

Marek Chyliński

DZIENNIKARSKA *AUTOPOIESIS*. SAMOOCENA I SAMOREGULACJA DZIENNIKARSKA W DISKURSYJNYM MEDIALNYM

Abstract

THE JOURNALISTIC *AUTOPOIESIS*. JOURNALISTIC SELF-REGULATION AND SELF-ESTEEM IN MEDIA DISCOURSE

This article examines journalism considered as a profession, an attitude towards the world, and a public and ethical duty requiring charisma and leadership. Through analyzing the media system the author concludes that the journalistic identity currently undergoes a crisis. This paper sketches out the assumptions on which a theory of self-definition, self-regulation and self-esteem in journalism is based, as well as the kind of insights it promises, and how it can be applied in journalism research and practice. The paper is an attempt to consider and compare the contemporary issues of professional identity based on the crisis of leadership in journalism and media.

SŁOWA KLUCZE: dziennikarstwo, autopoeza, dyskurs medialny, samoregulacja, samoocena

KEY WORDS: journalism, autoipoiesis, media discourse, self-regulation, self-esteem

Na początku 2015 roku – za sprawą publikacji tygodnika „Wprost” o przypadkach mobbingu i molestowania, do jakich dojsć miało w jednej z telewizyjnych redakcji – na dziennikarzach skupiła się powszechna uwaga. Nieoczekiwanie znaleźli się w centrum medialnej sceny. Jak w takich sytuacjach dziennikarze przedstawiają samych siebie? Czy obowiązują identyczne reguły, jak w przypadku innych tematów? Czy strażnicy, których zadaniem jest patrzeć innym na ręce, wywiązali się ze swoich obowiązków?

W artykule podjęto temat dziennikarzy i dziennikarstwa jako przedmiotu dyskursu medialnego. Zaprezentowane zostaną problemy dziennikarskiej tożsamości, wyznaczonej przez przynależność do grupy zawodowej. W szerszych, systemowych ramach, rozważane są mechanizmy funkcjonowania dziennikarstwa w kontekście

doktryny samoregulacji mediów oraz dezintegracji tradycyjnych wartości określanych jako misja, na którą składa się wiele wyidealizowanych przez samych dziennikarzy wartości, takich jak przekazywanie prawdy, niezależność, działanie na rzecz wspólnego dobra.

Wyliczając subiektywne przyczyny kryzysu, w jakim znalazło się dziennikarstwo i media w drugiej dekadzie XXI wieku, autor stawia tezę, że problemy z dziennikarską tożsamością narastają, zwłaszcza w sytuacjach kryzysowych, również takich, gdy same media lub dziennikarze pojawiają się na medialnej scenie. Dziennikarstwo, aby przetrwać i rozwijać się, musi stosować zasady właściwe każdemu systemowi autopoietycznemu. Konsekwencją jest przyjęcie paradygmatu, że jedyny sposób przezwyciężenia każdego kryzysu stanowi rozwijanie introspekcji, stosowanie samokontroli i otwartego rozliczania swoich działań oraz zaniechań. Aby dziennikarstwo nie zaprzepąściło szansy wolności i autonomii, jaką stworzyła transformacja ustrojowa w Polsce, musi na powrót przemówić pełnym głosem. Także we własnej sprawie.

Ambiwalencja czy impotencja?

Andrzej Skworz, redaktor naczelny „Press”, komentując wielotygodniowe milczenie mediów wobec ujawnionych przypadków nadużyć w TVN, zatytułował swój tekst *Baty, a nie nagrody*, zaś sam artykuł dotyczący środowiskowej bezradności w sytuacji krytycznej opatrzony został tytułem *Impotenci*¹. Branżowy miesięcznik zarzucił dziennikarzom brak reakcji i bezczynność, która – zdaniem redakcji – wynikała z fałszywie pojętej solidarności oraz obawy przed wojną z telewizyjnym kanałem, właśnie szykowanym do sprzedaży. Milczenie profesjonalistów natychmiast wykorzystali media społecznościowe i blogosfera, w których zawrzało od informacji, własnych śledztw, komentarzy i opinii, przy okazji których pojawiło się wiele przekłamań, nieścisłości, plotek i pomówień. Nie mogło być inaczej, skoro – jak wyliczył Instytut Monitorowania Mediów – na antenie TVN i TVN 24 temat pojawił się tylko raz, i to w audycji „Przegląd Prasy”². Taka postawa mediów i dziennikarzy dała asumpt do przypuszczeń, że na kryzys dziennikarskiej tożsamości nałożyły się w tym wypadku zagrożenia, jakie niesie **patronat biznesu**, a także do dywagacji, czy sprawa ta – w ewidentny sposób obnażająca słabości systemu mediów – ostatecznie nie pogrzebała wizerunku dziennikarstwa jako autonomicznego systemu, budowanego w Polsce przez ostatnie 25 lat. Podobne wątpliwości pojawiały się w innych krajach już wcześniej.

Wybitny amerykański dziennikarz i nauczyciel akademicki – założyciel jednej z pierwszych amerykańskich szkół dziennikarstwa na Uniwersytecie w Missouri –

¹ E. Rutkowska, *Impotenci*, „Press” 2015, nr 3, s. 27–29.

² <http://www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/47980,O-Kamilu-Durczoku-huczy-glownie-w-mediach-spoecznościowych-i-tabloidach> [odczyt: 12.04.2015].

Walter Williams stwierdził przed laty, że dziennikarze, aby móc rzetelnie reprezentować sprawy swoich odbiorców, muszą uniezależnić się od ogłoszeniodawców i finansowych interesów właścicieli gazet³. W przeciwnym razie nie mogą reprezentować interesu publicznego⁴. Ta ambiwalencja może być źródłem problemów z tożsamością oraz przywództwem i czasem wywoływać niemoc. Trudno nie zaakceptować faktu, że dziennikarstwo – jako część systemu medialnego – w swej masie funkcjonuje w ramach przedsiębiorstw nastawionych na zysk. Jednocześnie jego największą siłą było i jest: publiczne zaufanie do znajomości kodów komunikacyjnych, narracyjnych konwencji, norm społecznych, wzorów zachowania, wreszcie biegłość w posługiwaniu się środkami przekazu. Zależność tę lakonicznie ujął Niklas Luhmann, pisząc, że:

wszystko, co wiemy o społeczeństwie, a nawet o świecie, w którym żyjemy, wiemy dzięki pośrednictwu środków masowego przekazu [...] Z drugiej strony, wiemy tyle o środkach masowego przekazu, że nie możemy im ufać jako źródłom tej wiedzy⁵.

Ambiwalencję zawodu dziennikarskiego można więc tłumaczyć tym, że dziennikarze, jako aktorzy społeczni i uczestnicy procesu podejmowania oraz przekazywania decyzji politycznych i administracyjnych, często nie są w stanie wskazać, które z nich z moralnego punktu widzenia są właściwe. Korzystając z własnej wolności i autonomii, stają przed dylematami, na których rozstrzygnięcia nie są przygotowani, ani na podstawie własnych norm obyczajowych, ani norm grupowych, instytucjonalnych i społecznych, które w dodatku nie zawsze są w stanie wyznaczyć warunki sprzyjające realizowaniu dobra. Taka interpretacja uniemożliwia dziennikarstwu sprawowanie najważniejszej funkcji społecznej, jaką jest systematyczne i bezstronne dostarczanie tematów do publicznej debaty, z uwzględnieniem takich sfer, jak: polityka, gospodarka, sport, kultura. Wynika to stąd, że treść norm i zobowiązań wymaganych od dziennikarzy nie tworzy zwartego logicznie zespołu wytycznych, właściwego wyłącznie wykonywanemu przez dziennikarzy zawodowi.

W jednej ze swoich klasycznych prac, *Socjologii mediów*, Jeremy Tunstall podkreślał, że akceptacja społeczna jest jednym z warunków wstępnych statusu profesjonalnego dziennikarstwa. Dziś autor ten wskazuje, że takiej akceptacji dziennikarstwo nie posiada⁶.

Nie można mieć wątpliwości, że wskutek zmian związanych w pojawieniem się globalnych sieci komunikowania i kultury uczestnictwa naruszone zostały zasady, na podstawie których dziennikarze ubiegali się o uzyskanie wyjątkowego statusu profesji. W przypadku dziennikarstwa zasadą tą było działanie w interesie publicznym przez dostarczanie obywatelom rzetelnych, obiektywnych informacji, dziś jednak ta funkcja mediów nie jest już tak eksponowana. Amerykańska autorka Barbie Zelizer,

³ A.M. Carr-Saunders, P.A. Wilson, *The Professions*, Oxford 1993, s. 266.

⁴ R.T. Farrar, *A Creed for My Profession: Walter Williams, Journalist to the World*, Columbia, Mo., 1998, s. 203–204.

⁵ N. Luhmann, *Die Realität der Massenmedien*, Wiesbaden 2004, s. 9.

⁶ J. Tunstall, *Media Sociology: A Reader*, London 1974; tenże, *Newspaper Power. Journalism at Work*, London 1996, s. 69.

podkreślająca w swoich pracach uniwersalność dziennikarstwa – również w kategoriach zawodowej ideologii – zauważa, że w obliczu wielu zmian o charakterze społeczno-ekonomicznym, jak i technologicznym, pojawia się niepokojące pytanie, czy zawód dziennikarza jest jeszcze społeczeństwu potrzebny i czym lub jak, gdy odpowiedź będzie negatywna, można go zastąpić?⁷

W 2011 i 2013 roku ukazały się dwie ważne dla omawianej tematyki prace medioznawcze. W pierwszej z nich, zatytułowanej *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*⁸, Bogusława Dobek-Ostrowska zastanawia się nad kierunkiem ewolucji rodzimych mediów. Książka Tadeusza Kononiuka poświęcona jest z kolei profesjonalizacji w dziennikarstwie⁹. Oboje autorzy analizują czynniki składające się na profesjonalizm i kulturę dziennikarską, a więc autonomię zawodową, normy profesji oraz służbę publiczną. Unikając rozstrzygnięć i zdecydowanych sądów na temat poziomu profesjonalizmu polskich dziennikarzy, Dobek-Ostrowska wskazuje kilka kryteriów pomocnych w określaniu poziomu profesjonalizmu dziennikarskiego. Są to: brak lub niski poziom ingerencji dziennikarzy w procesy polityczne, krytyczny stosunek do władzy, nastawienie na realizację interesu obywateli, obiektywizm i oparcie na faktach, kierowanie się uniwersalnymi wartościami oraz idealizm w doborze środków do osiągnięcia celów. Warto podkreślić, że kilka lat wcześniej Stanisław Mocek przeprowadził serię badań polskiej elity dziennikarskiej („Dziennikarze po komunizmie”), które stały się jedną z pierwszych udanych prób określenia zawodowej i społecznej roli dziennikarzy w warunkach przemian demokratycznych w Polsce.

W Stanach Zjednoczonych¹⁰, Wielkiej Brytani¹¹ i Niemczech badania nad dziennikarstwem od dziesięcioleci prowadzone są systematycznie przez ośrodki akademickie oraz instytuty badawcze. Studia te mają na celu nie tylko analizowanie zagadnień warsztatowych (*research*, selekcja informacji, *agenda setting*), ale służą również diagnozowaniu kondycji zawodowej całego środowiska. W Niemczech najbardziej przekrojowe analizy pod nazwą Dziennikarstwo w Niemczech (*Journalismus in Deutschland*) prowadzi od początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku Uniwersytet w Hamburgu, a ich wyniki są szeroko komentowane w prasie, radiu i telewizji. Za odpowiednik takich badań można uznać szeroko zakrojony projekt naukowy nad *Zmianą w dziennikarstwie w latach 2011–2014*, dotyczący kultury dziennikarskiej w Rosji, Polsce i Szwecji. Jednym z zaskakujących rezultatów tych badań było ujawnienie paradoksu, że dziennikarstwo należy w Polsce do zawodów wyjąt-

⁷ B. Zelizer, *Taking Journalism Seriously. News and the Academy*, Thousand Oaks 2004, s. 4–6.

⁸ B. Dobek-Ostrowska, *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011

⁹ T. Kononiuk, *Profesjonalizacja w dziennikarstwie: między modernizmem a ponowoczesnością*, Warszawa 2013.

¹⁰ Waszyngtoński Pew Research Center regularnie publikuje raporty. Journalism Project The State of the News Media 2014 to jedenasty raport roczny, przedstawiający stan amerykańskiego dziennikarstwa. Zob. <http://www.journalism.org/packages/state-of-the-news-media-2014/> [odczyt: 12.04.2015].

¹¹ Zob. B. McNair, *News and Journalism in the UK*, London 2009.

kowo elitarnych. Na 10 tysięcy mieszkańców przypada w kraju jedynie 3 dziennikarzy, podczas gdy w Rumunii jest ich 18, w Wielkiej Brytanii 11, a w Estonii 9. Z kolei z badań dotyczących odpowiedzialności i przejrzystości mediów – MediaAcT – wynika, że liczba dziennikarzy w Polsce szybko spada: z 12 tysięcy w 2011 do około 10 tysięcy w 2012 roku¹². Badacze podkreślają, że trwa *exodus* z zawodu dziennikarskiego, a jednocześnie do newsroomów pukają legiony absolwentów uczelni dziennikarskich. Narasta presja ekonomiczna na dziennikarzy. 62% respondentów biorących udział w badaniach uznało, że w ciągu ostatnich 5–10 lat jakość dziennikarstwa w Polsce zmalała, dominuje niska etyka zawodowa, rośnie tempo pracy oraz wpływ reklamodawców i wpływ polityczny (znów ambiwalencja!, przyp. M.C.). To wszystko powinno zastanawiać, niepokoić, prowokować do dyskusji. Tymczasem dziennikarze nie zajmują dziś stanowiska nie tylko wobec nakazów deontologicznych. Podczas gdy rekrutujące się z różnych środowisk grupy gorliwców nadal próbują bronić zasad, większość dziennikarzy milczy, pozostaje całkowicie obojętna na zawodowe problemy. Zabieranie głosu w sprawach dotyczących wykonywania zawodu, piętnowanie nadużyć, wytykanie uchybień kolegom – nie zdarza się zbyt często. Milczenie w sprawach dla środowiska fundamentalnych, takich jak sympatie polityczne, stroniczość, mieszanie ról rzeczników prasowych i piarowców, udział w reklamie, organizowanie prowokacji i wykorzystywanie ukrytej kamery, mimo że zdarzają się często, nie wywołują należytych reakcji zainteresowanych. Opinii publicznej nie są znane reguły zawodowej aksjologii dziennikarzy, zasady wypełniania przez nich funkcji publicznej.

Problemy te obecne były już w pracach Maxa Webera, do których nawiązuje Stanisław Mocek, dokonując rozróżnienia między powołaniem a racją wynikającą z wykonywania zawodu. Autor ten przedstawia klasyfikację zawodowej aksjologii dziennikarzy budowaną na podstawie etyki przekonań i etyki odpowiedzialności¹³. W opartej na emocjach etyce przekonań przyjmuje się, że stosowane środki będą odpowiadały zasadom i wewnętrznemu przekonaniu o ich słuszności, bez oceny skutków i konsekwencji takich działań. W takiej sytuacji dobre intencje mogą nawet przynieść złe rezultaty, a dziennikarz nie przyjmie odpowiedzialności za skutki swych działań, pozostawiając je na przykład istocie wyższej. Z kolei etyka odpowiedzialności przyjmuje, że najważniejsze jest poczucie odpowiedzialności za swoje działanie i jego skutki, a więc podporządkowuje wybierane środki zakładanemu celowi, czyli skuteczności działania. Żadnej z tych postaw, przyjmowanych także przez dziennikarzy, nie można wprost zastosować do wymogów etyki normatywnej, gdyż zazwyczaj mają one charakter sytuacyjny. Odnosząc te uwagi do dziennikarskiego profesjonalizmu, stwierdzić należy za Tadeuszem Kononiukiem, że profesjonalista to nie tylko człowiek, który ma odpowiednią i niezbędną wiedzę, lecz prze-

¹² Zob. też S. Michalczyk, *Dziennikarstwo i media jako instytucje. Teoretyczna analiza problemu* [w:] S. Michalczyk, D. Krawczyk (red.), *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki*, Gliwice–Katowice, s. 24.

¹³ S. Mocek, *Współczesna rola odpowiedzialnego dziennikarstwa* [w:] J. Kucharczyk (red.), *Kto pilnuje strażników? Odpowiedzialne dziennikarstwo w demokratycznej Polsce*, Warszawa 2011, s. 20.

de wszystkim praktyk, osoba dobrze wykonująca swoją pracę, przestrzegająca zasad etyki zawodowej i świadoma własnej wartości¹⁴. Co istotne, status profesjonalizmu był ustalany przez samych dziennikarzy w ramach zawodowej autonomii, a nie narzucany przez rynek lub właścicieli gazety albo stacji. Wydaje się, że ewolucja takiego pojmowania dziennikarskiego etosu doprowadziła do ostatecznej zmiany modelu dziennikarstwa ukształtowanego w XX wieku. Cieszący się powszechnym autorytetem profesjonalista, dostarczający czytelnikowi wiadomości sprawdzonych rzetelnych i obiektywnych¹⁵, ustępuje miejsca pracownikowi mediów, dla którego profesjonalna ideologia nie ma rozstrzygającego znaczenia w wykonywaniu zadań.

Dziennikarska autopoeza

Media i dziennikarstwo są najistotniejszą częścią systemu masowego komunikowania, środkiem przekazywania decyzji polityczno-administracyjnych, rezonansem i barometrem nastrojów społecznych dla kręgów politycznych. W Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Niemczech tematyka mediów i dziennikarstwa oraz samo dziennikarstwo zajmujące się mediami (*Media journalism, Medienjournalismus*) traktowane są jako najważniejszy przejaw budowania zawodowej tożsamości i systemu samokontroli, dowód na działanie systemu odpowiedzialności mediów. Jednocześnie publikacje dotyczące mediów i dziennikarstwa traktowane są jako zobowiązanie wynikające z misji i publicznego charakteru środków masowego przekazu. Zajmując się własnym środowiskiem, pisząc o sobie, dziennikarze dają wyraz własnej odpowiedzialności wobec odbiorców, uzasadniają własne roszczenia do pełnienia specjalnej roli w społeczeństwie, wynikające z zawodowej ideologii, tłumacząc polityczną emancypację, ujmowaną w kategoriach misji. Otwartość i uczciwość w prowadzeniu środowiskowego samoopisu prócz tego, że mają charakter utylitarny, mogą jednocześnie pomagać w identyfikowaniu dobra publicznego. Wszak dziennikarstwo wciąż postrzegane jest jako forma publicznego działania, której istotę stanowi duchowy wpływ na społeczeństwo.

Dziennikarska tożsamość jest rodzajem *autoopisu, próbą określenia tego, co i jak* dziennikarze sądzą o sobie i jak chcieliby być postrzegani przez otoczenie. W nurcie takiego samoopisu dziennikarze chętnie kreują swoją pracę i obowiązki w kategoriach zawodu zaufania publicznego, a więc przedstawicieli grupy posiadającej własną etyką zawodową, cieszących się wiarygodnością i poczuciem odpowiedzialności, a także służebnością wykonywanych zadań i działaniem w interesie ogólnym. Tymczasem wobec wskazanych wcześniej trudności z tożsamością, a więc spójnym *samoopisem*, nie dziwią niekończące się spory o to, czym jest dziennikarstwo, czy nadal podstawowym obowiązkiem dziennikarza jest prawda, czy obiektywizm nie stał

¹⁴ T. Kononiuk, *Profesjonalizacja w dziennikarstwie. Między nowoczesnością i ponowoczesnością*, Warszawa 2013, s. 27–28.

¹⁵ H.M. Kepplinger, I. Vohl, *Professionalisierung der Journalismus? Theoretische Probleme und Empirische Befunde*, „Rundfunk und Fernsehen” 1976, nr 24, s. 304–343.

się pustym słowem, a niezależność pozostała wyłącznie w sferze deklaratywnej? Czy tożsamość dziennikarska bardziej determinowana jest przez to, w jakim medium się pracuje, zamiast tego, w imię jakich wartości się działa?

Zawsze gdy pojawia się niepokój o możliwość porzucenia norm i wartości, jakie wiążą się z wykonywaniem funkcji, gdy w grę wchodzi obawy o bezwarunkową skłonność do poszukiwania prawdy, o możliwość porzucenia bezstronności na rzecz lojalności wobec własnego środowiska czy partykularnych interesów szeroko rozumianych nadawców, musi ujawniać się autopoeza. Doktryna społecznej odpowiedzialności mediów i dziennikarstwa jako instytucji społecznych zwięźle ujęta została przed laty w raporcie amerykańskiej Komisji do spraw Wolności Prasy (Komisji Hutchinsa). Według zawartej w tym dokumencie koncepcji w określonych okolicznościach rząd każdego państwa posiada prawo do kontroli mediów. Te zaś muszą mieć na uwadze, że modyfikując rzeczywistość i działania społeczne, powinny chronić swoją niezależność przed presją ze strony biznesu i świata polityki, jak również poddać się samoregulacji, czyli stworzyć, przyjąć oraz przestrzegać kodeksów etycznych i profesjonalnych.

Podobna idea zawarta jest w *Rezolucji 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej*. Rezolucja stanowi, że media muszą „zobowiązać się do wypracowania norm etycznych gwarantujących wolność wypowiedzi oraz zagwarantować respektowanie prawa obywateli do otrzymywania prawdziwych i uczciwych opinii i informacji”¹⁶. Oznacza to, jak zauważył Walery Pisarek, że „na straży moralności polskiej prasy stoi przede wszystkim zdolność ludzi prasy [...] do oceny własnego postępowania jako zgodnego lub niezgodnego z przyjętymi normami etycznymi”¹⁷. Dylemat wyboru pomiędzy zachowaniem słusznym a niesłusznym z punktu widzenia jednostki i grupy, a więc również pomiędzy etyką indywidualną a etyką organizacji jest kluczem do zrozumienia złożonej natury zjawiska, jaką jest środowiskowa samoregulacja. Jeśli odrzucimy postulat wzmacniania nadzoru i kontroli ze strony wymiaru sprawiedliwości wobec mediów, najbardziej odpowiednim narzędziem może być postulowany przez J.-C. Bertranda system społecznej odpowiedzialności mediów (*Media Accountability System*)¹⁸. Przyjęcie bezpośredniej i dobrowolnej odpowiedzialności za jakość i skutki publikacji rzadko jednak jest aktem spontanicznym, lecz odbywa się zazwyczaj w toku społecznych negocjacji. W takim rozumieniu dziennikarstwo jest systemem autopoeitycznym, co oznacza samoorganizację, reagowanie na bodźce płynące z otoczenia, dostosowywanie własnej struktury do zmian politycznych, ekonomicznych i kulturowych. Do zasad *autopoiesis*, a więc samowytwarzania i samoodtworzenia się różnych przejawów życia, wyłącznie za pomocą samoistnych elementów, dostosowują się struktury biologiczne, ale także systemy i podsystemy społeczne. Według tych re-

¹⁶ *Rezolucja 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1994, nr 3–4, s. 155–160.

¹⁷ W. Pisarek, *Kodeksy etyki dziennikarskiej* [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2004, s. 423.

¹⁸ C.-J. Bertrand, *Media Ethics and Accountability Systems*, New Brunswick, NJ, 2002, s. 6–8.

guł struktury spontanicznie reprodukują się, rekonstruują same siebie, w reakcji na bodźce zmieniającego się środowiska¹⁹.

Koncepcję zastosowania *autopoiesis* w odniesieniu do instytucji/systemu/środowiska społecznego zaproponował Niklas Luhmann, twierdząc, że u podstaw systemu społecznego tkwi komunikacja. Wymiana informacji, synteza konkretnych wypowiedzi, ich zrozumienie nie mogłyby zostać odzwierciedlone przy użyciu języka, gdyby nie wcześniejsza wiedza i konkretne zdarzenia komunikacyjne²⁰. Teoria Luhmanna wkrótce zostaje przyjęta jako paradygmat instytucjonalnej teorii dziennikarstwa, co znajduje odzwierciedlenie także w polskiej literaturze przedmiotu²¹.

W takim ujęciu obserwację i kontrolę własnych postaw oraz reakcji w stosunku do otoczenia należy rozumieć jako właściwe działanie całego układu, którego jednym z najważniejszych elementów staje się system odpowiedzialności mediów oraz rozwiązania deontologiczne, przyjmowane dobrowolnie przez samych dziennikarzy. Można oczywiście wyrazić wątpliwość, czy skoro erozji dziennikarstwa i obniżaniu jakości oferty medialnej, również w realiach polskich, nie zapobiegł żaden z obowiązujących kodeksów etycznych, środowisko dziennikarskie jest zdolne do skutecznego egzekwowania własnych norm profesji i zasad odpowiedzialności. Wszak po roku 1989 środowiska dziennikarzy, nadawców i wydawców przyjęły cały szereg norm samoregulacyjnych²², z Kartą Etyki Mediów na czele, co nie zapobiegło katastrofalnym porażkom. Dziennikarstwo, które samo stara się być postrzegane jako system wczesnego ostrzegania, nie zawsze potrafi ostrzegać samo siebie. Zdaniem piszącego te słowa wynika to wyłącznie z niedostatków systemowej samoreferencyjności. Ludzie mediów potrzebują możliwie wszechstronnego systemu wspomagającego, który nie tylko będzie przydatny w sytuacjach konfliktowych, lecz także będzie im skutecznie zapobiegał. W dojrzałych demokracjach system odpowiedzialności mediów wspomagają takie instytucje, jak wspomniane wcześniej rady prasowe oraz rzecznicy praw odbiorców. W Stanach Zjednoczonych w renomowanych redakcjach funkcjonują opłacani z budżetu wydawców redakcyjni ombudsmeni, dbający o interesy czytelników. Zazwyczaj są to najbardziej doświadczeni i cieszący się powszechnym autorytetem dziennikarze, których głos zarówno jako rzeczników odbiorców, jak i przedstawicieli zawodu jest uznawany i szanowany. W realiach polskich ani wydawcy i nadawcy, ani dziennikarze, ani otoczenie mediów nie widzą potrzeby takich rozwiązań. Trudno się dziwić narastającym obawom, że dziennikarstwo przestaje być „obrazem rzeczywistości”, niezawodnym elementem komunika-

¹⁹ Zob. M. Zeleny, *Autopoiesis: A Paradigm Lost?* [w:] M. Zeleny (red.), *Autopoiesis, Dissipative Structures and Spontaneous Social Orders*, Boulder 1980.

²⁰ N. Luhmann, *The Autopoiesis of Social Systems* [w:] F. Geyer, J. van der Zouwen (red.), *Sociocybernetic Paradoxes: Observation, Control and Evolution of Self-Steering System*, London 1986, s. 172–175. Tenże, *Die Realität der Massenmedien*, Wiesbaden 2009, s. 129.

²¹ S. Michalczyk, *Dziennikarstwo i media, jako instytucje. Teoretyczna analiza problemu* [w:] S. Michalczyk, D. Krawczyk (red.), *Media a środowisko społeczne...*, s. 11–26.

²² Szerzej na ten temat zob. M. Chyliński, *Problem kryptoreklamy i treści public relations w deontologii dziennikarskiej* [w:] I. Hofman, D. Kępa-Figura (red), *Współczesne media. Kryzys w mediach*, t. 1, Lublin 2012, s. 91–109.

cji, a paradygmat obiektywizmu i neutralności przez nich samych nie jest traktowany serio. Niewielu ma świadomość, że są członkami dwóch wspólnot jednocześnie – profesjonalnej i środowiskowej. Całkiem nieliczni potrafią się odnaleźć między młotem zawodowej deontologii i norm profesjonalnych a kowadłem lojalności wobec własnego środowiska. Zdarza się, że ideologia jednej wspólnoty przeczy ideologii drugiej.

Pasja i szewska pasja

W badaniu opinii na temat kondycji środowiska dziennikarskiego przeprowadzonych jesienią 2010 roku dziennikarze najczęściej wskazywali, że podstawowym problemem w wykonywaniu zawodu dziennikarskiego staje się napływ przypadkowych ludzi oraz spadek jakości łączący się z presją czasu i popytem na sensację²³. Nie da się jednak zatrzymać zmian związanych z demokratyzacją przekazu, rozprzestrzeniania się blogosfery, serwisów i portali społecznościowych jako nowego, czasem alternatywnego środowiska wymiany myśli. Zmiany, które zauważają sami dziennikarze, sprawiły, że dramatycznie przybyło „ekspertów”, którzy ze swadą zaczęli dyskutować o dziennikarstwie i mediach. Profesjoniści znaleźli się w defensywie. Nie potrafiąc wykorzystać moralnej siły, jaką daje „donos we własnej sprawie”, z którego mógłby wynikać rzeczowy dialog i próba środowiskowej diagnozy własnej kondycji, dziennikarze poprzestali na sarkastycznych połajankach, sprowadzające poziom debaty na dno.

Mariusz Max Kolonko mówi w wywiadzie o dziennikarzach jako o „dupkach bez wykształcenia, bez warsztatu, za to z rozdętym ego”. A w rozmowie z portalem onet.pl wyjawia:

Jadę do Polski i oglądam ciągiem wszystkie dzienniki telewizyjne w kraju. Jest albo sama polityka, albo totalne pierdoły. W newsowych stand-upach jakiś gówniarz z mikrofonem w ręku i miną wszechwiedzącego wieszca mówi mi, jak mam żyć. Przełączam na telewizję śniadaniową i widzę relację z lodowego igloo z prowadzącą Królową Śnieżką z nogami związanymi w supeł, której jedynym celem jest, by dobrze wypaść. Otwieram gazety i widzę „publicystów” skaczących sobie do gardeł o byle co.

Jerzy Jachowicz, oceniając media i dziennikarzy, posługuje się opinią eksperta sejmowej komisji badającej przyczyny katastrofy prezydenckiego tupolewa.

To było naprawdę mocne uderzenie. Myślę o opinii prof. Chrisa Cieszewskiego o polskich mediach, zaś praktycznie o nas – o polskich dziennikarzach. Czy to prawdziwa ocena? Czy rzeczywiście jest z nami aż tak fatalnie? Wiele wskazuje na to, że opinia prof. Cieszewskiego, choć surowa, choć bolesna, oddaje rzeczywisty stan polskich mediów. Najcięższy zarzut –

²³ *Zawód ambiwalentny. Czy dziennikarska pasja wygrywa z szewską pasją i dlaczego komercjalizacja jest przyczyną spadku prestiżu zawodu?*, Badanie opinii dziennikarzy na temat kondycji środowiska dziennikarskiego, Instytut Monitorowania Mediów, Warszawa, listopad 2010.

media kłamią [...] Od słynnej afery Rywina na początku naszego wieku, media zaczął toczyć rak fałszu i zakłamania. Jak w dawnych czasach, prym zaczęła wieść telewizja publiczna. Wkrótce dołączyły do niej dwie największe w kraju telewizje prywatne. Królową fałszu została stacja Mariusza Waltera, TVN, nieukrywająca swoich sympatii politycznych. Co może bardziej istotne – antypatii, stanowiącej motor napędowy kłamstw serwowanych przez dziennikarzy tam pracujących. Oprócz tego obrazkowego grona, rolę fałszerzy i kłamców w coraz większym stopniu opanowały gazety i dziś nie ustępują pod tym względem telewizji [...] Drugi, moim zdaniem, równie ważny zarzut postawiony polskim mediom przez prof. Cieszewskiego, to ich nieetyczność. Objawia się ona na wielu polach. O jednym z nich mówiliśmy – kłamstwo, manipulacja, rzucanie fałszywych oskarżeń. Innym przejawem nieetycznego postępowania dziennikarzy jest szkalowanie innych ludzi. Wyznających inne poglądy polityczne, odmiennych pod względem światopoglądowym, religijnym. [...] Niestety, i te wskazane przez prof. Cieszewskiego przywary etyczne są widoczne w naszych mediach.

I konkluzja Jachowicza:

Powinniśmy być wdzięczni prof. Cieszewskiemu, że te kilka rzeczy powiedział nam wszystkim prosto w oczy. Bo to nie kryzys materialny prowadzi do śmierci polskiego dziennikarstwa, lecz grzechy wytknięte nam przez człowieka, mającego te przewagę nad nami, że ma możliwość porównania polskich mediów z wieloma innymi na świecie²⁴.

W szyderyczy i mało konstruktywny ton wpisuje się wypowiedź Stefana Bratkowskiego, honorowego przewodniczącego SDP, który pisze:

Zabieram głos, by razem z podobnie myślącymi wyrazić podziw obecnemu polskiemu dziennikarstwu. Osiągnęło niedostępną poprzednim pokoleniom potęgę. Zamieniwszy się w klasę polityczną, z pełną świadomością i satysfakcją objęło rządy nad atmosferą w kraju, i nie tylko nad atmosferą. Zawsze mając rację, decyduje o wszystkim, o ministrach i nastrojach, o przeszłości i przyszłości. Robi to z niegasnącą młodością – mimo 40–50 lat życia ma ciągle wszystkiego lat kilkanaście, szczęśliwy wiek, kiedy w radosnym zadowoleniu ze swej niedorolności za nic się nie odpowiada, a już najmniej za państwo²⁵.

Zadziwiającym sposobem na prowadzenie środowiskowej dysputy są listy otwarte, na przykład ten, jaki dziennikarze tygodnika „W Sieci” skierowali do „kolegów dziennikarzy”, w którym apelują o „zaprzestanie kampanii skierowanej przeciwko Kościołowi w Polsce”.

Pojedyncze przypadki przestępstw seksualnych, które mogły zdarzyć się w Kościele, godne jednoznacznego potępienia i przez Kościół także wielokrotnie potępione, powinny zostać wyjaśnione i surowo ukarane. W naszej ocenie nie upoważniają one jednak do „polowania na czarownice”, gdyż w społeczeństwie upowszechniło się tendencyjne i nieprawdziwe skojarzenie, że każdy ksiądz to pedofil.

²⁴ J. Jachowicz, *Bolesne uwagi profesora Cieszewskiego*, portal SDP 26.10.2013, <http://sdp.pl/felietony/8736,bolesne-uwagi-profesora-cieszewskiego-felieton-jerzego-jachowicza> [odczyt: 12.04.2014].

²⁵ S. Bratkowski, *Tak dobrze będzie, że nie do wytrzymania*, „Gazeta Wyborcza”, 25–26.05.2013.

Powyższe przykłady świadczą o tym, że dziennikarska samoocena przypomina śledztwo lub donos w cudzej, a nie własnej sprawie, co jest istotą wszelkiej samoregulacji.

Wyrazem środowiskowej degrengolady są coroczne spory o nagrody i laury dziennikarskie. Tutaj jak w soczewce skupiają się podziały, a niezmiennym kryterium oceny pozostaje, że „dobre jest to, co robię ja i moi koledzy”, a złe to, co robią inni. Antynagroda Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich „Hiena Roku”, jest właśnie przejawem tej dalece niedoskonałej samokontroli środowiska. Dziennikarskie gwiazdy, które brylują od lat w mediach elektronicznych, zdają się w ogóle nie zauważać problemu. „Obiektywizm?” „Proszę mi pokazać obiektywne media!” „Udział w reklamie?” „Nie chodzi o pieniądze, to część czegoś większego”. „Krypotoreklama?” „Chyba nie rozumiecie obecnej rewolucji w mediach”.

Widoczny aż nadto wyraźnie w tych postawach kryzys tożsamości dziennikarstwa rodzi realne problemy. Tożsamość jest bowiem niezbędna do normalnego funkcjonowania zarówno wspólnoty, jak i jednostki. Rozchwiana tożsamość służy grupom interesu, przedstawicielom władzy, biznesu, lobbystom. Każdy człowiek mający problem z określeniem własnej tożsamości staje się podatny na manipulację. W tej sytuacji łatwo lansować argument, że tradycyjne funkcje dziennikarstwa, związane z funkcjonowaniem mechanizmów demokracji, ewoluują w kierunku niezgodnym z interesem społeczeństwa obywatelskiego. Łatwo stawiać pytanie, czy dziennikarze w ogóle w jakikolwiek sposób reprezentują jeszcze interesy obywateli i czy związki ze światem polityki, biznesem (właściciele mediów, narodowe i międzynarodowe konglomeraty medialne, reklama jako fundament ekonomicznej pozycji mediów), nie kolidują czy wręcz wykluczają niektóre funkcje dziennikarstwa? Wreszcie, czy o ostatecznym upadku etosu nie świadczy fakt, że dziennikarstwo i dziennikarze, próbując ratować swój wizerunkowy kryzys, korzystają z innych typów komunikowania, takich jak *Public Relations*?

Sześć przyczyn kryzysu „dyskursywnej oczyszczalni”

Przemiany, jakim uległo dziennikarstwo na przełomie XX i XXI wieku prowokują wśród badaczy i znawców mediów wiele pytań, w tym najważniejsze, czy klasyczny, rozwijany w minionym stuleciu model dziennikarstwa stał się w takim stopniu archaiczny, że pora na nowy projekt? Nieuniknione stało się w tej sytuacji przypomnienie tezy Jürgena Habermasa o utracie społecznego znaczenia dziennikarstwa i destrukcji dyskursu w sferze publicznej, spowodowanych rozwojem przemysłu wydawniczego w celu manipulacji odbiorcą, zdobycia wpływów i władzy²⁶. Rozwijając swoją koncepcję mediów w sferze publicznej, Habermas przypisał im zadanie budowania przeciwwagi dla władzy państwowej i wszelkiej administracji, a dziennikarstwu pierwszorzędną rolę selekcyjną („filtrującą”) tematy do spo-

²⁶ J. Habermas, *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, Warszawa 2007, s. 345.

łącznej dyskusji, „dyskursywnej oczyszczalni” (*Diskursive Kläranlage*), jak je określił w wybitnym eseju sprzed kilku lat zatytułowanym *Czy demokracja ma wymiar epistemiczny?*²⁷

W kontekście kontrowersyjnych uwag Habermasa o rolach dziennikarstwa w sferze publicznej, należy zadać pytanie, dlaczego znalazło się ono w stanie atrofii lub używając określenia Marka Deuze²⁸ – „instytucją zombie”, utrudniającą lub wręcz stało się – uniemożliwiającą odgrywanie tradycyjnych ról i realizację zadań? W opinii autora tego przedłożenia dziennikarstwo objawiło swoją słabość wyrażającą się w następujących zjawiskach:

1. Osłabieniu tradycyjnej funkcji kontroli władzy, kryzysu własnej ideologii i spadku zainteresowania polityką oraz sprawami publicznym. Początki tego trendu zaobserwowano w Stanach Zjednoczonych na początku lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku, a więc w czasie kadencji prezydenckiej Ronald Reagana. Wraz z postępującą trywializacją przekazów część mediów w USA zwolniono z obowiązków publicznych, a najbardziej wpływowe redakcje dość brutalnie próbowano podporządkować interesom waszyngtońskiej administracji²⁹. W latach dziewięćdziesiątych polityczne elity zaczęły natomiast dystansować się od mediów. W 2003 roku przedstawiciele administracji republikańskiego prezydenta George’a W. Busha oświadczyli, że media nie pełnią już tradycyjnej funkcji *checks and balances* i utraciły status pełnoprawnego podmiotu debaty politycznej, ani nie są częścią niezależnej sfery publicznej, lecz częścią kompleksu militarno-rozrywkowego³⁰.
2. Przeniesieniu do sfery dziennikarstwa i mediów myślenia kategoriami liberalizmu gospodarczego i rynkowego, objawiających się nową kulturą wskaźników udziału w rynku, przychodów z reklamy, oglądalności, poczytności.
3. Deprofesjonalizacji. Katastrofalne porażki związane z wizerunkiem i wiarygodnością renomowanych redakcji amerykańskich, takich jak: „The New York Times”, „The Washington Post”, CBS, a w Polsce, „Gazety Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Newsweeka” czy po wielokroć tygodnika „Wprost”, upokarzające świat mediów i dziennikarstwa doświadczenia związane z brytyjskim tabloidem „News of the World”, obnażyły strukturalny kryzys dziennikarstwa, którego jednym z aspektów jest upadek kultury poszukiwania i pozyskiwania materiałów przez dziennikarzy. Deprofesjonalizację symbolizuje w skali światowej postać amerykańskiego reportera Stephena Randalla Glassa, który pod koniec lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia, pracując dla prestiżowego magazynu „The New Republic” dopuścił się fałszerstw na skalę niespotykaną w amerykańskich mediach.

²⁷ J. Habermas, *Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie* [w:] tenże, *Ach Europa*, Frankfurt am Main 2008, s. 138 i n.

²⁸ M. Deuze, *Liquid and Zombie Journalism Studies*, „Newsletter of the ICA Journalism Studies Interest Group” 2006, nr 2–3, s. 2.

²⁹ M. Hertsgaard, *On Bended Knee: The Press and the Reagan Presidency*, New York 1988.

³⁰ Zob. m.in. N. Salomon, *The Military–Industrial–Media Complex, Why War is Covered from the Warriors’ Perspective*, „FAIR – Fairness and Accuracy in Reporting”, July–August 2005.

4. Tabloidyzacji. Spłylenie debaty publicznej doprowadziło do spłylenia mediów i dziennikarstwa, w konsekwencji – absolutyzacji wszelkich systemowych słabości.
5. Atomizacji i defragmentacji kultury zawodowej dziennikarzy, upadku tradycyjnych wartości etycznych, a co za tym idzie – utraty zdolności do samo-kontroli. Właśnie o tym wycinku medialnej rzeczywistości traktuje niniejszy tekst.
6. Pogłębiającej się nierównowagi pomiędzy dziennikarstwem a *public relations*³¹.

Dziennikarstwo, które tradycyjnie zachowywało niezależność od innych typów komunikowania, takich jak reklama i *public relations*, w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, wskutek strukturalnego kryzysu m.in. drukowanej prasy, lecz także własnych słabości, zaczęło ustępować innym typom przekazu. Erozja tradycyjnych wartości uwidoczniła się w chwili, gdy sami dziennikarze pozostający w dużo bardziej uprzywilejowanej pozycji, jeśli chodzi o dostęp do narzędzi masowego komunikowania, zaczęli sięgać po narzędzia prawne³² oraz PR, porzucając możliwości komunikacyjne typowe dla własnego zawodu. Powiększa to dramatycznie i tak rosnącą nierównowagę pomiędzy dziennikarstwem a innymi typami komunikowania.

Wobec przytoczonego powyżej, subiektywnego katalogu przyczyn kryzysu dziennikarstwa, którego źródeł należy się doszukiwać w zakłóceniach mechanizmu *autopoiesis*, a więc samoopisu, samooceny i samoregulacji systemu dziennikarstwa, reagowanie na krytykę powinno być jednym z najpoważniejszych wyzwań, z jakimi muszą zmierzyć się ludzie mediów. Nerwowe reakcje obronne, w których najczęstszym argumentem jest tłumienie wolności słowa, również za pomocą środków prawnych, wynika z braku przygotowania do podważania kompetencji ludzi mediów, nastawienia na przekazywanie, a nie interaktywność zakładającą czynne odbieranie informacji, również tych dotyczących ich samych. Zjawiska te potęgują zakłócenia w działaniu mechanizmów samoopisu środowiska. Zamiast bezustannego podtrzymywania dyskusji na tematy fundamentalne, jak ten, czy media powinny być niezależnym sprawozdawcą wydarzeń, czy też ich rolą powinno być wywieranie wpływu na rzeczywistość, punkt ciężkości przesuwają się na konfrontację ideową. Ścieranie się dwóch koncepcji uprawiania dziennikarstwa: idealistycznej, akademickiej, której podstawą jest przekonanie, że dziennikarz może być wyłącznie bezstronnym obserwatorem, z wizją dziennikarstwa misyjnego, światopoglądowego, to dziś kolejny ważny problem środowiska. Następny – to manipulacja treścią i odbiorcą, w czym dziennikarze i media odwzorowują zachowania polityczne.

W książce zatytułowanej *The Death and Life of American Journalism*³³ (Śmierć i życie amerykańskiego dziennikarstwa) John Nichols i Robert W. McChesney spie-

³¹ Szerzej na ten temat M. Chyliński, *Dziennikarstwo i public relations w ekonomice. Zainteresowania masowej publiczności*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2011, R. LIV, nr 3–4.

³² Chodzi m.in. o pozwy, jakie redaktor naczelny „Gazety Wyborczej” Adam Michnik wytoczył Jarosławowi Markowi Rymkiewiczowi i Rafałowi Ziemkiewiczowi. Ten ostatni zarzucił redaktorowi naczelnemu „Gazety Wyborczej” „terroryzowanie pozwami”.

³³ J. Nichols, R. W. McChesney, *The Death and Life of American Journalism*, Philadelphia 2010.

rają się o to, jak znaleźć rozwiązania dla kryzysu toczącego współczesne dziennikarstwo. Dochodzą do wniosku, że najlepszym sposobem jest poszukiwanie odniesień w bogatej historii prasy i mediów. Zdaniem obu autorów, już Thomas Jefferson i James Madison – przedstawiciele pierwszej generacji amerykańskiej kultury medialnej – nie mieli złudzeń, że „rynek” stanie się wystarczającym bodźcem do zbudowania wolnej i uczciwej prasy. Autorzy amerykańskiej konstytucji postulowali więc wspieranie prasy ze środków publicznych, gdyż miała to być, ich zdaniem, najlepsza droga do wzmacniania i rozwoju amerykańskiej demokracji.

Analizując dzisiejszy kryzys amerykańskich mediów i dziennikarstwa wspomniani autorzy, podobnie jak wielu innych badaczy i publicystów, przywołują prace Waltera Lippmanna. Ten wnikliwy obserwator amerykańskiego systemu politycznego i medialnego wykazywał rosnący sceptycyzm wobec roli dziennikarstwa i środków przekazu w kształtowaniu demokracji, zaś dziś jego poglądy ponownie są podejmowane na poparcie twierdzeń o erozji mediów i dziennikarstwa. Lippmann w swoich znanych esejach pt. *Public Opinion* i *The Phantom Public* skoncentrował się na opinii publicznej, kształtowanej i manipulowanej przez współczesne media³⁴. Twórca definicji stereotypów jako „obrazów w naszych głowach” napisał swoje najwybitniejsze prace w momencie równie dramatycznym dla amerykańskiej prasy, jak dzisiejszy globalny kryzys mediów³⁵. Gorzki ton Lippmanna brzmi znajomo, zwłaszcza wtedy gdy krytykuje tych, którym praca dziennikarzy „zdaje się mylić z pracą kanzodziejów, głosicieli odnowy, proroków i agitatorów”:

Nie ma znaczenia, że dziennikarskiej informacji nie można przedstawić w formie matematycznego wzoru. W rzeczywistości bowiem każda wiadomość jest złożona i niejednoznaczna, dlatego przy jej tworzeniu wymaga się posiadania najwyższych naukowych cnót³⁶.

Wiara w nieskażoną siłę i potęgę mediów zdaje się dziś poważnie zachwiana, i to zarówno w dojrzałych demokracjach, jak brytyjska i amerykańska, jak i państwach, które stosunkowo niedawno dołączyły do świata zachodnich wartości.

Andrew Boyd próbuje rozstrzygnąć dylemat ideologicznego uwikłania i obiektywizmu: „Dziennikarstwo zaangażowane (*campaigning/committed journalism*) z konieczności jest tendencyjne, kiedy jednak tendencyjność ma na celu dobro ludzkości, wtedy jest uzasadniona”³⁷. Podziały środowiska dziennikarskiego w Polsce, o których będzie mowa w dalszej części artykułu, podjęcie się przez jego konserwatywno-narodową część roli organizatora i lidera opinii, zdają się wskazywać słuszność myśli Boyda. Pod jednym wszak warunkiem – samoregulacji samego systemu dziennikarskiego, wewnętrznej krytyki dotyczącej roli dziennikarstwa i mediów w życiu publicznym. Pisząc o sobie, dziennikarze dają wyraz umiejętności korzystania

³⁴ W. Lippmann, *Public Opinion*, Mineola, NY 2004, W. Lippmann, *The Phantom Public*, Transaction Publisher, New Brunswick, NJ 2009.

³⁵ Przedmowa Roberta W. Chesneya do W. Lippmann, *Liberty and the News*, „A test of the News”, Mineola, NY 2010, s. XI.

³⁶ W. Lippmann, *Liberty and the News...*, s. 29.

³⁷ A. Boyd, *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych*, Kraków 2006, s. 281.

z własnych praw, ze swojej obecności, ze swojej roli i wpływu na politykę. Ich głos służy jako piorunochron lub system prewencyjny dla mediów, zwłaszcza gdy dziennikarstwo przechodzi kryzys tożsamości, wiarygodności i zaufania.

Decydują o tym trzy przesłanki:

- W państwach liberalno-demokratycznych, w których wolne media wywierają decydujący wpływ na decyzje dotyczące wyborów politycznych, obywatele muszą dokładnie wiedzieć, jakie mechanizmy rządzą funkcjonowaniem prasy, przygotowywaniem i selekcją informacji, polityką redakcyjną. Dzięki temu mogą lepiej wykorzystać media w procesie pozyskiwania informacji i zbierania opinii. Samokontrola i samoreferencyjność są niezbędne.
- Funkcja kontroli i równowagi (*check and balances*), jaką w demokracji pełnią media, wymaga, aby również władza ustawodawcza, wykonawcza i sędziowska miały dostateczną wiedzę na temat działania mediów. Dziennikarstwo traktujące o mediach pełni w tym wypadku funkcję nadzorczą i kontrolną wobec czwartej władzy. *De facto* pełni więc rolę „piątej władzy”, podobną do tych, które sprawują rady prasowe czy ombudsmeni reprezentujący interesy odbiorców.
- Zapewniając transparentność i stymulując publiczną debatę na tematy standardów profesjonalnych i etycznych w mediach oraz dziennikarstwie, dziennikarstwo medialne przyczynia się do poprawy jakości przekazu. Relacje między mediami a społeczeństwem podlegają nieustannym zmianom. Przemiany społeczne i polityczne (indywidualizm, konsumpcjonizm, rozpad więzi społecznych, globalizacja, osłabienie roli polityków, partii politycznych, organów przedstawicielskich) decydują o miejscu oraz roli instytucji informacyjnych i opiniotwórczych.

W kontekście przedstawionych powyżej założeń pewne jest, że skomplikowane procesy towarzyszące zmianom w komunikowaniu społecznym oraz mediach wymagają refleksji i analizy nie tylko medioznawców, lecz także samych dziennikarzy. Mimo że nieuchronne trudności ze spójnym samoopisem są stanem typowym dla środowisk podlegających bezustannym zmianom, a do takich należy dziennikarstwo, to jednak nie może usprawiedliwiać milczenia we własnej sprawie. Nie tylko odbiorcy treści medialnych, ale też ci, których media krytykują i piętnują, w tym politycy oraz negatywni bohaterowie ich publikacji, mają prawo oczekiwać uczciwego rozliczenia własnych stanowisk, w tym porażek i pomyłek ze strony dziennikarzy.

Opinia wybitnego niemieckiego prasoznawcy Emila Dovifata, który pisał o mediach jako o „środku masowego przywództwa”³⁸, nie jest w stanie obronić się wobec narastających zjawisk kryzysu przywództwa obejmującego wszystkie dziedziny współczesnego świata. Stwierdzenie, że media i dziennikarstwo, „prowadzą”, „przewodzą” czy „socjalizują” i „wychowują” obywateli staje się nieaktualne. Nadmiar obowiązków związanych z techniczną i organizacyjną stroną pracy dziennikarskiej, zatrudnianie tańszych, ale mniej doświadczonych adeptów, wskazywane są w międzynarodowych badaniach dziennikarstwa jako przyczyny upadku etosu zawodowego i kultury dziennikarskiej.

³⁸ E. Dovifat, *Die publizistische Persönlichkeit*, Berlin–New York 1990, s. 121.

„Wyłącznie o własnych sukcesach, tylko o porażkach konkurencji”

W czasach globalnych zmian i zagrożeń społeczeństwo oraz jego media zmieniają się w zawrotnym tempie. Zmiany te inicjowane są zazwyczaj przez innowacje i skokowe postępy w technologii, w tym środkach komunikacyjnych, ale mają również swoje źródło i podłoże socjologiczne, politologiczne, psychologiczne i ekonomiczne. W tych warunkach szybkim przekształceniom ulegają tradycyjne funkcje dziennikarstwa. Presja czasu, narastająca w warunkach strukturalnego kryzysu tradycyjnych mediów konkurencja to tylko niektóre czynniki sprawiające, że funkcja socjalizacyjna dziennikarstwa ulega atrofii. Jednocześnie coraz większy obszar w komunikacji społecznej przejmują nowe środowiska wymiany myśli – blogosfera, dziennikarstwo spontaniczne, obywatelskie (*grassroots journalism, citizen journalism*)³⁹.

Zdaniem niemieckich badaczy mediów, Susanne Fengler i Stephana Russ-Mohla, paradoks polega jednak na tym, że pomimo rosnącego znaczenia instytucji i organizacji medialnych, „sprzedających” dziennikarstwo jako produkt, część z nich nadal nie dostrzega obowiązków komunikacyjnych wynikających wprost z profilu działalności i uważa, iż uczestnicząc w publicznym obiegu informacji i opinii, nie muszą zajmować się same sobą, poruszać tematyki obecności dziennikarstwa w życiu społecznym, jego warsztatu, etyki, a także stosowania prawa⁴⁰. To kolejny ważny przyczynek do kryzysu tożsamości mediów i dziennikarstwa. Menedżerowie mediów nie do końca wierzą bowiem w to, że mogą komunikować się ze swoimi odbiorcami wykorzystując przede wszystkim dziennikarstwo, własne zespoły i redakcje, własnych autorów, a niekoniecznie nastawiając się na reklamę, promocję i *public relations* do budowania swojej pozycji, wzmacniania reputacji oraz podnoszenia własnych notowań. Ten brak zaufania to również sygnał, że ekosystem mediów nie jest gotowy na pełne otwarcie na własne problemy, ich publiczną wiwisekcję. Poważnym problemem staje się rzetelne i uczciwe informowanie oraz komentowanie spraw związanych z autonomią redakcyjną, zasadami pozyskiwania reklam przez wydawcę, przypadków wywierania presji na redakcję, a także sytuacji ekonomicznej własnego przedsiębiorstwa – wydawnictwa, stacji radiowej lub nadawcy telewizyjnego. Reguła „wyłącznie o własnych sukcesach, tylko o porażkach konkurencji” zdaje się obowiązywać w rodzimych domach mediowych, w których reguły gry dyktują specjaliści *public relations*, a głos redakcji bywa ignorowany. Szefowie mediów zapominają, że są uczestnikami gry rynkowej, często o strukturze właścicielskiej opartej na akcjonariacie i w tych warunkach rzetelna informacja nie powinna pojawiać się wyłącznie w raporcie rocznym czy komunikatach dla akcjonariuszy. O tym, że dziennikarską niezależność, i to na własnych łamach, można i należy wywalczyć w interesie

³⁹ Zob. M. Chyliński, *Citizen Journalism – a New Phenomenon in the New Media* [w:] M. Chyliński (red.), *Citizen Journalism – the Future of News or a Grand Utopian Movement*, Opole 2013, s. 11–12.

⁴⁰ S. Fengler, S. Russ-Mohl, *Medienjournalismus als Herausforderung für Medienunternehmen* [w:] S. Egli von Matt, C. Elia, S. Russ-Mohl (red.), *Media Journalism in the Attention Cycle. Problems, Perspective, Visions*, Lugano–Milano 2006, s. 9.

odbiorców, przekonuje przykład redakcji „The Wall Street Journal”. W sierpniu 2007 roku News Corporation, globalna grupa medialna należąca do Ruperta Murdocha zawarła porozumienie z grupą Dow Jones, właścicielem prestiżowej marki dziennika „The Wall Street Journal”. W zamieszczonym tuż po tej transakcji na stronach „WSJ” komentarzu redakcyjnym, w którym wydawca L. Gordon Crovitz zwrócił się bezpośrednio do czytelników, pisząc, że dotychczasowi właściciele większości akcji, rodzina Bancroft oraz News Corporation, uzgodnili, że redakcja zachowa pełną niezależność w kwestiach informacyjnych i komentatorskich dziennika⁴¹. W tym samym czasie dziennikarze „WSJ” ujawnili na własnych łamach, że Rupert Murdoch w przeszłości łamał podobne obietnice złożone wobec zespołów redakcyjnych innych swoich tytułów w Wielkiej Brytanii, przestrzegając nowego właściciela przed podobnymi praktykami w Stanach Zjednoczonych⁴². Rozwijające się we współczesnym społeczeństwie obywatelskim spontaniczne tendencje do monitorowania, opiniowania i krytykowania zjawisk rozgrywających się w przestrzeni publicznej, ostatecznie złamały ponadstuletni monopol prasy i dziennikarzy na rynku informacji oraz idei. Zjawiska te bywają definiowane jako powstanie i działanie „piątej władzy”, nowe źródło informacji, a także forum dla obywatelskiego zaangażowania⁴³.

W bezustannie rozszerzającej się przestrzeni informacyjnej regułą staje się, że o ważnym wydarzeniu dowiadujemy się nie z relacji zawodowych komunikatorów i gatekeeperów, lecz od dziennikarzy amatorów, co Dan Gillmor, autor książki: *We The Media*, opatrzył pointą: „Moi czytelnicy wiedzą więcej niż ja...” (*My readers know more than I do*)⁴⁴. Rezultatem gwałtownego przyspieszenia technologicznego w sferze komunikacji była reorientacja potrzeb społecznych. Okazało się, że do spełniania części z nich wcale nie jest potrzebne pośrednictwo mediów i dziennikarzy, co dodatkowo podważyło i tak nadwątlone tradycyjne pozycje, na których opierał się dziennikarski etos. Doszło do swoistego konfliktu interesów, gdyż po pierwsze odbiorcy przekształcili się w użytkowników, a po drugie, tworzona przez nich zawartość stała się rzeczywistą konkurencją dla tradycyjnych mediów. Można stwierdzić, że wpływ Internetu na tradycyjne instytucje medialne jest silniejszy niż to, co Kellner i Poster mogli przewidzieć 10 lat temu⁴⁵.

Deprofesjonalizacja i kryzys dziennikarskiej jakości utrudniają prowadzenie publicznej debaty na odpowiednim poziomie, natomiast czynnikiem, który w sposób istotny może wspomagać skłonność dziennikarstwa do podnoszenia jakości,

⁴¹ L. Gordon Crovitz, *A Report to Our Readers*, „The Wall Street Journal”, August 1, 2007, s. A14.

⁴² S. Stecklow, A.O. Patrick, M. Peers, A. Higgins, *WSJ, Calling the shots: In Murdoch's career; a hand in the news; his aggressive style can blur boundaries; „Buck stops with me”*, „Wall Street Journal”, June 5, 2007.

⁴³ C.G. Christians, T.L. Glasser, D. McQuail i in., *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic*, Urbana–Chicago 2009, s. 240–241.

⁴⁴ D. Gillmor, *We the Media. Grassroots Journalism by the People For the People*, Sebastopol, CA, 2006.

⁴⁵ M. Lister, J. Dover, S. Giddings, I. Grant, K. Kelly, *Nowe media. Wprowadzenie*, Kraków 2009, s. 332.

a przede wszystkim przyjęcia odpowiedzialności, jest autonomia zawodowa, oznaczająca zdolność do samodzielnego działania, ale także limitowania własnych działań zgodnie z określonym i jednolitym systemem wartości. Wskazane powyżej problemy mogą i muszą stać się przedmiotem debaty, publicznej deliberacji inicjowanej przez samych zainteresowanych. Kontrola społeczna i kontrola mediów nie tylko nad aktywnością rządzących, lecz także nad aktywnością samych mediów, nie może być pozorem lub fikcją. Odpowiedzialność za to ponosi w pierwszej kolejności medialny establishment, ale głos muszą zabrać także dziennikarze mediów regionalnych i lokalnych. Nie można mieć jednak wątpliwości, że w demokracji media wciąż mają jeszcze do spełnienia rolę przewodnika lub sternika, który nadaje ton, tempo, rytm publicznej debacie. Medialny zgiełk, do którego doprowadziło pojawienie się *Infotainmentu*, *Softnewsów*, *Factoidów* jest do pokonania, pod warunkiem podjęcia rzeczowej dyskusji przez same media i dziennikarzy. Do tego wzywa ten artykuł.

Bibliografia

- Bertrand C.-J., *Media Ethics and Accountability Systems*, New Brunswick, NJ 2002.
- Bratkowski S., *Tak dobrze będzie, że nie do wytrzymania*, „Gazeta Wyborcza”, 25–26.05.2013.
- Carr-Saunders A.M., Wilson P.A., *The Professions*, Oxford 1993.
- Chyliński M., *Citizen Journalism – a New Phenomenon in the New Media* [w:] M. Chyliński (red.), *Citizen Journalism – the Future of News or Grand Utopian Movement*, Opole 2013.
- Chyliński M., *Problem kryptoreklamy i treści public relations w deontologii dziennikarskiej* [w:] I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media. Kryzys w mediach*, t. 1, Lublin 2012.
- Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D. i in., *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic*, Urbana–Chicago 2009.
- Deuze M., *Liquid and Zombie Journalism Studies*, „Newsletter of the ICA Journalism Studies Interest Group” 2006, nr 2–3.
- Dobek-Ostrowska B., *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011.
- Dovifat E., *Die publizistische Persönlichkeit*, Berlin–New York 1990.
- Farrar R.T., *A Creed for My Profession: Walter Williams, Journalist to the World*, Columbia, Mo., 1998.
- Fengler S., Russ-Mohl S., *Medienjournalismus als Herausforderung für Medienunternehmen* [w:] S. Egli von Matt, C. Elia, S. Russ-Mohl (red.), *Media Journalism in the Attention Cycle. Problems, Perspective, Visions*, Lugano–Milano 2006.
- Gillmor D., *We the Media. Grassroots Journalism by the People For the People*, Sebastopol, CA, 2006.
- Gordon Crovitz L., *A Report to Our Readers*, „The Wall Street Journal”, August 1, 2007, s. A14.
- Habermas J., *Hat die Demokratie noch eine Epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie* [w:] tenże, *Ach Europa*, Frankfurt am Main 2008.
- Habermas J., *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, Warszawa 2007.
- Hertsgaard, *On Bended Knee: The Press and the Reagan Presidency*, New York 1988.
- Kononiuk T., *Profesjonalizacja w dziennikarstwie: między modernizmem a ponowoczesności*, Warszawa 2013.
- Lippmann W., *Liberty and the News*, „A test of the News”, Mineola, NY, 2010.
- Lippman W., *Public Opinion*, New York 2004.
- Lippman W., *The Phantom Public*, Transaction Publisher, New Brunswick, NJ, 2009.
- Luhmann N., *Die Realität der Massenmedien*, Wiesbaden 2004.

- McNair B., *News and Journalism in the UK*, London 2009.
- Michalczyk S., *Dziennikarstwo i media jako instytucje. Teoretyczna analiza problemu* [w:] S. Michalczyk, D. Krawczyk (red.), *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki*, Gliwice–Katowice.
- Mocek S., *Współczesna rola odpowiedzialnego dziennikarstwa* [w:] J. Kucharczyk (red.), *Kto pilnuje strażników? Odpowiedzialne dziennikarstwo w demokratycznej Polsce*, Warszawa 2011.
- Nichols J., McChesney R. W., *The Death and life of American Journalism*, Philadelphia 2010.
- Pisarek W., *Kodeksy etyki dziennikarskiej* [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2004, s. 423.
- Rezolucja 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1994, nr 3–4, s. 155–160.
- Rutkowska E., *Impotenci*, „Press” 2015, nr 3.
- Salomon N., *The Military–Industrial–Media Complex, Why War is Covered from the Warriors’ Perspective*, „FAIR – Fairness and Accurancy in Reporting”, July–August 2005.
- Stecklow S., Patrick A.O., Peers M., Higgins A., *WSJ, Calling the Shots: In Murdoch’s Career, a Hand in the News; His Aggressive Style Can Blur Boundaries; ,Buck Stops with Me’*, „Wall Street Journal”, June 5, 2007.
- Tunstall J., *Media Sociology: A Reader*, London 1974.
- Tunstall J., *Newspaper Power. Journalism at Work*, London 1996.
- Zawód ambiwalentny. Badanie opinii dziennikarzy na temat kondycji środowiska dziennikarskiego*, Instytut Monitorowania Mediów, Warszawa, listopad 2010.
- Zeleny M., *Autopoiesis: A Paradigm Lost?* [w:] M. Zeleny (red.), *Autopoiesis, Dissipative Structures and Spontaneous Social Orders*, Boulder 1980.
- Zelizer B., *Taking Journalism Seriously. News and the Academy*, Thousand Oaks 2004.