

Artykuł publicystyczny w świadomości genologicznej dziennikarzy prasowych

Mateusz Kasiak

Celem tej wypowiedzi jest ukazanie genologicznej świadomości dziennikarzy prasowych na temat artykułu publicystycznego. Ta forma wypowiedzi prasowej nie została dotąd dostatecznie opisana w literaturze specjalistycznej. Jej charakterystyki są uproszczone i bliskie potocznemu wyobrażeniu o artykule jako gatunku. Podobnie artykuł postrzegają dziennikarze praktycy, którzy go omawiają raczej intuicyjnie. Osiągnięcie celu wiąże się zatem z koniecznością opisania publicystyki.

Na strukturę tekstu składają się trzy części merytoryczne i wynikające z nich wnioski. W pierwszej części zatytułowanej *Artykuł jako gatunek wypowiedzi dziennikarskiej* zostały zebrane spostrzeżenia dotyczące wyznaczników artykułu, natomiast w drugiej – *W informacyjnym skrócie o publicystyce* – zwięźle zaprezentowano różne sposoby rozumienia publicystyki.

W zgodzie z genologiczną tradycją, publicystyka porównywana jest do informacji. Rodzajowa odrębność publicystyki względem gatun-

ków informacyjnych jest wobec tego ujęciem najczęściej pojawiającym się w opracowaniach prasoznawczych. Zreferowano tu zatem ujęcie pragmatyczne i genologiczne, uwzględniając zagadnienie rodzaju i gatunku. Znaleźć można też odpowiedź na pytanie, czym jest publicystyka, jakie są jej cechy i co wyróżnia formy publicystyczne spośród innych wypowiedzi.

Trzecia część tekstu – *Artykuł publicystyczny w redakcyjnej rzeczywistości* – przedstawia opinie na temat artykułu i publicystyki tych dziennikarzy, którzy na co dzień zajmują się publicystyką prasową, a przynajmniej za takich są uważani przez środowisko dziennikarskie i redakcje tygodników, w których pracują.

Artykuł jako gatunek wypowiedzi dziennikarskiej

Próby genologicznej charakterystyki artykułu publicystycznego odnotowuje się zarówno w słownikach¹, jak i wybranych opracowaniach². Literatura na ten temat nie jest zbyt bo-

¹ Pojęcie artykułu publicystycznego odnotowują m.in.: *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, Warszawa 1982, t. 1, s. 82; *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, Warszawa 1958, t. 1, s. 211; *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 1988, s. 44.

² To pojęcie obecne jest także w opracowaniach genologicznych, zob. m.in.: Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 160; K. Wolny-Zmorzynski, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria-praktyka-język*, Warszawa 2006, 85–86; J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 1999, s. 86–90; L. Zakrzewska, *Informacja* [w:] *Dziennikarstwo*

gata. Badacze albo zdawkowo opisują artykuł jako jeden z gatunków publicystyki, wskazując najczęściej na cechy wspólne wszystkim wypowiedziom publicystycznym, albo po prostu wymieniają artykuł, bez opisu jego cech. W opracowaniach genologicznych kanoniczny wzorzec artykułu nie jest zatem wyodrębniany. Artykuł utożsamia się powszechnie z każdą wypowiedzią publicystyczną w gazecie i tak rozumiany jest przeciwstawiany informacji. Brakuje natomiast definicji artykułu publicystycznego sformułowanych wprost, a wszystkie próby charakterystyk przebiegają na zbyt dużym poziomie ogólności.

Z powodu braku szczegółowych opracowań na temat artykułu warto zwrócić uwagę na publikację Marii Wojtak. Nie pisze ona wprawdzie bezpośrednio o samym artykule, jednak do tej formy publicystycznej odwołuje się wówczas, gdy bada sylwetkę w postaci artykułu (sylwetkę uważa za gatunek adaptacyjny, wykorzystujący różne gatunki prasowe). Wyodrębniając sylwetkę adaptującą cechy artykułu publicystycznego, Wojtak zakłada istnienie artykułu. Stwierdza, że nie jest gatunkiem o jednolitej formie dziennikarskiej i ta cecha wpływa na formę sylwetek, które posiadają elementy strukturalne charakterystyczne dla artykułu publicystycznego. Badaczka upatruje w tych elementach sygnałów gatunkowych artykułu zarówno obligatoryjnych, jak i fakultatywnych, a więc: rozbudowany nagłówek, złożony korpus, zdjęcia z podpisami³.

Artykuł publicystyczny jako gatunek wypowiedzi dziennikarskiej funkcjonuje w świadomości genologicznej, lecz jego rozumienie

bliskie jest potocznemu wyobrażeniu o artykule. Bardzo ważne wobec tego staje się pogłębienie refleksji na temat tej wypowiedzi, która uważana jest za jedną z podstawowych form prasowych. Uzupełnienie stanu badań o uwagi dotyczące artykułu jest celem moich szerszych dociekań, ponieważ artykuł uważam za autonomiczny gatunek prasowy. Przeprowadzone przeze mnie analizy artykułów publicystycznych prasy opiniotwórczej są także podstawą dwóch szkiców. Pierwszy z nich – *Architektura tekstów dziennikarskich. Refleksje strukturalne wokół meta- i paratekstu artykułu publicystycznego* – został wygłoszony w formie referatu podczas V Ogólnopolskiego Seminarium Medioznawczego „Gatunki i formaty we współczesnych mediach”. Seminarium było zorganizowane przez Uniwersytet Warszawski w dniach 26–27 marca 2015 r. Drugi szkic, *Tytuł wiele ci powie – krótki tekst, wiele informacji. O tytułach artykułów publicystycznych*, zaprezentowałem na konferencji „Współczesne media – media informacyjne”, zwołanej przez Zakład Dziennikarstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie w dniach 15–16 kwietnia 2015 roku⁴.

W informacyjnym skrócie o publicystyce

W tradycji prasoznawczej publicystykę zestawia się najczęściej z informacją – odróżnia się więc teksty publicystyczne od tekstów informacyjnych, publicystyczność przeciwstawia się informacyjności, styl informacyjny porównuje ze stylem publicystycznym itd.⁵

od kuchni, red. A. Niczyperowicz, Poznań 2001, s. 9–10; A. Kozieł, *Gatunki dziennikarskie – rodowód, cechy i funkcje* [w:] *O warsztacie dziennikarskim*, red. J.W. Adamowski, Warszawa 2002, s. 119; Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie* [w:] M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, Warszawa 2007, s. 73–77; M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 304–314.

³ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, dz. cyt.

⁴ Oba teksty zostały złożone do druku.

⁵ Por. np. A. Kozieł, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt.; M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, dz. cyt.; Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt.; W. Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska, cz. II Działanie*, Kraków 2002.

Opozycyjne traktowanie publicystyki i informacji przynosi kilka ujęć tych terminów. Maria Wojtak np. zauważa, że termin *publicystyczność*, podobnie zresztą jak *informacyjność*, funkcjonuje w literaturze prasoznawczej w sposób wieloznaczny, polisemiczny⁶. Irena Tetelowska stoi zaś na stanowisku, że przede wszystkim informacyjność i publicystyczność są nieodłącznymi elementami określonych wypowiedzi, wywodów myślowych. Teksty o czymś komunikują i coś komentują, opisują, opiniują, analizują, mają dominantę publicystyczną albo informacyjną⁷.

Publicystyka jest ujmowana również pragmatycznie. Można wobec tego mówić o funkcji publicystycznej, komentującej i interpretującej, która występuje w tekstach prasowych analogicznie do funkcji informacyjnej, czyli powiadamiającej. O informacji i publicystyce w znaczeniu podstawowych funkcji tekstów medialnych wypowiedzieli m.in.: Andrzej Kozieł, Zbigniew Bauer, Jacek Maziarski, Maria Wojtak, Marek Chyliński, Stephan Russ-Mohl⁸. Bauer w tym kontekście pisał np., że skoro informacja o czymś komunikuje i przekazuje dane o rzeczywistości w sposób jasny i obiektywny, jedynie ją naświetlając, to publicystyka tę rzeczywistość interpretuje, przedstawia z subiektywnego i autorskiego punktu widzenia, chcąc wywołać u odbiorcy określone reakcje. Informacja to według badacza powiadamianie, a publicystyka – perswadowanie i interpretowanie⁹.

Wojtak zauważa natomiast, że publicystyka informuje, we właściwy sobie sposób, o sądach i opiniach, podczas gdy informacja powiadamia o faktach i zdarzeniach¹⁰. Publicystyka, podobnie jak informacja, traktowana jest jako rodzaj. Wojtak jest zdania, że takie ujęcie czyni z publicystyki pewien typ dziennikarskiego przekazu¹¹. Kozieł wskazuje wręcz na publicystyczny rodzaj wypowiedzi, opozycyjny wobec rodzaju informacyjnego, podkreślając równocześnie, że publicystyka i informacja mogą być ujmowane jako formy wypowiedzi¹².

W tym miejscu należy przejść do gatunkowego ujęcia publicystyki, która bywa również traktowana jako odrębny gatunek czy forma dziennikarska (o czym wypowiedzieli się np. Michael Kunczik i Astrid Zipfel), i jako autonomiczną formę przeciwstawia się ją informacji¹³. Częściej jednak pisze się o różnych gatunkach publicystycznych, składających się na rodzaj pisarstwa publicystycznego, które podobnie jak pisarstwo informacyjne dzieli się na gatunki informacyjne. Podziałem na gatunki publicystyczne i informacyjne zajmowali się szczególnie m.in. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Andrzej Kaliszewski i Wojciech Furman¹⁴. Inny badacz, Walery Pisarek, mówił z kolei o poetykach gatunkowych. Poetykę publicystyczną wypowiedzi wymienił on obok poetyk informacyjnej i reportażowej¹⁵.

Jakie zatem cechy mogą decydować o informacyjności lub publicystyczności gatunku?

⁶ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, dz. cyt., s. 27.

⁷ I. Tetelowska, *Informacja – odrębny gatunek dziennikarski*, „Zeszyty Prasoznawcze”, z. 1–2, s. 19.

⁸ Por. np. A. Kozieł, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt., Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt.; J. Maziarski, *Informacja [w:] Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976; M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, dz. cyt.; M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, dz. cyt.

⁹ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 150–151.

¹⁰ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, dz. cyt., s. 32.

¹¹ Tamże, s. 30–31.

¹² A. Kozieł, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt., s. 115.

¹³ Por. M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000.

¹⁴ Por. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt.

¹⁵ W. Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska...*, dz. cyt., s. 241–242.

Dla gatunków informacyjnych literatura wypracowała pewien zbiór cech. Pisarek określa je mianem „oficjalnego katalogu”¹⁶, w którym znalazły się przede wszystkim: aktualność, rozumiana jako „możliwie najszybszy przekaz po wydarzeniu, z uwzględnieniem jego ewentualnych skutków; wierność, czyli odwzorowanie rzeczywistości bez zniekształceń; ścisłość; obrazowość”¹⁷, a zarazem niezwykłość, niecodziennosc, inność, nawet dziwność; szybkość, jasność, obiektywność/ neutralność/ bezstronność, komunikatywność, dokładność, uczciwość, konsekwencja¹⁸. Do głównych prasowych gatunków informacyjnych zalicza się najczęściej: news/informację, wiadomość, wzmiankę, notatkę/notkę, zajawkę, sprawozdanie, wywiad, komunikat, życiorys, sprostowanie, korespondencję¹⁹, raport, relację, sprawozdanie z wydarzeń, sprawozdanie oparte na cytatach²⁰.

W przypadku form publicystycznych słowniki²¹ zwracają uwagę przede wszystkim na aktualność tematów podejmowanych w tekstach publicystycznych oraz na subiektywny sposób ich przedstawienia²². Na podobne cechy gatunków publicystycznych wskazują badacze, zauważając, że to, co je odróżnia od gatunków informacyjnych, to sposób wykorzystania informacji. Chyliński i Russ-Mohl uznają informację za

wspólny trzon różnych form publicystycznych²³, a Koziół podkreśla, że wypowiedzi publicystyczne w większym lub mniejszym stopniu opierają się na informacji²⁴. Teksty publicystyczne stanowić mogą np. rozszerzenie lub uzupełnienie informacji. Informacje są wykorzystywane w sposób manipulacyjny, głównie w celach prowokacyjnych²⁵. Jak zauważa Bauer, autorzy tekstów publicystycznych potrafią informacje ocenić i skomentować oraz przeprowadzić złożony wywód argumentacyjno-wnioskujący²⁶, a Jarosław Ściślak podkreśla, że mogą przyjąć publicystyczny punkt widzenia²⁷. Autorska perspektywa jawi się prawdopodobnie jako jeden z najważniejszych wyznaczników publicystyki. Bauer ponadto stwierdza, że eksponowanie nadawcy wynika z przedstawienia określonego światopoglądu i hierarchii wartości²⁸. Koziół z kolei zauważa, że z perspektywą autorską tekstu publicystycznego wiąże się kilka problemów²⁹. Z jednej strony to dobrze, aby nadawczy punkt widzenia był eksponowany, ale z drugiej – nie może być to punkt widzenia zbyt wyraźny, czyli zdecydowanie jednostronny. Według Bauera jednostronność, związana z obecnością skrajnego wartościowania, przesadnego moralizowania oraz posługiwanie się stereotypami i skrótami myślowymi, grozi ideologizacją tekstu³⁰. A wypowiedź prasowa,

¹⁶ Tamże, s. 115.

¹⁷ Tamże.

¹⁸ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, dz. cyt., s. 52–56.

¹⁹ A. Koziół, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt., s. 115–116.

²⁰ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, dz. cyt., s. 61–62. Klasyfikacji gatunków informacyjnych jest oczywiście wiele, a różnym typologiom towarzyszą kontrowersje związane z włączaniem poszczególnych wypowiedzi do określonych zbiorów tekstów prasowych.

²¹ *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, dz. cyt., t. 2., s. 1074; *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, dz. cyt., t. 7, s. 706.

²² Tamże.

²³ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, dz. cyt., s. 73–74.

²⁴ A. Koziół, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt., s. 110–111.

²⁵ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, dz. cyt., s. 73–74.

²⁶ Tamże, s. 73–74.

²⁷ J. Ściślak, *Jak zostać dziennikarzem*, Wrocław 2007, s. 107.

²⁸ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 157–158.

²⁹ A. Koziół, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt., s. 119.

³⁰ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 162–164.

nawet publicystyczna, jak pisze Koziół, powinna mieć charakter dialogowy³¹ albo wyróżniać się, jak utrzymuje Ściślak, „debatowym charakterem rozpisany na kilka głosów”³². Autorskość publicystyki nie oznacza skrajnego subiektywizowania czy jednostronnego i ideologicznego zaangażowania autora w opisywany problem. Autorski wywód to prezentowanie punktu widzenia w opozycji do innych³³. Według Bauera tekst ma sprzyjać kształtowaniu opinii publicznej, nie zaś ją kreować przez narzucanie jednej tylko perspektywy³⁴. Wobec tego badacz postuluje sposób realizacji tematu w tekstach publicystycznych. Najwłaściwsza wydaje się mu wypadkowa kilku ujęć, tj. prezentującego, interpretacyjnego, polemicznego, apelatywnego³⁵. Do ujęć tych Koziół dodaje: afirmujące oraz krytyczne³⁶.

Wielu badaczy proponuje różne typologie gatunków publicystycznych. Koziół za główne formy publicystyczne uważa: artykuł wstępny, komentarz, artykuł redakcyjny, artykuł dyskusyjny, artykuł polemiczny, artykuł okolicznościowy, felieton, esej, gawędę, recenzję, reportaż³⁷. Pisarek publicystyczne gatunki i reportaż traktuje jako opozycyjne wobec informacji³⁸. Podobnie sądzi Bauer, który wyróżnia następnie wiele form reportażu oraz podrodzaje komentarza jako gatunki publicystyczne opozycyjne wobec informacji. Należą tu: komentarz redakcyjny/ artykuł wstępny, stała rubryka, krytyka/ recenzja, komentarz satyryczny/ glosa, komentarz lokalny, karykatura, wywiad oraz

formy pośrednie, na które składają się: sylwetka, wspomnienie pośmiertne³⁹. W opracowaniu Wolnego-Zmorzyńskiego, Kaliszewskiego i Furmana do gatunków publicystycznych są zaliczone: artykuł, artykuł wstępny, reportaż problemowy/ publicystyczny, komentarz i recenzja⁴⁰.

Niezależnie od przyjmowanych klasyfikacji genologia prasoznawcza zmierza jednak w kierunku unifikacji gatunków, co jest skutkiem szerszych zjawisk, takich jak konwergencja mediów. Szczególnie cenna okazuje się teoria gatunków prasowych Wojtak. Badaczka w omówieniu oraz w analizie gatunków prasowych nie pokazuje różnic między informacyjnymi i publicystycznymi wypowiedziami, albo inaczej: nie ma na celu uwydatnienia tychże różnic. Gatunki łączy na podstawie podobieństw, a za podobne uważa te, które są w jakiś sposób spokrewnione, np. w podobny sposób ukazują rzeczywistość, przyświeca im podobna intencja, mają ten sam styl itd. Wojtak w swych rozważaniach skłania się do myślenia o gatunkach prasowych w kategorii kontinuum. Uważa więc, że nie ma potrzeby wyodrębniania informacyjności jako takiej i opozycyjnej jej publicystyczności⁴¹. Badaczka w klasyfikacji form prasowych posługuje się czteroskładnikową analizą gatunku (strukturalną, poznawczą, pragmatyczną oraz stylistyczną). W wyznacznikach strukturalnych dostrzega sygnały gatunkowe danej wypo-

³¹ A. Koziół, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt., s. 119.

³² J. Ściślak, *Jak zostać dziennikarzem*, dz. cyt., s. 107.

³³ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 164.

³⁴ Tamże, s. 157.

³⁵ Tamże, s. 164.

³⁶ A. Koziół, *Gatunki dziennikarskie – rodowód...*, dz. cyt., s. 119.

³⁷ Tamże, s. 119–123.

³⁸ W. Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska...*, dz. cyt., s. 243. Trzeba zaznaczyć, że Pisarek w swojej pracy nie odnosi się do publicystyki współczesnej w ścisłym sensie.

³⁹ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 74–83.

⁴⁰ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 85–97.

⁴¹ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, dz. cyt., s. 30–37.

wiedzi prasowej, które pozwalają jedynie wstępnie zakwalifikować taką wypowiedź do określonego gatunku. Uważa mianowicie, że podziały typologiczne gatunków przeprowadzane są, po pierwsze, przez odniesienie ich do określonych wzorców gatunkowych i przez schematyzację opisu gatunków, a po drugie, z uwzględnieniem dotychczasowych badań i z poszanowaniem autorytetu tradycji badawczej, która dzieli wypowiedzi prasowe na informacyjne i publicystyczne⁴². Niewątpliwie jednak Wojtak podkreśla istnienie pewnych wzorców gatunkowych o charakterze normatywno-uzualnym na tyle pozwalające się modelować i modyfikować, że granica między poszczególnymi polami gatunkowymi ulega zatarciu⁴³.

Publicystyka, obok informacji, to jedna z podstawowych gałęzi dziennikarstwa prasowego, którą należy rozumieć synkretycznie, przy czym różnice między informacją a publicystyką są coraz trudniej wyróżnialne. Coraz częściej zauważa się podobieństwa, a nie różnice, między określonymi gatunkami prasowymi, jak i między poszczególnymi rodzajami prasowymi, a nawet różnymi rodzajami i gatunkami medialnymi. Obecnie przyjmuje się, że publicystyka w różnych warunkach może podlegać modyfikacjom. Właśnie w takim duchu odbierane są współczesne gatunki prasowe⁴⁴.

Artykuł publicystyczny w redakcyjnej rzeczywistości

W kontekście powyższych rozważań pojawia się pytanie dotyczące sposobu rozumienia przez dziennikarzy artykułu publicystycznego oraz szerzej – postrzegania przez nich publicystyki. Czy możemy odnaleźć cechy wspólne założeń

teoretycznych genologii prasowej i genologicznej świadomości publicystów?

Dziennikarzom praktykom, autorom artykułów publicystycznych zadałem pytania otwarte dotyczące istoty artykułu publicystycznego, kontekstu instytucjonalnego oraz osobistych przekonań co do misji dziennikarza publicysty. Odpowiedzi pozwoliły zwerbalizować poglądy dotyczące konceptualizacji gatunku artykułu publicystycznego, opisać jego cechy oraz zasady pisania tekstów dziennikarskich, przyjmowanych w określonych redakcjach.

Przesłane pytania brzmiały następująco:

1. Jak Pan/Pani rozumie pojęcie 'artykuł publicystyczny'?
2. Jakie wymieniłby/aby Pan/Pani podstawowe cechy takiego artykułu?
3. Czy w redakcji przyjmują Państwo konkretne kryteria pisania artykułów publicystycznych, np. jakieś schematy?
4. Co dla Pana/Pani jest najważniejsze w pracy dziennikarza prasowego, dziennikarza publicysty?

Tak sformułowane pytania trafiły na oficjalne e-maile redakcji tygodników „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska” oraz „Uważam Rze”, a także na indywidualne adresy e-mailowe dziennikarzy tych gazet. Skrzynki redakcyjne w tygodnikach są obsługiwane przez dziennikarzy dyżurujących danego dnia. Na 32 wysłane wiadomości uzyskałem 18 odpowiedzi – 16 od dziennikarzy i 2 przesłane z adresów e-mailowych redakcji. Odpowiedzi redakcyjne były wiadomościami wygenerowanymi automatycznie przez system obsługujący skrzynki elektroniczne i zawierały informacje o chwilowym braku możliwości skontaktowania się z redakcją. Spośród 16 wiadomości dziennikarskich

⁴² Tamże.

⁴³ Tamże, s. 30–37.

⁴⁴ Por. m.in. Z. Bauer, W. Chudziński, *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, Kraków 2008; *Gatunki internetowe w prasie – przykłady konwergencji medialnej* [w:] *Współczesne media – język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2013; *Konwergencja mediów i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, t. 1, red. M. Wielopolska-Szymura, Z. Oniszczuk, Katowice 2012.

aż 13 zawierało odmowy uzasadnione brakiem czasu na wypowiedź, obietnice (niestety niespełnione) udzielenia odpowiedzi w najbliższych dniach, ekspresywne informacje o trudnościach w przekazaniu precyzyjnych przemyśleń itp. Dla przykładu przytoczę kilka takich stwierdzeń: „Przepraszam, ale nie dam rady”; „Przepraszam, ale aktualnie nie mam czasu, skontaktuję się z Panem w najbliższych dniach”; „Niestety nie mam czasu”; „Przepraszam, nie jestem w tej chwili w stanie odpowiedzieć Panu na te pytania”; „Nie odpowiem na pytania, bo nie piszę od dawna tekstów publicystycznych”; „Jestem zarobiony po uszy i nie dam rady napisać nic na ten temat”; „Na wiele pytań trudno byłoby mi udzielić odpowiedzi”; „Nie potrafię precyzyjnie odpowiedzieć na te pytania”; „Nie zastanawiam się nigdy nad tym, co publicystyczne, a co nie, więc nie odpowiem na Pańskie pytania”.

Dziennikarze albo nie mają czasu, albo nie są w stanie, nie potrafią odpowiedzieć na pytania dotyczące publicystyki, choć są autorami tekstów tego rodzaju. Rodzi się zatem pytanie – dlaczego dziennikarze nie potrafią określić tego, co publicystyczne, dlaczego to sprawia im kłopot? Te informacje pojawiły się w dwóch odpowiedziach. Jeden z dziennikarzy napisał, że nie zajmuje się już publicystyką, drugi natomiast, że nie zastanawia się nad tym, jakie teksty do publicystki zaliczyć. Widać, że dziennikarzom trudno przejść od praktyki do teorii.

Na sformułowane przeze mnie pytania odpowiedzi udzieliło jedynie 3 dziennikarzy. Odpowiadali oni na wszystkie pytania lub na niektóre z nich, odnosząc się także do innych kwestii związanych z pracą dziennikarza, m.in.

do własnych doświadczeń dziennikarskich czy specyfiki pracy w określonych redakcjach. Z ich komentarzy daje się wyłuskać opinie o tym, w jaki sposób postrzegają publicystykę, jak rozumieją artykuł publicystyczny, jakie cechy i funkcje mu przypisują.

W nielicznej grupie respondentów znalazła się Renata Kim⁴⁵, która w swych odpowiedziach artykuł publicystyczny zdefiniowała jako „autorską opinię dziennikarza na jakiś pałący temat polityczny, społeczny czy gospodarczy”, wyrażający „osobistą opinię autora na dany temat”. Ponadto, jak dodaje dziennikarka, artykuł „ocenia jakieś wydarzenie, przewiduje jego skutki, polemizuje z czyjąś wypowiedzią albo tłumaczy jej sens”. Wyróżnia ona również specyficzny ton artykułów, który może być prowokacyjny po to, by „wywołać dalszą debatę”⁴⁶. Kim dostrzega w artykule elementy opinii, komentarza, oceny, polemiki, objaśnienia, odnoszące się do ważnego tematu, które zarazem wywołują kolejne komentarze, oceny, polemiki itd. Dziennikarka podkreśla autorskość artykułu, stąd za jego dominującą cechą uznaje subiektywizm, bez wpływu i nacisków w jego warstwie poznawczej: „Nie słyszałam o żadnych wytycznych. Nie wydaje mi się, by odgórnie dyktowano dziennikarzom, co mają myśleć i pisać”. W jej opinii autor artykułów powinien posiadać dużą wiedzę i odpowiednie umiejętności – syntetyzowania, prognozowania, prowokowania, ponieważ tylko wtedy tekst staje się dobry. Sama takie teksty ceni i czytuje: „Bardzo cenię publicystykę Janiny Paradowskiej. Pokazuje, że autorka ma ogromną wiedzę na tematy polityczne, potrafi ją syntetyzować i przewidzieć, co się w polskiej polityce wydarzy”. Kim pisze dalej, że docenia

⁴⁵ Renata Kim, publicystka „Newsweek Polska”. Wcześniej pracowała w tygodnikach „Wprost”, „Przekrój”, a także w „Dzienniku”. Swoją karierę dziennikarską zaczynała w radiu: m.in. RMF FM, Programie 3 Polskiego Radia i Sekcji Polskiej BBC, <http://autorzy.newsweek.pl/renata-kim,103954,1,1.html> [dostęp: 24.01.2015].

⁴⁶ Cytaty pochodzą z korespondencji elektronicznej z Renatą Kim [wszystkie przytoczone tu i dalej wypowiedzi są cytowane w celach naukowych za zgodą respondentów; wywiady z dziennikarzami były przeprowadzone w 2014 r.].

również teksty „pełne pasji, przewrotne [takie, które] stawiają ryzykowne tezy, czy jątrzą. I powodują dyskusje, a o to chodzi w publicystyce”. Obok subiektywizmu to właśnie prowokacyjny ton dziennikarka uważa za ważną cechę artykułu publicystycznego. Te dwa elementy można ująć jako autorską pasję publicystyczną.

Kolejny dziennikarz tygodnika, Marek Rybarczyk⁴⁷, podstawową cechę artykułu jako gatunku wiąże z pasją samego autora. Pisze, że „ma być ciekawie, rzetelnie, dynamicznie, zaskakująco”, a zatem oprócz funkcji pragmatycznej, zachęcającej czytelnika do przeczytania tekstu, pojawia się i funkcja informacyjna – komunikat nie powinien być nudny, ale musi być fachowy. Rybarczyk własnych tekstów nie nazwałby artykułami publicystycznymi. Zresztą, jak zaznacza, trudno mu określić charakter swoich wypowiedzi. Dostrzega też pewną niedogodność w nazywaniu poszczególnych gatunków: „Nie piszę tekstów publicystycznych często, może z elementami publicystycznymi, ale to słowo wytrych [...]”. Piszę, nie zastanawiając się, czy to publicystyka czy nie”⁴⁸.

Dalszym głosem zabranym w tej kwestii jest wypowiedź Michała Kacewicza⁴⁹, który podkreśla niejednoznaczność rozumienia terminu „publicystyka”. Dziennikarz uważa, że różne formy publicystyczne wzajemnie się przenikają, przez co nie sposób wyodrębnić ich jednoznaczne cechy – w tekstach publicystycznych nazbyt zaznaczany jest autorski punkt widzenia. Różne formy publicystyczne, jego

zdaniem, są nachalnymi opiniami i emocjonalnymi komentarzami autorów, podczas gdy powinny opisywać rzeczywistość, prezentować i konfrontować ze sobą opinie i komentarze bohaterów społecznych, a także analizować zdarzenia, sytuacje, problemy oraz oceny i komentarze na ich temat. Kacewicz, w efekcie, widzi w publicystyce i jej formach raczej „rodzaj osoby piszącej”, aniżeli sposób pisarstwa czy rodzaj prasowy; różne natomiast teksty publicystyczne, w tym także artykuł publicystyczny, opisuje jako jedną z „form wyrażania opinii”. Według dziennikarza na sprowadzenie form publicystycznych do opinii i komentarza ma wpływ rozwój dziennikarstwa internetowego i upolitycznienie polskiego dyskursu publicystycznego. Kacewicz zauważa, że dziennikarze głównie komentują i opiniują, ponieważ narzucają to reguły mediów elektronicznych, w których prym wiodą komentarze i opinie. Stwierdza ponadto, że publicyści opowiadają się po jednej ze stron konfliktu ideowego i ideologicznego, spolaryzowanego według opozycji „Prawo i Sprawiedliwość” (i koalicjanci) oraz reszta. Te dwa czynniki – z jednej strony polityzacja wypowiedzi publicystycznych i upolitycznianie się samych dziennikarzy, z drugiej – przenikanie dziennikarstwa prasowego do mediów elektronicznych – prowadzą, w opinii Kacewicza, do zubożenia warsztatu dziennikarskiego, obniżenia jakości merytorycznej i estetycznej tekstów prasowych oraz marginalizowania tematów rzeczywiście ważnych, ciekawych i odkrywczych:

⁴⁷ Marek Rybarczyk – reporter, korespondent, dziennikarz radiowy i publicysta tygodników. Dziennikarz i publicysta „Newsweek Polska” od 2006 roku. Przez trzy lata pełnił funkcję zastępcy szefa działu Świat. Autor wielu publikacji na temat Wielkiej Brytanii i Irlandii, ale także wielu innych krajów europejskich: Włoch, Hiszpanii, Francji. W przeszłości dziennikarz „Przekroju”. Autor komentarzy dla TVN24, TOK FM i radiowej Trójki. Publicysta miesięcznika „Newsweek Historia”, <http://autorzy.newsweek.pl/sylwetki/marek-rybarczyk,106692,1,1> [dostęp: 24.01.2015].

⁴⁸ Cytaty pochodzą z korespondencji elektronicznej z Markiem Rybarczykiem.

⁴⁹ Dziennikarz „Newsweek Polska”, twórca tekstów internetowej wersji tego tygodnika. Publicysta działu zagranicznego. Zajmuje się obszarem byłego ZSRR, Bliskim Wschodem, Bałkanami, a przede wszystkim Rosją i Ukrainą.

Chciałbym tylko zaznaczyć, że nie uważam się za publicystę. Tzn. wiem, że są różne definicje tego słowa, ale pod ujęciem najpowszechniej rozumianym i używanym w Polsce, ja akurat się nie podpisuję. Rzecz w tym, że publicysta to zbyt często rodzaj osoby piszącej na każdy temat, wyrażającej poglądy, a nie opisującej rzeczywistość, doszukującej się informacji, tudzież opinii innych, lub opisów świata. Ja wolę pozostać po prostu dziennikarzem. [...] Oczywiście jest tak, że tzw. publicystykę od czasu do czasu uprawiam. Jest to związane głównie z rozwojem internetowej edycji „Newsweeka”, gdzie tzw. opinie są niestety powszechną formą. Niestety nie dotyczy tylko newsweek.pl, lecz całości mediów internetowych, które powoli przybierają postać bazaru. Czyli ludzie zagląдают do netu głównie po to, by wyrażać opinie i ulegać emocjom, a nie zdobywać wiedzę, poszukiwać analizy itd. [...] Pewne zaangażowanie emocjonalne z pewnością jest cechą publicystyki. Natomiast dużą wadą współczesnej polskiej publicystyki jest jej spora, nazwałbym to, „zaściankowość”, czyli umiejscowienie większości poglądów i opinii wokół jednoznacznego konfliktu politycznego i światopoglądowego. W dużym skrócie chodzi o podział konserwatyści–liberałowie, zwolennicy państwa narodowego–zwolennicy wartości uniwersalnych. W jeszcze większym skrócie PiS–reszta. I ten podział dobija polską publicystykę, w dowolnym temacie oscyluje ona wokół owych podziałów. Które tak naprawdę są wątkiem pobocznym procesów światowych i świadczą o mocno ograniczonym podejściu obu stron owego polskiego podziału. W polskiej publicystyce brakuje świeżych tematów odchodzących od kanonicznego polskiego podziału. Dla mnie, jako dziennikarza zainteresowanego światem i procesami w nim zachodzącymi, polska publicystyka jest po prostu do bólu nudna⁵⁰.

Kacewicz współczesną polską publicystykę ocenia negatywnie, nie wyróżnia poszczególnych gatunków, raczej stara się szukać podobieństwa między różnymi formami publicystycznymi. Nie tylko funkcje, wartości i cechy publicystyki ocenia negatywnie, ale także jej poziom przygotowania oraz wpływające na współczesną publicystykę zjawiska społeczne i polityczne. W rezultacie odżegnuje się od określania siebie publicystą, woli być nazywany dziennikarzem, a pisane teksty nazywa informacyjno-analitycznymi lub po prostu tekstami reporterskimi.

Według Kacewicza dostrzegalna jest ponadto schematyczność publikowanych przez redakcję tekstów. Pisze on, że poznawczy i merytoryczny aspekt wypowiedzi opiera się na wspomnianej już opozycji polityczno-społecznej (PiS–reszta). Według dziennikarza selekcję tekstów, zgodnie z ich linią ideową, zapewnia dobór odpowiednich autorów. Dzięki temu, że Kacewicz w „Newsweeku” jest obecny od 2001 r., tzn. od momentu jego utworzenia (współpracował z pięcioma redaktorami naczelnymi), zyskał tym samym szansę obserwowania codzienności w redakcji wraz z zachodzącymi w niej przemianami. Dziennikarz też przypomniał, że na początku sposób pisania artykułów odznaczał się pewnymi regułami, ponieważ wynikało to z nadzoru Amerykanów, pilnujących zasad licencji. Można nawet wyodrębnić wzorzec ówczesnych tekstów:

Tekst składał się z tzw. obrazka (wstępu w postaci barwnej historyjki, czasem dotyczącej konkretnego bohatera), potem był tzw. billboard, czyli krótko, w pigułce teza artykułu plus zahaczenie w czasie (czyli dlaczego akurat teraz o tym piszemy, jakieś wydarzenie itp.), potem tekst właściwy i puenta⁵¹.

⁵⁰ Definicja pochodzi z elektronicznej korespondencji z dziennikarzem.

⁵¹ Z korespondencji elektronicznej z Michałem Kacewiczem.

Jak zaznacza, ten schemat, z niewielkimi rebusami, obowiązywał przez dość długi czas, a wyraźna zmiana nastąpiła w czasie objęcia stanowiska redaktora naczelnego przez Tomasa Lisa. Przekształceniu uległ wtedy model budowy artykułów:

Teraz teksty budujemy z pewnych segmentów. Na początku jest rodzaj wjazdu, ciekawej historyjki, potem są oddzielane śródtytułami akapity. Ponieważ wiele tekstów ma charakter tzw. „sylwetki” jakiejś postaci, są to akapity często układające się w chronologiczny sens związany z biografią postaci, a przy okazji próbujemy opowiedzieć o jakimś zjawisku związanym z ową postacią⁵².

Rzeczywiście, czytając tygodnik, taki układ jest łatwo dostrzegalny. Charakter wymienionego przez dziennikarza „wjazdu” ma lid albo pierwszy segment (akapit), którego głównym celem jest wprowadzenie, streszczenie, przedstawienie bohatera itd. w szczególny sposób zachęcające czytelnika do dalszej lektury tekstu. Kolejne segmenty (akapity) pozostają w relacji przyczynowo-skutkowej i oddzielone są śródtytułami.

Według Kacewicza, jeśli nawet istnieje jakiś schemat, to może być on wypełniony w dowolny sposób; najczęściej schemat jest strukturalną konstrukcją, opiera się na wymaganiach formalnych, nie ma reguł dotyczących aspektu poznawczego czy stylistycznego, o ile nie weźmie się pod uwagę profilu gazety. Dziennikarze praktycy nie opisują w sposób szczegółowy artykułu publicystycznego, wpisując jego cechy w szeroko rozumianą publicystyczność, charakteryzującą wszystkie formy publicystyczne.

Pewnego rodzaju głosem dotyczącym świadomości genologicznej dziennikarzy praktyków jest opracowanie *Jak chleb z ekstraktem. O publicystyce w prasie* przygotowane przez Jerzego Baczyńskiego oraz Mariusza Janickiego. Autorzy nie stali się co prawda respondentami mojej ankiety, ale w ich tekstach często można znaleźć odpowiedzi na sformułowane przeze mnie pytania ankietowe.

Publicystyka, według Baczyńskiego i Janickiego, to „obok dziennikarstwa śledczego – tego prawdziwego, polegającego na pracy własnej autora – najbardziej dziś prestiżowy gatunek prasowy, [...] prawdziwa witryna gazety, dokąd kieruje się najlepsze pióra (taka przynajmniej jest zasada). To ekstrakt rzeczywistości – coś znacznie więcej niż wynika z sumy faktów”⁵³. Pisząc dalej, wskazują, że publicystyka „tym się różni od innych form dziennikarskich, iż zajmuje się nie pojedynczymi zdarzeniami, ale problemami. Opisuje rzeczywistość przez pryzmat poglądów autora. Istotą publicystyki jest wyrażenie własnej opinii wprost albo tak sugestywne przedstawienie rozumowania, że opinia pojawia się jako jego niebudzący wątpliwości wniosek”⁵⁴. Medialny (prasowy) obraz świata staje się więc po części autorskim (dziennikarskim) obrazem świata. Obaj dziennikarze wyraźnie pozytywnie wartościują publicystykę wobec innych gatunków prasowych, również zwracając uwagę na takie jej cechy, jak subiektywizm i autorskość wywodu, spójność wypowiedzi, ważność tematyki i oceniająco-komentatorski ton.

Janicki i Baczyński wymieniają również gatunki publicystyczne nazywane przez nich formami, zaliczając tu: artykuł, felieton, komentarz, wywiad i reportaż publicystyczny. Artykuł przy

⁵² Tamże.

⁵³ J. Baczyński, M. Janicki, *Jak chleb z ekstraktem. O publicystyce w prasie* [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Kraków 2010, s. 599.

⁵⁴ Tamże, s. 599.

tym uważają właśnie za najbardziej reprezentatywną i klasyczną formę dziennikarstwa prasowego publicystycznego, formę typowo publicystyczną i najczęściej pojawiającą się w praktyce prasowej. Jednocześnie stwierdzają, że bardzo często dziennikarze nie zdają sobie sprawy z tego, że piszą właśnie artykuły publicystyczne. Ten cały wywód ma raczej charakter poradnikowy i zawiera wskazówki dotyczące napisania dobrego artykułu. Warto zauważyć, że opisana przez Janickiego i Baczyńskiego struktura jest właściwie powtórzeniem sformułowanych ustaleń teoretycznych. Na tę strukturę składać się mają: tytuł, lid (zajawka) i pierwsza myśl, wieloakapitowa część główna oraz puenta⁵⁵.

Postulowane przez Janickiego i Baczyńskiego teoretyczne opisanie redakcyjnych doświadczeń jest w rzeczywistości pozbawione pogłębionej refleksji dokonanej z perspektywy dziennikarzy praktyków. Autorzy w niewielkim bowiem stopniu odwołują się do swoich doświadczeń. Wykorzystują natomiast w opracowaniu znane już ścieżki interpretacyjne, ukazując je jedynie w sposób bardziej przystępny, zmierzając właściwie w kierunku akademickiego dydaktyzmu.

Wnioski

Dziennikarze praktycy nie definiują precyzyjnie artykułu publicystycznego. Prawdopodobnie wynika to z trudności ujęcia publicystyki jako takiej. W związku z tym nie tyle koncentrują się na podziale gatunkowym publicystyki, czy też są świadomi cech artykułu publicystycznego, ile starają się opisywać publicystykę całościowo. Szukają podobieństw między różnymi formami publicystycznymi, wskazując przede wszystkim na subiektywizm widoczny w autorskich opiniach i komentarzach, obrazowość i barwność opisywanych wydarzeń, rzetelność w formułowaniu i przekazywaniu faktów.

Uważam jednak, że praktycy starają się osadzić publicystykę prasową w szerszym kontekście. Skoro mówią o tym, że mają przede wszystkim opisywać, analizować i komentować rzeczywistość, to ta rzeczywistość (dobrze im znana) kształtuje ich poglądy, które wyrażane są potem w postaci wypowiedzi publicystycznych. Myślę więc, że z rozważań dziennikarzy, którzy są przecież twórcami publicystycznego (medialnego) obrazu świata, można wydobyć istotę relacji między rzeczywistością społeczną, publicystycznym obrazem tej rzeczywistości, a dziennikarzami, którzy są konceptualizatorami tej rzeczywistości. Rzeczywistość wpływa na dziennikarzy i na charakter samej publicystyki. To, co w znacznym stopniu oddziałuje na rzeczywistość, oddziałuje także i na publicystyczny obraz świata. Powraca w tym miejscu jedna z podstawowych cech artykułu publicystycznego i publicystyki w ogóle, tzn. doniosłość tematu podejmowanego przez autora, a więc opisanie, poddanie analizie, skomentowanie i ocenienie warte są przede wszystkim tematy ważne, czyli tematy publicystyczne.

Zdecydowane, czasami kontrowersyjne, postawy i opinie dziennikarzy uważane są za cenne, a te neutralne – za nudne, zarówno w warstwie konstrukcyjnej tekstu, jak i w aspekcie poznawczym. Można przypuszczać, że praktycy realizują gatunki prasowe raczej intuicyjnie. Nie jest dla nich ważna teoria, ale to czy tekst jest dobry, ciekawy, czy opisuje istotne sprawy itd. Owszem, posługują się jakimś, ogólnie przyjętym, schematem konstrukcyjnym, liczy się jednak nade wszystko sposób i rodzaj jego wypełnienia. Dziennikarz praktyk nie zapyta o to, jakiego typu to jest tekst, jak jest zbudowany, co go cechuje, lecz poszuka następujących odpowiedzi: na jaki temat jest dany materiał, czy jest to tekst dobry, a więc rzetelny, fachowy, wyczerpująco realizujący temat, oraz

⁵⁵ Tamże, s. 599–610.

zapyta o to, co komentuje i dlaczego komentuje w taki, a nie w inny sposób. W rzeczywistości redakcyjnej nie jest istotna wiedza genologiczna, a raczej intuicja genologiczna lub doświadczenie dziennikarskie w pisaniu tekstów publicystycznych. Zarówno pojęcie publicystyki, jak i pojęcie artykułu publicystycznego funkcjonują jedynie jako pewne ramy i schematy konstrukcyjne, które następnie wypełniane są przez treść podczas procesu pisania artykułów.

To, co jest wspólne w teoretycznym i praktycznym ujęciu publicystyki, to widzenie w niej pewnego rodzaju przewodnika po świecie. Tę metaforę ukuł Bauer⁵⁶ i tą drogą poszli inni badacze. Podobnie publicystykę oceniają także praktycy. Chcą widzieć w niej Bauerowski „przewodnik po świecie”, „tu i teraz”. Publicystyka odpowiada mianowicie na aktualne, terażniejsze zapotrzebowania odbiorcy. Ten wycinek rzeczywistości jest jednak osadzo-

ny w jakimś szerszym kontekście, bo owo „tu i teraz” łączy się z „wczoraj” i znajduje konsekwencje w „jutro”. Publicystyka porusza głównie tematy ważne z punktu widzenia współczesnego odbiorcy/czytelnika. Rdzeniem wycinka rzeczywistości jest jakiś fakt, który zostaje wyjaśniony i zinterpretowany przez nadawcę/autora w swoisty dla niego sposób, odpowiadający jego wizji świata, ale jednocześnie tak, aby pobudzić odbiorcę do refleksyjnej oceny takiego przedstawienia faktów. Wypowiedziom publicystycznym można nadać różną formę, należąca do gatunku prasowego/publicystycznego. Dany gatunek jest jedynie odmienną próbą diagnozy jakiegoś zjawiska, zagadnienia związanego z określonym wycinkiem rzeczywistości. W takich kategoriach widziany jest również artykuł publicystyczny. To jeden ze sposobów widzenia rzeczywistości, narzędzie jej opisu i interpretacji.

⁵⁶ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, dz. cyt., s. 73.