

**TOMASZ GOBAN-KLAS**

WYŻSZA SZKOŁA INFORMATYKI I ZARZĄDZANIA, RZESZÓW

# Słabości i grzechy główne współczesnego dziennikarstwa

*Wiesz już wystarczająco dużo. Ja też.  
To nie wiedzy nam brakuje.  
Brak nam odwagi, by zrozumieć to,  
co wiemy, i wyciągnąć z tego wnioski<sup>1</sup>.*

Sven Lindqvist

Profesor Neal Postman wskazuje, że zamiast wiedzy mamy zalew bezkontekstowych newsów<sup>2</sup>. Brakuje nam porządných syntez i teorii godnych nowych czasów. Autor przytacza wiersz amerykańskiej poetki Edny St. Vincent Millay:

W tym wspaniałym wieku, w jego mrocznej porze,  
Spada z nieba meteoryczny deszcz  
Faktów... leżą nie podważone, nie powiązane.  
Dosyć mądrości, by nas uzdrowić  
Przędzie się co dzień, lecz nie ma krosna,  
By utknąć ją w tkaninę...<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> S. Lindqvist, *Podbój*, przeł. I. Kowadło-Przedmojska, M. Haykowska, Warszawa 2016, s. 1.

<sup>2</sup> N. Postman, *W stronę XVIII stulecia*, przeł. R. Frąć, Warszawa 2001.

<sup>3</sup> Cyt. za: *ibidem*, s. 15.

To oczywiście nie jest wina czy słabość dzisiejszego dziennikarstwa. Ten stan rzeczy obciąża raczej nauki społeczne i humanistyczne, ilościowo wspaniale rozwinięte, ale jakościowo niedorównujące czasom minionym.

W dziennikarstwie nie może się dziać lepiej. Dziennikarze zawsze, gdy chodzi o wiedzę w szerszym znaczeniu, polegali na dorobku uczonych specjalistów, adaptując go do poziomu rozumienia swego czytelnika czy widza. Jednak dzisiaj ów czytelnik lub widz, w obliczu ogromnej oferty medialnej (informacyjnej), czując się zagubiony w zalewie wspomnianych przez Postmana newsów, albo w ogóle porzuca nimi zainteresowanie, albo wybiera tylko przekazy najprostsze, przede wszystkim nasycone emocjonalnie. Odbija się to na słabnącej kondycji prasy, a zatem i dziennikarstwa.

Medioznawcy — a właściwie prasoznawcy (w sensie dosłownym) — od dawna rejestrują proces „obumierania” drukowanych gazet informacyjnych, zachodzący, choć w nierównym tempie, we wszystkich krajach świata. Wraz z gazetami w przeszłość odchodzi zawód dziennikarza, który wykształcił się przez czterysta lat istnienia prasy. Pisał o tym Ryszard Kapuściński, wskazując na jego zastępowanie przez „media workera” — multimedialnego internetowego zbieracza, układacza i komentatora wszelakich danych. Jego styl pracy i życia barwnie opisuje Michał Olszewski w niemal dokumentalnej książce *#Upał*, wzmiankując jednak o zachowanym w redakcji pokoiku-skansenie starego dziennikarstwa:

Na drzwiach tabliczka „Pokój Starych Dziennikarzy”. Na co dzień PSD zajmuje się redagowaniem nekrologów [...]. Wiedzą wszystko, absolutnie wszystko. Przychodzimy tutaj w sytuacjach szczególnie trudnych, kiedy wyszukiwarka internetowa zawodzi. Jak zdarzy się *blackout*, oni nas uratują... bo pracowali jeszcze w ołowiu i brak prądu im nie-

straszny. Mamy tu w kącie nawet kilka maszyn do pisania na wszelki wypadek [...] wszyscy są z ducha papierowi<sup>4</sup>.

Gazeta drukowana odchodzi do kategorii „dead media”, spotykanych, ale w zasadzie zaliczanych do gatunku wygasłego, do zakresu problematyki „archeologii mediów”. Wraz z nią znikają pewne rytuały korzystania z niej — codzienne, w zwyczajowy sposób (przeglądanie „od deski do deski”, tematycznie, autorsko itp.), lecz — co ważniejsze — otrzymania standardowego pakietu informacji we właściwych proporcjach oraz ekspozycji i układzie oferujących wiadomości najważniejsze, ważniejsze, ważne, mało ważne i całkiem nieważne. Zasada selekcji i ekspozycji opiera się na tzw. clickbaitowych tytułach (ang. *clickbait* — chwytliwy nagłówek lub rzucający się w oczy link umieszczony na stronie internetowej, zwykle w celu zwiększenia liczby odsłon).

Aleksy Uchański określa całe dziennikarstwo papierowe jako „rynek schyłkowy i stale tracący, moim zdaniem, również rząd dusz w zakresie budowania opinii”<sup>5</sup>. Bernard Poulet pisze ostrzej — o „eutanazji klasy średniej dziennikarstwa”<sup>6</sup>.

Czy jednak należy się martwić, że dziennikarstwo klasyczne przechodzi do skansenu?

Przecież informacji nam nie brakuje, przeciwnie — informacja, w sensie metaforycznym, nas wprost za-lewa. Nigdy zwykły internauta, nawet niekorzystający z płatnych serwisów i wydań internetowych gazet, nie

---

<sup>4</sup> M. Olszewski, *Upał*, Kraków 2017, s. 196–197.

<sup>5</sup> <http://www.wirtualnemediaw.pl/arttykul/repolonizacja-mediow-to-gra-polityczna-moze-byc-sprzecznaz-prawem-unijnym>. (dostęp: lipiec 2016).

<sup>6</sup> [http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/09/15/une-information-a-deux-vitesses\\_3477839\\_3232.html#vCeJb3zQSc3xDyBo.99](http://www.lemonde.fr/idees/article/2013/09/15/une-information-a-deux-vitesses_3477839_3232.html#vCeJb3zQSc3xDyBo.99). (dostęp: lipiec 2016).

miął wyświetlanych na ekranie tak łatwo, tak szybko, tak zróżnicowanych wiadomości „z kraju i ze świata”, nie tylko we własnym języku, jak dzisiaj. Zatem, za słowami pieśni studenckiej, *Gaudeamus igitur*.

Jednak radość z rozwoju e-prasy psuje fakt, że kończy się boom na klasyczne media internetowe. Na internetowym rynku informacji zaczynają dominować vlogerzy, youtuberzy i oczywiście twittujący. Ci ostatni stają się korespondentami pierwszego kontaktu, na bieżąco informując np. o zamachach, katastrofach czy wypadkach.

Zrodził się gigantyczny popyt na obraz ruchomy w Internecie, a to dopiero początki. Jest to podobne do sytuacji, która miała miejsce w przestrzeni medialnej w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych ubiegłego wieku. Istniała wtedy prasa, która królowała na rynku. Nagle pojawiła się telewizja i powstały konglomeraty medialne, takie jak CNN, które ściągnęły lwią część przychodów reklamowych. A teraz? Teraz jest podobnie — treści wideo zyskują popularność kosztem formy pisanej. Każdy próbuje rozwinąć przekaz o fotografię albo lepiej — o wideo.

Niemniej słowo nie ginie, jest bowiem niezbędne do zarysowania kontekstu, wyjaśnienia znaczenia pokazywanego wydarzenia, rozwinięcia prostej formuły: kto, co, kiedy, dlaczego. Słowo jest konieczne do rozumienia, nawet dowodzenia, ale często zawodzi, podporządkowane sile obrazu. Staje się wówczas dodatkiem do niego, a więc mniej ważne.

Gorączkowe szukanie atrakcyjnych tematów, które można dobrze zilustrować obrazem — fotografią czy wideo, zaopatrzyć krótkim, lecz tabloidalnym w stylu nagłówkiem, wyłożyć w emocjonalnym języku, absorbuje reporterów oraz redaktorów gazet. W tym dążeniu zanika refleksja nad własnym zawodem, nad konkretnym tematem, a ogólnie mówiąc — nad etyką dziennikarską. Wyda-

je się ona zbędnym, a w zasadzie kłopotliwym dodatkiem do codziennej rutyny. Co innego prawo prasowe. Na nie trzeba uważać, aby nie narazić się na grzywnę lub gorszą sankcję. Naruszanie etyki niczym (niemal) nie grozi. Taka praktyka dziennikarska nie jest nowością. Adeptom dziennikarstwa warto przypomnieć fragmenty z wybornych humoresek Marka Twaina, powstałych w połowie XIX wieku, gdy dziennikarstwo amerykańskie nie zatrafiło jeszcze pełnokrwistości swych pionierskich czasów.

## Dyletantyzm

W humoresce *Jak redagowałem gazetę rolniczą* Twain opisywał praktykę w piśmie rolniczym, w którym, jako zupełny dyletant, pouczał farmerów, jak należy uprawiać rzepę:

Rzepy nie należy zrywać, bo to jej szkodzi. O wiele lepiej jest nająć chłopca, aby potrzasał drzewem<sup>7</sup>.

Inne jego porady były równie fachowe. Wszakże, gdy wydawca pisma miał już dość tych rolniczych idiotyzmów, Twain bronił się jak wytrawny wyga dziennikarski:

O głąbie kapuściany! O synu kalafora! [...] Czternaście lat minęło i pierwsze słyszę, że ktoś coś musi umieć, aby wydawać pismo. O naiwna rzepo! Któż pisze krytyki teatralne do drugorzędnych gazet? Wykolejeni szewcy i aptekarze, którzy wiedzą o sztuce aktorskiej akurat tyle ile ja o hodowli bydła. [...] Kto polemizuje na temat finansów? Ci, co nie mają o nich zielonego pojęcia [...]. To pan mnie będzie uczył rzemiosła dziennikarskiego? Mój panie, znam je od A do Z i powiadam panu, że im mniej kto umie, tym więcej zrobi hałasu i pieniędzy. [...] Powiedziałem, że dziennik pański uczynię zajmującym dla wszystkich sfer — i zainteresowałem wszystkie sfery<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> M. Twain, *Banknot milionfuntowy i inne opowiadania*, przeł. B. Bałutowa, Poznań 1994.

<sup>8</sup> *Ibidem*.

## Rap journalism, czyli kuksańce i ordynarność

W humoresce *Jak redagowałem dziennik w Tennessee* Twain wspomina, że gdy w przeglądzie prasy spokojnie napisał:

Zwracamy uwagę czytelników, że nasz kolega z „Wycia Porannego” myli się, zapewniając, że wybór Van Wartera nie jest jeszcze faktem dokonanym; nie wątpimy, że sprostuje swój błąd,

to po poprawkach redakcyjnych tekst przybrał inny styl:

Prosimy zwrócić uwagę na to, że łotr z „Wycia Porannego” z właściwą sobie perfidią podał w swej szmacie, że Warter nie został jeszcze wybrany! Nie bacząc na to, że apostołstwem dziennikarstwa amerykańskiego jest krzewienie wśród bliźnich prawdy, tępienie fałszu, kształcenie społeczeństwa, podnoszenie poziomu etycznego oraz obyczajności ogółu, że pod wpływem dziennikarza wszyscy winni stawać się łagodniejsi, litościwsi oraz pod każdym względem lepsi i szczęśliwsi — ten łotr spod ciemnej gwiazdy hańbi święte apostołstwo dziennikarstwa amerykańskiego, rozsiewając oszczercze fałsze, wymysły i grubiaństwa<sup>9</sup>.

## Wolność (politycznej insynuacji)

W humoresce *Jak kandydowałem na Gubernatora* Mark Twain cytuje (oczywiście fikcyjne) opinie prasowe na temat jego (także fikcyjnej) kandydatury. Dla przykładu w artykule zatytułowanym *Krzywoprzysięstwo!* żądano:

Może by pan Mark Twain wytłumaczył nam dzisiaj [...] jak to się stało, że w r. 1863 w miejscowości Wakawak w Kochinchinie 44 świadków udowodniło mu krzywoprzysięstwo, które popełnił, aby wydrzeć szmat pola bananowego z rąk nieszczęśliwej wdowy malajskiej i jej bezbronnej rodziny [...]. Nie wątpimy, że p. Twain w interesie zarówno swoim, jak i ludu, o którego głos zabiega, zechce tę sprawę wyjaśnić jak najrychlej. Czy jednak to uczyni?<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> *Ibidem.*

<sup>10</sup> *Ibidem.*

Oczywiście humoreski Twaina nie są naukowymi prasoznawczymi analizami prasy tego okresu. Jednak dzięki mistrzowskiej obserwacji i świetnemu stylowi lepiej chwytają pewne tendencje dziennikarskie aniżeli uczone, ale nudne rozprawy naukowe. Możemy z nich wydobyć trzy cechy charakterystyczne pełnokrwistego, lecz całkowicie nieodpowiedzialnego dziennikarstwa:

- dyletantyzm,
- raperstwo,
- insynuacje.

Późniejsi analitycy dodali do tej listy kilka innych grzechów dziennikarskich.

## **Wymiary bylejakości sfery publicznej**

Na bylejakość medialnej sfery publicznej, gdyż do niej ograniczę dalsze wywody, składa się wiele elementów, czynników, zaniedbań. Wskażę tylko cztery wymiary czy rodzaje.

A. Matematyka — do tej kategorii zaliczam zastępowanie rzetelnych obliczeń, w tym porządną statystykę, epatowaniem liczbami, żonglowaniem danymi, tworzeniem grafik, tablic.

Ten niecny proceder dostrzegali już Mark Twain, pisząc: „Są trzy rodzaje kłamstw: kłamstwa, bezczelne kłamstwa i statystyki”. I tak działa marketing handlowy, gdzie 499 złotych jest dużo mniejsze niż 500 złotych, analogicznie — tyle, że odwrotnie — w marketingu politycznym 500 złotych jest dużo dużo większe niż 499 złotych.

B. Druga kategoria to logika. Miejsce racjonalnego rozumowania, opartego choćby na starożytnych poprawnych sylogizmach, zastępuje się niepoprawnym perorowaniem, ułomnymi sylogizmami, błędami logicznymi itp. Na wołowej skórze nie da się spisać tych pospolitych ułom-

ności, przyjmowanych z dobrodziejstwem inwentarza. Interesująco przedstawia je *Przybornik filozofa. Kompendium metod i pojęć filozoficznych* Juliana Baginiego i Petera S. Fosta w rozdziale „Podstawowe narzędzia argumentacji”<sup>11</sup>.

C. Retoryka. Choć wprowadza już element emocjonalny w przekonywaniu, może też przybierać formę wypaczoną, jak w takim przykładzie:

Ponad 251 tysięcy — tyle ludzi umiera każdego roku w Stanach Zjednoczonych w wyniku błędów lekarskich. To więcej niż z powodu zawałów serca czy wypadków drogowych. Najczęstsze błędy to niewłaściwa diagnoza, niewłaściwe dawki leków i błędy podczas zabiegów. Wstrząsające dane opublikowali naukowcy z John Hopkins University<sup>12</sup>,

informował materiał programu „24 godziny”.

Wrzucanie do jednej kategorii zgonów w tak różnych okolicznościach (zabiegi, diagnoza, leki) zakłada co najmniej przesłankę możliwej bezbłędnej i skutecznej diagnozy oraz terapii w niemal każdym z miliardów działań medycznych. Ale dane są wstrząsające, wieją grozą i mogą wzbudzić obawę przed wizytą lekarską, skoro potencjalnie może ona okazać się śmiertelna.

D. Czwarta kategoria to sposób prowadzenia komunikacji (rozmowy, dialogu, debaty) na forum publicznym (i na poły publicznym, np. w gronie sąsiedzkim). Z jednej strony wzorem i ideałem jest debata oksfordzka, oparta na solidnej i spokojnej argumentacji, bez żadnych wtręć *ad homines*, z drugiej zaś — erystyczna kłótnia, skierowana nie na rozmówcę, lecz na potencjalnych słuchaczy. Jej celem nie jest przekonanie, ale pozyskanie *per fas et nefas*.

---

<sup>11</sup> J. Bagini, P.S. Fost, *Przybornik filozofa. Kompendium metod i pojęć filozoficznych*, przeł. D. Chabrajska, Warszawa 2010.

<sup>12</sup> <http://tvn24bis.pl/24-godziny,140,m/ogromna-cena-lekarskich-bledow-co-roku-w-tym-kraju-umiera-251-tysiecy-osob,647104.html> (dostęp: lipiec 2016).



## Bylejakość pracy dziennikarskiej

Analiza pracy dziennikarskiej przynosi codziennie setki przykładów wszelkiego rodzaju ułomności i braków — od ortografii, przez gramatykę, styl, aż do niesprawdzonych źródeł, prostackich morałów, korzystania z tendencyjnych przecieków, jawnej stronniczości, interesowności itp.

## Pustostłowie

Rafał Stroiński, partner w kancelarii JS Legal, powiedział serwisowi eNewsroom.pl:

Obecne regulacje prawne muszą sprostać większej konkurencji, w tym konkurencji międzynarodowej. Muszą one odnosić się do tendencji gospodarczych i politycznych, które obserwujemy w Polsce i za granicą. Ważne jest, aby tworzyły one drożny mechanizm, pozwalający na lokalizację miejsca i wybór partnera do inwestycji w Polsce, przeprowadzenie inwestycji<sup>13</sup>.

Czy powyższe zdanie, cytowane bez refleksji dziennikarskiej, znaczy cokolwiek dla zwykłego czytelnika, a nawet biznesmena? „Słowa, słowa, słowa” — jak powiedział Hamlet.

## *Fake news — post-truth*

„Niech ci prawda nie przeszkadza w pisaniu” — napisał sarkastycznie znany dziennikarz Paweł Zarzeczny. I mamy tego codzienne dowody. Obok pojęcia prawdy funkcjonuje pojęcie „postprawdy”, *fake news* (spolszczone jako fejk-njus albo fejki) oraz — już jakby staroświeckie — „błaga” i „kit” (w znaczeniu „wciskanie kitu”), a w języku angielskim — „bulshit”.

---

<sup>13</sup> <https://ceo.com.pl/?s=eNewsroom> (dostęp: lipiec 2016).

Może jednak jest promyk nadziei na oczyszczenia sfery publicznej w Internecie. Oto wiadomość z 2016 roku:

Na podstawie umowy pomiędzy Facebookiem, Twitterem, YouTube i Microsoftem a Komisją Europejską jej strony przedstawiły kodeks dobrych praktyk obejmujący szereg działań mających na celu zwalczanie rozprzestrzeniania się w Europie nielegalnego nawoływania do nienawiści w Internecie<sup>14</sup>.

Siedem grzechów głównych dziennikarstwa to:

1. Besserwisseryzm, pycha
2. Arogancja
3. Zawsze ostatnie słowo, brak dialogu
4. Brak taktu (żart za wszelką cenę)
5. Stronniczość, partyjność (wobec grup interesów, w tym ukrytych)
6. Uleganie korupcji (kryptoreklama)
7. Lenistwo (akceptacja PR-owskich „gotowców”, błędy merytoryczne, nieprzygotowane się do wywiadów).

## Dedykacje

Na zakończenie wszystkim dzisiejszym i przyszłym dziennikarzom, ludziom mediów, a także odbiorcom ich oferty oraz krytykom dedykuję przykazania z kodeksu dziennikarzy fińskich:

A. Twoim głównym obowiązkiem jest poszanowanie prawdy i sprawiedliwości (*fairness*)

B. Szanuj reputację, uczciwość i prawa człowieka każdej jednostki

C. Trzymaj się faktów, nawet jeśli są one nieprzyjemne

D. Rozróżniaj komentarze od wiadomości

---

<sup>14</sup> <http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/facebook-twitter-youtube-i-microsoft-beda-usuwac-hejterskie-wpisy-w-ciagu-24-godzin> (dostęp: lipiec 2016).

E. Nie wyciągaj ogólnych konkluzji; pamiętaj o swojej odpowiedzialności za słowa i obrazy

F. Pamiętaj: oskarżenie nie jest jeszcze wyrokiem, a Ty nie jesteś sędzią

G. Pamiętaj o regułach dotyczących nazw w wiadomościach

H. Chroń rodzinę

I. Broń swobody uczciwego zbierania i rozpowszechniania informacji

J. Nie pisz wbrew swoim przekonaniom

K. Pamiętaj, że Twoje zachowanie rzutuje na całą profesję

L. Myśl! Rozważaj! Sprawdzaj!

Jeśli szukać dziesięciu etycznych przykazań dla mediów, można je znaleźć w zasadach Nicka Taty, angielskiego eksperta od wychowania moralnego:

1. Uczciwość
2. Szacunek dla innych
3. Grzeczność
4. Fair play
5. Umiejętność wybaczenia
6. Punktualność
7. Unikanie przemocy
8. Cierpliwość
9. Lojalność
10. Dyscyplina

Jak się popularnie mówi: nic dodać, nic ująć.