

Ostały się jeszcze całkowicie niezależne gazety i agencje prasowe, które zwracają uwagę na treść wiadomości, weryfikują źródło, dbają o wnikliwe spostrzeżenia i głęboką analizę. One zachowają swoich czytelników.

Świecka modlitwa poranna



JACEK PAŁKIEWICZ

Podróżnik, odkrywca, reporter

Zacząłem parć się dziennikarstwem równo pół wieku temu, jeszcze w heroicznym dla niego czasie, dopóki nie zostało okaleczone przez telewizję. Profesja uważana była wówczas za ponadprzeciętną, a nawet autentyczną misję. We Włoszech mówiło się, że redaktorzy dzielą się na dwie kategorie: tych, którzy pracowali w renomowanym *Corriere della Sera*, i tych, którzy chcieliby tam dołączyć. Ja znalazłem się w tej pierwszej grupie i doskonale pamiętam silny dreszcz emocji na widok pierwszego zamieszczonego tam tekstu z moim nazwiskiem. Miałem prawo być dumny.

W mediolańskiej szkole dziennikarstwa, gdzie w połowie lat 70. ubiegłego wieku uczyłem się rzemiosła pisania, któryś z wykładowców, mówiąc o narodzonej 200 lat wcześniej w Stanach Zjednoczonych kompensowanej żurnalistyce, powołał się na słowa Georga Wilhelma Hegla: „Lektura gazety stanowi modlitwę poranną współczesnego człowieka”. Niemiecki filozof nie miał wątpliwości co do formy śledzenia nowości ze świata. Przez prawie dwa stulecia ta konstatacja nie była kwestionowana i nawet wynalezienie radia czy telewizji nie zmieniło tego faktu.

Wszystko wydawało się magicznie krystaliczne, dopóki nie stanęliśmy przed epokową zmianą zawodu dziennikarskiego. Trzydzieści lat temu byliśmy zauroczeni rewolucją cyfrową na świecie i zrodzoną z niej erą internetu z witrynami informacyjnymi, sieciami społecznościowymi i newsletterami. Tradycyjne pismactwo zostało wtedy dogłębnie wstrząśnięte i zaczęło desperacko szukać magicznych formuł, które powstrzymałyby falę ucieczki czytelników.

Dziś dzięki nowym, o ogromnym potencjale, środkom masowego przekazu, które pod względem budżetowym wciąż jeszcze pozostają ubogim krewnym uświęconego dziennikarstwa, wszyscy mogą rozpowszechnić – i to w czasie realnym – doniesienia, nieraz wartościowe, a innym razem wynoszące na ołtarz rynsztokowe śmieci.

Zwłaszcza w sieciach społecznościowych, gdzie trudno odróżnić fałsz od prawdy, gdzie obiektywność często staje się opcjonalna. Tam wiadomości muszą przelatywać, i to bardzo szybko. Język jest krótki i bezpośredni. Musi migiem przyciągnąć uwagę, aby człowiek pozostał na stronie tak długo, jak to możliwe.

Twitter, Instagram, Facebook i wiele innych platform społecznościowych przybrało formę nowej „porannej modlitwy świeckiej”. Dostarczają monstrualną ilość wieści, których nie musimy szukać, bo same do nas trafiają. Okazało się, że to upojenie: czytanie i śledzenie przez cały dzień informacji, kompulsywne klikanie i wyścig clickbaitów, może powalać błotem umysł. Niegdyś newsy były nieregularne – dziś nasza wyobraźnia nie jest w stanie poradzić sobie z ich ogromem. Nowemu, negatywnemu trendowi nie da się już stawić czoła starymi narzędziami zawodu. Niemożliwe, aby jakkolwiek zespół redakcyjny nadażył filtrować z masy nieprzerwanego przepływu wydarzenia do publikacji. Powolny i nieubłagany upadek dotyka również dużych wydawców.

Bywają jednak wyjątki. Ostały się jeszcze wielkie, całkowicie niezależne gazety i agencje prasowe, które zwracają uwagę na treść wiadomości, weryfikują źródło, dbają o wnikliwe spostrzeżenia i głęboką analizę. One zachowają swoich czytelników, skłonnych płacić za jakość, której nie znajdują u innych.

Niestety, z jakością informacji nie jest dzisiaj najlepiej. Świat dostosował się do dawnej reguły dziennikarstwa anglosaskiego, która głosiła, że „zła wiadomość to dobra wiadomość”, bo ludzie rzekomo zawsze są zainteresowani czymś katastrofalnym. Może to i prawda, ale rolą dobrego dziennikarza nie jest zaspokajanie takich oczekiwań swoich czytelników, lecz przede wszystkim przekazywanie rzetelnych wiadomości. **n**