

Dominika Popielec  orcid.org/0000-0002-9583-0861

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

„SOCIAL MEDIA MUCKRAKING” NA PRZYKŁADZIE FILMU DOKUMENTALNEGO *TYLKO NIE MÓW NIKOMU* – CHARAKTERYSTYKA I KIERUNKI ODDZIAŁYWANIA

Abstract

“SOCIAL MEDIA MUCKRAKING” ON THE EXAMPLE OF THE DOCUMENTARY
FILM *DON'T TELL ANYONE* – CHARACTERISTICS AND DIRECTIONS OF
IMPACT

In this paper the author has analyzed the phenomenon of investigative journalism in social media on the example of Tomasz Sekielski, which was defined by the author's term “social media muckraking”. Muckraking, which dates back to the so-called “golden age of journalism” in the United States is one of the most ennobling terms for investigative journalism. The proposed term is the result of observing the increasingly popular practice of using social media in the work of an investigative reporter also in the context of increasing publicity of the pedophile theme among priests, which was presented in the documentary film *Do Not Tell Anyone*. Therefore, social media content analysis and case study were used. As a result of the analysis, it was found that the activity of Tomasz Sekielski reflects the nature of the concept of “social media muckraking” which is one of the possibilities of practicing investigative journalism in the era of new technologies.

Keywords: “social media muckraking”, new media, investigation, pathology, public opinion

Wprowadzenie – media społecznościowe i dziennikarstwo śledcze w sieci powiązań

Media społecznościowe (*social media*)¹ zrewolucjonizowały współczesną komunikację na wielu płaszczyznach. Za decydujące należy uznać zjawisko konwergencji mediów i mediamorfozy, które przyczyniły się między innymi do sieciowej aktywności społeczeństwa. W praktyce okazało się, że tego rodzaju media mają szerokie zastosowanie: począwszy od nawiązywania kontaktów i dzielenia się różnymi informacjami, przez kształtowanie się wirtualnej agory gromadzącej mnogość poglądów, a skończywszy na działaniach marketingowych². To powoduje, że w jednym miejscu spotykają się: obywatele, celebryci, artyści, politycy, dziennikarze, instytucje oraz firmy.

Różnorodność podmiotów w mediach społecznościowych determinuje – według Mirosławy Wawrzak-Chodaczek – następujące funkcje: informacyjne, kontrolne, poznawcze, rozrywkowe i towarzyskie³. Badaczka podkreśliła, że portal społecznościowy umożliwia dzielenie się różnorodną zawartością oraz reakcje w postaci komentarzy, „lajków”, udostępnień. To sprawia, że media społecznościowe obok mediów tradycyjnych (prasa, radio, telewizja) odgrywają dziś istotną rolę w kształtowaniu opinii społecznej i dyskursu publicznego. Obecność dziennikarzy w coraz popularniejszych social mediach była podyktowana pragmatyzmem oraz zmieniającym się charakterem praktyk medialnych wyrażonym na przykład niższymi nakładami tytułów prasowych na skutek bezpłatnych treści online⁴. Warto przy tym zauważyć, że ludzie mediów (wydawcy, właściciele, dziennikarze) nie pozostali obojętni na elementy kształtujące pejzaż medialny. Jeden z nich dotyczył stanu dziennikarstwa śledczego uprawianego w Polsce dopiero po 1989 roku⁵, które niewątpliwie determinowało sferę publiczną w kontekście polityki, gospodarki czy społeczeństwa na wzór efektów dociekań reporterskich Boba Woodwarda i Carla Bernsteina – rezygnacji prezydenta Richarda Nixona na skutek ujawnionej afery Watergate na łamach „The Washington Post”. W redakcjach pojawiły się działy śledcze, które w wyniku wielotygodniowych dociekań ujawniały patologie, na przykład korupcję, nepotyzm, kumoterstwo, zachowanie niezgodne z obowiązującymi normami zasad współżycia społecznego. U progę XXI wieku dziennikarstwo

¹ Z uwagi na poruszaną w pracy tematykę ten termin będzie używany zamiennie. W kontekście samego dziennikarstwa śledczego praktykowanego w tychże mediach przyjęto sformułowane pojęcie „social media muckraking”.

² M. Bartosik-Purgat, *Media społecznościowe na rynku międzynarodowym. Perspektywa indywidualnych użytkowników*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2016, s. 7.

³ M. Wawrzak-Chodaczek, *Komunikacja interpersonalna i masowa – wybrane teorie i praktyki*, Wydawnictwo Impuls, Kraków 2017, s. 289.

⁴ J. Poleszczuk, I. Anuszevska, *Diagnoza społecznych zachowań czytelnicych w obrębie prasy drukowanej i cyfrowej*, Raport z badania zrealizowanego na zlecenie Izby Wydawców Prasy opracowany przez Millward Brown, październik 2013, s. 3–4.

⁵ Dziennikarstwo śledcze może być realizowane jedynie w warunkach systemu demokratycznego.

śledcze było nieodłącznym elementem prasy codziennej i telewizji⁶, jednak na skutek chociażby kosztowności i czasochłonności żurnalistyki śledczej ograniczono lub likwidowano zespoły śledcze, co w literaturze przedmiotu jest określane „paradoksem Grabnera”⁷. Na kryzys tej formy dziennikarstwa wpłynęły również następujące czynniki: tabloidyzacja mediów, poziom warsztatu pracy reporterskiej daleki od obowiązujących standardów, rezygnacja z bycia dziennikarzem śledczym (z różnych powodów).

Przedmiotem artykułu jest analiza aktywności dziennikarza Tomasza Sekielskiego, który po wieloletniej obecności w mediach tradycyjnych rozpoczął współpracę z redakcjami w portalach internetowych (Onet.pl, Wp.pl), jak również realizuje własne niezależne projekty. Warto podkreślić, że jego zawodowa aktywność nie ograniczała się do prowadzenia popularnego programu telewizyjnego *Teraz my!*, miała także odcienie dziennikarstwa śledczego – jak na przykład w przypadku „taśm Renaty Beger” odsłaniających kulisy uprawiania polityki w pierwszej dekadzie XXI wieku⁸.

Działalność redaktora Tomasza Sekielskiego jest unikatowa, wymyka się bowiem pewnym klasyfikacjom znanym z literatury przedmiotu dotyczącej dziennikarstwa śledczego. Ten rodzaj aktywności jest reprezentowany w dużej mierze przez prasę oraz telewizję, jednak częściowa likwidacja i ograniczenia działalności działów śledczych w mediach postawiły reporterów w niekomfortowej sytuacji. Bez wsparcia finansowego i prawnego redakcji, nawet bez solidarności dziennikarskiej, niełatwo jest prowadzić śledztwo dziennikarskie, co nie pozostaje bez wpływu na jakość życia publicznego będącego pod kontrolą mediów w roli „watchdoga”. Wobec takiej rzeczywistości dziennikarze są poniekąd zmuszeni do sięgania po

⁶ Z. Bajka, *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3–4, s. 59–60.

⁷ Jak podaje Marek Chyliński: „(...) plotki, softnewsy, inforozrywka, zyskujące najwięcej odbiorców, kosztują wydawcę i nadawcę zdecydowanie mniej niż materiały śledcze. Grono odbiorców reportaży śledczych jest również mniejsze niż audytorium pierwszego typu przekazów”. Za: M. Chyliński, *Poszukiwanie informacji w dziennikarskich działaniach komunikacyjnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2015, s. 243–244.

⁸ W 2006 roku posłanka Samoobrony Renata Beger przy wsparciu dziennikarza Andrzeja Morozowskiego i Tomasza Sekielskiego nagrała rozmowy z politykami Prawa i Sprawiedliwości (PiS) – Adamem Lipińskim i Wojciechem Mojzesowiczem. W trakcie zarejestrowanych ukrytą kamerą rozmów padła propozycja przejścia Beger do PiS w zamian za otrzymanie stanowiska sekretarza stanu w Ministerstwie Rolnictwa. Za: S. Kucharski, *Dzienniki jednym głosem o aferze z „taśmami prawdy”*, 28.09.2006, <https://www.press.pl/tresc/6242,dzienniki-jednym-glosem-o-aferze-z-tasmami-prawdy> (dostęp: 28.03.2020). Sprawa odbiła się szerokim echem w mediach i skupiła uwagę ówczesnej sceny politycznej. Zdaniem opozycji była to korupcja polityczna, natomiast Prawo i Sprawiedliwość uznało to za prowokację Samoobrony i stacji TVN. Jednocześnie otworzyło to dyskusję dotyczącą potrzeby wykorzystania prowokacji dziennikarskiej oraz podzieliło świat mediów. Krytyczną opinię na ten temat przedstawił: Zarząd Główny SDP, Rada Etyki Mediów, Rzecznik Praw Obywatelskich Janusz Kochanowski („Prowokacja dziennikarska jest sprzeczna z podstawowym sensem pracy dziennikarskiej, którym jest »gromadzenie informacji o faktach, a nie ich kreowanie«). Za: „*Taśmy Beger*” – śledztwo umorzony, 14.06.2007, <https://www.wprost.pl/kraj/108296/Tasmy-Beger-sledztwo-umorzony.html> (dostęp: 28.03.2020).

niekonwencjonalne rozwiązania. W kontekście analizowanego problemu uznano, że wykorzystanie mediów społecznościowych przez dziennikarza śledczego jest takim przykładem. W związku z tym sformułowano poniższe pytania badawcze:

Pytanie 1: Czy aktywność reporterska Tomasza Sekielskiego ma cechy dziennikarstwa śledczego?

Pytanie 2: W jaki sposób dziennikarz upowszechnia wyniki swojej pracy?

Pytanie 3: W jaki sposób dziennikarz wykorzystuje media społecznościowe?

Pytanie 4: W jaki sposób efekty pracy Tomasza Sekielskiego oddziałują na otoczenie?

Wykorzystano analizę zawartości konkretnych mediów społecznościowych i portali internetowych, studium przypadku oraz zaprezentowano conceptualizację pojęcia „social media muckraking” będącego definicją operacyjną na potrzeby pracy.

Dziennikarstwo śledcze w teorii i praktyce – zarys problematyki

Dziennikarstwo śledcze doczekało się wielu definicji w literaturze przedmiotu oraz pytań o potrzebę jego wyodrębnienia z szeroko rozumianego dziennikarstwa. W myśl obiegowej opinii dziennikarstwo śledcze bywa łączone z ujawnieniem skandali – na przykład korupcji, nepotyzmu, kłamstwa, nieobyczajnego zachowania ludzi świata polityki, biznesu czy innych sfer życia publicznego. W opinii Davida Randalla ten sposób relacjonowania jest wyjątkowy z tego względu, że „angażuje oryginalną pracę badawczą, dotyczącą nielegalnej działalności, ponieważ ktoś próbuje utrzymać informację w tajemnicy, (...) ryzyko jest zazwyczaj wyższe”⁹.

W opracowaniach naukowych równoległe pojawiają się takie synonimy, jak chociażby *muckraking*, który początkowo miał negatywne konotacje z uwagi na dosłowne określenie działalności dziennikarzy „przetrzęsających błoto, brud, paskudztwo”¹⁰. Współcześnie termin używany jest wyłącznie w pozytywnym znaczeniu – podkreśla zasadność prowadzonego śledztwa i szlachetne pobudki, za jakie niewątpliwie można uznać realizację prawa do informowania obywateli, nadrzędność interesu społecznego czy kontrolę życia publicznego. Na podstawie analizy prezentowanych różnych ujęć teoretycznych (Polska, świat) wyodrębniono następujące cechy dziennikarstwa śledczego:

- obszar tematyczny,
- cel śledztwa i jego konsekwencje,
- ciężar gatunkowy ujawnionych informacji,

⁹ T. Harcup, *Dziennikarstwo – teoria i praktyka*, tłum. E. Rodzeń-Leśnikowska, D. Leśnikowski, Wydawnictwo Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, Łódź 2010, s. 128.

¹⁰ D. Popielec, *Dziennikarstwo śledcze. Istota, funkcjonowanie, perspektywy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2019, s. 59.

- metody pracy (zbieranie, weryfikacja informacji, ochrona źródeł informacji, prowokacja, podsłuch, zmiana tożsamości),
- wpływ na sferę publiczną,
- odbiór społeczny¹¹.

Warto zwrócić także uwagę na dyskusje, jakie toczą się wokół sytuacji samych dziennikarzy śledczych. Wnioski z nich płynące mają charakter ambiwalentny. Z jednej strony dziennikarze uważają swoją profesję za „dobro publiczne”¹² i misję będącą jednym z filarów systemu demokratycznego, z drugiej strony zaś zauważają zanik tej aktywności w mediach głównego nurtu. Nieodosobnione refleksje towarzyszyły dziennikarzom śledczym podczas rozmowy w Polskim Radiu moderowanej przez Jerzego Jachowicza. W ocenie Michała Majewskiego obecne dziennikarstwo śledcze jest w kryzysie, a wynika to chociażby z braku silnych, niezależnych gazet oraz z oczekiwań natychmiastowych efektów pracy reporterskiej. Kolejnym problemem jest nienależyta staranność i rzetelność przy zbieraniu i weryfikacji informacji. Skutkuje to, według Wojciecha Wybranowskiego, tak zwanym „dziennikarstwem wrzutkowym”, które bazuje na niesprawdzonych dokumentach i materiałach. Zadania nie ułatwia także „poświęcanie masy swojego czasu na utarczki z prokuraturą, sądami i służbami”¹³. Należy przy tym zauważyć, że podobne tendencje, takie jak przeznaczanie mniejszego wsparcia finansowego śledztwom dziennikarskim czy presja polityczna, występują w innych krajach Europy Środkowej. Nie jest to oczywiście sytuacja komfortowa, ale stanowiła niejako impuls do obrony tego rodzaju dziennikarstwa przed zapomnieniem w postaci niezależnych organizacji realizujących żurnalistykę śledczą¹⁴.

Przyzwyczajiliśmy się do tego, że dziennikarstwo śledcze jest uprawiane przez redakcje mediów tradycyjnych (szczególnie przez prasę, w mniejszym stopniu telewizję), chociaż jak wskazano, klimat do jego realizacji nie zawsze jest sprzyjający. Pewnym rozwiązaniem wydają się niezależne inicjatywy reporterów mające często postać start-upów, co tym samym rysuje przyszłość tej formy dziennikarstwa w jaśniejszych barwach niż dotychczas. Ten nieszablonowy sposób myślenia o dziennikarstwie śledczym warto wesprzeć możliwościami, jakie oferują media społecznościowe. Ich popularność wynika między innymi z łatwości użytkowania, co przekłada się na cyrkulację informacji pomiędzy użytkownikami, budowanie

¹¹ Tamże, s. 30.

¹² Informacja pochodzi z: <https://fundacjareporterow.org/> (dostęp: 17.11.2019).

¹³ Debata PR24. *Dziennikarstwo śledcze jest dziś w kryzysie*, 2.02.2019, <https://polskieradio24.pl/130/6383/Artykul/2256501,Debata-PR24-Dziennikarstwo-sledcze-jest-dzis-w-kryzysie> (dostęp: 15.11.2019). Debata była moderowana przez Jerzego Jachowicza. Uczestniczyli dziennikarze śledczy: Wojciech Wybranowski, Michał Majewski, Piotr Nisztor.

¹⁴ Takie wnioski płyną z raportu przeprowadzonego przez Nieman Lab na temat sytuacji mediów w tej części Europy. A. Gielewska, „Śledzie” w niszy, czyli jak wygląda dziennikarstwo śledcze w Europie Centralnej, 1.03.2019, <https://www.wprost.pl/swiat/10195258/sledzie-w-niszy-czyli-jak-wyglada-dziennikarstwo-sledcze-w-europie-centralnej.html> (dostęp: 15.11.2019).

sieci kontaktów czy kreacji wizerunkowej. Z tej przyczyny media społecznościowe, za Małgorzatą Bartosik-Purgat, można podzielić na:

- serwisy społecznościowe przekazujące treści, informacje, muzykę, zdjęcia, nagrania wideo – są to: blogi, mikroblogi (np. Twitter), fora internetowe, wikis, *media sharing* (np. YouTube), Instagram; *social bookmarking* (np. Reddit), Pinterest;
- portale społecznościowe, których głównym celem jest komunikacja i tworzenie sieci kontaktów (np. Facebook);
- wirtualne światy społecznościowe gier (np. *World of Warcraft*)¹⁵.

W Polsce według badań Wave z 2017 roku pozycją lidera wśród użytkowników cieszy się Facebook (59,6% badanych), YouTube (37,3%), Instagram (8,4%), Twitter (4,6%)¹⁶, co miało niebagatelne znaczenie dla kanałów dystrybucji wyników śledztwa Tomasza Sekielskiego. Pierwsze doniesienia medialne na temat jego aktywności pojawiły się w lutym 2018 roku – zaledwie miesiąc po założeniu konta w serwisie Patronite¹⁷ przez dziennikarza. Upatrywano w tej decyzji pewnej rewolucji medialnej¹⁸.

Wyniki dziennikarskiego śledztwa w nowych mediach

Redaktor Tomasz Sekielski na swoim oficjalnym kanale na YouTube wyjaśniał powody, dla których zajął się tematem pedofilii w polskim Kościele. Były to między innymi marginalizowanie problemu z uwagi na panującą „zmowę milczenia” i wpływ Kościoła na sferę publiczną, a także pojawiający się „ostracyzm” wobec osób badających temat. Dziennikarz, mając na uwadze koszt projektu oraz brak wsparcia

¹⁵ M. Bartosik-Purgat, *Media społecznościowe na rynku międzynarodowym. Perspektywa indywidualnych użytkowników*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2016, s. 16.

¹⁶ *Facebook nie ma sobie równych w Polsce. Tak wypadamy na tle reszty świata*, 18.09.2017, <https://businessinsider.com.pl/media/internet/najpopularniejsze-serwisy-spolesnosciove-w-polsce-i-na-swiecie/m9gkxls> (dostęp: 15.11.2019).

¹⁷ Serwis Patronite (platforma crowdfundingowa) powstał w 2015 roku z inicjatywy Tadeusza Chełkowskiego i Michała Krawczyka. Jego celem jest umożliwienie regularnego finansowego wsparcia twórców (youtuberzy, sportowcy, podcasterzy, organizacje, artyści). Ta inicjatywa ma wybitnie społecznościowy wymiar, ponieważ łączy twórców i patronów, co daje obopólne korzyści w postaci możliwości rozwoju, zachowania pełnej niezależności, realnego wpływu donatorów na rozwój konkretnych projektów. Informacja za: <https://patronite.freshdesk.com/support/solutions/articles/43000072477> (dostęp: 17.11.2019).

¹⁸ J. Kralka, *Dziennikarstwo śledcze po rewolucji medialnej. Tomasz Sekielski łąduje obok youtuberów na Patronite*, 13.02.2018, <https://www.spidersweb.pl/2018/02/sekielski-patronite.html> (dostęp: 15.11.2019).

mediów¹⁹, apelował o pomoc w realizacji filmu dokumentalnego²⁰. Materiał ten doczekał się 32 068 wyświetleń, 454 reakcje (351 reakcji „podoba mi się” i 103 reakcje „nie podoba mi się”) oraz 73 komentarzy – zarówno wspierających projekt, jak również negujących potrzebę realizacji filmu²¹.

Konto na platformie Patronite Tomasz Sekielski założył 2 stycznia 2018 roku. Potencjalni „patroni” mieli możliwość zapoznania się z sylwetką zawodową dziennikarza, który określił siebie także mianem „dziennikarza śledczego”. Przedstawił on kolejne etapy kariery z uwypukleniem śledczego charakteru swojej aktywności. Pisał na przykład:

Prowadząc dziennikarskie śledztwa, tropiłem sekrety wpływowych ludzi władzy, biznesu i Kościoła. Relacjonowałem prace komisji śledczych, informując widzów o najgłośniejszych aferach, takich jak: afera Rywina, afera Orlenu, afera Hazardowa. Jestem współautorem nagrań nazywanych „taśmami Beger”, które ujawniły kulisy politycznych negocjacji PiS z Samoobroną²².

Zdobyte doświadczenie zawodowe i rezonans medialny zrealizowanych tematów mogły wpłynąć na wsparcie projektu. Należy przy tym zwrócić uwagę na nowatorski sposób finansowania śledztw dziennikarskich, który w tym przypadku zakończył się sukcesem.

Darczyńcy mieli możliwość wybrania kwoty, jaką chcą wesprzeć projekt. Dla „patronów” – w zależności od wpłaconej sumy pieniędzy – przewidziano różne formy podziękowania (zob. tabela 1).

Warto w tym miejscu podkreślić, że dziennikarz szczegółowo informuje, jakie metody wykorzystał w celu realizacji zadania. Były to na przykład rozmowy, analiza dokumentów, weryfikacja, pogłębione szukanie powiązań między faktami/osobami²³. Tomasz Sekielski zwraca się bezpośrednio do potencjalnego patrona, na przykład: „wspólnie będziemy odkrywali to, co zakryte (...) – to będzie żywy dowód Twojego zaangażowania i współudziału przy powstawaniu tej produkcji”, „jesteś prawdziwym współtwórcą filmu”, „już teraz możesz czuć się zaproszona/y na ekskluzywny, przedpremierowy pokaz filmu”, „dlatego nie jest to w żadnym stopniu mój film, ale NASZ film”²⁴.

¹⁹ Podczas wystąpień publicznych dziennikarz mówił: „Prosiłem o finansowe wsparcie kilka osób. Jedyne, co byli w stanie zrobić, to poklepać po plecach, zapewnić o poparciu dla produkcji, ale nie chcieli się pod nią firmować. Taki panuje u nas klimat”. Za: M. Tokarczyk, *Open'er Festival 2019. Tomasz Sekielski zdradził, o czym będzie druga część „Tylko nie mów nikomu”*, 5.07.2019, https://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/7,35612,24968879,open-er-festival-2019-sekielski-zdradzil-o-czym-bedzie-druga.html?_ga=2.42615846.244951154.1585909259-454474705.1516479236 (dostęp: 28.03.2020).

²⁰ Sekielski, *Tomasz Sekielski – zbiórka pieniędzy na platformie Patronite*, 12.02.2018, https://www.youtube.com/watch?v=ENniEUFbfeA&feature=emb_title (dostęp: 17.11.2019).

²¹ Tamże.

²² Informacja pochodzi z: <https://patronite.pl/sekielski/description> (dostęp: 17.11.2019).

²³ Informacja pochodzi z: <https://patronite.pl/sekielski> (dostęp: 17.11.2019).

²⁴ Pisownia oryginalna. Tamże.

Tabela 1. Rodzaje patronatu działalności reporterskiej Tomasza Sekielskiego

Nazwa patronatu	Liczba patronów	Miesięczna kwota	Charakterystyka
Pytaj	243	5 złotych	Podziękowanie za wsparcie projektu
Odkrywaj	680	10 złotych	Przywileje: dostęp do zamkniętej grupy na Facebooku zawierającej ekskluzywne materiały powstałe w trakcie realizacji zdjęć; zakulisowe nagrania pokazujące pracę nad dokumentem; niepublikowane zdjęcia; opisy historii, wydarzeń będących istotnym elementem produkcji; udzielenie odpowiedzi na pytania (Sekielski traktuje tę grupę jako merytoryczne forum dyskusji); cykliczne podsumowanie z przebiegu prac dla osób niebędących na Facebooku
Dociekaj	731	20 złotych	Przywileje z poziomu „Odkrywaj” i wysłanie certyfikatu wsparcia produkcji
Weryfikuj	232	40 złotych	Przywileje z poziomów „Odkrywaj”, „Dociekaj” oraz fotografia dziennikarza z autografem
Analizuj	119	70 złotych	Przywileje z poziomów „Odkrywaj”, „Dociekaj”, „Weryfikuj” oraz zaproszenie na przedpremierową emisję filmu
Konfrontuj (próg mecenacki)	191	100 złotych	Przywileje z poziomów „Odkrywaj”, „Dociekaj”, „Weryfikuj”, „Analizuj” oraz imię i nazwisko patrona w napisach końcowych filmu jako producenta
Piętnuj	69	200 złotych	Przywileje z poziomów „Odkrywaj”, „Dociekaj”, „Weryfikuj”, „Analizuj”, „Konfrontuj” oraz plakat filmowy z autografem dziennikarza
Mów głośno	12	1000 złotych	Przywileje z poziomów „Odkrywaj”, „Dociekaj”, „Weryfikuj”, „Analizuj”, „Konfrontuj”, „Piętnuj” oraz limitowane wydanie filmu na płycie Blu-ray

Źródło: opracowanie własne na podstawie <https://patronite.pl/sekielski> (dostęp: 17.11.2019).

Należy zwrócić uwagę na gradacyjny charakter rodzajów patronatu, który jest odzwierciedleniem warsztatu pracy dziennikarza śledczego. Ta swoista chronologia – począwszy od pytań przez odkrywanie czy weryfikowanie, a kończąc na

analizie/konfrontacji/piętnowaniu i rozgłaszaniu – pokazuje odbiorcy („patronowi”), na czym polega praca nad tematem.

Dziennikarz za pośrednictwem serwisu Patronite informuje o kontynuacji śledztwa na temat pedofilii w Kościele – w filmie *Zabawa w chowanego* poświęconym jednemu z wątków pojawiających się w dokumencie *Tylko nie mów nikomu* – oraz zapowiada ostatnią odsłonę podjętego problemu. Trzecie przedsięwzięcie będzie najbardziej czasochłonne i kosztowne ze względu na zagraniczne podróże w celu analizy archiwów i rozmów ze świadkami w Watykanie, Irlandii, Stanach Zjednoczonych czy na Dominikanie. Stąd apel dziennikarza o wsparcie, które umożliwi niezależną realizację filmu²⁵.

Rezultaty wielomiesięcznego śledztwa na temat pedofilii Tomasz Sekielski ujawnił w filmie dokumentalnym *Tylko nie mów nikomu*, który miał premierę 11 maja 2019 roku na YouTube (*media sharing*). Dwugodzinny dokument, który przedstawia historie kilku osób skrzywdzonych w dzieciństwie przez osoby duchowne w różnych miejscach Polski, doczekał się ponad 23 mln wyświetleń, 450 tys./23 tys. reakcji (podoba mi się / nie podoba mi się) oraz ponad 73 tys. komentarzy (w języku polskim, angielskim czy rosyjskim)²⁶. Oprócz poruszanej treści warto zwrócić uwagę na wykorzystane techniki dziennikarstwa śledczego, między innymi filmowanie z ukrytej kamery, zmiana tożsamości²⁷, jeśli wymagała tego sytuacja. Należy zaznaczyć, że dokument stał się znany także poza granicami Polski²⁸, a debata publiczna w kraju została w pierwszych tygodniach po premierze zdominowana przez efekty dziennikarskiego śledztwa.

O ile YouTube był potraktowany przez Tomasza i Marka Sekielskich jako główny kanał dystrybucji wyników reporterskiego dochodzenia, o tyle Facebook został wykorzystany do budowania relacji z użytkownikami tego medium, co przełożyło się na zainteresowanie projektem i odbiór społeczny. W wyniku analizy zawartości oficjalnego profilu Tomasza Sekielskiego stwierdzono, że pojawiały się posty informujące o nadchodzącym projekcie (*Tylko nie mów nikomu*), które miały także mobilizować do wsparcia finansowego, na przykład post z 12.03.2019:

Ten film powstaje dzięki Waszej pomocy. Blisko 2500 osób współfinansowało tę bardzo trudną produkcję. To przełom w niezależnym polskim dziennikarstwie. Jeśli po obejrzeniu tego zwiastuna uważasz, że takie filmy są potrzebne, to pomóż mi w ujawnieniu następnej wielkiej afery. Zbiórka na mój kolejny film na: patronite.pl/sekielski/

²⁵ Przewidywany budżet: około 1 miliona złotych wydanych na podróże, noclegi i pozyskanie współpracowników w poszczególnych krajach. Informacja pochodzi z: <https://patronite.pl/sekielski/description?page=1> (dostęp: 17.11.2019).

²⁶ Sekielski, *Tylko nie mów nikomu*, <https://www.youtube.com/watch?v=BrUvQ3W3nV4&t=7s> (dostęp: 17.11.2019).

²⁷ Na potrzeby konkretnej sytuacji Marek Sekielski odgrywał rolę męża jednej z ofiar.

²⁸ O zasięgu dokumentu przesądziła nie tylko poruszona tematyka, ale również dostępne wersje językowe napisów – angielski, czeski, hiszpański, słowacki, rosyjski, włoski. Informacja za: <https://www.facebook.com/Sekielski/> (dostęp: 17.11.2019).

²⁹ Sekielski, post 12.03.2019, tamże (dostęp: 17.11.2019).

Za równie istotne należy uznać to, że dziennikarz zamieszczał posty obrazujące etapy pracy nad filmem, które pokazują nie tylko warsztat dziennikarza śledczego (w szczególności zbieranie, weryfikacja, obserwacja uczestnicząca), ale także przeszkody napotykane przy realizacji tematu, na przykład konfrontacja z policją³⁰, zatrzymanie przez policjantów³¹. W ten sposób odbiorcy mają okazję poznać „kulisy dziennikarskiej kuchni śledczej”. Nie brakuje również postów w formie nagrań wideo promujących pracę braci Sekielskich, które dotyczą wsparcia finansowego osób sfery publicznej – dziennikarzy, artystów, polityków. Po światowej premierze filmu dziennikarz regularnie zamieszczał posty na temat organizowanych spotkań ze swoim udziałem oraz otrzymanych nominacji bądź nagród branżowych³². Istotnym aspektem, który wymaga uwagi, jest utworzenie prywatnej grupy nazwanej „Sekielski – film o pedofilii w polskim Kościele”, liczącej początkowo 1293 członków, zrzeszającej patronów filmu³³.

Na tle dotychczas zanalizowanego obszaru badawczego niewątpliwie zasadne jest posłużenie się wynikami monitoringu internetu i mediów społecznościowych przedstawionymi przez Instytut Monitorowania Mediów (IMM). Przedmiotem badania był rezonans medialny (portale internetowe, Facebook) w pierwszych tygodniach po premierze filmu, czyli między 1 a 18 maja 2019 roku. Z zebranych danych wynika, że pojawiło się w sumie 30,5 tys. publikacji w tychże mediach – 9,6 tys. publikacji na portalach i 20,9 tys. publikacji na Facebooku³⁴. IMM w formie graficznej przedstawił rodzaje interakcji oraz ich zasięg na Facebooku (zob. tabela 2).

Tabela 2. Tylko nie mów nikomu w liczbach

Rodzaj interakcji	Zasięg
Polubienia	760 937
Udostępnienia	285 989
Komentarze	144 747

Źródło: Instytut Monitorowania Mediów, 2019.

Oprócz Patronite, Facebooka i YouTube'a Tomasz Sekielski do promocji filmu wykorzystał również Twittera, umieszczając na dwa miesiące przed premierą

³⁰ Sekielski, post 7.12.2018, tamże (dostęp: 17.11.2019).

³¹ Sekielski, posty: 10.12.2018, 12.12.2018, tamże (dostęp: 17.11.2019).

³² Tamże.

³³ Informacja pochodzi z: https://www.facebook.com/groups/780592048794614/?source_id=327868517615457 (dostęp: 17.11.2019).

³⁴ Instytut Monitorowania Mediów, „Tylko nie mów nikomu” w internecie [Infografika], 21.05.2019, <https://www.imm.com.pl/tylko-nie-mow-nikomu-w-internecie-infografika/> (dostęp: 17.11.2019). Warto dodać, że oszacowano ekwiwalent reklamowy w badanym okresie na 64,7 mln zł.

zwiastuny z hasztagami: #filmsekielskiego i #tylkoniemównikom³⁵, które polubiło 2486 twitterowiczów, a 779 podało dalej³⁶. Na kilka dni przed premierą (przedział: 2–11.05.2019) dziennikarz przypominał w tweetach o filmie, załączając multimedia: plakat, zwiastun, co także spotkało się z reakcją odbiorców w postaci polubień, komentarzy i udostępnień (zob. tabela 3).

Tabela 3. Reakcje na Twitterze w liczbach

Rodzaj reakcji	Data	Zasięg reakcji
Odpowiedz/Podaj dalej/Polub	2 maja 2019	110/966/2800
Odpowiedz/Podaj dalej/Polub	6 maja 2019	119/627/2300
Odpowiedz/Podaj dalej/Polub	9 maja 2019	394/5951800
Odpowiedz/Podaj dalej/Polub	10 maja 2019	64/657/1400
Odpowiedz/Podaj dalej/Polub	11 maja 2019	758/1931/7200

Źródło: @sekielski, <https://twitter.com/sekielski> (dostęp: 17.11.2019).

Należy zauważyć, że najwyższe wartości w kontekście reakcji dziennikarz uzyskał w dniu premiery dokumentu, co było wynikiem promocji. Działania poprzedzające premierę przelożyły się na wzrastające zainteresowanie internautów. Krótko po emisji filmu Sekielski zamieścił grafikę obrazującą „geolokalizację aktywności wypowiedzi oraz organicznych wyszukiwań z ostatnich 33 h”³⁷.

Pokłosiem tego filmu dokumentalnego była debata publiczna tocząca się przez kilka tygodni, w której głos zabierały: ofiary występujące w tej produkcji, Tomasz i Marek Sekielscy, politycy, dziennikarze, duchowni, przedstawiciele organizacji pomagających skrzywdzonym osobom. Przeważająca część komentarzy osób publicznych zdecydowanie potępiała ujawnione praktyki duchownych przy jednoczesnym poparciu pracy braci Sekielskich i okazywaniu współczucia ofiarom. Zdecydowaną mniejszość stanowiły opinie dyskredytujące podjęty w dokumencie temat³⁸.

Oprócz szerokiego zainteresowania tym problemem w przestrzeni medialnej i społecznej należy podkreślić to, że efekty reporterskiego dochodzenia zostały

³⁵ @sekielski, tweet, 12.03.2019, <https://twitter.com/sekielski/status/1105394557980762112> (dostęp: 17.11.2019).

³⁶ Tamże.

³⁷ @sekielski, tweet, 16.05.2019, <https://twitter.com/sekielski> (dostęp: 17.11.2019).

³⁸ Pozytywny komentarz Renaty Grochal: „Świetnie udokumentowany film @sekielski o pedofilii w polskim Kościele (...)”. Negatywny komentarz abpa Sławoja Leszka Głódzia: „Wczoraj miałem inne zajęcia, nie oglądam byle czego”. Zestawienie wybranych komentarzy pochodzi z artykułu „Tylko nie mów nikomu”: Film Sekielskiego wywołuje ogromne emocje. Hołownia: Rzygać mi się chce ZOBACZ KOMENTARZE, 16.05.2019, <https://polskatimes.pl/tylko-nie-mow-nikomu-film-sekielskiego-wywołuje-ogromne-emocje-holownia-rzygac-mi-sie-chce-zobacz-komentarze-16-5-2019-r/ar/c1-14128687> (dostęp: 17.11.2019).

docenione przez różne kapituły konkursowe. Jedną z pierwszych była Nagroda Specjalna Press Club Polska, której uzasadnienie brzmiało:

za stworzenie dokumentu o jednym z najbardziej bulwersujących zjawisk, którym jest pedofilia wśród duchownych. To wyraz wdzięczności dla twórców, którzy przypomnieli, że rolą dziennikarza jest stać po stronie prawdy. To szacunek dla ofiar, których samotny głos nie ma szans na bycie usłyszanym. Jest to także uznanie dla konsekwencji obu nagrodzonych w pokonywaniu przeszkód finansowych i organizacyjnych, które stawały na drodze do ukończenia filmu³⁹.

Kolejne jury przyznające Nagrodę im. Janiny Paradowskiej i Jerzego Zimowskiego podkreśliło, że dziennikarz nie boi się trudnych tematów, prezentując wysoki poziom warsztatowy przy równoczesnym realizowaniu misyjności tego zawodu i oddziaływaniu na opinię publiczną⁴⁰. Bracia Sekielscy są także laureatami Nagrody Radia Zet im. Andrzeja Woyciechowskiego⁴¹. Ponadto film dokumentalny zdobył główną Grand Prix Nagrodę Miasta Łodzi i statuetkę Białej Kobry podczas 29. Festiwalu Mediów Człowiek w Zagrożeniu. Został wyróżniony za „odwagę przeciwstawienia się złu, które pozornie niewidoczne, otacza nas tu i teraz – to nagroda za wyrwanie z letargu obojętności milionów ludzkich sumień i stanięcie w obronie najsłabszych”⁴². Ranga otrzymanych nagród oraz przytoczone uzasadnienia są wyrazem uznania dla prezentowanej postawy dziennikarskiej.

Biorąc pod uwagę wskazane uprzednio cechy dziennikarstwa śledczego, takie jak: obszar tematyczny, ciężar gatunkowy ujawnionych informacji, metody pracy, wpływ na sferę publiczną i otoczenie, jednoznacznie stwierdzono, że działalność Tomasza Sekielskiego spełnia te cechy. Ze względu na unikatowe rozwiązania wprowadzone przez autora dokumentu ten termin jest niewystarczający. Wobec tego zaproponowano pojęcie „social media muckraking”, które na podstawie przeanalizowanego przypadku polega na wykorzystaniu różnych rodzajów mediów społecznościowych do prezentacji częściowych ustaleń bądź efektów śledztwa na temat zjawisk będących w kręgu zainteresowania społecznego. „Social media muckraking” umożliwia również promocję podjętego tematu, co przekłada się na pozyskanie funduszy i budowanie relacji z odbiorcami. Wybór pojęcia „muckraking” w pełni oddaje charakter dziennikarstwa śledczego z uwagi na podejmowanie

³⁹ Informacja pochodzi z: <http://pressclub.pl/marek-sekielski-i-tomasz-sekielski-laureatami-nagrody-specjalnej-press-club-polska/> (dostęp: 17.11.2019).

⁴⁰ Tomasz Sekielski został nagrodzony za „dzielność obywatelską”. J. Ostalowski, *Tomasz Sekielski i Krzysztof Parchimowicz laureatami nagrody im. Paradowskiej i Zimowskiego*, 24.10.2019, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1929460,1,tomasz-sekielski-i-krzysztof-parchimowicz-laureatami-nagrody-im-paradowskiej-i-zimowskiego.read> (dostęp: 17.11.2019).

⁴¹ B. Makarewicz, *Bracia Sekielscy laureatami Nagrody im. Andrzeja Woyciechowskiego*, 21.11.2019, <https://wiadomosci.radiozet.pl/Polska/Bracia-Sekielscy-laureatami-Nagrody-Radia-ZET-im.-Andrzeja-Woyciechowskiego> (dostęp: 21.11.2019).

⁴² „Tylko nie mów nikomu” z Grand Prix łódzkiego festiwalu, 24.11.2019, <https://lodz.onet.pl/lodz-festiwal-mediow-czlowiek-w-zagrozeniu-nagrody-laureaci/mxy7vcm> (dostęp: 24.11.2019).

trudnej tematyki, „przetrzęsanie błota”, co niejednokrotnie czynią dziennikarze. W obliczu wyzwań stojących przed żurnalistyką śledczą warto zwrócić uwagę na możliwości oferowane przez social media, które okazują się przydatne w kontroli życia publicznego.

Podsumowanie i wnioski

Dziennikarstwo śledcze, oprócz szczególnych predyspozycji do uprawiania tej profesji w sensie warsztatowym i etycznym, wymaga także stabilnych filarów w postaci gwarantowanej wolności mediów w systemie demokratycznym umożliwiającym realizowanie prawa do informacji obywateli oraz zaplecza redakcyjnego, co wiąże się jednoznacznie ze wsparciem finansowym podjętych działań śledczych. Na podstawie analizy kariery zawodowej Tomasza Sekielskiego stwierdzić należy, że niezależnie od redakcji dziennikarz hołdował wysokim standardom warsztatowym i etycznym tego zawodu, niejednokrotnie prezentując w czystej postaci dziennikarstwo śledcze, chociażby wspomniane wcześniej taśmy Renaty Beger. W wyniku dynamicznych zmian mediów i samego dziennikarstwa w Polsce, których przykładem jest status dziennikarstwa śledczego w polskich redakcjach (ograniczone zespoły śledcze lub ich brak), Tomasz Sekielski udowodnił, że można w niezależny sposób zrealizować temat. Dziennikarz wielokrotnie podkreślał siłę crowdfundingu (zbiórka na platformie Patronite), który przyczynił się do powstania dokumentu i stanowił jedyne zaplecze finansowe. Oprócz tego kluczowego aspektu warto zwrócić uwagę na dotarcie w ten sposób do wielu odbiorców, tworzenie z nimi relacji, co zaowocowało budowaniem świadomości społecznej. Jest to niewątpliwie niekonwencjonalny, a przy tym również społecznościowy charakter jego działalności reporterskiej. Pomocne okazały się także media społecznościowe, za pomocą których dziennikarz promował swój projekt, pozyskiwał fundusze oraz upowszechniał efekty swojej pracy. Dyskusja na temat tego filmu toczyła się w mediach społecznościowych, a także oddziaływała na środowisko nowych mediów, na przykład portale internetowe, oraz mediów tradycyjnych. W rozmowie z Sekielskim Grzegorz Kopacz porównał go do youtubera, a sam zainteresowany stwierdził:

raczej wykorzystałem ich narzędzia, żeby zrobić coś, czego oni nie robią. Swoją markę dziennikarską przenieśli do internetu. Niestety nie widzę następnych chętnych do odbijania YouTube z rąk patostreamerów. Może poza Mariuszem Zielkiem, który idzie naszą drogą i chce zebrać pieniądze na film o Krzysztofie Sadowskim⁴³.

Z przytoczonej wypowiedzi wynika, że takie działanie ma na razie charakter pionierski, który być może znajdzie swoich naśladowców.

⁴³ G. Kopacz, *Błąkałem się po rynku*, „Press” 2020, nr 01–02, s. 22.

Bibliografia

- Bajka Z. (2000). *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*. „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4, s. 59–60.
- Bartosik-Purgat M. (2016). *Media społecznościowe na rynku międzynarodowym. Perspektywa indywidualnych użytkowników*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Chyliński M. (2015). *Poszukiwanie informacji w dziennikarskich działaniach komunikacyjnych*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Harcup T. (2010). *Dziennikarstwo – teoria i praktyka*. Tłum. E. Rodzeń-Leśnikowska, D. Leśnikowski. Łódź: Wydawnictwo Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.
- Poleszczuk J., Anuszewska I. (red.) (2013). *Diagnoza społecznych zachowań czytelniczych w obrębie prasy drukowanej i cyfrowej*. Pobrane z: <http://www.pik.org.pl/upload/files/Raport%20Rynek%2011-02-2014%20%28R%29%20word%20IWP-1.pdf> (dostęp: 15.11.2019).
- Popielec D. (2019). *Dziennikarstwo śledcze. Istota, funkcjonowanie perspektywy*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Wawrzak-Chodaczek M. (2017). *Komunikacja interpersonalna i masowa – wybrane teorie i praktyki*. Kraków: Wydawnictwo Impuls.

Źródła prasowe

- Business Insider Polska (2017). *Facebook nie ma sobie równych w Polsce. Tak wypadamy na tle reszty świata*. Pobrane z: <https://businessinsider.com.pl/media/internet/najpopularniejsze-serwisy-spolesznosciowe-w-polsce-i-na-swiecie/m9gkxls> (dostęp: 15.11.2019).
- Gielewska A. (2019). „Śledzie” w niszy, czyli jak wygląda dziennikarstwo śledcze w Europie Centralnej. Pobrane z: <https://www.wprost.pl/swiat/10195258/sledzie-w-niszy-czyli-jak-wyglada-dziennikarstwo-sledcze-w-europie-centralnej.html> (dostęp: 15.11.2019).
- Instytut Monitorowania Mediów (2019). „Tylko nie mów nikomu” w internecie [Infografika]. Pobrane z: <https://www.imm.com.pl/tylko-nie-mow-nikom-u-w-internecie-infografika/> (dostęp: 17.11.2019).
- Kopacz G. (2020). *Błąkałem się po rynku*. „Press”, nr 01–02, s. 22.
- Kralka J. (2018). *Dziennikarstwo śledcze po rewolucji medialnej. Tomasz Sekielski ląduje obok youtuberów na Patronite*. Pobrane z: <https://www.spidersweb.pl/2018/02/sekielski-patronite.html> (dostęp: 15.11.2019).
- Kucharski S. (2006). *Dzienniki jednym głosem o aferze z „taśmami prawdy”*. Pobrane z: <https://www.press.pl/tresc/6242,dzienniki-jednym-glosem-o-aferze-z-tasmami-prawdy> (dostęp: 28.03.2020).
- Makarewicz B. (2019). *Bracia Sekielscy laureatami Nagrody im. Andrzeja Woyciechowskiego*. Pobrane z: <https://wiadomosci.radiozet.pl/Polska/Bracia-Sekielscy-laureatami-Nagrody-Radia-ZET-im.-Andrzeja-Woyciechowskiego> (dostęp: 21.11.2019).
- Onet Łódź (2019). „Tylko nie mów nikomu” z Grand Prix łódzkiego festiwalu. Pobrane z: <https://lodz.onet.pl/lodz-festiwal-mediow-czlowiek-w-zagrozeniu-nagrody-laureaci/mxy7vcm> (dostęp: 24.11.2019).
- Ostałowski J. (2019). *Tomasz Sekielski i Krzysztof Parchimowicz laureatami nagrody im. Paradowskiej i Zimowskiego*. Pobrane z: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1929460,1,tomasz-sekielski-i-krzysztof-parchimowicz-laureatami-nagrody-im-paradowskiej-i-zimowskiego.read> (dostęp: 17.11.2019).
- Polska Times (2019). „Tylko nie mów nikomu”: Film Sekielskiego wywołuje ogromne emocje. *Hołownia: Rzygać mi się chce ZOBACZ KOMENTARZE*. Pobrane z: <https://polskatimes.pl/>

- tylko-nie-mow-nikommu-film-sekielskiego-wywoluje-ogromne-emocje-holownia-rzygac-mi-sie-chce-zobacz-komentarze-16-5-2019-r/ar/c1-14128687 (dostęp: 17.11.2019).
- Polskie Radio 24 (2019). Debata PR24. *Dziennikarstwo śledcze jest dziś w kryzysie*. Pobrane z: <https://polskieradio24.pl/130/6383/Artykul/2256501,Debata-PR24-Dziennikarstwo-sledcze-jest-dzis-w-kryzysie> (dostęp: 15.11.2019).
- Tokarczyk M. (2019). *Open'er Festival 2019. Tomasz Sekielski zdradził, o czym będzie druga część „Tylko nie mów nikomu”*. Pobrane z: https://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/7,35612,24968879,open-er-festival-2019-sekielski-zdradzil-o-czym-bedzie-druga.html?_ga=2.42615846.244951154.1585909259-454474705.1516479236 (dostęp: 28.03.2020).
- Wprost (2007). „*Taśmy Beger*” – śledztwo umorzone. Pobrane z: <https://www.wprost.pl/kraj/108296/Tasmy-Beger-sledztwo-umorzone.html> (dostęp: 28.03.2020).

Inne źródła

- https://www.facebook.com/groups/780592048794614/?source_id=327868517615457 (dostęp: 17.11.2019)
- <https://fundacjareporterow.org/> (dostęp: 17.11.2019)
- <https://patronite.freshdesk.com/support/solutions/articles/43000072477> (dostęp: 17.11.2019)
- <https://patronite.pl/sekielski> (dostęp: 17.11.2019)
- <https://patronite.pl/sekielski/description?page=1> (dostęp: 17.11.2019)
- <http://pressclub.pl/marek-sekielski-i-tomasz-sekielski-laureatami-nagrody-specjalnej-press-club-polska/> (dostęp: 17.11.2019)
- Sekielski, *Tomasz Sekielski – zbiórka pieniędzy na platformie Patronite*, 12.02.2018, https://www.youtube.com/watch?v=ENniEUFBfEA&feature=emb_title (dostęp: 17.11.2019).
- Sekielski, *Tylko nie mów nikomu*, <https://www.youtube.com/watch?v=BrUvQ3W3nV4&t=7s> (dostęp: 17.11.2019).
- @sekielski, <https://twitter.com/sekielski> (dostęp: 17.11.2019)