

Paweł Kuca

Gazeta Codzienna „Nowiny” w Rzeszowie

DZIENNIKARSTWO INTERWENCYJNE JAKO PRZEJAW KONTROLNEJ FUNKCJI PRASY NA PRZYKŁADZIE DZIENNIKÓW WOJ. PODKARPACKIEGO

Niezależne media to jeden z podstawowych elementów demokratycznego państwa. Już w 1787 r. Thomas Jefferson napisał, że jeżeli miałyby zdecydować, czy Amerykanie mają mieć rząd bez prasy, czy prasę bez rządu, to bez wahania wybrałyby to drugie rozwiązanie¹. W demokracji media – zarówno elektroniczne, jak i tradycyjna prasa – sprzyjają rozwojowi społeczeństwa obywatelskiego. Im są silniejsze, bardziej niezależne i sprawniejsze, tym lepiej dla obywateli. Od jakości, profesjonalizmu i odpowiedzialności dziennikarzy zależy jakość społeczeństwa. W rezultacie tam, gdzie nie ma odpowiedzialnych mediów, szybko nie ma też odpowiedzialnych obywateli, a próby budowania lepszego społeczeństwa nie mogą się udać². Czym zatem powinny zajmować się media, które mają służyć społeczeństwu? Jakie powinny pełnić funkcje? Przed próbą odpowiedzi na te pytania należy zastrzec jedną uwagę. Zadania mediów: zarówno elektronicznych, jak i prasy powinny być takie same. Bez względu na typ danego medium, jego zasięg oddziaływania i potencjał ekonomiczny. Gazeta lokalna lub regionalna ma do wykonania takie same funkcje wobec władz gminy, powiatu lub województwa, jak dziennik ogólnopolski wobec rządu³.

Wbrew potocznym opiniom telewidzów, radiosłuchaczy i czytelników prasy, zadania mediów są dużo szersze niż tylko dostarczanie ludziom jak największej liczby informacji. Sylwester Dziki i Włodzimierz Chorążki znajdują jedenaście funkcji i zadań mediów lokalnych. Ich zdaniem są to:

- 1) wszechstronna i bieżąca informacja lokalna,
- 2) kontrola władz lokalnych,
- 3) promowanie inicjatyw lokalnych,
- 4) pełnienie roli „trybuny społeczności lokalnej”,
- 5) integracja środowiska lokalnego,
- 6) kształtowanie lokalnej opinii społecznej,

¹ B. Margueritte, *Wolność słowa a odpowiedzialność za słowo w mediach*, referat wygłoszony w ramach konferencji „Wolność słowa w mediach audiowizualnych” zorganizowanej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, 20 stycznia 1998 r., (zamieszczony na www.krrit.gov.pl, stan na 29.08.2005)

² *Ibidem*.

³ D. Ksiński, *Model polskiej niezależnej gazety lokalnej*, referat wygłoszony na konferencji „Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego” – Senat RP, 21.09.2004 (zamieszczony na <http://wulkan.tygodnik.pl>; dostępność na dzień 09.08.2005)

- 7) wspieranie lokalnej kultury,
- 8) integracja społeczności,
- 9) promocja „małej ojczyzny”,
- 10) funkcja reklamowo-ogłoszeniowa,
- 11) funkcja rozrywkowa⁴.

Inaczej funkcje mediów określa Ryszard Kowalczyk. Jego zdaniem, powinny one pełnić zadania: informacyjne, mobilizacyjno-motywacyjne, socjalizacyjno-wychowawcze, kontrolne, integracyjne, emotywne, rozrywkowe i reklamowo-ogłoszeniowe⁵.

Jak widać, na eksponowanym miejscu w każdym z powyższych katalogów pojawia się jedno z najważniejszych zadań niezależnych mediów, czyli ich funkcja kontrolna. Sposób realizacji tego zadania w dużym stopniu zależy od charakteru państwa.

W państwie, którego funkcjonowanie jest sprzeczne z zasadami społeczeństwa obywatelskiego, media pełnią funkcję kontrolną w specyficzny sposób. W dużej mierze służą władzy do kontrolowania obywateli. Przejawem tego zjawiska w czasach PRL-u były np. dyżurne tematy poruszane na łamach prasy. Warto dodać, że w tamtych czasach jednymi z ważniejszych części redakcji były działy łączności z czytelnikami. Ale zamiast publikować autentyczne opinie czytelników, przedstawiały one na łamach gotowe, wcześniej przygotowane materiały. Jak wspomina Andrzej Krajewski, do redakcji młodzieżowego tygodnika „Razem” przychodziło wiele autentycznych listów od czytelników. Jednak według kierownictwa gazety były one „niewłaściwe” i „nieprawomyślne”. Dlatego członkowie kolegium redakcyjnego w czasie swoich spotkań często pytali, kto w danym tygodniu napisze te właściwe głosy czytelników, które będzie można opublikować⁶.

W przypadku społeczeństwa obywatelskiego istnieje wiele poglądów, które próbują zdefiniować, na czym polega kontrolna funkcja prasy. Tym samym przedstawienie jednej definicji jest bardzo trudne. Marcin Król, filozof i publicysta, uważa, że kontrolna funkcja mediów to nadzorowanie władzy w imieniu obywateli. Tym samym media mają sprawdzać, czy przedstawiciele władzy, którzy zostali wybrani w wyborach, wywiązują się z obietnic, jakie złożyli w czasie kampanii. Dziennikarze powinni dociekać, w jakich przypadkach ludzie władzy nie realizują swoich deklaracji i jakie ma to konsekwencje dla społeczeństwa. Jak widać, Król odrzuca tezę, że kontrolna funkcja mediów polega głównie na śledzeniu i odkrywaniu patologii w życiu społecznych na każdym poziomie władzy⁷.

⁴ S. Dziki, W. Chorążki, *Media lokalne i regionalne*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Z. Bauer, E. Chudziński (red.), Kraków 2000, 121–140.

⁵ R. Kowalczyk, *Wczoraj i dziś prasy lokalnej w Polsce*, Poznań 2002, s. 25.

⁶ A. Krajewski, „Przegląd Reader's Digest”, A. Jonas, „The Warsaw Voice”, M. Markiewicz, poseł na Sejm RP, U. Imienińska, „SuperExpress”, materiały z panelu *Kontrolna funkcja mediów*, który odbył się na Uniwersytecie Łódzkim (zamieszczone na www.wsmip.uni.lodz.pl, dostępność na 3.08.2005).

⁷ M. Król, *Massmedia a demokracja*, Tygodnik Powszechny, nr 44, 31.10. 2004.

Inaczej ten problem definiuje Andrzej Jonas, redaktor naczelny „The Warsaw Voice”. Jonas kontrolne zadania mediów wiąże ze społeczeństwem, które żyje według własnego systemu wartości. Dlatego, z punktu widzenia obywateli, kontrolna funkcja prasy to sprawdzanie, czy przestrzegane jest prawo i rozmaite systemy wartości. Przy czym nie ma znaczenia, jakiej sfery życia wartości te dotyczą⁸.

Biorąc pod uwagę powyższe kryteria, można podjąć próbę usystematyzowania obszarów życia publicznego, które obejmuje kontrolna funkcja mediów. Wydaje się, że obejmuje ona następujące sfery życia:

- 1) sferę władzy i polityki,
- 2) stanowienie i wykonywanie prawa,
- 3) aksjologię,
- 4) sferę obyczajów,
- 5) problemy życia codziennego obywateli.

Jak wcześniej powiedziano, media wypełniają swoją funkcję kontrolną w imieniu i na rzecz obywateli. Jednak zadania kontrolne mogą być wykonywane na różne sposoby. Funkcję tę mogą wypełniać dobre, ale również i złe gazety, prasa opiniotwórcza i bulwarowa. Kontrola władzy może być prowadzona celowo i świadomie, ale także przypadkiem i zupełnie bezwiednie. Gazeta może działać w imieniu obywateli, ale również w ramach pogoni za sensacją⁹.

W wymiarze praktycznym kontrolne uprawnienia dziennikarzy wyrażają się w różny sposób. Szeroko obecne w prasie III Rzeczypospolitej jest tzw. dziennikarstwo śledcze. To rodzaj dziennikarstwa, w którym gazety opisują i wyjaśniają sprawy, które najczęściej powinny być przedmiotem dochodzenia w prokuraturze, policji albo w sądach¹⁰. W redakcji „Rzeczypospolitej”, która w ostatnich latach była liderem, jeśli chodzi o teksty śledcze, stworzono nawet własną definicję tego rodzaju dziennikarstwa. Według reporterów „Rzeczypospolitej” teksty śledcze charakteryzują się oryginalnością ustaleń dziennikarskich i ich niezależnością od ustaleń wszelkich innych powołanych do tego organów, np. policji i prokuratury. Zgodnie z powyższą definicją, publikacja tekstu śledczego powinna spowodować wszczęcie śledztwa przez odpowiednie organy państwowe, które powinny zbadać opisane przez gazetę fakty¹¹. Jak widać, nie wszystkie teksty prasowe, które opisują afery, to efekt dziennikarstwa śledczego. Większość z nich to normalne relacje z pracy policji, prokuratury i służb specjalnych¹².

⁸ A. Krajewski, „Przegląd Reader 's Digest”, A. Jonas, „The Warsaw Voice”, M. Markiewicz, poseł na Sejm RP, U. Imienińska, „SuperExpress”, materiały z panelu *Kontrolna funkcja mediów*, który odbył się na Uniwersytecie Łódzkim, (zamieszczone na www.wsmip.uni.lodz.pl, dostępność na 3.08.2005).

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ Zob. www.encyklopedia.serwis.pl (Polski Serwis Naukowy, stan na 2.09.2005).

¹¹ *Ibidem*.

¹² Zob. A. Marszałek, J. Jurecki, K. Bobiński, *Zapis dyskusji „Jak problem zagrożenia korupcją w Polsce, był postrzegany przez międzynarodowe organizacje w 1999 r. i obecnie* (dostępny na www.batory.org.pl/korupcja, stan na 2.09.2005).

Analizując rozwój prasy od przemian ustrojowych w 1989 r., trzeba zauważyć, że dziennikarze śledczy mają spory wkład w budowanie zdrowych zasad życia publicznego w Polsce. Wiele afer ujrzało światło dzienne tylko dzięki pracy przedstawicieli mediów. Wystarczy przypomnieć ujawnioną przez „Gazetę Wyborczą” aferę Rywina czy aferę „łowców skór” z Łodzi. To dziennikarze śledczy tej redakcji ustalili, iż jest bardzo prawdopodobne, że pracownicy pogotowia celowo nie ratowali pacjentów, żeby sprzedawać zakładom pogrzebowym informacje o zgonach. Dzięki „Rzeczpospolitej” udało się ujawnić, że Wojskowe Służby Informacyjne są zamieszane w nielegalny handel bronią. To „Rzeczpospolita” ujawniła publicznie homoseksualne skłonności abp. Juliusza Petza z Poznania. Dopiero wtedy władze kościelne zdecydowały się na podjęcie radykalnych działań w tej sprawie.

Dziennikarstwo śledcze to nie jedyny przejaw kontrolnej funkcji prasy. Wspólny, interesujący projekt w tej materii przedstawiły w zakończonej niedawno kampanii wyborczej do Sejmu i Senatu redakcje „Gazety Wyborczej”, „Polityki”, „Rzeczpospolitej”, TVN 24 i Radia Tok FM. Akcja pt. *Kampania kontrolowana, wybory 2005* zasługuje na uwagę z dwóch powodów. Po pierwsze, dotyczy sprawy istotnej, bo kampanii wyborczej do parlamentu. Po drugie, jest to chyba pierwszy tak szeroki i wspólny projekt mediów, które na co dzień walczą ze sobą o pozycję na rynku.

W trakcie kampanii wyborczej redakcje postanowiły wspólnie i publicznie sprawdzać, czy kandydaci na posłów podają opinii publicznej prawdziwe fakty i nie kłamią, przedstawiając swoje opinie. Autorzy kampanii powołali się na przykłady dojrzałych demokracji, w których media sprawdzają, co mówią politycy. W USA, po zakończeniu debat kandydatów na prezydenta, eksperci badają, czy dane podane przez kandydatów są prawdziwe. M.in. dzięki temu okazało się, że w 2004 r. John Kerry, kandydat na prezydenta z ramienia Partii Demokratycznej, zawyżył o 81 mld dolarów koszty wojny w Iraku¹³.

W polskiej polityce takiego zwyczaju dotąd nie było. To dziwne, bo wydaje, że w walce o standardy życia politycznego weryfikacja słów polityków jest czymś niezbędnym. Tym bardziej że w ostatnich latach poziom polskiej polityki i całej klasy politycznej znacznie się obniżył. Przedstawiciele partii politycznych, dla udowodnienia prezentowanych poglądów, podawali opinii publicznej rozmaite liczby i wskaźniki ekonomiczne, których prawdziwości nikt potem nie weryfikował. A jak pokazały efekty akcji *Kampania kontrolowana* z rzetelnością podawanych przez polityków danych jest bardzo różnie. Okazało się np., że kandydat do Sejmu z listy Ligi Polskich Rodzin, partii niechętniej Unii Europejskiej, publicznie podaje nieprawdę, zapewniając na antenie Radia Maryja, że Polska, jako członek Unii Europejskiej, jest płatnikiem netto, czyli więcej wpłaca do unijnej kasy, niż z niej dostaje. Dziennikarz „Gazety Wyborczej” szybko sprostował na łamach dziennika, że w 2004 r. składka Polski do budżetu UE wyniosła 1,23 mld euro, a Polska dostała z Unii Europejskiej 2,73 mld euro. W efekcie nasz kraj dostał 1,5 mld euro więcej niż wpłacił. Dzięki akcji szybko sprostowano też słowa Andrzeja Leppera, przewo-

¹³ „Gazeta Wyborcza”, *Kampania kontrolowana*, 31 sierpnia 2005, nr 202, s. 2.

dniczącego Samoobrony, który przekonywał swoich zwolenników w Ząbkowicach Śląskich, że trzeba zmienić ustawę o Narodowym Banku Polskim, bo są w nim ogromne pieniądze, które należą do obywateli (35 mld zł rezerwy rewaluacyjnej i 30 mld dol. rezerwy walutowej). Ryszard Petru, główny ekonomista banku BPH, tłumaczył, że rezerwy rewaluacyjnej formalnie nie ma, więc nie można jej wydać. Natomiast pieniądze z rezerwy walutowej to zabezpieczenie na wypadek kryzysu gospodarczego. Skutki jej likwidacji można było zaobserwować w Rosji i Argentynie. W obu tych państwach likwidacja rezerwy walutowej doprowadziła do głębokiego kryzysu ekonomicznego¹⁴.

W ostatnich latach bardzo modna stała się inna forma kontrolnej funkcji mediów, tzw. dziennikarstwo interwencyjne. Jest ono obecne zarówno w prasie, zwłaszcza regionalnej i lokalnej, jak i telewizji (zwłaszcza w stacjach komercyjnych). Na czym polega dziennikarstwo interwencyjne? To opisywanie zmagania obywateli i tym samym pomoc ludziom w różnych sytuacjach życiowych, np. w walce z urzędnikiem, urzędem, lekarzem, spółdzielnią mieszkaniową. Nacisk na władze lokalne w sprawach, z którymi obywatele nie mogą sobie poradzić. Artykuły interwencyjne nie prezentują oficjalnych informacji z sesji rady gminy, powiatu lub z posiedzenia Sejmu. W zdecydowanej większości opisują krzywdę, dramat lub kłopoty zwykłych ludzi. Mogą pokazywać pojedyncze sytuacje lub zajmować się zjawiskami masowymi.

Na podstawie tak przyjętej definicji dziennikarstwa interwencyjnego możemy określić kilka jego cech charakterystycznych. Jedną z podstawowych jest jednoznaczność ocen, które są zawierane w tekstach prasowych lub reportażach telewizyjnych. Bohaterowie tego typu publikacji zwykle są prezentowani w tonacji „czarnej” lub „białej”. Są pozytywni lub negatywni. Dobrzy są zwykli, poszkodowani ludzie, którzy walczą o swoje prawa. Żli są zazwyczaj urzędnicy: to osoby bezduszne, bezmyślne, łamiące prawo¹⁵. Stanowisko redakcji jest jasno przedstawione: gazeta lub program broni obywateli. Forma publikacji utrzymana jest w konwencji tabloidu. Język dziennikarstwa interwencyjnego jest bardzo dosadny. W tekstach interwencyjnych urzędnik nie mija się z prawdą, tylko kłamie. Ktoś jest złodziejem, a nie osobą, która przywłaszczyła cudzy majątek¹⁶.

Zadaniem dziennikarza jest stawianie konkretnych pytań i żądanie klarownych odpowiedzi. Winny zaistniałej sytuacji musi być jasno wskazany czytelnikom. Urzędnik musi się wytłumaczyć, czemu nie dopilnował remontu chodnika, lekarz – dlaczego nie pomógł choremu pacjentowi, policjant – czemu zwlekał z interwencją w obronie chorej staruszki, napadniętej przez kilku chuliganów. Często w danej redakcji doprowadzenie do naprawienia szkód, rozwiązania problemu lub ukarania winnych jest przyjmowane za punkt honoru.

W konwencji tabloidu, z dużym nasyceniem emocji, utrzymana jest również oprawa graficzna. W reportażu telewizyjnym zwykle w dużym zbliżeniu pokazy-

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ J. Murawski, *Fabryki interwencji*, „Press”, wrzesień 2004, nr 9.

¹⁶ J. Murawski, *Tabloidy wizji*, „Press”, luty–marzec 2004, nr 2, str. 13.

wane są twarze płaczących matek lub trzęsące się ręce urzędnika, który nie wywiązuje się należycie ze swoich obowiązków¹⁷. W gazecie konieczne jest duże zdjęcie skrzywdzonego bohatera lub pewnego siebie i swojej pozycji, bezkarnego antybohatera tekstu i duży emocjonalny tytuł, który pokaże, że gazeta staje po stronie obywateli i działa w ich interesie.

Jak już wspomniano, dziennikarstwo interwencyjne staje się bardzo modne. Dwie polskie stacje komercyjne, TVN i Polsat, właśnie z takich programów zrobiły ważne punkty swoich ramówek. Sądząc po wynikach oglądalności, programy trafiły w gusta widzów. Kiedy we wrześniu 2002 r. TVN uruchomił program „Uwaga”, oglądało go 1,9 mln widzów. Na początku 2004 r. „Uwaga” miała już 3,7 mln widzów. W Polsce „Interwencja” pojawiła się 31 marca 2003 r., jako odpowiedź na sukces „Uwagi”. Oglądało ją wówczas 1,2 mln osób, na początku 2004 r. już 2,2 mln¹⁸.

Ale dziennikarstwo interwencyjne to nie tylko telewizja. Olbrzymi nacisk na wykorzystywanie tej formy kontrolnej funkcji mediów kładzie prasa regionalna. Na potrzeby niniejszego referatu przeanalizowano zawartość tematyczną „Nowin” i „Super Nowości”, dwóch największych podkarpackich dzienników, z lipca 2005 r. W ciągu miesiąca na łamach tych dwóch gazet zostało opublikowanych 31 artykułów, które można zakwalifikować jako dziennikarstwo interwencyjne. Przy czym zdecydowanie więcej takich tekstów pojawiło się na łamach „Nowin” (24) niż na łamach „Super Nowości” (7). Oto kilka przykładów tych publikacji. Dziennikarze opisywali problemy mieszkańców Mielca, którzy skarżyli się na brak chodnika wzdłuż jednej z ulic¹⁹. Apelowali do starosty jednego z powiatów, żeby nie dopuścił do rozbiórki domu jednej z rodzin, mimo nakazu nadzoru budowlanego²⁰. Opisywali perypetie mieszkańca Mielca, który miał kłopoty ze strażnikami miejskimi²¹. Przedstawiali żądania lokatorów, którzy domagali się remontu swojej kamienicy²². Prezentowali postulaty mieszkańców Rzeszowa, którzy domagali się budowy kanalizacji wzdłuż swojej ulicy²³. Pomogli pracownicy sklepu odzyskać pieniądze, których nie chciał wypłacić nieuczciwy pracodawca²⁴.

Co warto podkreślić, w lipcu 2005 r. na łamach obydwu dzienników nie ukazał się ani jeden artykuł, który można zakwalifikować jako dziennikarstwo śledcze.

Wydaje się, że popularność dziennikarstwa interwencyjnego w prasie regionalnej wynika z dwóch powodów. W przeciwieństwie do dziennikarstwa śledczego jest to dziennikarstwo „tanie” i szybkie w realizacji. Nie wymaga tygodni ani miesięcy żmudnej pracy, badania dokumentów, szukania świadków. Do jego realizacji nie

¹⁷ J. Murawski, *Fabryka interwencji*, jw.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ A. Dyka-Urbańska, *Do tragedii bardzo blisko*, „Nowiny”, 7 lipca 2004, nr 130, s. 11.

²⁰ E. Czapkowska, *Starosto zostaw dom Baszaków*, „Nowiny”, 12 lipca, nr 133, s. 1.

²¹ K. Urbański, *Urzędnicy mieli mnie w nosie*, „Nowiny”, 13 lipca, nr 134, s. 4.

²² B. Gubernat, *Nasza kamienica to ruina*, wkładka Tygodnik Nowiny Rzeszowskie, 14 lipca, nr 135, s. 1.

²³ M. Michna, *Wybudujcie nam kolektor*, „Super Nowości”, 6 lipca, nr 130, s. 7.

²⁴ B. Gubernat, *Czekam na uczciwie zarobione pieniądze*, „Nowiny”, 19 lipca, nr 138, s. 5.

potrzeba powoływania w redakcjach specjalnych zespołów czy działów. Zwykle jest tak, że źródłem informacji przy powstawaniu tekstu interwencyjnego jest sam bohater, który zgłasza się do gazety, bo jest zainteresowany nagłośnieniem całej sprawy. Przede wszystkim z przekonania, że interwencja mediów pomoże rozwiązać problem.

Redakcje chętnie korzystają z takiej formy dziennikarstwa, bo jest ono atrakcyjne z ich punktu widzenia. Najkrócej mówiąc, dziennikarstwo interwencyjne pokazuje troskę redakcji o los zwykłego człowieka. Często jest to potwierdzenie zapisów z założeń programowych danej gazety. Dla przykładu, w linii programowej Gazety Codziennej „Nowiny” w Rzeszowie jest zapis, że gazeta działa w imieniu czytelników i jest redagowana z ich punktu widzenia. Pod pojęciem „czytelnika” redakcja rozumie nie tylko szerokie grupy społeczne, ale także pojedynczych obywateli²⁵. Taką troskę o pojedynczego człowieka można „przekuć” na wizerunek dziennika i jego sprzedaż. Faktem jest przecież, że duży wpływ na to, o czym się dziś informuje, ma marketing i „sprzedawalność” tematów. Tym samym treść i formę przekazu dostosowuje się do czytelnika²⁶.

Drugi powód, który decyduje o wzroście popularności dziennikarstwa interwencyjnego, ma inne – dużo poważniejsze – podłoże. Można postawić tezę, że jest to efekt spadku zaufania obywateli do władzy i instytucji państwowych: urzędów, sądów czy prokuratury. Drastycznym przykładem dostarczyły ostatnie wybory, w których frekwencja wyniosła zaledwie 40,57 proc. Okazało się, że prawie 60 proc. Polaków zbojkotowało wybór swoich przedstawicieli do parlamentu, być może wychodząc z założenia, że ich głos i tak nie zmieni sytuacji w kraju.

Na tle niskiego zaufania do różnych instytucji państwowych poziom zaufania obywateli do mediów jest na zupełnie przyzwoitym poziomie. Potwierdzają to wyniki badań. Według badań CBOS z czerwca tego roku, pracę Sejmu pozytywnie oceniało tylko 8 proc. badanych, pracę sądów dobrze oceniało 21 proc. Polaków, a działalność prokuratury tylko 25 proc. obywateli. Niska była ocena pracy władz lokalnych; tylko 48 proc. badanych określiło ją jako pozytywną. Na tym tle notowania mediów były bardzo optymistyczne. Pozytywny stosunek do Polskiego Radia zadeklarowało aż 65 proc. Polaków. Pracę radia RMF dobrze oceniło 64 proc. respondentów. Jeszcze lepiej wypadły stacje telewizyjne: TVN – 74 proc. pozytywnych opinii, Polsat dobrze oceniło 75 proc. Polaków²⁷.

Podobne jest na szczeblu regionalnym. Pewien pogląd na interesujące nas zagadnienie mogą dać wyniki Podkarpackiego Sondażu Społecznego, przeprowadzonego w 2002 r. na reprezentatywnej próbie 1368 osób. Celem sondażu było m.in.

²⁵ Zob. *Główne założenia linii programowej Gazety Codziennej Nowiny w Rzeszowie*, z dnia 18.06.2004.

²⁶ Debata *Media a demokracja* – Aleksander Jerzy Baczyński, Jan Dworak, Helena Łuczywo i Jan Skórzyński, 25.10.2004, dostępna na www.batory.org.pl, stan na 28.09.2005.

²⁷ CBOS, *Ocena działalności instytucji publicznych*, 3–6 czerwca 2005 r., próbka 1037 dorosłych Polaków.

zbadanie poziomu zaufania do instytucji publicznych, a także elit politycznych i społecznych. Z badań wynika, że poziom zaufania do regionalnych mediów (zwłaszcza publicznego radia, telewizji i prasy regionalnej) jest zdecydowanie wyższy niż np. do władz województwa (marszałka, sejmiku wojewódzkiego), władz lokalnych (burmistrza, radnych gminnych), urzędów (Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, Urzędu Skarbowego, Regionalnej Kasy Chorych), czy firm (Telekomunikacji Polskiej). Podobna tendencja utrzymała się w czasie badań robionych rok później²⁸.

Tabela 1. Poziom zaufania do instytucji zaufania publicznego, elit politycznych i firm na podstawie Podkarpackiego Sondażu Społecznego z 2002 r.

	Zdecydowanie zasługują na zaufanie	Raczej zasługują na zaufanie	Ani zasługują na zaufanie ani nie zasługują	Raczej nie zasługują na zaufanie	Zdecydowanie nie zasługują na zaufanie	Nie wiem
	%	%	%	%	%	%
Marszałek województwa	3,0	21,6	28,8	10,5	2,8	33,3
Sejmik wojewódzki	3,5	20,6	28,7	11,9	5,8	29,5
Starosta powiatu	4,4	30,6	27,2	10,8	4,2	22,9
Rada powiatu	3,3	29,0	29,8	10,2	4,1	23,7
Prezydent miasta (burmistrz, wójt)	15,2	47,4	18,2	7,6	5,7	5,9
Rada gminy	6,8	39,5	26,3	9,8	5,1	12,5
Regionalna Kasa Chorych	8,6	13,5	17,8	22,8	28,5	8,9
Urząd Skarbowy	7,3	32,0	24,8	16,0	11,7	8,2
Zakład Ubezpieczeń Społecznych	5,2	28,8	24,6	18,9	17,1	5,5
Telekomunikacja Polska SA	7,3	36,2	24,8	12,9	10,9	8,0
Telewizja Rzeszów	9,2	52,0	18,8	3,9	1,3	14,8
Prywatne stacje radiowe	10,3	50,3	16,7	3,0	1,1	18,6
Prasa regionalna	7,1	36,1	19,8	4,4	2,0	30,6
	10,9	53,2	20,1	4,9	2,0	9,0

Wydaje się, że wyniki sondażu dają odpowiedź na przyczyny coraz większej popularności dziennikarstwa interwencyjnego. Można uznać, że obywatele traktują media i dziennikarzy, do których mają zaufanie, jako narzędzia w walce o rozmaite, czasem drobne interesy, a także jako sprzymierzeńców w walce o swoje prawa. Takiego zaufania obywatele nie mają do instytucji, które są powołane do służby publicznej. Dlatego w walce z nieuczciwym pracodawcą albo skostniałym urzędem

²⁸ Podkarpacki Sondaż Społeczny, 2002 r.

obywatele wolą pójść na skargę lub z interwencją do gazety, a nie np. do sądu. Zapewne nacisk medialny uważają za bardziej skuteczny dla korzystnego rozwiązania problemu. Media chętnie to wykorzystują do budowania swojej pozycji i wizerunku.

Podsumowując niniejsze rozważania, należy postawić pytanie o przyszłość i konsekwencje dziennikarstwa interwencyjnego w prasie regionalnej. Wydaje się, że o przyszłości tego rodzaju dziennikarstwa zadecydują dwa czynniki.

Po pierwsze, kierunek, w którym będą ewoluować gazety regionalne. Już dziś widać – i nie jest to najlepsza tendencja – że prasa regionalna poddaje się zjawisku tabloidyacji. W walce o pozycję na rynku konkuruje głównie z prasą sensacyjną. W woj. podkarpackim głównym rywalem dwóch największych dzienników regionalnych: „Nowin” i „Super Nowości”, nie są opiniotwórcze „Rzeczpospolita” czy „Gazeta Wyborcza”, tylko „Super Express”, a zwłaszcza „Fakt”. Utrzymanie tej tendencji będzie skutkowało promocją w prasie regionalnej tekstów łatwych i prostych w odbiorze, być może o drugorzędnym znaczeniu, ale za to o dużym nasyceniu emocji. Przy takich założeniach dziennikarstwo interwencyjne będzie miało mocną pozycję w ofercie poszczególnych redakcji.

Drugi czynnik jest ściśle związany z kondycją państwa. Jak wcześniej wspomniano, wzrost liczby tekstów interwencyjnych ma związek ze spadkiem zaufania obywateli do rozmaitych instytucji. Jeśli ten związek jest tak ścisły, to oznacza, że lepsza jakość pracy urzędów, sądów, prokuratur, wzrost uczciwości w życiu publicznym, przestrzeganie prawa zwiększy zaufanie ludzi do państwa. Tym samym obywatele nie będą musieli rozwiązywać swoich spraw za pomocą mediów. Innymi słowy: im gorszy stan państwa, tym większe znaczenie dziennikarstwa interwencyjnego. I odwrotnie. Im kondycja państwa będzie lepsza, dziennikarstwo interwencyjne będzie mniej popularne. Chociaż nie zniknie w ogóle, bo ludzkich problemów całkowicie wyeliminować się nie da.

W różny sposób można analizować konsekwencje dziennikarstwa interwencyjnego. Z jednej strony, może ono budować podmiotowość obywateli, którzy mając odwagę walczyć o swoje prawa, dysponują orężem, jakim są media.

Z drugiej strony, taki rodzaj dziennikarstwa może mieć też negatywny wpływ na jakość publicznej debaty. Stanie się tak, jeśli media w walce o nakład, sprzedaż i pozycję na rynku zapomną, że kontrolna funkcja prasy nie ogranicza się jedynie do opisywania, co prawda efektownych, ale jednak lokalnych problemów obywateli w codziennym życiu, ale powinna się też koncentrować na opisywaniu sfery władzy, polityki, aksjologii, prawa czy obyczajów. Dlatego tak ważne jest, żeby media, wykonując swoje kontrolne uprawnienia, równo traktowały wszystkie obszary życia publicznego. Nierównowaga w tej materii może być bardzo szkodliwa.