

MAREK CHYLIŃSKI  
ORCID: 0000-0003-0046-2574  
UNIwersytet Opolski

# Pomiędzy doksą a *episteme*. Ewolucja narracji dziennikarskiej w środowisku cyfrowym

**Abstrakt:** Artykuł stara się uchwycić kluczowe zmiany, które wywołała cyfrowa rewolucja w ekosystemie informacji, w tym fragmentaryczność, negatywizm oraz stosowanie emocjonalnych filtrów, blind spotów, under- i overreportingu. Starając się wpisać w nurt publikacji podsumowujących trendy prezentacji rzeczywistości we współczesnych mediach i dziennikarstwie, autor kładzie nacisk na funkcjonalne aspekty konstruowania przekazów, takie jak *research* czy priorytety w wyborze źródeł i metody konwersji. Wskazuje również zagrożenia ze strony „cyfrowej narracji” — przede wszystkim porzucanie przez dziennikarstwo tradycji służby społecznej na rzecz „produkcji wiadomości”. Symbolem redefiniowania tradycyjnych ról mediów i dziennikarstwa jest tytułowa przestrzeń pomiędzy doksą a *episteme*, w jakiej zdaniem autora znalazły się obydwie systemy.

**Słowa kluczowe:** dziennikarstwo, dziennikarstwo narracyjne, narracja cyfrowa, dyskurs medialny.

Zgoda co do faktów nie jest już paradygmatem dziennikarstwa. Zastąpiły ją nowe modele narracyjne umożliwiające tendencyjne i emocjonalne konstruowanie treści, w których zanika warstwa informacyjna, a fakty tworzą zaledwie kontekst. Przejawem ewolucji dyskursu medialnego stało się „kreatywne wzmocnienie rzeczywistości”. Tak konstruowane przekazy są czymś niepewnym, wątpliwym, wymagającym potwierdzenia w pierwotnych źródłach. Analizowane w poniższym tekście innowacje narracyjne mają charakter zakłócający — destabilizują ekosystem informacji, a w ich efekcie znaczna część przekazów, którym przypisuje się cechy informacji, nie ma z nią nic wspólnego. Prezentowany artykuł podsumowuje tendencje prezentacji rzeczywistości we współczesnych mediach i dziennikarstwie, próbując

uchwycić i wskazać kluczowe zmiany. Odnosi się do wybranych elementów konstruowania przekazów, takich jak fragmentaryczność, negatywizm, filtry, blind spoty oraz *under-* i *overreporting*. Autor tekstu nie rozważa konkretnych przypadków nowego stylu narracji, natomiast formułuje uwagi odnoszące się do najbardziej charakterystycznych przejawów współczesnego dyskursu medialnego. Dzięki temu możliwe stało się wskazanie zagrożeń, jakie niesie „cyfrowa narracja”, stającą się coraz bardziej niebezpieczną grą, pokusą porzucenia przez dziennikarstwo tradycji służby społecznej na rzecz „produkcji wiadomości”.

## Złudzenia rzeczywistości

Dwudziestowieczne dziennikarstwo łatwo odnajdywało różnicę między odtwarzaniem a opowiadaniem świata. Sprowadzała się ona do określenia stosunku do prawdy i rzeczywistości, konstruowanych na płaszczyznach czasu i przestrzeni. Dziennikarstwo narracyjne stosuje styl i techniki fikcji do twórczości opartej na faktach, ale w przeciwieństwie do prozy fabularnej „twierdzi, że odzwierciedla konkretne doświadczenie”<sup>1</sup>. Doświadczenia te odpowiadają konkretnym postaciom, miejscom i zdarzeniom, niemniej tak jak zestaw faktów nie oznacza prawdziwej informacji, tak fabuła, rozumiana technicznie, nie oznacza fikcji, lecz sposób jej przedstawiania. W tekstach polskiej kultury dziennikarstwo narracyjne obecne jest głównie w nurcie reportażu literackiego. Krzysztof Kąkolewski, Ryszard Kapuściński i Hanna Kral wyznaczyli indywidualną stylistykę gatunku i nowe trendy odtwarzania realności. Kreując swoich bohaterów na postaci literackie, poszukiwali ich wśród ludzi żyjących naprawdę. Jeśli dopuszczali margines fikcji, to po to, aby zjednać odbiorców z bohaterami. Konwencje narracyjne reportażu literackiego, nawet jeśli wytwarzały złudzenia rzeczywistości, zawsze były wspierane staranną pracą ze źródłami, osobistym kontaktem, rozmową, dokumentacją. Rewolucja mediów społecznościowych, migracja dziennikarstwa i komunikacji społecznej do cyberprzestrzeni, wreszcie powolny upadek prasowego modelu biznesowego były impulsami do rezygnacji z zasad obiektywizmu i faktyczności na rzecz nowej narracji, charakteryzującej się własnym stylem łączenia faktów i wyobrażeń o nich.

Hoon Shim, obserwując zmianę rynkowego paradygmatu dziennikarstwa, wskazał, że narracyjne formy zaczęto propagować w celu „odmłodzenia upadającego biznesu papierowego” i znalezienia miejsca na współczesnym rynku mediów<sup>2</sup>. Znaczna część przekazów nie przedstawia faktów w taki sposób, jak się wydarzyły, tylko tak jak autor chciałby, aby wyglądały. Zamiast polskiej szkoły reportażu

<sup>1</sup> J. Hartsock, *Literary journalism as an epistemological moving object within a larger “quantum” narrative*, „Journal of Communication Inquiry” 10, 1999, s. 432.

<sup>2</sup> H. Shim, *Narrative journalism in the contemporary newsroom: The rise of new paradigm in news format?*, „Narrative Inquiry” 24, 2014, s. 77, 90.

mamy polską szkołę zmyślania<sup>3</sup>. Nie ma w niej miejsca dla „udokumentowanych baśni”<sup>4</sup>, wyczulenia na prawdę, na fakty, nawet na słowo, któremu zresztą często przypisuje się niewłaściwe znaczenia.

Warto w tym miejscu zauważyć, że zmiana modeli narracji nie jest problemem tylko jednej grupy zawodowej czy środowiska, lecz problemem kulturowym. Zjawisko wiąże się z używaniem filtrów technicznych, takich jak algorytm Google i innych narzędzi podejmujących wstępne decyzje dotyczące znaczenia treści dla konkretnego odbiorcy. Masowa obecność obiektów kultury cyfrowej w sieci, umożliwiającą nielinearne (rizomatyczne) wyszukiwanie i indeksowanie treści, zakłóca tradycyjny obieg przekazów. Dziennikarze, media i część odbiorców uświadomili sobie, że w rzeczywistości cyfrowej mogą nigdy się nie dowiedzieć o wydarzeniach, które są dla nich istotne, ale nie zostały zidentyfikowane przez algorytm. David Weinberger trafnie zauważył, że informacja cyfrowa zmienia nasz sposób myślenia i postrzegania obiektów<sup>5</sup>. Odsyłacze w postaci linków, choć uwalniają użytkowników od jednowymiarowej percepcji: jeden przedmiot — jedna nazwa i umożliwiają skupienie się na relacjach z innymi obiektami mającymi swoją reprezentację w sieci, mogą doprowadzić do zniekształcenia interpretacji istniejących bodźców zewnętrznych i pogłębienia złudzenia rzeczywistości.

Ucyfrowienie zasobów kultury całkowicie odmieniło również proces inicjujący powstawanie tekstów i obrazów. Autor tego artykułu w 2016 roku dowiódł, że do budowania obrazu świata dziennikarstwo przestało wykorzystywać tradycyjne narzędzia researchu — osobistą rozmowę, obserwację uczestniczącą, wywoływanie pierwotnych źródeł informacji i opinii. W ich miejsce pojawił się *research* zapośredniczony, polegający na monitoringu mediów społecznościowych, wykorzystywaniu materiałów PR, które niejako subwencjonują dziennikarskie procesy pracy, a przede wszystkim zwalniają z odpowiedzialności za przekazywaną treść<sup>6</sup>. Wykorzystując materiały zamieszczane na Facebooku i Twitterze, w tym wpisy generowane przez martwe dusze i fałszywe konta, dziennikarze usiłują ustalić obraz świata wedle własnych wytycznych, w których warstwa faktograficzna nie jest najważniejszym wyzwaniem dla profesjonalizmu dziennikarza. Brakujące elementy obrazu wydarzenia są uzupełniane domniemaniami. Rezygnując z dostarczania dowodów na każde twierdzenie, dziennikarstwo uznaje, że emocje są ważniejsze od prawdy, a systemowa orientacja na fakty, której służyły standardy profesjonalne i etyczne, ustąpiła miejsca tendencyjnemu rekonstruowaniu rzeczywistości. Fakty i fikcja nie są już kategorycz-

<sup>3</sup> A. Leszczyński, *Polska szkoła zmyślania*, „Krytyka Polityczna” 31.05.2017, <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/leszczyński-polska-szkola-zmyslania/> (dostęp: 12.02.2019).

<sup>4</sup> K. Kąkolewski, *Jak umierają nieśmiertelni. Baśnie udokumentowane*, Warszawa 1986.

<sup>5</sup> D. Weinberger, *Everything Is Miscellaneous: The Power of the New Digital Disorder*, New York 2008, s. 12–13.

<sup>6</sup> M. Chyliński, *Poszukiwanie informacji w dziennikarskich działaniach komunikacyjnych*, Opole 2016, s. 313–344.

nie opozycyjne, podobnie jak informacje i rozrywka. Niepewność ontologiczna zostaje wzmocniona zalewem fałszywych wiadomości i postprawdy.

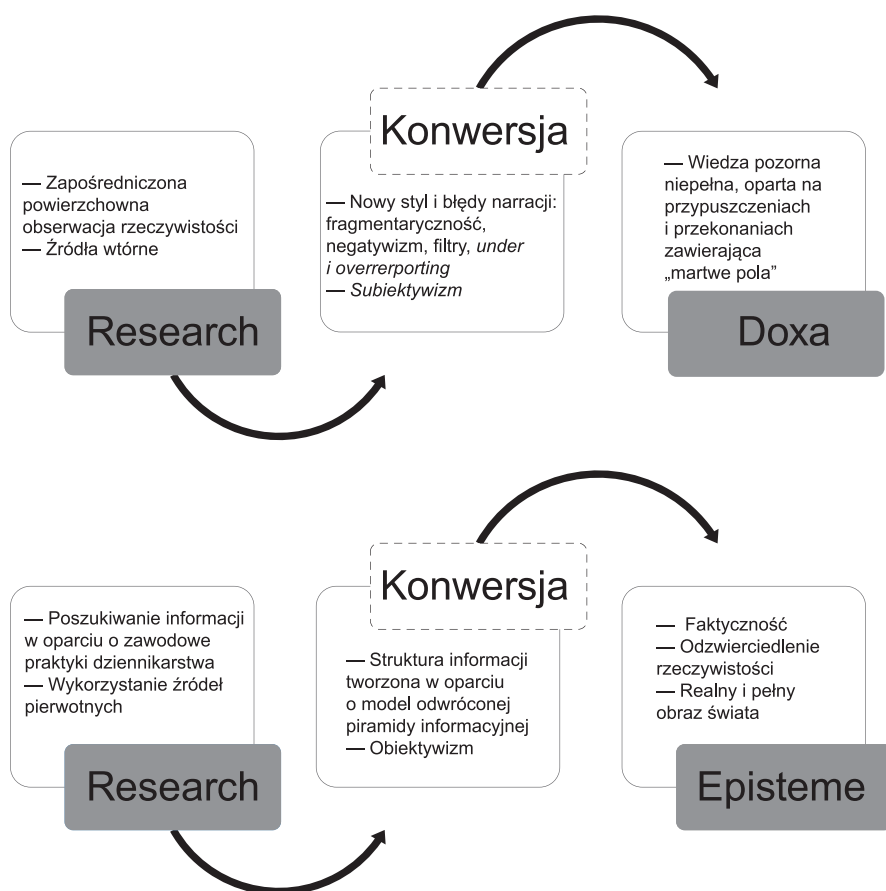
Elisabeth Klaus, austriacka badaczka mediów, już w 2008 roku wskazała na konieczność porzucenia dziennikarskich dychotomii informacja–rozrywka, fikcja–fakty<sup>7</sup>. Ponieważ dziennikarskie postrzeganie świata determinują dziś elektroniczne techniki poszukiwania i gromadzenia informacji, w których osobiście nie wywołuje się źródeł, lecz korzysta z treści stworzonych i przeznaczonych dla innych niż media adresatów, trudno mówić o „odkrywaniu rzeczywistości”. Świat dziennikarstwa stał się zaledwie częścią pętli komunikacyjnej, w której zachodzą bezustanne sprzężenia zwrotne, determinujące sposób pracy ludzi mediów. *Feedback*, w którym odbiorcy są traktowani przedmiotowo, następuje przez „nasłuchiwanie”, „monitorowanie”, „śledzenie” innych mediów oraz odbiorców i użytkowników na wszystkich możliwych częstotliwościach. Ma to decydujący wpływ na wybór poruszanych tematów i sposób, w jaki się o nich opowiada. Dzięki temu sprzężeniu media weryfikują i zatwierdzają doświadczenia odbiorców, wywierając piętno na ich sposobie postrzegania świata. Cyfryzacja przekazów i nowe sposoby dystrybucji treści pogłębiły te procesy, a interaktywność i możliwości kreowania wirtualnej rzeczywistości doprowadziły do przewartościowania relacji dziennikarzy z odbiorcami. Z tej drogi nie ma odwrotu. Bez wzajemnego przepływu informacji i bez wzajemnej stymulacji komunikacja publiczna utraciłaby swoją dyskursywną witalność. Jednocześnie pragnienie tanich kliknięć, kosztem dokładności i prawdziwości przekazów, doprowadza organizacje medialne do ciągłego podważania fundamentów własnego istnienia.

## Więcej doksy, mniej *episteme*

Przejawem tych organicznych związków są dziennikarskie nadużycia — *under- i overreporting* — akceptowane przez politykę redakcyjną i dysponentów medialnego rynku, zatwierdzone przez medialne audytoria. Obydwa błędy narracji dopuszczają nieodkrywanie wszystkich lub ukrywanie niektórych istotnych faktów, przesadzanie z drobiazgami i emocjami w takim stopniu, że główny wątek schodzi na dalszy plan albo zostaje zatarty. Nowe dziennikarstwo konstruuje nowe wymiary rzeczywistości — doksę — wiedzę pozorną i niepełną, opartą na przekonaniu, lecz odpowiadającą predyspozycjom intelektualnym i emocjonalnym masowej publiczności. *Doksa* zawiera „martwe pola” (*blind spots*), których nie może lub nie chce dostrzec obserwator, tworzy obrazy zdarzeń, nie dostarczając przekonujących dowodów. Co innego

<sup>7</sup> E. Klaus, *Abschied von der Dichotomie*, [w:] *Paradoxien des Journalismus*, red. B. Pörksen, W. Loosen, A. Scholl, Wiesbaden 2008, s. 351; zob. też E. Klaus, M. Lünenborg, *Journalismus: Fakten, die unterhalten — Fiktionen, die Wirklichkeiten schaffen*, [https://www.researchgate.net/publication/262255931\\_Journalismus\\_Fakten\\_die\\_unterhalten\\_-\\_Fiktionen\\_die\\_Wirklichkeiten\\_schaffen](https://www.researchgate.net/publication/262255931_Journalismus_Fakten_die_unterhalten_-_Fiktionen_die_Wirklichkeiten_schaffen) (dostęp: 12.05.2019).

*episteme* — ta, choć również płynie ze świata idei, odbija prawdziwą rzeczywistość. Dychotomia *doksa* i *episteme* to w istocie opozycja fikcja–fakty. Pierwsza nie jest wiedzą o rzeczywistości, lecz mniemaniem, opinią o niej, projekcją, wizją, pozorem, który nie zależy od rozumu. Zdolność indywidualnego kształtowania hierarchii wydarzeń i indywidualność w sposobach prezentowania wybranych tematów, bez zaświadczenia, że napisało się prawdę, są najważniejszym przejawem nowej narracji w środowisku cyfrowym. Dziennikarz, przekraczając granice „własnej prawdy” i odnosząc ją do osobistych doznań i doświadczeń, podejmuje próbę uczynienia jej wartością uniwersalną. Dzięki temu odbiorcy mogą w opowiadanych historiach odnaleźć i obserwować sami siebie, co zawsze stanowiło jeden z podstawowych elementów ideologii zawodowej dziennikarstwa.



Rysunek 1. Procesy pracy dziennikarskiej determinujące jakość przekazów

Źródło: opracowanie własne.

## Od strukturalizmu Lévi-Straussa do dziennikarstwa gonzo

Dziennikarstwo (podobnie jak literatura) umożliwia dostęp do poznawania i odtwarzania rzeczywistości przez kulturowo przyjęte struktury narracyjne, a więc przez język, określany przez Jürgena Habermasa „podstawowym faktem społecznym”. Język wyraża, tworzy i utrwalą interakcje pomiędzy uczestnikami komunikacji, artykułowane w aktach mowy i mediach. To w mediach następuje stereotypizacja zarówno języka, jak i kultury masowej. Lisa Taylor i Andrew Willis, analizując konwencje narracyjne przemysłu mediów i stosowane przez nie zabiegi sensotwórcze, umieszczają strukturalizm Claude’a Lévi-Straussa i językoznawstwo strukturalne Ferdinanda de Saussure’a w roli fundamentów współczesnej teorii narracji medialnej<sup>8</sup>. Naturalna, choć nieuświadomiona tendencja ludzkiego umysłu do strukturyzowania stoi za całością wytworów kultury i odbija się w sposób niezauważalny w regułach stosowania języka. Strukturyzowanie wytworów kultury miewa różne wymiary. Jack Lule odkrył, że narracje informacyjne często przedstawiają aktorów wiadomości w taki sposób, aby pasowały do jednego z mitycznych archetypów: ofiary (kozła ofiarnego), bohatera, dobrej matki lub podstęp<sup>9</sup>. Obserwując konwencje narracyjne współczesnych mediów, można potwierdzić, że w istocie większość z nich krąży wokół wymienionych archetypów, zapewniając tym samym poznawcze skróty do mitów głęboko zakorzenionych w kulturze<sup>10</sup>. W polskich realiach konwencje te są dodatkowo wykorzystywane w konfrontacji politycznej odbywającej się z uczestnictwem mediów. Tworzy się więc rodzaj mitów naznaczonych wspólną funkcją. Symbolicznie przekształca się binarne opozycje wskazane przez Lévi-Straussa jako centralne elementy wspólnej wszystkim kulturom ukrytej struktury. Dlatego konstrukcja rzeczywistości, w zależności od orientacji ideologicznej, poziomu wiedzy i predyspozycji emocjonalnych odbiorców, może sprzyjać strukturalizacji, standaryzacji, uniwersalizacji czy nawet trywializacji obrazu świata funkcjonującego w świadomości społecznej. Zdolność do kształtowania hierarchii ważności problemów, dokonywania selekcji wydarzeń

<sup>8</sup> L. Taylor, A. Willis, *Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy*, przeł. M. Król, Kraków 2006, s. 78–80.

<sup>9</sup> J. Lule, *Daily News, Eternal Stories. The Mythological Role of Journalism*, New York 2001.

<sup>10</sup> S.E. Bird, R.W. Dardenne, *Rethinking news and myth as storytelling*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, red. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch, New York-London 2009, s. 206–208; D. Berkowitz, H. Nossek, *Myths and news narratives: Towards a comparative perspective of news*, „Ecquid Novi — Research section”, s. 41–56, [https://www.researchgate.net/profile/Bruce\\_Garrison/publication/239791021\\_The\\_Prague\\_Post%27s\\_readership\\_in\\_postcommunist\\_Czech\\_Republic/links/0deec533ed9a248673000000/The-Prague-Posts-readership-in-postcommunist-Czech-Republic.pdf#page=41](https://www.researchgate.net/profile/Bruce_Garrison/publication/239791021_The_Prague_Post%27s_readership_in_postcommunist_Czech_Republic/links/0deec533ed9a248673000000/The-Prague-Posts-readership-in-postcommunist-Czech-Republic.pdf#page=41) (dostęp: 7.05.2019).

i wybór sposobów prezentowania tematów i zjawisk przekładają się na znaczenie mediów dla powstawania opinii.

Przejawem ostentacyjnego subiektywizmu w twórczości dziennikarskiej jest *gonzo journalism* — oparte na faktach, lecz częściowo zbeletryzowane formy narracji, w których autor rezygnuje z postawy biernego obserwatora i wybiera rolę uczestnika. Porzucając tradycyjne zasady reportażu, nakazujące „odnosić” i „zdać relację”, reporter może wejść do czyjegoś domu, w którym dzieje się jakaś historia, usiąść na kanapie i włączyć się w nurt wydarzeń. W ten sposób legitymizuje własne interpretacje, ma prawo do osobistych dygresji, subiektywizmu w ocenach. Zwolennicy *gonzo* twierdzą, że dzięki łamaniu reguł takie dziennikarstwo jest bardziej autentyczne, dosłowne, a także umożliwia znalezienie właściwego sensu; z kolei dla dogmatyków skrajny subiektywizm reportażu *gonzo* jest nie do przyjęcia.

Elementy stylu są decydujące. Zamiast pogłębionego researchu i recytowania danych zdarzenia i problemy podporządkowane zostają *human touch*, dzięki któremu opowieść jest bardziej wciągająca. Kreatywność i nadsubiektywność tworzą emocjonalny związek z czytelnikiem — dziennikarstwo z „ludzkim dotykiem” to coś więcej niż pisanie o ludziach stojących za historią, to opowiadanie historii ludzi, próba zrozumienia ich natury. Do tego oryginalna ekspresja, sugestywne wyjaśnianie, misterne *panneau* złożone z zaskakujących szczegółów. Każdemu można przybliżyć jego świat, używając odpowiednio dobranych słów. Taki styl reprezentował zmarły w 2018 roku amerykański pisarz i dziennikarz Tom Wolfe — ikona nowego dziennikarstwa. Wolfe i inni zaczęli układać opowieści w zaskakujące mozaiki szczegółów, znacznie bardziej dokładne niż w tradycyjnych wiadomościach. „Próba kwasu w elektrycznej oranżadzie” (*The electric kool-aid acid test*) stała się kwintesencją nowego stylu<sup>11</sup>.

## Zintegrowana strategia komunikacyjna oparta na dziennikarstwie

Konwergencja, agregacja, interaktywność, globalna dystrybucja treści, a jednocześnie możliwość wyszukiwania treści lokalnych (glokalizacja) postawiły przed dziennikarstwem i — szerzej — komunikacją medialną całkowicie nowe wyzwania. Możliwość wielokierunkowej wymiany informacji, jej upowszechniania bez udziału skomplikowanego i kosztownego aparatu dystrybucji, jak w wypadku wydawnictw drukowanych, czy nadawania sygnału telewizyjnego i radiowego przewartościowały komunikację. Dzięki zastosowaniu identycznych kryteriów selekcji i podobnych stereotypów emocjonalnych przekazy stają się jednorodne. Strategicznym zadaniem jest zwrócenie uwagi, zaabsorbowanie odbiorcy, zdenerwowa-

<sup>11</sup> T. Wolfe, *Próba kwasu w elektrycznej oranżadzie*, przeł. T. Tłuczkiwicz, Warszawa 1995.

nie go, oburzenie, stymulowanie jego emocji i uczuć. Suche fakty nie wystarczą. Nowe media, obniżając jakość, przy jednoczesnym zwiększaniu szybkości przepływu wiadomości, tworzą luki intelektualne. Przyrost danych nie prowadzi do przyrostu wiedzy i zróżnicowania zawartości — przeciwnie, sprawia, że mamy do czynienia z „szumem informacyjnym”, w którym pojawiają się wiadomości ciekawe, ale nieistotne. Z kolei wszechobecny recykling prowadzi do utraty kontaktu z rzeczywistością, a w konsekwencji malejącej uwagi masowej publiczności. Z tych powodów praca dziennikarza nie kończy się w momencie, gdy tekst lub program zostaną wyemitowane. Odbiorca, komentując, wyrażając uznanie lub dezaprobatę, wymaga udziału autora w dyskusji. To jeden z najistotniejszych przejawów dialogiczności nowych mediów. Model dystrybucji informacji i opinii narzucony przez najpopularniejszą wyszukiwarkę i serwis społecznościowy, odrzucając hierarchiczność i kontrolę, umożliwił rozprzestrzenianie się faktów i fikcji tymi samymi kanałami. Uwalniane i spiętrzone w strumieniach i kaskadach, poddane wspólnemu tagowaniu i multiplikacji, zmieniają ekosystem mediów. Najbardziej widocznym dowodem wpływu największego serwisu społecznościowego na dziennikarstwo i tradycyjne media jest panika, z jaką wydawcy i nadawcy reagują na każdą zmianę algorytmu, grożącą zmniejszeniem odsłoniętych stron. Właśnie z tych powodów w ciągu ostatnich kilku lat wiele organizacji informacyjnych odsunęło się od dziennikarstwa zajmującego się sprawami publicznymi, nadzorującą i kontrolującą władzę, skupiając się na wiadomościach śmieciowych, ścigając się o odsłony i generowanie ruchu na stronach internetowych.

Nowe zasady konstrukcji i stylu obowiązują nie tylko autora, ale i edytora. Podporządkowanie warstwy faktograficznej stylowi i kompozycji narracji widoczne jest w dążeniu do osiągnięcia założonego poziomu liczby użytkowników. Rutynowy produkt nie koncentruje się na różnicowaniu źródeł, pierwszeństwie faktów przed opiniami, lecz zapisie subiektywnych wrażeń i emocji. Presja czasu i oszczędności na researchu powodują, że aksjomat obecności faktów przestaje być aktualny. Wyrazem dramatycznych zmian ról zawodowych dziennikarstwa są przypadki mistyfikacji rzeczywistości, do których dochodzi w najbardziej renomowanych mediach na świecie. Dziennikarska *mimesis*, wyznaczona przez dokładność i ścisłość, poszukiwanie funkcjonalnej prawdy, dziś funkcjonuje na obrzeżach dziennikarstwa, w reportażu śledczym, dokumentach interaktywnych, które nie mogą obyć się bez osobistego kontaktu z rozmówcą, wywoływania oryginalnych źródeł. Ucyfrowienie obiektów kultury, ich modularność, wariacyjność, zautomatyzowanie, zostało wykorzystane przez dziennikarstwo do istotnego ograniczenia nakładów pracy, przede wszystkim na etapie zbierania materiałów. *Research online* jest bardziej ekonomiczny, ale zabija jakość.

Baczny obserwator, mający możliwość zajrzenia za kulisy współczesnych newsroomów, zauważy ponadto, że niektóre fazy i czynności związane z produkcją wiadomości wymknęły się poza mury redakcji. Wykrywaniem zdarzeń, interpre-



towaniem ich jako znaczących, badaniem ich faktycznego charakteru, selekcjonowaniem i opracowywaniem zajmują się użytkownicy mediów społecznościowych, dziennikarze obywatelscy, blogerzy oraz rosnący sektor *public relations*. W redakcjach serwisów internetowych gromadzenie i udostępnianie wiadomości zostało zbiurokratyzowane i sprowadzone do rutynowych czynności związanych ze śledzeniem mediów społecznościowych oraz kanałów syntetyzujących i profilujących treści (RSS), a także monitorowaniem konkurencji. Strategie komunikacyjne mediów cyfrowych skupiają się na utrzymaniu strategicznych wektorów narracji, sugestywnego przekazu trafiającego w gusta ustalonego odbiorcy. Presja czasu sprawia, że dziennikarze nie wykrywają „własnych” tematów, nie budują pełnego obrazu zdarzeń, nie dostarczają dowodów na prawdziwość wypowiedzianych słów i przedstawianych obrazów, zaprzestają poszukiwań, gdy zbudują fragmentaryczną relację odpowiadającą przyjętemu scenariuszowi. Zubożony w ten sposób przekaz przestaje pełnić swoje funkcje.

Dzisiejsze *storytelling* podąża ku coraz bardziej zniuansowanym formom opisywania rzeczywistości. Niewykluczone jest „mijanie się z prawdą”, „oszczędne gospodarowanie” lub „wzbogacanie”, czasem „naginanie”, „upiększanie” i „ulepszanie”. W ten sposób dziennikarstwo dostarcza przesłanek przemawiających za określoną interpretacją, poszlak na prawdopodobieństwo zdarzeń, a informowanie przestaje być „podstawową funkcją sztuki faktu”<sup>12</sup>. Mimo obecności coraz większej ilości „faktów”, wobec braku bezpośrednich dowodów, otrzymujemy coraz mniej prawdy.

Maciej Kawka dostrzega, że nowe praktyki medialne przenikają nowe praktyki dyskursywne, dochodzi do kreowania przekazu w mediach pod względem jego kształtu, typologii i funkcjonalności form oraz transmisji wartości filozoficznych, etycznych oraz estetycznych<sup>13</sup>. Zamiast uporządkowanej wymiany informacji mamy do czynienia z jednokierunkowym przekazywaniem znaczeń i kontekstów semiotycznych. Odbiorca, mając lub nie mając świadomości, że jest źle poinformowany, reaguje emocjami — zaniepokojeniem, lękiem, obojętnością, negatywizmem, w skrajnych wypadkach histerią.

## Technologia zakłóca prawdę

Prowadzenie mediów informacyjnych przez większą część ubiegłego wieku wydawało się stosunkowo prostym biznesem. Ich zadanie polegało na koncentrowaniu uwagi odbiorców, udostępnianiu im aktualnych treści i oferowaniu zainteresowania szerokich audytoriów reklamodawcom. Dziś, gdy wydawcy i nadawcy przenieśli się

<sup>12</sup> K. Kąkolewski, *Wokół estetyki faktu*, [w:] *Genologia polska. Wybór tekstów*, wybór, oprac. i wstęp E. Miodońska-Brookes, A. Kulawik, M. Tatar, Warszawa 1983, s. 501.

<sup>13</sup> M. Kawka, *O badaniu języka dyskursu medialnego*, „Media i Społeczeństwo” 4, 2014.

do sieci, tracąc przy okazji tej migracji część odbiorców i partnerów, okazało się, że model reklamowy w biznesie online jest dużo bardziej skomplikowany. Reklamy w witrynach to nie to samo, co powierzchnia ogłoszeniowa w gazecie lub czas przeznaczony na reklamy w ramówce telewizyjnej. Dominacja Google'a (który jest również właścicielem YouTube'a) i Facebooka, przy których największe korporacje medialne wyglądają jak ubodzy krewni, budzi chęć powielenia modelu budowania przekazów na podstawie wiedzy o zainteresowaniach odbiorców.

Emilly Bell, badaczka mediów cyfrowych na Uniwersytecie Columbia, charakteryzując „sejsmiczny wpływ” mediów społecznościowych na dziennikarstwo, zauważa, że ekosystem informacyjny zmienił się w ciągu ostatnich pięciu lat być może bardziej niż w ciągu ostatnich pięciuset lat: „Media społecznościowe nie tylko połączyły dziennikarstwo, ale połączyły wszystko — kampanie polityczne, historie osobiste, przemysł rozrywkowy, handel detaliczny, a nawet rząd i bezpieczeństwo”<sup>14</sup>. Facebook i Twitter pochłonęły także środowisko informacji, generując nową przestrzeń, w której każdy może zdobyć własne fakty. Strumienie informacji w niewielkim stopniu są filtrowane przez agencje prasowe, politykę redakcyjną, preferencje właścicieli, menedżerów, wreszcie samych dziennikarzy. Hierarchiczny model przepływu informacji nie był pozbawiony wad, gdyż opierał się na stronniczości, jednak tę równoważył pluralizm medialny. W ten sposób utrwalano *status quo* oraz szacunek dla autorytetu i siły prasy. Teraz ludzie nie ufają temu, co jest przedstawiane jako fakt — szczególnie jeśli fakty są niewygodne lub nie odpowiadają naszym własnym poglądom. Dziś informacje rozprzestrzeniają się wskutek paniki, wybuchu złości, ale najczęściej z powodu tego, że dana osoba lub instytucja są zainteresowane nagłośnieniem. Bez względu na motywy fikcja i fakty rozprzestrzeniają się, bo zostały wybrane przez znajomych, przyjaciół, rodzinę, firmy i instytucje, które ktoś polubił, a teraz po przetworzeniu przez algorytm mają tylko jeden cel: zmaksymalizowanie czasu spędzanego na platformie. Konsekwencją sukcesu jest to, że wiele organizacji informacyjnych odsunęło się od dziennikarstwa podejmującego ważne tematy społeczne, a ich zainteresowanie kieruje się w stronę wiadomości śmieciowych, ciekawych, ale nieistotnych, generujących odsłony. Dzięki wykorzystywaniu potęgi wzorców narracyjnych mogą sprawić, że ich wiadomości, choć mało przejrzyste, będą bardziej ekscytujące i chwytliwe.

W coraz bardziej złożonej rzeczywistości odbiorca zmuszony jest samodzielnie uzupełniać tekst o nieobecne w nim fakty, dane i liczby. Równoległego korzysta więc z wielu mediów i ekranów (*multitasking*, *multiscreening*) oraz podejmuje próby symultanicznego odczytywania (odsłuchiwania) komunikatów. Przerzucanie na odbiorcę warstwy kontekstualnej przekazu wynika i z tego, że zmieniła się natura pracy dziennikarskiej. Zastępy media workerów, nie odchodząc od biurka,

<sup>14</sup> E. Bell, *Facebook is eating the world*, „Columbia Journalism Review”, [https://www.cjr.org/analysis/facebook\\_and\\_media.php](https://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php) (dostęp: 12.04.2019); jeśli nie podano inaczej, przeł. M.Ch.

tworzą treści cyfrowe, wyszukując, kopiując, agregując skrawki informacji. Dysponując ograniczoną, aposterioryczną i spekulatywną wiedzą, wychodzą poza kontury rzeczywistości, dostarczają, jak wykazano wcześniej, jej złudne wizje. Fragmentaryczność i odejście od modelu hierarchicznego porządku w kierunku modelu układu przestrzennego jest najbardziej charakterystycznym objawem utraty rzeczywistości, dowodem medialnej psychozy.

## Narracja zamiast odwróconej piramidy

Jednym z najważniejszych przejawów ewolucji mediów jest to, że ich przekazy stały się czymś problematycznym, trudnym w odbiorze, wywołującym obawy. U części odbiorców pojawia się lęk przed nadmiarem informacji, wynikający nie tyle z kumulacji i przesylenia, ile z obaw o możliwości ich analizy i nadążania za tempem ich przepływu. Pokolenie dorastające w środowisku Facebooka i blogosfery odczuwa jednak znacznie niższy poziom lęku przed informacjami, gdyż w odróżnieniu od swoich rodziców wykazuje mniejsze potrzeby ich śledzenia. Obserwując trendy w konsumpcji wiadomości w latach 1991–2012, ustalono, że zaledwie 29% pokolenia *millenialsów* (czyli osób w wieku 18–34 lat) „bardzo lubi śledzić wiadomości”, w porównaniu z 45% pokoleń *baby boomers* i *silent generation*<sup>15</sup>.

Zmieniają się również mechanizmy samej percepcji newsa. Podważona została zasada budowania informacji według struktury odwróconej piramidy. W 2016 roku trójka niemieckich badaczy postawiła hipotezę, że struktury narracyjne obecne we współczesnych mediach pomagają w przetwarzaniu informacji. Katharina Emde, Christoph Klimmt i Daniela M. Schlütz porównali narracyjny sposób przedstawiania informacji i tradycyjny model odwróconej piramidy<sup>16</sup>. O ile poziom zainteresowania przekazami informacyjnymi w zależności od wieku odbiorców nie jest zaskoczeniem, o tyle zdziwienie wywołuje zdecydowana przewaga stylu narracyjnego w przyciąganiu oraz utrzymywaniu uwagi i poziomie zrozumienia. Narracyjna struktura wiadomości prowadzi do lepszego przetwarzania treści niż tekst napisany w strukturze odwróconej piramidy. Co istotne, niezależnie od przynależności pokoleniowej wszyscy respondenci lepiej przyswajali i przetwarzali informacje zbudowane według reguł narracyjnych niż w strukturze odwróconej piramidy<sup>17</sup>. Zaskakujący wynik badania można tłumaczyć tym, że dziennikarstwo narracyjne aktywnie angażuje odbiorców, a to wymaga stosowania

<sup>15</sup> K. Emde, Ch. Klimmt, D.M. Schlütz, *Does storytelling help adolescents to process the news? A comparison of narrative news and the inverted pyramid*, „Journalism Studies” 17, 2015, nr 5, s. 610 n.

<sup>16</sup> *Ibidem*, s. 608.

<sup>17</sup> M. Kleemans, G. Schaap, M. Suijkerbuijk, *Youngsters hooked on news. The effects of narrative news on information processing and appreciation in different age groups*, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2017.1324316> (dostęp: 12.05.2019).

przez dziennikarzy środków zwiększających zrozumienie. W wypadku wydarzeń negatywnych, na przykład aktów kryminalnych, wyjaśnienie i interpretacja faktów wspierają przyswajanie wiadomości, czemu nie służy porządkowanie tekstu na podstawie kryteriów istotności i faktyczności. Udzielenie odpowiedzi na pytania: kto, co, gdzie, kiedy i dlaczego już w pierwszym akapicie może wywołać dysonans. Podczas przetwarzania informacji znaczna część wysiłku poznawczego jest bowiem poświęcona na przekazywanie informacji z istniejących mentalnych reprezentacji w pamięci semantycznej do pamięci roboczej, aby tworzyć skojarzenia z napływającymi danymi.

Model informacyjny obowiązujący ponad pół wieku w dziennikarstwie został podważony w jednym z wcześniejszych badań, gdy wykazano, że wiadomości opowiedziane w strukturze odwróconej piramidy stanowią zbyt duże obciążenie dla zasobów poznawczych, podczas gdy chronologiczne sekwencjonowanie wydarzeń pozostawia więcej dostępnych zasobów do konstruowania własnego modelu mentalnego. Konieczność sięgania do pamięci roboczej i „dotwarzania” brakujących fragmentów spowalnia odbiór. Ponadto struktura opowieści odmiennie wpływa na poznawcze przetwarzanie tekstu przez mężczyzn i kobiety<sup>18</sup>.

Wszystko to oznacza, że w rzeczywistości cyfrowej tekst zestawiający we wstępie najistotniejsze informacje utrudnia dekodowanie przekazu. Przedstawianie wydarzeń, wymagających zestawienia i analizy wielu przypadków, także zaistniałych w przeszłości, oraz powiązania szczegółów może zostać wprawdzie ułatwione dzięki hiperłączom, lecz to z kolei zakłóca linearność przekazu. Zakłócenie zazwyczaj zintegrowanych funkcji świadomości, pamięci, tożsamości i percepcji skutkuje dysocjacją. Negatywny efekt pogłębia niewystarczająca wiedza podstawowa użytkowników wiadomości, mocno wspierająca w procesach kognitywnych odpowiedzi na pytania: kto, gdzie i dlaczego.

Alina Kolańczyk, badająca intuicyjność procesów przetwarzania informacji, udowodniła, że ludzka uwaga funkcjonuje w dwóch trybach — tak zwanej uwagi intencjonalnej i ekstensjonalnej<sup>19</sup>. Pierwsza z nich obejmuje wąskie pole danych, dzięki czemu umożliwia głębokie i wielopoziomowe poznanie, a druga obejmuje także treści spoza zaktualizowanej tendencji kierunkowej, co w konsekwencji powoduje niezbyt głębokie poznanie. Odnosząc te spostrzeżenia do wzorca odwróconej piramidy (uwaga intencjonalna) i modelu narracji (uwaga ekstensjonalna), można przyjąć, że rzeczywistość cyfrowa — nasycona czynnikami przeszkadzającymi w skupieniu uwagi — wywołuje większą podatność na dystrakcję, a koncentracja odbiorców treści multimedialnych, na przykład wideo, jest słabsza niż chociażby czytelników gazet.

<sup>18</sup> M.K. Sternadori, K. Wise, *Men and women read news differently*, „Journal of Media Psychology” 22, 2010, nr 1, s. 15.

<sup>19</sup> A. Kolańczyk, *Intuicyjność procesów przetwarzania informacji*, Gdańsk 1991, s. 57–58.

## Podsumowanie

Polska literatura medioznawcza poświęca stosunkowo niewiele uwagi współczesnemu dziennikarstwu narracyjnemu w środowisku cyfrowym, choć nie pomija zagadnień kreacji przekazów, genologii i kwestii językowych. Nie odnosi się natomiast zupełnie do aspektów funkcjonalnych, takich jak sposób poszukiwania informacji, przesunięcie priorytetów w wyborze źródeł i metod konwersji, które determinują jakość przekazów. Ten aspekt jest również mało interesujący dla odbiorców zadowolających się daleko idącą stroniczością i nieufnością wobec informacyjnego *status quo*.

Nowy styl narracji unieważnia założenie, że obiektywizm w doborze źródeł i unikanie subiektywnych ocen są podstawową dziennikarską metodą kształtowania opinii odbiorców na tematy indywidualne i publiczne. Media społecznościowe zredefiniowały obiektywizm wedle własnych zasad, zgodnie z którymi każdy może mieć własne fakty i dysponować własną wersją prawdy. Co więcej, odbiorcy nie ufają temu, co jest przedstawiane jako fakt, zwłaszcza jeśli fakty, o których mowa, są niewygodne lub nie są zsynchronizowane z ich poglądami. Nie jest również akceptowana prawda ustalana hierarchicznie i przekazywana dotąd przez kontrolerów i dysponentów rynku informacyjnego, takich jak agencje informacyjne i media głównego nurtu. Dychotomia fakty–fikcja jest stopniowo zastępowana przez znacznie łagodniejszą z punktu widzenia komunikacyjnego opozycję *episteme–doksą*. Zmiana form narracyjnych ma też podłoże psychologiczne. Tradycyjna struktura odwróconej piramidy nie gwarantuje bowiem właściwych efektów kognitywnych, w związku z czym jest zastępowana przez nowe modele narracyjne.

W świetle powyższych rozważań rodzą się pytania o poziom rzetelności, jaki powinno reprezentować dziś dziennikarstwo. Czy jako system nie powinno przede wszystkim chronić odbiorców przed takimi sposobami prezentacji (narracji), które umożliwiają deformowanie obrazu rzeczywistości? Tekst ten, koncentrując się na najważniejszych przejawach ewolucji dziennikarskiej narracji, próbował odpowiedzieć również na te pytania.

## Bibliografia

- Bell E., *Facebook is eating the world*, „Columbia Journalism Review” 7.03.2016, [https://www.cjr.org/analysis/facebook\\_and\\_media.php](https://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php) (dostęp: 12.04.2019).
- Berkowitz D., Nossek H., *Myths and news narratives: Towards a comparative perspective of news*, „Ecquid Novi — Research section”, [https://www.researchgate.net/profile/Bruce\\_Garrison/publication/239791021\\_The\\_Prague\\_Post%27s\\_readership\\_in\\_postcommunist\\_Czech\\_Republic/links/0deec533eShim](https://www.researchgate.net/profile/Bruce_Garrison/publication/239791021_The_Prague_Post%27s_readership_in_postcommunist_Czech_Republic/links/0deec533eShim) (dostęp: 7.05.2019).
- Bird S.E., Dardenne R.W., *Rethinking news and myth as storytelling*, [w:] *The Handbook of Journalism Studies*, red. K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch, New York-London 2009.
- Emde Ch., Klimmt D., Schlütz M., *Does storytelling help adolescents to process the news? A comparison of narrative news and the inverted pyramid*, „Journalism Studies” 17, 2015 nr 5.

- Hartstock J., *Literary journalism as an epistemological moving object within a larger "quantum" narrative*, „Journal of Communication Inquiry” 10, 1999.
- Kąkolewski K., *Jak umierają nieśmiertelni. Baśnie udokumentowane*, Warszawa 1986.
- Kąkolewski K., *Wokół estetyki faktu*, [w:] *Genologia polska. Wybór tekstów*, wybór, oprac. i wstęp E. Miodońska-Brookes, A. Kulawik, M. Tatar, Warszawa 1983.
- Kawka M., *O badaniu języka dyskursu medialnego*, „Media i Społeczeństwo” 4, 2014.
- Klaus E., *Abschied von der Dichotomie*, [w:] *Paradoxien des Journalismus*, red. B. Pörksen, W. Loosen, A. Scholl, Wiesbaden 2008.
- Klaus E., Lünenborg M., *Journalismus: Fakten, die unterhalten — Fiktionen, die Wirklichkeiten schaffen*, [https://www.researchgate.net/publication/262255931\\_Journalismus\\_Fakten\\_die\\_unterhalten\\_-\\_Fiktionen\\_die\\_Wirklichkeiten\\_schaffen](https://www.researchgate.net/publication/262255931_Journalismus_Fakten_die_unterhalten_-_Fiktionen_die_Wirklichkeiten_schaffen) (dostęp: 12.05.2019).
- Kleemans M., Schaap G., Suijkerbuijk M., *Youngsters hooked on news. The effects of narrative news on information processing and appreciation in different age groups*, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2017.1324316> (dostęp: 12.05.2019).
- Kolańczyk A., *Intuicyjność procesów przetwarzania informacji*, Gdańsk 1991.
- Leszczyński A., *Polska szkoła zmyślania*, „Krytyka Polityczna” 31.05.2017, <https://krytykapolityczna.pl/kultura/czytaj-dalej/leszczynski-polska-szkola-zmyslania/> (dostęp: 12.02.2019).
- Lule J., *Daily News, Eternal Stories. The Mythological Role of Journalism*, New York 2001.
- Sternadori M.K., Wise K., *Men and women read news differently*, „Journal of Media Psychology” 22, 2010, nr 1.
- Taylor L., Willis A., *Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy*, przeł. M. Król, Kraków 2006.
- Weinberger D., *Everything Is Miscellaneous: The Power of the New Digital Disorder*, New York 2008.
- Wolfe T., *Próba kwasu w elektrycznej oranżadzie*, przeł. T. Tłuczkiwicz, Warszawa 1995.