Karina Stasiuk-Krajewska
Uniwersytet Wrocławski

Funkcje i struktura dziennikarskiego samoopisu – przypadek „Naszego Dziennika"

Wbrew pozorom, wynikającym zapewne z silnej obecności danych pojęć w dyskursie potocznym, kategorie mediów i **dziennikarstwa** nie są kategoriami jednoznacznymi. Trudno mówić o powszechnie przyjętej, jednoznacznej definicji mediów, trudniej jeszcze o definicji dziennikarstwa jako profesji. Bardzo wiele wątpliwości budzi zwłaszcza to, jakie są społeczne funkcje mediów i ich personelu, a co za tym idzie — na czym miałaby polegać właściwa (oczekiwana) ich realizacja. W dyskusjach na ten temat, mających z zasady charakter wartościujący, znajdujemy przede wszystkim odwołania do norm i wartości, a więc do tego, co aksjologiczne. Powoduje to, że dyskurs tego rodzaju (tworzony przez dotyczące tej tematyki wypowiedzi zarówno teoretyków, jak i praktyków mediów i dziennikarstwa) trudno uznać za jakkolwiek obiektywny. Można raczej powiedzieć, że realizuje on swoiste strategie samoopisu, które — jako strategie — z definicji mają charakter funkcjonalny, by nie rzec utylitarny. W tym kontekście wielokrotnie odnosiłam się do strategii samoopisu dziennikarstwa jako profesji[1], tutaj koncentruję się na specyficznym elemencie tego rodzaju dyskursu — mianowicie opisie i samoopisie dziennikarstwa, generowanych w tekstach „Naszego Dziennika" (z okresu: kwiecień 2010–kwiecień 2011). Analizie poddałam artykuły publicystyczne publikowane głównie w cyklu „Myśl jest bronią" oraz (w mniejszym zakresie) teksty promujące Wyższą Szkołę Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, publikowane w tym samym cyklu, a będące — formalnie rzecz biorąc — adwertorialami do owej instytucji się odnoszącymi.

[1] Por. np. K. Stasiuk-Krajewska, *Tożsamościowe problemy współczesnego dziennikarstwa*, [w:] *Dziennikarstwo a literatura w XX i XXI wieku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, Warszawa 2011.

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

Strategia (samo)opisu mediów i dziennikarstwa, rekonstruowana przeze mnie z analizowanych tekstów, opiera się na opozycji skonstruowanej na zasadzie negatywnej delimitacji. Opozycja ta przeciwstawia — co dla tego rodzaju konstrukcji typowe — przeciwnie waloryzowane zjawiska, w tym przypadku odnoszące się do dziennikarstwa w kontekście szerzej traktowanych mediów. Strategia negatywnej delimitacji jest tu realizowana poprzez odniesienie do mediów określanych mianem mainstreamowych, co jest zjawiskiem typowym i występuje także bardzo wyraźnie w kontekście tzw. dziennikarstwa obywatelskiego. Jak się wydaje, kategoria mediów mainstreamowych ugruntowała się już w ramach rozmaitych strategii i substrategii dziennikarskiego samoopisu — zawsze jako granica odniesień negatywnych. Tak jest także w przypadku „Naszego Dziennika". „Poza mainstreamem jest życie"[2] — mówi Krzysztof Skowroński, ponieważ media mainstreamowe to media zideologizowane[3], media ideowego monopolu[4], reprezentujące wiele cech (o czym za chwilę) czyniących uprawiane w nich i przez nie dziennikarstwo całkowicie nieakceptowanym w kontekście postulowanej tożsamości profesji. W mediach mainstreamowych oraz w mainstreamowym dziennikarstwie przejawiają się więc te wszystkie cechy i tendencje, które — w ramach prezentowanej strategii samoopisu — pozostają w opozycji do tego, co dla „właściwie funkcjonujących mediów" oraz „prawdziwego dziennikarstwa" jest konstytutywne (a więc definiujące specyficzne funkcje społeczne mediów oraz rolę i status ich personelu).

Przede wszystkim więc media mainstreamowe nagminnie i programowo (co okaże się istotne za chwilę) fałszują prawdę. Linię delimitacji wyznacza w tym przypadku klasyczna opozycja prawda–fałsz (kłamstwo). Zauważmy, że delimitacja tego rodzaju możliwa jest tylko przy — wątpliwym samym w sobie — założeniu, że media w praktyce swego społecznego funkcjonowania mogą w ogóle prezentować prawdziwy obraz rzeczywistości. Nie wchodząc w szczegóły tego problemu, zwróćmy tylko uwagę, że milcząco zakłada się tutaj funkcjonowanie swoistego paktu faktograficznego; co interesujące, założenie takie towarzyszy także samoopisowi dziennikarstwa określanego tu mianem mainstreamowego. Publicyści „Naszego Dziennika" piszą więc o „koalicji kłamstwa"[5], wielokrotnie powtarzają, że media porzuciły prawdę i nie chcą jej znać[6] ani, tym bardziej, jej służyć[7], że „kradną praw-

[2] *Poza mainstreamem jest życie. Z Krzysztofem Skowrońskim rozmawia Mariusz Bober*, „Nasz Dziennik" 2 grudnia 2010, s. 11.

[3] *Szczepienie na prawdę. Z dr Barbarą Fedyszak-Radziejowską rozmawia Mariusz Bober*, „Nasz Dziennik" 18 listopada 2010, s. 19.

[4] B. Babula, *KRRiT na pierwszej linii frontu*, „Nasz Dziennik" 3 listopada 2010, s. 10.

[5] J. Rybiński, *Koalicja kłamstwa*, „Nasz Dziennik" 21 października 2010, s. 11.

[6] M. Grabowski, *ABC medialnej manipulacji*, „Nasz Dziennik" 15–16 maja 2010, s. 18.

[7] *Dziennikarski miecz Damoklesa. Z Hanną Karp rozmawia Paulina Jarosińska*, „Nasz Dziennik" 28 października 2010, s. 4.

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

dę"[8] lub stanowią dla niej zagrożenie[9]. Odnosząc się do drugiego krańca delimitującej opozycji, mówi się także o „pladze fałszowania słowa" w mediach[10] oraz o produkowaniu przez nie „ciągów dezinformacji"[11]. Jak widać, możliwe do zrekonstruowania konotacje wskazują tu przede wszystkim na ciągłość i permanentność tego typu działań oraz na ich planowy, intencjonalny charakter. Takie właśnie ujęcie najlepiej służy strategii negatywnej delimitacji — podkreśla bowiem, uwypukla wyjątkowość tego, co (lub kto) znajduje się po drugiej stronie opozycji, oraz trudności, z którymi ów reprezentant się styka w swej działalności. Interesujące w tym kontekście okazują się publikacje odnoszące się do kształcenia dziennikarzy w Wyższej Szkole Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu (mające, jak wspomniałam, w istocie charakter kryptoreklamowy), w których wielokrotnie podkreśla się, że jednym z podstawowych celów kształcenia przyszłych dziennikarzy jest to, by uświadomić im techniki wpływu i manipulacji, „fałszowanie prawdy" stosowane przez media głównego nurtu[12].

W kontekście opozycji prawda–fałsz pojawia się oczywiście kategoria manipulacji medialnej. W wielu tekstach w obszerny sposób przedstawia się więc „metody manipulacji medialnej", uznając, że podstawową „strukturę kłamstwa medialnego" stanowi „manipulacja informacją"[13]. Zauważmy, że po raz kolejny aktualizowany tu jest typowy element strategii samoopisu dziennikarskiego jako takiego — definiowanie społecznej roli mediów w kontekście dostarczania (prawdziwych) informacji. Jest to stan pożądany, jednak w analizowanym dyskursie zdecydowanie daleki od realizacji. *Manipulują na całego* — tytułuje swój tekst, poświęcony kampanii przed wyborami prezydenckimi, Paweł Pasionek[14]. W związku z tym ważne miejsce w analizowanym dyskursie zajmują teksty często zbliżone w istocie do swoistego instruktażu, przedstawiające rozmaite metody czy techniki owej „manipulacji medialnej". Bardzo reprezentatywny jest tu artykuł zatytułowany po prostu *ABC manipulacji w mediach*[15], którego autor wymienia następujące „sposoby manipulacji w mediach, szczególnie ulubione przez »naszych« rodzimych politruków [czyli dziennikarzy]":

---

[8] *Media kradną prawdę. Z ks. prof. Andrzejem Maryniarczykiem rozmawia Adam Kruczek*, „Nasz Dziennik" 24–25 kwietnia 2010, s. 14.

[9] *Nasila się zakłamywanie rzeczywistości. Z JE ks. bp. Ignacym Decem rozmawia Sławomir Jagodziński*, „Nasz Dziennik" 24–26 grudnia 2010, s. 16.

[10] C.S. Bartnik, *Plaga fałszowania słowa*, „Nasz Dziennik" 30 listopada 2010, s. 12.

[11] *Dziennikarski miecz Damoklesa...*

[12] *Uczelnia bardzo potrzebna Polsce. Z o. dr. Krzysztofem Bielińskim rozmawia Dorota Zbierzchowska*, „Nasz Dziennik" 19–20 czerwca 2010, s. 16.

[13] *„Narracje" nie przykryją kryzysu. Z dr. Markiem Kochanem rozmawia Mariusz Majewski*, „Nasz Dziennik" 8–9 stycznia 2011, s. 16.

[14] P. Pasionek, *Manipulują na całego*, „Nasz Dziennik" 6 maja 2010, s. 13. Zwróćmy uwagę na cudzysłów wyraźnie wskazujący na delimitacyjną funkcję tego rodzaju rozważań.

[15] M. Grabowski, *op. cit.*

© for this edition by CNS

— informacje nieprawdziwe, czyli zwykłe kłamstwo (np. „medialna ofensywa prounijna w trakcie referendum");

— brak informacji, czyli zmowa przemilczania (ukrywanie faktów lub „pośrednia negacja kogoś lub czegoś");

— podawanie informacji nieważnych z pominięciem istotnych („tzw. tematy zastępcze");

— przekazywanie informacji bardzo ważnych jako mało istotnych lub niemających znaczenia (np. niepokazywanie osób młodych na pielgrzymkach, cytowanie fragmentów wystąpień);

— podawanie „informacji spreparowanej" (np. dobieranie wypowiedzi z sond ulicznych);

— podawanie informacji wieloznacznych (tu autor analizuje tytuł *Pazerny ksiądz?*, kładąc nacisk na rolę znaku zapytania);

— nadmiar informacji, czyli szum informacyjny (zaspokajanie potrzeb informacyjnych z wykluczeniem informacji ważnych);

— wreszcie — ukryta manipulacja (czyli przekazy podprogowe).

Za „sposoby wzmocnienia manipulacji" autor uznaje: „wielość powtórzeń", „wielość źródeł medialnych", „odwoływanie się do emocji", „techniczne chwyty: ustawienie kamery, tła, światła, dźwięku" itp. Marek Kochan, proszony przez Mariusza Majewskiego o wymienienie „kardynalnych błędów mediów RP i chwytów, których nie powstydziliby się socjalistyczni propagandziści", odpowiada:

> Bardzo często […] fakty, jeśli są krytyczne wobec obecnej władzy, w ogóle nie pojawiają się w serwisach. […] często jest kilka dobrych setek, a wykorzystuje się akurat te najmniej istotne. Drugą strategią jest zwyczajne przemilczanie […]. Trzecia metoda to ośmieszanie. […] Inna metoda to komentowanie czyjejś wypowiedzi, np. polityka, ale bez powtarzania jego słów. […] Jednych filmuje się korzystnie, z bliska, z przodu, a innych tak, by widz ich mniej lubił: z dołu, z boku, z bardzo daleka, w niekorzystnej pozie, z odpychającą miną[16]

— dodaje, pytany o kwestie techniczne. Cytuję te katalogi „medialnej manipulacji", ponieważ — co ciekawe — nie odbiegają one znacząco od typowych, standardowych rozważań medioznawców dotyczących tego, jak media (w sposób niemożliwy do uniknięcia) przetwarzają świat, który prezentują. Przytoczmy, tylko hasłowo, takie powszechne w medioznawstwie kategorie (o rozmaitym w istocie charakterze), jak: agenda setting czy porządek dzienny; strukturyzowanie strumienia informacji czy funkcja gatekeepera; schematyczność, multiplikowalność, powtarzalność jako cechy przypisywane komunikatom masowym w ogóle; bias; kontekstowość informacji; faktoid czy faktoidyzacja; ilościowy przyrost i związana z nim atomizacja informacji; problem selekcji form informacji czy formalnych ram gatunków medialnych; uznaniowość kategorii wartości informacji; techniczne kwestie obróbki materiału dziennikarskiego (struktura informacji, rola tytułu, strukturyzacja zewnętrzna i wewnętrzna

[16] *„Narracje" nie przykryją kryzysu...*

© for this edition by CNS

itp.); hipotezy addytywności czy komplementarności odnoszące się do wartości informacji i wiele innych[17]. Pojęcia i kategorie można by mnożyć. Jak się wydaje, wśród badaczy zajmujących się wymienionymi wyżej kwestiami panuje zasadnicza zgoda co do tego, że fakty (wydarzenia) w procesie przeistaczania się w informacje ulegają dwóm zasadniczym procesom: selekcji i dystorsji (czyli zniekształceniu).

Na czym w takim razie polega specyfika prezentowanego tu dyskursu „Naszego Dziennika"? Wskazać można z pewnością dwie podstawowe kwestie: po pierwsze, do czego przyjdzie jeszcze powrócić, autorzy analizowanych tekstów zdecydowanie nie podzielają wątpliwości dotyczących prawdy jako kategorii filozoficznej, reprezentując przekonania pozostające w szeroko rozumianym kręgu obiektywistycznego definiowania prawdy. Dla rekonstruowanego tu samoopisu podstawową konsekwencją takiego założenia jest przekonanie, że media i dziennikarze prawdę przedstawiać MOGĄ, że jest to możliwe w sensie ontologicznym, warsztatowym, strukturalnym. W związku z tym, co wynikać musi z powyższego, wszelka selekcja czy dystorsja informacji ma charakter intencjonalny oraz celowy i, jako taka, staje się po prostu manipulacją, u której podstaw stać musi zła wola oraz realizacja celów manipulatorów („Granice PR istnieją. Nie można nieodwołalnie zakląć rzeczywistości"[18] — mówi Marek Kochan). Jeśli więc mogą, a nie czynią tego, poszukiwać należy przyczyny owego celowego i kierowanego złą wolą zaniechania. I tu pojawia się drugi charakterystyczny element: otóż prezentowane powyżej manipulacje medialne czemuś służą. Mariusz Grabowski pisze tak:

> ich [manipulacji] celem jest możliwie trwałe przywiązanie odbiorcy do określonych postaw i poglądów wykreowanych przez propagandzistów […]. Cel manipulacji jest osiągnięty wtedy, gdy odbiorca jest tak głęboko przywiązany do narzuconych mu mitów, że stają się one dla niego zamkniętym kręgiem, poza który nie wychodzi; gdy sam broni tych mitów, powiela je; gdy — wreszcie — odrzuca prawdę, kiedy ona do niego przychodzi[19]

— konkluduje autor. Do tego, jakie to mianowicie poglądy i mity utrwalane są przez celowo realizowaną medialną manipulację, powrócę jeszcze w dalszej części tekstu, w tym miejscu zauważmy tylko, że przekonanie zarówno o tym, że prawdę w mediach przedstawić można, jak i o tym, że działanie przeciwne służy realizacji interesów pewnych grup społecznych, stanowi nie tylko ważny element potocznego myślenia o mediach, ale nie jest obce też części medioznawców oraz występuje powszechnie w tekstach autorstwa samych zainteresowanych (dziennikarzy) — najczęściej właśnie w funkcji delimitacyjnej (są tacy, którzy piszą prawdę i prezentują obiektywną wizję świata, są jednak też tacy, którzy — sprzeniewierzając się prawdzi-

---

[17] Por. np. M. Karwat, *Medialna mitologia faktów*, [w:] *Współczesne oblicza mediów*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń 2005; K. Stasiuk-Krajewska, *Komunikacja bez manipulacji? O nieistnieniu dziennikarstwa obiektywnego*, [w:] *Manipulacja — media — edukacja*, red. B. Siemieniecki, Toruń 2007.

[18] *„Narracje" nie przykryją kryzysu...*

[19] M. Grabowski, *op. cit.*

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

wemu dziennikarstwu — „manipulują faktami" i intencjonalnie propagują określone rozumienie rzeczywistości społecznej)[20].

Celowa manipulacja faktami prowadzi oczywiście do wykreowania zafałszowanej wizji rzeczywistości. W tym kontekście analizowana strategia delimitacji odnosi się już nie tylko do prostej opozycji prawda–fałsz czy jej pochodnej informacja–manipulacja, ale zyskuje nowy wymiar ontologiczny, stając się opozycją prawdziwej i zafałszowanej wizji rzeczywistości, po prostu prawdy i fałszu o świecie. W tym kontekście mówi się o zakłamywaniu rzeczywistości i wizerunku osób publicznych przez „część środowiska dziennikarskiego"[21] czy nawet o propagandowych akcjach dziennikarzy[22]. W ten sposób powstaje „narracja" (to termin w analizowanych tekstach wyjątkowo często przywoływany, konotujący całościowość, totalność, ale też dowolność konstruowanej przez media i dziennikarzy interpretacji świata), będąca jednocześnie skutkiem i przyczyną szerzej rozumianych — negatywnych — zjawisk współczesnego świata. „Obecna manipulacja medialna jest pokłosiem filozofii postmodernistycznej. Duch mediów jest lustrzanym odbiciem filozofii danej epoki" — pisze Anna Ambroziak w sprawozdaniu z konferencji „Dziennikarz — między prawdą a kłamstwem. Manipulacja — kłamstwo zorganizowane"[23]. Ponownie w stwierdzeniu wzajemnej zależności między kulturą danej epoki a dominującymi mediami nie ma nic zaskakującego[24].

Na uwagę zasługują jednak dwie kwestie. Po pierwsze, wielokrotnie podkreśla się jednowymiarowość ideową (czy ideologiczną) owych „szokujących narracji"[25].

---

[20] Por. np. Z. Bauer, A. Wojnach, *Kształcenie dziennikarzy czy edukacja medialna? Technologie — poznanie — komunikacja*, [w:] *Teoria, praktyka, etyka. O kształceniu dziennikarzy w Polsce i na świecie*, red. A. Siewierska-Chmaj, Rzeszów 2005; M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo,* Warszawa 2008; M. Czyżewski, *Rola dziennikarza w dyskursie publicznym*, [w:] *Dziennikarstwo — media — społeczeństwo*, red. S. Mocek, Warszawa 2005; J. Marszałek-Kawa, *Kilka słów o dziennikarzach*, [w:] *Współczesne oblicza mediów*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń, 2005; M. Miller, *Dziennikarstwo jako narzędzie poznania*, [w:] *Dziennikarstwo...*; S. Mocek, *Meandry dziennikarskiego świata*, [w:] *Dziennikarstwo...*; W. Piątkowska-Stefaniak, *Współczesne media w debacie publicznej — strażnik demokracji czy łowca sensacji*, [w:] *Współczesne media. Status — aksjologia — funkcjonowania*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009; R. Rzeszotek, *Coś się chyba kończy*, [w:] *Współczesne...*; T. Sasińska-Klas, *Dziennikarstwo — zawód czy wyzwanie?*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000; J. Ściślak, *Jak zostać dziennikarzem*, Wrocław 2007; J. Załuski, *Media i medioznawstwo. Studia i szkice*, Toruń 2006.

[21] *Media kradną prawdę...*

[22] P. Pasionek, *Oblicza autorytetu*, „Nasz Dziennik" 22–23 stycznia 2011, s. 16.

[23] A. Ambroziak, *Media masowego rażenia*, „Nasz Dziennik" 25 października 2010, s. 4.

[24] Przypomnijmy na przykład tezy determinizmu technologicznego, podstawowe założenia antropologii mediów czy koncepcji J.B. Thompsona (na przykład: M. McLuhan, *Wybór tekstów*, Warszawa 2001; J.B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2001; *The Anthropology of Media. A Reader*, red. K. Askew, R.R. Wilk, Oxford 2008; P. Kowalski, *Refleksje o antropologii mediów. Przestrzenie komunikowania*, Wrocław 2010).

[25] H. Karp, *Egzorcyzmowanie IV RP*, „Nasz Dziennik" 27 lipca 2010, s. 10.

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

„Jakby ktoś pisał schemat”[26] — stwierdza Hanna Karp, porównując w bardzo interesującym artykule audycje publicystyczne Radia Zet i TVN. Konkluzja owego tekstu prowadzi bowiem do kolejnej specyficznej dla analizowanego dyskursu kwestii (wszak stwierdzenie dominacji określonego typu interpretacji świata w przekazie medialnym także nie jest oryginalne — przypomnijmy chociażby genderową refleksję nad mediami czy kategorię przemocy symbolicznej Pierre'a Bourdieu).

Można się więc tylko zastanawiać — podsumowuje swój wywód Karp — czy redaktorzy TVN i Radia Zet przypadkiem myślą jak bliźnięta syjamskie, czy może padli ofiarą reaktancji — podstępnego prania mózgu, przebiegającego wolniej i opierającego się na działaniach niezauważalnych, przez co w ogóle nie mają jego świadomości? A może scenariusz dla Radia Zet i telewizji TVN pisze ta sama redakcja? I można tylko zgadywać: jej siedziba znajduje się przy ulicy Żurawiej (Radio Zet) czy Wiertniczej (TVN 24)?[27].

Niedomówienie zawarte w ostatnim pytaniu jest wielce charakterystyczne. Owa „narracja” bowiem, która definiuje przekaz mediów mainstreamowych, ma wyraźne oblicze kulturowe, polityczne, instytucjonalne, a nawet osobowe.

O jej obliczu kulturowym już wspominałam, świetnie tezę tę reprezentuje i rozwija tekst *Pobudka z deprawacją*, którego autorka, odnosząc się do programów *Pytanie na śniadanie* i *Dzień dobry TVN*, wkłada w usta Stasia Pytalskiego następującą serię pytań:

> Dlaczego regularnie w audycji musi się pojawić temat promujący prawa homoseksualistów lub transseksualistów? Dlaczego przedstawiany jest tylko jeden punkt widzenia, a prowadzący najczęściej prezentują postawy aprobujące oczekiwania mniejszości seksualnych lub zwolenników zapłodnienia *in vitro*? Dlaczego niemal nigdy nie pojawiają się w programie pozytywne przykłady działalności polityków PiS oraz organizacji kościelnych, a także poglądy osób reprezentujących konserwatywny punkt widzenia? Dlaczego drastyczne tematy o seksie, a nawet pornografii oznaczone są jako program przeznaczony dla dzieci i emitowane rano? Dlaczego tylko wąska grupa osób o poglądach lewicowych i liberalnych promuje w TVP 2 codziennie rano swoje książki, filmy i spektakle? Dlaczego wykluczone zostały zapatrywania kilkudziesięciu procent Polaków, którzy mają prawo do adekwatnej obecności swego światopoglądu w programach Telewizji Polskiej?[28].

W tym kontekście warto podkreślić jeszcze aspekt narodowościowy (*Obce media przeciw wszystkiemu, co polskie* — tytułuje tekst Wojciech Reszczyński[29]. „Za dużo polskości w mediach?”[30] — pyta retorycznie Radosław Brzózka w tytule tekstu poświęconego wymogom dotyczącym polskiego obywatelstwa redaktorów naczelnych)

---

[26] H. Karp, *Bliźniacze redakcje*, „Nasz Dziennik” 26 stycznia 2011, s. 13.

[27] *Ibidem*.

[28] B. Babula, *Pobudka z deprawacją*, „Nasz Dziennik” 18–19 grudnia 2010, s. 23.

[29] W. Reszczyński, *Obce media przeciw wszystkiemu, co polskie*, „Nasz Dziennik” 16 kwietnia 2010, s. 18.

[30] R. Brzózka, *Za dużo polskości w mediach?*, „Nasz Dziennik” 15 lutego 2011, s. 11.

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

oraz religijny (mówi się o „Jazgocie medialnym na temat krzyża”[31]; „Medialnym sądzie nad Kościołem” i nienawiści do katolicyzmu[32] czy zohydzaniu Kościoła[33]). Media, w konsekwencji, tworzą więc „wspólnoty oparte na antywartościach”[34], uprawiają „inżynierię dusz”, poddając się, a co gorsza propagując, modę na „pogardę dla tradycyjnych wartości”[35], kreując przy tym — oczywiście — pseudoautorytety[36].

Instytucjonalnie narrację ową reprezentują media — z wyłączeniem „Naszego Dziennika”, Radia Maryja i Telewizji Trwam[37], przede wszystkim: „Gazeta Wyborcza”, wspomniane TVN i Radio Zet (na przykład: „Michnikowszczyzna kontra Ojczyzna”[38]; „Niskie loty »Gazety Wyborczej«”[39], „Chwyty TVN”[40]), w jakimś zakresie także „Znak”[41] oraz inne instytucje współtworzące system medialny w Polsce i w Europie: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Rada Etyki Mediów, Fundacja Batorego (w kontekście raportów dotyczących funkcjonowania systemu medialnego w Polsce[42]), agencje reklamowe i PR-owskie (zwłaszcza te ostatnie), wreszcie — instytucje i regulacje unijne (o implementacji regulacji unijnych mówi się na przykład w kontekście demoralizacji dzieci lub też ogłasza się „utratę suwerenności audiowizualnej”[43]).

W kwestiach personalnych, oczywiście, wskazuje się na osoby związane ze wspomnianymi wcześniej instytucjami. Jest to więc na przykład Adam Michnik („mały i okrutny”[44]), Magdalena Bajer[45], Jan Dworak („cenzor wolności słowa”[46]), także Tomasz Lis („Wprost” pod redakcją Tomasza Lisa, targanego „chorobliwymi emocjami wobec śp. Prezydenta Lecha Kaczyńskiego, jego brata Jarosława oraz całej for-

---

[31] *Media włączyły się w wojnę z krzyżem. Z ks. bp. Adamem Lepą rozmawia Sławomir Jagodziński*, „Nasz Dziennik” 18–19 września 2010, s. 12.

[32] P. Jaroszyński, *Medialny sąd nad Kościołem*, „Nasz Dziennik” 3–5 kwietnia 2010, s. 31.

[33] Ks. bp. E. Frankowski, *„Szczytne” cele „Gazety Wyborczej”*, „Nasz Dziennik” 16 grudnia 2010, s. 9.

[34] A Żurek, *Kawa i propaganda*, „Nasz Dziennik” 8–9 stycznia 2011, s. 23.

[35] *Ibidem*.

[36] *Autorytet w zwierciadle mediów. Wykład JE ks. bp. Adama Lepy wygłoszony podczas sympozjum „Oblicza autorytetu” w WSKSiM*, „Nasz Dziennik” 12–13 lutego 2011, s. 20.

[37] „W tej chwili dziennikarstwo śledcze w sprawie katastrofy smoleńskiej spośród dzienników uprawia właściwie tylko »Nasz Dziennik«” — mówi Hanna Karp. *Poziom konformizmu dziennikarskiego — nie do zniesienia. Z dr Hanną Karp rozmawia Paulina Jarosińska*, „Nasz Dziennik” 21 stycznia 2011, s. 27.

[38] S. Karczewski, *Michnikowszczyzna kontra Ojczyzna*, „Nasz Dziennik” 8–9 maja 2010, s. 23.

[39] A. Ambroziak, *Niskie loty „Gazety Wyborczej”*, „Nasz Dziennik” 9 lipca 2010, s. 3.

[40] A. Kowalski, *Chwyty TVN*, „Nasz Dziennik” 21 maja 2010, s. 7.

[41] Por. ks. W. Chrostkowski, *Zimowe żniwa „Znaku”*, „Nasz Dziennik” 10 marca 2011, s. 20.

[42] Por. A. Ambroziak, *Superstacja ocenia wiarygodność TVP*, „Nasz Dziennik” 18 czerwca 2010, s. 3.

[43] M. Grabowski, *Państwo rezygnuje z suwerenności medialnej*, „Nasz Dziennik” 10–11 kwietnia 2010, s. 24.

[44] Roehl o Michniku: „mały i okrutny” w: „Nasz Dziennik” 19 kwietnia 2010, s. 11.

[45] Na przykład: T. Bieszczed, *Nowa edycja „czasów pogardy”*, „Nasz Dziennik” 22 października 2010, s. 13.

[46] M. Bober, *Cenzor wolności słowa*, „Nasz Dziennik” 24 września 2010, s. 15.

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

macji związanej z partią Prawo i Sprawiedliwość", to „mieszanka »Gazety Wyborczej«, TVN, TVN 24 i tygodnika »Nie«[47] — pisze Hanna Karp) czy Monika Olejnik („Monika Olejnik, niby makowa panienka, otwiera regularnie okienko i daje innym sygnał, w jakim kierunku mają wypuszczać ogary" — rozpoczyna Karp cytowany już tekst *Bliźniacze redakcje*[48]). Przykłady można oczywiście mnożyć. Kwestie personalne mają też jednak nieco szerszy wymiar. Mówi się mianowicie o dziennikarzach jako o „ludziach PRL-u"[49]; wspomina o medialnym rozdaniu założycielskim w kontekście Okrągłego Stołu[50], wreszcie o wzajemnym uzależnieniu postaci polskiego życia publicznego: „elita jest jedna: biznesowa, medialna, naukowa"[51] — mówi Barbara Fedyszak-Radziejowska. Owa totalizująca wizja doskonale służy strategii samoopisu przez negatywną delimitację, a biorąc pod uwagę konkurencyjność rynku medialnego — stanowi z pewnością także próbę zdobycia/utrzymania pozycji na owym rynku.

Jednak najbardziej rozbudowane są tezy dotyczące kwestii politycznych, rozumianych tu głównie jako sprawowanie władzy. Roztrząsa się więc, konsekwentnie, relację władzy politycznej i mediów w odniesieniu do uznawanych w medioznawstwie za podstawowe funkcji społecznych mediów, przede wszystkim funkcji kontrolnej, ale także funkcji forum debaty publicznej. W kontekście ostatniej (dys)funkcji kładzie się nacisk zwłaszcza na równość szans w dostępie do mediów, a więc to, co często nazywa się czynną i bierną wolnością komunikowania. Należy dążyć do wyrównania „niesprawiedliwości w dostępie do mediów"[52], „trwa bowiem, jak alarmuje Barbara Babula, proces wywłaszczania około 1/3 aktywnych polityczne obywateli"[53]. W tym właśnie kontekście pojawiają się kwestie związane z polityką jako sprawowaniem władzy. Co jest bowiem „najpilniej strzeżoną tajemnicą rządu?"[54] Jest to mianowicie perspektywa cyfryzacji sygnału telewizyjnego. Dlaczego? Ponieważ dąży się celowo do ograniczenia dostępu grup obywateli do mediów, co z kolei pozostaje w związku z nadrzędną dla rządu „ideologią polaryzacyjną" oraz jednoznacznym „dążeniem do likwidacji Telewizji Publicznej".

W analizowanym kontekście podkreśla się także nadmierną rolę mediów (oczywiście dysfunkcyjnych) w życiu społecznym czy sferze publicznej. Mówi się więc o „zawłaszczaniu sfery publicznej przez media"[55], wskazuje na to, że „zamiast kontroli

---

[47] H. Karp, *Redaktor na wojnie*, „Nasz Dziennik" 20 września 2010, s. 12.

[48] H. Karp, *Bliźniacze redakcje...*

[49] *Ibidem.*

[50] *Nie ulec logice medialnego „smoka". Z dr. Tomaszem Żukowskim rozmawia Mariusz Bober*, „Nasz Dziennik" 30 października–1 listopada 2010, s. 19.

[51] *Szczepienie na prawdę...*

[52] B. Babula, *Smoleńsk, Krakowskie Przedmieście, Łódź*, „Nasz Dziennik" 22 października 2010, s. 13.

[53] B. Babula, *Kiedy konserwatyści przestaną oglądać TVP*, „Nasz Dziennik" 4 października 2010, s. 10.

[54] B. Babula, *Najpilniej strzeżona tajemnica rządu*, „Nasz Dziennik" 15 grudnia 2010, s. 11.

[55] *Nie ulec logice medialnego „smoka"…*

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

władzy przez opinię publiczną mamy dziś kontrolę społeczeństwa przez sprzęgnięte z władzą media"[56]. Kwestia wzajemnych uzależnień władzy politycznej i mediów (a precyzyjniej — podporządkowania mediów rządom „lewicy do spółki z liberałami"[57]) jest dla analizowanego dyskursu zasadnicza. PO i media to „syjamscy bracia"[58] — pisze Jan Pospieszalski; personel owych mediów zaś tworzą dyspozycyjni politycznie dziennikarze (w tym wypadku mowa o Paradowskiej)[59].

Wszystko to prowadzi do poważnych zaburzeń systemu medialnego u jego podstaw, powstaje bowiem „niezrównoważony pluralizm mediów o wyraźnej przewadze opcji lewicowej i liberalnej"[60], wszelkie zaś inne opcje polityczne i ich reprezentanci znajdują się nieustannie „pod ostrzałem medialnych armat"[61]. W owym zaburzonym systemie medialnym „konglomerat mediów komercyjnych produkujący — dla zysku — wymieszane ze sobą informację, rozrywkę i reklamy osłabia instytucje wybierane przez obywateli oraz przejmuje rolę organizatora debaty politycznej"[62]. Wszystko to w jednym, politycznym celu: tworzenia spójnej wizji świata tak, by odbiorcy głosowali na PO[63]. „Lewicowo-liberalne rządy" i „lewicowo-liberalne media" pozostają więc nie tylko we wzajemnym uzależnieniu (*Czwarta władza — w stronę monopolu*[64], *Władza bierze media*[65]), ale — co nie zaskakuje — wzajemnie się wspierają, psując, co jest zasadniczą konkluzją rekonstruowanego tu dyskursu, system medialny, a co za tym idzie — sferę publiczną. Narzędziem owego psucia jest oczywiście, wspomniana wcześniej, manipulacja faktami.

> Manipulacja faktami, wszechobecny zafałszowany obraz rzeczywistości społeczno-politycznej oraz kryjący się za nim brak szacunku dla własnych obywateli [czyli sfery publicznej] — oto skutki PR-owych rządów PO[66]

— podsumowuje Jarosław Rabiński. Kategoria public relations pojawia się tu nieprzypadkowo — w rekonstruowanym dyskursie używana jest najczęściej do scharakteryzowania „propagandowych" działań rządu i podporządkowanych mu mediów[67]. Aktualizowana jest więc nie tylko opozycja PR–dziennikarstwo (dziennikarze mediów mainstreamowych są w istocie PR-owcami rządu), ale także opozycja PR–rzeczywiste działanie na rzecz dobra społecznego.

---

[56] J. Pospieszalski, *Medialna tresura*, „Nasz Dziennik" 27 października 2010, s. 11.
[57] B. Babula, *Czyja jest TVP*, „Nasz Dziennik" 7 marca 2011, s. 11.
[58] J. Pospieszalski, *op. cit.*
[59] *Ibidem*.
[60] *JE ks. bp. Adam Lepa. Autorytet w zwierciadle mediów*, „Nasz Dziennik" 12–13 lutego 2011, s. 20.
[61] E. Karp, *Egzorcyzmowanie IV RP...*
[62] *Nie ulec logice medialnego „smoka"...*
[63] Por. *Szczepienie na prawdę...*
[64] R. Brzózka, *Czwarta władza w stronę monopolu*, „Nasz Dziennik" 19 stycznia 2011, s. 11.
[65] M. Grabowski, *Władza bierze media*, „Nasz Dziennik" 17–18 lipca 2010, s. 22.
[66] J. Rabiński, *PRL odradza się w propagandzie*, „Nasz Dziennik" 5 listopada 2010, s. 12.
[67] Por. np. K. Losz, *Wizerunek ponad wszystko*, „Nasz Dziennik" 22 kwietnia 2010, s. 5.

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

Zauważmy, konstatowanie kryzysu czy zaburzeń w zakresie realizacji przez media przypisywanych im funkcji w społeczeństwach demokratycznych, a co za tym idzie — ich wpływu na sferę publiczną, jest w refleksji medioznawczej powszechne. W analizowanym dyskursie mamy jednak do czynienia ze specyficznym uszczegółowieniem owej konstatacji. W rozmowie z Barbarą Fedyszak-Radziejowską dziennikarz „Naszego Dziennika" stawia bardzo charakterystyczne pytanie: „Współtworzą one [media] jedną polityczno-medialną machinę czy też są przyporządkowane określonej partii politycznej?". Nie istnieją możliwe odpowiedzi wykraczające poza tę alternatywę. Jednak rozmówczyni znajduje trzecią możliwość: dzieje się otóż „jeszcze coś poważniejszego"[68]. Cóż to takiego? Aby odpowiedzieć na to pytanie, musimy zrekonstruować jeszcze jeden element analizowanego opisu dziennikarstwa i mediów mainstreamowych. Jest to mianowicie kwestia ich relacji do odbiorców. W analizowanym tu dyskursie panuje, popularne skądinąd, przekonanie o ogromnej sile oddziaływania mediów. Tutaj jednak fakt ten jest jednoznacznie negatywnie waloryzowany. Czytamy więc o „medialnej tresurze"[69], „odurzaniu czytelników"[70], sterowaniu informacjami i emocjami[71], „podstępnym praniu mózgu"[72] czy „mediach masowego rażenia"[73]. Zauważmy, tego rodzaju określenia ujawniają kilka dyskursywnych (w sensie foucaultowskim) konotacji: przedmiotowe traktowanie odbiorców, ich bezsilność, wykorzystywanie ich do swych celów, drastyczną manipulację (w zasadzie — stosowanie metod propagandowych), wreszcie — co bardzo istotne — realizowanie w ten sposób jakiegoś wcześniej założonego celu, postępowanie zgodne z pierwotnie powstałym planem. Co jest istotą owego planu? (kto jest jego autorem, wiadomo z wcześniejszych akapitów niniejszego tekstu). „Kontakt z mediami uniemożliwia zadawanie pytań"[74] — mówi Adam Lepa, co z kolei „umożliwia przywiązanie odbiorcy do określonych postaw i poglądów wykreowanych przez propagandę", do „zaklętych mitów", co w konsekwencji owocuje „odrzuceniem prawdy"[75]. Przez to „ludzie realizują przekonanie, że trzeba tak załatwiać sprawy jak w Łodzi"[76]; a „cynizm i nienawiść […] za pomocą mediów stają się naszym codziennym doświadczeniem"[77]; zachodzi także proces odrzucenia prawdziwych autorytetów na rzecz tych wykreowanych przez media[78]. Wszystko to prowadzi — w ostateczności — do „zani-

[68] *Szczepienie na prawdę...*
[69] J. Pospieszalski, *op. cit.*
[70] *Szczepienie na prawdę...*
[71] H. Karp. *Egzorcyzmowanie IV RP...*
[72] H. Karp, *Bliźniacze redakcje...*
[73] A. Ambroziak, *Media masowego rażenia...*
[74] *Media włączyły się w wojnę z krzyżem...*
[75] M. Grabowski, *ABC manipulacji w mediach...*
[76] B. Babula, *Smoleńsk, Krakowskie Przedmieście, Łódź*, „Nasz Dziennik" 27 października 2010, s. 12.
[77] A. Ambroziak, *Media masowego rażenia...*
[78] *Chronić autorytety. Z ks. bp. dr. Adamem Lepą rozmawia Katarzyna Cegielska*, „Nasz Dziennik" 15–16 stycznia 2011, s. 16.

© for this edition by CNS

ku narodowej komunikacji"[79]. Pomijając językową nobilitację i deprecjację, nagminne w cytowanych tekstach, zauważmy, że mamy tu do czynienia z klasyczną w ramach krytycznych ujęć mediów refleksją nad ich negatywnym wpływem na zdolność do samodzielnego myślenia, a ujmując rzecz inaczej — świadomego uczestnictwa w racjonalnej debacie publicznej (specyficznie oczywiście rozumianej tu jako komunikacja narodowa). Wobec tego nie dziwią wezwania do swoistego oporu medialnego. Pisze się więc o tym, że widzowie powinni się buntować, mówi o konieczności medialnej samoobrony[80], a także, z innej perspektywy, kładzie nacisk na konieczność uświadamiani mechanizmów medialnej manipulacji. W tym kontekście interesujące są wspomniane już adwertoriale odnoszące się do Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu. Otóż podstawowym celem kształcenia dziennikarzy jest tu przygotowanie do rozpoznawania manipulacji oraz do „świadomego i krytycznego odbioru i selekcji mediów"[81]. Uczestnicy warsztatów telewizyjnych dowiadują się, „czym od rzeczywistego różni się świat TV" (i są bardzo zaskoczeni!), podczas warsztatów dziennikarskich zaś poznają istotę odbioru mediów, tak żeby nie dać się manipulować i krytycznie na owe media patrzeć[82].

Wszystkie zarysowane wcześniej tezy zbiegają się w interpretacji problemu mediów publicznych i ich pozycji w polskim systemie medialnym. Pisze się więc o bitwie lub walce o media publiczne[83], mówi się o „narodzie wydziedziczonym z mediów"[84] oraz wielokrotnie i w rozmaitych kontekstach roztrząsa kwestię: „Czyje jest TVP?"[85].

Reasumując powyższe rozważania, w analizowanym dyskursie konstruowane są trzy podstawowe problemy funkcjonowania mediów mainstreamowych: manipulacja i celowe fałszowanie rzeczywistości (a więc dysfunkcjonalność związana z tym, co określane bywa mianem paktu faktograficznego); uzależnienie od władzy politycznej, a tym samym dysfunkcjonalność w zakresie roli przypisywanej mediom w społeczeństwach demokratycznych; wreszcie — kreowanie wizji świata, która przynosi szkodliwe skutki społeczne, a więc dysfunkcjonalność w kontekście sfery publicznej. Zauważmy — w ten sposób media mainstreamowe konstruowane są w opozycji do własnej samodeskrypcji, postulat ich odrzucenia wynika bezpośrednio z faktu, że nie spełniają, po pierwsze, funkcji, którą same sobie przypisują, po drugie zaś (i co istotniejsze) — funkcji, którą spełniać powinny. Tak działa strategia negatywnej dyferencjacji, na tym bowiem tle doskonale widać, że media prawdziwe, właściwe, pełne są

[79] R. Brzózka, *Czwarta władza...*

[80] B. Babula, *KRRiT na pierwszej linii frontu...; eadem*, *Kiedy konserwatyści przestaną oglądać TVP...*

[81] M. Laska, *Magisterki pisane z pasją*, „Nasz Dziennik" 5–6 marca 2011, s. 16.

[82] J. Gradowska, *Sukces warsztatów dziennikarskich*, „Nasz Dziennik" 30 października–1 listopada 2010, s. 20.

[83] *O wszystkim zadecyduje polityka. Z Witoldem Kołodziejskim rozmawia Bogusław Rąpała*, „Nasz Dziennik" 17–18 lipca 2010, s. 19.

[84] B. Babula, *Czyja jest TVP...*

[85] *Ibidem.*

© for this edition by CNS

zupełnie gdzie indziej — tam, gdzie dokonuje się krytyka mediów maistreamowych. To samo tyczy się dziennikarzy czy szerzej — dziennikarstwa jako profesji. Współczesne dziennikarstwo stosuje autocenzurę „jak za PRL-u"[86] („współcześnie dziennikarze to politrucy"[87] — pisze jednoznacznie Mariusz Grabowski); dziennikarze są koniunkturalistami i oportunistami („poziom konformizmu dziennikarskiego nie do zniesienia"[88] — mówi Hanna Karp), charakteryzuje ich zaś przede wszystkim „tupet, zła wola i arogancja"[89]. Oczywiście, coraz gorzej jest także z etyką dziennikarską[90].

Jednak wobec istnienia drugiego członu konstruowanej w dyskursie samoopisu opozycji pojawia się nadzieja, że „upadną redakcje opanowane przez kłamców, oszczerców, nadawcy nierzetelni, żerujący na niskich instynktach"[91]. Analizowany dyskurs nie pozostawia wątpliwości co do tego, jakie media i jacy dziennikarze ów drugi człon opozycji tworzą. Zacytujmy tylko dwa fragmenty: „»Nasz Dziennik« — pisze Barbara Babula — siłą rzeczy jest najbardziej naturalnym rzecznikiem propagowania zasad etyki w środowisku dziennikarskim"[92], a ks. prof. Andrzej Maryniarczyk stwierdza: „w Polsce mamy jeszcze jeden komfort, że działają takie niezależne źródła informacji, jak Radio Maryja, Telewizja Trwam czy »Nasz Dziennik«"[93].

Kategorią, która organizuje ów samoopis dziennikarskiej profesji, negatywnie odwołujący się do opisu mediów mainstreamowych, jest kategoria prawdy. Tym bowiem, co tworzy podstawę dziennikarstwa, jest tu „zaangażowanie i etyka"[94], której wartość nadrzędną (w istocie zaś jedyną) stanowi wspomniana prawda. Dziennikarz jest oto „siewcą prawdy i dobra"[95], powinna go charakteryzować pokora (odróżniana od serwilizmu)[96] i rzetelność, rozumiana jednak, co istotne, jako stanie w prawdzie[97]. Prawda, będąc powołaniem mediów, jest zdecydowanie istotniejsza od innych wartości konstytuujących analizowany tu dyskurs etyczny. Najczęściej stanowi ich podstawę i warunek, a jeśli dochodzi do potencjalnej sprzeczności — zawsze powinna być traktowana jako nadrzędna (zwłaszcza w kontekście wolności). Barbara Babula pisze na przykład: „Podstawową zasadą mediów nie jest dawanie głosu

---

[86] *Szatkowanie prawdy. Z Tomaszem Strzyżewskim rozmawia Bogusław Rąpała*, „Nasz Dziennik" 24–25 lipca 2010, s. 22.

[87] M. Grabowski, *Władza bierze media...*

[88] H. Karp, *Poziom konformizmu dziennikarskiego — nie do zniesienia*, „Nasz Dziennik" 21 stycznia 2011.

[89] *Chronić autorytety...*

[90] B. Babula, *Smoleńsk, Krakowskie Przedmieście...*

[91] *Ibidem*.

[92] *Ibidem*.

[93] *Media kradną prawdę...*

[94] K. Cegielska, *Prawda, nie serwilizm*, „Nasz Dziennik" 29–30 stycznia 2011, s. 16.

[95] P. Pasionek, *Dziennikarz — siewca prawdy i dobra*, „Nasz Dziennik" 21–22 sierpnia 2010, s. 16.

[96] K. Cegielska, *op. cit.*

[97] M. Laska, *Magisterki pisane z pasją...*

© for this edition by CNS

wszystkim po równo, ale głoszenie prawdy" [98], a Katarzyna Cegielska tytułuje swój tekst *Prawda, nie obiektywizm*[99]. W kontekście prawdy występuje także kategoria dobra odbiorcy[100] (dobra społecznego) oraz godności osoby ludzkiej[101]. Oba postulaty realizowane powinny być poprzez komunikowanie prawdy o świecie. Zauważmy, że rekonstruowana strategia samoopisu całkowicie pomija możliwe trudności (ontologiczne, warsztatowe) związane z prawdą jako taką. Prawda istnieje obiektywnie, co więcej — właściwie funkcjonujące media i etyczni dziennikarze nie tylko mogą, ale wręcz są zobowiązani ową prawdę przedstawiać. Dziennikarstwo jest bowiem misją („Teraz wiem, że praca dziennikarza to nie tylko zawód, lecz także misja. A prawdziwą wartość zyskuje tylko wtedy, gdy służy dobru i prawdzie"[102] — mówi absolwentka WSKSiM w Toruniu); służbą[103], a dziennikarz idealny jest „mądry, uczciwy, odważny i roztropny"[104]. Takich też dziennikarzy nie tylko zatrudnia „Nasz Dziennik", Radio Maryja i Telewizja Trwam, ale także kształci Wyższa Szkoła Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu[105]. W tym kontekście pojawiają się nie tylko apele o dziennikarski rachunek sumienia[106], ale także wątki zdecydowanie optymistyczne. Dzięki bowiem działaniu wymienionych wcześniej instytucji oraz zaangażowaniu ich personelu powstaje „swoisty nowy początek mediów"[107] oraz „nowe dziennikarstwo" czasu niepokornych[108].

Powyższe tezy doskonale prezentują jedną z ważnych funkcji rekonstruowanego tu samoopisu, który w analizowanym materiale występuje z wyjątkowo dużym natężeniem (w przypadku WSKSiM stanowi wręcz podstawowy instrument budowania wizerunku uczelni). Funkcja ta wiąże się oczywiście z dążeniem do budowania i utrzymania pozycji danych instytucji (medialnych i edukacyjnych) na konkurencyjnych rynkach. Krytyka dziennikarstwa i mediów głównego nurtu uzasadnia istnienie zarówno „Naszego Dziennika", Telewizji Trwam, Radia Maryja, jak i Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu: w instytucjach pierwszego typu prawdziwych dziennikarzy się zatrudnia, na uczelni zaś kształci. W obu wypadkach — wizerunkowo — wyraźnie wzrasta społeczna rola tych podmiotów, a ich pozycja na rynku staje się — potencjalnie — lepsza.

---

[98] Por. B. Babula, *Smoleńsk, Krakowskie Przedmieście...*

[99] K. Cegielska, *op. cit*.

[100] J. Gradowska, *Sukces warsztatów dziennikarskich...*

[101] *Szatkowanie prawdy...*

[102] P. Piskoń, *Za kamerą, przed mikrofonem, w Sejmie*, „Nasz Dziennik" 9 grudnia 2010, s. 21.

[103] P. Pasionek, *Nowoczesna uczelnia przyjazna studentom*, „Nasz Dziennik" 22 lipca 2010, s. 13.

[104] P. Pasionek, *Dziennikarz — siewca prawdy i dobra...*

[105] K. Czuba, *Etyka dziennikarska pilnie poszukiwana*, „Nasz Dziennik" 21–22 listopada 2010, s. 16.

[106] *Dziennikarze mają się z czego tłumaczyć. Z Andrzejem Zybertowiczem rozmawia Małgorzata Goss*, „Nasz Dziennik" 19 kwietnia 2010, s. 13.

[107] B. Babula, *KRRiT na pierwszej linii frontu...*

[108] K. Cegielska, *Prawda, nie serwilizm...*

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS

Function and structure of journalism's self-description — a case of "Nasz Dziennik"

Summary

Karina Stasiuk-Krajewska analyzes publications of "Nasz Dziennik" and presents basic elements of media and journalism's self-description strategy in the analyzed texts. The main mechanism of the strategy is negative delimitation in context of the so-called mainstream media. The basic function of the strategy is constructing and maintaining the position of "Nasz Dziennik" on competitive media market.

Dziennikarstwo i Media: Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations, 2011
© for this edition by CNS