

CZY MOŻNA ODRÓŻNIĆ DZIAŁANIA *PUBLIC RELATIONS* OD STRONNICZEGO DZIENNIKARSTWA?

WOJCIECH FURMAN

Uniwersytet Rzeszowski
Katedra Politologii, Zakład Komunikowania Społecznego

ABSTRACT

Can one distinguish public relations activities from biased journalism?

A play between politicians and journalists takes place on several levels, from basic services of press spokespersons, through a competition for attention, up to sophisticated techniques of spin and counter-spin. Politicians taking advice of public relations specialists and journalists form a common environment. Therefore a disturbing question arises, if one can tell the cases of biased, engaged journalism from the cases of biased, engaged public relations activities? A formal selection criterion seems to be quite simple: public relations specialists are subordinated to the management of an organization while journalists are free from such obligations. In this article an additional criterion was applied: public relations models by Grunig and Hunt were compared to models of journalism, which are based on different levels of influencing receivers. Publications of two Polish weeklies of opinion from the fourth quarter of 2012 were examined. The method of research was content analysis.

Key words: journalism, public relations, *Polityka*, *Uważam Rze*, politicians, media content, newspapers

Próba odpowiedzi na pytanie postawione w tytule wymaga wcześniejszego rozpatrzenia co najmniej dwóch kwestii: Czym różni się dziennikarstwo od *public*

✉ Adres do korespondencji: Uniwersytet Rzeszowski, Katedra Politologii, Zakład Komunikowania Społecznego, al. mjr. W. Kopisto 2a, 35-959 Rzeszów

relations? Czym różni się dziennikarstwo stronnice od dziennikarstwa centrowego? Dopiero po wskazaniu tych różnic zostaną sformułowane kolejne pytania, na które będzie można odpowiedzieć, stosując metodę analizy zawartości wybranych publikacji dziennikarskich. Pozwoli to uchwycić przynajmniej niektóre z różnic wspomnianych w tytule artykułu.

Próba uporządkowania procesów komunikowania według dwóch osi (fikcja/ obiektywizm oraz interes wspólny/interes partykularny) prowadzi do wyróżnienia sześciu typów komunikowania: literatura, reklama, dziennikarstwo, PR, nauka i edukacja, poradnictwo¹¹⁸. Traktujemy tu komunikowanie jako formułowanie i odczytywanie przekazów wyrażających pewną perspektywę wobec postrzeganych zmysłowo zjawisk oraz idei. Formułowanie przekazów dokonuje się w trzech etapach: percepcja, konceptualizacja, symbolizacja. Odczytywanie przekazów następuje w sposób mniej lub bardziej symetryczny.

Początki współczesnego dziennikarstwa i PR wiążą się z kształtowaniem sfery publicznej, tak jak ją rozumiał Jürgen Habermas: jako sferę ludzi prywatnych, którzy zbiorowo tworzą publiczność, aby spierać się z władzą o reguły wzajemnych stosunków¹¹⁹. Nie ma jednego ośrodka, który by mógł w pełni kontrolować przebieg tych sporów. Przedłużeniem owych sporów były publikacje prasowe, stopniowo coraz wyraźniej podejmujące funkcje kontrolne wobec władzy politycznej i gospodarczej. Natomiast poddawana kontroli władza nie rezygnowała z wpływu na ustanawianie agendy medialnej oraz agendy publicznej, rozwijając działania PR.

Public relations

Przekazy PR wyróżniają się trzema cechami: (1) opierają się na rzetelnie i zrozumiale przedstawionych informacjach, które (2) zostały wybrane i ułożone w narrację na podstawie wyobrażenia o partykularnym interesie organizacji prowadzącej działania PR, (3) a interes ten jest formułowany przez zarząd organizacji.

Rzetelność przekazów nawiązuje do korespondencyjnej teorii prawdy (Jan mówi prawdę, że deszcz pada, bo pada) i wymaga od nadawcy dążenia do spełnienia takich wymogów, jak: staranność, dokładność, pilność, sumiennosc, troskliwość, gorliwość, dbałość o szczegóły. Zrozumiałość przekazu polega na dążeniu do stosowania precyzyjnego i jednoznacznego języka.

Związek z interesem partykularnym oznacza spojrzenie na organizację z wewnątrz. Partykularny interes organizacji formułowany jest w odróżnieniu od interesu ogólnego i polega na równoczesnym osiągnięciu dwóch celów: (1) celu, dla którego organizacja została powołana, oraz (2) budowania kolejnych stopni dobrych stosunków z otoczeniem: zrozumienia, przyzwolenia, poparcia, zaufania.

¹¹⁸ W. F u r m a n : Dominacja czy porozumienie? Związki między dziennikarstwem a public relations, Rzeszów 2009, s. 43–49.

¹¹⁹ J. H a b e r m a s : Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej, Warszawa 2008, s. 95.

Lapidarne określenie owych dwóch celów w przypadku organizacji politycznej sprowadza się do odróżnienia substancji i prezentacji polityki¹²⁰. Wprawdzie każde działanie ma nie tylko aspekt strategiczny, lecz także dramaturgiczny, jednak w przypadku działań PR ów aspekt dramaturgiczny jest świadomie eksponowany i wzmacniany. Przez wzmacnianie rozumiemy tu zarówno wyszukiwanie tematów oraz konstruowanie przekazów, jak też organizowanie imprez i korzystanie z mediów społecznościowych.

Gdyby użyć terminów, jakie zaproponował Michael Oakeshott, organizację prowadzącą działania PR należałoby określić jako korporację, czyli stowarzyszenie przedsięwzięcia. Jest to stowarzyszenie wolnych, inteligentnych sprawców, złączonych w dążeniu do jakiegoś rzeczowego celu. Aby wstąpić do korporacji, należy złożyć deklarację, zostać przyjętym, zaakceptować reguły swobodnie formułowane przez korporację, lecz mieszczące się w ramach prawa¹²¹.

Na przeciwnym biegunie umieścił Oakeshott stan cywilny, określane też jako wspólnota. Stan cywilny jest związkiem równych sobie ludzi, nawzajem oczekujących od siebie przestrzegania uchwytłych, ogólnych norm. Nawet przypadki naruszania owych reguł nie odbierają im powagi, jako że reguły te wynikają dla jednych z uniwersalnych praw natury, a dla innych – ze zrządeń boskich¹²².

Niech zatem stowarzyszenie cywilne określa ogólne zasady ludzkich działań, a różne stowarzyszenia przedsięwzięcia podejmują się rozwiązywania konkretnych, przygodnych problemów, pamiętając jednak o zobowiązaniach moralnych. Oakeshott stwierdził w konkluzji wspomnianego tu dzieła, że choć oba wyróżnione przez niego stowarzyszenia wzajemnie sobie przeczą, są do siebie niesprowadzalne oraz istnieje między nimi napięcie, oba jednak są niezbędne i zostały z sobą złączone w postaci nowożytnego państwa europejskiego¹²³.

Dodajmy, że podporządkowanie treści przekazów PR zarządowi organizacji negatywnie rzutuje na wiarygodność tych przekazów. Z drugiej strony należy wskazać na kompetencje, jakie stoją za przekazami PR. Organizacja, zwłaszcza działająca przez dłuższy czas i skutecznie osiągająca swoje cele, jest ośrodkiem gromadzenia i rozwijania kompetencji w danej dziedzinie.

Powyższe określenia wskazują, że nie wszystkie definicje PR, jakie napotykamy w obszernej literaturze przedmiotu, są trafne. Oto przykład definicji nazbyt rozległej¹²⁴:

Public relations to funkcja zarządzania, która bada nastawienie otoczenia, określa strategię i procedury jednostek lub organizacji wobec interesu publicznego oraz planuje i wykonuje program działania w celu uzyskania zrozumienia i akceptacji otoczenia.

¹²⁰ C. Seymour-Ure: *Prime Ministers and the Media*, Oxford 2003, s. 62 (*Presentation is part of the substance of policy*).

¹²¹ M. Oakeshott: *O postępowaniu człowieka*, Warszawa 2008, s. 308–327.

¹²² *Ibidem*, s. 131–163, 229.

¹²³ *Ibidem*, s. 359–362.

¹²⁴ F.P. Seitel: *Public relations w praktyce*, Warszawa 2003, s. 10.

Tak szeroko zakreślony zakres działań PR może obejmować przekazy reklamowe, które także służą zrozumieniu i akceptacji przez otoczenie, lecz są czymś odmiennym od przekazów PR. Przykładem nazbyt wąskiej definicji może być następujące określenie¹²⁵:

Public relations to sztuka i nauka osiągnięcia harmonii z otoczeniem poprzez wzajemne porozumienie oparte na pełnej i prawdziwej informacji.

Przekazywanie pełnych i prawdziwych informacji prowadzące do osiągnięcia porozumienia między komunikującymi się partnerami to – mówiąc w skrócie – komunikowanie symetryczne rozumiane jako jeden z czterech modeli PR wedle Jamesa Gruniga i Todda Hunta¹²⁶. Pozostałe trzy modele (rozgłos, informacja publiczna, komunikowanie asymetryczne) nie spełniają tak wysokich wymagań dotyczących pełnych i prawdziwych informacji.

Dziennikarstwo

Przekazy dziennikarskie wyróżniają się trzema cechami: (1) opierają się na rzetelnie i zrozumiale przedstawionych informacjach, które (2) zostały wybrane i ułożone w narrację na podstawie wyobrażenia o interesie wspólnym większej lub mniejszej zbiorowości, lecz (3) zachowują pewien stopień niezależności od władzy politycznej i gospodarczej, jakiej ta zbiorowość podlega. Rozmiar obsługiwanej zbiorowości jest podstawą podziału na media sublokalne, lokalne, regionalne, ogólnokrajowe i ponadpaństwowe.

Niezależność treści przekazów dziennikarskich od decyzji władz pozwala mediom na kontrolowanie władzy politycznej i gospodarczej. Władza sprawowana przez dziennikarzy polega na wpływaniu na opinie zbiorowości, nie jest natomiast władzą w sensie dosłownym. Jest przejawem poliarchii, rozumianej jako istnienie wielu podmiotów władzy, nawzajem równoważących swoje wpływy.

Dziennikarstwo jest działaniem zespołowym, realizowanym w ramach redakcji. Redakcja prowadzi krytyczną obserwację działań korporacji gospodarczych, władz politycznych oraz stowarzyszeń społeczeństwa obywatelskiego. Równocześnie redakcja jest korporacją działającą na rynku opinii, rynku reklamy i rynku inwestorów.

Zależność między mediami a władzą polityczną wyjaśnia pojęcie paralelizmu polityczno-medialnego, jakie przedstawili Daniel C. Hallin i Paolo Mancini¹²⁷. Natomiast Jay G. Blumler i Michael Gurevitch zaproponowali pięć stopni politycznego zaangażowania mediów (*media partisanship*), co jest pojęciem bardzo zbliżonym do paralelizmu polityczno-medialnego. Stopnie te zaczynają się od bezpośredniego zarządzania organizacją medialną przez jej politycznego właś-

¹²⁵ S. B l a c k : *Public relations*, Warszawa 1998, s. 15.

¹²⁶ J.E. G r u n i g , T. H u n t : *Managing Public Relations*, New York 1984, s. 21–43.

¹²⁷ D.C. H a l l i n , P. M a n c i n i : *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 26–29.

ciciela, stopień kolejny to bezwzględna lojalność wobec podmiotu politycznego, następnie zwyczajowe wsparcie podmiotu politycznego, okazjonalne wsparcie, aż po pełną polityczną neutralność organizacji medialnej¹²⁸.

Dwa pierwsze stopnie tej skali są właściwe dla dziennikarstwa stronniczego oraz dla pewnej części działań *public relations*, realizowanych na przykład przez organ partii lub czasopismo samorządowe. Takie przypadki dają się też określić jako przenikanie działań PR do dziennikarstwa lub wzajemne skażenie interesu partykularnego i ogólnego. Trzy kolejne stopnie tej skali charakteryzują działania dziennikarstwa centrowego.

Blumler i Gurevitch wskazali na słabości tradycyjnego rozróżnienia relacji między politykami a dziennikarzami, traktowanych z perspektywy adwersarzy lub też stanowiących partnerów wymiany. Pisali natomiast o wzajemnej zależności i adaptacji, zachodzących po każdej ze stron¹²⁹. Stosownie do tych uwag spojrzymy na adwersarzy i partnerów wymiany (lub wedle innej terminologii: na transakcję i relację) jako na dwa aspekty tego samego procesu interakcji polityków i dziennikarzy, lub na wyższym stopniu – organizacji politycznych i organizacji medialnych.

Modele transakcji zakładają przewagę jednokierunkowego przepływu komunikatów oraz dążenie jednej strony do zdobycia przewagi nad drugą, co wiąże się ze strategicznym aspektem działania, rywalizacją i grą o sumie zerowej. Modele te wskazują na wzajemne, lecz ograniczone przenikanie systemów, bądź też – według innego podejścia – na wzajemne skażenie interesów partnerów, którzy wchodzi w interakcję. Modele transakcji trafnie opisują działania dziennikarstwa stronniczego, przyjmującego pozycję podporządkowaną względem wybranej organizacji lub ideologii. Modele transakcji dotyczą też przypadków ulegania przez organizację krytycznej wobec niej opinii publicznej, na przykład podczas nieudanych prób przewyciężenia kryzysu.

Modele relacji zakładają symetryczną pozycję partnerów, ich współpracę i poszukiwanie konsensusu w dążeniu do porozumienia. Modele relacji traktują organizację medialną i organizację polityczną jako autonomiczne systemy, między którymi zachodzi wymiana bodźców (indukcja) oraz uwzględnianie wymogów partnera (adaptacja). Jest to przypadek dziennikarstwa centrowego oraz organizacji, która nie ucieka się do nadużywania swojej pozycji¹³⁰.

Obok transakcji i relacji możliwy jest też brak interakcji między dziennikarzami a specjalistami PR lub też między redakcją a organizacją. Takie przypadki wymagają od każdego z partnerów zaangażowania większych zasobów.

¹²⁸ J.G. Blumler, M. Gurevitch: *The Crisis of Public Communication*, London–New York 2006, s. 65.

¹²⁹ Ibidem, s. 27–44.

¹³⁰ W. Furman: *Dominacja czy porozumienie...*, op. cit., s. 183, 202.

Dziennikarstwo a PR według teorii konfliktu

Różnice między działaniami organizacji a redakcji, lub mówiąc bardziej ogólnie – między PR a dziennikarstwem, polegają nie na odmiennych działaniach, ale na odmiennych proporcjach pomiędzy aspektami działania. Przyjmijmy za Habermasem, że każde działanie ma aspekt strategiczny (osiąganie celu), dramaturgiczny (samoprezentacja), regulowany przez normy oraz komunikacyjny (negocjowanie definicji sytuacji i koordynowanie planów działania)¹³¹. Organizacja przede wszystkim dąży do celów, w jakich została powołana, lecz równocześnie komunikuje się z otoczeniem i w ten sposób dba o prezentację. Redakcja przede wszystkim komunikuje się z otoczeniem, czyli prowadzi obserwację systemu społecznego lub uczestniczy w konfliktach, lecz równocześnie dba o osiągnięcie swoich celów korporacyjnych, czyli o pozycję na rynku odbiorców, rynku reklam i rynku inwestycyjnym.

Podstawą konfliktu między działającymi podmiotami są w różnym stopniu uświadamiane nierówności w dostępie do pożądaných dóbr, zarówno materialnych, jak i niematerialnych. Uświadomiona i nieakceptowana nierówność prowadzi do wycofania legitymizacji istniejącego porządku, organizowania się na rzecz jego korekty lub zmiany, także do kształtowania ideologii stanowiącej uzasadnienie podejmowanych działań. Umiarkowane konflikty w systemach skonsolidowanych przyczyniają się do integrowania społeczeństwa. Będzie to socjotechnika integracji, jeśli użyć sformułowania Piotra Pawełczyka¹³², lub zmiana w systemie według Piotra Sztompki¹³³. Rozległe i długotrwałe konflikty w systemach niestabilnych wiążą się ze znacznymi kosztami społecznymi. Będzie to socjotechnika dezintegracji lub zmiana systemu.

Próbie uchwycenia różnic między dziennikarstwem a PR z punktu widzenia teorii konfliktu przedstawia tabela 1. Punktem wyjścia są cztery modele PR, które zaproponowali cytowani już Grunig i Hunt. Kolejnym krokiem jest odróżnienie pięciu typów dyskursu, różniących się stopniem wywierania wpływu na drodze komunikowania: informacji, dyskusji, perswazji, sugestii i manipulacji. Typy te zostały usytuowane na osi rozciągającej się między biegunem ładu i porozumienia a biegunem konfliktu.

Na skrajnej pozycji po lewej znajduje się model informacji publicznej PR oraz odpowiadająca mu rola społeczna dziennikarza sprawozdawcy. Wprawdzie informowanie jest nieodłączne od działania, tak jak lokucja od illokucji, a komunikowanie ma zarówno aspekt symboliczny, jak i pragmatyczny¹³⁴, jednak natężenie aspektu pragmatycznego może być stopniowane. Organizacja udzielająca informacji publicznej nie konkuruje z inną organizacją na rynku gospodarczym ani po-

¹³¹ J. H a b e r m a s : Teoria działania komunikacyjnego, t. 1, Warszawa 1999, s. 160–162.

¹³² P. P a w e ł c z y k : Socjotechniczne aspekty gry politycznej, Poznań 2000, s. 11–12.

¹³³ P. S z t o m p k a : Socjologia zmian społecznych, Kraków 2005, s. 21.

¹³⁴ R. B u r k a r t : Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder, Wien 2002, s. 85.

litycznym, a dziennikarz sprawozdawca przedstawia informacje niekonfliktowe, na przykład prognozę pogody, lub popularyzuje osiągnięcia nauki.

Kolejnym stopniem jest dyskusja. W tym przypadku wynik jest niezny wcześniej i niepewny, gdyż każdy z dyskutantów gotów jest ustąpić przed racjonalnymi argumentami partnera. Wynikiem dyskusji jest konsensus wypracowany w trakcie wysłuchiwania racji, starannego ich rozważania, diagnozowania sytuacji i formułowania planu działań. Jak wskazał John Rawls, wypracowanie takiego konsensusu wprawdzie utrudniają ciężary sądu, konsensus będzie jednak możliwy wtedy, gdy wolni, rozumni i obdarzeni wrażliwością moralną obywatele zgodzą się na takie ograniczenie wyznawanych przez siebie rozległych doktryn, aby powstał konkretny, rozumny i sprawiedliwy projekt polityczny¹³⁵.

Wynik perswazji i sugestii jest natomiast znany, choć także niepewny. Perswadujący podmiot nie zamierza odstąpić od swoich racji, a jego celem jest przekonanie oponentów, traktowanych jako samodzielnie myślące podmioty. Sugestia zmierza do skłonienia odbiorcy, aby bezkrytycznie zaakceptował treść przekazu mimo braku logicznych przesłanek do jej przyjęcia¹³⁶. Decyzja o przyjęciu lub odrzuceniu treści przekazu należy do odbiorcy. Ponieważ potrzeby i interesy partnerów pozostają odmienne, wynikiem perswazji i sugestii będzie tymczasowy kompromis.

Tabela 1. Modele PR i role społeczne dziennikarzy w świetle teorii konfliktu

Model interakcji	ład/konflikt				
Poziom interakcji	podstawowy		średni		wysoki
Stopień wpływu	informacja	dyskusja	perswazja	sugestia	manipulacja
Model PR	informacja publiczna	komunikowanie symetryczne	komunikowanie asymetryczne	rozgłos	<i>spin</i>
Model dziennikarza stronnicego	–	–	rzecznik		<i>kontrspin</i>
Model dziennikarza centrowego	sprawozdawca	dyskutant, moderator	rzecznik, rozjemca		

Źródło: opracowanie własne.

¹³⁵ J. R a w l s : Liberalizm polityczny, Warszawa 1998, s. 74–77, 91–101, 187, 241, 290.

¹³⁶ V.A. G h e o r g h i u : Sugestia, Warszawa 1987, s. 21.

Manipulacja oznacza przedmiotowe traktowanie partnera komunikowania. Zamiast wytrwale przekonywać, nadawca wybiera drogę na skróty, stosując presję, niedopowiedzenie lub fałsz, wykorzystując trudną sytuację lub niewiedzę odbiorcy.

W przypadkach dyskusji, perswazji i sugestii dziennikarz może opowiadać się po jednej ze stron, czyli występować jako dyskutant lub rzecznik, może też pełnić funkcję moderatora dyskusji bądź rozjemcy sporu.

Różnice między dziennikarstwem stroniczym a dziennikarstwem centrowym, naszkicowane w tabeli 1, odsyłają do różnic między fundamentalizmem a umiarkowanym racjonalizmem i relatywizmem, o jakich pisał Ernest Gellner. Podstawą fundamentalizmu jest przekonanie, że wiara ma być wyznawana w sposób stanowczy, w pełnej i dosłownej formie, bez kompromisów, złagodzeń, ponownych interpretacji czy uproszczeń. Można ją zdefiniować precyzyjnie i ostatecznie, co implikuje jej spisanie. Relatywizm jest natomiast wrogiem idei unikatowej, wyłącznej, obiektywnej, zewnętrznej i transcendentnej prawdy. Dla zwolenników relatywizmu prawda jest nieuchwytna, wielopostaciowa, ukryta i subiektywna. Pomędzy tymi dwiema skrajnościami umieścił Gellner umiarkowany racjonalizm, który nie dąży do zaproponowania jedynej prawdy, lecz zakłada, że możliwe jest obiektywne poznanie, i upiera się przy zasadzie kwestionowania wszystkich faktów i cech oraz symetrycznym traktowaniu wszystkich przekonań¹³⁷.

Triadę fundamentalizm-racjonalizm-relatywizm należy rozpatrywać zarówno na poziomie pojedynczej publikacji, jak i na poziomie redakcji, czyli jako sekwencję publikacji zebranych w wydaniu lub szeregu wydań. Na poziomie publikacji można sobie wyobrazić taką postać dziennikarstwa stroniczego, w której nie ma informacji cechującej się niskim natężeniem aspektu pragmatycznego ani dyskusji. Jest tylko perswazja na rzecz pewnej jedynie słusznej idei lub spójnego zbioru idei. Informacje są wybierane w taki sposób, by potwierdzały wybraną wizję świata. Takie informacje pozwalają „treść normatywną utaić w pozornych stwierdzeniach opisowych”¹³⁸. Silne przekonanie o posiadaniu wyłącznej racji wiąże się z dezawuowaniem ludzi myślących inaczej. Są oni uznawani za takich, którzy nieświadomie błędzą lub świadomie kierują się złą wolą. Przekaz dziennikarski jest zgodny z przekonaniem grupy docelowej i nie powoduje dysonansu poznawczego. Odbiorcy dostają to, co spodziewali się otrzymać. Dziennikarz walczy o sprawę i pełni misję, trzymając się wyraźnej linii redakcyjnej, która nie pozostawia miejsca na wahania ani odstępstwa.

Jest to skrajna postać fundamentalistycznego dziennikarstwa stroniczego. Dziennikarstwo stronicze może też przybrać postać umiarkowanie racjonalną, kiedy po rozważeniu różnych racji autor opowiada się za jedną z nich. Możliwa jest również postawa relatywizmu, kiedy autor tak samo traktuje odmienne racje.

¹³⁷ E. G e l l n e r : Postmodernizm, rozum i religia, Warszawa 1997, s. 11, 37, 99, 105 i nast.

¹³⁸ L. K o ł a k o w s k i : Czy diabeł może być zbawiony i 27 innych kazań, Kraków 2006, s. 11.

Jako dziennikarstwo centrowe określimy natomiast przekazy wyrażające różne punkty widzenia, różne tendencje i posiadające różne afiliacje polityczne. Dziennikarstwo centrowe cechuje pluralizm wewnętrzny i niski poziom paralelizmu politycznego¹³⁹. Pojawiają się tam zarówno bezstronne sprawozdania, jak i przypadki perswazji oraz dyskusji. Nie da się też wykluczyć publikacji stronnicych fundamentalnie. Takie dziennikarstwo występuje raczej, choć nie wyłącznie, na poziomie redakcji.

Przekazy dziennikarstwa centrowego mogą nabrać cech umiarkowanego racjonalizmu wówczas, jeśli złożą się na deliberację. Cechy deliberacji to kompetencja uczestników, namysł nad sformułowaniem własnego stanowiska oraz dyskusja¹⁴⁰.

Dodatkowo należy wskazać na asocjacje między dziennikarstwem mediów popularnych, określanym często jako dziennikarstwo tabloidowe, a modelem rozgłosu PR. Jak pisał Wiesław Godzic, tabloidy świadomie balansują na granicy prawdy i fałszu, wprowadzając królestwo dwuznaczności; mają równocześnie coś z uroku niesfornego ulicznika¹⁴¹. Model rozgłosu PR ma źródła jeszcze dziewiętnastowieczne, kojarzy się z dążeniem do popularności drogą rozpowszechniania atrakcyjnych i sugestywnych, choć niekoniecznie rzetelnych przekazów. Model ten wiąże się z zastosowaniem sugestii, podczas gdy stosowanie perswazji przypiszemy raczej mediom poważnym.

W latach 80. XX wieku w brytyjskim słowniku politycznym pojawił się termin *spinning* na oznaczenie działań specjalistów PR mających na celu selekcjonowanie, ocenianie i interpretowanie przekazywanych mediom informacji. Sposoby na *spinning* to częściowe, niedokładne informowanie, narzucona ocena i interpretacja, a nawet rodzaj manipulacji¹⁴². *Spin doctor* dba o wyciszenie znaczeń pojmowanych jako niekorzystne dla swego klienta oraz o nagłośnienie znaczeń korzystnych¹⁴³. *Spin* oznacza próbę manipulowania dokonywaną z wykorzystaniem współczesnych mediów. Są to działania PR prowadzone na najwyższym znanym dotychczas poziomie interakcji organizacji i redakcji, jaka zmierza do kontrolowania dyskursu.

Na poziomie podstawowym były to działania rzecznika prasowego, który spełniał dla dziennikarzy funkcje usługowe: udostępniał komunikaty prasowe i teksty przemówień polityków, ułatwiał kontakty i pomagał w zbieraniu materiałów. Na tym poziomie umieścimy również przykłady komunikowania symetrycznego

¹³⁹ D. C. Hallin, P. Mancini: *Systemy medialne...*, op. cit., s. 26–30.

¹⁴⁰ P. Juchacz: *Deliberacja – demokracja – partycypacja. Szkice z teorii demokracji ateńskiej i współczesnej*, Poznań 2006, s. 17.

¹⁴¹ W. Godzic: *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007, s. 69, 87.

¹⁴² C. Seymour-Ure: *Prime Ministers...*, op. cit., s. 151. W polskim języku potocznym określimy *spin* jako „nawijanie” lub „odwracanie kota ogonem”.

¹⁴³ B. McNair: *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*, London 2006, s. 125.

w postaci długiej rozmowy autorytetów politycznych z uznanymi dziennikarzami, służącej poważnej refleksji i odbywanej w atmosferze wzajemnego szacunku.

Poziom średni to działania PR zgodne z modelem komunikowania asymetrycznego: przygotowane wywiady, konferencje prasowe, telewizyjne pojedynki kandydatów, akcje i imprezy. Są w znacznej części przedstawiane na żywo i konkurują o uwagę odbiorców. Znaczenia nabrał atrakcyjny sposób prezentacji, uproszczona i łatwo zrozumiała treść, skuteczne wywarcie wpływu na odbiorców. Równolegle, zwłaszcza w mediach popularnych, stosowane jest dążenie do rozgłosu: *soft news*, półprawdy, plotki.

Poziom najwyższy to *spin* specjalistów od PR-u, czyli wyrafinowane techniki komunikowania asymetrycznego, oraz *kontrspin* wytrawnych dziennikarzy¹⁴⁴. Obejmuje informowanie, ale także wypytywanie i interpretowanie. Docieklive, czasem nawet bezczelne pytania dziennikarzy pozwalają przebić się przez otoczkę *spinu*. Agresywny wywiad, kpina, wnikliwy komentarz lub analiza oraz dziennikarstwo śledcze dają odbiorcom szansę oporu wobec natrętnych działań PR, prowadzonych profesjonalnie przez *spin doctors*.

„Interpretation (...) is an intelligible journalistic adaptation to an environment which is highly competitive, information-rich and intensively manipulated by political actors (...). In a world of spin and intensified news management, political commentary is the best counter-spin we have”¹⁴⁵.

Dodajmy, że zarówno pojęcie dziennikarstwa stroniczego, jak i dziennikarstwa centrowego, podobnie jak modele PR, stanowią modele idealne. Są one przydatne w analizie rzeczywistych publikacji dziennikarskich i rzeczywistych działań PR, wykazujących większe lub mniejsze odchylenia od każdego z tych modeli.

Dobór próby, hipotezy i pytania badawcze

Zamiar zbadania interakcji dziennikarzy i specjalistów PR nastęrcza wiele kłopotów. Produkty dziennikarskie pozostają utrwalone i dostępne, natomiast odszukanie i odtworzenie działań PR byłoby znacznie trudniejsze. Również obserwowanie przebiegu interakcji wymagałoby bieżącego towarzyszenia działaniom obu partnerów, a po fakcie staje się niemożliwe.

Z tego powodu badanie obejmie tylko próbę odczytania ról społecznych dziennikarzy, tak jak zostały one przedstawione w tabeli 1. Wiadomo, że pełnie-

¹⁴⁴ Przykładowe wyliczenie technik *spinu* (jednoznaczna interpretacja, nasycenie przekazami, zycziwy kontekst, dodatkowe elementy) i *kontrspinu* (lekceważenie, negatywizm, sportowy charakter, interpretacja) podaje W. F u r m a n : Dominacja czy porozumienie..., op. cit., s. 156–158.

¹⁴⁵ B. M c N a i r : Journalism and Democracy..., op. cit., s. 82–83: „Interpretacja (...) jest inteligentnym dziennikarskim adaptowaniem się do środowiska, które jest wysoce konkurencyjne, bogate w informacje oraz intensywnie manipulowane przez aktorów politycznych (...). W świecie *spinu* i intensywnego zarządzania informacją komentarz polityczny jest najlepszą formą *kontrspinu*, jaką posiadamy”.

nie tych ról było wynikiem interakcji, lecz działania drugiej strony są znane tylko w ograniczonym stopniu.

Jednostką analizy była pojedyncza publikacja. Do próby badawczej weszły wszystkie publikacje o objętości od jednej strony tygodnika wzwyż na temat katastrofy smoleńskiej z 2010 roku, jakie ukazały się w dwóch znaczących tygodnikach opinii w IV kwartale 2012 roku: *Polityka* (dalej: P) i *Uważam Rze* (UR). Publikacje te nawiązywały do działań PR dwóch organizacji, a mianowicie komisji rządowej kierowanej przez Jerzego Millera i komisji parlamentarnej kierowanej przez Antoniego Macierewicza. Każda z tych organizacji głosiła skrajnie odmienne treści. Pierwsza z komisji zebrała dowody świadczące, że przyczyną katastrofy był wypadek. Druga komisja dowodziła, że przyczyną katastrofy był zamach. Czwarty kwartał 2012 roku był okresem powakacyjnego wzmożenia działań politycznych. W październiku premier wygłosił *exposé*, główna partia opozycyjna przedstawiła kandydata na premiera rządu technicznego, a w listopadzie wybuchła awantura o ślady trotylu na wraku samolotu.

Przyjęto trzy hipotezy. Pierwsza z nich zakładała, że tygodnik P był rzecznikiem komisji rządowej. Hipoteza druga zakładała, że tygodnik UR działał jako rzecznik komisji parlamentarnej. Hipoteza trzecia stwierdzała, że interakcja dziennikarzy i specjalistów od PR-u przebiegała na poziomie średnim, czyli bez elementów *spinu* i *kontrspinu*.

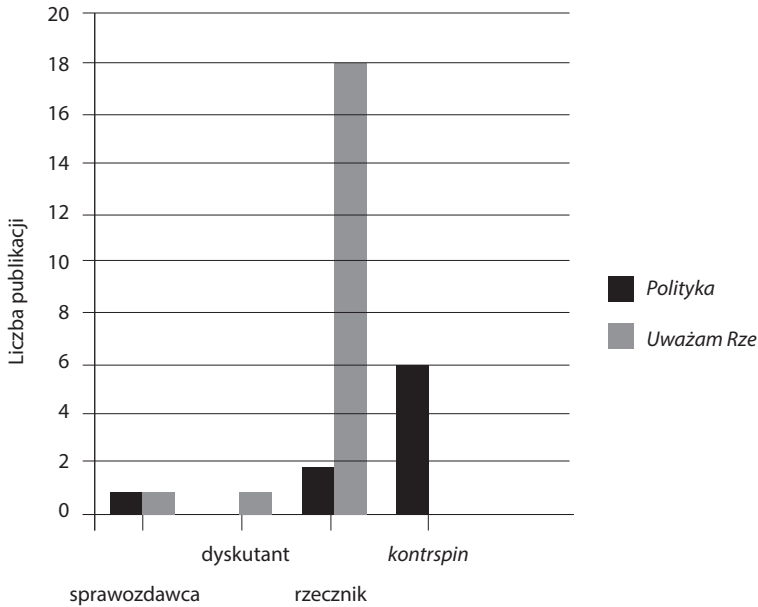
Pytania badawcze dotyczyły odgrywania przez autorów publikacji wybranych do analizy wszystkich sześciu dziennikarskich ról społecznych, które zostały wymienione w tabeli 1.

Analiza objęła po 12 numerów obu tygodników, czyli od numeru 40 do 51/52. Od numeru 49, czyli od pierwszego numeru grudniowego, zmienił się skład redakcji UR. Skutki tej zmiany były widoczne w treści dwóch kolejnych numerów, o czym jeszcze będzie mowa.

Wyniki analizy

Wymogi próby badawczej spełniło 9 publikacji P i 20 publikacji UR. Stosunek tych liczb wskazuje, że w badanym okresie pod względem liczby publikacji tygodnik UR był w przybliżeniu dwa razy bardziej aktywny niż P w podejmowaniu kwestii katastrofy smoleńskiej.

Wyniki analizy przedstawia rysunek 1. W badanych publikacjach wystąpiły wszystkie trzy poziomy interakcji specjalistów PR i dziennikarzy. Wystąpiły też cztery modele roli społecznej dziennikarza, choć w tej kwestii konieczne okazały się pewne zastrzeżenia.



Rysunek 1. Role społeczne dziennikarzy

Źródło: obliczenia własne.

Rola społeczna bliska roli sprawozdawcy pojawiła się tylko w jednej publikacji każdego z badanych tygodników. Próba badawcza została dobrana tak, że wszystkie materiały dotyczyły kwestii budzącej ostre spory. To nie była sytuacja braku konkurencji na rynku opinii ani ogólnego informowania o niekontrowersyjnych sprawach. Wobec tego, skoro w dwóch publikacjach przedstawiono tylko fakty, a wyciągnięcie wniosków pozostawiono odbiorcom, oba te teksty zostały zakwalifikowane jako odgrywające rolę pozornego sprawozdawcy.

Poza mieszaniem w smoleńskim kotle Antoni Macierewicz ma również mniej znaną twarz uczestnika procesów sądowych, które wytacza i które są mu wytaczane. Z naciskiem na te drugie: „(...) Sądy konsekwentnie orzekają, że Macierewicz nie może być pozywany, bo nie napisał tego raportu jako osoba fizyczna, ale było to dzieło zbiorowe komisji weryfikacyjnej, która podlegała Ministerstwu Obrony. I dlatego można pozywać jedynie MON” (G. Rzeczkowski, *Macierewicz w granicach prawa*, P 43, s. 19).

Po 10 kwietnia nastąpiła seria zgonów rosyjskich czekistów, w tym przełożonego kontrolerów smoleńskiego lotniska (L. Pietrzak, *Najpiękniej milczy trup*, UR 51/52, s. 54).

Rola społeczna dyskutanta wystąpiła tylko raz. Taka sytuacja nie dziwi, jeśli uwzględnić natężenie sporu, którego dotyczyły analizowane teksty. Pod koniec

badanego okresu i już po zmianach w składzie redakcji UR w jednej publikacji tego tygodnika pojawiły się zastrzeżenia, czy rzeczywiście film o zamachu jako przyczynie katastrofy odniesie zamierzony skutek?

Krytyk Krzysztof Kłopotowski wysunął tezę, że film Antoniego Krauzego o Smoleńsku rozłoży na łopatki III RP, tak jak „Człowiek z marmuru” Wajdy rozłożył Polskę gierkowską. „Żeby tak jednym filmem obalić i rząd, i całą formację liberalną? Bezczenne. Bo i efektownie, i po kosztach. Załatwić polityka filmem? Ależ to nic nowego. Z tym, że historia pokazuje, iż to wcale nie jest takie łatwe” (W. Kot, *Po co jest ten miś?*, UR 50, s. 52).

Rolę rzecznika komisji rządowej udało się odnaleźć w dwóch publikacjach P. Rolę rzecznika komisji parlamentarnej odgrywał natomiast tygodnik UR w 18 publikacjach. Już w trakcie analizy okazało się, że każdy z tygodników pełnił funkcję rzecznika odmiennie. P był rzecznikiem racjonalnym, a UR – rzecznikiem fundamentalnym, w dodatku mieszającym rolę rzecznika z uprawianiem *kontrspinu*. Oto przykłady obu tych ról, dotyczące tej samej kwestii:

„Rosyjscy patolodzy, lekarze sądowi, wykonali swoją pracę zupełnie sprawnie i porządnie, a system identyfikacji ofiar doprowadził właśnie do tego, że nieliczne pomyłki można było wykryć. Powtórzmy tę politycznie szokującą informację: dzięki materiałom nadesłanym przez Rosjan” (J. Paradowska, *Smoleńskie kłamstwa*, P 40, s. 12).

„Politycy kłamali w żywe oczy (...). Prokuratorzy grali na czas (...). Lecz przyszedł dzień, w którym to wszystko zaczęło się sypać” (M. Pyza, *Władza idzie w zaparte*, UR 40, s. 26).

„Pewne jest, że w rosyjskiej stolicy sekcje pozorowano. Że w ciałach pozostawiono śmieci” (M. Pyza, *Seria upokorzeń*, UR 42, s. 16).

Sześć kolejnych tekstów P zostało zakwalifikowanych jako *kontrspin*. Dwa pierwsze to felietony, pozostałe zawierają analizę sytuacji politycznej. Wszystkie stanowią próbę odsłonięcia mechanizmów konfliktu politycznego. Dotyczą nie tylko spornej kwestii – wypadek czy zamach – jak było w przypadku roli rzecznika, lecz rozważają szerszy kontekst sporu. Wskazują przy tym odbiorcy, kto i w jaki sposób próbował go oszukiwać. Poniżej tylko dwa przykłady:

„Jeden z bardziej żarliwych i »niepokornych« publicystów prawicy padł ofiarą własnej nadgorliwości (...). To, co wybuchło, to nie był trotyl, tylko zabójcza dla mediów mieszanina ambicji politycznych, zawodowych, osobistych i realiów rynkowych” (D. Passent, *Dla mnie bomba!*, P 45, s. 111).

„Wszystkie elementy, także Smoleńsk, są wpisane w plan zdobycia i utrzymania władzy przez PiS (...). W Polsce zatem, lokalnie, będzie obowiązywał »absolutnie zamach«, ale na eksport będzie to wersja »niewykluczony zamach«, »prawdopodobnie zamach«. Mgliste poszlaki Macierewicza zyskają w Polsce status niezbitych dowodów, ale na zewnątrz pozostaną poszlakami” (M. Janicki, *Zamach w praktyce*, P 44, s. 19).

Wnioski

Wybrany do analizy przypadek sporu jest złożony. Rozstrzygnięcie go wymaga specjalistycznej wiedzy, budzi duże emocje i jest uwikłane w bieżącą politykę. Z drugiej strony jest to przypadek prosty, ponieważ daje się sprowadzić do wyrażonej alternatywy: wypadek lub zamach.

Analiza zawartości wymaga jednoznacznego kategoryzowania badanych tekstów. Pojawiła się jednak wątpliwość, czy w sytuacji tak ostrego sporu możliwe jest odgrywanie roli zdystansowanego sprawozdawcy. Wątpliwość ta dotyczyła dwóch spośród 29 tekstów wybranych do analizy i została rozstrzygnięta przez wskazanie na konstrukcję utworów dziennikarskich, a nie na ich treść, wyraźnie sytuującą oba utwory po jednej stronie sporu.

Pewnym zaskoczeniem okazała się rola społeczna dyskutanta, jaką odgrywała jedna z publikacji UR. Wyjaśnieniem mogą być radykalne zmiany kadrowe w tej redakcji. Wcześniejsze pojawienie się takiego tekstu w UR należy uznać za mało prawdopodobne, jako że odbiegał on od realizowanej poprzednio linii redakcyjnej.

Wszystkie trzy wspomniane wyżej teksty stanowią jednak tylko margines. Tworzą około 1/10 ogółu badanych publikacji. Pozostałe blisko 9/10 tekstów obu tygodników składa się na zacięty spór.

Spór ten prowadzony był na dwa sposoby i w tym miejscu pojawiła się kolejna wątpliwość dotycząca możliwości podziału badanych publikacji na jednoznaczne kategorie. W przypadku tygodnika *Polityka* dały się wyróżnić dwie publikacje przedstawiające fakty (tygodnik odegrał w ten sposób rolę racjonalnego rzecznika komisji rządowej) od sześciu odmiennych tekstów: kpiących, zatroskanych, analizujących kontekst walki o władzę toczoną w sposób cyniczny i fałszujący rzeczywistość (te teksty zostały zakwalifikowane jako *kontrspin*).

W przypadku 18 publikacji tygodnika *Uważam Rze* nie udało się przeprowadzić takiego podziału. Rola rzecznika komisji parlamentarnej oraz *kontrspin* zostały w nich połączone i pomieszane. Teksty te mogą stanowić przykład postawy fundamentalnej: autorzy twierdzili, że lepiej niż inni znają fakty i na tej podstawie budowali swoje koncepcje. Potraktowanie tych publikacji jako odgrywających rolę rzecznika było czysto umowne; równie dobrze można je określić jako *kontrspin*, czyli wyjaśnianie, prostowanie i obnażanie manipulacji dokonywanych przez komisję rządową oraz media zgadzające się z wynikami prac tej komisji.

Wyniki analizy wskazują na wyraźny podział. Oba tygodniki stały po różnych stronach sporu i konsekwentnie dawały temu wyraz w swoich publikacjach. Pierwsza hipoteza została potwierdzona tylko częściowo. Tygodnik *Polityka* był racjonalnym rzecznikiem komisji rządowej, ale większość jego publikacji to *kontrspin* względem ustaleń komisji parlamentarnej oraz stwierdzeń wspierających tę komisję mediów.

Również druga hipoteza została potwierdzona tylko częściowo. Tygodnik *Uważam Rze* przyjął rolę rzecznika komisji parlamentarnej, jednak roli tej nie da się oddzielić od *kontrspinu* względem ustaleń komisji rządowej i publikacji wspierających tę komisję mediów. Odbiegały od tej linii tylko dwie publikacje, które pojawiły się już po zmianie składu redakcji z początkiem grudnia 2012 roku.

Trzecia hipoteza została podważona. Nie było tak, że specjaliści od PR-u stosowali *spin*, a w odpowiedzi na te próby manipulowania sprawni i dociekliwi dziennikarze potrafili się tej manipulacji przeciwstawić. W sytuacji ostrego sporu, w którym uczestniczyli dziennikarze, *kontrspin* pojawiał się po obu stronach. Ten spór nie daje się jednak rozstrzygnąć metodą analizy zawartości badanych tygodników.

Skrótowa odpowiedź na pytanie postawione w tytule mogłaby zatem brzmieć następująco: Nie ma jednego modelu dziennikarstwa ani jednego modelu PR, zaś obok dziennikarstwa stronniczego i centrowego należy dodatkowo wyróżnić dziennikarstwo fundamentalne i racjonalne.

Bibliografia

- Black S.: Public relations, Warszawa 1998.
- Blumler J.G., Gurevitch M.: The Crisis of Public Communication, London–New York 2006.
- Burkart R.: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder, Wien 2002.
- Furman W.: Dominacja czy porozumienie? Związki między dziennikarstwem a public relations, Rzeszów 2009.
- Gellner E.: Postmodernizm, rozum i religia, Warszawa 1997.
- Gheorghiu V.A.: Sugestia, Warszawa 1987.
- Godzic W.: Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów, Warszawa 2007.
- Grunig J.E., Hunt T.: Managing Public Relations, New York 1984.
- Habermas J.: Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej, Warszawa 2008.
- Habermas J.: Teoria działania komunikacyjnego, t. 1, Warszawa 1999.
- Hallin D.C., Mancini P.: Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, Kraków 2007.
- Juchacz P.: Deliberacja – demokracja – partycypacja. Szkice z teorii demokracji ateńskiej i współczesnej, Poznań 2006.
- Kołąkowski L.: Czy diabeł może być zbawiony i 27 innych kazań, Kraków 2006.
- McNair B.: Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere, London 2006.
- Oakeshott M.: O postępowaniu człowieka, Warszawa 2008.
- Pawelczyk P.: Socjotechniczne aspekty gry politycznej, Poznań 2000.
- Rawls J.: Liberalizm polityczny, Warszawa 1998.
- Seitel P.: Public relations w praktyce, Warszawa 2003.
- Seymour-Ure C.: Prime Ministers and the Media, Oxford 2003.
- Sztompka P.: Socjologia zmian społecznych, Kraków 2005.