

Sesja 25- Outsourcing misji. Media prywatne i obywatelskie w czasach chaosu medialnego próbują zastępować TVP

Uczestnicy: Tomasz Sekielski (TS), Jerzy Jurecki (JJ), Aleksandra Sobczak (AS), Włodek Ciejka (WC), Edwin Bendyk (EB)

Moderator: Piotr Pacewicz (PP), Magdalena Chrzczonowicz(MC)

Stenogram: Zuzanna Ganczewska

Piotr Pacewicz: Witamy państwa bardzo serdecznie, mamy zaszczyt poprowadzić dyskusję na temat outsourcingu mediów. Takie mamy czasy i musimy się zgodzić, że media publiczne mają teraz inną funkcję niż zapisana w ustawie. Media powinny reprezentować interesy i poglądy różnych grup i umożliwić i obywatelom realizację prawa do krytyki społecznej. Jako media obywatelskie próbujemy w jakimś stopniu podjąć tę rolę. Mamy przed sobą trzy wyzwania - jesteśmy poddawani presji ze strony władzy: mamy procesy, jesteśmy opluwani w mediach publicznych. Drugie wyzwanie to finanse. Trzecie to pułapka bańki - jesteśmy na pewnym obszarze, broniąc pewnych wartości zamykamy się wśród swoich zwolenników.

Magdalena Chrzczonowicz: Kalina Błażejowska z Tygodnika Powszechnego, nominowana do nagrody im. Teresy Torańskiej.

PP: Tomka Sekielskiego nie trzeba przedstawiać. Charakteryzują go liczby - 23 miliony, 27 minut, 175 kg - ale to już chyba nieaktualne.

MC: Włodek Ciejka, obywatel dziennikarz. Włodek jest na absolutnie wszystkich protestach i akcjach obywatelskich, ostatnio spotkaliśmy się w Białymstoku czy Lublinie, na Marszu Równości.

PP: Ola Sobczak to moja koleżanka z Wyborczej, choć to nieaktualne. Pracuje tam od 2006 r., wcześniej w TVP. Była szefową działu gospodarczego, co w zmaskulinizowanym świecie robi szczególne wrażenie. Od zawsze zaangażowana w sprawy feministyczne. Ale zanim zaczniemy, mamy taki nowatorski pomysł - innowację w skali światowej. Większość paneli polega na tym, że świetne osoby mówią na ważny temat, a ostatecznie trzy minuty są na pytania. Chcielibyśmy to zmienić. Edwin Bendyk przyjął na siebie rolę Rzecznika Praw Publiczności. Rolą Edwina jest dowiedzieć się od państwa, czego chcieliby się państwo dowiedzieć.

EB: Zacznę wprowadzeniem, definicją mojej misji. Piotr określił tradycyjną misję mediów publicznych. Świat mediów oszalał, w świat mediów publicznych i prywatnych wkroczył świat mediów indywidualnych. Stąd nowa funkcja mediów publicznych - umożliwienie triangulacji debaty, ze względu na wysokie standardy, bycie punktem odniesienia. Trochę jak BBC - instytucja umożliwiająca odniesienie. U nas media są formą wojny hybrydowej - czy mogą pełnić

taką funkcję? Zapraszam państwa do pytania.

Z publiczności:

Agnieszka Jędrzejczyk, BRPO: Jak dziś pracuje dziennikarz? Wiemy – dowiedzieliśmy się ostatnio - jak pracują sędziowie, wiemy coś o tym, jak pracują urzędnicy, a o dziennikarzach wiadomo mniej więcej tyle, co z filmu „Wszyscy ludzie prezydenta” sprzed 50 lat. A to się przecież bardzo zmieniło. I gdyby opinia publiczna o tym wiedziała, łatwiej by jej było zrozumieć świat informacji, jakie są, skąd się biorą. Zatem jak dziś pracuje dziennikarz, skąd ma informacje? I z czego żyje?

Ewelina Majszewska, SGH: Dlaczego żyjemy w sferze faktów alternatywnych w dziedzinie ochrony zdrowia? Jesteśmy atakowani fałszywymi informacjami.

Anna Grzegorzewska, Nowa Bibuła: Stworzyliśmy taką inicjatywę [pokazuje wydrukowaną gazetkę], docieramy do ludzi - prenumeratorów, którzy drukują pismo z pdf i przekazują je dalej. Powiedział pan o bańce informacyjnej, myśmy wymyślili tą papierową formę, aby dotrzeć do ludzi, którzy nie kupią Polityki, nie włączą TVN. Czy mają Państwo pomysł, jak dotrzeć do suwerena.

Stanisław Ćwik, BRPO: Czy nie sądzicie Państwo, że dalsze się zdominować polityce i politykom? Polityka wypchnęła na margines wszystkie pozostałe dziedziny życia. Czy mają państwo jakiś pomysł, jeśli chodzi o organizację porozumienia, ustalenia jakichś kryteriów wśród dziennikarzy? To skłócone środowisko.

Zuzanna Rudzińska-Bluszcz, BRPO: Czy mają państwo pomysł przy obecnej niemocy Ministerstwa Edukacji na budowanie społeczeństwa obywatelskiego, nie tylko przez budowanie w kontrze, na pozytywie, nie tylko negatywie?

Dominika Bychawska Siniarska, HFPC: Czy widzą państwo nadzieję w TVP, czy powinniśmy myśleć nad reformą czy o końcu TVP i rozwoju takich mediów.

Pani z zielonym szalikiem: Czy mają Państwo dobre doświadczenia z wychodzeniem z bańki?

RPO Adam Bodnar: Mam takie pytanie: pojawia się w różnych komentarzach medialnych pomysł stworzenia domu medialnego, koncentrującego reklamy spółek Skarbu Państwa. Jak Państwo odnoszą się do tego pod kątem wolności debaty i budżetu.

Helena Chmielewska-Szlajfer z Akademii Leona Koźmińskiego: Jak dotrzeć do osób, które nie są przekonane? Co z innymi mediami niż YT?

Adam Rogala: Jak zorganizować ze strony finansowej media? To pytanie głównie do Tomka i oko.press, bo korzystaliście z crowdfundingu. Jakbyście mogli się państwo podzielić doświadczeniami.

PP: Parę pytań dotyczyło kwestii wychodzenia z bańki, drugi nurt to pytania o środowisko dziennikarskie, skłócone i podzielone. To w gruncie rzeczy podobne pytania - jak realizować misję w świecie tak podzielonych. Przecież nie chodzi o to, żeby było nijak.

MC: Politykom udało się zdominować dziennikarzy. Czy nasza praca powinna być reaktywna, czy powinniśmy wychodzić naprzeciw - jak organizować państwo.

PP: Jest misja, polityka, pieniądze, bańka. Wokół tego będziemy krążyć. Zaczniemy od Tomka Sekielskiego - 23 miliony odsłon. Nie wiemy, ile to jest osób, ale dużo. Jeśli bańka - to ogromna.

TS: Ja bym zadał prowokacyjne pytanie. Czy misja mediów publicznych jest w ogóle komuś potrzebna, czy jest na nią zapotrzebowanie. Sprowadzamy misję mediów publicznych do segmentu informacja i publicystyka. Media publiczne ścigają się z prywatnymi na rynku komercyjnym. Przed PiSem nie mogli liczyć na ogromne dotacje od państwa - a na rynku reklamy liczą się wyniki oglądalności. I też od lat, jako sztandarowy przykład podaje się teatr telewizji - gdyby nie TVP, nie byłoby telewizji. A państwo wiedzą, kiedy jest teatr telewizji? Przez prawie cztery lata pracowałem w TVP i widziałem, jaki to był problem. Niby cała Polska czeka, ale oglądalność jest przeciętna. Gdy w dobrym czasie antenowym na głównej antenie był teatr telewizji, nie było tłumów. A nie ma nic bardziej misyjnego. Czy jest więc zapotrzebowanie na misję? Pomijam aspekt publicystyczny. Pojawiło się też pytanie o przyszłość TVP - być może należy odchudzić media publiczne, wiem, jakie tam są przerosty kadrowe - ilość dyrektorów do podpisu pod wydaniem kamery. Może należy wyznaczyć konkretne zadania - pojęcie misji w zmieniającym się świecie. Na ostatnie debacie w oko.press usłyszałem, że media publiczne są dlatego, że są tam programy dla rolników. A oni przecież mają internet. Lata temu nie określono jasnego systemu finansowania mediów publicznych - niby jest abonament, ma jednak funkcjonować duże przedsiębiorstwo.

PP: Czy twój film jest przykładem wychodzenia z bańki?

TS: Wyszedł poza środowisko centrolewicowe. Trochę się obawiałem, że tak nie będzie - ku mojemu zaskoczeniu konserwatyści też przychodzą na spotkania. Ale nie mam recepty na wychodzenie z bańki. Sam mam ten problem - pracuję nad kolejnymi filmami i obawiam się, że tak może się to zaszufłakować. Nie mam nic wspólnego teraz z TVN, a ciągle słyszę, że jestem z TVN. Nie mam więc recepty, ale uważam, że trzeba być uczciwym, informować o istotnych rzeczach. Nie wiem, czy to możliwe w czasach mediów tożsamościowych, które tak podzieliły ludzi.

AS: Ja uważam, że misja jest potrzebna, ale po TVP nie będzie co zbierać. Teatr telewizji pokazuje, że nie potrafią sobie z tym poradzić. W Wyborczej przemyślane rozmowy z artystami są najbardziej czytane - jeśli TVP nie może sobie z tym poradzić, to znaczy to, że są po prostu nieporadni.

TS: Czym innym jest zadowolająca liczba czytających, a czym innym liczba widzów.

AS: Misja - to nie znaczy pokazywać teatr telewizji, którego nikt nie ogląda. Docierać do ludzi o różnych poglądach. To wymaga przemodelowania. Finansowanie. Adam Bodnar wskazał pomysł grupy medialnej. Spółki Skarbu Państwa wycofały się, to pewnie wyglądałyby jak wspieranie swoich. Nad bańką możemy pracować. Pracując nad sobą. Reporterskość jako empatyczne rozmawianie to recepta na dotarcie do innych, poza bańką. Wtedy też naszym czytelnikom dostarczamy punkt widzenia ludzi, z którymi się nie spotykają. Wyjechać z Warszawy, rozmawiać z ludźmi. Pluralizm - to nie jest tak, że Wyborcza nie chce rozmawiać z Kaczyńskim czy Dudą. Czekamy w kolejce, która jest fikcyjna. Odpowiedzi na zwykłe pytania o działalność. Mnie też frustruje, gdy druga strona jest niedoreprezentowana. Ale ona też nie chce współpracować.

PP: Myślę, że to reporterskie podejście to sukces Tomka. Daje głos tym złym, pozwala ich zrozumieć. To nie "kler" tylko żywi ludzie.

KB: Co do misji - realizacja misji przez TVP jest z nią sprzeczna. Nową rolą mediów publicznych jest prostowanie informacji TVP, wydaje mi się, że to bardzo ważne, aby nie ignorować tych kłamstw i manipulacji. Nie mówić, że to kłamstwo i rysztoł - wtedy oddajemy walkowerem tą część sfery publicznej. Pisałam wielokrotnie o TVP i fake newsach. Zawsze te artykuły były bardzo wyczytane - np. o sukcesie filmu TVP w Cannes. Ten film był wyświetlony na targach filmowych, dostępnych dla każdego, kto zapłaci. Nawet TVP się odniosło, choć oni nigdy nie wycofują się z kłamstwa, nawet gdy zostaną zmuszeni do sprostowania przez sąd. My nie zmienimy TVP, ale możemy dać szerszy ogląd i próbować naprawiać. Przesadzamy, mówiąc o bańkach - z badań socjologicznych wynika, że to raczej ta strona na lewo jest zamknięta. Widzowie TVP często oglądają Polsat i TVN. To nie do końca tak, że ci biedni ludzie nie mają do niczego dostępu. Raczej ludzie są poinformowani lepiej niż gorzej. Ludzie uważają, że TVP jest niewiarygodna - ona kieruje swój przekaz do tego najtwardszego elektoratu, nie próbuje nawet dotrzeć do centrum. To nie jest mur, pomiędzy dwoma stronami publiczności.

PP: Czy przez podfałszowywanie wychodzisz z bańki?

KB: To prawie informacja satyryczna, michałek.

MC: To jasne zdanie, które jest fałszywe, można robić fact-checking.

KB: I tak robię to dość rzadko. Wydaje mi się, że jak robiłam materiał o SSN Izby Dyscyplinarnej - to nie był materiał reaktywny. Był eksperymentem TVP - człowiek nieobecny medialnie, nagle wszystko komentuje. To wyglądało jakby ostrzył zęby na stanowisko. Był podpisywany jako "wieloletni sędzia" - inni nie są? Co to znaczy? Napisałam do SR, w którym pracował. Od 20 lat nie pracował, uciekł przed postępowaniem dyscyplinarnym. Teraz wspiera reformę sądownictwa i okazało się, że będzie w izbie. Nie powstrzymałam Andrzeja Dudy przed podpisem. Jedna osoba po tym, jak dziennikarz ujawnili przeszłość, nie dostała nominacji. Ale Tomczyński dostał. Dostawałam komentarze od czytelników, którzy byli wyborcami PiSu, którzy dzięki temu zmienili swój stosunek do reformy. Wspominał też o tym Robert Mazurek - który nie podchodzi do władzy na kolanach, a który z tą władzą może rozmawiać. Wielu od lat czeka, a on ma to na zawołanie. Właśnie on konfrontował polityków PiSu z tą wiedzą, choć dziennikarze innych mediów nie mają tej szansy.

WC: Skoncentruję się na tym co jest w zakresie moich kompetencji. Trochę przypadkowo stałem się jednoosobową telewizją. Przed chwilą była na sali Nowa Bibuła, jest na sali video-KOD. Zaletą takich mediów jest dzielenie się tym, w czym się uczestniczy. Nie ma redaktora naczelnego - te media są tworzone z potrzeby serca. To relacje, nie dziennikarstwo. Ale daje to szansę działać. Operujemy w bańkach - ale ma to też swoje dobre strony. Można pracować ze swoją bańką, wybić trochę z równowagi, pokazać, że jednolite myślenie przeszkadza. Wszystko co my robimy, to mamy rację. A my powinniśmy wzbudzać wątpliwości na temat naszej strony. Czy jedyna słuszna polityka opozycji to jedyna słuszna. Po naszej stronie ostatnia burza pojawiła się po skazaniu Jana Śpiewaka. Niektórzy mówili, że wszyscy mamy bronić sędziów. A jeśli człowiek zostaje skazany, choć jest jedną z nielicznych osób działających dla ujawnienia historii o reprivatyzacji. Nie możemy tak do tego podchodzić. Wewnątrz bańki trzeba też pracować. A jak

wychodzić? To co zrobił Tomek - nawet nie sam film. On poszedł za ciosem - jeździ po Polsce, rozmawia z ludźmi. Synergia między lokalnymi twórcami a mediami. W Warszawie mamy mnóstwo takich paneli - wyobraźcie sobie lokalną małą gazetkę, do której przyjeżdża sam Tomasz Sekielski.

TS: Raczej z żoną, nie sam.

WC: Tak trzeba tworzyć - żeby dziennikarz z doświadczeniem nie narzucali zasad.

TS: Do tego też finanse są potrzebne.

WC: Dziennikarstwo obywatelskie właśnie tworzy się raczej w czasie wolnym od zarabiania pieniędzy. My z reguły mamy inny zawód, który pozwala na utrzymanie się. To bardzo ważne, żeby zacząć otwarcie rozmawiać o pieniądzach. To mi się skojarzyło z tymi amerykańskimi kaznodziejami telewizyjnymi - oni się nie wstydzą, że dostają pieniądze. Jak nie wiesz co robić, to zarób parę złotych i przekaz tym, którzy wiedzą, co robić. Jak powstał KOD, ludzie bardzo chętnie robili zrzutki. To się zmieniło, ale warto właśnie tak mówić ludziom. Tak robi Jurek Owsiak. On się nie wstydzi Jurek Owsiak.

PP: Nie ma jednej bańki, to raczej taka piana w wannie, jeśli ktoś to jeszcze robi. Jest taka bańka polityczna, ale są bąble po bokach - prawa przyrody i klimat, prawa osób z niepełnosprawnościami, prawa kobiet, prawa osób LGBT. W tym sensie ten pejzaż nie jest tak prosty i jednorodny.

MC: Od jakiegoś czasu przyjęło się, że jest nasza strona i tamta druga strona. Zniża się głos, głupio to powiedzieć, bo dziennikarz powinien być po każdej stronie.

AS: Ja się nie zgadzam, że dziennikarz nie może być po żadnej stronie. Dziennikarstwo to jeden z elementów systemu demokratycznego. Parę lat temu z pewnością bym się zgodziła, ale tu demokracja jest tą zmienną.

PP: W tym kontekście mówił RPO - to model węgierski, choć tam też są spółki prywatne.

EB: Mam niedosyt - dopiero na końcu dotknęliśmy pewnego aspektu. Ten moment to taka aberracja historyczna. Model finansowania mediów, ze względu na internet, się zmienia. Jak realizujecie misję z materialnymi problemami. W Polityce zmiana modelu z wpływów reklamowych na wpływy od czytelników - sprzedaż egzemplarzowa, prenumerata internetowa. W oko.press macie jeszcze inny model. Tu był taki dosyć radosny obraz. Zapraszam jeszcze państwa do komentarzy.

Pani od Nowej Bibuły: Czy te tygodniki papierowe nie mogłyby publikować takich wrywanych insertów, do przyklejenia, wrzucenia do skrzynki sąsiada - prosty język, pismo obrazowe, dementowanie kłamstw.

Mariusz Malinowski, video-KOD: są też bańki języka - sposób przekazu. Jako video-KOD staramy się wychodzić z tej bańki, przez ich język. Wyjście z kanału przekazu, wejście głębiej w inne miejsca, gdzie bywają ci ludzie. Powiedzieć, co się dzieje w TVP, ale nie naruszając ich dobrego samopoczucia. Nie mówić, że to idiotyzm. Jeśli opowiadamy mówiąc "ale może byśmy mogli szerzej" - to jest skuteczne. Osobnym kanałem, innym językiem. Przekaz "tak, ale...".

Światopoglądu nie jesteśmy w stanie zmienić, ale możemy wpłynąć na pewne problemy,

punktowo.

Agnieszka Jędrzejczyk, BRPO: Chciałabym zapytać o język. Prowadzące kongresowy panel "Komunikacja oparta na wartościach" zwróciły uwagę na negatywne konsekwencje używanie języka autorytarnego. Nawet w słusznej sprawie. To samo można powiedzieć różnie. Można powiedzieć „j... PiS” i można „Nie palcie komitetów, zakładajcie własne”. Jeśli nie używamy języka zgodnego z wartościami, to wcale nie ratujemy tych wartości – niszczymy je. Na tym panelu prowadzące mówiły, że nawet sarkastyczna koszulka z napisem "Zdradziecka mordą" działa źle - zamyka innych ludzi w ich bańce.

Paweł Strumiński, SSR Gliwice: Media lubią radykalny język. W mediach, tych "wolnych", często pojawia się ocena sędziego w procesie od strony politycznej. Nie może być tak, że sędzia prowadzący sprawę jest analizowany - odpowiedzialność dziennikarzy za sformułowania. Ludzie teraz postrzegają sędziów jako "nasi" albo "wasi" - i nie tylko TVP to robi. Proszę tego nie eskalować. Zły wyrok to od razu będzie, że sędzia z PiSu.

Pan z widowni: Jeszcze ten crowdfunding - to 100% zaangażowania twórcy, nie po pracy. Jak reagował odbiorca.

PP: Radykalność języka i radykalność ocen - zawsze się zastanawiamy, czy ten nagłówek to nie za ostre. Ale teraz inaczej to się nie przebija. Gdzie jest ta granica - jak się przebić, ale nie być za daleko. Jesteśmy chyba najczystszy przykładem, że dostajemy "co łaska". Najprzyjemniejsze jest, gdy robimy relację live i widzimy wpłaty. Rośnie liczba oglądających i wpłacając. "Nie mogę być tam, ale jestem dzięki wam".

KB: Media nadają jedno i to samo 24 na dobę. Oko.press bardziej daje wrażenie uczestnictwa - relacja z telefonu z demonstracji.

PP: Jak się utrzymać? Jak nie używać odpychającego języka.

KB: Odniosłabym się do rosnącej sprzedaży Tygodnika Powszechnego. Wydaje mi się, że to też co robi oko.press - wychodzenie poza utarte ścieżki. Trochę są inni autorzy, więcej jest tematów nie stricte politycznych. Nie boimy się dać na okładkę starego pisarza - zamiast Jarosława Kaczyńskiego. Okładki artystyczne, społeczne. Ludzie są zmęczeni polityką i trudno im się dziwić. Chcą treści, które dadzą im trochę oddechu. Może nie trzeba być tak reaktywnymi. Nasz kolega Paweł Brawo nie ma twittera i tym się szczyli - może to sposób na oderwanie. Frasyniuk pisze "j*bać", odpowiadają mu, że jest kretynem.

TS: To jednak nie ma zastosowania do telewizji. Bo w telewizji debata nieparlamentarna świetnie się ogląda. Gdyby nie było widzów, od razu by zdjęli. Dlaczego śp. Grzegorz Miecugow i jego kulturalny punkt widzenia emitowany był o północy? Bo to się nie oglądał. Państwo przyszli na tą dyskusję, ale jesteśmy w mniejszości. Polityka się dobrze klika, dobrze słucha, dobrze ogląda.

Wracam do pytania, czy faktycznie jest zapotrzebowanie na misję. Co do finansowania - jestem wdzięczny 2,5 tys. osobom, które wpłaciły na film. Gdyby każdy zapłacił za oglądanie filmu, mielibyśmy 23 mln zł. Narzekamy, ale nic nie robimy. Biznes i bogatszy ludzie mówią o demokracji, o wyjeździe z Polski - ale gdy mówimy o finansowaniu, odpływa ich jacht.

Pani z publiczności: Gros ludzi ogląda disco polo - czy teraz muzycy jazzowi muszą grać disco?

Musimy kształcić. Wielu ludzi ogląda rozgrywki sportowe i nimi zapełnić całą ramówkę.

TS: Tylko że to niedochodowe. Zdaję sobie sprawę, że media po prostu walczą o pieniądze. Jeśli odpuszczą, to konkurencja pokaże tą pyskówkę.

Pani z publiczności: Media też kształtują.

AS: Moim zdaniem model biznesowy się odbudowuje. Na rynku europejskim to już się wydarzyło. Jak startowaliśmy w Gazecie Wyborczej z prenumeratą internetową, reakcja była bardzo zła. A teraz mamy 2x więcej czytelników w internecie niż w papierze. A to ma znaczenie dla prawdziwego dziennikarstwa. Może dlatego, że reprezentuję duże medium, to widzę, jakie ma to znaczenie. Codzienny znój w dziennikarstwie polega też na tym, że robimy czasem rzeczy mniej ciekawe. Nie sposób jest zarobić na subskrypcjach mówiąc o osobach z niepełnosprawnościami - aby to robić, musimy zarobić na ciągłość.

WC: Nie tylko złe rzeczy są klikalne. Rewelacyjne kanały na YT, które mają tysiące subskrybentów. Proszę trochę pomyśleć o tym, że misja jest potrzebna by kształcić. Na YT też trzeba tworzyć treści dla ludzi, którzy nie oglądają telewizji. Mam takie przemyślenie, że można komuś dać w mordę, ale z szacunkiem. Mam bardzo mało hejtu - bardzo nie lubię pogardy, choć używam języka radykalnego. Pokazuję co myślę, daje możliwość wypowiedzi.

MC: Nasze doświadczenie w oku jest też takie, że najchętniej płacą ludzie, gdy przeczytają dłuższą analizę, nie sensacyjny artykuł. Gdzie widać, ile dziennikarz włożył w to pracy.

PP: W październiku mieliśmy 2 mln unique users, kilka tysięcy wpłaca. To ciągle ułamki procenta. Widzę napis koniec. Wychodzę z takimi pytaniami - jak to robić, żeby jednocześnie zbierać pieniądze, tworzyć treści, które angażują. Jak wyjść poza pyskówkę. Czuję się zainspirowany.

MC: Wzmocniłabym ten głos - w jaki sposób mówić do tej "drugiej strony", jak poszerzać bańkę nie dla samej ilości czytelników, ale dla przebicia podziałów.

KB: Było pytanie, czy media publiczne da się uratować. Ludzie mówią, żeby zaorać TVP. To byłoby poddanie się. Trzeba nad tym pracować. Trzeba, jak mówi Jacek Kurski, odbywać prestiż i powagę. To muszą też zrobić politykę.

TS: Nie wierzę w polityków naprawiających media publiczne. Mimo problemów wytrącenie ze strefy komfortu z lat 90 dobrze nam się przysłuży.

WC: Zalajkowanie, udostępnianie, wpłacanie. Tak najprościej pomóc.

AS: Duża część polaryzacji to media społecznościowe i ich właściciele - to świadome procesy.

EB: Jesteśmy w takim momencie, że zaczynamy dostrzegać internet. Odkryliśmy znaczenie instytucji medialnych. Potrzebne są silne instytucje, umiające konfrontować się z władzą. Jesteśmy na nowym dobrym początku.