

KRZYSZTOF SZYMONIAK

Drogi i bezdroża informacji prasowej

Abstract. Having defined the concept of information and demonstrating how this originally Latin word made its way to most of the European languages, the author goes on to analyze a phenomenon that could be labeled: “informing within the mass media”. Then he shows the role and importance of information journalism, predominantly in dailies and local weeklies. He focuses not only on indicating the main sources of journalistic knowledge (and how to access them), or on highlighting the differences between information articles and feature articles, but also (and perhaps most importantly) he concentrates on the difficulties and perils that journalists face in their “pursuit of a news story”. The paper ends with contemplations and reflections in the field of journalistic deontology. As the author and the quoted researchers underline, they are of primary importance to the future of global communication, especially in the age of the demand for the media-influenced, and hence untrue, image of the world.

Abstrakt. Po zdefiniowaniu pojęcia *informacja* oraz wykazaniu, w jaki sposób pierwowzór łaciński tego słowa przeniknął do większości języków europejskich, autor zajmuje się analizą zjawiska, które można nazwać informowaniem w obrębie mediów masowych. Ukazuje rolę i wagę dziennikarstwa informacyjnego, głównie w strefie gazet codziennych i tygodniowej prasy lokalnej. W swoim tekście nie tylko wskazuje główne źródła wiedzy dziennikarskiej (oraz sposoby docierania do nich), nie tylko podkreśla różnicę między gatunkami informacyjnymi i publicystycznymi, ale także, a może przede wszystkim, zwraca uwagę na trudności i niebezpieczeństwa, jakie są udziałem dziennikarzy w trakcie „pogoni za newsem”. Tekst kończą rozważania i refleksje z zakresu deontologii dziennikarskiej. Mają one, co podkreśla autor oraz cytowani przez niego badacze zjawiska, niebagatelne znaczenie dla przyszłości komunikowania globalnego, zwłaszcza w dobie popytu na zmediatyzowany, czyli nieprawdziwy obraz świata.

Z *Uniwersalnego słownika języka polskiego*¹ dowiadujemy się, że obecnie funkcjonujące w języku polskim słowo **informacja** ma sześć definicji. Pierwsza z nich to definicja ogólna: „powiadomienie o czymś, zakomunikowanie czegoś; wiadomość, wskazówka, pouczenie”. W obrębie przykładów obrazujących zakres stosowania tej definicji autorzy słownika umieścili termin **informacja naukowa**; jest to – „dział nauki

¹ *Uniwersalny słownik języka polskiego*, pod red. Stanisława Dubisza, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, t. 1, s. 1212.

zajmujący się opracowywaniem i rozpowszechnianiem danych naukowych dotyczących aktualnego stanu wiedzy w określonej dziedzinie”. Podaję ten przykład z myślą o czytelnikach, którzy z racji swoich zainteresowań zawodowych najczęściej spotykają się z **informacją** właśnie w obrębie **informacji naukowej** i dziedzin pokrewnych. Dlatego też można domniemywać, że pozbawione kontekstu zdanie „Jak powstaje informacja?” niemal na pewno inaczej zostanie odczytane przez medio- czy prasoznawcę, a inaczej przez specjalistę z zakresu infolingwistyki czy filozofii nauki.

Druga definicja, najbardziej nas w tym tekście interesująca, dotyczy publikatorów lub – inaczej – środków masowego przekazu: „powiadamanie społeczeństwa lub określonych zbiorowości w sposób zobiektywizowany, systematyczny i konkretny za pomocą środków masowego przekazu o bieżących lub prognozowanych wydarzeniach mających istotne znaczenie polityczne, naukowe, gospodarcze, kulturalne itp. lub wzbudzające szczególne zainteresowanie odbiorców”.

Cztery pozostałe definicje (obok dwóch pierwszych), odnoszące się do urzędów, biologii, informatyki i matematyki, których treść nie jest nam w tym miejscu niezbędna, mogą z całą pewnością stanowić interesujący materiał wyjściowy do ewentualnych rozważań nad zjawiskiem poszerzania się zakresu znaczeń poszczególnych słów we współczesnej polszczyźnie, ale i nad „rozrostem” ich pól znaczeniowych w związku ze zmianami zachodzącymi w obrębie nauki, kultury czy sztuki oraz w obrębie zjawisk i mechanizmów społecznych, takich jak polityka, samorządność, poprawność polityczna czy wielokulturowość².

Ponieważ jednak zamierzam przyrzeć się przede wszystkim funkcjonowaniu słowa **informacja** w redakcji gazety codziennej, w tygodniku lokalnym, a także w rozgłośni radiowej czy stacji telewizyjnej³, powyższe rozważania i zasygnalizowane tematy muszą, siłą rzeczy, poczekać na inną, sprzyjającą ku temu okazję.

A zatem – *specjalizować się w informacji, zdobywać szlify dziennikarskie w informacji*⁴ znaczy tyle, co pisać teksty informacyjne, przygotowywać informacje radiowe lub telewizyjne, redagować strony, audycje informacyjne, w przeciwieństwie, na przykład, do pisania tekstów i redagowania audycji publicystycznych, gdzie informa-

² To pojęcie występuje np. w *Wielkim słowniku wyrazów obcych* PWN z roku 2005, także w wersji „multikulturowy”, na łamach „Europy”, tygodnika idei – dodatku do ogólnopolskiej gazety codziennej „Dziennik” – nr 14(157) z 7 kwietnia 2007, jako „multikulturalizm”, ale też zastępowane bywa niekiedy rodzajem skrótu – „multikulti”.

³ Celowo pomijam w tym wycieku Internet, ponieważ fenomen funkcjonowania „informacji” oraz fenomen „informowania” w sieci wymaga osobnego omówienia z kilku ważnych powodów. Na przykład – z jednej strony mamy w Internecie sieciowe klony gazet, tygodników oraz radiowych czy telewizyjnych serwisów informacyjnych, a z drugiej – prawie nieograniczony dostęp do przeróżnych informacji, którymi profesjonalne (publiczne, komercyjne, społeczne) media w zasadzie się nie zajmują.

⁴ Osoby zainteresowane bardziej filologicznym niż prasoznawczym oglądem „informacji” jako gatunku dziennikarskiego zachęcam do lektury poznańsko cennej książki Marii Wojtak *Gatunki prasowe* (Wyd. UMCS, Lublin 2004), w której przykłady tekstów wyjętych z gazet i czasopism autorka poddaje analizie z punktu widzenia wzorca gatunkowego. *Informacja*, patrz: s. 29–33. Jednocześnie – nie jest to poradnik. Nie można zatem dowiedzieć się z tej książki: Jak napisać felieton? Jak zostać autorem recenzji prasowej? Jak uprawiać publicystykę?

cja jest tylko punktem wyjścia do pogłębionych działań (rozważań) dziennikarskich. To samo dotyczy także komentarzy prasowych, radiowych i telewizyjnych, które są szybką, osobistą reakcją dziennikarza, zawierającą jego refleksje i poglądy, na pojawienie się określonej, społecznie ważnej, bulwersującej czy szokującej, ale zawsze zobiektywizowanej, wiarygodnej informacji. Ponadto *dziennikarz informacyjny* to ktoś, kto działa głównie na poziomie tekstów informacyjnych, a także radiowego czy telewizyjnego serwisu informacyjnego, bez względu na osobiście realizowaną specjalność czy przydział redakcyjny (np. ekonomia, polityka, sprawy społeczne, samorząd lokalny, kultura, sport). Dalej – *oddać do druku trzy informacje* znaczy być autorem trzech tekstów informacyjnych (których istotą jest aktualność, rzetelna dokładność), ale *zbierać informacje* to przygotowywać się do napisania tekstu informacyjnego, tekstu publicystycznego, wywiadu (rozmowy problemowej) czy reportażu.

W łacinie istnieje słowo **informatio**⁵, które znaczy tyle, co: pouczenie, przedstawienie, wyobrażenie, zawiadomienie. Z łaciny pojęcie to przeszło do większości języków europejskich w postaci: **information** (ang., niem., fr., szw.), **informacion** (hiszp.), **informazione** (wł.), **informasjon** (nor.), **informaatio** (fin.), **informatie** (nider.), **informacija** (chorw., serb.), **информация** (ros.), **informace** (czes.), **informacia** (słow.), **informacja** (pol.). Bywa, że funkcjonuje ono w danym języku obok słowa rodzimego o zbliżonym lub takim samym znaczeniu, np. **справка** (ros.) czy **news** (ang.).

Rozważania z pogranicza psychologii, socjologii, polityki czy etyki, odnoszące się do codziennej aktywności zawodowej w kontekście dziennikarstwa informacyjnego, zazwyczaj są pomijane w podręcznikach i kompendiach warsztatowych dla przyszłych dziennikarzy (płci obojga⁶). Moim zdaniem warto jednak, choćby skrótowo, przyrzeć się paru kwestiom w obrębie tych dziedzin, bo przecież młody człowiek, zaczynający pisać do gazety codziennej lub tygodnika lokalnego, podejmujący praktykę w radiowym czy telewizyjnym newsroomie, nie trafia w próżnię polityczną, nie spada na ziemię niczyją, która czeka na zagospodarowanie. Początkujący dziennikarz wchodzi w jakieś struktury organizacyjne, w istniejący już układ polityczny, towarzyski i finansowy, między ludzi, którzy nie zawsze mogą lub chcą być mu oparciem i zbiorową mądrością, źródłem wiedzy praktycznej i życzliwym przewodnikiem po salonach i gabinetach władzy samorządowej, po drogach i bezdrożach miejscowej polityki, po dżungli lokalnego biznesu czy sportu uwikłanego w korupcyjne zapasy z działaczami, sędziami sportowymi i sponsorami.

Zazwyczaj bywa tak, że młody człowiek, wkraczając w świat mediów (jeżeli wcześniej nie posmakował chleba dziennikarskiego w trakcie praktyk studenckich i stażów zawodowych), liczy na interesujące spotkania ze znanymi osobistościami, na możliwość wypowiedzenia się (wypisania) w interesujących go kwestiach, jednym

⁵ Jerzy Pieńkos, *Słownik łacińsko-polski. Łacina w nauce i kulturze*, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Zakamycze 2001, s. 209.

⁶ Podkreślam ten fakt, ponieważ tekst adresowany jest do pań i panów, choć używam tu głównie męskiej formy rzeczownika *dziennikarz*.

słowem na pierwszą poważną, fascynującą przygodę zawodową. A że legitymacja dziennikarska otwiera wiele drzwi, kandydat na dziennikarza podchodzi do tej przygody z wiarą we własne siły, z nadzieją na dotarcie do prawdy⁷ (cokolwiek miałoby to znaczyć) i wreszcie z przekonaniem, że oto zaczyna mieć realny wpływ na sprawy tego świata. Jest to podejście ze wszech miar słuszne, ale niekiedy trudne w realizacji, bo szybko okazuje się, że w kontakcie z szarą lub nawet brutalną rzeczywistością polityki, biznesu czy sportu wiara we własne siły nie wystarcza.

Okazuje się, że „prawda” w interesującej nas kwestii bywa niemal wyłącznie platońską ideą⁸, gdyż poza rzeczami informacyjnie najprostszymi, trudnymi do przekłamania, jak stan pogody i temperatura powietrza w cieniu, wielkość opóźnienia pociągu czy treść haseł na transparentach manifestujących związkowców, wszystko to, co wymyka się prostej definicji, a co w swoim dziennikarskim sumieniu chcielibyśmy uznać za prawdę, zmienia swój kształt i treść w zależności od tego, kto i w jakim celu zabiera głos, przekonuje, perswaduje, ujawnia, oskarża, donosi, wyjaśnia, komentuje.

A wpływ na sprawy tego świata? Różnie z tym bywa, ale z czasem przekonujemy się, że od idealistycznych skłonności naprawiacza i ulepszacza ważniejsze staje się przesłanie zawarte w trzech słowach łacińskiej sentencji – *primum non nocere*.

Dlatego też, biorąc to wszystko pod uwagę, zanim zaczniemy zbierać informacje i pisać, zanim zaczniemy bywać w mieście z mikrofonem i magnetofonem radiowym, gromadząc na cyfrowym nośniku tak zwane „dźwięki”, spróbujmy wpierw zastanowić się nad zawartością kilku pytań: **Dlaczego, w jakim celu chcę informować o otaczającej nas (mnie) rzeczywistości? Jaki jest mój stosunek do tej rzeczywistości? Ona mnie fascynuje, niepokoi, a może zniechęca i przeraża? Co chcę o niej powiedzieć innym? Powiniennem głównie informować czy może także komentować? Jeżeli informuję – to w jakich okolicznościach, o czym i kogo? Co ma z tego wynikać dla mnie i dla (zbiorowego) adresata komunikatu? Jeżeli komentuję – to z jakiej pozycji (np. aksjologicznej, epistemologicznej, politologicznej), na czym opieram swoje poglądy i przemyślenia? Co mam innego do powiedzenia od siebie?**

I nie chodzi tutaj wcale o to, aby dzielić włos na czworo i uprawiać dziennikarską psychoterapię, ale o to, by zrozumieć swoje własne motywacje do działania w warunkach stresu zawodowego, w sytuacjach, które – owocując tekstem informacyjno-interwencyjnym, informacją radiową czy telewizyjną – mogą przyczynić się do zmiany na lepsze czegoś, co nie działa dobrze, ale które mogą też nieść z sobą ludzką krzywdę, upokorzenie czy choćby zwykłą szkodę społeczną.

Wszystkim, którzy na początku swej drogi do świata „czwartej władzy” odczuwają potrzebę refleksji w tej materii, wszystkim, którzy chcieliby w tym świecie zdziałać więcej niż tylko odnotowywać przecinanie wstęgi, podsumowywać wyniki konkursów

⁷ *Uniwersalny słownik...*, op.cit., t. 3, s. 536, zob.: (1) *prawda*, zn. 1, 2, 3; Godfrey Vesey i Paul Foulkes, *Filozofia. Słownik encyklopedyczny*, Wyd. RTW 1997, s. 260, zob.: *prawda*; *Mała encyklopedia logiki*, red nauk. Witold Marciszewski, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1988, s. 153, zob.: *prawda*; *Wielka Encyklopedia PWN*, t. 22, s. 246, zob.: *prawda*.

⁸ Jorg Disse, *Metafizyka od Platona do Hegla*, Wyd. WAM, Kraków 2005, s. 23–25, 31–42.

recytatorskich czy piętnować drogowców za nieodśnieżone jezdnie – pozwalam sobie zaproponować dwie książki: *Przedsiębiorstwo Apokalipsa* Pawła Kwiatkowskiego⁹ i powieść Heinricha Bölla *Utracona część Katarzyny Blum*¹⁰.

W znanych mi podręcznikach i kompendiach wiedzy dla przyszłych dziennikarzy podkreśla się, że każdy informacyjny tekst prasowy (także radiowy i telewizyjny), aby mógł osiągnąć pożądaną stopień skuteczności komunikacyjnej, powinien – jeżeli to możliwe – zawierać odpowiedź na kilka pytań: **Co, Kto, Gdzie, Kiedy, Jak (w jaki sposób), Dlaczego**, a także, gdy to możliwe lub wskazane, na pytanie uzupełniające: **Z jakim skutkiem**.

Czytelnik, słuchacz, telewidz mający do czynienia z tekstem informacyjnym nie będzie się zastanawiał nad liczbą pytań koniecznych i stopniem skuteczności komunikacyjnej, ale gdy usłyszy lub przeczyta informację o mającej nastąpić w jego kraju podwyżce cen energii elektrycznej i gazu, od razu pojmie istotę problemu, jeżeli autor nie zadba o to, a wydawca nie dopilnuje, aby owa informacja zawierała wszystko, co najważniejsze – w tym wypadku chodzi o wielkość podwyżki i termin jej wprowadzenia. Wszystkie inne wyjaśnienia, zawarte w tekście o podwyżce (np. odpowiedź na pytania – **kto** ją wprowadza, **dlaczego** ją wprowadza, **gdzie** zapadła decyzja o jej wprowadzeniu), choć ważne dla jakości komunikowania masowego¹¹, nie są już tak istotne dla jednostkowego odbiorcy komunikatu.

Jeżeli natomiast do tego samego kraju docierają, najpierw szczątkowe, a potem coraz pełniejsze informacje o podziemnym trzęsieniu ziemi w Azji Południowo-Wschodniej i jego następstwie – niosącej zagładę tysiącom tubylców i setkom turystów fali tsunami, to należy się spodziewać, że w pierwszej kolejności czytelnik (słuchacz, telewidz) oczekuje odpowiedzi na pytania – **co, gdzie i kiedy** się zdarzyło, a z czasem, w kolejnych serwisach informacyjnych, będzie oczekiwał głównie odpowiedzi na pytania, **jak** to się mogło stać, **dlaczego** do tego doszło i **jakie** ostatecznie są skutki tragedii?

W tym miejscu dotykamy rzeczy istotnej z punktu widzenia techniki pracy redakcyjnej, ponieważ istnieją zdarzenia i sytuacje, w przypadku których od razu wiadomo, że nie sposób udzielić jakiegokolwiek odpowiedzi na pytanie **jak** i pytanie **dlaczego**. Przynajmniej w chwili zdobywania informacji oraz pisania tekstu. Stąd zasada, że szanujące się redakcje wracają do pewnych tematów piórami swoich dziennikarzy, którzy z kolei sami pilnują spraw rozpoczętych, dotkniętych medialnie i ciągle czekających na informacyjne wypełnienie.

Posłużmy się przykładem wypadku drogowego z ofiarami śmiertelnymi i osobami ciężko rannymi, do którego doszło w centrum miasta na ważnym skrzyżowaniu. W zdarzeniu wzięły udział dwa samochody osobowe. W każdym z nich, oprócz kierowcy, znajdowali się pasażerowie.

⁹ Paweł Kwiatkowski, *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2003.

¹⁰ Heinrich Böll, *Utracona część Katarzyny Blum*, Kolekcja Gazety Wyborczej, Warszawa 2005.

¹¹ Zob.: *Komunikowanie masowe*, [w:] *Popularna encyklopedia mass mediów*, Wyd. Kurpisz, Poznań 1999, s. 261.

Nawet początkującemu dziennikarzowi nie sprawi większego kłopotu ustalenie – **co** się stało i **z jakim skutkiem**, także **gdzie** i **kiedy** się to stało, **kto** (uwzględniając tylko wiek i płeć) zginął oraz ile osób odniosło w tym wypadku poważne obrażenia. Natomiast, jeżeli dziennikarz nie był obecny przy owym zdarzeniu, w którym – jak twierdzą świadkowie i rzecznik prasowy policji – doszło do wymuszenia pierwszeństwa przejazdu, zlekceważenia czerwonych świateł na skrzyżowaniu lub ewidentnego złamania innych przepisów o ruchu drogowym, przy szukaniu odpowiedzi na pytanie **jak** to się stało, można opierać się tylko na informacjach niepełnych, przypuszczeniach, domysłach, relacjach świadków lub oficjalnym komunikacie policji. Tyle tylko, że taki komunikat nigdy nie pojawia się (bo i nie może) natychmiast po wypadku. Jeszcze gorzej jest z odpowiedzią na pytanie – **dłaczego** doszło do tak tragicznego zdarzenia.

Tutaj, w chwili redagowania tekstu, dziennikarz w zasadzie skazany jest na formułkę: *O przyczynach wypadku, w którym dwie osoby zginęły, a cztery inne odniosły ciężkie obrażenia, poinformujemy w najbliższym czasie*. Oczywiście autor tekstu może napisać: *Jak się nieoficjalnie dowiedzieliśmy, prawdopodobną przyczyną tragicznego w skutkach zderzenia dwóch samochodów osobowych mogło być zasłabnięcie jednego z kierowców (nietrzeźwość jednego z kierowców itp.)*, ale ostateczna wersja przyczyn tego typu zdarzeń zawsze wychodzi od rzecznika prasowego policji, który także musi jednak poczekać na wyniki badań stanu technicznego zniszczonych pojazdów, ekspertyzę medyczną i ewentualne wyniki dochodzenia policyjno-prokuratorskiego, gdy w grę wchodził na przykład alkohol, narkotyki lub porachunki przestępcze.

Może się przecież okazać, że kierowca samochodu, który z dużą prędkością wtargnął na skrzyżowanie przy czerwonym świetle, był znanym w mieście gangsterem, a chwilę przed kolizją odebrał przez telefon komórkowy wiadomość, że konkurencyjny gang właśnie uprowadził jego żonę, o czym poinformowali policję przebywający w szpitalu ranni pasażerowie pojazdu.

I jeszcze jedno – dziennikarz nie jest istotą omnipotentną, która wie wszystko, na każdy temat i bez względu na okoliczności. Dlatego też zawsze, gdy jest to możliwe, wskazane, a nawet konieczne (gdy w grę wchodzi wiarygodność redakcji i dziennikarza), należy podawać źródło informacji lub cytować słowa osoby czy treść dokumentów, na które się powołujemy.

Na koniec tych rozważań o „pytaniach” i „odpowiedziach” wspomnijmy jeszcze tylko, że w obszarze dziennikarstwa anglosaskiego używa się określenia **5W**: who?, what?, where?, when?, why? U nas różni autorzy mówią o zbliżonej liczbie pytań ustawionych w różnej kolejności¹², ale wszyscy zgodni są, co do jednego, że na tych

¹² Zob.: Stanisław Bortnowski, *Warsztaty dziennikarskie*, Wyd. Stentor, Warszawa 1999, s. 58; *O warsztacie dziennikarskim*, pod red. Janusza Adamowskiego, Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2002, s. 13; *Dziennikarstwo i świat mediów*, pod red. Zbigniewa Bauera i Edwarda Chudzińskiego, Universitas, Kraków 2000, s. 151; Walery Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska*, Universitas, Kraków 2002, s. 242 i 256; Janina Frasz, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999, s. 77; *Dziennikarstwo od kuchni*, pod red. Andrzeja Niczyperowicza, TS Wydawnictwo, Poznań 2001, s. 15.

kilku pytaniach i na potwierdzonych przynajmniej w jednym źródle wiedzy, zweryfikowanych, czyli prawdziwych (lub maksymalnie zbliżonych do prawdy) odpowiedziach na nie opiera się rzetelne dziennikarstwo informacyjne.

Jak zatem powstają informacje prasowe? Jeżeli zadając to pytanie mamy na myśli teksty informacyjne, to powyższe rozważania dają rozeznanie przynajmniej co do podstaw czysto warsztatowych. Jeżeli natomiast chodzi nam o to, jak otaczająca nas rzeczywistość, wypełniona materią wypowiedzi, faktów i zapowiadanych zdarzeń, staje się zbiorem informacji, po które sięgają media, to w pierwszej kolejności trzeba przyjrzeć się źródłom, z których owe informacje docierają do mediów. Pogłębioną wiedzę o tym, jak powstają informacje, oferują m.in. autorzy książki *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*¹³.

Dostęp do źródeł wiedzy, zwanych dalej **źródłami informacji**, jest jedną z podstawowych spraw, jeżeli nie najważniejszą kwestią w obrębie dziennikarskiego rzemiosła. Bez dostępu do nich najlepszy nawet dziennikarz śledczy nie jest w stanie działać szybko i skutecznie, a zwłaszcza na wysokim poziomie wiarygodności. Źródła informacji można podzielić, przykładowo, na typowe i wyjątkowe, oficjalne i prywatne, jawne i anonimowe, stale dostępne i okazjonalne, łatwe i trudne, wiarygodne i niewiarygodne, legalne i nielegalne, znaczące i małej wagi.

I tak, rzecznik prasowy komendy miejskiej policji jest zazwyczaj źródłem typowym, oficjalnym, jawnym, stale dostępnym, łatwym, wiarygodnym i legalnym, ale już policjant sekcji kryminalnej KWP czy KPP, który „wynosi” dla dziennikarza informacje (i dokumenty) ważne ze społecznego punktu widzenia (np. dotyczące korupcji w policji), jest źródłem wyjątkowym, anonimowym, okazjonalnym, wiarygodnym i nielegalnym.

Kontrowersyjny polityk, znany ze swojej pazerności, głupoty i chamstwa, zabierający głos w imieniu partii, jest źródłem oficjalnym, jawnym, małej wagi i niewiarygodnym, natomiast powszechnie ceniony członek rządu (minister w randze wicepremiera), jeżeli zabiera głos rzadko i tylko w najważniejszych dla kraju sprawach, jest źródłem jawnym, okazjonalnym, trudnym, wiarygodnym i znaczącym.

W ten sam sposób można poddać ocenie każde inne źródło informacji, z przypadkowym przechodniem, prezesem wielkiej spółki, oficerem służb specjalnych i proboszczem pobliskiej parafii włącznie. Umiejętność dokonania właściwej oceny źródła informacji jest ważna z tego przede wszystkim powodu, że zła, nietrafna ocena informatora może prowadzić do manipulacji, tworzenia faktów prasowych¹⁴, utraty wiarygodności autora tekstu i redakcji, a wreszcie do posługiwania się fałszywkami lub – co jeszcze gorsze – dokumentami objętymi ustawą „O ochronie danych osobowych”, ustawą „O ochronie informacji niejawnych”, ustawą „O ochronie tajemnicy państwowej i tajemnicy służbowej”, za co grozi odpowiedzialność karna.

¹³ Michael Kunczik, Astrid Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2000, rozdz. 4, s. 105–148.

¹⁴ *Uniwersalny słownik...*, op.cit., t. 1, s. 872, zob.: *fakt* i dalej: *fakt prasowy*, cyt.: „to, co zostało podane w mediach, zwłaszcza w prasie i nosi znamiona autentyczności, a w rzeczywistości jest kłamstwem”.

Zanim dziennikarz odda do druku (wyemituje w radiu czy telewizji) jakikolwiek tekst informacyjny, począwszy od zapowiedzi obchodów rocznicy zakładowego koła wędkarskiego, a skończywszy na relacji z wizyty w Polsce prezydenta USA, najpierw musi nastawić się na **zebranie informacji**, bez których ów tekst nie ma szansy zaistnieć. W przypadku zapowiedzi obchodów rocznicy koła wędkarskiego czynność ta może się ograniczyć do pięciominutowej rozmowy telefonicznej z prezesem wędkarzy lub uważnej lektury zaproszenia, które zarząd koła rozesłał do wszystkich redakcji w mieście. W drugim przypadku zbieranie informacji może trwać wiele godzin, nie wyłączając obecności dziennikarza w ambasadzie USA, pobytu w miejscu, gdzie prezydent coś zwiedzał i do kogoś przemawiał, oraz uczestnictwa w oficjalnej konferencji prasowej, którą zwołano z tej właśnie okazji. A i to nie wszystko, bo dziennikarz pracujący nad relacją z wizyty wczytuje się także w materiały przygotowane specjalnie dla mediów przez służby prasowe prezydenta RP i prezydenta USA, a także zagląda, *via* komputer, do stale uaktualnianych serwisów polskich i zachodnich agencji informacyjnych.

Zdobywanie (a później selekcja i uwierzytelnianie) potrzebnych informacji lub po prostu tych, które są do zdobycia, nawet jeżeli przystępując do pracy nie zakładamy ich istnienia, odbywa się na wiele sposobów. Sprawny dziennikarz wykorzystuje do tego celu telefon, radio, telewizję, gazety i dostępne dokumenty, plakaty i ulotki, rzeczników prasowych i dyrektorów placówek budżetowych (szkoły, szpitale, domy kultury, teatry itp.). Temu samemu celowi służy bezpośrednio obserwacja rzeczywistości, rozmowa ze świadkami zdarzeń, uczestnictwo w zdarzeniach, konferencja prasowa, oficjalna rozmowa informacyjna, a także rozmowa w sytuacjach nieoficjalnych (bankiet, przerwa w spektaklu teatralnym, wspólna jazda pociągiem itp.).

Poza tym, ważnym źródłem informacji, które jednak trzeba umieć właściwie zinterpretować¹⁵, są posiedzenia różnych komisji rządowych i samorządowych, sesje rady gminy, rady miasta, rady powiatu, sejmiku wojewódzkiego, obrady Sejmu i Senatu, a także – obok organów ustawodawczych – organy wykonawcze (zarząd gminy, miasta, powiatu, województwa) w osobach wójta, burmistrza, starosty, prezydenta miasta, marszałka województwa, a także wojewody, który na terenie województwa reprezentuje aktualny rząd RP i premiera. W przypadku takich formacji, jak policja, wojsko, straż pożarna, straż graniczna, straż ochrony kolei czy straż leśna, źródłem informacji dla dziennikarza są albo komendanci poszczególnych jednostek, albo ich rzecznicy prasowi.

¹⁵ Bez wiedzy na temat zakresu działań, struktur organizacyjnych, uprawnień i polityki budżetowej interesujących nas podmiotów administracji samorządowej i rządowej nie jest to możliwe. Dlatego zawsze, gdy bywałem jeszcze jako praktykujący dziennikarz na sesjach rady różnych szczebli, najpierw zastanawiała mnie obecność w tych miejscach młodych dziennikarzy zainteresowanych wyłącznie „sensacyjnymi” wątkami obrad, a potem, po lekturze „relacji z sesji” owych żurnalistów ogarniało mnie zdziwienie, że redaktorom naczelnym nie przeszkadzają w tych tekstach: terminologiczny bałagan, niezrozumienie merytorycznej wartości obrad oraz bezradność interpretacyjna w odniesieniu do prawotwórczych działań rady (prawo lokalne) i aktywności poszczególnych radnych.

Sprawny dziennikarz nie zaniedbuje i takich okazji, jak przysłuchiwanie się w miejscach publicznych i sytuacjach półoficjalnych rozmowom osób, które coś mogą wiedzieć lub coś wiedzą, a przy okazji nie ukrywają swoich poglądów. Odbywa się to, oczywiście, bez nagrywania czegokolwiek, a już niedopuszczalne jest nagrywanie rozmówców bez ich wiedzy. Ponadto sprawny dziennikarz utrzymuje na swoim terenie poprawne kontakty z osobami, które mogą być i niekiedy są wiarygodnym oraz pewnym źródłem informacji sprawdzonych, ważnych, a nawet sensacyjnych, gdy w grę wchodzi np. afery finansowe, korupcja, skandale polityczne, przestępczość kryminalna, finansowa i gospodarcza, nieprawidłowości prywatyzacyjne, powiązania biznesu z polityką, protesty związkowców itp.

Przybliżona z grubsza metodologia „obchodzenia się” ze źródłem informacji dotyczy dziennikarzy na wszystkich poziomach podziału administracyjnego kraju, którzy chcą być skuteczni i rzetelni w obrębie własnego pola rażenia, a więc np. w Warszawie (dzienniki i tygodniki ogólnokrajowe), w Poznaniu (dzienniki i tygodniki wojewódzkie), w Kaliszu (dzienniki i tygodniki obejmujące obszar dawnego województwa kaliskiego, czyli kilka powiatów), w Jarocinie (tygodniki powiatowe) czy Kórniku (tygodnik gminny w powiecie poznańskim). Dotyczy ona także dziennikarzy wyspecjalizowanych, czyli zajmujących się np. tylko polityką, gospodarką, rolnictwem, sprawami społecznymi, samorządem lokalnym, kulturą czy sportem.

Dziennikarz świadomy swoich praw i obowiązków, zapoznany z najważniejszymi punktami ustawy „Prawo prasowe”, rozumiejący, na czym polega i z czym się wiąże przestępstwo prasowe, uznający kardynalne zasady etyki dziennikarskiej, a w końcu pragnący sukcesów i uznania, w sytuacjach służbowych i oficjalnych nie powinien rozstawać się z dyktafonem i aparatem fotograficznym (media papierowe), magnetofonem (radiowcy), kamerą cyfrową i notatnikiem (reporterzy telewizyjni). Oczywiście, bez przesady.

Wejście w świat mediów (od znanej stacji telewizyjnej po jedną z kilku lokalnych gazet w mieście powiatowym) zawsze wiąże się z pewnym ryzykiem. Pomijam w tym miejscu rozczarowanie młodego człowieka mało romantyczną, czyli szarą rzeczywistością aktywności redakcyjnej (zwanej niekiedy słusznie – młócką lub bieżączką) i fakt rozminięcia się marzeń zawodowych z tym, o czym faktycznie przychodzi mu pisać, co musi nagrywać z myślą o radiowych czy telewizyjnych potrzebach informacyjnych – bo są to w tym miejscu zagadnienia marginalne, a na pewno drugorzędne.

Rzeczywiste ryzyko podjęcia współpracy z redakcją ma związek nie tyle ze słabą pozycją pracowniczą (np. brak etatu, kiepskie zarobki), bo na to wszyscy są zazwyczaj przygotowani, ile raczej z nieświadomym wchodzeniem w określony układ polityczny, biznesowy, a nawet światopoglądowy. Wyrazicielem tego układu jest najczęściej redaktor naczelny, a niemal zawsze wydawca lub właściciel podmiotu medialnego. Rzecz w tym, że układ ów, nie od razu widoczny dla człowieka z zewnątrz, a nawet mocno zakamuflowany z racji określonych interesów wszystkich stron układu, wcale nie musi odpowiadać kandydatowi na dziennikarza, a nawet może go, wbrew jego woli, „jakoś określać” w kontaktach z otoczeniem, ze znajomymi i własną rodziną, przydając mu nagle nieoczekiwanych „przyjaciół” i niespodziewanych „wrogów”.

Najczęściej dotyczy to sytuacji, gdy młody człowiek, niepokodzony z tym, co w odczuciu społecznym zarzuca się u nas władzy wszystkich szczebli, pchany do przodu idealistyczną wizją rozprawy z wszelkim złem, pragnie patrzeć owej władzy na ręce i tym samym często daje się złapać na lansowane w redakcji hasło – „przywalamy władzy”. Jeżeli nikt go nie ostudzi, jeżeli nikt mu nie wytłumaczy, że swoimi tekstami tak naprawdę niczego nie naprawia, a tylko wykonuje „usługę medialną” dla określonego lobby polityczno-biznesowego, zaczyna popełniać kolejne, niezbyt etyczne uczynki dziennikarskie (za które być może kiedyś będzie musiał się wstydić), nie od razu zyskując świadomość, że został oto zmanipulowany, wykorzystany i potraktowany jak medialne mięso armatnie.

Odwrotnością tej sytuacji jest układ „pozytywny”, gdy redakcja (gazeta, radiostacja, stacja telewizyjna) okazuje się tubą propagandową grupy aktualnie na danym terenie trzymającej władzę, a dziennikarze, zwłaszcza ci młodzi, pełni zapału, ale i nieświadomi swojej roli, piszą i nagrywają głównie materiały prasowe wysoce optymistyczne, naznaczone tezą o wspaniałości i słuszności władzy, na przykład lokalnej. Efekt końcowy może być taki sam, jak w przypadku układu „negatywnego” – świadomość zmanipulowania i wykorzystania.

Przeciwieństwem obu tych sytuacji – co niestety także się zdarza – jest świadome, cyniczne wchodzenie dziennikarza w każdy układ z władzą i szefami redakcji dla oczekiwanych (obiecanych) korzyści lub z powodu braku jakichkolwiek wątpliwości moralnych, nie mówiąc już o pryncypiach wynikających z przyjętych przez środowisko norm etyki dziennikarskiej. Oczywiście, istnieją też sytuacje normalne z etycznego punktu widzenia, epistemologicznie poprawne, gdy dziennikarz raz ujawnia rzeczywiste przewiny władzy, a innym razem pokazuje rzeczywiste sukcesy władzy na terenie jej działania. Problem w tym tylko, że owa normalność nie jest normą w świecie powszechnego wymieszania systemów wartości, nie jest pewnikiem etycznym (paradygmatem) w przestrzeni medialnej, która najczęściej żywi się skutecznością informacyjną i pragmatyzmem¹⁶ politycznym, a w walce o wpływy i pieniądze poświęca niekiedy szczytne ideały oraz prawdę, cokolwiek dzisiaj te pojęcia jeszcze oznaczają w kontekście skuteczności i pragmatyzmu.

Summa summarum – przestępując próg redakcji i siadając do napisania zleconego nam tekstu, np. interwencyjnego, z wydźwiękiem perswazyjnym w rodzaju – wójt, burmistrz, prezydent miasta, starosta jest świetnym fachowcem lub niekompetentnym figurantem, nie możemy zachowywać się jak dziecko we mgle.

Zanim to nastąpi, dobrze jest wiedzieć (a przynajmniej wypada z grubsza się orientować), w jakiej gazecie (radiu, telewizji) podjąłem (podjęłam) pracę, czyli, w jakim układzie politycznym i finansowym znajduje się wydawca, redaktor naczelny, prezes spółki, firma; czego się ode mnie wymaga i oczekuje, kto (jaka grupa społeczna) ma być odbiorcą moich tekstów; w co wchodzę (politycznie, światopoglądowo)

¹⁶ *Uniwersalny słownik...*, op.cit., t. 3, s. 531, *pragmatyzm*, zn. 1: „postawa polegająca na realistycznej ocenie rzeczywistości, liczeniu się z konkretnymi możliwościami i podejmowaniu jedynie takich działań, które gwarantują skuteczność”.

i przeciwko komu (lub dla kogo) będę lub mogę być wykorzystywany; czym prasa samorządowa¹⁷ różni się od całej reszty gazet partyjnych, opiniotwórczych, prywatnych, związkowych, środowiskowych, światopoglądowych, niszowych, tygodników lokalnych itp.; a w końcu czym różnią się między sobą (w sensie zawartości i adresata, stosunku do opisywanej rzeczywistości i poziomu uzależnienia od miejscowej władzy) – gazeta lokalna, regionalna, wojewódzka, ogólnokrajowa.

Analizując te zagadnienia, kierujemy się rozsądkiem, trzeźwym oglądem sytuacji, a nie spiskową teorią dziejów.

Młodzi ludzie debiutujący w roli przedstawicieli „czwartej władzy” nie zawsze zdają sobie sprawę z faktu, że dziennikarz, nawet początkujący, szukając źródeł informacji, nie może zachowywać się w redakcji (a zwłaszcza poza redakcją) jak osoba licząca wyłącznie na intuicję, wrodzony talent i urok osobisty. Zakładam, że każdy debiutant prędzej czy później trafia w obce sobie środowisko, że – w pogoni za tematem – pojawia się w mieście lub miasteczku, które widzi pierwszy raz, że podejmuje pracę w powiatowym tygodniku, w którym pisać trzeba o wszystkim, co niesie życie lokalnej społeczności. Taki skok na głęboką wodę jest świetną szkołą rzemiosła, ale żeby uniknąć niepotrzebnej straty czasu oraz ewentualnej kompromitacji, z czym wiąże się konieczność pisania sprostowań (a tego nie lubi żadna redakcja), warto pamiętać o paru zasadach poruszania się po dziennikarskiej *terra incognita*.

Trzeba zatem wiedzieć, gdzie się znajduje – nie zapominam zapytać przy pierwszej okazji, jak brzmi prawidłowa nazwa miasta, wsi, powiatu, gminy, jak się ją zapisuje i jak odmienia. To samo dotyczy nazw instytucji, klubów sportowych, zespołów artystycznych i podmiotów gospodarczych oraz imion i nazwisk, terminów specjalistycznych i obcojęzycznego słownictwa fachowego, dla którego nie istnieją polskie odpowiedniki. Dobrze jest wiedzieć, jak wygląda i jakie poglądy prezentuje na swoich łamach prasa lokalna, jeżeli takowa istnieje, włącznie z gazetą, w której podjąłem działalność informacyjną. Dobrze jest mieć przy sobie plan interesującego nas miasta. Warto zaznaczyć na nim najważniejsze urzędy, instytucje, placówki kulturalne i oświatowe, szpital, komendę policji i straży pożarnej, siedzibę straży miejskiej, biuro poselskie i biura działających na tym terenie partii politycznych.

Dziennikarz ponadto dokładnie rozpoznaje samorządowy układ polityczny w radzie i zarządzie gminy, miasta, powiatu, województwa, nie dla przyjemności, ale po to, by zrozumieć reguły gier personalnych, zasady rozdawnictwa stanowisk i co bardziej eksponowanych miejsc pracy. Przy okazji, jeżeli nie wie niczego o polityce,

¹⁷ Tu wyjaśnienie: pod pojęciem „prasa samorządowa” rozumiem (niekiedy bezpłatne) tygodniki, dwutygodniki, miesięczniki finansowane z samorządowego budżetu gminy, miasta, powiatu, województwa, będące w „opozycji” do prasy niezależnej, prywatnej, redagowane przez osoby zatrudnione w urzędzie gminy, miasta, w starostwie lub urzędzie marszałkowskim. Nadzór polityczny nad zespołem redakcyjnym sprawuje oczywiście wójt, burmistrz, marszałek itp. To on jest szefem i pracodawcą. W wyniku takiego układu zawartość prasy samorządowej sprowadza się zazwyczaj do wybiórczo serwowanych informacji, sprawozdań z działalności samorządu, publikacji ogłoszeń o przetargach i komunikatów oraz zamieszczania na łamach tego wszystkiego, co jest miłe sercu i oku szefa. O krytycznym podejściu do działań szefa na łamach prasy samorządowej można zapomnieć.

a na dodatek nie rozróżnia rady od zarządu – wówczas zwyczajnie dowiaduje się (od swoich rozmówców lub doświadczonych kolegów), czym jest i jak działa rada gminy, miasta, powiatu, województwa oraz czym ta rada różni się od zarządu gminy, miasta, powiatu, województwa, na którego czele stoi wójt, burmistrz (prezydent), starosta, marszałek. Od wiedzy w tym zakresie zależy wiele, a niekiedy wszystko, aby drogi i bezdroża informacji prasowej nie stały się drogą na manowce.

Skoro zabrnęliśmy tak daleko i głęboko, to trzeba już wiedzieć, skąd się biorą radni, jakie mają uprawnienia, jaką rolę w samorządzie pełni przewodniczący rady i co łączy go – w ramach ustawy o samorządzie lokalnym – z wójtem, burmistrzem, starostą itp. Skoro już pytamy, jak powstają informacje, to dobrze jest pamiętać, że właśnie samorząd lokalny z kilku różnych powodów bywa nieustającym źródłem informacji i tematów problemowych, które dziennikarz draży z myślą nie o swoich osobistych „porachunkach” z władzą, ale w interesie lokalnej społeczności¹⁸.

Listę spraw i rzeczy, w których dziennikarz powinien się orientować, można rozciągać niemal w nieskończoność, zwłaszcza gdyby dotyczyło to potencjalnych korespondentów zagranicznych. Myślę jednak, że tym, którzy w najbliższym czasie pozostaną w kraju, przyda się wiedza z zakresu kompetencji wojewody i marszałka województwa, starosty i wójta (lub burmistrza), a także wiedza o zasadach tworzenia prawa ogólnego i lokalnego, o różnicy między ustawą a uchwałą. Trzeba też wiedzieć, skąd się one biorą i jak wchodzą w życie? Osobną kwestią (i źródłem wielu tematów dla mediów) jest budżet – ten centralny i ten samorządowy. Dlatego trzeba wiedzieć, co to takiego, skąd się bierze, jak powstaje i jak działa w praktyce? A skoro budżet, to i deficyt budżetowy – jak powstaje, skąd się bierze, jaki z nim związek, np. na poziomie samorządu, mają wydatki inwestycyjne, obligacje komunalne, dotacje unijne?

Jest bardzo dobrze, gdy dziennikarz potrafi zdiagnozować, nazwać, zinterpretować, a z czasem także skomentować to, co dzieje się wokół niego. Żeby jednak osiągnąć ten stan zrozumienia, trzeba przyswoić wiedzę z zakresu zjawisk i problemów, którymi na co dzień, w życiu prywatnym, nikt z nas zazwyczaj się nie zajmuje. Z tego też powodu dziennikarz powinien na przykład wiedzieć, co to są organizacje pozarządowe, fundacje, stowarzyszenia; co to jest i jak się kształtuje życie polityczne kraju (Sejm, Senat, Trybunał Konstytucyjny, premier, rząd, koalicja, opozycja, prezydent); czym są, czym się różnią między sobą, kogo popierają i jaki mają elektorat główne partie i związki zawodowe.

¹⁸ Dziennikarz musi pamiętać o tym, że zbiera informacje i przetwarza je nie dla siebie, nie dla własnej wyłącznie satysfakcji, ale dla czytelnika, słuchacza, telewidza lub z myślą o całej społeczności, do której trafiają jego teksty. Kto o tym zapomina, ten zaczyna kręcić się wokół kilku interesujących go osób czy też tylko wokół znanych mu tematów (problemów) i albo szybko bankrutuje (jeżeli jest właścicielem gazety, radiostacji), albo szybko się wypala i odchodzi z branży. W profesjonalnym dziennikarstwie informacyjnym, które obejmuje 70 procent wszystkich działań dziennikarskich, nie ma miejsca na przebieranie, kapryśnienie, robienie czegokolwiek pod określoną tezę czy określone gusta małego kręgu odbiorców. Nie odnosi się to do półamatorskich wydawnictw niszowych, które nie są zainteresowane wielkością nakładu, wielkością sprzedaży oraz pozyskiwaniem reklam i płatnych ogłoszeń.

Z tego samego powodu przydaje się dziennikarzowi podstawowa wiedza z zakresu polityki (rozumianej teoretycznie i praktycznie), ekonomii (gospodarka, finanse, podatki, giełda, eksport, import), polityki monetarnej, kultury, sportu, ekologii (lokalnej i globalnej). Nie zaszkodzi rozumieć i umieć odróżnić oraz nazwać podstawowe mechanizmy i struktury społeczne, polityczne, gospodarcze, finansowe kraju, województwa, powiatu, gminy. Na koniec dobrze jest przyswoić sobie podstawową wiedzę w zakresie takich pojęć, jak bezrobocie, szara strefa, praca na czarno, przemysł, prywatyzacja, kapitał zagraniczny, handel, skarb państwa, własność państwowa, spółdzielcza, prywatna i komunalna, rolnictwo, dywersyfikacja źródeł energii, NATO i UE, globalizacja, ruchy alter- i antyglobalizacyjne, fundamentalizm, Kościół, konkordat, sekty, mniejszości etniczne, uchodźcy polityczni itp., itd.

Nikt nie wie wszystkiego i wiedzieć nie będzie, ale wiedza ogólna, szeroka, choćby nawet hasłowa, obejmująca jednak wiele obszarów i dziedzin, gromadzona przez lata praktyki zawodowej, sprawia, że z czasem dziennikarz początkujący staje się dziennikarzem doświadczonym i kompetentnym. Ma on nie tylko rozległe horyzonty i własną specjalność redakcyjną (np. polityka, gospodarka, sprawy społeczne, samorząd, kultura, nauka, sport), ale także dodatkowy atut w postaci pogłębionej znajomości dwóch lub trzech wycinków rzeczywistości (np. turystyka, astronomia, Indianie Ameryki Północnej, motoryzacja, muzyka folkowa, medycyna, astronomia, kulinaria, historia i kultura Rosji, terroryzm, religie świata, nowe techniki wojskowe, literatura, językoznawstwo, wędkarstwo, islam, kraje Dalekiego Wschodu, archeologia, informatyka, żeglarstwo, moda, subkultury młodzieżowe, muzykologia), co czyni zeń osobę solidnie osadzoną w strukturach każdej redakcji, a także cenioną przez przełożonych.

Doświadczony dziennikarz to ktoś, kto, jeżeli czegoś nie wie, to na pewno wie, gdzie tego szukać i jak dotrzeć do potrzebnej informacji, kto ciągle się rozwija, aby nadążyć za stale zmieniającym się światem. A media, skoro już podjęły próbę opisywania świata dzień po dniu, a nawet godzina po godzinie, chyba nie mają innego wyjścia, jak tylko stawiać na tych, którzy albo wiedzą i rozumieją, co się wokół nich dzieje, albo szybko się uczą i chcą to zrozumieć.

*

Dziennikarze i redakcje gazet codziennych (i tygodników lokalnych) oraz działy serwisów stacji radiowych i telewizyjnych sporo uwagi poświęcają krótkim, tematycznie atrakcyjnym tekstom informacyjnym, zwanym powszechnie newsami (pierwotnie nazwa ta wiązana była wyłącznie z telewizją i modelem *gatekeepingu*¹⁹). To właśnie newsy sprawiają, że wzrasta poczytność i wiarygodność gazety, a także słuchalność

¹⁹ Zbigniew Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, op.cit., s. 154, cyt.: „W 1965 roku Duńczycy J. Galtung i M. Ruge sformułowali model *gatekeepingu*, który umożliwia właściwe, to znaczy skuteczne konstruowanie serii *newsów* w serwisach. Mimo że koncepcja ta stała się obiektem licznych polemik, nadal zachowała swoją aktualność i z różnymi modyfikacjami jest stosowana przez *gatekeeperów* na całym świecie”.

radia i oglądalność programu telewizyjnego, że czytelnik nie musi zbyt długo skupiać się na lekturze, aby dowiedzieć się czegoś ważnego, ciekawego lub szokującego, że autor kolejnych newsów wyrasta w zespole, jeżeli nie na gwiazdę, to z całą pewnością na lokalny autorytet. Rzecz tylko w tym, że nie wszystkie zdarzenia naszej codzienności mogą być zaczątkiem pełnowartościowego newsa.

I tak, na przykład, nie jest nim fakt, że pani Zosia zrobiła na drutach wełniany sweterek dla swojego jamnika, ale jeśli ta sama pani Zosia, z tej samej wełny, zrobi ręcznie odzienie dla marznącego zimą słonia mieszkającego w poznańskim ZOO, to mamy newsa-ciekawostkę. Inny przykład: jeżeli burmistrz któregośkolwiek z miast powiatowych województwa wielkopolskiego przez cztery lata urzędowania nigdy nie spóźni się do pracy i nie opuści (np. z powodu choroby) ani jednego dnia roboczego, to może być to najwyżej ciekawostka dla lokalnego tygodnika. Ale jeśli ten sam burmistrz tylko jeden raz w ciągu tych samych czterech lat przyjedzie do pracy na wielbłądzie, w dodatku mając na sobie koszulę nocną oraz królewską koronę, i tak „ubrany” będzie urzędował, chodził po mieście, a także przyjmie „w tym stanie” wojewodę wielkopolskiego, to news informujący o tym, co najmniej budzącym zdziwienie zdarzeniu, trafi z pewnością do gazet ogólnopolskich.

Autorzy podręczników dziennikarstwa²⁰ zazwyczaj przytaczają znaną w świecie od połowy lat 60. XX wieku receptę na dobry serwis informacyjny składający się z samych newsów. Zamieszczone w niej wskazówki z powodzeniem można odnieść dzisiaj do pojedynczych tekstów prasowych. Wygląda bowiem na to, że ich wartość informacyjna, według obecnie stosowanych kryteriów „newsowości”, wzrasta tym bardziej, im znajdują się one w swej warstwie faktograficznej bliżej poszczególnych punktów wspomnianej recepty.

Tak więc – idąc tropem J. Galtunga i M.H. Ruge²¹ – spróbujmy zestawić listę cech zdarzeń, które to cechy sprawiają, że owe zdarzenia nadają się na tematy informacji dobrych, pierwszoplanowych, przykuwających uwagę odbiorcy, jednym słowem – newsów.

Wydarzenia zatem, aby przy gazecie, radioodbiorniku lub telewizorze mogły zatrzymać na chwilę chociaż pojedynczego (a tym bardziej masowego) odbiorcę, powinny być:

- wyjątkowo wielkie lub gwałtownie nasilające się;
- krótkotrwałe;
- zachodzące pomiędzy kolejnymi wydaniem gazety, audycji informacyjnej w radiu lub telewizji;
- jednoznaczne, niewzbudzające wątpliwości przy ocenie;
- znaczące, ważne dla odbiorcy;
- zgodne z przewidywaniami (przewidywane lub pożądane);
- nagłe i niespodziewane;

²⁰ Zob.: Janina Fras, *Dziennikarski...*, op.cit., s. 78; *Dziennikarstwo i świat...*, op.cit., s. 154.

²¹ Michael Kunczik, Astrid Zipfel, *Wprowadzenie do nauki...*, op.cit., s. 119–121.

- powtarzalne (podobne do znanych odbiorcy z przeszłości);
- kontrastujące w zestawieniu (zwłaszcza radio, telewizja) z wiadomością poprzednią i następną;
- dotyczące państw ważnych politycznie lub państw interesujących z jakiegokolwiek innego powodu;
- dotyczące elit społecznych, politycznych, sportowych, artystycznych, finansowych;
- spersonalizowane (ze wskazaniem na osobę sprawcy, animatora, ofiary);
- negatywne, szokujące (a więc pobudzające uwagę odbiorcy) lub bardzo pozytywne (poprawiające nastrój odbiorcy).

Natomiast z dzisiejszej już perspektywy początku XXI w. wydarzenia, aby mogły zaowocować newsem, powinny ponadto:

- zawierać niebanalną ciekawostkę lub obrazoburczą anegdotę;
- mieć związek z niezwykłymi lub niewyjaśnionymi faktami przyrodniczymi, kosmicznymi, naukowymi, artystycznymi, sportowymi, kryminalnymi;
- odnosić się do różnego typu globalnych zagrożeń lub jednostkowych przypadków, np. „cudownego” ozdrowienia;
- dotyczyć sukcesów współczesnej medycyny lub porażek inżynierii genetycznej;
- być odbiciem niepokojów i lęków bogatego Zachodu, w rodzaju: islamski terroryzm, zderzenie cywilizacji, nowe choroby, przebudzenie biednego Południa;
- nieść nadzieję na świetlaną przyszłość człowieka lub wieszczyć zagładę gatunku ludzkiego;
- ukazywać negatywną lub pozytywną wersję tego, co zwykle się uważa za symbol porządku, szlachetności, uczciwości, świętości, wierności określonym ideałom;
- przywoływać niepoprawne politycznie treści (w zależności od rodzaju nadawcy czy redakcji) w wersji *soft* lub *hard*;
- ukazywać przykłady zagrożenia populizmem politycznym lub indywidualne, nieprzeciętne osiągnięcia i sukcesy oparte na szlachetności, bezinteresowności i harcie ducha;
- zbliżać się do tego, co zwykliśmy uważać za bohaterstwo lub skandaliczną niegodziwość;
- pocieszać lub przerażać;
- i w końcu, w duchu postmodernistycznie²² pojmowanej rzeczywistości, zawartość tych zdarzeń powinna być zdecydowanie *trendy* lub zdecydowanie *passé*.

²² Postmodernizm (ponowoczesność)? Zob.: *Słownik pojęć współczesnych*, op.cit., s. 461; *Encyklopedia filozofii*, pod red. Teda Hondericha, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań 1999, t. II, s. 711; *Uniwersalny słownik języka polskiego*, op.cit., t. 3, s. 423; *Wielka encyklopedia PWN*, op.cit., t. 22, s. 129–131; *Słownik społeczny*, pod red. Bogdana Szlachty, Wyd. WAM, Kraków 2004, s. 935–941; *Słownik pojęć i tekstów kultury*, pod red. Ewy Szczęsnej, WSiP, Warszawa 2002, s. 222, cyt.: „Zespół tendencji w literaturze i sztuce, w okresie następującym po latach sześćdziesiątych XX w.; kontynuacja, a zarazem przekroczenie

Wszystko to wygląda, jak wygląda, najprawdopodobniej nie tylko dlatego, że media cynicznie „wkręcają” odbiorcom taki właśnie, ekstremalny obraz świata wyłącznie dla zysku. Wiele wskazuje, iż dzieje się tak w dużej mierze i z tego powodu, że zapotrzebowanie społeczne na szybką informację, a w szczególności na newsy (niby-opisujące niby-świat) dawno już przekroczyło barierę dobrego smaku, norm obyczajowych, zakazów religijnych i kulturowego tabu. Po prostu, w zglobalizowanym i cywilizacyjnie przemieszonym McŚwiecie docelowym odbiorcą medialnego *fast foodu* już dawno przestała być elita i klasa średnia (w najlepszym znaczeniu tego słowa), a pałeczkę konsumencką przejęły masy (bez negatywnej konotacji pojęcia), które oglądają, odczytują i starają się zrozumieć dany im świat „po swojemu”, zazwyczaj nie przyjmując pouczeń tych, którzy wiedzą lepiej, rozumieją więcej i znają właściwe odpowiedzi na właściwe pytania.

Ci zaś, którzy wiedzą lepiej, rozumieją więcej i znają właściwe odpowiedzi na właściwe pytania, aby istnieć w przestrzeni medialnej, aby z niej nie wypaść w rejony bezużyteczności (jeżeli jest to dla nich ważne, np. z powodów poznawczych, towarzyskich, zawodowych czy finansowych), nie mogą przekraczać w kontaktach z mediami (a co za tym idzie – z odbiorcą masowym) poziomu newsa, ciekawostki, anegdota, zabawnej przestrogi, niby-naukowego pouczenia, bez względu na wagę sprawy, rangę słów i jakość źródła informacji. Wszystko inne, jeżeli nie jest rzeczywistą inwazją kosmitów lub kosmicznie wielką kumulacją wygranej w grze liczbowej, przechodzi w rejony, gdzie media masowe z własnej woli nie bywają.

*

Gatunki dziennikarskie zwykło się dzielić na informacyjne (np. sygnał, wzmianka, notatka, zapowiedź, sprawozdanie, relacja, streszczenie, kronika wydarzeń, przegląd prasy, sylwetka, życiorys, reportaż, wywiad) i publicystyczne (np. artykuł wstępny, artykuł problemowy, polemika, komentarz, felieton, analiza, dyskusja redakcyjna, wspomnienie, nekrolog). Moim zdaniem można mówić także o dziennikarskich niby-gatunkach lub gatunkach hybrydowych, ale tę kwestię, ze względu na jej rozmiar i różnorodność, należy omówić przy innej okazji. W każdym razie Zbigniew Bauer²³ dwa podstawowe podsystemy charakteryzuje następująco:

Prasowe **gatunki informacyjne** pełnią przede wszystkim funkcje powiadamiania: reguły konstruowania wypowiedzi określone przez konwencję gatunkową pozwalają tekstom przekazywać wiadomość w sposób najbardziej zwarty, rzeczowy, możliwie najbliższy faktom, zjawiskom czy zdarzeniom.

i przewartościowanie modernizmu. Postmodernizm wyrasta z przeświadczenia o «wyczerpaniu» kultury i fundamentalnych wizji świata, pretendujących do obiektywizmu. Wszystkie istniejące koncepcje rzeczywistości traktuje jako dyskursy – jednakowo konwencjonalne i dopuszczalne opisy świata. Znosi podziały między sztuką «wysoką» i «niską» oraz rezygnuje z kryterium oryginalności jako głównego miernika wartości dzieła sztuki. W oczach postmodernistów kultura jest niejako magazynem dostępnych motywów i ujęć. Postmodernizm postuluje daleko posunięty dystans w stosunku do kultury, przy jednoczesnym uznaniu faktu, że wyznacza ona jedyną prawdziwą i dostępną dla poznania sferę ludzkiego istnienia. Jako nurt intelektualny postmodernizm pojawił się w Stanach Zjednoczonych i w Europie Zachodniej dzięki takim pisarzom i myślicielom, jak J. Derrida, M. Foucault, R. Rorty, J. Baudrillard”.

²³ *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat...*, op.cit., s. 150.

Gatunki publicystyczne z kolei podporządkowane są funkcji interpretacyjnej i perswazyjnej: służą wyjaśnianiu rzeczywistości, jej ocenie i naświetleniu. Można powiedzieć – nieco upraszczając – że gatunki informacyjne dają możliwość rozszerzenia wiedzy odbiorcy o świecie, publicystyka zaś pogłębia tę wiedzę, pozwala wywoływać intelektualne i emocjonalne reakcje na przedstawione fakty.

Na zakończenie rozważań o tym, skąd się biorą i jak powstają informacje, proponuję kilka zdań w kwestii ważnej z dwóch powodów. Pierwszy to umiejętności warsztatowe, czyli podstawy rzemiosła dziennikarskiego, a drugi ma związek z zasadą etyki dziennikarskiej, odnoszącej się z dezaprobatą do prób manipulowania zawartością tekstu informacyjnego. Chodzi o kwestię przestrzeganą w szanujących się redakcjach, a lekceważoną w redakcjach pomniejszego sortu – rozdzielenie informacji i komentarza, czyli „zakaz” mieszania warstwy zdarzeń, faktów i zjawisk (obiektywizm informacyjny) z osobistymi (subiektywnymi) poglądami czy odczuciami autora tekstu. Zbigniew Bauer²⁴ odnosi się do tej kwestii następująco:

Gatunki informacyjne nie zakładają indywidualizacji **ja** autora wypowiedzi; na ogół wszystkie niewielkie rozmiarami teksty informacyjne są albo anonimowe, albo sygnowane kryptonimami lub symbolem agencji, która ów tekst nadała. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na zagadnienie tzw. obiektywizmu informacji. Spotyka się, bowiem, opinię, iż informacja prasowa powinna być obiektywna, tzn. pozbawiona elementów wartościowania i śladów osobistego stosunku dziennikarza do przedstawianych faktów. Wydaje się, że tzw. **czysta informacja to jedynie swoista konstrukcja teoretyczna**, niemożliwa do zrealizowania w aktach komunikacji językowej. Informując kogoś o jakimś zdarzeniu zawsze, nawet mimo woli, dokonujemy selekcji drobnych elementów składających się na zdarzenie, wybierając te, które naszym zdaniem były najistotniejsze. Do czystego obiektywizmu można jedynie dążyć, kontrolując i ograniczając udział pierwiastka subiektywnego w tekstach informacyjnych, niemniej zawsze pierwiastek ów, silniej lub słabiej zaznaczony, istnieje. Dlatego „obiektywizm” informacji prasowej jest głównie problemem warsztatowym. Chodzi o to, by odbiorcy **odnosili wrażenie**, że mają do czynienia z tekstami absolutnie bezstronnymi.

A upraszczając sprawę, dodam tylko, że chodzi o to, aby dziennikarz – z powodu nieświadomości braków w podstawach rzemiosła lub też w pełni świadom swoich uczynków – nie stwarzał precedensów „komunikacyjnych” mających znamiona manipulacji. Odbiorca tekstu informacyjnego nie może być stawiany w sytuacji, że oto nie wiadomo, gdzie kończy się obiektywna relacja, a zaczyna autorski komentarz, co jest beznamytnym opisem faktów, a co zafałszowaną przez osobiste uwagi wersją zdarzeń.

Ten stan rzeczy świetnie oddaje swoisty „dekalog manipulatora”, zestawiony przez Barbarę Sułek-Kowalską²⁵ w podręczniku dla studentów dziennikarstwa na zakończenie rozważań o krótkich tekstach informacyjnych. Autorka mówi między innymi:

Po tych wszystkich receptach, ostrzeżeniach, radach i uwagach nadszedł wreszcie moment, abyśmy porozmawiali o manipulacji. I doprawdy nie chodzi mi o to, aby cię nawoływać do uczciwości. To się rozumie samo przez się. Ale na zakończenie chcę ci pokazać, jak niektóre błędy warsztatowe mogą prowadzić do tego, że czytelnik posądzi cię o manipulację. Bo nie przyjdzie mu do głowy, że to błąd warsztatowy nieopierzonego orła.

²⁴ Tamże, s. 152.

²⁵ Barbara Sułek-Kowalska, *Krótko i treściwie*, [w:] *O warsztacie dziennikarskim*, op.cit., s. 40–41.

I dalej wymienia najpoważniejsze błędy, których efekty mogą być odebrane jako manipulacja właśnie:

1. Niepełne informowanie – z różnych zresztą przyczyn, wśród których brak czasu i lenistwo nie są wcale na ostatnim miejscu. Niestety, także tchórzostwo i non-szalancja w podejściu do tematu;
2. Podawanie nieistotnej sieczki informacyjnej, która przesłania fakty (lub ich brak);
3. Brak proporcji w informacji: jedne się wyolbrzymia, inne minimalizuje;
4. Tendencyjny dobór faktów ilustrujący z góry przyjętą tezę;
5. Nadmierny „encyklopedyzm” w tekstach, w których szczególnie ważne jest przesłanie (definicje są potrzebne, ale nie w nadmiarze);
6. Pokusa wystawiania szybkich ocen (np. *ta niefortunna decyzja*), które, po przedstawieniu faktów, należy raczej zostawić czytelnikowi, słuchaczowi, telewidzowi;
7. Nieuzasadniona generalizacja (np. *tłumy rozzuchwalonej młodzieży*), nadużywanie przymiotników oceniających, sugerowanie ocen;
8. Stosowanie nieuprawnionych porównań (np. o przedsiębiorcy, który zwolnił pracownika – *jest zwyczajnym krwiopijcą*);
9. Powoływanie się na pseudoautorytety;
10. Ucieczka w liczby, a zwłaszcza w pieniądze – sprowadzenie wszystkiego do kosztów świadczy niestety o nieznajomości rzeczy.

Zamykając swój „dekalog manipulatora”, autorka dodaje na koniec:

Zapytasz może: czy to wszystko naprawdę na mnie czyha? Czy ja muszę robić takie błędy? Nie tylko nie musisz, ale nawet nie powinieneś. Jednak nie możesz o nich nie wiedzieć. Przed błędami uchroni cię zarówno praktyka, jak i wiedza o wszystkim, co cię otacza. Dziennikarz nie może nie wiedzieć. Musi czytać, pytać i analizować. Profesjonalizm to wiedza i umiejętności warsztatowe połączone z etyką zawodową nierozzerwalnym splotem. Dlatego nie zwalnij siebie z samodzielnego myślenia tylko dlatego, że jesteś młody i szef ci kazał. Bądź więcej niż rzetelny.

Nic dodać, nic ująć!

Ta konstatacja nie kończy jednak, nie zamyka problemu, co do którego pozwoliłem sobie na określenie „drogi i bezdroża informacji prasowej”. O ile bowiem w tym tekście uwidoczniły się „drogi” jako teza o poprawności i skuteczności warsztatowej, o tyle „bezdroża” stanowią drugą, domyślną warstwę moich przemyśleń, będących swoistą antytezą, która odnosi się do świata mediów jako takich, do komunikowania masowego jako takiego. Chodzi o media i komunikowanie masowe zanurzone w otaczającej nas ponowoczesności. Ta zglobalizowana ponowoczesność, którą od lat bada i opisuje w swoich książkach Zygmunt Bauman, ma własną wizję aktu komunikowania w obrębie podmiotów medialnych, zwłaszcza w obrębie mediów elektronicznych. Wiele w niej informacyjnych pozorów, półprawd i odwróconych wartości. W szkicu Jakuba Momro, który pisze o zmarłym niedawno Jeanie Baudrillardzie²⁶, można przeczytać:

²⁶ Jakub Momro, *Filozofia jako sztuka uwodzenia*, „Tygodnik Powszechny”, nr 11, 18 marca 2007, s. 12.

W ponowoczesności panuje karykaturalna metafizyka klonujących się w medialnym przekazie pustych, pozbawionych znaczenia informacji, odsyłających wciąż do tej samej przestrzeni cyrkulujących pozorów.

William Merrin, z kolei, komentując dla prasy polskiej medioznawcze poglądy Jeana Baudrillarda²⁷, pisze:

Baudrillard zauważył, że informacja podlega tym samym prawom, co inne dobra wytwarzane w kapitalistycznej gospodarce. To, co nazywał produkcją rzeczywistości, prowadzi do jej nadwyżki. W pewnym momencie przeczytanie i przemyślenie wszystkich ważnych informacji staje się już niemożliwe, tak samo jak podjęcie decyzji, które z tych informacji są najważniejsze. (...) Rozwinięte społeczeństwa wykazują rosnący apetyt doznań. Wszyscy chcą czegoś prawdziwego. Stąd zainteresowanie, z jakim spotykają się telewizyjne i internetowe zapisy śmierci, seksu, narodzin. Ta mania rzeczywistości maskuje fakt, że prawdziwych dramatycznych doznań mamy coraz mniej. Żyjemy w świecie wielokrotnie powielanych, pustych obrazów. (...) Baudrillard przekonuje (...), że głównym skutkiem działania mediów elektronicznych jest zastąpienie symboliki semiotyką, przekształcenie rzeczywistego charakteru przekazywanego wydarzenia w znak, który zestawia się z innymi znakami w abstrakcyjnym wymiarze telewizyjnej audycji. Media elektroniczne są zatem jednym z głównych producentów znaków, a nie – jak twierdził McLuhan – narzędziem umożliwiającym bezpośredni, rozszerzony i prawdziwy udział w świecie. (...) Idee Baudrillarda stanowią jedną z najbardziej radykalnych analiz współczesnych mediów elektronicznych i same stały się przez to przedmiotem krytyki.

Odnoszę wrażenie, że zacytowane fragmenty przemysłu badaczy ponowoczesności są dobrym powodem, aby przy nadarzającej się okazji raz jeszcze spojrzeć – z innej nieco perspektywy – na świat mediów, który poniekąd jest (chce być?) kreatorem, rezerwuarem i dystrybutorem informacji.

²⁷ William Merrin *Krytyk semiotycznej niewoli*, „Europa”, dodatek do gazety codziennej „Dziennik”, nr 153, 10. 03. 2007, s. 8–9.