

Wojciech Furman\*

**POJĘCIE LINII REDAKCYJNEJ  
ORAZ POSZUKIWANIE JEJ OBRAZU  
W POLSKIEJ OPINII PUBLICZNEJ  
I CZASOPIŚMIE BRANŻOWYM  
W 2017 ROKU**

**THE CONCEPT OF AN EDITORIAL LINE  
AND THE SEARCH FOR ITS IMAGE  
IN POLISH PUBLIC OPINION  
AND A TRADE MAGAZINE IN 2017**

Abstract

The press law requires the journalist to follow the editorial line. However, attempts to find a clearly formulated editorial line, sought after on the websites of press titles, did not provide unequivocal results. Public opinion polls were only indirectly related to the editorial line. Therefore, the statements of journalists remained to be examined. They have been referred to four normative journalistic social roles. Most often, the role of the reporter and advocate was mentioned, and the role of a debater or moderator of the discussion was the least frequently stated.

**Key words:** Editorial line, journalistic social roles, public opinion, branch magazine

Celem artykułu jest naszkicowanie odpowiedzi na trzy pytania. Pierwsze z nich dotyczy pojęcia linii redakcyjnej. Drugie jest pytaniem o ramy normatywne, w jakich powinna się mieścić linia redakcji funkcjonującej we współczesnym społeczeństwie zorganizowanym wedle zasad liberalnej demokracji. Trzecie pytanie dotyczy obrazu linii redakcyjnej wybranych polskich mediów w 2017 r., jaki wynika z badań opinii publicznej oraz zawartości czasopisma „Press”.

---

\* Instytut Nauk o Polityce, Wydział Socjologiczno-Historyczny, Uniwersytet Rzeszowski, al. Kopisto 2a, 35-959 Rzeszów, e-mail: wojciech.furman@ur.edu.pl

## Linia redakcyjna

W polskim prawie prasowym używa się pojęcia linii programowej. Prawo prasowe wymaga pisemnego sformułowania linii programowej w statucie redakcji, regulaminie lub redakcyjnym kodeksie etyki. Dziennikarz zatrudniony w redakcji lub z redakcją współpracujący ma obowiązek realizowania linii programowej. Oznacza to wymóg czynnego działania na rzecz realizowania celów sformułowanych w linii programowej (Sobczak 2000: 206).

W przypadku konfliktu między linią programową a zawartym w prawie prasowym obowiązkiem służby społeczeństwu i państwu prawo prasowe wymaga od dziennikarza dokonania wyboru na rzecz służby społeczeństwu i państwu. Co więcej, jeżeli dziennikarz posiada wiedzę o faktach ważnych dla społeczeństwa, które z uwagi na linię programową podawane są celowo w sposób niepełny lub nierzetelny, dziennikarz ma prawo i obowiązek przekazania takiej informacji w inny sposób (Sobczak 2000: 207, 212).

W wyniku nowelizacji przyjętej w październiku 2017 r. dziennikarz ma prawo odmówić wykonania polecenia służbowego, jeżeli oczekuje się od niego publikacji łamiącej zasady rzetelności zawodowej (Ustawa Prawo Prasowe 2017). Podobne sformułowanie znajduje się w punkcie 23 Kodeksu Etyki Dziennikarskiej SDP: „Wobec przełożonych i wydawców lub nadawców obowiązuje dziennikarza lojalność, ale nie mogą oni nakazać dziennikarzowi, a dziennikarz ma prawo odmówić, wykonywania poleceń sprzecznych z prawem, etyką zawodową lub swymi ugruntowanymi przekonaniem” (<http://sdp.pl/s/kodeks-etyki-dziennikarskiej-sdp>).

Obok wymienionych powyżej zapisów formalnych znaczenie ma także tradycja przestrzegania niekoniecznie zapisanej linii programowej redakcji. Wieloletni redaktor naczelny brytyjskiego dziennika „The Guardian” Alastair Hetherington (1981: IX) napisał w swoich wspomnieniach, że jedyna instrukcja, jaką otrzymał podczas powołania na to stanowisko, dotyczyła prowadzenia gazety w tym samym duchu co poprzednio (*to carry on the paper in the same spirit as before*).

Innym przykładem mogą być cztery związane zasady redagowania dziennika „Ouest-France”: Mówić nie szkodząc, pokazywać nie szokując, dawać świadectwo nie atakując, ujawniać nie potępiając (Sławińska 2011: 154).

Znaczenie tradycji rozumianej jako sztuka nieustannego poszukiwania kompromisu między doświadczeniem a nowymi wyzwaniem trafnie ujął Michael Oakeshott (1999: 77):

Tradycja postępowania jest czymś, co chytrze wymyka się poznaniu [...]. Nie jest ani ustalona, ani zamknięta; nie ma niezmiennego rdzenia, w którym można by zakotwiczyć rozumienie; nie ma nadrzędnego celu, który należałoby określić, ani niezmiennego kierunku, który należałoby ustalić; nie ma modelu do skopiowania, nie ma idei do uświadomienia ani reguły do uchwycenia. Niektóre jej składniki mogą się zmieniać wolniej niż inne, żaden jednak nie jest niepodatny na zmianę [...]. Jej zasadą jest zasada ciągłości, autorytet jest rozproszony między przeszłość, teraźniejszość i przyszłość; między stare, nowe i nadchodzące. Jest stabilna, ponieważ choć się porusza, nigdy nie rusza się cała; a choć jest spokojna, nigdy nie jest zupełnie bez ruchu. Nic, co kiedykolwiek do niej należało, nie jest zupełnie stracone; stale spoglądamy za siebie, by przywołać i przystosować do bieżących potrzeb najbardziej nawet odległe momenty; i nic dłużej nie zostaje bez zmiany. Wszystko jest doraźne, lecz nie jest arbitralne [...]. Tym, czego trzeba się nauczyć, nie jest abstrakcyjna idea czy zestaw sztuczek ani nawet rytuał, lecz konkretny, spójny sposób życia z całym jego zawikłaniem.

Jeśli odnieść powyższe stwierdzenia do linii redakcyjnej, można dojść do wniosku, że wszelkie próby precyzyjnego sformułowania linii redakcyjnej skazane są na niepowodzenie. Możliwe jest tylko określenie ogólnych zasad.

### Ramy normatywne linii redakcyjnej

Niech punktem wyjścia do wskazania ram normatywnych linii redakcji funkcjonującej w społeczeństwie liberalnej demokracji będzie propozycja, jaką przedstawili Christians, Glassser, McQuail, Nordenstreng i White (2009). Wskazali oni na cztery kluczowe role pełnione przez dziennikarzy. Role te zostały ułożone w matrycę, której oś pionową wyznacza siła instytucji władzy, a oś poziomą – autonomia bądź zależność dziennikarzy<sup>1</sup>. Przedstawia je tabela 1.

**Tabela 1.** Role społeczne dziennikarzy

		Silne instytucje władzy			
		Monitorowanie ( <i>monitorial</i> )	Demokratyczne uczestnictwo ( <i>radical</i> )		
Autonomia dziennikarska		Społeczna odpowiedzialność ( <i>facilitative</i> )	Dziennikarstwo dla rozwoju ( <i>collaborative</i> )		
				Zależność dziennikarska	
		Słabe instytucje władzy			

Źródło: opracowanie własne wg Christians et al. (2009: 125).

<sup>1</sup> Przedstawiona tu koncepcja czterech dziennikarskich ról społecznych jest rozszerzoną wersją wcześniejszej publikacji (Furman 2017a).

Pierwszą z tych ról jest monitorowanie. Obejmuje ono najbardziej rozpowszechnione czynności zbierania, selekcjonowania, przetwarzania i rozpowszechniania informacji o wydarzeniach. Informacjom towarzyszą interpretacje, oceny i poglądy, lecz nacisk został położony na rzetelność i niezależność przekazów. Zakres monitorowania rozciąga się od biernej sprawozdawczości aż po umiarkowane działania dziennikarzy na rzecz odbiorców przekazów i kontrolowanie władz (*a watchdog role*).

Rola określona jako wypełnianie społecznej odpowiedzialności polega na prowadzeniu oświeconej dyskusji i zachęcaniu do deliberowania, a przez to do udziału społeczeństwa w podejmowaniu decyzji. Ta rola wiąże się z kształtowaniem i funkcjonowaniem sfery publicznej społeczeństwa obywatelskiego. Mimo pluralizmu opinii działania dziennikarzy sprzyjają formowaniu pewnej wizji dobra wspólnego wykraczającej poza partykularne interesy różnych grup społecznych. Władza jest w takim przypadku nie tyle słaba, co świadomie rezygnuje z części swych uprawnień na rzecz obywateli zajętych poszukiwaniem najlepszych rozwiązań.

Rola demokratycznego uczestnictwa dotyczy dążenia do radykalnych zmian przez koncentrowanie się na wskazywaniu nieprawidłowości i nadużyć władzy. Nie chodzi tu o pojedyncze przypadki krytyki, jak w przypadku monitorowania, lecz o systematyczne zaangażowanie na rzecz określonych celów politycznych. W demokratycznym społeczeństwie taką rolę wypełniają zazwyczaj media reprezentujące mniejszości i domagające się radykalnych zmian systemu politycznego.

Rola współpracy, nazywana też dziennikarstwem dla rozwoju, znajduje zastosowanie w państwach rozwijających się, w których instytucje polityczne nie osiągnęły jeszcze stanu dojrzałości. Media wspierają tam rozwój społeczeństwa i państwa, a ich działania nabierają wagi w przypadkach narastania problemów lub nawet kryzysów. Współpraca mediów i władz w sytuacji różnorodnych zagrożeń dla stabilności państwa jest czymś normalnym również w dojrzałych systemach demokratycznych.

Dodajmy, że cztery wymienione powyżej role dają się powiązać z czterema wielkimi koncepcjami dziennikarstwa określanymi jako obiektywizm, społeczna odpowiedzialność, demokratyczne uczestnictwo oraz dziennikarstwo dla rozwoju.

W wydanej kilka lat później pracy Denis McQuail (2013: 87) dokonał bardziej szczegółowego rozróżnienia wymienionych wyżej ról dziennikarskich. Rolę monitorowania podzielił na dostarczanie informacji o istotnych wydarzeniach oraz na nadzorowanie działań władzy dokonywane w imieniu społeczeństwa. Rola społecznej odpowiedzialności została podzielona na wspieranie sprawnego funkcjonowania najważ-

niejszych instytucji oraz sprzyjanie spójności społeczeństwa, jak też dbanie o gospodarcze i kulturowe interesy państwa i regionu. Bez zmian pozostała rola rzecznika w wybranych kwestiach oraz rola współpracownika władz w sytuacjach zagrożeń.

Zgodnie z innym podejściem Thomas Hanitzsch (2007) określił kulturę dziennikarską jako zestaw idei (wartości, postaw, przekonań), działań i wytworów. Podjął ambitną próbę wskazania uniwersalnych cech tej kultury, obejmującą zarówno dziennikarstwo zachodnie, jak i azjatyckie. W tak szeroko rozumianej kulturze dziennikarskiej Hanitzsch wyróżnił siedem wymiarów podzielonych pomiędzy trzy filary. Filar instytucjonalny obejmuje wymiary od 1 do 3, filar poznawczy – wymiary 4 i 5, a filar etyczny – wymiary 6 i 7. Każdy z tych siedmiu wymiarów został rozpięty między dwoma biegunami.

#### 1. Interwencjonizm

- a) Interwencja, pełnienie misji, promowanie wartości, stymulowanie zmian. Dziennikarz działa jako uczestnik ruchu lub rzecznik grup słabszych i mniej wpływowych.
- b) Brak interwencji, bezstronność, neutralność, nacisk na rzetelność przekazów.

#### 2. Dystans wobec władzy

- a) Adwersarz: Społeczna kontrola działań władzy, równoważenie potęgi władzy, krytyczne i sceptyczne podejście do decyzji władzy dokonywane otwarcie lub w sposób zawoalowany.
- b) Lojalność wobec władzy, autocenzura, propaganda, paternalistyczny stosunek do odbiorców przekazów, wspieranie autorytetu władzy, aż po dziennikarstwo dworskie stanowiące tubę władzy.

#### 3. Orientacja rynkowa

- a) Podporządkowanie logice rynku, kierowanie się potrzebami i zainteresowaniami odbiorców, dostarczanie rozrywki oraz porad i informacji przydatnych w codziennym życiu, traktowanie odbiorców jako konsumentów.
- b) Traktowanie odbiorców jako wolnych, świadomych i samorządnych obywateli, oświecanie obywateli, wskazywanie wzorów społecznej aktywności.

#### 4. Obiektywizm

- a) Przekazy odzwierciedlają rzeczywistość, dziennikarz spogląda z zewnątrz na obserwowany obiekt, nie tworzy go ani nie przekształca, lecz opisuje tak dokładnie, jak tylko istota ludzka potrafi. Informacje dają się oddzielić od opinii.
- b) Wszelkie informacje dobierane są selektywnie i wymagają odniesienia do kontekstu, postrzeżenie rzeczywistości zależy od

wyznawanych poglądów. Przekazy tworzą subiektywne obrazy i dopiero porównanie różnych obrazów może przybliżyć odbiorcę do poznania rzeczywistości.

#### 5. Empiryzm

- a) Preferowanie obserwacji, pomiarów, świadectw, doświadczeń, które są źródłem wiedzy. Należy metodycznie sprawdzać fakty, które powinny mówić same za siebie.
- b) Nacisk na analityczne uzasadnianie wiedzy, uwzględnianie przyczyn, wartości i opinii. Interpretowanie faktów i wyrażanie opinii nie wymaga neutralności. Wiarygodność publicysty nie jest odnoszona do tradycyjnych wzorów dokładności, uczciwości i bezstronności, liczy się natomiast umiejętność przekonania odbiorców.

#### 6. Relatywizm

- a) Odniesienie do kontekstu i konkretnej sytuacji, uwzględnianie specyficznych wartości moralnych danego środowiska, także nacisk na osobiste przekonania moralne.
- b) Stosowanie uniwersalnych zasad i kodeksów etycznych.

#### 7. Idealizm

- a) Orientacja na stosowanie etycznych sposobów postępowania.
- b) Orientacja na osiągnięcie celu; w wyjątkowych przypadkach dopuszczanie możliwości wyrządzenia szkody, która przyniesie dobry skutek, na przykład wprowadzanie w błąd lub prowokowanie.

Dla rozważania linii redakcyjnej znaczenie ma przede wszystkim filar instytucjonalny, wymieniony powyżej jako pierwszy i obejmujący interwencjonizm, dystans wobec władzy i orientację rynkową. Dwa kolejne filary dotyczą kwestii bardziej ogólnych. Filar poznawczy wiąże się z teorią poznania, a dokładniej z pytaniem o empiryzm i aprioryzm (Ajdukiewicz 2003: 32–33). Filar etyczny dotyczy kwestii bezpieczeństwa moralnego (Kołakowski 2000: 152–158).

Niech wymienione powyżej role dziennikarskie oraz filary kultury dziennikarskiej wyznaczają ramy dla linii redakcyjnej w społeczeństwach liberalnej demokracji. Rzeczywiste przekazy dziennikarskie będą mieściły się w polu napięcia między tymi rolami dziennikarskimi oraz filarami kultury dziennikarskiej. Nie przesądzając o znaczeniu wszystkich ról i filarów, a tylko w celu sprawnego przebiegu analizy, w dalszym ciągu rozważań zostanie przyjęty jako podstawowy model czterech ról dziennikarskich (Christians et al. 2009). Wszystkie pozostałe, ujęte bardziej szczegółowo role dziennikarskie i filary kultury dziennikarskiej, stanowią niezbędne uzupełnienie przyjętego modelu.

## Hipoteza, metoda, dobór próby

Wewnętrzne dokumenty określające linię redakcyjną, jeżeli zostały sformułowane, pozostają trudno dostępne. Na ogół w witrynach internetowych można znaleźć tylko ogólne sformułowania, na przykład takie: „Siła »Polityki« tkwi w niepowtarzalnym zespole dziennikarzy i redaktorów, składającym się z najbardziej znanych i cenionych dziennikarzy w branży. Zasada jest prosta: pismo sprzedaje rzetelny tekst przygotowany przez dobrego autora. I ta zasada sprawdza się od dziesięcioleci, znajdując uznanie wśród czytelników i specjalistów zajmujących się analizą medialnego rynku” (<https://www.polityka.pl/galerie/1571731,1,historia-polityki-w-obrazkach.read>).

Pozostaje zatem próba odczytania linii redakcyjnej na drodze analizy konkretnych publikacji. Jeżeli linia redakcyjna mieści się w ramach wyznaczonych przez cztery wymienione w poprzednim punkcie role dziennikarskie, główna hipoteza powinna zakładać występowanie każdej z tych ról w publikacjach wybranych redakcji w wybranym okresie. W takim przypadku analiza zawartości pozwoli na zidentyfikowanie eksponowanych bądź pominiętych informacji, treści dyskusji toczonych wokół tych informacji oraz wsparcia lub braku wsparcia określonych dążeń. Przykładem takiego badania może być analiza stosunku tygodników „Polityka” i „Do Rzeczy” do zmian w polskich mediach publicznych w pierwszej połowie 2016 r. Analiza wykazała, że pierwszy z tych tygodników konsekwentnie wykazywał zależność mediów publicznych od władzy politycznej. Drugi tygodnik przyznawał, że taka zależność istnieje, lecz jakby dla równowagi powoływał się dość głośno na wewnętrzny pluralizm mediów publicznych, co miało ową zależność łagodzić (Furman 2017b: 54).

Badanie uproszczone może polegać na próbie odniesienia czterech wskazanych ról dziennikarskich do opinii wyrażanych przez odbiorców oraz opinii samych dziennikarzy. Taki sposób postępowania został przyjęty w prezentowanych badaniach. Do próby badawczej weszły raporty z wszystkich czterech sondaży opinii CBOS z roku 2017, jakie dotyczyły działalności polskich mediów, oraz 7 wywiadów z mistrzami zawodu dziennikarskiego, jakie ukazały się w roku 2017 w branżowym czasopiśmie „Press”, czyli po jednym wywiadzie z każdego numeru.

Hipotezy szczegółowe zakładały występowanie każdej z kolejnych ról: H1 – monitorowanie; H2 – społeczna odpowiedzialność; H3 – demokratyczne uczestnictwo; H4 – dziennikarstwo dla rozwoju. Metodą badania publikacji była analiza zawartości rozumiana jako obiektywny, systematyczny, ilościowy opis jawnej zawartości publikacji. Jednostką analizy była kwestia traktowana jako zdanie lub sekwencja zdań na temat dziennikarskiej roli społecznej.

## **Wyniki badania opinii publicznej**

Spośród sondaży opinii przeprowadzonych przez CBOS w roku 2017 cztery dotyczyły działalności mediów. Badano kolejno: oceny wiarygodności telewizyjnych programów informacyjnych i publicystycznych (52/2017, maj); dystans wobec przekazu medialnego (54/2017, maj); finansowanie mediów publicznych (94/2017, lipiec); oceny działalności parlamentu, prezydenta oraz stacji telewizyjnych i radiowych (136/2017, październik).

W pierwszym badaniu respondenci oceniali wiarygodność telewizyjnych programów informacyjnych i publicystycznych w skali od 1 (niewiarygodne) do 5 (wiarygodne). Najwyższe średnie oceny uzyskały programy informacyjne i publicystyczne telewizji Polsat i Polsat News (średnia 3,36) oraz TVN i TVN24 (średnia 3,26). Oceny wiarygodności tych stacji telewizyjnych kształtowały się nieco powyżej średniej, która na tak skonstruowanej skali wynosi 3. Trochę niższe oceny uzyskały natomiast programy informacyjne i publicystyczne telewizji publicznej (średnia 2,99) oraz Telewizji Trwam (średnia 2,84).

W drugim sondażu pytano o bezstronność mediów. Mniej więcej co trzeci ankietowany (32%) był zdania, że większość mediów w Polsce pozostaje bezstronna, a ponad połowa respondentów (53%) nie zgadzała się z tym stwierdzeniem. Bardziej krytyczni w ocenach byli lepiej wykształceni, młodszy, mieszkający w większych miejscowościach. Co szczególnie istotne, zgeneralizowane opinie na temat obiektywizmu mediów były w zasadzie niezależne od poglądów politycznych, mierzonych na skali lewica – centrum – prawica. Biorąc pod uwagę główne źródła informacji, można powiedzieć, że nieufność do mediów najczęściej zgłaszali badani korzystający przede wszystkim z internetu, a najrzadziej ci, dla których podstawowym źródłem informacji były telewizja i radio.

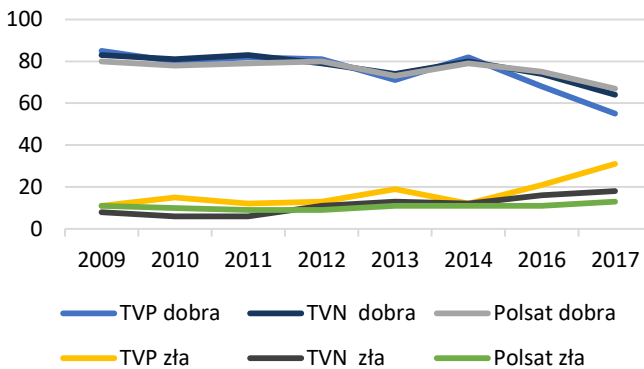
Trzeci sondaż dotyczył finansowania mediów publicznych. Za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa opowiedziało się niemal trzy czwarte respondentów (72%, od kwietnia 2016 r. wzrost o 12 punktów procentowych), natomiast z abonamentu płaconego przez obywateli – niespełna jedna piąta (19%, spadek o 11 punktów). Niewykluczne, że spadek poparcia dla abonamentu był reakcją sprzeciwu wobec proponowanego rozwiązania mającego poprawić jego ściągalność.

W czwartym sondażu pytano o ocenę działalności nadawców telewizyjnych i radiowych. Spośród objętych badaniem stacji telewizyjnych najlepiej postrzegana była telewizja Polsat. Pozytywnie o jej działalności wypowiedziało się siedmiu na dziesięciu badanych (70%), natomiast negatywnie – 12%. Z nieco mniej przychylnym odbiorem spotkała się TVN, której działalność aprobowały dwie trzecie respondentów (65%), a krytykowała blisko jedna piąta (18%). Najrzadziej była akceptowana



telewizja publiczna – zadowoleni z działalności TVP stanowili ponad połowę badanych (57%), a niezadowoleni ponad jedną czwartą (27%). Nasilenie krytycyzmu wobec dwóch ostatnich nadawców telewizyjnych wystąpiło od marca 2016 r. i w dużo większym stopniu dotyczyło TVP.

Pozytywnie o pracy Polskiego Radia wypowiedziało się 46% badanych, o działalności RMF FM – 58%, a Radia Zet – 51%. Negatywnie oceniający te rozgłośnie pozostawali w mniejszości (odpowiednio: PR – 14%, a Radio Zet i RMF FM – po 6%). Warto jednak zaznaczyć, że o ile w przypadku stacji komercyjnych poziom krytyki był w dłuższym okresie stabilny, o tyle w przypadku Polskiego Radia, począwszy od marca 2016 r., wystąpił jego dwukrotny lub nawet trzykrotny wzrost w stosunku do wcześniejszych wyników. Najbardziej zróżnicowany pozostawał odbiór Radia Maryja. Działalność tej rozgłośni dobrze oceniła ponad jedna piąta badanych (22%), a źle – dokładnie jedna piąta (20%); niemal sześciu na dziesięciu respondentów (58%) nie miało zdania o tej stacji.



**Rys. 1.** Oceny stacji telewizyjnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu CBOS 136/2017.

Do linii redakcyjnej nadawców telewizyjnych i radiowych można bardzo ogólnie odnieść wyniki sondażu pierwszego, drugiego i czwartego. Odbiorcy okazali się raczej mało wymagający. Oceny działalności telewizji i radia były w większości pozytywne. Wiarygodność telewizyjnych programów publicystycznych oceniano jako średnią. Wątpliwości budziła tylko bezstronność polskich mediów traktowanych jako całość. Zaledwie co trzeci respondent wyraził opinię, że są to media bezstronne, a ponad połowa uznała je za media stronnice.

Nacisk na badanie ocen nadawców telewizyjnych i radiowych jest uzasadniony ich zasięgiem. W sondażu nr 52 z maja 2017 r. 64% respondentów

deklarowało czerpanie informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie z telewizji, także oglądanej w internecie; 21% wymieniło internet, 8% – radio, a tylko 4 % wskazało na czerpanie informacji z prasy.

### **Wyniki analizy zawartości czasopisma „Press”**

„Press” jest czasopismem branżowym dla dziennikarzy, pracowników reklamy i public relations. W latach 1996–2017 ukazywał się jako miesięcznik, od maja 2017 r. jest dwumiesięcznikiem. Jego średni nakład wynosi 9,3 tys. egzemplarzy.

W roku 2017 ukazało się 7 wydań „Press”. Z każdego wydania do próby badawczej weszła jedna rozmowa ze znanym dziennikarzem. Było wśród nich dwóch dziennikarzy tygodnika „Polityka” (Rafał Woś i Piotr Pytlakowski), po jednej osobie z „Gazety Wyborczej” (Dominika Wielowieyska), portalu OKO.press (Bianka Mikołajewska) i Telewizji Polskiej (Włodzimierz Szaranowicz) oraz dwoje wolnych strzelców (Ludwika Włodek i Jacek Pałkiewicz).

Wypowiedzi trzech osób, czyli blisko połowy, pozwoliły na bardziej lub mniej jednoznaczne zakwalifikowanie ich jako zwolenników roli społecznej dziennikarza sprawozdawcy. Wskazują na to następujące sformułowania:

„Trener [...] słuchał tej relacji w radiu tranzystorowym. Opowiadał mi, że dzięki niej widział przebieg walk tak dokładnie, że zanim został ogłoszony werdykt, już wiedział, który zawodnik wygrał”. „Nawet ciężki nokaut musi pan opowiedzieć i musi pan zbudować przekonanie u słuchaczy, że wszystko będzie dobrze ze sportowcem” (Szaranowicz).

„Nigdy nie zmyślałam, ale autor powinien liczyć się z tym, że ktoś go sprawdzi”, „Zawsze sprawdzam fakty”, „Na ile reportaż ma być prawdziwy, a na ile efektowny. Nie lubię na przykład, kiedy autor zgaduje, co jego bohater myślał” (Włodek).

„Gdyby zdjęcia były słabe i nie robiły wrażenia, nikt we włoskiej gazecie by ich nie pokazał, a już na pewno nie na okładce”. „Jeśli cień padał nie tak i zasłaniał człowieka, przestawiałem go nieco w lewo czy w prawo, żeby było coś widać” (Pałkiewicz).

Trzy kolejne osoby deklarowały łączenie ról sprawozdawcy i rzecznika określonych grup społecznych. „Siłą OKO.press jest demaskowanie kłamstw i półprawd”. „Powrót do dziennikarstwa dociekliwego jest niezbędny”. „Pod wpływem tekstów, które ukazywały się w tygodniku »Polityka« została zmieniona ustawa o SKOK” (Mikołajewska).

„Dwa razy zastanowiłabym się nad weryfikacją materiałów. Wskazała fragmenty, gdzie ewidentnie mamy do czynienia z kłamstwem”.

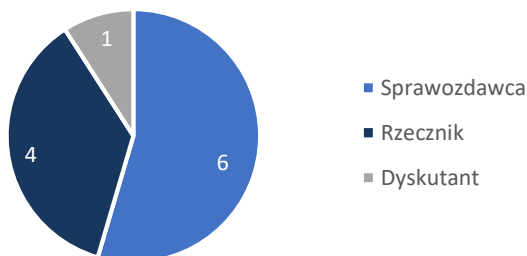
„Pod tym względem nie różnimy się od Zachodu, gdzie gazety stosują tak zwany *endorsement*, wprost ujawniają sympatie polityczne. Siłą rynku jest pluralizm”. „Ani »Newsweek« ani »Gazeta« nie kryją swoich poglądów” (Wielowieyska).

„Jestem po stronie prawdy. Reporter ma prawo czuć się pisarzem i stwarzać różne sytuacje, ale wtedy uprawia literaturę”. „Postanowiłem ich wspierać i wspieram ich do tej pory, jestem uczestnikiem tego ruchu”. „Po tym, co dzieje się w Polsce od jesieni 2015 r., uznałem, że nie jest to pora na udawanie, że jako obywatel nie mam poglądów lub że nie chcę czegoś zmienić” (Pytlakowski).

Tylko jeden rozmówca zadeklarował się wyraźnie wyłącznie jako rzecznik: „Media wciąż mają rolę edukacyjną, choć bardziej polemiczną. Ważna jest dla mnie obrona słabszego”. „Obserwowałem, jak polskiej prowincji odebrano nadzieję. Odczłowieczono ją [...]. Buntowałem się przeciwko temu i szukałem sojuszników intelektualnych” (Woś).

Tylko w jednej rozmowie, obok wskazania roli sprawozdawcy i rzecznika, można było dostrzec zalecenie wypełniania roli dyskutanta: „Trzeba zachować umiar i ocalić minimalną możliwość rozmowy i dialogu. Zbyt łatwo jest uruchomić lawinę, którą niełatwo jest potem zatrzymać”. „Nie ma w »Gazecie« takiego zacięcia, żeby za wszelką cenę dowalić Kościołowi. Weź fundamentalny wywiad z Adamem Michnikiem, który mówił, że Kościół jest ważny w życiu Polski i każda próba jego wyrugowania w stylu Janusza Palikota czy Magdaleny Środy jest szkodliwa” (Wielowieyska).

Każdy z powyższych cytatów wskazuje, że wyróżnione w poprzednim punkcie cztery role dziennikarskie nie stanowią rozłącznych kategorii, lecz są raczej punktami skupienia. Gdyby jednak spróbować policzyć, w ilu wywiadach powoływano się na daną rolę, otrzymamy rysunek 2. Każdy z 7 rozmówców wskazał od jednej do trzech ról dziennikarskich. Zabrakło wymienienia roli współpracownika władzy.



**Rys. 2.** Liczba wywiadów, w których deklarowano wypełnianie dziennikarskich ról społecznych

Źródło: obliczenia własne.

## Wnioski

Linia redakcyjna została zapisana w prawie prasowym, lecz w praktyce okazuje się trudna do uchwycenia. Można o niej wyrokować, badając stosunek danej redakcji do konkretnych wydarzeń.

Sondaże opinii publicznej prowadzone przez CBOS w roku 2017 nie dotyczyły wprost linii redakcyjnej. Wymogi, jakie respondenci stawiali mediom traktowanym jako całość, nie okazały się wygórowane. Wiarygodność przekazów oceniano jako średnią, lecz wątpliwości budziła bezstronność przekazów medialnych. Tylko co trzeci respondent stwierdził, że współczesne polskie media są bezstronne, a ponad połowa uznała je za media stronicze.

Siedmioro znanych polskich dziennikarzy w wywiadach opublikowanych w branżowym czasopiśmie „Press” w 2017 r. zadeklarowało wypełnianie społecznej roli sprawozdawcy (6 osób), rzecznika (4 osoby) oraz dyskutanta (1 osoba). Te liczby wskazują, że każda z indagowanych osób wskazała na wypełnianie od 1 do 3 ról. Zabrakło wśród tych deklaracji czwartej roli – współpracownika władzy – jaka wynika z literatury przedmiotu.

## Bibliografia

- Ajdukiewicz K. 2003, *Zagadnienia i kierunki filozofii. Teoria poznania. Metafizyka, Aletheia*, Warszawa.
- Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D., Nordenstreng K., White R.A. 2009, *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*, University of Illinois Press, Urbana and Chicago.
- Furman W. 2017a, *Dwa typy stowarzyszeń społecznych w publikacjach tygodnika „Polityka”*. „Polityka i Społeczeństwo”, 1 (15), s. 48–58. DOI: 10.15584/polispol.2017.1.4
- Furman W. 2017b, *Spór o media publiczne w publikacjach dwóch polskich tygodników opinii z pierwszej połowy 2016 roku*, „Polityka i Społeczeństwo”, 4 (15), s. 45–55. DOI: 10.15584/polispol.2017.4.4
- Hanitzsch T. 2007, *Deconstructing Journalistic Culture: Toward a Universal Theory*, “Communication Theory”, vol. 17, s. 367–385.
- Hetherington A., 1981, *Guardian Years*, Chatto and Windus, London.
- Historia „Polityki” w obrazkach*, <https://www.polityka.pl/galerie/1571731,1,historia-polityki-w-obrazkach.read> (24.03.2018).
- Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP*, <http://sdp.pl/s/kodeks-etyki-dziennikarskiej-sdp> (10.03.2018).
- Kołąkowski L. 2000, *Kultura i fetysze. Eseje*, WN PWN, Warszawa.
- Komunikaty z badań nr 52/2017, 54/2017, 94/2017, 136/2017, Centrum Badania Opinii Społecznej, [www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty.php](http://www.cbos.pl/PL/publikacje/raporty.php) (12.03.2018).

- McQuail D. 2013, *Journalism and Society*, Sage, London.
- Oakeshott M. 1999, *Wieża Babel i inne eseje*, Aletheia, Warszawa.
- Sławińska T. 2011, *Prasa regionalna na nowe czasy? Historia sukcesu francuskiego przedsiębiorstwa prasowego Ouest-France*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Sobczak J. 2000, *Prawo prasowe. Podręcznik akademicki*, Muza, Warszawa.
- Ustawa z dnia 27 października 2017 r. o zmianie ustawy – Prawo prasowe, DzU RP 2017, poz. 2173.