

Dziennikarze w Polsce na przełomie wieków

*Yonder sits the Fourth Estate, and they are
more important than them all.*

[Tam zasiada czwarty stan, daleko ważniejszy,
aniżeli wszystkie pozostałe]¹.

Choć wielu sądzi i pisze, że dziennikarstwo jako zawód narodziło się w początkach wieku XIX, to przecież jest to profesja mająca korzenie w starożytności. Cokolwiek byśmy myśleli na temat „Acta Diurna” (stworzonych wolą Cezara w 59 r. p.n.e.), to właśnie z tą gazetą (w formie niepodobnej do dzisiejszych, ale w treści – owszem) wiążą się pojęcia, które pokazują, że początków tej profesji należy szukać właśnie wtedy. To bowiem w stolicy Imperium Romanum narodziли się pierwsi reporterzy (*operarii*). Od łacińskich słów *diurnalis* (dziennikowy) i *diurnus* (dzienny), wywodzących się od słowa *dies* (dzień), pochodzą późniejsze włoskie określenia *giornale* (dziennik) i *giornalisti* (dziennikarze). Z łaciny – od słowa *reporto* (odnoszę, donoszę) pochodzi też reportaż (i reporter), bowiem – jak pisał w *Karafce La Fontaine’a* Melchior Wańkowicz *reporto* znaczy „Odnosić jakieś zdarzenie do świadomości ludzi, którzy tego zdarzenia nie widzieli”².

Długa historia zawodu nie oznacza jednak, że w historii tej są sprawy i rzeczy tylko przyjemne. Już w starożytności dziennikarze nie byli postrzegani jako ludzie bez skazy, o czym świadczy pewna sentencja: „*Sunt aliqui diurnari probi ut sunt aliqui homines probi in re publica exercitati. Postquam empti sunt, empti manent*” („Istnieją uczciwi dziennikarze, tak jak istnieją uczciwi politycy. Raz przekupieni, zostają przekupnymi”)³. Nie osładza tej opinii to, że stawia się dziennikarzy w jednym szeregu z osobami pełniącymi służbę publiczną (politykami). Gorzej, że także

¹ Edmund Burke, filozof i polityk irlandzki, zwracając się w stronę galerii dla prasy w brytyjskiej Izbie Gmin; lata 80. XVIII w.

² M. Wańkowicz, *Karafka La Fontaine’a*, t. 1, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1972.

³ Z. Bajka, *Historia mediów*, ABC Media, Kraków 2008.

dzisiaj opinie o dziennikarzach są często nie najlepsze, a czasem bardzo złe. Kazimierz Kutz uważa, że „nieskurwionych dziennikarzy w każdym mieście można policzyć na palcach jednej ręki”⁴. Tadeusz Kononiuk (Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego) nazwał redaktorów „pieskami cyrkowymi, które wykonują sztuczki, jeszcze zanim właściciel trzaśnie batem”⁵, Edward Redliński w powieści *Transformejszen*⁶ opisał dziennikarza z Warszawy jako tępego łowcę sensacji, a odchodząca z funkcji prezesa SDP Krystyna Mokrosińska przyznała w jednym z wywiadów, że „Ześwinianie się ludzi w dziennikarstwie, jak w każdym innym zawodzie, widać gołym okiem”⁷. Do tych opinii i ich przyczyn jeszcze wrócę.

Każdy może być dziennikarzem?

W początkach prasy drukowanej dziennikarzami byli wydawcy i księgarze, nierzadko też byli to literaci. W Polsce – częściej niż w innych krajach Europy – wydawcami gazet i dziennikarzami były osoby duchowne. Tak naprawdę – jako wyraźniej zaznaczona grupa zawodowa – dziennikarze pojawili się od lat 30. XIX w. wraz z powstaniem i rozwojem prasy masowej I generacji.

Z czasem zawód ten ulegał istotnej ewolucji, ciągle jednak sięgając po pióra z innych środowisk (pisarzy, uczonych, fachowców z różnych dziedzin), przechodząc od realizacji pierwotnych zadań (zbieranie i publikowanie informacji) do pełnienia kolejnych – edukowania, wyjaśniania różnych zjawisk oraz (różnie w różnych krajach) prezentowania głosu opinii publicznej.

Rozszerzenie zadań dziennikarskich, pojawianie się nowych mediów i coraz większy ich wpływ spowodowało wyraźny rozrost tej grupy zawodowej. Dzisiaj wielu uważa, że jest to wolny zawód i wchodzenie do niego nie powinno być ograniczane żadnymi urzędowymi barierami, są jednak ludzie i kraje, gdzie przynależność do zawodu dziennikarskiego i status zawodowy dziennikarza normuje prawo. W jednych krajach – także dzisiaj – były i są organizacje dające konkretnym osobom prawo i legitymację do nazywania się „profesjonalnymi / zawodowymi” dziennikarzami, są jednak nadal kraje, gdzie dziennikarzem jest każdy, kto po prostu uważa, że nim jest. Co jednak nie oznacza, że takie osoby są przez innych uznawane za pełnoprawnych i pełnokrwistych dziennikarzy.

Wiadomo – i nie jest to opinia odosobniona – że w Polsce jest wielu ludzi – niekoniecznie nawet parających się robotą dziennikarską, którzy za dziennikarzy się uważają, ale nie byłoby nimi, jeśliby zastosować normy stosowane w różnych krajach, choćby Unii Europejskiej. We Włoszech dziennikarzem jest ten, kto podstawową część swoich poborów uzyskuje z pracy w tym zawodzie, a Izba Dziennikarska prowadzi rejestr zawodowych dziennikarzy. We Francji jest nim ten, kto posiada „La carte d’identité des journalistes professionnels” (kartę prasową, odnawianą

⁴ H. Kowalik, *Dziennikarze – hieny czy IV władza*, „Tygodnik Przegląd” 2003, nr 4.

⁵ Tamże.

⁶ E. Redliński, *Transformejszen*, Muza SA, Warszawa 2002.

⁷ www.sdp.pl/rozmowa-dnia-mokrosinska2/, dostęp 3.06.2011.

corocznie, lub nie). W Hiszpanii (choć nie ma tam definicji prawnej zawodu dziennikarza) Federacja Stowarzyszeń Prasowych (na mocy umowy z syndykatami dziennikarskimi) także przyznaje kartę zawodowego dziennikarza. W Szwajcarii, choć dziennikarstwo jest zawodem otwartym, jeśli ktoś jest w „Le Registre Professionel” (Rejestrze Dziennikarzy Zawodowych), ma znacznie większe prawo znalezienia lepszej pracy i płacy w tym zawodzie niż niezarejestrowani.

W Niemczech wreszcie potwierdzeniem statusu dziennikarza zawodowego jest posiadanie legitymacji jednego ze związków dziennikarskich, wśród których najsilniejszy (liczący ponad 38 tys. członków) jest Deutscher Journalisten Verband⁸.

Dokumentem prawnym definiującym, kim jest dziennikarz w Polsce, jest przede wszystkim Ustawa – Prawo prasowe z 1984 r. (z późniejszymi zmianami), według której „dziennikarz to osoba zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”⁹, a redaktorem – „dziennikarz decydujący lub współdecydujący o publikacji materiałów prasowych”. To definicje skonstruowane w innej rzeczywistości politycznej i medialnej (przed pojawieniem się internetu i rozpoczęcia procesu cyfryzacji mediów). Było kilka prób – niestety nieudanych – zarówno uchwalenia nowego prawa prasowego, jak też prawnego uregulowania zawodu dziennikarskiego. Piszący te słowa, pełniąc funkcję prezesa ZG SD RP (1997–2000), był jednym z inicjatorów prac nad projektem Ustawy o zawodzie dziennikarza w Polsce. Na początku 2002 r. powstał ostatecznie tzw. senacki projekt ustawy o zawodzie dziennikarza¹⁰. Jednym z ważniejszych zapisów tego projektu było powstanie Naczelnej Izby Dziennikarskiej, do której przynależność dziennikarzy byłaby obowiązkowa. Projekt zakładał więc stworzenie samorządu dziennikarskiego na wzór istniejących izb samorządowych (np. lekarskiej). Był od początku krytykowany przez niektóre środowiska dziennikarskie (zwłaszcza SDP) i redakcje (np. „Gazetę Wyborczą”) i nie doczekał się realizacji ani wówczas, ani w kolejnych kadencjach parlamentu. Nie został także wniesiony pod obrady parlamentu inny projekt nowego prawa prasowego, przygotowany wówczas w środowisku Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich.

Wszystko więc pozostało po starym i dzisiaj w Polsce dziennikarzem jest zarówno etatowy dziennikarz „Rzeczpospolitej”, jak też nauczyciel, który raz na kwartał wydaje jakąś gazetkę gminną w nakładzie kilkuset egzemplarzy, nauczyciel akademicki pisujący felietony, rzecznik prasowy burmistrza oraz – w ostatnich kilkunastu latach najwyraźniej – osoba, która tworzy jakąś stronę internetową i umieszcza tam dowolne informacje.

W wielu dyskusjach, także na łamach prasy, twierdzi się i nie bez racji, że na dobrą sprawę w Polsce nie ma ochrony zawodu dziennikarza; w pewnym wymiarze

⁸ Z. Bajka, *Status dziennikarzy w Polsce. Relacje właściciel-dziennikarz. Raport przygotowany dla Sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu*, czerwiec 1999.

⁹ Ustawa – Prawo prasowe z 1984 r. z modyfikacjami do 2011 r.

¹⁰ Autorami projektu byli prof. Jacek Sobczak i dr Jędrzej Skrzypczak z Zakładu Systemów Prasowych i Prawa Prasowego UAM w Poznaniu; po złożeniu projektu marszałek Sejmu Longin Pastusiak obiecał, że projekt wejdzie za kilka miesięcy na tzw. ścieżkę legislacyjną, co jednak nie stało się faktem.

prawo do obrony dziennikarzy ma syndykat dziennikarski, który praktycznie nie działa, w ograniczonym zakresie mają takie uprawnienia stowarzyszenia dziennikarskie. Ale kiedy piszący te słowa zaproponował kilkanaście lat temu stworzenie Związku Zawodowego Dziennikarzy RP, podniosło się larum i pojawiły zarzuty, że chcą ograniczać wolny dostęp do tego zawodu. A tymczasem właściciele mediów mogą wyrzucić (i robią to często) dziennikarza z pracy, kiedy tylko chcą i często bez wyraźnego powodu. I nie ma siły, która zdolna będzie dziennikarza obronić.

Kształcenie dziennikarzy w Polsce

Wspomniany projekt SD RP (senacki) zakładał, że dziennikarzem mogłaby zostać tylko osoba po wyższych studiach, a jeśli by nie miała dyplomu, to władze samorządu dziennikarskiego powinny ją skierować na określone studia. Nie szliśmy tak daleko, jak nasi koledzy na przykład we Francji czy Włoszech, którzy w naborze do tego zawodu wyraźnie preferowali absolwentów studiów dziennikarskich, dodatkowo wskazując wyraźnie, które szkoły wyższe, kształcące dziennikarzy, są najlepsze.

Tradycje polskiego szkolnictwa dziennikarskiego są dość długie – bo stuletnie. Pierwszy projekt szkoły dziennikarskiej stworzył Stefan Górski (w 1903 r.), ale zrealizowano go jedynie w formie kursu dziennikarskiego. Dopiero w 1911 r. powstał w Szkole Nauk Politycznych w Krakowie fakultet dziennikarski. Sześć lat później podobny fakultet pojawił się w warszawskiej Szkole Nauk Politycznych, rozwiązany po pięciu latach z powodów programowych i finansowych. Następnie powstaje Szkoła Dziennikarska przy Wydziale Humanistycznym Wolnej Wszechnicy Polskiej w Warszawie, od 1927 r. już jako samodzielna, prywatna Wyższa Szkoła Dziennikarska. Po II wojnie światowej na jej bazie powstał wydział dziennikarski Akademii Nauk Politycznych, po kolejnych przekształceniach i włączeniu w strukturę Uniwersytetu Warszawskiego – w roku 1953 tworzy się Wydział Dziennikarstwa na UW. Jego działalność zostaje zawieszona w roku 1960, następnie powstaje międzywydziałowe Studium Dziennikarskie UW, gdzie kształcono absolwentów różnych studiów. Nowa historia dziennikarstwa warszawskiego zaczyna się w roku 1975, kiedy powstaje Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW.

W Krakowie, po II wojnie światowej, pod koniec lat 40. ubiegłego wieku powstała Wyższa Szkoła Nauk Społecznych, włączona potem do Uniwersytetu Jagiellońskiego, a następnie przemianowana na Studium Dziennikarskie, które po kilku latach przestaje istnieć. Dopiero w roku 1971 – przy Wydziale Filologii UJ powstało Podyplomowe Studium Dziennikarskie, kierowane przez dra Jacka Kajtocha. W 1976 r. stworzono specjalizację dziennikarską na politologii w Instytucie Nauk Politycznych UJ, którą kierował podówczas prof. Walery Pisarek. Po zmianie ustroju powstaje Międzynarodowa Szkoła Dziennikarska (pod dyrekcją Teresy Sasińskiej-Klas), a w roku 1998 – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ.

Po 1990 r. kolejne uczelnie publiczne, a potem prywatne rozpoczynają szkolenie przyszłych dziennikarzy. Obecnie mamy w Polsce ponad 90 szkół wyższych

– publicznych i prywatnych, kształcących potencjalnych dziennikarzy. W samym Krakowie kształcą się na dwóch wydziałach UJ, Uniwersytecie Pedagogicznym, Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II, w Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Małopolskiej Szkole Zawodowej, Szkole Wyższej im. Bogdana Jańskiego – Wydział Zamiejscowy w Krakowie, Wyższej Szkole Europejskiej im. ks. J. Tischnera, na Uniwersytecie Ekonomicznym (podyplomowe studia z zakresu dziennikarstwa ekonomicznego), Akademii Wychowania Fizycznego (studia podyplomowe: dziennikarstwo sportowe i rzecznictwo prasowe).

Niektóre szkoły wyższe w Polsce mają po dwa, a nawet trzy kierunki dziennikarstwa (na Uniwersytecie Wrocławskim przy politologii i filologii, na UMCS na Wydziale Humanistycznym, Politologii oraz w Kolegium Licencjackim UMCS w Białej Podlaskiej), mamy więc w Polsce co najmniej 117 kierunków (specjalizacji) dziennikarskich i podobnych¹¹. Szkoły prywatne, ale nie tylko, wykazują się dużą pomysłowością, jeśli idzie o tworzenie nowych specjalności, zwłaszcza że standardowa oferta: dziennikarstwo (lub: dziennikarstwo i komunikacja społeczna) już nie jest tak silnym magnesem dla potencjalnych kandydatów na studia.

Trzeba także pamiętać, że rosnącej liczbie absolwentów studiów dziennikarskich nie towarzyszy przecież wzrost miejsc pracy w tym zawodzie; przeciwnie kurczy się – zwłaszcza w mediach tradycyjnych. Szacuje się, że w pierwszym dziesięcioleciu obecnego wieku liczba etatów w prasie, radiu i telewizji uległa zmniejszeniu o ponad 32%. Absolwenci studiów dziennikarskich trafiają więc do pracy w portalach internetowych, do agencji reklamowych i PR-owskich, na stanowiska rzeczników prasowych, do pism korporacyjnych, samorządowych itp. Wielu z nich trafia jednak do pracy, która w żadnym stopniu nie jest związana z ukończonym kierunkiem studiów.

W wolnych mediach niezbyt wolni dziennikarze

W różnych publikacjach (także autora tego tekstu) pojawia się teza, że bez wolnych mediów nie byłoby wolnej Polski. To przecież dziennikarze wspierali i nadal wspierają transformację ustrojową. Rządziej jednak przypomina się, że zapłacili dość wysoką cenę za transformację. W pierwszych latach ostatniej dekady ubiegłego wieku, jak się szacuje, odeszło z pracy co najmniej 1,5 tysiąca dziennikarzy. Te odejścia były dobrowolne lub konieczne – na wcześniejszą emeryturę lub poza zawód odeszli dziennikarze z powodów głównie:

- 1) politycznych (niechęciani w nowym zespole redakcyjnym, „zasłużeni” dla poprzedniej władzy,
- 2) warsztatowych (to między innymi ci, którzy trafili do mediów z aparatu partyjnego),
- 3) zmiany profilu działalności redakcji,
- 4) nieznajomości nowych technik pracy (nieumiejętność posługiwania się komputerem itp.),

¹¹ Informacje o kierunkach dziennikarskich w Polsce m.in. na stronie: http://kierunkistudiow.pl/dziennikarstwo_i_komunikacja_spooleczna.

- 5) niechęci nowych właścicieli (do nich),
- 6) likwidacji miejsc pracy (m.in. w efekcie prywatyzacji RSW „Prasa-Książka-Ruch”).

Część dziennikarzy „starej daty” (wśród nich było wielu naprawdę doświadczonych) nie umiała odnaleźć się w nowej, zwłaszcza „technicznej” rzeczywistości mediów, szybkim tempie prasy i nowym stylu tworzenia, zwłaszcza informacji. Presja nowej sytuacji oraz naciski ze strony przełożonych i rosnąca konkurencja w redakcjach powodowały odejścia – zarówno z konkretnej redakcji, jak i na zawsze z zawodu.

Paradoksalnie, czynnikiem nierzadko utrudniającym – w nowych warunkach – pracę długoletnim dziennikarzom było zniesienie cenzury. Doświadczony dziennikarz siedzący w pokoju z młodym „wilczkiem”, który niedawno jeszcze pisał w prasie opozycyjnej, zastanawiał się nierzadko, czy i co wolno pisać, kiedy nie ma formalnej cenzury. Zarazem też zaczyna dostrzegać nowe formy cenzorowania (właściciele, siły polityczne, Kościół itp.), co wcale nie poprawia jego samopoczucia. Dość szybko pojawia się także wyraźne zaangażowanie polityczne różnych redakcji (mediów) i dziennikarzy; niepasujący do określonej linii programowej (redakcyjnej) dziennikarz musiał w końcu odejść lub był zwalniany. W przekonaniu całkiem sporej grupy dziennikarzy obiektywizm dziennikarski stawał się coraz wyraźniej kwestią wyłącznie teoretyczną.

W 2000 r. jedynie 7% badanych dziennikarzy akceptowało stwierdzenie, że „obecnie dziennikarze zawsze piszą i mówią, to co myślą”, a pozostali (93%), że „przeważnie wyrażają własne poglądy, ale zdarza się, że muszą promować poglądy innych – sprzeczne całkowicie lub częściowo z własnymi”¹². Zarazem na pytanie: kto lub co ogranicza wolność dziennikarską? – wskazywano najczęściej: naciski właścicieli, szefów redakcji lub stacji, bezpośrednich przełożonych (42%), cenzurę wewnątrzredakcyjną (19%), autocenzurę (11%) i naciski zewnętrzne (8%). W badaniach realizowanych 10 lat później prawie wszyscy dziennikarze wskazali na różne naciski i próby wpływania na nich, ze strony reklamodawców (biznesu) i polityków¹³. Wiadomo także, że za swoje usługi (przyjazne publikacje) niektórzy dziennikarze uzyskują od biznesmenów określone profity (wskazuje się przy tym na dziennikarzy branżowych, zwłaszcza motoryzacyjnych, ale nie tylko). Podobnie, zaprzyjaźnieni z politykami dziennikarze, mogą uzyskiwać od nich trudno dostępne informacje, budujące lub wzmacniające ich pozycję zawodową.

Kwestie te bulwersują wielu uczciwych dziennikarzy. Ale nie tylko one. Do listy poważnych problemów tego środowiska doszły następnie sprawy uposażeń dziennikarzy. Kiedy przestał obowiązywać – wywalczony jeszcze w czasach PRL przez dziennikarzy – Układ Zbiorowy Dziennikarzy, rozpoczęła się „wolna amerykanka”, a właściciele bez skrupułów wymieniali starszych stażem dziennikarzy na nowicjuszy, tym drugim bowiem mogli proponować znacznie niższe stawki. O ile w roku

¹² Z. Bajka, *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3–4.

¹³ Badania zrealizowane w maju 2010 r. przez Instytut Spraw Publicznych przy współpracy Millward Brown SMG/KRC w ramach realizacji projektu „Odpowiedzialne dziennikarstwo”; por. *Kto pilnuje strażników. Odpowiedzialne dziennikarstwo w demokratycznej Polsce*, red. J. Kucharczyk, Warszawa 2011.

2000 nieco więcej niż połowa dziennikarzy oceniała swoją sytuację materialną jako dobrą i bardzo dobrą, o tyle 10 lat później, zwłaszcza poza Warszawą powszechne jest utyskiwanie na niskie zarobki w mediach. W tym czasie znikło z rynku wiele tytułów regionalnych, drastycznie zmniejszyła się liczba miejsc pracy w regionalnych ośrodkach TVP i Polskiego Radia, częściej zmianie ulegał także charakter zatrudnienia (dziennikarze np. w TVP – zamiast pracować na etacie tworzyli jednoosobowe firmy, w charakterze ich właścicieli podpisywali umowy z telewizją). Do zawodu przyszło także wielu młodych ludzi – ich uposażenie było więc niewielkie. Niektórzy wydawcy wymieniali liczną grupę „starych” dziennikarzy na „młodych”, zyskując na tej „operacji” spore oszczędności.

Relatywnie najniższe zarobki mają dziennikarze prasowi, zwłaszcza w prasie regionalnej i lokalnej, najwyższe „gwiazdy” telewizji, a wysokość ich kontraktów pokazuje, że poza wąską grupą wysoko opłacanych gwiazdorów przytłaczająca większość dziennikarskiej braci „przędzie” naprawdę cienko. Paradoksalnie – według badań opinii społecznej – dochody dziennikarzy uznawane są za znacznie wyższe od przeciętnych¹⁴.

W 2000 r. mniej więcej połowa dziennikarzy była po studiach dziennikarskich i – trzeba to podkreślić – wówczas jeszcze absolwenci studiów dziennikarskich mieli większe szanse na zatrudnienie w mediach niż obecnie. Dzisiaj jest nadprodukcja dziennikarzy i do mediów dostają się tylko najlepsi lub (i) najbardziej przebojowi, zaczynający kontakty z mediami już na początku studiów. Zarazem – co można przeczytać na różnych forach internetowych – wzrosła nieco liczba osób – już pracujących w tym zawodzie – mniej entuzjastycznie oceniająca przydatność studiów dziennikarskich do późniejszej pracy w mediach. W 2000 r. ponad 42% badanych dziennikarzy oceniało pozytywnie i bardzo pozytywnie przydatność studiów dziennikarskich dla wykonywanego zawodu, małą przydatność¹⁵ – nieco ponad 20%, w badaniach realizowanych 10 lat później najczęstsza opinia to: „osoby, które przychodzą do nas po studiach dziennikarskich, tak naprawdę niewiele umieją”¹⁶. Ale też, zarówno wówczas jak i obecnie, nadal wielu dziennikarzy sądzi, że najbardziej w tej pracy liczy się talent, samokształcenie i praktyka w dobrej redakcji (medium). Po raz kolejny potwierdza się więc opinia pewnego nauczyciela akademickiego, który stwierdził, iż „studia dziennikarskie nie są tak złe, żeby zniszczyły samorodny talent. Ale nie są też tak dobre, by nieuka wykreowały na mistrza pióra lub mikrofonu”.

¹⁴ W marcu 2011 r. na zlecenie SDP zrealizowano badania ankietowe wśród dziennikarzy (830 osób, ponad 51% z Warszawy, najczęściej byli to dziennikarze informacyjni). W odpowiedzi na pytanie o zarobki wskazywano najczęściej przedział od 2 do 4 tysięcy (w Warszawie – części). Zdecydowana większość badanych uważała, że dziennikarze są źle wynagradzani. Dane za „Gazeta Praca” (PAP), 10.03.2011.

¹⁵ Z. Bajka, *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, dz. cyt.

¹⁶ A. Niżyńska, J. Osiecki, *Sami o sobie: kondycja i zagrożenia odpowiedzialnego dziennikarstwa*; [w:] *Kto pilnuje strażników*, dz. cyt.

Dziennikarz – zawód zaufania publicznego

Mimo niedostatków profesjonalizmu i fluktuacji kadr w tym zawodzie, dziennikarze są oceniani przez Polaków – pod względem rzetelności wykonywania swojej profesji – dość pozytywnie. Choć wyniki badań w tym zakresie różnią się między sobą, to jednak dziennikarze są przeważnie wysoko „w tabeli” szeregującej zawody pod względem uczciwości i rzetelności zawodowej.

W badaniach CBOS z marca 2006 r. w rankingu uczciwości i rzetelności zawodowej (suma ocen: „bardzo wysoko” i „raczej wysoko” uzyskali czwarte miejsce (49% wskazań) za: naukowcami (68%), pielęgniarkami (60%) i nauczycielami (50%). Na tej liście ostatni byli politycy ze wskaźnikiem 7%. Niżej niż dziennikarze byli lekarze i księża.

Porównawcza ocena uczciwości i rzetelności dziennikarzy na tle innych grup zawodowych wygląda coraz lepiej. Na skali 1–5 uzyskali średnią ocenę 3,52, podczas gdy w roku 2000 – 3,42, a w roku 1997 – 3,22. Dobrze oceniane są też stacje telewizyjne: telewizja publiczna i TVN mają po 83% ocen dobrych, a Polsat – 81%¹⁷.

Według sondażu European Trusted Brands 2007¹⁸, którego pomysłodawcą i organizatorem jest Reader’s Digest, zrealizowanego w 15 krajach europejskich (badano zaufanie Europejczyków do 20 wybranych grup zawodowych, takich jak m.in. piloci samolotów cywilnych, policjanci, politycy, nauczyciele, dziennikarze itp.) okazało się, że Polacy, najczęściej ze wszystkich badanych narodów, deklarują zaufanie wobec dziennikarzy. Tej grupie zawodowej ufa 52% badanych Polaków, podczas gdy w całej Europie takie zaufanie deklaruje 29% respondentów.

Także porównanie badań dotyczących dziennikarzy w Polsce i USA wypada wyraźnie na korzyść tych pierwszych; ze względu na rzetelność i uczciwość – „bardzo wysoko” i „wysoko” oceniło własnych dziennikarzy 49% Polaków i tylko 28% mieszkańców USA¹⁹.

Wreszcie – cytowane już badania zrealizowane przez Instytut Spraw Publicznych i Millward Brown SMG/KRC w maju 2010 r. – pokazują, że aż 74% badanych Polaków uznaje dziennikarzy za godnych zaufania (najwyżej – 91% oceniano naukowców, podobnie nauczycieli i lekarzy, bliżej dziennikarzy byli prawnicy, niżej – księża, biznesmeni, a zwłaszcza politycy.

Te ostatnie badania pokazują też bardzo wyraźnie, że większość Polaków ocenia dziennikarzy przez pryzmat pracy ludzi tej profesji w radiu i telewizji. Jedynie 35% badanych uznaje za dziennikarza osobę piszącą do gazety, czasopisma, zarazem do portalu internetowego, zdecydowana większość (55%) postrzega dziennikarzy jako „Rymanowskich” (osoby przeprowadzające wywiady i dyskusje w telewizji lub radiu), reporterów dzienników telewizyjnych lub radiowych (50%) lub wreszcie jako prezenterów w telewizji lub radiu (47%). Osoba publikująca wyłącznie w internecie jest dziennikarzem tylko dla 3% badanych²⁰.

¹⁷ www.cbos.pl, Raporty z badań – marzec 2006.

¹⁸ media2.pl/media/21979-Polacy-ufaja-dziennikarzom.html.

¹⁹ Sondaż zawodów zaufania społecznego był prowadzony od marca do maja 2007 r. wśród 16 481 osób w 17 krajach europejskich i USA. Za: <http://www.mypolacy.de/aktualnosci/niemcy/wysokie-zaufanie-do-lekarzy-niskie-do-politykow.html>.

²⁰ *Kto pilnuje strażników*, dz. cyt.

Dziennikarze o sobie: dlaczego wybrali ten zawód

W 2000 r. badani dziennikarze twierdzili najczęściej (64% wskazań), że wybrali ten zawód z własnej inicjatywy, wpływ czy namowę bliskich i przyjaciół wskazało 19%, a przypadek – 17%. Konkretnie motywy wyboru tego zawodu zmieniają się jednak na przestrzeni lat – widać wyraźną różnicę jeśli chodzi o postawy dziennikarzy w czasach PRL, na początku obecnej transformacji i dziesięć lat później.

Motywy wyboru zawodu dziennikarskiego²¹ (kolejne wskaźniki odnoszą się do lat 1979, 1990 i 2000):

1. Możliwość poznawania ciekawych ludzi, nowych miejsc i spraw 17%, 43%, 56%;
2. Zawód, w którym człowiek cały czas się uczy 36%, 33%, 43%;
3. Konkretny, żywy zawód, widać jego rezultaty 25%, 36%, 33%;
4. Możliwość wpływu na świadomość, nastroje i opinie ludzi 26%, 25%, 29%;
5. Orientacja w tym, co się dzieje (w moim mieście, kraju, na świecie) 21%, 19%, 27%;
6. Możliwość opowiadania innym o ciekawych zjawiskach, ludziach 16%, 9%, 25%;
7. Możliwość krytyki, walki z niedociągnięciami 31%, 15%, 23%;
8. Możliwość pomagania innym w konkretnych sprawach 33%, 26%, 21%;
9. Możliwość wypowiadania własnych opinii 21%, 12%, 21%;
10. Wysoki prestiż społeczny zawodu 9%, 10%, 16%;
11. Możliwość mówienia we własnym imieniu do szerszej publiczności 17%, 18%, 11%;
12. Możliwość przekazywania innym swojej wiedzy 8%, 6%, 7%;
13. Inne motywy (powołanie, praca w uczciwym zawodzie, możliwość bywania w miejscach niedostępnych dla „zwykłych śmiertelników”) wskazanie z 2000 r. – 14%.

Porównując wyniki uzyskane na początku i pod koniec lat 90. ubiegłego wieku, a także 20 lat wcześniej, należy pamiętać, iż w badaniach z roku 1990 ankietowani podkreślali nie więcej niż trzy motywy, zaś w badaniach z roku 2000 mogli zakreślać nawet wszystkie odpowiedzi. Średnio jednak podkreślali 3–4 motywy.

W roku 2000 – częściej niż 10, a także 20 lat wcześniej – wskazywane były:

- możliwości poznawania ciekawych ludzi, nowych miejsc i spraw,
- edukacyjna wartość zawodu,
- orientacja w tym, co się dzieje (w świecie, kraju i okolicy),
- możliwość opowiadania innym o ciekawych ludziach i zjawiskach,
- społeczny prestiż zawodu.

Słabiej natomiast oczekiwane jest:

- dostrzeganie rezultatów pracy dziennikarskiej (ale wyraźniej niż w roku 1979),
- możliwość wpływania na świadomość, nastroje i opinie ludzi,
- możliwość przekazywania ludziom swojej wiedzy.

²¹ Por. praca cytowana powyżej oraz Z. Bajka, *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, dz. cyt., a także: Z. Bajka, *Dziennikarze (1981–1990)*, [w:] *Komunikowanie masowe w Polsce: lata osiemdziesiąte*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1991, nr 1–2.

Wyraźnie słabiej niż 10 lat, ale także 20 temu wskazywane są takie motywy jak:

- możliwość pomagania innym w konkretnych sprawach,
- możliwość mówienia we własnym imieniu do szerszej publiczności.

Znacznie słabiej niż w 1979 r., choć wyraźniej niż w roku 1990, dostrzegane są w 2000 r. szanse krytyki i walki z niedociągnięciami. Te ostatnie uwagi wskazują na znacznie większy – na przełomie wieków – realizm dziennikarzy, mniej posłannictwa, możliwości realizacji szczytnych ideałów, więcej pragmatyzmu i liczenia się z realiami pracy w tym zawodzie. To także bardziej krytyczne spojrzenie na środowisko i obowiązujące w nim normy etyczne. Idealistami – wtenczas i dzisiaj – są głównie najmłodszy dziennikarze, wchodzący w zawód. Starsi, jak się wydaje, dość często pozbawieni są złudzeń.

Cytowane już kilkakrotnie badania Instytutu Spraw Publicznych z roku 2010, aczkolwiek opierały się wyłącznie na pogłębionych wywiadach z dziennikarzami najważniejszych polskich mediów, pokazały istotną reorientację postaw dziennikarzy, jaka dokonała się na przełomie wieków²². Z jednej strony badani dostrzegają całkiem sporą grupę młodych dziennikarzy, którzy są zaangażowani poważnie w zawód, chcą być dobrzy, doksztalając się, wyjeżdżają za granicę uczyć się czegoś nowego i chyba ciągle wierzą w etos tego zawodu. Pośrodku są ci, którzy używają – jako zastępczego – określenia *media-worker* i twierdzą, że nie ma już indywidualnego etosu dziennikarza, dziś jest etos normalnego pracownika. Na przeciwnym biegunie znajdują się ci, którzy twierdzą, że skończył się okres „misyjności”, zwłaszcza misji dziennikarza jako ideologa (nie chodzi mi tu o związki z polityką), że teraz mamy czas dziennikarza – imagologa (określenie prof. Kazimierza Krzysztofka), i zarazem czasy adsorpcji mediów przez rynek (funkcjonują „przemysły” – w tym przemysł kultury, w obszarze którego są media), a powszechna komercjalizacja mediów ma – jako jeden ze swoich motorów – *infotainment*.

Infotainment określane też jako tabloidyzacja mediów staje się problemem dość wyraźnie postrzeganym; jeden z ankietowanych przez ISP dziennikarzy mówi: „proces ten polega na tym, że niektóre osoby niekompetentne, zupełnie z innych światów, stają się autorytetami od spraw publicznych, a niektóre tematy, które nie powinny być najważniejsze, stają się dla poważnych redakcji pierwszoplanowe”.

„Urozrywkowanie” informacji niektórzy dziennikarze (i nie tylko oni) tłumaczą słabością natury ludzkiej, tym, że ludzie lubią plotki, sensacje i skandale. Jednak podsumowanie wypowiedzi wskazuje na cztery główne przyczyny pojawienia się i rozwoju tego zjawiska medialnego:

- 1) nastawienie na zwiększenie oglądalności i poszerzenia grona odbiorców,
- 2) brak czasu na zajmowanie się dogłębnie i rzetelnie jedną informacją, co powoduje, że dziennikarze, przygotowując kilka materiałów dziennie, stawiają na atrakcyjną formę, a nie treść,
- 3) powiększanie się grona odbiorców informacji, do których poziomu intelektualnego należy dostosować przekaz,

²² A. Niżyńska, J. Osiecki, *Sami o sobie: kondycja i zagrożenia odpowiedzialnego dziennikarstwa*, dz. cyt.

4) przekonanie, że cechą właściwą człowiekowi jest żądza sensacji i zainteresowanie plotką, a media jedynie zaspokajają te potrzeby.

W badaniach zarówno wcześniejszych, jak i najnowszych dziennikarze wymieniają – jako pierwszoplanową cechę człowieka tej profesji – ciekawość świata, w tym są zgodni z Kischem, Wańkowiczem, Kapuścińskim i innymi wybitnymi dziennikarzami, zwłaszcza reporterami. „Trzeba mieć cały czas w głowie jakby duży znak zapytania na wszystko, na co się patrzy, patrzeć przez ten znak zapytania i próbować szukać na to odpowiedzi” – to jedna z wypowiedzi charakteryzująca dziennikarską ciekawość świata²³.

Natomiast rzadko widać poczucie misyjności u dziennikarzy, w znaczeniu możliwości wpływania na świadomość, nastroje i opinie ludzi, ale także możliwości przekazywania swojej wiedzy odbiorcom. Jak się też wydaje – rzadziej niż kilkanaście lat temu dziennikarze uważają się za „czwartą władzę”, takie opinie głoszą chętniej młodzi dziennikarze, im starsi, tym częściej uważają, że „władza”, która ma kontrolować trzy pozostałe, powinna sama być kontrolowana ze względu na zmniejszające się społeczne zaufanie do dziennikarzy i nierzadko nieetyczne postępowanie kolegów z branży²⁴. Badani przez ISP dziennikarze wymieniali cztery podstawowe formy kontroli mediów:

1. Kontrola społeczna (widzowie, słuchacze, czytelnicy i w ostatnich latach – głównie społeczna kontrola za pośrednictwem internetu),
2. Kontrola rynkowa (głównie przez konkurencję),
3. Kontrola sądowa (choć jest to – zwłaszcza w związku z kontrowersyjnym art. 212 kodeksu karnego – często sposób represjonowania dziennikarzy, to dla niektórych osób, zwłaszcza skrzywdzonych przez dziennikarza, jest to zazwyczaj jedyny sposób dochodzenia sprawiedliwości),
4. Kontrola środowiskowa – rozumiana na trzy sposoby:
 - kontrola wzajemna mediów,
 - kontrola wewnętrzna w redakcji,
 - kontrola ze strony stowarzyszeń i organizacji dziennikarskich (ale nie Rady Etyki Mediów czy SDP – generalnie krytykowanych przez badanych dziennikarzy)²⁵.

Nawiązując do powyższych kwestii, trudno dziwić się, że dziennikarze nie mają zaufania do stowarzyszeń, zwłaszcza SDP, które nie dość, że nie broni dziennikarzy, to jeszcze (jak w związku z wydarzeniami 11 listopada 2011 r. w Warszawie) krytykuje ich i uznaje za winnych zamieszek. W wypowiedziach dziennikarzy pojawia się marzenie o stworzeniu silnej organizacji reprezentującej środowisko, ale większość z nich uznaje, że „nierealne jest utworzenie jej w sytuacji ogromnych podziałów w świecie mediów”, a także dlatego, że prawdziwą kontrolę nad mediami w Polsce (i nie tylko przecież) sprawują ich właściciele, a oni nie dopuszczają do powstania silnej reprezentacji dziennikarzy w naszym kraju.

²³ A. Niżyńska, J. Osiecki, *Sami o sobie...*, dz. cyt.

²⁴ W cytowanych badaniach SDP z 2011 r. dziennikarze odpowiadali bardzo często, że dzisiaj dziennikarze raczej nie są profesjonalni i raczej nie zachowują obiektywizmu. Samoocena środowiska jest więc gorsza niż opinia społeczeństwa o dziennikarzach.

²⁵ A. Niżyńska, J. Osiecki, *Sami o sobie...*, dz. cyt.

W wielu dyskusjach, m.in. na forach internetowych, dziennikarze krytykują kolegów za zbyt chętnie podejmowanie zadań „kelnerskich” (dostają zlecenie – realizują – zero refleksji) oraz brak realizacji własnych pomysłów i tematów. Potwierdzają to wyniki cytowanych badań SDP z 2011 r. W opinii ponad 72% dziennikarzy ich koledzy kierują się w pracy przede wszystkim poleceniami zwierzchników. Zgodnie z kodeksami dziennikarskimi postępuje mniej niż 0,5% dziennikarzy. Jednak na pytanie, czym powinni przede wszystkim kierować się dziennikarze, ankietowani odpowiadali najczęściej: „własnym sumieniem” (60,3%)²⁶. Jeśli chodzi o tę ostatnią kwestię, warto by ją zapewne zbadać – co oznacza owo „własne sumienie”?

Piszący te słowa, kończąc kadencję przewodniczącego ZG SD RP w roku 2000, na zjeździe tej organizacji przedstawił konkretny plan organizacji Związku Zawodowego Dziennikarzy RP, przypominając zarazem o tradycji takiej organizacji, powstałej i funkcjonującej w dwudziestoleciu międzywojennym. Na Zjeździe nie było szalonego poparcia tej inicjatywy, wręcz opory, ale z czasem doszło do opracowania wspomnianego wcześniej (senackiego) projektu ustawy o zawodzie dziennikarza (wzorowanej zarówno na statucie przedwojennego ZZD RP, jak też na aktach prawnych obowiązujących środowisko dziennikarskie w kilku krajach Europy Zachodniej, wreszcie na ustawach samorządowych obowiązujących obecnie grupy zawodowe posiadające taki samorząd w Polsce). Projekt – o czym już wspomniano wcześniej – nie wszedł pod obrady Sejmu. Ustawa ta miała być podstawą stworzenia samorządu zawodowego dziennikarzy w Polsce, a w jego skład mieli wchodzić wszyscy dziennikarze zawodowi oraz dziennikarze – stażyści. Na wzór podobnych dokumentów prawnych (jak np. we Francji, czy we Włoszech), projekt ustawy określał, że „dziennikarzem zawodowym jest osoba, dla której redagowanie, tworzenie lub przygotowanie materiałów prasowych w dziennikach, czasopiśmie, w agencjach prasowych, stacjach radiowych i telewizyjnych jest podstawowym zajęciem bądź podstawowym źródłem dochodu oraz która otrzymała prawo wykonywania zawodu od okręgowej izby dziennikarzy z wyłączeniem pracowników agencji reklamowych i działów marketingowych oraz rzeczników prasowych. Dziennikarzami zawodowymi są także: a) korespondenci, tłumacze i graficy pracujący na potrzeby prasy, b) fotograficy zatrudnieni na terytorium kraju lub zagranicą, jeżeli otrzymują z tego tytułu stałe wynagrodzenie i posiadają prawo wykonywania zawodu”.

Właścicielom mediów i innym przeciwnikom ustawy nie podobał się zapis art. 3 pkt 5 projektowanej ustawy: „Pracodawcy nie mogą zatrudniać przez okres dłuższy niż 3 miesiące innych dziennikarzy niż dziennikarze zawodowi w rozumieniu niniejszej ustawy”, ale bardziej art. 7 pkt 1: „Pracodawca jest zobowiązany wykonywać prawomocne uchwały samorządu zawodowego dziennikarzy”. Przede wszystkim jednak art. 8, 9 i 10, które wyraźnie mówiły, jakie są prawa i obowiązki pracodawcy względem dziennikarzy (których samorząd brał w opiekę i obronę). Pewien prezes – wydawca powiedział wprost: „wam się w głowie przewróciło, chcecie, żeby samorząd ustalał warunki zatrudnienia, pensje (generalnie – umowy o pracę), a do tego jeszcze tak naprawdę decydował, kto będzie redaktorem naczel-

²⁶ Dane za: „Gazeta Praca” (PAP), 10.03.2011.

nym”. Nie doczytał, że samorząd brał na siebie obowiązek dbania o to, aby dziennikarze byli uczciwi, etyczni, aby się dokształcali – bo to środowisko miało wziąć na siebie obowiązek dbania o to, jaka ma być w Polsce „czwarta władza”.

Odpowiedzialny dziennikarz: czy istnieje?

W badaniach CBOS z 2002 r. za cechę najbardziej pożądaną w zawodzie dziennikarskim Polacy uznali bezstronność i obiektywizm (62% wskazań), ale zarazem 55% uznało go za „zawód taki sam, jak inne”, a 40% – że jest to „praca, która wiąże się z pełnieniem pewnego rodzaju służby społecznej”²⁷. W badaniach SMG/KRC z roku 2010 już 60% uznało, że „praca dziennikarska to taki sam sposób zarabiania pieniędzy, jak każdy inny”, a 32% – że jest to „pełnienie pewnego rodzaju służby społecznej”²⁸.

W badaniach ISP z roku 2010 uczciwość, niezależność (i wiążącą się z nimi odpowiedzialność) jako cechy polskich dziennikarzy wymieniło tylko 63% badanych Polaków. Więcej – bo prawie 3/4 ankietowanych wskazało takie cechy polskich dziennikarzy jak: dociekliwość, kompetencje i doświadczenie. Są jednak dane zaskakujące; w 2010 r. tylko 1/3 badanych uznała, że polscy dziennikarze to „osoby bezwzględne”. Osiem lat wcześniej (2002 r.) aż 65% badanych stwierdziło, że „dziennikarze bez skrupułów zajmują się sprawami osobistymi innych ludzi”, a 54% respondentów uważało, że dziennikarz „nie bierze pod uwagę skutków, jakie dla innych ludzi mogą mieć opublikowane materiały”. Różnica, po ośmiu latach, jest zasadnicza – na korzyść dziennikarzy – choć być może te różnice wynikają ze sposobu pytania, doboru próby oraz tego, że porównujemy badania realizowane przez dwie różne firmy (2002 – CBOS, próba losowo-adresowa dorosłych mieszkańców Polski, 2010 – MillwardBrown SMG/KRC, próba losowa mieszkańców Polski; obie próby liczyły nieco powyżej 1000 osób).

Obraz dziennikarzy rysujący się w badaniach ISP/SMG/KRC z 2010 r. jest dość intrygujący. Dziennikarzy ceni się za to, że szybko przekazują informacje (65% wskazań; autorzy raportu piszą, że badani identyfikują szybki przekaz informacji z odpowiedzialnym dziennikarstwem!). Tylko (a może aż!) 46% badanych uważa, że dziennikarze obiektywnie przedstawiają stanowiska wszystkich stron sporu politycznego, ale połowa uważa, że dziennikarze zbyt pochopnie osądzają innych ludzi. Prawie 1/3 badanych sądzi, że dziennikarze przedstawiają informacje nieobiektywnie, a 27% uważa, że gonią za sensacją.

Częstym zarzutem w stosunku do różnych dziennikarzy – niekoniecznie tylko śledczych – jest zarzut osądzania ludzi, przedtem, niż zrobi to odpowiedni sąd. Tacy dziennikarze mogą się jednak czuć usprawiedliwieni; wcześniejsze badania CBOS ujawniają, że – według badanych Polaków – zawsze należy ujawniać afery korupcyjne, czy współpracę osób publicznych ze służbami PRL, nawet jeśli te sprawy nie są jeszcze do końca wyjaśnione. Jak słusznie piszą autorzy raportu, Polacy

²⁷ *Jacy są, a jacy powinni być dziennikarze?*, Raporty CBOS, marzec 2002.

²⁸ *Kto pilnuje strażników?*, dz. cyt.

chęć wiedzieć jak najwięcej – i nieważne, czy są to potwierdzone fakty, czy plotki albo spekulacje prasowe.

Jest pytanie, czy wzorcem dla dzisiejszego dziennikarstwa polskiego będzie agresywny dziennikarz funkcjonujący w świecie polityki, skandali, korupcji i afer, do tego głównie z mediów elektronicznych? Pytanie nie jest bezzasadne, jeśli porównamy dwie sekwencje wypowiedzi badanych z 2010 r.

- Po pierwsze – dziennikarzem dla Polaków jest głównie osoba robiąca wywiady lub prowadząca dyskusje w radiu i telewizji, ewentualnie reporter lub prezenter radiowy albo telewizyjny.
- Po drugie – dziennikarze zajmują się głównie takimi tematami jak: polityka (76% wskazań), afery (56%), skandale obyczajowe (29%), życie znanych osób publicznych (28%). Inne tematy uzyskały mniej wskazań, w tym bezrobocie i ubóstwo – 16%, a sprawy gospodarcze – 15%²⁹.

To zestawienie pokazuje wyraźnie, jakiego dziennikarza (i jakimi tematami się zajmującego) uważamy – my Polacy – za typowego dla tego zawodu. Pokazuje także – pośrednio – jakie tematy zajmują Polaków najbardziej.

Cytując wyniki badań z 2010 r., można zorientować się, jakie są kryteria oceny dziennikarzy w III RP i „za co cenimy ich najbardziej”. Ale doświadczony badacz opinii publicznej po raz kolejny dostrzeże niekonsekwencję takich deklaracji (nie po raz pierwszy zresztą), czy może raczej niespójność ocen. Być może też – badacz się myli – bo co innego ocena rzeczywistego stanu polskiego dziennikarstwa przez obywateli – nawet jeśli przez pryzmat grupy dziennikarzy radia i telewizji – a co innego rozważania modelowe. Jeśli bowiem pytamy o ów „model odpowiedzialnego dziennikarza” – jaki powinien być? – to odpowiedzi są wręcz „książkowe”: obiektywny, doświadczony, uczciwy (wskazania po 32%), konsekwentny, kompetentny, niezależny (wskazania – 29–26%), dalej: opanowany, dociekliwy, rzetelny, wreszcie – patriotyczny i wrażliwy.

Autorzy cytowanych badań nie zakończyli jednak badania na takich – pustych właściwie deklaracjach obywateli, za co należy się im szacunek i podziękowania. Poszli dalej i przedstawili badanym cztery sytuacje, pytając respondentów, jak – ich zdaniem – powinien zachować się w tych sytuacjach odpowiedzialny dziennikarz. Oczekiwałem takich właśnie odpowiedzi, jakie znalazły się w raporcie; najkrócej – mimo powyższych deklaracji „modelowych” całkiem spora grupa Polaków chce od „odpowiedzialnych” dziennikarzy dość nieodpowiedzialnych zachowań; szybkość przekazu jest ważniejsza niż prawda, interes jednostki, czy ważny interes narodu. Szczegóły można znaleźć w cytowanym tutaj obszernie i bardzo interesującym raporcie Kuby Antoszewskiego (SMG/KRC) i Jacka Kucharczyka (Instytut Spraw Publicznych)³⁰.

²⁹ *Kto pilnuje strażników?*, dz. cyt.

³⁰ K. Antoszewski, J. Kucharczyk, *Spółeczny wizerunek odpowiedzialnego dziennikarstwa*, [w:] *Kto pilnuje strażników?*, dz. cyt.

Nowa cenzura, „krypciochy” itp.

W badaniach zrealizowanych na przełomie tamtego i obecnego wieku aż 93% badanych dziennikarzy stwierdziło, że „dziennikarze przeważnie wyrażają własne poglądy, ale zdarza się, że muszą promować poglądy innych – sprzeczne całkowicie lub częściowo z własnymi poglądami”, a jedynie 7% uważało, że „zawsze piszą i mówią to, co myślą”. Wolność dziennikarską ograniczały – według nich: naciski właścicieli, szefów redakcji, stacji, bezpośrednich przełożonych (42%), cenzura wewnątrzredakcyjna (19%), sympatie polityczne i powiązania z reklamodawcami (13%), autocenzura (11%) i naciski ze strony polityków i władz różnych szczebli (8%)³¹.

Dzisiaj – po ponad 10 latach od tamtych badań – wskazane zjawiska wiążą się z wyraźną instrumentalizacją mediów – polityczną i rynkową, czyli wpływaniem na media i dziennikarzy przez świat polityki i biznesu. Oba te rodzaje wpływu są dobrze znane w środowisku dziennikarskim, ale – niestety – prawie niezbadane naukowo.

Najpierw kwestie cenzurowania materiałów dziennikarskich. To problem dość szeroki, aby go zmieścić w tym opracowaniu. Nadal istnieją formalne i (częściej) nieformalne sposoby wpływania na to, co dziennikarze piszą i mówią, jest np. sporo publikacji i wypowiedzi („pod nazwiskiem” i anonimowych) o tym, jak kolejne kierownictwa mediów publicznych, zwłaszcza TVP, wskazywały kogo i jak pokazywać na ekranie, a także kiedy i kosztem kogo. Znane są też sympatie dziennikarzy stacji komercyjnych, robiących *publicity* określonym politykom, a zdecydowanie pomijających innych. Dwudziestolecie III RP to także czas zdecydowanie ukierunkowanych politycznie (poprzez sympatie kierownictw redakcji i dziennikarzy) gazet i czasopism, pomijając tytuły programowo wspierające jedną opcję polityczną. Sympatia mediów jest dość wyraźnie zauważalna, można skonstruować tabelę i uporządkować tytuły (szerzej media) według określonych sympatii politycznych. Jedne robią to „całościowo”, inne tylko w niektórych programach czy publikacjach. Taką konstrukcję piszący te słowa wykonywał ze swoimi studentami kilkakrotnie.

W Polsce wielką karierę zrobił skrót PR. Sukcesy partii czy firmy to według wielu efekt sprawnej działalności specjalistów od *public relations*, działań promocyjnych mało znanych jeszcze kilkanaście lat temu. W 2009 r. badacze z pewnego niemieckiego instytutu prasoznawczego doszli do wniosku, że ponad 52% publikacji w niemieckich gazetach jest efektem działań PR-owskich, w tym samym czasie ponad 94% amerykańskich dziennikarzy przyznało się do korzystania w pracy z materiałów PR-owskich³². W Polsce takich badań nie było, ale można założyć, że skutecznie gonimy – co najmniej – Niemców.

PR to praca zarówno dla polityki, jak i biznesu, czasem są to działania na styku obu dziedzin. To – jeśli chodzi o politykę – „przykrywanie” innymi informacjami – wiadomości niekorzystnych „dla nas”, a jeśli chodzi o biznes, możliwość wyko-

³¹ Z. Bajka, *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, dz. cyt.

³² Badania Uniwersytetu Waszyngtona z marca 2009 r. Cyt. za: <http://annamiotk.pl/94-dziennikarzy-w-usa-korzysta-z-informacji-pr/>.

rzystania praktycznie każdej – z pozoru obiektywnej – informacji, dla budowania lub poprawy wizerunku. Ale to także – wprost lub pośrednio – liczne działania cenzorskie (wyrzucanie informacji, obcinanie, czasem świadome fałszowanie, przedstawianie w dobrym świetle, „podpinanie się” pod inne informacje z naszymi itp.). Ale to także – już na dużą skalę prowadzone – działania nastawione na pozyskiwanie sympatii dziennikarzy, w niektórych przypadkach wręcz korupcyjne.

Zostawmy na boku politykę i ciemną liczbę przypadków działań na rzecz różnych partii i polityków, dość często absolutnie nieuzasadnione interesem odbiorców. Popatrzmy na relacje dziennikarze–biznes. W środowisku dziennikarskim znane są przypadki czerpania profitów ze współpracy z biznesem np. przez dziennikarzy motoryzacyjnych, choćby tylko tych, którzy namiętnie „testują nowe modele samochodów”, czy innych – zajmujących się wczasami i turystyką, jeżdżących na konferencje prasowe do bardzo przyjemnych krajów (wspomniane specjalizacje dziennikarskie traktujemy przykładowo). Mówiąc „biznes”, pamiętajmy jeszcze o reklamodawcach – ci wielcy bywają dla mniejszych redakcji czasem panami życia i śmierci. Dla pisma lokalnego krytyka dużego reklamodawcy może zapoczątkować „zejście” z rynku prasowego, a jego życzliwość – utrzymanie się i spore profity. Zwłaszcza w mniejszych pismach widać czasem teksty reklamowe, które są niby napisane przez dziennikarzy (tzw. *advertoriale*); zgodnie z prawem powinny być oznaczone jako tekst reklamowy / promocyjny, ale czasem redakcja o tym oznaczeniu „zapomina”.

Formą często stosowaną, i to od dawna, jest też kryptoreklama, zwana w slangu dziennikarskim „krypciochą”. Stosują ją wszystkie media; „zblatowany” dziennikarz telewizji pokaże długie ujęcie polityka na uroczystym „otwarciu” lub mającego dobre serce biznesmena, kochającego dzieci i wręczającego im jakieś prezenty. Celebryci – którymi media chętnie się zajmują – pokazywani są w ubiorach firmy X lub na wczasach, które organizowała firma Y. To działanie już dzisiaj nagminnie stosowane.

Najczęstszą praktyką jest jednak publikowanie materiałów nadsyłanych przez firmy lub działy PR *in extenso*; w ten sposób dziennikarz robi „wierszówkę”, a PR-owiec osiąga cel. Wiele firm PR-owskich chwali się, jakich to dziennikarzy mają w swoich „stajniach” i do kogo mogą zadzwonić, jeśli trzeba pomocy. Choć nie tylko – liczne zastępy polskich biznesmenów trafiają do mediów poprzez swoich PR-owców. Dlatego trudno się dziwić, że onegdaj pewien szef dużej polskiej firmy powiedział – z całym przekonaniem – piszącemu te słowa, że jego firma osiągnęła sukces nie dzięki produktom i dobrej organizacji, ale dzięki sprawnej komórce PR.

Jest oczywiste, że wiele działań PR jest zgodnych z prawem, a także z etyką biznesu i dziennikarstwa. Jednak są takie, które rzucają cień, zarówno na nieuczciwych PR-owców, jak też – może mocniej – na nieuczciwych dziennikarzy i właścicieli mediów. Naganne jest zwłaszcza wpływanie na media przez mocnych reklamodawców czy różne nieuczciwie ustawiane tzw. patronaty medialne. Nie jest też tajemnicą, że różne doroczne nagrody, statuetki i dyplomy przyznawane są firmom, które za te nagrody najwyczejniej (i zwykle słono) płacą. Ba, są wręcz redakcje, które z takiego dorocznego przyznawania nagród dla firm całkiem nieźle żyją.

Nacisk świata polityki i biznesu niszczy standardy przyzwoitości w mediach i dziennikarstwie i nie osłabia tego stwierdzenia fakt, że „tak się dzieje w innych krajach, a w niektórych jest nawet – pod tym względem – gorzej”. Fragmenty badań Instytutu Spraw Publicznych, realizowanych przez Aleksandrę Niżyńską i Jana Osieckiego nt. kondycji i zagrożenia odpowiedzialnego dziennikarstwa ujawniają określony stan rzeczy i wiedzę dziennikarzy na temat tego, co dzieje się na styku mediów z polityką i biznesem. W wielu przypadkach zniszczone zostały wszelkie standardy przyzwoitości.

Podsumowanie

Sygnalizując wybrane problemy, dotyczące z jednej strony – publicznej oceny mediów i dziennikarstwa w III RP, z drugiej zaś – samooceny sytuacji w tym środowisku, chcieliśmy zarazem pokazać, że są to czasem problemy trudne i często jeszcze nie zbadane. Piszący te słowa chce w najbliższym czasie zająć się kwestią samooceny sytuacji w środowisku dziennikarskim, realizując wywiady z dziennikarzami reprezentującymi różne media.

Do jakichkolwiek jednak wniosków dojdziemy po realizacji takich badań, powiedzieć trzeba, że upadek etosu dziennikarstwa w Polsce jest już dosyć widoczny. I nie chodzi tu tylko o taki przypadek, jak samobójcza próba prokuratora płk Przybyła, kiedy tylko jeden dziennikarz zajął się próbą ratowania samobójcy, a inni obdzwaniali redakcje lub filmowali zdarzenie. Wspomniana i opisana w tej publikacji próba zorganizowania się polskich dziennikarzy w formie izby samorządowej to jeden z pomysłów na wyjście z tej trudnej, wręcz patowej sytuacji. W interesie całego środowiska polscy dziennikarze powinni się zjednoczyć, nim będzie za późno.

Bibliografia

- Bajka Z., *Historia mediów*, ABC Media, Kraków 2008.
- Bajka Z., *Dziennikarze lat dziewięćdziesiątych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3–4.
- Jacy są, a jacy powinni być dziennikarze?*, Raporty CBOS, marzec 2002.
- Komunikowanie masowe w Polsce: lata osiemdziesiąte*, red. W. Pisarek, „Zeszyty Prasoznawcze” 1991 nr 1–2.
- Kowalik H., *Dziennikarze – hieny czy IV władza*, „Tygodnik Przegląd” 2003, nr 4.
- Kto pilnuje strażników. Odpowiedzialne dziennikarstwo w demokratycznej Polsce*, red. J. Kucharczyk, Warszawa 2011.
- Redliński E., *Transformejszen*, Muza SA, Warszawa 2002.
- Wańkiewicz M., *Karafka La Fontaine’a*, t. 1, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1972.

Netografia

„gazeta-praca” /PAP/ z 10 marca 2011 r. (dane o zarobkach dziennikarzy w Polsce)
media2.pl/media/21979-Polacy-ufaja-dziennikarzom.html.

http://kierunkistudiow.pl/dziennikarstwo_i_komunikacja_spoleczna.

<http://www.mypolacy.de/aktualnosci/niemcy/wysokie-zaufanie-do-lekarzy-niskie-dopolitykow.html>.

<http://annamiotk.pl/94-dziennikarzy-w-usa-korzysta-z-informacji-pr/>: Badania George Washington University z marca 2009 r.