądź publikować teksty naukowe lub popularnonaukowe. Trzeba było coś z tym zrobić! Dzięki pracy członków Dziennikarskiego Koła Naukowego właśnie teraz możemy zaprezentować pierwszy numer naszego czasopisma.

Jak informuje SJP PWN „transcendentalny” to inaczej „przekraczający granice podmiotu (umysłu) poznającego i odnoszący się do przedmiotu poznania”. I właśnie tacy w swoim działaniu chcemy być. Odkrywać świat przez pryzmat dziennikarstwa, być ciekawymi, zadawać pytania, dążyć do prawdy i cenić sobie każdą, odpowiednio uzasadnioną opinię. W pierwszym numerze na tapet wzięliśmy głównie zmianę postaci pracy dziennikarza w odniesieniu do coraz bardziej rozwijającej się sztucznej inteligencji. Jak to się wszystko może skończyć? Czy kiedyś AI zastąpi prawdziwych redaktorów z krwi i kości? Sprawdźcie, co sądzą na ten temat nasi autorzy!



W „Transcedentalne” znajdziecie również teksty z tematów okołodziennikarskich czy filologicznych. No właśnie, co łączy dziennikarza z pisarzem? Albo jak redaktor może wykorzystać w swojej pracy istnienie wirtualnych państw? Na te pytania również odpowiadamy.

Mamy nadzieję, że nasza lektura przypadnie Wam do gustu i z niecierpliwością będziecie czekać na kolejne wydanie rocznika!

CZY AI ZASTĄPI REDAKTORÓW?

Dziennikarz w epoce algorytmu

W obserwowanym przez nas społeczeństwie technologicznym zauważyć można rosnącą potrzebę stałego podążania za informacją. W branży dziennikarskiej w ostatnich latach szczególną uwagę przykuwają narzędzia reprezentujące generatywną sztuczną inteligencję, czyli taką technologię, która zdolna jest do tworzenia treści tekstowych, graficznych lub dźwiękowych do złudzenia przypominających te, które tworzone są przez ludzi.

Pierwsze nowinki na temat zastosowania AI w dziennikarstwie przewidywały raczej negatywne dla ludzkich twórców konsekwencje (przykładowe nagłówki artykułów internetowych: „Axel Springer część dziennikarzy *Bilda* zastąpi sztuczną inteligencją”¹, „Zawody bez przyszłości. Dziennikarze, nauczyciele, rolnicy – wyginą jak dinozaury?”²). W ostatnim czasie zdaje się jednak, że lęk przed AI staje się *passé*, a na pierwszy plan w tej skomplikowanej relacji człowieka z robotem wysuwa się nadzieja („Google szykuje narzędzie AI dla dziennikarzy”³, „Sztuczna inteligencja to wsparcie dla dziennikarzy”⁴). Nie trudno jest zrozumieć, dlaczego wizja zastąpienia ludzkich dziennikarzy robotami mogła być wizją niepokojącą. Tym bardziej oczywiste zdaje się zatem poszukiwanie rozwiązań, które nie tyle zastąpią, co wesprą redaktorów.

¹ MAC, *Axel Springer część dziennikarzy „Bilda” zastąpi sztuczną inteligencją*,

https://www.press.pl/tresc/77080,axel-springer-czesc-dziennikarzy-_bilda_-zastapi-sztuczna-inteligencja [dostęp: 9.03.2024].

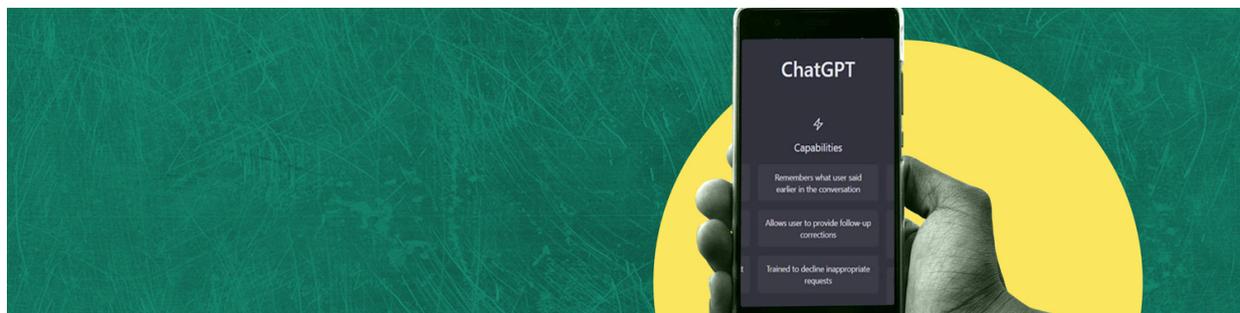
² M. Gąsior, *Zawody bez przyszłości. Dziennikarze, nauczyciele, rolnicy - wyginą jak dinozaury?*,

<https://natemat.pl/13375,zawody-bez-przyszlosci-dziennikarze-nauczyciele-rolnicy-wygina-jak-dinozaury> [dostęp: 9.03.2024].

³ JD, *Google szykuje narzędzie AI dla dziennikarzy*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/google-genesis-narzedzia-sztuczna-inteligencja-dziennikarz> [dostęp: 9.03.2024].

⁴ PAP MediaRoom, *Sztuczna inteligencja to wsparcie dla dziennikarzy*, <https://pap-mediroom.pl/nauka-i-technologie/sztuczna-inteligencja-wsparcie-dla-dziennikarzy> [dostęp: 9.03.2024].

„Z jednej strony jest to proces umaszynowania dziennikarza, związany z różnymi praktykami towarzyszącymi jego pracy, które razem wpisują się niejako w nurt transhumanizmu. Z drugiej strony – niejako symetrycznie (choć nie do końca) – można zaobserwować proces [...], który można również określić jako kreacja dziennikarza-maszyny”⁵.



Analizy zdolności popularnego modelu językowego GPT-3 stworzonego przez OpenAI wskazują na to, że pomimo trudności radzenia sobie z matematycznymi, semantycznymi i etycznymi pytaniami, pisze on na poziomie równym lub lepszym od niektórych ludzi i doskonale sprawdza się przy masowej produkcji tanich i dobrych tłumaczeń, streszczeń, protokołów, komentarzy, stron internetowych, katalogów, artykułów prasowych, przewodników, instrukcji obsługi czy raportów⁶. Sztuczna inteligencja w sposób oczywisty może zautomatyzować część procesów zachodzących w redakcjach, wyręczając dziennikarzy w tworzeniu schematycznych tekstów, takich jak krótkie notatki informacyjne dotyczące wydarzeń sportowych lub politycznych: „W 2011 r. algorytm Narrative Science sprawdził się w roli komentatora sportowego, tworząc kilkunastozdaniowe podsumowanie meczu footballu amerykańskiego dla kanału Big Ten Network. Z kolei w serwisie internetowym gazety *Los Angeles Times* pojawiła się krótka informacja dotycząca trzęsienia ziemi. Zawierała wszystko, co istotne dla czytelnika [...]”⁷. Ale czy ChatGPT spełniłby się w roli pełnoetatowego redaktora portalu informacyjnego?

⁵ D. Raś, *Automation anxiety. Sztuczna inteligencja w dziennikarstwie w perspektywie infoetycznej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2023, t. 32, nr 3, s. 34.

⁶ L. Floridi, M. Chiriatti, *GPT-3: Its Nature, Scope, Limits, and Consequences*, „Minds and Machines” 2020, nr 30, s. 681-694.

⁷ D. Raś, dz. cyt., s. 35.

Nowe pokolenie dziennikarzy

Zdaniem Jana Krefta żyjemy w „epoce algorytmu”⁸, której założeniem jest wykorzystywanie danych i algorytmów do zarządzania i ulepszania społeczeństwa – „dążenie do wszechwiedzy – poznania i przewidywania wszystkiego”⁹. Algorytmizacji podlega obecnie także dziennikarstwo, polegające na komputerowym przetwarzaniu tekstu, wideo, dźwięków i obrazów. „Dziennikarstwo obliczeniowe”¹⁰ związane jest m.in. z eksploracją danych, przetwarzaniem języka naturalnego, analizą i syntezą multimediów, wizualizacją danych czy wyszukiwaniem i porządkowaniem informacji w celu zbierania, kontekstualizowania i nadawania sensu wiadomościom¹¹.

Wskutek cyfryzacji dziennikarstwo w najbliższej przyszłości częściowo skłaniać się będzie bardziej ku naukom o informacji, kładąc nacisk na wcześniej wspomniane kompetencje cyfrowe redaktorów, którzy szkolić się będą nie tylko w zakresie relacjonowania czy komentowania wydarzeń, lecz także operowania specjalistycznym oprogramowaniem redakcyjnym. W Polsce jednak studia dziennikarskie nie oferują jeszcze specjalizacji ukierunkowanych typowo na nauczanie o big data, stawiając ten temat raczej na pozycji „fakultatywnej” niż obowiązkowej¹². Wprowadzenie do programu studiów dziennikarskich odpowiednich zajęć poświęconych tym zagadnieniom wydaje się być znaczące w kontekście kształcenia świadomych i kompetentnych informatorów, szczególnie dlatego, że podstawowym źródłem wielkich danych jest sieć, w której funkcjonuje zawrotna liczba popularnych redakcji internetowych.

⁸ J. Kreft, *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018, s. 49.

⁹ Tamże, s. 57.

¹⁰ M. Gruchoła, *Technologia sztucznej inteligencji w dziennikarstwie*, „Roczniki Nauk Społecznych” 2022, t. 14, nr 2, s. 62.

¹¹ Tamże, s. 63.

¹² A. Nowosad, *Dziennikarstwo danych i dziennikarstwo zautomatyzowane w erze big data i sztucznej inteligencji*, [w:] *Nowa rewolucja komunikacyjna*, red. M. Nowina Konopka, W. Świerczyńska-Głownia, A. Hess, ToC, Kraków 2023, s. 13.

Nieuniknione zatem jest to, że dziennikarze tworzący teksty na masową skalę prędzej czy później wytworzą umiejętność wydawania poleceń (pisanie promptów) specjalistycznemu oprogramowaniu oraz konsolidacji wytworzonych materiałów: „[...] te nowe prace będą wciąż wymagać dużo ludzkiej mocy umysłu, tylko inaczej zastosowanej [...]. Narzędzia podobne do GPT-3 umożliwiają odtworzenie brakujących fragmentów tekstów lub ich uzupełnienie [...], podobnie jak stało się to z systemem AI, który dokończył dwa ostatnie fragmenty VIII symfonii Schuberta [...]”¹³.



¹³ L. Floridi, M. Chiriatti, dz. cyt., s. 690.

W dziennikarstwie do produkcji artykułów wykorzystuje się boty społeczne, które są zaprogramowane nie tylko do gromadzenia i sortowania informacji, ale również do tworzenia spersonalizowanych preferencji czy zamieszczania ogłoszeń online. Jednym z przykładów zastosowania sztucznej inteligencji w dziennikarstwie jest Wordsmith (później StatSheet), stosowany przez Associated Press do tworzenia m.in. treści sportowych, artykułów finansowych spółek, wpisów na bloga AP czy interaktywnych materiałów w formie newsów, raportów, storytellingu, wykresów, map lub dynamicznych prezentacji multimedialnych¹⁴. Coraz częściej podobne narzędzia wykorzystywane są nie tylko w produkcji krótkich komunikatów informacyjnych, ale także w szeroko pojętym marketingu, public relations (PR), reklamie, a nawet w opiniotwórczym dziennikarstwie.

Wdrożenie jakichkolwiek narzędzi generatywnej sztucznej inteligencji do środowiska dziennikarskiego niesie ze sobą szereg zagrożeń, którym dopiero uczymy się zapobiegać. Mowa tu w szczególności o rozmytej odpowiedzialności AI za wyrządzoną szkodę. Problemem, który szczególnie zainteresować powinien dziennikarzy, jest zjawisko filtrowania treści: „Te same mechanizmy, które programiści zaimplementowali w wyszukiwarce Google i w serwisie Facebook, aby odciążyć naszą uwagę od nadmiaru treści spoza kręgu zainteresowań, zamykają nas równocześnie w szczelnej bańce informacyjnej”¹⁵.



¹⁴ Tamże.

¹⁵ B. Malinowski, *Jak Facebook zamyka nas w bańce informacyjnej. Algorytm filtrujący newsfeed a zjawisko filter bubble*, „Zarządzanie Mediami” 2016, t. 4, nr 1, s. 19.

Mistewicz zwraca uwagę na inne problemy automatyzacji procesów dziennikarskich, a należą do nich m.in.: utrata refleksyjności, zanik ciekawości świata, zaściankowość czy depersonalizacja. Szczególnie dotkliwy wydaje się pierwszy z wymienionych aspektów digitalizacji w mediach – „Straciliśmy czas spokojnego pomyślenia nad słowami, które chcemy przekazać innym [...]. Wydaje się, że dziś refleksja jest tym, co utrudnia pracę dziennikarską. Opóźnia cały proces, w wiecznej rywalizacji, kto pierwszy poda informację popularyzowaną z wykrzyknikami na paskach telewizji informacyjnych i Twitterze [...]”¹⁶.

Refleksyjność szczególnie łączy dziennikarstwo z pracą twórczą, która zdaniem Mistewicza zanika i traci swoje znaczenie na rzecz masowych komunikatów o niskiej jakości, co potęguje obecność stosunkowo tanich dla redakcji narzędzi generatywnej sztucznej inteligencji. Czy to oznacza, że ludzki walor dziennikarstwa odejdzie do lamusa?

Redaktor-AI

Niekoniecznie. Idąc w myśl socjologicznej teorii aktora-sieci (ANT), zaproponowanej przez Bruno Latoura, powinniśmy traktować technologię nie jako obiekt, lecz samodzielnego aktora, a także przyjrzeć się bliżej już obserwowanemu zjawisku translacji celów ludzi i technologii. Zgodnie z teorią aktora-sieci, aktanci (aktorzy) mogą łączyć się ze sobą i, w wyniku translacji celów, tworzyć nowy rodzaj aktanta, współdzielącego pewne wartości i strategie. Latour jako przykład podaje połączenie dwóch aktantów, którymi są człowiek oraz rewolwer¹⁷. Dopiero po połączeniu się tych dwóch aktantów otrzymujemy trzeciego aktanta – rewolwerowca, który nie może istnieć bez broni i nie może nie być człowiekiem.

¹⁶ E. Mistewicz, *Co straciliśmy w dziennikarstwie?*, <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/eryk-mistewicz-co-stracilismy-w-dziennikarstwie/> [dostęp: 12.03.2024].

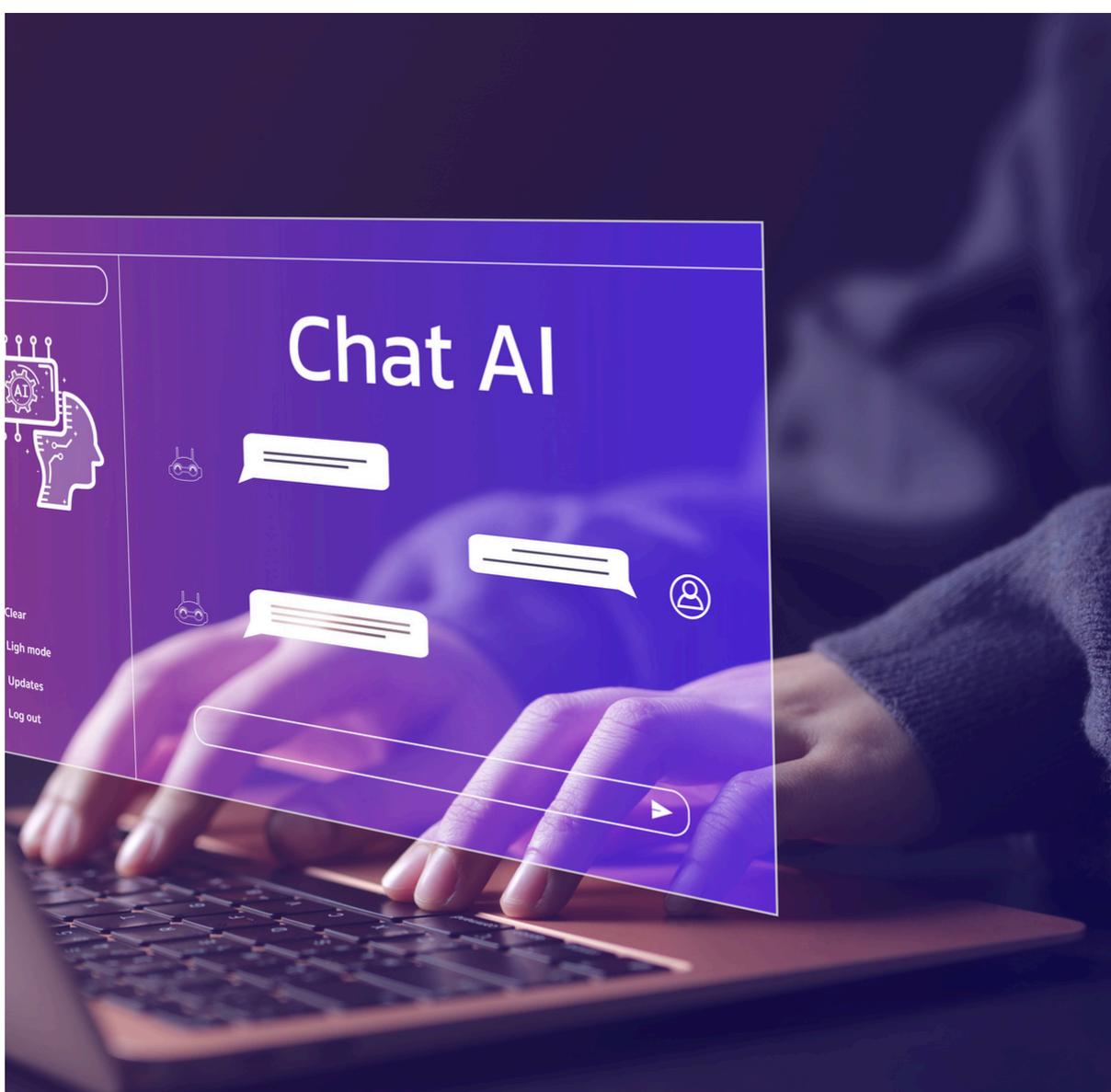
¹⁷ B. Latour, *Pandora's Hope. Essays on the Reality of Science Studies*, Harvard University Press, Cambridge 1999, s. 176.

Łącząc cele oraz strategie dziennikarza i specjalistycznego oprogramowania, również możemy stworzyć kolejnego, efektywniejszego aktora na medialnej scenie informacyjnej – redaktora-AI. Prawidłowo zaprojektowany i wytrenowany nie tylko w ekspresowym tempie potrafiłby stworzyć prosty, schematyczny tekst, ale także bez problemu dostosowałby jego treść do wymagań wskazanej grupy docelowej, bazując np. na wpisywanych w redakcyjną wyszukiwarke zapytaniach, śledząc na bieżąco komentarze czytelników czy nawet prowadząc z nimi interakcję.

Robotyczny towarzysz ludzkich dziennikarzy mógłby wspierać ich w analizowaniu niezrozumiałych statystyk, poprawiać błędy językowe w stworzonych przez nich tekstach, uzupełniać gotowe treści czy tłumaczyć artykuły na dowolny język obcy. Ponadto, cyfrowy dziennikarz dostępny w formie bota redakcyjnego mógłby bezpośrednio streszczać czytelnikom zawile losy ulubionych celebrytów, tłumaczyć skomplikowane konflikty polityczne czy sporządzać wartościowe podsumowania ekonomiczne. Zorganizowana współpraca człowieka z maszyną pozwoliłaby współczesnym dziennikarzom wykonywać tę część pracy, która poświęcona jest sprawdzaniu i ucłowieczaniu automatycznie zebranych i uporządkowanych danych, a jednocześnie oddać programom mniej przyjemne i powtarzalne czynności. ChatGPT nie musi zatem tworzyć oryginalnych artykułów dziennikarskich w odosobnieniu – może on skanować oraz przeredagowywać dane znajdujące się w wyjściowej bazie, udostępnione przykładowo przez współpracujące redakcje, stanowić inspirację dla redaktorów czy wydawców, a także przyspieszyć proces poszukiwania informacji w przestrzeni cyfrowej. W ten sposób kolejne pokolenie dziennikarzy będzie mogło odpowiedzieć na rosnące potrzeby społeczeństwa informacyjnego, tworząc hybrydową redakcję – złożoną z automatycznych maszyn, które w mgnieniu oka dokonają analizy ogromnej ilości dostępnych danych oraz ludzkich istot zdolnych do pogłębionej refleksji.



„Trudno jest zakładać, że jeśli zaistnieje technologia pozwalająca na zastąpienie wszystkich żywych dziennikarzy, to redakcje z niej nie skorzystają. Można jednak wskazać obszary, w których trudno będzie zastąpić ludzki pierwiastek. Czy maszyna jest w stanie napisać poruszający reportaż z duszą, geniuszem i błyskotliwością? Czy jest w stanie otrzymać nagrodę Pulitzera? Czy informatyk jest w stanie opracować program robota-dziennikarza, który zauroczy nas oddaniem przyrodzie tak bardzo, jak redaktor i poszukiwacz przygód, Sir David Frederick Attenborough z BBC? Te i inne, choć na razie pozostają bez odpowiedzi, dają jednak pewną nadzieję”¹⁸.



¹⁸ D. Raś, dz. cyt., s. 36.

BIBLIOGRAFIA

- Floridi L., Chiriatti M., *GPT-3: Its Nature, Scope, Limits, and Consequences*, „Minds and Machines” 2020, nr 30, s. 681-694.
- Gąsior M., *Zawody bez przyszłości. Dziennikarze, nauczyciele, rolnicy - wyginą jak dinozaury?*, <https://natemat.pl/13375,zawody-bez-przyszlosci-dziennikarze-nauczyciele-rolnicy-wygina-jak-dinozaury> [dostęp: 9.03.2024].
- Gruchoła M., *Technologia sztucznej inteligencji w dziennikarstwie*, „Roczniki Nauk Społecznych” 2022, t. 14, nr 2, s. 59-82.
- JD, *Google szykuje narzędzie AI dla dziennikarzy*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/google-genesis-narzedzia-sztuczna-inteligencja-dziennikarz> [dostęp: 9.03.2024].
- Kopeć J., *Czy Internet jest nie-ludzki*, „Przegląd Humanistyczny” 2024, nr 1, s. 45-52.
- Kreft J., *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018.
- Latour B., *Pandora`s Hope. Essays on the Reality of Science Studies*, Harvard University Press, Cambridge 1999.
- MAC, *Axel Springer część dziennikarzy „Bildu” zastąpi sztuczną inteligencją*, https://www.press.pl/tresc/77080,axel-springer-czesc-dziennikarzy-_bilda_-zastapi-sztuczna-inteligencja [dostęp: 9.03.2024].
- Malinowski B., *Jak Facebook zamyka nas w bańce informacyjnej. Algorytm filtrujący newsfeed a zjawisko filter bubble*, „Zarządzanie Mediami” 2016, t. 4, nr 1, s. 15-22.
- Mistewicz E., *Co straciliśmy w dziennikarstwie?*, <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/eryk-mistewicz-co-stracilismy-w-dziennikarstwie/> [dostęp: 12.03.2024].
- Nowosad A., *Dziennikarstwo danych i dziennikarstwo zautomatyzowane w erze big data i sztucznej inteligencji*, [w:] *Nowa rewolucja komunikacyjna*, red. M. Nowina Konopka, W. Świerczyńska-Głównia, A. Hess, ToC, Kraków 2023, s. 17-46.
- PAP MediaRoom, *Sztuczna inteligencja to wsparcie dla dziennikarzy*, <https://pap-mediaram.pl/nauka-i-technologie/sztuczna-inteligencja-wsparcie-dla-dziennikarzy> [dostęp: 9.03.2024].
- Raś D., *Automation anxiety. Sztuczna inteligencja w dziennikarstwie w perspektywie infoetycznej*, „Łódzkie Studia Teologiczne” 2023, t. 32, nr 3, s. 31-44.
- Rosa H., *Przyspieszenie, wyobcowanie, rezonans. Projekt krytycznej teorii późnonowoczesnej czasowości*, Europejskie Centrum Solidarności, Gdańsk 2020.

SZTUCZNA INTELIGENCJA

Zagrożenie dla zawodu dziennikarza?

W dobie rozwoju technologii oraz wprowadzania coraz to nowszych urozmaiceń w algorytmach sztucznej inteligencji staje się ona narzędziem pomocnym w niemal każdej dziedzinie życia. Jeszcze do niedawna zawód dziennikarza stanowił obszar, w którym mogli pracować wyłącznie ludzie kreatywni, posiadający oryginalne pomysły, cieszący się w podejmowaniu decyzji względną autonomią. Obecne osiągnięcia w dziedzinie AI zaczynają stanowić zagrożenie dla dziennikarzy, m.in. ze względu na samodzielne wyszukiwanie informacji przez algorytmy, redagowanie tekstów, ale również selekcjonowanie wartościowych dla odbiorcy materiałów.

Z jednej strony sztuczna inteligencja znacznie ułatwia pracę, wspomagając żmudne procesy wykonywane dotychczas przez ludzi. Z drugiej natomiast nadal popełnia wiele błędów, dlatego też konieczny jest nieustanny nadzór człowieka nad rzetelnością podawanych przez nią faktów. Biorąc pod uwagę zarówno wady, jak i zalety pracy sztucznej inteligencji, coraz częściej pojawia się pytanie o to, czy mechanizmy AI stanowią realne zagrożenie dla zawodu dziennikarza.

Czym właściwie jest „sztuczna inteligencja”? Według definicji Encyklopedii PWN, to „dziedzina nauki zajmująca się badaniem mechanizmów ludzkiej inteligencji oraz modelowaniem i konstruowaniem systemów, które są w stanie wspomagać lub zastępować inteligentne działania człowieka”¹.

¹ *Sztuczna inteligencja*,

<https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/sztuczna-inteligencja;3983490.html> [dostęp: 19.03.2024].



Alгоритмы искусственной интеллигенции начинают использовать все больше фирм при создании контента прашовых. Директор генеральный концерна Axel Springer, Mathias Döpfner, ответственный за наиболее почтенные газеты в Германии – „Bild” и „Die Welt”, уже в начале марта 2023 года информировал своих сотрудников о необходимости использования искусственной интеллигенции в процессе создания статей из-за оптимизации работы журналиста. Döpfner также утвердил, что профессия может быть заменена системами AI, например, ChatGPT, поскольку: „Искусственная интеллигенция имеет потенциал, чтобы сделать независимое журналиство лучше, чем когда-либо было – или просто его заменить”². Не это единственная фирма, которая внедряет инструменты искусственной интеллигенции. Из подобных решений выигрывают также британские издатели таблоидов, такие как „Daily Mirror” и „Daily Express”³. Наиболее известным в журналистике генератором текстов, созданным с помощью AI, является GPT-3 (Generative Pretrained Transformer 3), используемый редакциями таких журналов как: „The New York Times”, „Forbes”, „The Guardian” или „The Washington Post”⁴.

² Директор генеральный концерна Axel Springer: AI может заменить журналистов, <https://www.rp.pl/spoleczenstwo/art38043661-dyrektor-generalny-koncernu-axel-springer-ai-moze-zastapic-dziennikarzy> [доступ:21.03.2024].

³ Там же.

⁴ M. Gruchola, *Технология искусственной интеллигенции в журналистике и перспективы деантропоцентризма журналиста*, „Родничок Наук Социальных” 2022, т. 14, номер 2, с. 74-75.

Tworzenie treści przy współdziałaniu sztucznej inteligencji skutkuje kształtowaniem się nowej formy dziennikarstwa, określanej mianem dziennikarstwa hybrydowego, polegającego na wykonywaniu części zadań dziennikarza przez algorytmy, m.in. tworzeniu tekstu, obrazu, dźwięku, zbieraniu informacji czy też ich selekcji⁵. Coraz większy rozwój technologii sprawia, że sztuczna inteligencja tworzy roboty pokazujące treści medialne w telewizji czy radiu. Prezenterzy wykreowani przez AI prowadzą już audycje np. w koreańskiej telewizji MBN⁶, czym nie tylko odbierają pracę ludziom przy sporządzaniu researchu albo pisaniu artykułów, ale również zastępują ich w programach, które do tej pory były prowadzone wyłącznie przez człowieka. Z badań jednak wynika, że treści tworzone i przekazywane za pomocą systemów sztucznej inteligencji wywołują u odbiorcy nieufność, niepokój, a nawet strach⁷.

Mimo coraz większej skuteczności sztucznej inteligencji oraz doprecyzowania jej wytworów, nie stanowi ona nadal rzetelnego źródła pozyskiwania obiektywnych oraz wartościowych informacji. Jak podaje Małgorzata Gruchoła, człowiek przy tworzeniu przekazu bierze pod uwagę nie tylko aktualność czy ważność samej informacji, ale dostosowuje ją również pod kontekst społeczny, polityczny oraz kulturalny. Sztuczna inteligencja nie jest natomiast w stanie podać obiektywnego oglądu rzeczywistości, a co za tym idzie – przekazać informacji w odpowiednim znaczeniu w konkretnych kontekstach. Wpływa na to również sama wartość informacji, czyli jej aktualność, ważność, kontrowersyjność czy wyjątkowość. O tym, czy jest ona interesująca dla odbiorcy, decyduje dziennikarz, który w odpowiedni sposób podaje wiadomości, wykorzystując zazwyczaj model tzw. odwróconej piramidy – najważniejsze fakty, przykuwające uwagę czytelnika, podawane są na samym początku (zazwyczaj już w tytule i lidzie), w rozwinięciu zaś rozbudowuje się publikację o nieco mniej znaczące treści⁸.

⁵ Tamże, s. 65-66.

⁶ Tamże.

⁷ Tamże, s. 69.

⁸ K. Żandarski, *Zasada odwróconej piramidy – jak stosować ją w tekście?*, <https://seo-literki.pl/zasada-odwroconej-piramidy/> [dostęp: 21.03.2024].

Dziennikarz sam więc decyduje, na podstawie własnych, subiektywnych osądów, które informacje są atrakcyjne, o których jedynie wspomni, a które całkowicie pominie, uznając za mniej ważne. Algorytmy sztucznej inteligencji, takie jak GPT-3, są natomiast programowane, by mogły: „uczyć się na podstawie dużych zbiorów danych, w tym artykułów dziennikarskich, i generować teksty, które odpowiadają określonym standardom i wymaganiom. Jednak, ponieważ modele te opierają się na danych, które zostały im dostarczone, istnieje ryzyko, że będą one odzwierciedlać błędne lub nieobiektywne podejście do danego tematu”⁹.

Problem stanowi w tym momencie etyka dziennikarska, ponieważ sztuczna inteligencja nie uwzględnia standardów związanych z obiektywnością podawanych treści. Może tym samym prezentować informacje nieprawdziwe i niesprawdzone, mając na uwadze jedynie ich dopasowanie pod odpowiednie wymogi oraz odbiorcę.



⁹ Z. Czernicka, *Czy praca dziennikarza jest zagrożona? Artykuł napisany we współpracy ze sztuczną inteligencją*, <https://www.gazetakongresy.pl/czy-praca-dziennikarza-jest-zagrozona-artykul-napisany-we-wspolpracy-ze-sztuczna-inteligencja/> [dostęp: 21.03.2024].

Skoro algorytmy AI muszą być stale nadzorowane przez człowieka, to rodzi się pytanie: czy można uznać sztuczną inteligencję za równą człowiekowi? Racją jest, że mechanizmy nowoczesnych technologii, poprzez wykonywanie żmudnych i nużących czynności takich jak raportowanie czy selekcja informacji, ułatwiają dziennikarzom pracę, dzięki czemu mają oni więcej czasu na bardziej złożone zadania, ale jednocześnie zmniejszają liczbę stanowisk obsadzanych dotąd przez ludzi. Istnieje jednak wiele aspektów, które sprawiają, że sztuczna inteligencja, przynajmniej na razie, nie jest w stanie zająć miejsca człowieka w tworzeniu jakościowych treści.

W generowanych przez nią tekstach nie ma jakiegokolwiek emocjonalności, ironii, humoru czy oryginalności. Dziennikarz, tworzący chociażby felietony, wchodzi w relację z odbiorcą, zbliżając się do niego poprzez ukazywanie podobnych emocji, wrażeń lub odczuć. Co więcej, mechanizmy AI bazują na istniejących już materiałach dostępnych w internecie, sprawiając, że wytwarzane przez nie treści nie są żadną nowością, a jedynie przeredagowaniem będących już w obiegu informacji. Sztuczna inteligencja stanowi tym samym zagrożenie dla jakościowego oraz rzetelnego dziennikarstwa poprzez ciągłe powtarzanie tych samych treści.

„Algorytm skanuje dostępne bazy danych, wybiera fragmenty spełniające kryteria wstępnie zaproponowanych struktur artykułów, porządkuje ważne punkty i wstawia szczegóły, takie jak statystyki, kwoty, rankingi i inne liczby, czyli przeredagowuje, po czym publikuje je ponownie. Mechanizm ten jest wykorzystywany przez Microsoft (współpracujący z OpenAI), wydawcy m.in. Microsoft News i MSN, który zastąpił ludzkich redaktorów technologią sztucznej inteligencji (Traffic Watchdog, 2020). Jest to innowacyjne rozwiązanie, jednak jeśli pomysł Microsoftu zostanie wcielony też w innych koncernach, może się szybko okazać, że przestajemy tworzyć nowe treści, wciąż przerabiając te już istniejące”¹⁰.

¹⁰ M. Gruchoła, dz. cyt., s. 76.

Podsumowując, sztuczna inteligencja niewątpliwie coraz bardziej wspomaga pracę dziennikarzy, zastępując ich w wykonywaniu podstawowych czynności, takich jak: zbieranie i selekcjonowanie informacji, tworzenie obrazów, dźwięków, a nawet tekstów. Jednak jej wykorzystanie w dziennikarstwie póki co służy głównie usprawnieniu działalności, aniżeli całkowitemu zastąpieniu ludzi wykonujących omawiany zawód. Obecne dokonania w dziedzinie AI nie są na tyle rozwinięte, aby technologia była w stanie zagrozić człowiekowi, chociażby ze względu na brak kreatywności czy oryginalności pisanych tekstów, a także popełnianie wielu błędów. Co więcej, w przeciwieństwie do dziennikarzy, sztuczna inteligencja nie posiada autonomii ani sprawczości przy tworzeniu treści. Człowiek skutecznie ogranicza jej samodzielne działania, dopasowując je do swoich potrzeb poprzez sprawdzanie, porównywanie z rzeczywistością oraz przededagowywanie tworzonych przez nią treści.



BIBLIOGRAFIA

Czernicka Z., *Czy praca dziennikarza jest zagrożona? Artykuł napisany we współpracy ze sztuczną inteligencją*, <https://www.gazetakongresy.pl/czy-praca-dziennikarza-jest-zagrozona-artykul-napisany-we-wspolpracy-ze-sztuczna-inteligencja/> [dostęp: 21.03.2024].

Dyrektor generalny koncernu Axel Springer: AI może zastąpić dziennikarzy, <https://www.rp.pl/spoleczenstwo/art38043661-dyrektor-generalny-koncernu-axel-springer-ai-moze-zastapic-dziennikarzy> [dostęp:21.03.2024].

Gruchoła M., *Technologia sztucznej inteligencji w dziennikarstwie a perspektywa deantropocentryzmu*, „Roczniki Nauk Społecznych” 2022, t. 14, nr 2, s. 59-82.

Sztuczna inteligencja, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/sztuczna-inteligencja;3983490.html> [dostęp: 19.03.2024].

Żandarski K., *Zasada odwróconej piramidy – jak stosować ją w tekście?*, <https://seo-literki.pl/zasada-odwroconej-piramidy/> [dostęp: 21.03.2024].



NIKT NIE WIDZI, NIKT NIE SŁYSZY

Problem molestowania seksualnego dziennikarek

Media co jakiś czas obiega informacja o nieprawidłowościach, które zdarzają się w relacjach pomiędzy współpracownikami w miejscach pracy. Dziennikarze nagłaśniają różne formy nadużyć seksualnych, ale do molestowania dochodzi również w redakcjach. Warto ten problem zgłębić, ponieważ ci, którzy opisują świat i informują o przekraczaniu granic, do jakich dochodzi, powinni też nie bać się mówić o sprawach z własnego podwórka, chociaż jest to z pewnością szczególnie trudne.

Przemoc seksualna wśród dziennikarek

Instytut Zamenhofa¹ w marcu ubiegłego roku opublikował raport pt. „Off the record: Molestowanie seksualne dziennikarek w Polsce”². Instytut rozpoczął opracowanie badania już w 2021 r., posługując się anonimową ankietą ilościową CAWI (współpracował przy tym z firmą Kantar Public) oraz badaniem jakościowym w postaci pogłębionych, anonimowych wywiadów z ofiarami molestowania. W pierwszej części badania udział wzięło 268 dziennikarek, w drugiej swoją historię zdecydowało się opowiedzieć 18 kobiet.



¹ Instytut Zamenhofa – niezależna, pozarządowa organizacja zajmująca się badaniami, tworzeniem analiz i kształtowaniem opinii publicznej. Tworzą ją ludzie mediów, dziennikarze, naukowcy oraz eksperci od komunikacji.

² N. Bochyńska, P. Prus, N. Żaba, *Off the record: Molestowanie seksualne dziennikarek w Polsce*, <https://offtherecord.zamenhof.pl> [dostęp: 22.02.2024].

Przy czytaniu raportu odbiorca może zetknąć się zatrważającymi liczbami pokazującymi chociażby, że aż 59% pracownic mediów przyznało się, że zetknęło się w pracy z molestowaniem, przy czym zaledwie 18% takich czynów zostało zgłoszonych. Połowa z ankietowanych w relacjach na gruncie zawodowym usłyszała: nieprzyzwoite uwagi, wulgarne żarty lub historie o tematyce seksualnej (59%), niestosowne lub pogardliwe określenia wobec kobiet (53%), komentarze dotyczące życia prywatnego, wzbudzające dyskomfort (51%) oraz obraźliwe lub zawstydzające komentarze dotyczące ich zachowania czy wyglądu (50%).

Nie jest to jednak całość. O ile powyższe przekroczenia granic miały charakter werbalny, tak część osób przyznała się do doświadczenia sytuacji mającej znamiona napaści seksualnej. W badaniu wykazano, że pojawiały się próby zmuszenia do seksu bądź innych czynności seksualnych (13%) albo bez zgody jednej ze stron doszło do seksu lub innych czynności seksualnych (5%).

Najczęściej ofiarom tej formy nadużyć towarzyszy wstyd oraz strach. Biorąc pod uwagę, że przeważnie (aż w 65% przypadków) osobą przekraczającą granicę jest pracownik na wyższym szczeblu, pojawia się także strach przed utratą pracy lub doświadczeniem ostracyzmu w środowisku. Z opinii badanych wynika, że często w związku z doświadczeniem molestowania pojawia się mniejsze zaangażowanie w pracę, obniżone poczucie własnej wartości czy szukanie winy w sobie. Inne uczestniczki przyznały się też do stanów depresyjnych, zespołu stresu pourazowego, a nawet do myśli samobójczych³.

Nikt nie widzi

Zatrważa fakt, że w środowisku kojarzonym się z wysoką etyką zawodową, w którym niektórzy występują nawet w roli moralizatorów społecznych, dochodzi do tak poważnych nadużyć. Dodatkowo przeraża, że obszar ten jest tak mało zbadany i poruszany w debacie publicznej.

³ Tamże.

Może się tak jednak dzieć z co najmniej kilku powodów, które powiązane są z samą naturą tego rodzaju przekroczeń. Przede wszystkim ofiary czują ogromny wstyd i lęk przed opowiedzeniem o tym doświadczeniu⁴. Mogą też mieć ograniczone zaufanie do wymiaru sprawiedliwości bądź obawiać się, że wina za ten czyn zostanie przypisana im (w Irlandii zaledwie sześć lat temu, bo w 2018 r., uniewinniono gwałciiciela, ponieważ jego ofiara miała na sobie koronkowe majtki⁵). Sprawa dodatkowo się komplikuje, gdy jest widoczna dysproporcja w pozycji społecznej pomiędzy sprawcą a ofiarą. Może wówczas pojawić się lęk przed utratą pracy, awansu lub tym, że nikt nie uwierzy osobie poszkodowanej. To wszystko prowadzi jednak do tego, że akty przemocy seksualnej są rzadko zgłaszane. Przysparza to sporych trudności, jeżeli chodzi o wyciągnięcie konsekwencji. Istnieją jednak pewne narzędzia, dzięki którym jest możliwe zwalczanie szkodliwych zachowań i zapobieganie im.

Miejmy siebie na uwadze

Część agencji wypracowała rozwiązania mające chronić pracowników przed molestowaniem seksualnym. Badacze z Instytutu Zamenhofa zwrócili się z pytaniem o dobre praktyki do największych polskich przedsiębiorstw medialnych. Odpowiedzieli im: Agora, Eurozet, Ringier Axel Springer Polska, TVN Warner Bros. Discovery oraz Wirtualna Polska. Informacji zwrotnej nie udzieliło dziesięciu wydawców⁶.

Cieszyć z pewnością może wypracowywanie dobrych wzorców postępowania w miejscach pracy, w tym przypadku redakcjach. Świadomość, że są jakieś wewnętrzne regulacje dotyczące zachowywania zawodowych stosunków, sprawia, że pracownicy mogą czuć się bezpieczniej.

⁴ A. Szczerbiak, *Molestowanie seksualne: dlaczego kobiety milczą przez lata?*,

<https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1768438,1,molestowanie-seksualne-dlaczego-kobiety-milcza-przez-lata.read> [dostęp: 22.02.2024].

⁵ I. Dzieciuchowicz, *Koronkowe majtki to nie zaproszenie do gwałtu. Protesty w Irlandii po wyroku uniewinniającym gwałciiciela*, <http://codziennikfeministyczny.pl/koronkowe-majtki-nie-zaproszenie-gwaltu-protesty-irlandii-po-wyroku-uniewinniającym-gwalciiciela/> [dostęp: 22.02.2024].

⁶ N. Bochyńska, P. Prus, N. Żaba, dz. cyt.



Coraz powszechniejsze stają się anonimowe systemy komunikacyjne, mające służyć do zgłaszania nadużyć, wątpliwości lub zadawania pytań (taki system wypracowała chociażby Agora – niezależna Linia Etyki).

Warto też zwiększać świadomość pracowników, którzy niekiedy mają problem, by podjąć działanie w sytuacji, której są świadkami. Nie musi wynikać to z obojętności: zazwyczaj osoby trzecie nie posiadają wiedzy i narzędzi, by zareagować odpowiednio na sytuację. Mogą również nie chcieć się mieszać, zwłaszcza gdy mają wątpliwości co do natury sytuacji i problem z jej zinterpretowaniem. Z tego powodu niesamowicie ważne są szkolenia, już na samym etapie wdrażania do firmy. Wiedza ta przydałaby się nie tylko tym, którzy będą świadkami wątpliwych etycznie sytuacji, ale również tym, których te nadużycia będą bezpośrednio dotyczyć. Zwiększanie świadomości pracowników (zarówno kobiet, jak i mężczyzn, którzy również mogą stać się ofiarami) oraz całego społeczeństwa jest pierwszym krokiem do poprawy komfortu w miejscach pracy.

Pierwszy krok w dobrą stronę

Opublikowane przez Instytut Zamenhofa badanie jest prekursorskie. Temat molestowania seksualnego dziennikarek w Polsce nie został wcześniej na taką skalę zgłębiany. Zebrany materiał przedstawia skalę problemu. Od tych bowiem, którzy nagłaśniają nieprawidłowości i wskazują winnych, wymaga się szczególnie mocno poszanowania czyjejś godności oraz świadomości istnienia samego problemu. Tymczasem rzeczywistość maluje się w zdecydowanie ciemniejszych barwach.

Myślę o wszystkich młodych adeptkach zawodu, dopiero wkraczających na rynek medialny. Świadomość, że statystycznie co druga z nich miałaby doświadczyć jakiegokolwiek rodzaju molestowania seksualnego, jest absolutnie przerażająca. Istnieje jednak szansa, by sytuacja uległa polepszeniu; by dziennikarki nie bały się mówić o swoich doświadczeniach, nie bały się utraty zawodu, nie rezygnowały ze swojej pracy.

Odczarowanie narracji jest przecież możliwe, ale potrzeba do tego ogromu siły oraz odwagi. Mówienie otwarcie o trudnych doświadczeniach nie należy do prostych zadań – nikt jednak tego nie wymaga od osób, które doświadczyły przemocy. Najważniejsze zdaje się poruszanie tego tematu w dyskursie publicznym, wdrażanie przez pracodawców procedur mogących zapewnić ochronę poszkodowanym i zapobiegać przekroczeniom. Są to absolutne priorytety, które wydawcy medialni powinni uwzględnić, jeżeli w swoich zespołach chcą mieć kobiety.

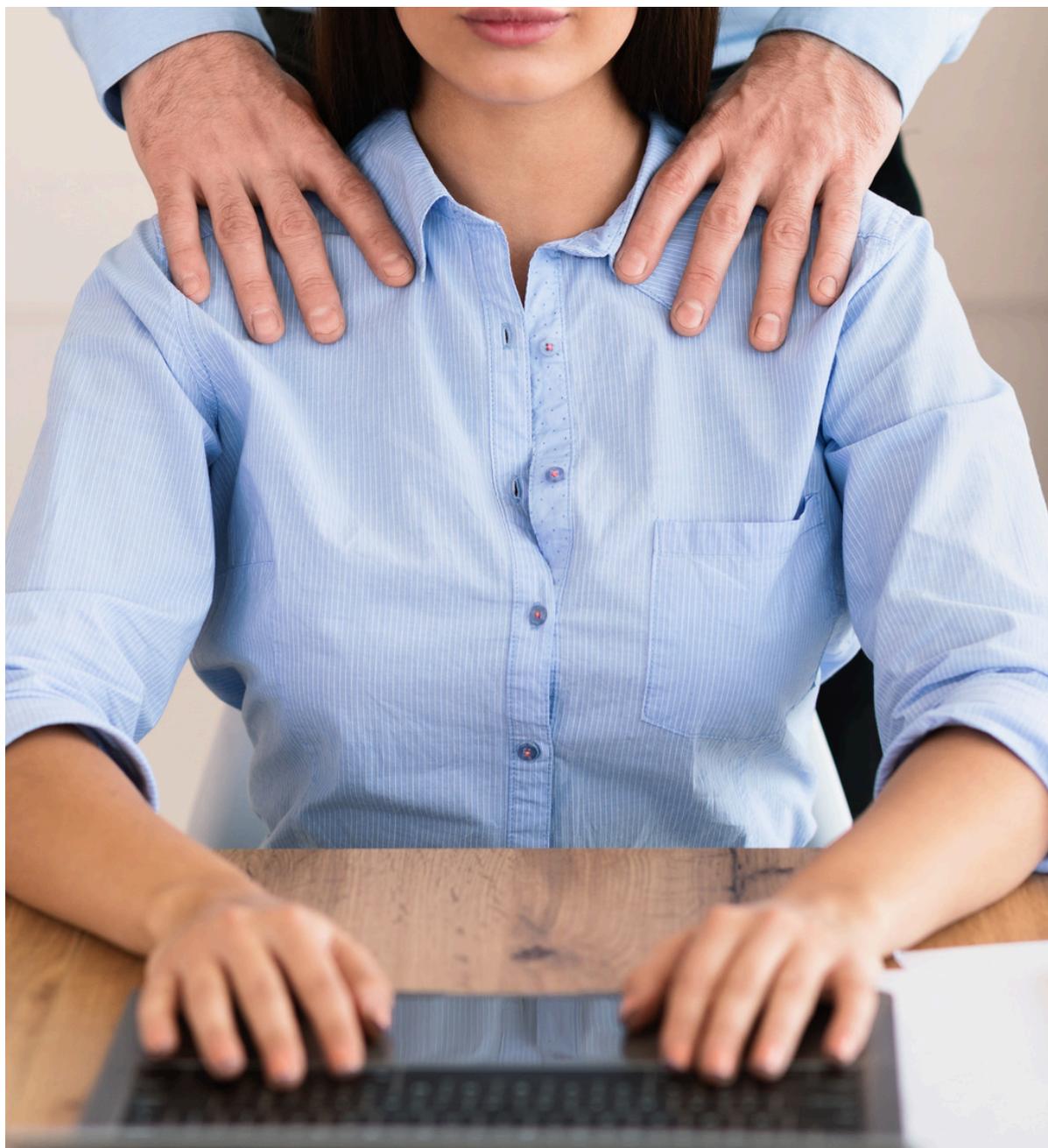


BIBLIOGRAFIA

Bochyńska N., Prus P., Żaba N., *Off the record: Molestowanie seksualne dziennikarek w Polsce*, <https://offtherecord.zamenhof.pl> [dostęp: 22.02.2024].

Dzieciuchowicz I., *Koronkowe majtki to nie zaproszenie do gwałtu. Protesty w Irlandii po wyroku uniewinniającym gwałciela*, <http://codziennikfeministyczny.pl/koronkowe-majtki-nie-zaproszenie-gwaltu-protesty-irlandii-po-wyroku-uniewinniającym-gwalciela/> [dostęp: 22.02.2024].

Szczerbiak A., *Molestowanie seksualne: dlaczego kobiety milczą przez lata?*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1768438,1,molestowanie-seksualne-dlaczego-kobiety-milcza-przez-lata.read> [dostęp: 22.02.2024].



WIRTUALNE PAŃSTWA

Piaskownica dla przyszłych dziennikarzy?

Rola edukacji w życiu człowieka jest nie do przecenienia. Nikt na początku swojego życia nie posiada właściwej wiedzy czy umiejętności. Sam proces uczenia nie ogranicza się jednak do odbierania lekcji w szkole lub innej podobnej instytucji oświatowej (edukacji formalnej), bowiem „[...] pozaszkolna społeczna baza kształcenia i wychowania, na którą składają się bodźce, impulsy płynące nie tylko ze środowiska lokalnego, ale także szerokiego świata, towarzyszą człowiekowi nieustannie przez całe życie”¹.

Ta druga forma edukacji, pomijana lub niedoceniana przez osoby zajmujące się zawodowo nauczaniem (na co zwraca w swoim artykule uwagę Edmund Trempała), nazywana jest mianem edukacji nieformalnej lub nieszkolnej, z uwagi na charakter pozbawiony swoistej dla szkolnego sposobu – formalności w przekazaniu wiedzy. Wychodząc od artykułu Trempały, można zgodzić się z nim, że nieszkolna edukacja ma swój duży potencjał wychowawczy i edukacyjny. Sam autor zwraca też uwagę na fakt, że „W dziedzinie wychowania społeczeństwo faktycznie nie zaspokoi swoich potrzeb za pośrednictwem jednej instytucji szkolnej, nawet najbardziej rozbudowanej”².

Wydaje się więc słuszną próbą znalezienia efektywnego sposobu edukacji nieformalnej, która mogłaby być uzupełnieniem treści przekazanych instytucjonalnie przez nauczycieli czy wykładowców. Nie da się ukryć, że podczas zajęć nie ma możliwości przekazania całości potrzebnych umiejętności oraz wiedzy, w jaki sposób można je wykorzystać. Korzyści płynące z połączenia różnych form edukacji pozytywnie wpłynęłyby na nauczanie, szczególnie w tych sferach, gdzie aspekt praktyczny i możliwość wykorzystania wiedzy są istotne.

¹ E. Trempała, *Edukacja formalna (szkolna) i edukacja nieformalna (równoległa, nieszkolna, pozaszkolna)*, „Przegląd Pedagogiczny” 2011, nr 25, s. 96.

² Tamże, s. 96-98.

Z poziomu najlepszych nawet studiów czy kursów trudno jest wynieść praktyczną wiedzę chociażby o działaniu redakcji, pisaniu artykułów pod presją czasu czy o funkcjonowaniu systemów medialnych. Informacji, wydawać by się mogło, niezbędnych w pracy dziennikarza.

Co może być jednak taką swego rodzaju „piaskownicą” dla przyszłych dziennikarzy? Z pomocą przychodzi dokładne zgłębienie specyficznych społeczności – państw, które nie istnieją, chociaż tworzą je istniejące rzeczywiście osoby. Państw istniejących w internecie – mikronacji, znanych również jako wirtualne państwa. Zdefiniować je można jako społeczności wirtualne, których uczestnicy w ramach zabawy symulują działanie realnych państw w warunkach internetowych, tworzą państwo, które istnieje tylko wirtualnie³. Każdy z uczestników tworzy swoją postać wchodzącą w interakcje z innymi członkami społeczności. W wirtualnych państwach można być między innymi politykiem, dyplomatą, urzędnikiem, wojskowym, artystą, sportowcem czy dziennikarzem właśnie.



³ P. Siuda, *Wirtualne państwa w zwierciadle nauk społecznych. Dlaczego warto badać mikronacje internetowe?*,

http://piotrsiuda.com/wpcontent/uploads/2015/01/Piotr_Siuda_Wirtualne_panstwa_w_zwierciadle_nauk_spoecznych.pdf [dostęp: 20.03.2024].

Piotr Siuda wyróżnia trzy podstawowe aspekty działalności wirtualnych państw – sferę polityczną, kulturalną i ekonomiczną⁴. Oczywiście nie jest to lista zamknięta, uczestników w próbie odzwierciedlenia kolejnych gałęzi działalności państw realnych ogranicza tak właściwie tylko własna wyobraźnia. Do tej podstawowej listy dopisałbym jednak aspekt medialny, podkreślając mocniej rolę mediów mikronacyjnych w życiu państw wirtualnych – nie tylko tych kulturalnych, bo do takich Siuda klasyfikuje działania polegające na tworzeniu komunikatów prasowych, audycji radiowych czy programów telewizyjnych⁵. Większą rolę wirtualnych mediów dostrzega Ryszard Żelichowski. Analizując różnorodność polskich państw internetowych, zauważa, że w przypadku największego z nich – Księstwa Sarmacji – funkcjonuje Grodziska Agencja Prasowa, która nie tyle pełni funkcje kulturotwórcze, a po prostu informuje mieszkańców Księstwa Sarmacji o wydarzeniach z całego wirtualnego świata (w tym także innych państw)⁶. Jest to oczywiście jedna z wielu tego typu instytucji.

O roli mediów w warunkach państwowości internetowej pisze szerzej Grzegorz Stunża. Nazywa on jednoznacznie mikronacyjne media narzędziem zmian. Trudno się nie zgodzić z tym, że prasa państw wirtualnych jest podobnie jak w świecie realnym elementem rozszerzającym przestrzeń debaty politycznej. Stunża widzi rolę dziennikarzy w zaostrzaniu konfliktów, zwracaniu uwagi na potrzebę zmian związanych z usprawnieniem działania państwa i samego społeczeństwa. Zauważa także, że stronnictwa polityczne mogły z pomocą zaprzyjaźnionych tytułów prasowych dążyć do określonych celów⁷. Można więc stwierdzić, że sprawa ma się podobnie jak w przypadku państw istniejących w świecie rzeczywistym.

⁴ Tamże.

⁵ Tamże.

⁶ R. Żelichowski, *Pseudopaństwa. Pomiędzy światem realnym a rzeczywistością wirtualną*, „Studia Polityczne” 2016, nr 43, s. 88.

⁷ G. D. Stunża, *Wirtualne państwo jako przestrzeń edukacji obywatelskiej. Studia z etnografii internetu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2018, s. 149-150.

Wskazać także należy, że przeciętnego obywatela państw wirtualnych cechuje zdecydowanie większa sprawczość – z uwagi na mniejszą liczbę obywateli łatwiej jest zostać wysokim urzędnikiem, jak również zdanie pojedynczego mieszkańca jest bardziej obecne w debacie politycznej niż w przypadku realnych odpowiedników. Przez to należy zwrócić szczególną uwagę, jaką specyfikę przyjmuje system medialny wirtualnych państw – jakie funkcje pełnią w odniesieniu do wirtualnych państw komunikaty medialne, jakie miejsce w państwie zajmują dziennikarze. Wydaje się zatem konieczne, wobec braku dotychczasowych badań przedmiotowych w tym zakresie, podjęcie próby zbadania systemów medialnych polskich państw wirtualnych i zestawienie go z systemami państw realnie funkcjonujących, aby wykazać, czy mikronacje mogą być miejscem nieformalnej edukacji z zakresu mediów i dziennikarstwa, czy w państwach wirtualnych istnieją mechanizmy znane z realnych odpowiedników, czy też systemy medialne kierują się innymi czynnikami, których brak jest w systemach państw rzeczywistych.

Co jednak w sytuacji, gdy różnice okażą się zbyt duże? W dalszym ciągu nie zamyka to w żaden sposób możliwości wykorzystania mikronacji jako narzędzia nieformalnej edukacji – nauki poprzez zabawę. Zmienia jedynie zakres przyswajanej wiedzy i umiejętności. Mówi o tym chociażby Piotr Siuda. „Płaszczyzna aktywności kulturowej również jest sferą pogłębiającą umiejętności i zdolności internautów. Głównie chodzi tu o umiejętności programistyczne i informatyczne oraz twórcze”⁹, autor przywołuje tutaj przykłady obsługi różnorodnych programów graficznych i aplikacji umożliwiających obróbkę.

Jak wykazałem w artykule – mikronacje są miejscem, które może zostać wykorzystane jako element nieformalnej edukacji. W odniesieniu do nauk o mediach oraz warsztatu dziennikarskiego dokładny zakres wiedzy, która byłaby do zdobycia z wykorzystaniem wirtualnych państw, może być trudny do wskazania z uwagi na konieczność przeprowadzenia w tym zakresie szczegółowych badań.

⁹ P. Siuda, dz. cyt., s. 8.

BIBLIOGRAFIA

Górnikiewicz J. Z., *Wychowanie obywatelskie w wirtualnych państwach Internetu*, [w:] *Media i edukacja w dobie integracji*, red. W. Strykowski, W. Skrzydlewski, Oficyna Edukacyjna Wydawnictwa eMPI2, Poznań 2002, s. 396-404.

Siuda P., *Wirtualne państwa w zwierciadle nauk społecznych. Dlaczego warto badać mikronacje internetowe?*, http://piotrsiuda.com/wp-content/uploads/2015/01/Piotr_Siuda_Wirtualne_panstwa_w_zwierciadle_nauk_spoecznych.pdf [dostęp: 20.03.2024].

Stunża G. D., *Wirtualne państwo jako przestrzeń edukacji obywatelskiej. Studia z etnografii internetu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2018.

Trempała E., *Edukacja formalna (szkolna) i edukacja nieformalna (równoległa, nieszkolna, pozaszkolna)*, „Przegląd Pedagogiczny” 2011, nr 25, s. 95-104.

Żelichowski R., *Pseudopaństwa. Pomiędzy światem realnym a rzeczywistością wirtualną*, „Studia Polityczne” 2016, nr 43, s. 63-90.



FILOLOGIA

Nieodłączny element kształtujący dziennikarstwo

Filologia jest działem nauk humanistycznych badającym język, literaturę oraz kulturę danego narodu. Obejmuje ona szeroki zakres zagadnień, takich jak fonetyka, gramatyka, semantyka, morfologia, stylistyka, leksykografia, historia literatury, a także kontekst kulturowy i społeczny. Z kolei dziennikarstwo to działalność polegająca na zbieraniu, redagowaniu, prezentowaniu czy analizowaniu informacji oraz faktów, w celu przekazywania ich publiczności za pośrednictwem różnych mediów, np. czasopism, radia lub telewizji. Warto wspomnieć, że może ona obejmować wiele form, m.in. wywiad, reportaż bądź relacja na żywo. Jest ważnym elementem społeczeństwa. Umożliwia obywatelom dostęp do informacji.

Nie każdy wie, że filologia odgrywa ważną rolę w rozwoju dziennikarstwa. Ma ona wpływ na to, w jaki sposób wiadomości są prezentowane opinii publicznej. Wciąż dochodzi do wielu zmian w mediach, dlatego dobry dziennikarz powinien potrafić rozumieć, a także odpowiednio wykorzystać język w swojej pracy. Dzięki umiejętności analizy słowa, a także rozumienia kontekstu historycznego oraz kulturowego, filologia odgrywa kluczową rolę w udostępnianiu informacji. W tym artykule przedstawię, w jaki sposób nauka ta wpływa na różne aspekty dziennikarstwa, zaczynając od procesu pisania, poprzez analizę tekstu i jego interpretację, aż po komunikację z odbiorcami.

Filologia uczy tego, w jaki sposób precyzyjnie posługiwać się językiem, co jest bardzo przydatne w pracy dziennikarza tworzącego dobre artykuły. Rozumiejąc zasady polskiej gramatyki i składni, jest on w stanie stworzyć nawet bezbłędne językowo prace. Ponadto, dzięki umiejętności analizy tekstów, pracownicy medialni świadomie wybierają tylko istotne informacje. Dziedzina ta pomaga również dobierać odpowiednie słowa czy konstrukcje zdaniowe, by dziennikarz mógł przekazać to, co istotne w zrozumiałej dla odbiorcy formie.



Studia filologiczne uczą umiejętności dokonywania samodzielnej analizy i interpretacji tekstów literackich, co w pracy dziennikarza jest bardzo przydatne. Jako przykład może tutaj posłużyć prawidłowa interpretacja wiadomości i przekazanie jej później innym. Dzięki temu osoby pracujące w mediach są w stanie lepiej zrozumieć manipulacje językowe czy ukryte znaczenia.

Studenci filologii rozwijają kreatywne używanie języka poprzez analityczne podejście do tekstów literackich. Umiejętność ta przydaje się w dziennikarstwie przy pisaniu artykułów, budowaniu ciekawych narracji czy skutecznym przekazywaniu informacji. Dzięki niej dziennikarze potrafią zainteresować czytelników istotnymi tematami.

Filologia umożliwia osobom pracującym w mediach poznawanie literatury danego kraju, a także zdobycie różnych ciekawych informacji na temat jego kultury. Wiedza ta pomaga zrozumieć występujące różnorodności społeczne i może okazać się pomocna w dziennikarstwie przy tworzeniu artykułów uwzględniających różne perspektywy.

Jako nauka o języku filologia rozwija w studentach również świadome posługiwanie się językiem. Umiejętność ta ma istotne znaczenie, jeśli w przyszłości chcemy zostać odpowiedzialnymi dziennikarzami. Postępując zgodnie z jej założeniem, unikamy stosowania obraźliwych słów, a zamiast tego skupiamy się na tych odzwierciedlających dobro i promujących szacunek do innych.

Filologia odgrywa ważną rolę w dziennikarstwie. Może okazać się przydatnym narzędziem dla osób pracujących w mediach podczas tworzenia wysokiej jakości wypowiedzi. Wpływa ona na rozumienie informacji, które są nam przekazywane przez media. Ponadto, dzięki wiedzy filologicznej dziennikarze są również w stanie skuteczniej komunikować się ze swoimi odbiorcami, lepiej rozumieć występującą różnorodność kulturową, a także tworzyć interesujące artykuły.

Dziennikarstwo nie istnieje bez filologii. Współpraca pomiędzy tymi dziedzinami jest kluczowa dla budowania społeczeństwa, w którym ludzie opierają się na rzetelnych informacjach i dążą do wzajemnego zrozumienia.



DZIENNIKARSTWO

To dobry początek

Co łączy dobrego dziennikarza i utalentowanego pisarza? Znajomość gramatyki, duży zasób słownictwa, erudycja, kreatywność – to kilka elementów, które pomagają w osiągnięciu zamierzonego celu. Jednak według mnie najważniejsza jest umiejętność obserwacji świata, zauważania tematów, które są interesujące i poruszające.

Dziennikarz, sprawozdawca, żurnalista, gazeciarz, felietonista, eseista, redaktor, publicysta, komentator. Wymienione słowa to tylko część z szerokiej gamy wskazującej na zawód definiowany w polskim prawie jako „osoby zajmującej się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostającej w stosunku pracy z redakcją albo zajmującej się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”¹.

Oprócz zależności zawodowej istotny jest etos pracy, który spisywany jest w różnych traktatach. Jednym z nich jest Światowa Karta Etyki Dziennikarskiej, deklaracja podpisana w 2019 roku przez Międzynarodową Federację Dziennikarzy, która zrzesza około 600 tys. dziennikarzy z ponad 100 państw². Na pierwszym miejscu wymieniony jest szacunek do prawdy oraz prawo społeczeństwa do jej poznania. W dalszych punktach wymieniane są zasady, jakimi powinien kierować się dobry dziennikarz, można wśród nich znaleźć zasadę nakazującą przekazywanie informacji opartych na faktach, stosowanie uczciwych metod pozyskiwania informacji (wyjątkiem są tematy w ważnym interesie publicznym) czy uznanie pierwszeństwa weryfikacji nad szybkością publikacji³. Do kanonów literatury często przechodzą powieści, które dotyczą ważnych społecznie tematów. Pomysł na opowieść pisarz może wziąć z obserwacji świata, w jakim żyje.

¹ Artykuł 7, paragraf 5 Prawa prasowego z dnia 26 stycznia 1984 r. (Dz. U. Nr 5, poz. 24).

² Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy,

https://pl.wikipedia.org/wiki/Międzynarodowa_Federacja_Dziennikarzy [dostęp: 10.03.2024].

³ <https://sdp.pl/o-sdp/dokumenty/miedzynarodowa-karta-etyki-dziennikarskiej/> [dostęp: 10.03.2024].



Tym łatwiej może mu to przyjść, jeżeli zajmował się dziennikarstwem zaangażowanym, czyli takim, w którym był zarazem obserwatorem, jak i uczestnikiem opisywanych wydarzeń.

Nie oznacza to koniecznie, że musi on doświadczać opisywanych przez siebie problemów, ale powinien być w nie zaangażowany emocjonalnie, odczuwać empatię wobec ludzi pokrzywdzonych⁴. Do dziennikarzy, którzy podejmowali tematy trudne społecznie, należał Stieg Larsson, Szwed, któremu przed nagłą śmiercią udało się stworzyć kryminalną trylogię „Millennium”. Całe dzieło jest głosem feministy w debacie na temat przemocy wobec kobiet. Należy zauważyć w tym punkcie, że jeden z głównych bohaterów, lewicowy dziennikarz śledczy, przez badaczy literatury określany jest jako alter ego autora.

W książce „Mężczyźni, którzy nienawidzą kobiet” Larsson na początku każdej części zamieścił statystyki z raportu na temat przemocy wobec kobiet w Szwecji. Dzięki temu zabiegowi, który notabene bardzo przypomina dane zamieszczane w prasie, uwiarygodnił fikcyjną fabułę oraz zwrócił uwagę na problem (jak podaje, 46% szwedzkich kobiet doświadczyło przemocy z ręki mężczyzny, a 92% spośród napastowanych seksualnie nigdy nie zgłosiło się na policję). Powieści charakteryzują się publicystycznym stylem, przyjmowaniem wielu punktów widzenia, a także skupiają się na piętnowaniu m.in. nazizmu, antysemityzmu i faszystów, czyli tematów, którymi zawodowo zajmował się Larsson⁵.

⁴ A. Maślana, *Dziennikarstwo zaangażowane – poszukiwanie zagubionego sensu*, „Kultura–Media–Teologia” 2010, nr 3, s. 123.

⁵ M. Samsel-Chojnacka, *Szwedzka powieść kryminalna jako literatura społecznie zaangażowana*, „Studia Humanistyczne AGH” 2011, t. 10, nr 1, s. 112-114.

Ciekawą odmianą dziennikarstwa jest publicystyka. Nie polega ona na bezstronnym przedstawianiu faktów jak w odmianie informacyjnej, a wręcz przeciwnie. Autor subiektywnie interpretuje prezentowane przez siebie fakty. Definiując gatunek, należy zwrócić uwagę na pozycję nadawcy, który dominuje w całym tekście. Dziennikarz, przedstawiając wydarzenia, narzuca sposób interpretacji. Publicysta, aby wywrzeć jak największy wpływ na odbiorcę, stosuje różnorodne konwencje: artykuł dyskusyjny, parodystyczny, felieton ośmieszający jakieś zachowania, polemikę argumentacyjno-egzemplifikacyjną⁶.

Bikiniarzem, pisarzem, ale również i publicystą, rozpoczynającym swoją działalność jeszcze w czasie II wojny światowej, był Leopold Tyrmand. Po ucieczce do Wilna z zajętej przez Niemców Warszawy zaczął współpracować z propagandową prasą sowieckiego okupanta. Należy jednak zauważyć, że przez wiele lat miał z tego powodu wyrzuty sumienia, a jeszcze podczas wojny zaczął współpracować z AK. Po wojnie pisywał do „Przekroju”, „Expressu Wieczornego” i „Stolicy”, z których został zwolniony przez swoje działania antykomunistyczne. Własne doświadczenia i obserwacje świata opisywał w swoich książkach, które cechują się wyjątkową erudycją oraz sprawnością językową. Pisał to, co chciał, i w sposób, w jaki chciał, nawet jeżeli oznaczało to krytykę socrealistycznej rzeczywistości. Powieść „Zły” portretowała powojenną Warszawę, która borykała się z wieloma problemami: chuligaństwem, brakiem towarów, powojenną odbudową zrujnowanego miasta. W „Dzienniku 1954”, „Filipie” oraz „Życiu towarzyskim i uczuciowym” Tyrmand opisywał swoje doświadczenia i obserwacje, a także portretował ludzi, których znał⁷.

Na uwagę zasługuje również wywiad. Nawet w formie pisanej jego styl czerpie z języka mówionego, jest dialogiem, opcjonalnie polilogiem, czyli rozmową więcej niż dwóch osób. Wywiad jest atrakcyjną formą dla odbiorcy ze względu na nakładanie się różnych perspektyw w jednym tekście.

⁶ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 3, s. 23-34.

⁷ J. Sobczuk, *Leopold Tyrmand – jazz i kolorowe skarpetki? Patron roku 2020*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii” 2020, t. 18, nr 2, s. 108-123.

Dziennikarz, przygotowując się do rozmowy, przyjmuje pewien punkt widzenia, który następnie musi skonfrontować z rozmówcą. Albo te dwie perspektywy będą ze sobą zbieżne, albo relacja między nimi będzie antagonistyczna. Podczas rozmowy pytania i odpowiedzi budują pewien obraz świata, który zostanie odebrany przez czytelnika. Praktycy tego gatunku wskazują na ciekawość drugiego człowieka jako nieodłączny element pracy, ale zaznaczają przy tym, że równie istotne są: wybór tematu, dobór rozmówcy oraz redakcja tekstu do publikacji⁸. Mówiąc o wywiadzie, nie sposób nie wspomnieć o Hannie Krall, dziennikarce, autorce wywiadów-rzek (szerokiej publiczności najbardziej znany jest „Zdążyć przed Panem Bogiem”). Chociaż sama o sobie mówi jako o reporterce przekazującej to, co wydarzyło się naprawdę, badacze dopatrują się w jej twórczości cech charakterystycznych dla ballady, takich jak powtarzalność i rytm opowieści. Jej publikacje cechują się literackością, autorka stara się formułować prawdy uniwersalne, opisuje zjawiska w sposób wartościujący, selekcjonuje i komponuje przytaczane fakty⁹.

Jeżeli zastanowimy się, co cechuje najlepszych dziennikarzy, możemy dojść do wniosku, że jednym z kluczowych elementów jest ciekawość świata. Wielu specjalistów w omawianej dziedzinie udowodniało, że relewantny jest dar obserwacji. Niesprawiedliwości, patologie, ale również i ciekawe, inspirujące historie otaczają każdego z nas. Drogą do sukcesu, zarówno literackiego jak i dziennikarskiego, jest znalezienie tematu, który będzie inspirował do tworzenia. Zawód dziennikarza uczy obserwacji świata, a nie tylko patrzenia na niego, skłania do refleksji, przyjmowania różnych punktów widzenia, często innych od naszych. Ale przede wszystkim każdy dziennikarz powinien pamiętać, że tematy leżą na ulicy, wystarczy tylko po nie sięgnąć.



⁸ I. Borkowski, *Współczesny prasowy wywiad dziennikarski: techniki prowadzenia, opracowanie, publikacja*, „Wrocławski Rocznik Historii Mówionej” 2011, nr 1, s. 57-60.

⁹ J. Jeziorska-Haładyj, *Zawartość zmyślonej, żółtej walizki: o prozie Hanny Krall*, „Pamiętnik Literacki” 2010, nr 4, s. 37-39.

BIBLIOGRAFIA

Artykuł 7, paragraf 5 Prawa prasowego z dnia 26 stycznia 1984 r. (Dz. U. Nr 5, poz. 24).

Borkowski I., *Współczesny prasowy wywiad dziennikarski: techniki prowadzenia, opracowanie, publikacja*, „Wrocławski Rocznik Historii Mówionej” 2011, nr 1, s. 57-79.

<https://sdp.pl/o-sdp/dokumenty/miedzynarodowa-karta-etyki-dziennikarskiej/> [dostęp: 10.03.2024].

Jeziorska-Haładaj J., *Zawartość zmyślonej, żółtej walizki: o prozie Hanny Krall*, „Pamiętnik Literacki” 2010, nr 4, s. 37-60.

Maślana A., *Dziennikarstwo zaangażowane – poszukiwanie zagubionego sensu*, „Kultura–Media–Teologia” 2010, nr 3, s. 121-129.

Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy,

https://pl.wikipedia.org/wiki/Międzynarodowa_Federacja_Dziennikarzy [dostęp: 10.03.2024].

Samsel-Chojnacka M., *Szwedzka powieść kryminalna jako literatura społecznie zaangażowana*, „Studia Humanistyczne AGH” 2011, t. 10, nr 1, s. 103-118.

Sobczuk J., *Leopold Tyrmand – jazz i kolorowe skarpetki? Patron roku 2020*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii” 2020, t. 18, nr 2, s. 108-123.

Wolny-Zmorzyński K., Koziel A., *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 3, s. 23-35.



PAŃSTWO W PAŃSTWIE

Ruch kibiców piłkarskich

Ruch fanatycznych kibiców piłkarskich jest owiany złą sławą w naszym kraju. Statystycznemu Kowalskiemu kojarzy się raczej z grupą chuliganów, którzy demolują stadiony czy biją przechodniów. Okazuje się jednak, że to tylko mały wycinek całego obrazu subkultury stadionowej związanej z futbolem, która jest bardziej skomplikowana. Można powiedzieć wręcz, że niekiedy zjawiska w niej zachodzące zbliżają ją do pojęcia takiego jak „państwo”.

Według SJP PWN „państwo” określane jest jako: „zorganizowana politycznie społeczność zamieszkująca określone terytorium, mająca swój rząd i swoje prawa”¹. W tym samym słowniku znajdziemy również inną definicję „państwa” w ujęciu historycznym: „w starożytności: zespół terenów i osiedli zgrupowanych wokół miast, mający charakter odrębnego państwa”².

Właśnie w tym ostatnim rozumieniu można niejako postrzegać subkulturę stadionową związaną z futbolem. Zbudowana jest ona przez kibiców sympatyzujących z daną drużyną piłkarską. Najczęściej, im klub jest bogatszy, pochodzi z większego miasta czy osiąga coraz większe sukcesy sportowe, tym ma większą rzeszę kibiców. Ci dzielą się na poszczególne warstwy społeczne. Niczym w średniowieczu, gdzie wyróżniono przedstawicieli danych grup, którzy pełnili w społeczeństwie konkretną rolę, jak np. chłopci, rzemieślnicy, rycerze itd. Na stadionie podział wygląda następująco:



¹ Państwo II, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/pa%C5%84stwo.html> [dostęp: 25.03.2024].

² Miasto-państwo, tamże.



- **Pikniki** (również nazywani żartobliwe Januszami) – na tę warstwę składają się osoby, które tylko od czasu do czasu interesują się swoim klubem. Chodzą na mecze tej drużyny, ale głównie na starcia domowe. Nie są na tyle zaangażowani, by jeździć za drużyną na mecze wyjazdowe, na inne stadiony w Polsce i za granicą. Przedstawiciele tej warstwy mogą, ale nie muszą interesować się wiadomościami związanymi ze swoją drużyną, takimi jak np. zakup nowych piłkarzy, kontuzje itd. W środowisku określane niekiedy jako kibice sukcesu – jeśli zespół wygrywa, chętniej przychodzą na stadion, jeśli jednak są słabsze wyniki, przeważnie zostają w domu. Miano „pikniki” wzięło się z faktu, że ci kibice traktują mecze na stadionie trochę jak piknik. W przerwie zależy im, by zjeść coś smacznego w strefie gastronomicznej. Dodatkowo przeważnie cały mecz siedzą na krzeselku, będąc wyłącznie obserwatorami, w przeciwieństwie do kiboli, którzy najczęściej stoją i dopingują swoją drużynę przez cały czas trwania spotkania, bez względu na wynik.
- **Kibole** – bardziej zaangażowani emocjonalnie kibice niż pikniki. Żyją swoją drużyną, chodzą na specjalne trybuny. Każdy stadion większej drużyny posiada jedną trybunę, gdzie gromadzą się właśnie bardziej zaangażowani kibice. Tam znajduje się tzw. gniazdowy – człowiek odpowiedzialny za prowadzenie dopingów. Najczęściej z megafonem w ręce mówi, którą z przyśpiewek ma wykrzykiwać cały tłum. Kibole aktywnie uczestniczą w dopingach. Przychodzą na mecze bez względu na pogodę czy ostatnie wyniki ich zespołu. Jeżdżą także za drużyną na spotkania wyjazdowe.
- **Ultrasi** – niekiedy na stadionach piłkarskich można zobaczyć artystyczne oprawy i racowiska. Za ich projekt i wykonanie są odpowiedzialni właśnie ultrasi. To tacy stadionowi artyści, którzy przy okazji specjalnych meczów dbają o przygotowanie widowiska na trybunach.

- **Chuligani** – grupa najbardziej rzucająca się w oczy statystycznemu Kowalskiemu. To oni są odpowiedzialni za wszelkiego rodzaju burdy, uczestniczą w ustawkach (nielegalne bójki w odosobnionych miejscach np. lasach). Mogą, ale nie muszą interesować się swoim klubem. Są niczym żołnierze, którzy bronią jego honoru na arenie kibicowskiej, jeśli chodzi o pojedynki w walce wręcz. W latach 90. regularnie dochodziło do chuligańskich ekscesów, takich jak zatrzymywanie pociągów i bójki w nich, obrabowywanie stacji benzynowych na wyjazdach kibicowskich czy niszczenie stadionów. Obecnie tego typu wydarzenia nie są spotykane. To za sprawą działań policji i polityków, jeśli chodzi o poprawę bezpieczeństwa na stadionach. Niemniej zła sława i niekiedy mniejsze ekscesy kibiców nadal przypominają mediom o dawnych czasach.

Kolejną cechą nawiązująca do pojęcia „państwa” jest idea podziału terenów w dzielnicach wielkich miast czy miasteczkach ze względu na przynależność do danego klubu. Na mapie naszego kraju można wyróżnić tereny, które „należą” do kibiców konkretnego zespołu. Przeważnie uświadamiają nas o tym napisy na murach wychwalające ulubioną drużynę. Często w tym rejonach można pokazać się tylko w danych „barwach” (rozumianych przez kibiców jako wszelkiego rodzaju ubrania czy gadżety z logiem ulubionego klubu czy hasłami nawiązującymi do niego). Założenie koszulki przeciwnego klubu jest często źle odbierane, a w niektórych dzielnicach może się wiązać z bójką.

W subkulturze kibicowskiej ważnym elementem są flagi. To ozdobione napisami płótna rozwieszane na trybunach kiboli. Można je porównać do sztandarów średniowiecznych rycerzy. W tym przypadku flagi również trzeba chronić, a stracenie choćby jednej, np. w trasie, na rzecz innych kibiców jest w środowisku kibicowskim odbierane jako wielki wstyd. Są flagi, które prezentują ogólne hasła, jak np. „Walczysz Widzew”, reprezentujące wszystkich kibiców danego klubu. Istnieją również flagi konkretnych fanklubów (organizacji zrzeszających kibiców z danego terenu) jak np. flaga ŁKS „Retkińscy fanatycy” nawiązująca do łódzkiego osiedla Retkinia.

Kibice prowadzą ze sobą dyplomatyczne pertraktacje. Mają swoje „zgody” (sojusze z kibicami innej drużyny), „układy” (podobne do państwowych paktów o nieagresji albo wspieraniu się w danych dziedzinach, ale nie jest to jeszcze sojusz) oraz „kosy” (wrogość i wypowiedzenie wojny kibicom innego klubu). Oczywiście o tym, kogo kibice danego klubu lubią bądź nie, decydują najbardziej wpływowi fanatycy. Można ich porównać do nieukonstytuowanego rządu. Często na wspomniane decyzje główny wpływ mają uwarunkowania terenowe. Jeśli dwa największe łódzkie zespoły: Widzew i ŁKS chcą mieć miano najlepszego klubu w mieście, to można śmiało zakładać, że kibice obu drużyn nie darzą się sympatią, a wręcz przeciwnie.

Podobnie jest w innych miastach. Kibice dużych klubów zawierają układy lub darzą się wielką sympatią z kibicami mniejszych drużyn, pochodzących z okolicznych miast. Nawiązując do średniowiecza, są niejako seniorami dla swoich wasali – fanów mniejszych okolicznych zespołów. Co ciekawe, w środowisku są sytuacje, kiedy wszelkie spory znikają. Jednym z przykładów mogą być starcia z policją, która jest największym wrogiem fanatyków. Dlatego, jeśli np. policja nie chce wpuścić na stadion kibiców Widzewa, fanatycy ŁKS-u będą przeciwni właśnie funkcjonariuszom. Kolejnym ważnym wydarzeniem zawieszającym spory są mecze reprezentacji. Można porównać to do swojego rodzaju pokoju olimpijskiego. Reprezentacja to dobro narodowe, które powinni wspierać wszyscy, a zatem nie można doprowadzić do utarczek na poziomie lokalnym.

Subkultura stadionowa kibiców piłkarskich to złożona grupa. Jest ona na tyle złożona, że niekiedy nosi znamiona starożytnego państwa. Zachodzi w niej wiele interesujących zjawisk, na które można spojrzeć z naukowego punktu widzenia. Dzieli się ona na poszczególne grupy niczym średniowieczne społeczeństwo, jej członkowie dbają o swoją identyfikację w postaci danych „barw”, mają własne „sztandary” czy prowadzą ze sobą dyplomatyczne rozmowy, niczym rządzący prawdziwymi państwami. Dlatego całej tej grupy nie powinniśmy postrzegać tylko przez pryzmat chuliganów, którzy robią burdy, bo to tylko mała (choć mocno rzucająca się w oczy) część całego świata kibiców piłkarskich w Polsce.

BIBLIOGRAFIA

Miasto-państwo, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/pa%C5%84stwo.html> [dostęp: 25.03.2024].

Państwo II, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/pa%C5%84stwo.html> [dostęp: 25.03.2024].

Soliński M., Piknicy, ultrasi i chuligani – wewnętrzne zróżnicowanie grupy subkulturowej kibiców, „Studia Humanistyczne” 2006, t. 4, s. 89-105.



RUDOWŁOSA

Recenzja książki Orhana Pamuka

Zdarzają się książki, po które sięgamy przez przypadek, a które po lekturze zyskują dla nas miano literackich odkryć. Na „Rudowłosa” natrafiłam podczas przeglądania zawartości bibliotecznych półek. Moją uwagę w pierwszej kolejności przykuła intrygująca okładka (która przedstawia obraz „Regina Cordium” Rossetiego), a w drugiej fakt, że nie znałam wcześniej tego tytułu ani jego autora, mimo że książka znajdowała się na półce opatrzonej hasłem „nobliści”. Z czasem okazało się, że historia ukazana w powieści jest również warta uwagi.

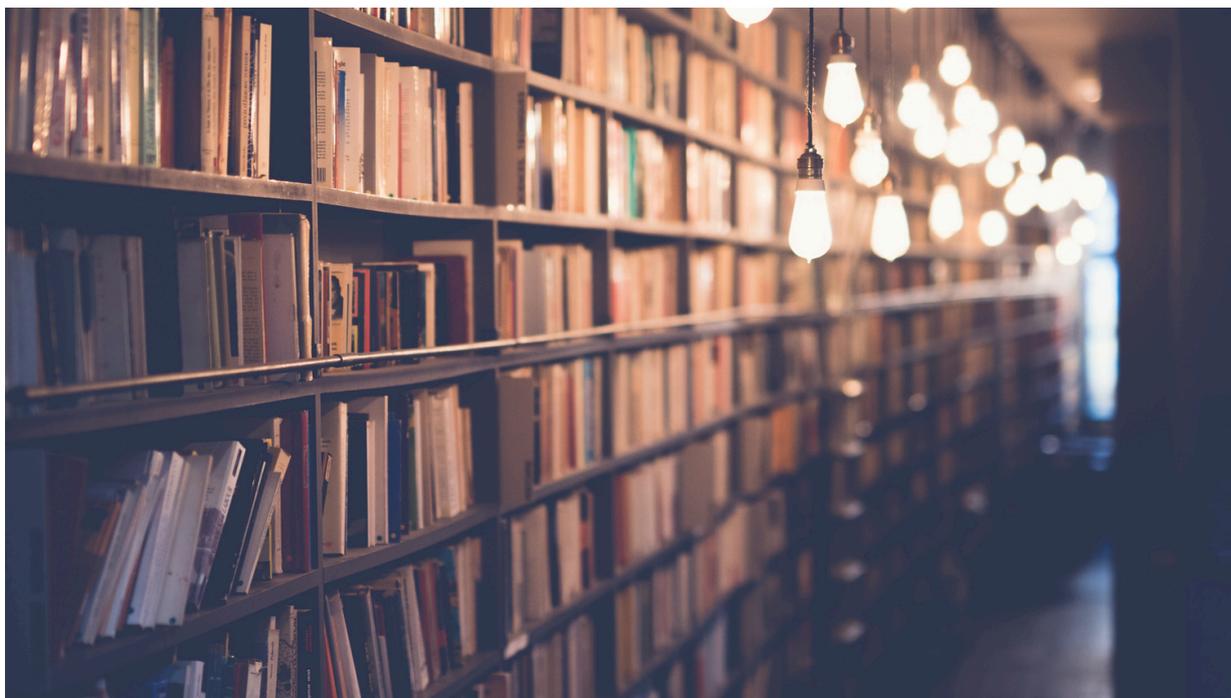
Co można powiedzieć o „Rudowłosej”? Przede wszystkim jest to piękna, kameralna opowieść o dojrzewaniu, niemożności ucieczki przed przeszłością i swoimi wyborami, relacjach między ojcami a synami, a także o tym, jak wiele historii jest nadal aktualnych, mimo upływu nawet tysięcy lat, a wszystko to na tle malowniczej, pełnej sprzeczności oraz niepokoju Turcji. Całość utrzymana jest w spokojnym klimacie, gdzie czas zdaje się płynąć wolniej niż zwykle. Czytelnicy, którzy lubią wartką fabułę i nagłe zwroty akcji, mogą poczuć się delikatnie rozczarowani – nie uświadczą ich bowiem w „Rudowłosej”, choć wbrew pozorom i ta powieść nie jest całkowicie pozbawiona dramaturgii.



Na początku czytelnik poznaje historię Cëma – nastolatka, który zatrudnia się u Mistrza Mahmuta jako pomocnik przy wykopywaniu studni. Mahmut szybko zastąpił chłopakowi ojca, gdyż biologiczny rodzic chłopaka trafił do więzienia. Dni Cëma oraz Mistrza Mahmuta upływały na wykopywaniu studni w pobliżu miasta Öngören, natomiast noce na opowiadaniu – jak się później okazało – dla każdego z nich znaczących opowieści, a także na wizytach we wspomnianym mieście. Tam Cëm poznał tytułową Rudowłosą, dużo starszą od siebie kobietę, aktorkę wędrownego teatru, która stała się dla nastolatka obiektem westchnień i marzeń, a skutki wspólnie spędzonych z nią chwil było mu dane odczuć dopiero wiele lat później. Pewnego dnia, z powodu przykrego incydentu, który miał miejsce podczas wykopywania studni, Cëm uciekł z Öngörenu i na wiele lat porzucił marzenia o karierze pisarskiej na rzecz handlu nieruchomościami. Choć autor „Rudowłosej” nie poświęcił tytułowej kobiecie wiele miejsca na kartach powieści, to jednak zaważyła ona na całym życiu głównego bohatera.

To, co zasługuje na szczególną uwagę, to fakt, że w „Rudowłosej” nie brakuje nawiązań do innych tekstów kultury, które mają znaczenie dla całej historii, a jednocześnie ją dopełniają. W trakcie opowieści Cëm poznaje antyczną historię Króla Edypa, władcy Teb, który nieświadomie dopuścił się ojcobójstwa i pojął za żonę własną matkę. W powieści pojawił się także perski epos narodowy z X wieku – „Księga królewska” Ferdousiego. Wśród legend o perskich szachach i wojownikach znalazło się miejsce dla poematu o wojowniku Rostamie, który podczas walki uśmiercił swojego syna Sohraba, gdyż nie zdawał sobie sprawy z tożsamości swojego przeciwnika. Obydwa mity – oprócz tego, że dla głównego bohatera „Rudowłosej” stały się szansą na zrozumienie siebie, w późniejszym czasie uśmierzały gorycz, wynikającą z braku potomstwa i niejako naznaczyły bieg wydarzeń w jego życiu – stały się dla Orhana Pamuka pretekstem do ukazania podobieństw i różnic między kulturami Zachodu i Wschodu, za co również warto docenić tę powieść.

Ciekawy wydaje się uwzględniony w powieści fakt, że w kulturze europejskiej, pomimo długiej, bogatej i rozwiniętej tradycji malarskiej, jedyną namalowaną sceną ze wspomnianego wyżej dramatu Sofoklesa jest moment rozwiązania przez Edypa zagadki Sfinksa.



Z kolei w kulturze muzułmańskiej, która nie może poszczycić się aż tak rozbudowaną tradycją malarską, sceny z udziałem Rostama i Sohraba były namalowane wielokrotnie. Wątek ten można wzbogacić, zwracając uwagę na to, że „Król Edyp” z pewnością jest znany niemal w całej Europie, natomiast wiele legend perskich, wskutek rozprzestrzeniającej się okcydentalizacji, odchodzi w zapomnienie. Edyp za swe winy został surowo ukarany, natomiast ojciec Sohraba nie spotkał się z konsekwencjami swoich przewinień. Jednak zarówno „Król Edyp”, opowieść o Rostamie i Sohrabie, jak i „Rudowłosa” to historie o rodzinie, ojcach i synach, moralności, zbrodni i karze oraz nieskutecznych próbach ucieczki przed własnym losem. Ciem w pewnym momencie zaczął żyć poznawanymi przez siebie historiami, odnajdując w nich analogie do życia codziennego, zarówno swojego, jak i innych ludzi.

„Rudowłosa” ukazała się 10 lat po wręczeniu Pamukowi literackiej Nagrody Nobla i stanowi dobry przykład na to, iż turecki pisarz zasłużenie otrzymał jedno z najważniejszych wyróżnień w literackim świecie. Z pewnością jest to lektura warta polecenia – rozwijająca, poszerzająca horyzonty, skłaniająca do refleksji, czyli zawierająca wszystkie aspekty, za jakie warto docenić kontakt z literaturą. Myślę, że śmiało mogę nazwać ją jedną z lepszych powieści, po jakie sięgnęłam w ubiegłym roku. „Rudowłosa” to idealny przykład ścierania się ze sobą kultur Zachodu i Wschodu (jak sama Turcja), a dodatkowo swoisty „Król Edyp” naszych czasów.

Znajdź nas w social mediach

Czasopismo Transcendentálne

 @czasopismotranscendentalne

 @cz.transcendentalne

Dziennikarskie Koło Naukowe Uniwersytetu Łódzkiego

 @dziennikarskiekolonaukowe

 @dkn_ul



**KATEDRA DZIENNIKARSTWA
i KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ**
Wydział Filologiczny UŁ

