

Wolność mediów c.d.

kontynuacja pracy magisterskiej z 6 maja – [Wolność mediów](#)

Pracownicy mediów nie są od tego, by iść na każdą konferencję prasową, pisać relacje ze wszystkich lokalnych wydarzeń, powinni dokonać dojrzałej oceny poszczególnych informacji. Jednak dziennikarze mają z tym poważny problem, stają się nieświadomym przekąźnikiem tylko tego co ktoś zainspiruje, co niekoniecznie jest ważne. A jeżeli media będą manipulowane to zarazem i opinia publiczna...

Proces dominacji pionów marketingowych, handlowych w poszczególnych redakcjach zagraża coraz bardziej obiektywizmowi gazet. Przez ostatnie dwa lata naciski ekonomiczne na redakcje wzrosły. Gazety wycofują teksty, nie piszą o pewnych problemach, firmach. Odwróciły się role – o zawartości, profilu gazety decydują specjaliści od marketingu.. Pojawiła się potrzeba pilnego uregulowania tego stanu rzeczy[1].

Czy jednak gazety stać na niezależność? Jeżeli redakcja nie będzie miała odpowiednich funduszy na swoje utrzymanie (najczęściej dotyczy to poziomu lokalnego) napisze tak, jak zażyczy sobie tego ktoś, kto zapłaci...

W ostatnich latach dużo zmieniło się na lubelskim rynku prasowym. Gazety zaczęły dostosowywać się do potrzeb czytelników. Towarzyszą temu jednak różne naciski. Jest to szczególnie trudne na rynku lokalnym i regionalnym. – Pisząc o wójcie we własnej małej miejscowości dziennikarz naraża siebie, ale i własnego sąsiada, który jest tym wójtem. Tego problemu nie ma pracownik mediów np. w Warszawie – mówi Dariusz Kotlarz, sekretarz redakcji „Kuriera Lubelskiego”[2].

Czytelnik zawsze bardzo szybko zorientuje się kogo wspiera gazeta, czy jest niezależna, czy też ulega naciskom. To, że wydawnictwo nie będzie miało żadnych zasad etycznych, na

wolnym rynku prasowym, nie sprawdzi się. Potencjalny odbiorca po prostu nie kupi takiej gazety. Teraz nie warto być niewiarygodnym, bo odbija się to na kondycji finansowej wydawnictwa – akcentuje Dariusz Kotlarz.

Rzetelne wypełnianie zawodu dziennikarza wiąże się zawsze z narażaniem kogoś. Jednak trzeba mieć przy tym wewnętrzne przekonanie, że opisuje się rzeczywistość, taką jaka jest. Dziennikarz musi pracować w interesie społecznym, ale jest wielu pracowników mediów, którzy nie chcą się narażać, nie piszą o pewnych wydarzeniach, bo się po prostu boją.

Naciski zawsze są i będą. Ale redaktor naczelny powinien brać na siebie pewne problemy z tym związane. Dziennikarz musi wiedzieć, że ma wolną rękę, jeżeli nie, może usłyszeć w redakcji – no wiesz, ty piszesz, ale pamiętaj, do sądu pójdziesz sam. Pracownik mediów powinien mieć minimum gwarancji, nie można zawężać pewnych praw, jak urzędnikowi, bo nie wykona on dobrze swojej pracy. – Na mnie również wywierane są naciski, kiedy układam Ranking Firm Lubelszczyzny, by ominąć kryteria ekonomiczne. Jednak to są liczby, które zawsze może jeszcze sprawdzić Urząd Skarbowy – podkreśla Marek Gędek, sekretarz redakcji „Dziennika Wschodniego”. [3].

Na razie na poziomie lokalnym na etykę nie zwraca się uwagi. Wymusi to jednak demokratyzacja kraju, wejście do Unii Europejskiej i konieczność dostosowania do odpowiednich standardów. Niestety, teraz liczy się tzw. „newsowość”, atrakcyjność tekstów. Wielu dziennikarzy „podkreca”, na siłę uatrakcyjnia swoje artykuły. A szefowie czasami nie chcą wiedzieć, jaka jest prawdziwa jakość tekstów. Najważniejszy jest news!

Dziennikarze wiedzą, jakimi metodami kolega zdobywał informacje. Ale pojawia się tutaj kolejny problem – czy powiedzieć szefowi, że news jest „podkrecony”?

Kolejną problematyczną kwestią staje się (co paradoksalne) ambicja młodych dziennikarzy. Chcą się doksztalać, jednak

duże koncerny zapewniają szkolenia wyłącznie w obrębie firmy. Wszelkiego typu np. studia podyplomowe, czy doktorskie nie są mile widziane. Człowiek zaczyna się dusić. A dziennikarz przecież musi być wolny – stwierdza Jan Pleszczyński, dziennikarz „Gazety Wyborczej – Lublin”. [4]!

Pracownicy mediów są coraz wszechstronniej wykształceni, ale duża ich część pozostaje bez pracy. Czasowo współpracują z redakcjami poszczególnych lubelskich gazet (za bardzo niskie stawki, nie mając większych praw), widząc jednak realia lokalnego dziennikarstwa – coraz częściej rezygnują z pracy w wyuczonym zawodzie.

Nowe technologie sprawiają, że trzeba ograniczać zatrudnienie w redakcjach, ludzie starsi odchodzą, są zwalniani, następują redukcje etatów. Redaktorami funkcyjnymi zostają osoby bardzo młode, bez doświadczenia, a czasami i poczucia odpowiedzialności, niejednokrotnie lepszych od siebie dziennikarzy „gnębiących”.

[1] Rozmowa ze St. Sową, redaktorem naczelnym „Dziennika Wschodniego”, 27.03.2003 r.

[2] Rozmowa z Dariuszem Kotlarzem, sekretarzem redakcji „Kuriera Lubelskiego”, 12.03.2003 r.

[3] Rozmowa z M. Gędkiem...

[4] Rozmowa z J. Pleszczyńskim, dziennikarzem lubelskiego dodatku „Gazety Wyborczej”, 20.03.2003 r.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Wolność mediów

temat trochę o etyce dziennikarskiej (praca bardzo dobra)

Wydawnictwa w coraz większym stopniu są uzależnione od reklamodawców. Jest to zależność w wymiarze zewnętrznym – występują naciski na wydawcę, redakcję, by o czymś pisać, lub nie... Przybiera to bardzo niepokojące rozmiary – mówią dziennikarze. Ten proces przekłada się automatycznie na zagrożenia niezależności mediów od wewnątrz. W spółkach, wydawnictwach dział biznesowy rości sobie określone pretensje i uwagi do redakcji, że „o tym piszą źle, a to jest przecież klient”. W konsekwencji dochodzi do sytuacji, kiedy dyrektor handlowy zwraca uwagę redaktorowi naczelnemu gazety, że w poradniku dotyczącym oszczędzania („Gdzie najlepiej oszczędzać”) wypowiada się dyrektor banku, który nie zamieszcza w danym dzienniku ogłoszeń. A dlaczego nie wypowiada się ten, który kupuje u nas reklamy? – pyta szef działu handlowego.

Jeżeli redakcja czy redaktor naczelny jest stanowczy – dochodzi do wewnętrznej wojny. W przeciwnym wypadku – dyrektor marketingu ustala z kim należy rozmawiać, a z kim nie. Gdzie więc jest ta niezależność? – pytają dziennikarze.

Pewne reguły trudno ustalić. Norweski właściciel „Dziennika Wschodniego” (Orkla Media Polska) ma wieloletnie doświadczenia – oni wiedzą, że wiarygodność gazety buduje się latami, a traci się ją bardzo szybko – mówi Stanisław Sowa.

Na rynku przetrwają tylko te wydawnictwa, które będą niezależne i wiarygodne. Co paradoksalne – za kilka lat ogłoszeniodawcy nie przyjdą do gazety, która sprzedaje ogłoszenia i teksty kryptoreklamowe. Samodzielną, dojrzałą

gazetę będą też chcieli czytelnicy.

Odbieram telefony od ludzi, którzy zostali oszukani przez argentyński system przyznawania kredytów. Opiera się on na skomplikowanej umowie i bazuje na ludzkiej nieświadomości. To jest zgodne z prawem, ale zarazem nie oznacza, że jest etyczne. Gazeta jest jednak po to, aby takie przypadki nagłaśniać – podkreśla S. Sowa. – Jeżeli otrzymuję tego typu sygnały i listy, a nie zareaguję na nie, co więcej w moim dzienniku zamieszczane są reklamy systemów argentyńskich – ludzie nie będą chcieli takiej gazety.

Doszło do tego, że dziennikarze nie wiedzą, jak ma być – co jest dobre, a co złe. Nie znają pojęcia kryptoreklama, zresztą nie ma konkretnej definicji dla tego zjawiska. Alternatywą wydaje się być informacja konsumencka, kiedy w gazecie opisuje się także inne produkty konkurencji, podaje się gdzie można je kupić i za ile. Niestety, dzisiaj brakuje tego typu punktów odniesienia, zatracono proporcje. Zależności narastają szczególnie w gazetach miejskich, powiatowych, gdzie naciski władz samorządowych, kryptoreklama występują na porządku dziennym[1].

Na przełomie lat dziewięćdziesiątych w mediach nastąpiły żywiołowe zmiany, w zawodzie dziennikarskim pojawiło się bardzo dużo młodych ludzi, często bez żadnego przygotowania. Nie mieli od kogo czerpać pozytywnych wzorców, w gazetach następowały bowiem poważne zmiany kadrowe, „czystki”, czego efektem było przerwanie pewnej ciągłości pokoleniowej. A komercjalizacja, nastawienie na zysk, niosą za sobą bardzo wiele zagrożeń.

Od kilku lat dziennikarze zarabiają coraz mniej, idąc na konferencje prasowe przynoszą później czasami np. dyktafony. Wydaje się, że tego typu prezenty są zbyt kosztowne. W Polsce nie ma jednak żadnych norm, przepisów, które regulowałyby ten problem. W niektórych krajach Unii Europejskiej dozwolone jest wręczanie gadżetów do wartości 50 Euro[2].

Niektórzy pracownicy mediów przychodzą na kilka konferencji prasowych podczas jednego dnia, wyłącznie po to by wziąć gadżety i zjeść lunch... Nie przygotowują przy tym żadnych materiałów prasowych. Czasami na konferencję przychodzi kilku reprezentantów tej samej redakcji (gdy wręczane są cenne upominki...).

W Lublinie dziennikarzy nie razi łączenie stanowisk rzecznika prasowego i pracownika redakcji. Prawo prasowe oczywiście zaznacza, że konieczne jest rzetelne wykonywanie obowiązków przez dziennikarza, jednak jest to przepis tak ogólny, że dla aktualnych realiów rynkowych wręcz anachroniczny[3].

Duże koncerny prasowe pracują nad skodyfikowaniem zasad etycznych, bazując na doświadczeniach amerykańskich, skandynawskich, niemieckich i szwajcarskich, gdzie zapisy są bardzo precyzyjne. Obowiązuje w nich zakaz testowania samochodów (tak popularnego w lubelskich mediach) i wyjazdów sponsorowanych (chyba, że finansowanych przez macierzystą redakcję).

W jednej z gazet ogólnopolskich już od dawna istnieje wewnętrzny regulamin, który zabrania przyjmowania kosztownych prezentów. Jak mówią lubelscy dziennikarze – drobne gadżety umilają życie. Zresztą po co robić demonstracje w odmawianiu przyjmowania notesów czy długopisów? Jednak brak kodeksu dziennikarskich norm etycznych generuje problemy. – Są sytuacje w których nie wiadomo, jak się zachować. Czy mi wolno, czy to co wydaje się słuszne jest etyczne? – pytają dziennikarze i młodzi adepci tego zawodu. – Jeżeli będzie konkretne prawo – będziemy zobowiązani go przestrzegać. Teraz tracimy orientację.

[1] Rozmowa ze St. Sową, redaktorem naczelnym „Dziennika Wschodniego”, 27.03.2003 r.

[2] Rozmowa z M. Gędkiem, sekretarzem redakcji „Dziennika

Wschodniego, 26.03.2003 r.

[3] Rozmowa ze St. Sową...

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.

Rozwój prasy

Do lat czterdziestych XIX wieku gazety były organami politycznymi. Co za tym idzie zwracały się do kręgu czytelników, o takich samych zapatrywaniach, kręgu z konieczności ograniczonego, albowiem dla pokrycia kosztów własnych wydawcy gazet pobierali od abonenta wysoką opłatę: 80 franków. Obalił ten system i zindustrializował prasę Emile Girardin, który wpadł na pomysł, by dochód, jaki ma przynieść gazeta, czerpać nie tyle z abonamentów, ile z ogłoszeń. Rozumował on tak: obniżając opłaty abonamentowe, zwiększy się nakład gazety a zwiększony nakład pociągnie za sobą siłą rzeczy wzrost liczby anonsów. Zakładając w 1836 „La Presse”, po raz pierwszy urzeczywistnił ideę nowoczesnej gazety. Opłata za ogłoszenie, zamieszczona w „La Presse”, była nieco wyższa od obowiązującej, ale za to prenumerata wynosiła już teraz nie 80, lecz 40 franków.

Zdecydowany sukces „La Presse” wywołał w branży gazetowej rewolucję Girardin nie przewidział daleko idących skutków, jakie pociągnęła za sobą jego reforma gazety. Mianowicie na skutek uzależnienia prasy od anonsu pieniądź stał się wyznacznikiem rozwoju życia duchowego. Skomercjalizowana gazeta znalazła się właściwie poza obrębem sporów wynikających z różnicy poglądów i od tej pory broniła tego czy innego stanowiska tylko wtedy, kiedy nie było ono sprzeczne z

przesłankami ekonomicznymi, na jakich się opierała. To uzależnienie nie docierało jednak do świadomości abonentów tak wyraźnie jak fakt, że gazeta stała się teraz organem neutralnym, w którym duch czasu mógł poczynać sobie nieporównanie swobodniej niż w gazetach utrzymanych w starym stylu. Znalazłszy mocne oparcie w pieniądzu, duch ten uwolnił się z wielu więzów i manifestował się jako duch sam w sobie. W pierwszym numerze swej „La Presse” Girardin zaznaczył, że chce szerzyć wszystkie autentyczne poglądy i że będzie się starał godzić sprzeczności, zapomniał przy tym dodać, że ta wspaniałomyślność zwiększa szanse bytu jego gazety.¹²

Sama neutralność nie mogła jednak wystarczyć; należało zadbać o atrakcyjność tej gazety. Interesujące artykuły, opowiadania i pogawędki stały się towarem bardzo pożądanym, a wkrótce pojawiła się na jej łamach powieść w odcinkach. Wszyscy pisarze i poeci, zachęceni korzyściami natury materialnej i ideowej, ofiarowali gazetom swoje usługi. Balzak, Dumas Victor Hugo, George Sand, zaczęli drukować swoje utwory w „La Presse” i w innych gazetach, które dzięki tym współpracownikom mogły wychodzić w ogromnych nakładach. W konsekwencji tego zaczęła się konkurencyjna walka o pozyskanie co lepszych autorów; ich honoraria szybko się zwiększały w miarę jak rosły nakłady. Jednym z najlepiej opłacanych autorów był Eugeniusz Sue. To on pierwszy zrozumiał, że powieść w odcinkach należy pisać inaczej niż książkę. Jego powieść „Tajemnice Paryża” drukowana w „Le Journal des Debats” trzymała w napięciu cały Paryż. Gdy któregoś dnia zabrakło w gazecie kolejnego odcinka miasto popadło w głęboką depresję.¹³

Rozrywka nie mogła oczywiście wyprzeć z łam gazet reklam i anonsów. Współzawodniczono w wynajdywaniu nowych sposobów lansowania dóbr i usług. Jak pisze Siegfried Kracauer „pewien pomysłowy młody człowiek, wydawca małego żurnala mód, co tydzień publikował w „La Presse” felieton zachwalający ten czy inny modny wyrób; za taki felieton dostawał każdorazowo 100 franków, a oprócz tego oczywiście dobrą zapłatę od osób

zainteresowanych reklamą. Pomysł był jego zaś felietony pisali mu inni”.¹⁴

W wyniku szybkiego rozwoju produkcji gazet na skalę przemysłową, wzrosło zapotrzebowanie na żurnalistów. Pojawili się żurnaliści nowego typu. Byli oczywiście uzależnieni od ekonomicznych zasad wydawania nowoczesnej gazety, jakimi kierował się również Girardin. Ale zależność ta wcale im nie ciążyła, a to dlatego, że rozwój przemysłu nie doprowadził jeszcze do ostrych konfliktów społecznych. Obracali się oni w sferze neutralnej; mogli więc korzystać z wolności przekonań i cieszyć się intelektualną niezależnością. Wyzwoliwszy się spod wpływu tradycyjnych poglądów, związali się z bohemą i oddali się przyjemności „bujania” po świecie. Przy sposobności zauważyli, oczywiście, że niejeden przedmiot czci to napuszona nicość i że za fasadą wielu ideałów kryją się jedynie materialne zainteresowania. Pieniądz od którego byli bezpośrednio uzależnieni, rozwinął w nich zdolność widzenia spraw zakulisowych. Tak oto dziennikarze stali się sceptyczni. Inna rzecz że można ich było sobie kupić. To oni właśnie stają się pierwowzorem Baudelairońskiego flâneura.

¹² Pisze o tym szerzej Siekfred Kracauer [w:] Jacques Offenbach i Paryż jego czasów, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1992, s. 61.

¹³ Sue nie dopełniwszy obywatelskiego obowiązku jako gwardzista narodowy, został pewnego dnia aresztowany i przerwał pisanie powieści, którą tworzył z dnia na dzień. Marszałek Soult, minister wojny, u Ludwika Filipa, wzburzony nieukazaniem się kolejnego odcinka, polecił natychmiast wypuścić go z aresztu. Pisze szerzej o tym Maciej Żurowski [w:] Eugeniusz Sue, Tajemnice Paryża, wyd. Iskry, Warszawa 1959, s. 374-377.

¹⁴ Ibidem, s. 62.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.