

Paulina Olechowska*

**IDEOLOGICZNE PODZIAŁY MEDIÓW
NA GRUNCIE TEORII KULTURY DZIENNIKARSKIEJ
THOMASA HANITZSCHA (ROZWAŻANIA
NA PODSTAWIE ANALIZY TREŚCI CZASOPISM
„PRESS” I „FORUM DZIENNIKARZY”
Z LAT 2012–2016)**

**IDEOLOGICAL DIVISIONS OF THE MEDIA
AND THOMAS HANITZSCH’S THEORY OF JOURNALISTIC
CULTURE (BASED ON TEXTS PUBLISHED IN PROFESSIONAL
PERIODICALS *PRESS* AND *FORUM DZIENNIKARZY*
IN 2012–2016)**

Niestety, dziennikarstwo w Polsce tak teraz wygląda,
ze wiążąc się z jakimś tytułem,
już się określa po którejś ze stron (*Bawię się tak* 2012: 22).

Abstract

The article deals with the politicization of the media, visible in the ideological *divisions* among journalists, which is the consequence of the symbolic discursive strategies used by representatives of conservative-rightist and left-liberal wings. The article presents the conclusions derived from textual analysis of interviews and opinion-forming texts published in two professional periodicals *Press* and *Forum Dziennikarzy*. The main goal of the analysis is to identify and to determine the sources of the dominant narrative modes in the self-creation of the *divisions* in line with the epistemological theory of journalist culture authored by Thomas Hanitzsch.

Key words: politicization of the media, journalist community, journalistic culture, *Forum Dziennikarzy*, *Press*.

* Instytut Polonistyki, Kulturoznawstwa i Dziennikarstwa, Wydział Filologiczny, Uniwersytet Szczeciński, al. Piastów 40B, 71–065 Szczecin, e-mail: paulina@olechowska.eu

Wstęp

W środowiskach medioznawców i samych dziennikarzy trwają dyskusje na temat kultury dziennikarskiej. W polskich badaniach pojęcie to nie doczekało się szerszych analiz; środowisko dziennikarskie nie definiuje go jednoznacznie i nierzadko wykorzystuje do rozgrywek politycznych zarówno pomiędzy mediami, jak i w relacjach właścicieli mediów z przedstawicielami poszczególnych opcji politycznych. Tymczasem na gruncie zagranicznych badań medioznawczych kultura dziennikarska doczekała się teoretycznego (naukowego) i empirycznego (egzemplifikowanego wynikami badań) określenia pojęcia kultury dziennikarskiej, którego głównymi komponentami są: wartości dziennikarskie (postawy i przekonania dziennikarzy), praktyki dziennikarskie (których efektem jest produkt medialny) oraz tzw. artefakty medialne (produkty kulturalne). Autorem tak pojmowanej koncepcji kultury dziennikarskiej jest niemiecki badacz Thomas Hanitzsch, który analizując zachodnie i azjatyckie dziennikarstwo, starał się określić uniwersalne cechy kwalifikujące daną kulturę dziennikarską jako wysoką lub niską (Hanitzsch 2007: 369–378).

Jednym z wymiarów określających kulturę dziennikarską jest dystans do władzy. Badacze mediów zajmujący się teorią systemów medialnych kwalifikują polski system do modelu spolaryzowanego pluralizmu (por. Hallin i Mancini 2007: 89–145), dla którego typowe jest upolitycznienie dziennikarstwa, klasyfikujące je do obszaru niskiej kultury dziennikarskiej. O polityzacji polskich mediów pisała również Bogusława Dobek-Ostrowska, według której w polskiej tradycji zakorzenione jest upolitycznienie dziennikarstwa, gdyż „Większość dziennikarzy była i jest ciągle daleka od obiektywizmu, reprezentuje stronnicze polityczne stanowiska. Paradoksalnie, są oni przekonani, że ich obywatelska odpowiedzialność wymaga od nich osobistego zaangażowania w polityczny bieg wydarzeń” (Dobek-Ostrowska 2011: 63). W polskim systemie medialnym od kilku lat wysoki stopień upolitycznienia mediów egzemplifikują coraz silniej zarysowane podziały ideologiczne, występujące pomiędzy poszczególnymi mediami i samymi dziennikarzami. O tym, że środowisko dziennikarzy jest świadome rozbieżności poglądów w tej grupie zawodowej, świadczą nie tylko liczne przekazy medialne poruszające to zagadnienie (tzw. metadziennikarstwo, przez które należy rozumieć medialne relacje o sprawach mediów i dziennikarzy¹), ale rów-

¹ Michel Viatteau, warszawski korespondent AFP, w zorganizowanej przez czasopismo „Press” debacie zagranicznych korespondentów powiedział: „Jako dziennikarza francuskiego zadziwia mnie, ile polskie media z jednej strony i drugiej strony poświęcają

niez organizowane przez zainteresowane środowiska publicystów debaty, na których dyskutuje się m.in. o kondycji polskich mediów w kontekście zaangażowania politycznego dziennikarzy², jak i dyskutuje na temat literalnie rozumianego braku dziennikarskiej solidarności³. Dla potwierdzenia tej tezy autorka przeprowadziła analizę treści publikacji prasowych, które ukazały się w latach 2012–2016 na łamach dwóch – mających odmienne założenia ideowe – branżowych czasopism „Press” i „Forum Dziennikarzy”. Głównym celem zaprezentowanej w artykule analizy treści jest określenie dominujących narracji w zakresie autokreacji podziałów oraz wskazanie ich przyczyn w odniesieniu do epistemologii określającej kulturę dziennikarską według teorii autorstwa Thomasa Hanitzscha.

Teoria kultury dziennikarskiej Thomasa Hanitzscha

Hanitzsch wymienia siedem uniwersalnych wymiarów kultury dziennikarskiej, zgrupowanych w trzech filarach: instytucjonalnym, poznawczym i etycznym (Furman 2014: 17). Każdy z filarów tworzą odrębne wymiary, określane przez Hanitzscha jako epistemologia, pomiędzy którą znajdują się przeciwstawne wartości – od wysokiej do niskiej.

Tabela 1. Klasyfikacja wymiarów kultury dziennikarskiej wg T. Hanitzscha

Filar	Niska kultura	Epistemologia	Wysoka kultura
Instytucjonalny	wysoka	interwencja w procesy polityczne	niska
	media lojalne	dystans do władzy	media krytyczne
	model rynkowy	orientacja rynkowa	model obywatelski
Poznawczy	niski lub brak	obiektywizm	wysoki
	interpretacja/analiza	empiryzm	oparcie na faktach
Etyczny	zależność od kontekstu	relatywizm	uniwersalne wartości
	osiąganie celów	idealizm	etyczne środki osiągnięcia celów

Źródło: Dobek-Ostrowska 2011: 27.

miejsca na wzajemne krytykowanie się. Niektóre prawicowe gazety przeznaczają połowę powierzchni na komentowanie tego, co napisała »Wyborcza«, a ona, choć mniej, też pisze o dziennikarzach prawicowych” (Gluza 2015: 28–29).

² „Podzielony świat mediów. Śmierć dziennikarstwa”, Warszawa, 15 grudnia 2012 r. (organizator Towarzystwo Dziennikarskie).

³ Konferencja Media Night 2010, Warszawa, 27 maja 2010 (organizator Fundacja Konrada Adenauera).

Filar instytucjonalny tworzą trzy wymiary; są nimi: interwencjonizm w procesy polityczne; dystans do władzy oraz orientacja rynkowa mediów; z filarem poznawczym wiąże się poziom obiektywizmu dziennikarskiego (od przedstawiania do kreowania rzeczywistości) i empiryzm (od dziennikarstwa przedstawiającego do dziennikarstwa analitycznego); filar etyczny określa relatywizm (rozumiany jako osobiste przekonania dziennikarzy lub stosowanie uniwersalnych zasad i kodeksów etycznych) oraz idealizm (zorientowany na etykę zawodową lub osiągnięcie celu).

Dla analizy też niniejszego artykułu szczególnie ważna jest epistemologia pierwszego filaru modelu konstytutywnych wymiarów kultury dziennikarskiej. Jak podkreśla Dobek-Ostrowska, „**interwencja** jest rozumiana tutaj jako realizacja pewnej misji i promocja wartości wyznawanych przez dziennikarzy” (Dobek-Ostrowska 2011: 26), która pozwala określić stopień poziomu zaangażowania mediów, od pasywnych – realizujących dziennikarskie zasady obiektywizmu, bezstronności, po dziennikarstwo zaangażowane – charakteryzujące się stronniczością, aktywnym uczestnictwem mediów i dziennikarzy w życiu politycznym, opowiadające się za lub przeciw konkretnym aktorom politycznym. Według Hanitzscha **dystans do władzy** mierzalny jest w skali wrogość – lojalność, przy czym za media wrogie należy rozumieć te, które realizują przede wszystkim funkcję kontrolną (tzw. watchdog), krytycznie oceniając działania decydentów politycznych; z kolei media lojalne przyjmują rolę rzeczników określonych formacji politycznych lub polityków. Ostatnim z wymiarów pierwszego filaru jest stopień **urynkowania mediów**. Określają go dwa skrajne modele rynkowe – konsumencki, w którym właściciele mediów postępują według własnej logiki ukierunkowanej na zysk, po przeciwległej stronie realizowany jest model obywatelski, którego nadrzędnym celem jest realizacja interesu publicznego (tamże: 26–27).

Analiza opinii publicystów i wypowiedzi dziennikarzy opublikowanych na łamach „Press” i „Forum Dziennikarzy” wskazuje na obecność wszystkich trzech właściwości instytucjonalnych ról, które cytowani dziennikarze wskazują jako konstytutywne czynniki pogłębiające procesy podziałów ideologicznych środowisk dziennikarskich.

„Press” i „Forum Dziennikarzy”

Wydawane od 1996 r. przez Andrzeja Skworza (współtwórca „Gazety Wyborczej Poznań”) czasopismo „Press”⁴ jest najbardziej rozpo-

⁴ Dotychczas czasopismo „Press” było przedmiotem badań nielicznych medioznawców: Katarzyna Pokorna-Ignatowicz opisała obraz problemów zawodowych wyłaniający

znawalnym w środowisku dziennikarzy, pracowników reklamy i public relations pismem branżowym. O silnej pozycji na rynku jego wydawcy świadczy fakt, że od 1997 r. przyznaje on ogólnopolską nagrodę Grand Press, będącą najbardziej prestiżowym branżowym wyróżnieniem w świecie mediów. Pismo utrzymuje się ze sprzedaży i reklam, w 2015 r. jego średni nakład wynosił 4766 egz., sprzedaż plasowała się na poziomie 3170 egz. (*Komunikat Zarządu...*: 6). Czasopismo kojarzone jest ze środowiskiem dziennikarzy liberalno-lewicowych i mediami, które dziennikarze konserwatywno-prawicowi określiliby mianem mainstreamowych czy mediów głównego nurtu (sformułowania używane przez polityków Prawa i Sprawiedliwości w latach rządów Platformy Obywatelskiej i Polskiego Stronnictwa Ludowego dla określenia mediów mających wspierać ówczesną władzę).

Odmienny profil ideowy prezentuje wydawany od 1997 r. przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich kwartalnik „Forum Dziennikarzy”. W pierwszych latach ukazywania się pismo pełniło funkcję biuletynu, a na jego łamach publikowano przede wszystkim informacje poświęcone działalności stowarzyszenia. W 2012 r. czasopismo uległo przeobrażeniu, zmieniła się jego szata graficzna i redaktor naczelny – Stefana Truszczyńskiego zastąpił Piotr Legutko (wiceprezes SDP, publicysta m.in. „Tygodnika Powszechnego”; „Czasu Krakowskiego”; „Nowego Państwa”; „Gościa Niedzielnego”; w latach 2016–2017 dyrektor TVP Kraków). Pismo nabrało publicystycznego charakteru, tematami przewodnimi stały się rozważania o kondycji polskich mediów i dziennikarstwa. Każdy z numerów zawiera temat przewodni, w każdym roku jedno z wydań poświęcone jest laureatom przyznawanych przez SDP nagród dziennikarskich. Pomimo że „Forum...” zamieszcza opinie dziennikarzy prezentujących zróżnicowane poglądy polityczne, można odnieść wrażenie, że pismo jest sprofilowane ideowo. W 2012 r. podczas promocji „odświeżonego” czasopisma szef SDP Krzysztof Skowroński

się z przekazu pisma (K. Pokorna-Ignatowicz, *Problemy zawodowe dziennikarzy w Polsce u progu nowego wieku na podstawie analizy branżowego miesięcznika „Press”*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 3, s. 23–34), Wojciech Furman na podstawie publikacji pisma zajmował się występowaniem modeli PR oraz komunikowania (W. Furman, *Public relations: zmniejszanie czy powiększanie nierówności w sferze komunikowania? (próba odczytania publikacji miesięcznika „Press” z lat 1996–2002)*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy” 2004, z. 5, s. 385–397), z kolei Paweł Urbaniak scharakteryzował dziennikarstwo medialne, wskazując środowiskową kontrolę dziennikarzy w mediach branżowych; jednym z nich było czasopismo „Press” (P. Urbaniak, *Dziennikarstwo medialne i jego rola w kształtowaniu dziennikarskich kultur*, „Dziennikarstwo i Media” 2015, nr 5, s. 59–67).

powiedział: „Wchodzimy na rynek zmonopolizowany przez »Press«, który ma swój sposób patrzenia na rzeczywistość i jej opisywania. »Press« interesuje się celebrytami. My chcemy mówić o tym, co naprawdę dzieje się w środowisku” (Nowe „FORUM...”). W założeniu wydawcy pismo miało stanowić przeciwwagę dla stanowisk prezentowanych w „Pressie”.

Dla przedstawionej w artykule analizy treści korpus badawczy stanowiły wszystkie publikacje prasowe obu czasopism z lat 2012–2016, w których pojawił się wątek podziałów politycznych mediów oraz podziałów politycznych w mediach, będący efektem upolitycznienia rozumianego jako podporządkowanie zjawisk medialnych regułom politycznym. W artykule zacytowano zarówno teksty publicystyczne (słowo wstępne, komentarze, felietony, artykuły publicystyczne, sylwetki), jak i wywiady prasowe, w których dyskutujące strony poruszały wątek podziałów (wśród cytowanych tekstów pominięto te, w których pojawił się wątek zmian kadrowych i programowych mediów publicznych).

Interwencja w procesy polityczne – „dwa wielkie obozy” i „bycie pomiędzy”

Tezę o podziałach ideologicznych wśród mediów, ich stronniczości charakteryzującej się brakiem politycznej neutralności – potwierdzają analizowane na łamach obu czasopism opinie publicystów (komentarze itp.) i dziennikarzy (wywiady).

Autorem zamieszczonej w tytule artykułu frazy „dwa wielkie obozy” jest Jerzy Jachowicz („wSieci”), mający stałą kolumnę w czasopiśmie SDP. W jednym ze swoich felietonów autor napisał: „ostatnie lata przyniosły [...] podziały wewnętrzne dwóch wielkich obozów”. Omawiając kwestię zmian zapisów prawa prasowego, Jachowicz postulował, aby dziennikarze jawnie deklarowali swoje sympatie polityczne. W tekście autor stwierdził, że „Forum Dziennikarzy” kojarzone jest z opcją pravicową, natomiast on sam deklaruje się jako reprezentant odmiennych idei: „Ja, żeby dać dobry przykład, powiem śmiało: Kocham SLD” (Jachowicz 2012: 47). Innym przykładem tekstu potwierdzającego *podziały* w świecie mediów jest opinia Andrzeja Kaczmarczyka (członek SDP, autor „Tygodniowego Przeglądu Medialnego”), który w kolumnie podsumowującej najważniejsze wydarzenia minionego czasu notował: „nowy prezydent Andrzej Duda napisał list do czytelników trzech gazet. Zaszczyceni zostali czytelnicy »Gazety Polskiej«, »Gazety Wyborczej«

oraz »Super Expressu«. W swoim liście zapowiedział »odbudowę wspólnoty Polaków«. No... jeśli rzeczywiście pan prezydent zdoła zbudować wspólnotę z czytelników »Gazety Polskiej« i »Gazety Wyborczej«, to przejdzie do historii nie jako Andrzej Niezłomny, ale jako Andrzej Cudotwórca” (Kaczmarczyk 2015: 80).

Kolejną grupę tekstów obrazujących polityzację środowiska dziennikarzy stanowią publikowane na łamach obu pism wywiady-sylwetki. Wątek podzielonego ideologicznie świata mediów pojawiał się zarówno w wypowiedziach dziennikarzy, jak i w pytaniach prowadzących wywiady. Andrzej Kaczmarczyk z „Forum Dziennikarzy” w rozmowie z Józefem Jerzym Jureckim z „Tygodnika Podhalańskiego” zapytał: „Cechą charakterystyczną w mediach ogólnopolskich i regionalnych jest ostry podział polityczny środowiska dziennikarskiego. Czy to się jakoś przekłada na media lokalne?” (*Czytelnicy są bardzo...* 2012: 77). Z kolei na łamach „Press” pytania o podziały w mediach pojawiały się głównie w wywiadach z dziennikarzami podkreślającymi swoją apolityczność i niezależność ideologiczną. Czytając wywiady wydawanego w Poznaniu czasopisma, można odnieść wrażenie, że ich celem było określenie przez rozmówcę swojej obecności w jednym z „dwóch wielkich obozów”. Przykładem jest rozmowa z ks. Kazimierzem Sową, w której Elżbieta Rutkowska pytała:

„– Są takie czasy, że i dziennikarz, i ksiądz muszą się opowiedzieć. A ksiądz dziennikarz to już chyba podwójnie.

– [...] Nie mam zamiaru być ani w drużynie postępu, ani na kolanach wrócić do prawdziwych pravicowych publicystów.

– Opowiedzenia się wymaga dziś też druga strona. Lis napisał do Hołowni: »W czasach ostrych podziałów i ostrej walki bycie pomiędzy i pośrodku częściej niż znakiem racjonalizmu jest znakiem asekuranctwa i oportunistu«⁵.

– Świat sprowadzony do dwóch naparających się stron jest światem plemiennym” (*Język świerzbi...* 2012: 18).

Podobne wrażenie można odnieść z rozmowy z Jarosławem Gugałą (Polsat), w której mówił on o prowadzonym przez siebie wywiadzie z politykiem PiS w programie „Gość Wydarzeń”, na temat dowodów na tezę o „zamachu smoleńskim”, w której dziennikarz dopytywał o fakty na temat domniemanego zamachu. Prowadzący wywiad Mariusz Kowalczyk stwierdził: „Brzmi to, jakby mówił polityk Platformy. Nie, nie mówię jak polityk Platformy”. Dziennikarz Polsatu bronił się przed nazbyt

⁵ O komentarzu Tomasz Lisa w dalszej części artykułu.

uproszczoną klasyfikacją polityczną jego osoby, pytając: „Czy mam porzucić prawdę tylko dlatego, że pokrywa się ona z czyjąś opinią?” (*Pobłażliwy...* 2012: 18).

Na łamach „Press” grupa dziennikarzy „środka” opisywana jest znacznie częściej niż w piśmie „Forum Dziennikarzy”. Dziennikarzom niedającym się zakwalifikować do żadnego z dwóch „obozów plemiennych” poświęcony był opublikowany w „Press” w listopadzie 2016 r. odrębny tekst pt. *Neutralsi*. Artykuł odnosi się do słowa wstępnego Tomasza Lisa, redaktora naczelnego tygodnika „Newsweek Polska”, w którym napisał, że neutralni dziennikarze „szczególnie w sferze publicznej korzystają z okazji, by dać do zrozumienia, że może tej władzy nie popierają, ale jej wrażliwość i potrzeby rozumieją”, oraz dodał, że „siedzenie okrakiem na barykadzie jest niewygodne. Głównie dlatego, że dla totalniackiej władzy każdy, kto nie jest z nią, jest jej wrogiem” (Lis 2016: 2). Tezę naczelnego „Newsweeka Polska” komentowali dziennikarze z obu stron sceny politycznej. Tomasz Sekielski powiedział: „Albo jest się za, albo przeciw. Kto próbuje niuansować, być w swoich sądach obiektywny, dostaje po głowie z jednej i drugiej strony”. Powołując się na „Polska. The Times”, cytowano Krzysztofa Skowrońskiego, który miał powiedzieć: „Stoimy na barykadach”. Poza tymi dwoma jednoznaczными opiniami na temat konieczności „samoidentyfikacji politycznej dziennikarzy” – część redaktorów postulowała sprzeciw wobec klasyfikacji ideowej całego dziennikarskiego środowiska. Jacek Nizinkiewicz z „Rzeczpospolitej” powiedział: „To chore pojmowanie: PiS i antyPiS” (Rutkowska 2016: 28), z kolei Leszek Jażdżewski, redaktor naczelny pisma „Liberté!”, komentarz Lisa wzywający do określania się jako dziennikarz PiS-owski bądź antyPiS-owski określił mianem „typowo twitterowej zagrywki” (*Idei nie można...* 2016: 79).

Część wypowiadających się na łamach „Press” dziennikarzy podkreślała możliwość bycia niejako „pomiędzy” i zachowania tym samym światopoglądowej neutralności. Michał Majewski („Rzeczpospolita”, „Dziennik Polska Europa Świat”, „Dziennik Gazeta Prawna”, w 2017 roku po 23 latach pracy w zawodzie odszedł z dziennikarstwa) i Paweł Reszka („Rzeczpospolita”, „Dziennik Polska Europa Świat”, „Tygodnik Powszechny”, Newsweek”) na pytanie Elżbiety Rutowskiej, „czy wójki między dziennikarzami i szukanie wsparcia u odbiorców nas ośmieszają?” odpowiedzieli:

„Paweł Reszka: [...] Dziś wszyscy siedzą w swoich okopach, a ziemia niczyja jest coraz większa. W »Rzeczpospolitej« obowiązywała kiedyś formuła, którą wymyślił Dariusz Fikus: my, dziennikarze, dostarczamy infor-

macje, wy, czytelnicy, podejmujecie decyzje. Dziś wielu dziennikarzy uważa, że trzeba być po którejś ze stron. My chcemy być na ziemi niczyjej.

Michał Majewski: Co gorsza, jedni i drudzy dziennikarze nie mogą bez siebie żyć. Gdyby nie było jednych, drudzy czuliby się gorzej. Część ich działalności przestałaby mieć sens.

P.R.: [...] te konflikty to rodzaj infotainmentu. Może niektórym czytelnikom się spodoba, gdy jeden znany dziennikarz przywali drugiemu, a ten się odwinie? Tylko że robota dziennikarska jest gdzie indziej (*Bednarze...* 2012: 16).

Dystans do władzy – afiliacje ideologiczne czy polityczno-partyjne?

Na podstawie analizy treści wypowiedzi publikowanych na łamach dwóch czasopism można wnioskować, że międzymedialne walki kojarzone są ze sporami ideologicznymi, przekładając się na sympatie partyjne, czego dowodem są afiliacje medialne przypisywane poszczególnym ugrupowaniom politycznym.

Tabela 2. Afiliacje polityczne wybranych mediów na podstawie analizowanych materiałów

AntyPiS	
„Forum Dziennikarzy”	„Press”
„mini-sztaby Bronisława Komorowskiego funkcjonujące w siedzibach TVP, PR, TVN, Polsatu, Radia TOK FM, Radia ZET, »Gazety Wyborczej«, tygodników »Newsweek« i »Polityka«” (Rodziewicz 2015: 24)	W opinii Ekke Overbeeka (korespondenta holenderskich i belgijskich mediów w Polsce): „»Gazeta Wyborcza«, która dzięki publikacji tekstu Jarosława Kurskiego »Nasz prezydent, wasz prezes«” („Gazeta Wyborcza” z 22 maja 2015) bardzo wyraźnie określiła się politycznie” (Gluza 2015: 30)
AntyPO	
„Forum Dziennikarzy”	„Press”
„krytyczny wobec rządzącej Platformy Obywatelskiej konserwatywno-liberalny tygodnik opinii” [dot. „Uważam Rze. Inaczej Pisane”] (Jachowicz 2014: 33)	Katarzyna Kolenda-Zaleska: „Nie wpuszczono [na konferencje wyborcze Platformy Obywatelskiej – dop. P.O.] dziennikarzy »Gazety Polskiej Codziennie«. Sama zaprotestowałam przeciwko temu i potem miałam przerąbane w tuskobusie. Rzecznik rządu Paweł Graś przez trzy dni nie dopuszczał mnie do Tuska” (Korona 2012: 22)

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z zacytowanych fragmentów, profile ideologiczne poszczególnych mediów przekładają się na sympatie partyjne. Przykładem jest opublikowany w „Forum Dziennikarzy” w 2012 r. wywiad z Pawłem Lisickim. Ówczesny redaktor naczelny tygodnika „Uważam Rze. Inaczej pisane” popularność kierowanego przez siebie pisma argumentował faktem tworzenia przez nie pewnego elementu światopoglądowego czy tożsamościowego, podkreślając, że „rola tożsamościowa nie oznacza zaangażowania w grę polityczną” (*Pisma dają poczucie...* 2015: 50). Dodał, że z drugiej strony sukces rynkowy tygodnika polegał na jego „antyrządowym” charakterze, stojącym w opozycji do ówczesnej koalicji rządowej PO-PSL. Podziały pomiędzy poszczególnymi mediami wykazują więc symptomy nie tyle sporów ideologicznych, ile wyznaczone są sympatią wobec konkretnych ugrupowań politycznych. Zwrócił na to również uwagę Konrad Piasecki z Radia ZET, który w opublikowanym na łamach „Press” wywiadzie powiedział: „Dziennikarze coraz bardziej identyfikują się i dzielą według podziałów partyjnych, a nie – co byłoby znacznie neutralniejsze i bardziej oczywiste – ideologicznych” (*Z lekkim...* 2016: 18). W podobnym tonie wypowiadał się Jerzy Domański, redaktor naczelny tygodnika „Przegląd”, który omawiając temat zaangażowania nadawców prywatnych w działalność partyjną, stwierdził: „Gdy Grzegorz Hajdarowicz oświadczył, że jego »Uważam Rze« będzie dla zwolenników prawicy, a »Przekrój« lewicy, uświadomiłem sobie, że pierwszy raz się spotkałem z tym, by nowy właściciel gazet w tak otwarty sposób dawał do zrozumienia ich zespołom, którym opcjom politycznym mają sprzyjać” (*Powrót partyjnych mediów?...* 2012: 5). Nisko stopień dystansu polskich mediów wobec władzy ocenił publicysta Mariusz Ziomecki (Polsat): „Żaden ze znanych mi pierwszoligowych angielskich, niemieckich czy amerykańskich dziennikarzy [...] nie dopuściłby do tego, żeby jego nazwisko kojarzono z jakimkolwiek frontem ideologicznym, ze służbą wybranej partii politycznej czy propagandą na rzecz czysto politycznego projektu” (Ziomecki 2013: 52). Na wysoki stopień zaangażowania politycznego poszczególnych mediów wskazała również publicystka „Forum Dziennikarzy” Ewa Łozińska: „Nie oglądam programów aroganckiego redaktora Lisa i nie wsparłabym KOD-u, nie tylko z powodów ostatecznych. Ale to nie znaczy jeszcze, że zachwyca mnie publicystyka, w której aktywiści Komitetu czy członkowie PO są wcieleństwem wszelkiego zła w naszym kraju. Druga strona sporu też ma w obecnym kryzysie swój istotny udział. Jeśli jednak tak wiele mediów nadal będzie informować o polskiej rzeczywistości w wojennym tonie, jedynie w czarno-białych barwach, nie dziwmy się, że spirala wrogości uderzy także w dziennikarzy” (Łozińska 2016: 59).

Urynkowanie mediów – „grzech zbiorowy”

Kolejną grupę analizowanych opinii i wypowiedzi stanowią te, w których uwarunkowania ekonomiczne (stopień urynkowania mediów) wskazywane są jako przyczyny podziałów ideologicznych wśród dziennikarzy czy politycznej instrumentalizacji mediów. Przykładem wypowiedzi wskazującej na rynkowy model polskich mediów jest opinia Bartłomieja Dobroczyńskiego, psychologa z Uniwersytetu Jagiellońskiego, który w wywiadzie opublikowanym na łamach „Forum Dziennikarzy” powiedział: „Świat jest agresywny, i to on jest agresywny. Media są winne, ale bardziej jest winny mechanizm korporacyjnego kapitalizmu. Media nie mogą z tego pędzącego pociągu wyskoczyć. My też. Jeżeli pan nie będzie pisał tak, jak tego chce ten świat, to albo wyrzucą pana z pracy, albo pańska gazeta zbankrutuje. Media chcą się utrzymać w świetle, jaki jest, i działają w stylu Hitchcocka: najpierw trzęsienie ziemi, a potem napięcie ma rosnąć. No i rośnie. Krew, dramaty, kłótnie polityków, po prostu informacyjna wojna. Nie ma czynników hamujących” (*Może otrzeźwiejemy...* 2012: 24).

Również w wypowiedziach samych dziennikarzy przewija się teza, że domeną skomercjalizowanych mediów stały się wzniecające konflikty emocje, pozwalające zdobyć poklask publiczności wpływający na wzrost sprzedaży prasy, zwiększenie słuchalności i oglądalności. Dotyczy to przede wszystkim dyskursów politycznych. Powstała w ich efekcie „spirala emocji” stała się częścią upolitycznienia mediów i związanego z nim środowiska dziennikarzy. W cytowanym już artykule *Neutralisi* Ewa Rutkowska przytacza rozmowę Jarosława Kuźniara (Onet Rano) z Tomaszem Lisem: „– Gdyby nie PiS, miałbyś tak dobrą oglądalność w Internecie? – Nie [...]. Powiem więcej: kiedy PiS straci władzę, ten program [Onet Rano – dop. P.O.] straci rację bytu” (Rutkowska 2016: 30). Do komercjalizacji mediów odniósł się również Max Cegielski (TVP Kultura), dziennikarz zajmujący się tematyką kulturalną; według niego orientacja rynkowa wydawców sprzyja pogłębianiu się podziałów politycznych wśród dziennikarzy: „najważniejsza jest oglądalność i słuchalność, a polaryzacja stanowisk zapewnia większe słupki, media nie zajmują się czynieniem pokoju. Merytoryczna rozmowa na jakikolwiek temat nie jest sexy, nie klika się” (*Uciekam na wschód...* 2016: 25).

Do ekonomicznej instrumentalizacji mediów, pogłębiającej polityczne podziały między dziennikarzami, odniósł się Jacek Żakowski („Polityka”, TOK FM), który podczas zorganizowanej w grudniu 2012 r. dyskusji „Podzielony świat mediów. Śmierć dziennikarstwa” powiedział:

„U nas jest trochę gorzej, nie dlatego, że my się bardziej nienawidzimy niż na przykład politycy [...], bo mamy zupełnie inną misję. Bo oni [dziennikarze konserwatywno-prawicowi – dop. P.O.] mają szukać różnic, a my mamy szukać wiedzy potrzebnej do życia naszemu odbiorcy, a nie przekazywać treści uwalniające emocje naszego odbiorcy. A coś takiego się stało z dziennikarstwem. Jeżeli to się stało pod wpływem właścicieli mediów, którzy oczekują od nas zysków – a więc wywierają na nas presję [...] ale jeżeli jej ulegliśmy – to jest nasz zbiorowy grzech” („Podzielony...” 2012, cz. II, min. 35).

Podsumowanie

Polskie dziennikarstwo na przełomie wieków uległo wyraźnym przeobrażeniom, zaś zagadnienie kultury dziennikarskiej jest kluczowe dla zrozumienia jego współczesnej kondycji. Do czynników określających jej poziom należą właściwości ról⁶ instytucjonalnych, do których Hanitzsch zalicza interwencję, dystans wobec władzy oraz stopień urynkowania mediów.

Przedstawiane na łamach czasopism branżowych „Forum Dziennikarzy” i „Press” opinie dziennikarzy⁷ – pomimo że nie składają się na pełny obraz opisywanego zjawiska – świadczą o wysokim stopniu polityzacji polskich mediów, czego wyznacznikiem są widoczne podziały polityczne pomiędzy mediami i dziennikarzami. Procesy te występują nie tylko w Polsce, ale i w innych krajach, i jak podkreśla Dobek-Ostrowska – media niezależne, i tym samym niezależni dziennikarze, przechodzą do historii, a zachowanie dystansu od politycznych sporów staje się coraz trudniejsze (Dobek-Ostrowska 2011: 129). Dzieje się tak szczególnie w okresach nasilenia konfliktów społecznych, kiedy to me-

⁶ Nieliczne z analizowanych opinii odwoływały się do empiryzmu dziennikarskiego zaliczanego przez Thomasa Hanitzscha do filaru poznawczego. Przykładem jest opublikowana na łamach „Forum Dziennikarzy” opinia Jerzego Wegnera („Tygodnik Solidarność”), zwracająca uwagę na dziennikarskie praktyki i przekonania: „To niemożliwe, by wydrukować w »Gazecie Wyborczej« krytykę działań Sojuszu Lewicy Demokratycznej albo rządu czy też w »Naszym Dzienniku« apologię »Polityki« i jest to normalne [...]. Gdybyśmy jednak dożyli, to wtedy z »Gazetą Wyborczą« i podobnymi do niej pismami można by z satysfakcją polemizować, a ona na przykład z »Naszym Dziennikiem« czy »Gazetą Polską«, pobudzając się tym samym wzajemnie do pogłębienia naszej kultury umysłowej i politycznej” (Wegner 3/2012: 43).

⁷ Przedmiotem opisu jest samoidentyfikacja polityczna dziennikarzy; odpowiedź na pytanie o zadania, jakie stawiają przed sobą dziennikarze upatrujący swojej politycznej roli „na barykadzie” – wymagałoby pogłębionych badań socjologicznych.

dialny przekaz rezygnuje z deklaracji neutralności politycznej czy światopoglądowej (Soin 2011: 16).

Narzucona w narracjach części dziennikarskiego środowiska konieczność samoidentyfikacji politycznej sprzyja polaryzacji politycznej pracowników mediów, ale i stoi w sprzeczności z opiniami tej części środowiska dziennikarskiego, która podkreśla konieczność zachowania względnego obiektywizmu. Pomimo to na podstawie analizy wybranych cytowanych wypowiedzi można wnioskować, że część stron politycznego dyskursu nie tylko nie dąży do porozumienia, ale brak możliwości współpracy między sobą czyni istotnym komunikatem dla odbiorców mediów (por. Kotras 2013: 90). Równie niesprzyjający konsensusowi jest fakt przypisywania sobie przez zwaśnione politycznie grupy dziennikarzy wyłącznego prawa do oceny zjawisk historycznych, politycznych i społecznych, przy jednoczesnej negacji alternatywnego punktu widzenia drugiej grupy (por. Piskozub 2011). Według konserwatywnego publicysty Rafała Ziemkiewicza jest to efekt wojny kulturowej: „Media czują się sługami sprawy. Nie ma mowy o obiektywizmie dziennikarskim. My, dziennikarze, jesteśmy na pierwszej linii frontu”, który wyznacza podział Polski na tę okrągłostołową, utożsamiającą się z III RP, i tę zwalczającą Okrągły Stół (Walenciak 2016: 8–12).

Hanitzsch wśród siedmiu uniwersalnych wymiarów kultury dziennikarskiej wymienia – poza wyżej opisanymi – również relatywizm (filar etyczny), uwzględniający pewien wspólny, uniwersalny zespół zasad i kodeksów etycznych dla całego środowiska dziennikarskiego. Podziały ideologiczne polskich samoregulujących się instytucji medialnych⁸, odpowiedzialnych m.in. za tworzenie kodeksów etyki dziennikarskiej, sprzyjają środowiskowej dezintegracji. Zwrócił na to uwagę Stefan Truszczyński, który w tekście będącym pokłosiem dyskusji członków Statutowego Zjazdu SDP w 2012 roku napisał: „Czy chcemy reprezentować wszystkich, czy tylko tych z »pnia solidarnościowego«? »Złać się« czy przyjmować pojedynczo kolegów z SDRP? Przyjmować/przejmować »katolików«, »remontowców«, »turyistów«, »lokalnych« etc.?” (Truszczyński 2012: 54–55). Tym samym formułowane przez część środowisk dziennikarskich postulaty wspólnej prezentacji instytucjonalnej mają jednak wysoce idealistyczny i raczej teoretyczny charak-

⁸ Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej kojarzone jest z lewą stroną sceny politycznej; Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich zarzuca się nadmierne upolitycznienie i sprzyjanie obecnie rządzącemu Prawu i Sprawiedliwości; założycielami najmłodszego, mającego elitarny charakter Towarzystwa Dziennikarskiego, są głównie dziennikarze zatrudnieni w mediach centrolewicowych.

ter. Podobnie w przypadku respektowania zapisów prawnych polskich dziennikarskich kodeksów etycznych, w których – dla przypomnienia – pojawiają się postulaty zwracające uwagę na integrację środowiskową, będącą jednym z elementów obyczajów zawodowych⁹.

Bibliografia

- Bawię się tak*, z Marcinem Mellerem rozm. Mariusz Kowalczyk, 2012, „Press”, nr 11.
- Bednarze*, z Michałem Majewskim i Pawłem Reszką z „Wprost” rozm. Mariusz Kowalczyk, 2012, „Press”, nr 8.
- Czytelnicy są bardzo wyczuleni*, z Józefem Jerzym Jureckim rozm. Andrzej Kaczmarczyk, 2012, „Forum Dziennikarzy”, nr 2.
- Dobek-Ostrowska B. 2011, *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław.
- Furman W. 2014, *Dziennikarz czy polityk? Spór o Krzysztofa Skowrońskiego*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, nr 3.
- Głuza R. 2015, *Leninowskie media*, „Press”, nr 7–8.
- Hallin D.C., Mancini P. 2007, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków.
- Hanitzsch T. 2007, *Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory*, „Communication Theory”, vol. 17.
- Ideji nie można lekceważyć*, z Leszkiem Jażdżewskim rozm. Jacek Nizinkiewicz, 2016, „Press”, nr 10.
- Jachowicz J., 2012 *Nie wstydzmy się! Nie powinniśmy się wstydzić naszych politycznych wzorców*, „Forum Dziennikarzy”, nr 2.
- Jachowicz J. 2014, *W gabinecie „premera stulecia”*, „Forum Dziennikarzy”, nr 1.
- Język świerzbi*, z Kazimierzem Sową [Religia.tv] rozm. Elżbieta Rutkowska, 2012, „Press”, nr 9.
- Kaczmarczyk A. 2015, *Przegląd kwartalny najważniejszych newsów medialnych*, „Forum Dziennikarzy”, nr 3.
- Komunikat Zarządu Związku Kontroli Dystrybucji Prasy o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych przez ZKDP w 2015 roku*, <https://www.zkdp.pl/images/Komunikat2015.pdf> (1.6.2017).
- Korona z głowy*, z Katarzyną Kolendą-Zalewską rozm. Mariusz Kowalczyk, 2012, „Press”, nr 6.
- Kotras M. 2013, *Dwa światy, dwie narracje. Retoryka tygodników opinii*, „W sieci” i „Polityka”, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica”, nr 46.
- Lis T. 2016, *Równać krok!*, „Newsweek Polska”, nr 35.

⁹ W *Karcie Etycznej Mediów* czytamy: „Obowiązkiem dziennikarza jest obrona dobrego imienia zawodu, solidarność zawodowa, która wyraża się w trosce o wspólne sprawy i w pomocy potrzebującym kolegom” (*Karta Etyczna...*); *Kodeks Etyki Dziennikarskiej SDP* wskazuje na realizację postulatu „partnerskich stosunków między kolegami i współpracownikami” (*Kodeks Etyki...*); w ósmym punkcie *Dziennikarskiego Kodeksu Obyczajowego SDRP* widnieje zapis o zakazie działania na szkodę zawodową innych kolegów dziennikarzy (*Dziennikarski Kodeks Obyczajowy...*).

- Lozińska E. 2016, *Królestwo języka wojny*, „Forum Dziennikarzy”, nr 2.
Może otrzeźwiejemy, jak dojdzie do tragedii?, z Bartłomiejem Dobroczyńskim rozm. Andrzej Kaczmarczyk, 2012, „Forum Dziennikarzy”, nr 2.
- Nowe „FORUM DZIENNIKARZY” już na rynku, <http://sdp.salon24.pl/399323,nowe-forum-dziennikarzy-juz-na-rynku> (1.6.2017).
- Pisma dają poczucie tożsamości*, z Pawłem Lisickim rozm. Kajus Augustyniak, 2012, „Forum Dziennikarzy”, nr 2.
- Piskozub P. 2011, *Kultura dziennikarska w Polsce – nazywanie nienazwanego*, <http://pl.ejo-online.eu/etyka-dziennikarska/kultura-dziennikarska-w-polsce-%E2%80%93-nazywanie-nienazwanego>.
- Pobłażliwy*, z Jarosławem Gugałą rozm. Mariusz Kowalczyk, 2012, „Press”, nr 5.
„Podzielony świat mediów. Śmierć dziennikarstwa”, Warszawa 15 grudnia 2012 (org. Towarzystwo Dziennikarskie), relacja z debaty dostępna na stronie www.youtube.com/watch?v=-sUuL1JDUNE.
- Powrót partyjnych mediów?*, 2012, „Press”, nr 2.
- Rodziewicz D. 2015, *Wszystkie ludziki prezydenta*, „Forum Dziennikarzy”, nr 2.
- Rutkowska E. 2016, *Neutralsi*, „Press”, nr 11.
- Soin M. 2011, *Dziennikarstwo zaangażowane w świetle socjologii moralności [w:] Oblicza mediatyzacji. Analiza krytyczna*, red. M. Soin, L. Baran, Kraków–Rzeszów–Zamość.
- Truszczyński S. 2012, *To do or not ... to do*, „Forum Dziennikarzy”, nr 2.
- Uciekam na wschód*, z Maxem Cegielskim rozm. Dariusz Rosiak, 2016, „Press”, nr 6.
- Walenciak R. 2016, *Media popłynęły*, „Przegląd”, nr 3.
- Wegner J. 2012, *Fetysz obiektywizmu. To nieprawda, że dziennikarz musi i może być obiektywny*, „Forum Dziennikarzy”, nr 3.
- Z lekkim dystansem*, z Konradem Piaseckim rozm. Mariusz Kowalczyk, 2016, „Press”, nr 1–2.
- Ziomecki M. 2013, *Igor i Anglosasi*, „Press”, nr 5.