

Joanna Sosnowska, Katolicki Uniwersytet Lubelski

Dziennikarz – specjalista. Zasady pracy dziennikarza religijnego

Journalist – specialist. The principles of religious journalist's work

STRESZCZENIE:

WSPÓLCZESNE DZIENNIKARSTWO RELIGIJNE MUSI DOSKONAŁE DOPASOWYWAĆ SIĘ DO RYNKU MEDIALNEGO. DZIENNIKARZ RELIGIJNY MA BYĆ NIE TYLKO SPECJALISTĄ W SWOJEJ DZIEDZINIE, ALE POSIADAĆ PROFESJONALNY WARSZTAT ZAWODOWY. IDEALEM BYŁOBY POŁĄCZENIE W JEDNEJ OSOBE PRAGNIEŃ ODBIORCÓW I WYMAGAŃ, JAKIE STAWIAJĄ SAME MEDIA. ARTYKUŁ NIE JEST SPOJRZENIEM NA PRACĘ DZIENNIKARZA RELIGIJNEGO W UJĘCIU DOKUMENTÓW KOŚCIOŁA KATOLICKIEGO. JEST GŁOSEM W DYSKUSJI O WARTOŚĆ ZAWODU DZIENNIKARZA SPECJALISTY W BARDZO TRUDNEJ PROFESJI, JAKĄ JEST PROBLEMATYKA RELIGIJNA.

SŁOWA KLUCZOWE:

DZIENNIKARSTWO, RELIGIA, SPECJALISTA, MEDIA

ABSTRACT:

THE CONTEMPORARY RELIGIOUS JOURNALISM MUST VERY WELL ADAPT TO THE MEDIA MARKET. THE RELIGIOUS JOURNALIST IS SUPPOSED TO SPECIALIZE NOT ONLY IN HIS FIELD, BUT TO HAVE A PROFESSIONAL WORKSHOP. IT WAS AN IDEAL SO THAT CONNECTED DESIRES FOR RECIPIENTS AND REQUIREMENTS VERY MEDIA ARE PUTTING WHICH IN ONE PERSON. THE ARTICLE ISN'T A LOOK AT THE WORK OF THE RELIGIOUS JOURNALIST IN INCLUDING DOCUMENTS OF THE ROMAN CATHOLIC CHURCH. HE IS A VOICE IN DISCUSSION FOR THE VALUE OF THE PROFESSION OF THE JOURNALIST FOR THE SPECIALIST IN THE VERY DIFFICULT PROFESSION THE RELIGIOUS ISSUES ARE WHICH.

KEYWORDS:

JOURNALISM, RELIGION, SPECIALIST, MEDIA

Artykuł nie jest spojrzeniem na pracę dziennikarza religijnego w ujęciu dokumentów Kościoła Katolickiego. Podejmuje on problem spojrzenia na profesjonalne wykonywanie zawodu we współczesnej sytuacji rozwoju i znaczenia mediów. Poniższe zagadnienia są jedynie głosem w dyskusji o przyszłość zawodu i coraz większej specjalizacji w profesji dziennikarskiej. Czy bycie dziennikarzem religijnym – specjalistą to współcześnie atut, czy raczej piętno „parafialnego żurnalisty”?

Współczesny dziennikarz czyli kto?

Od lat toczy się dyskusja na temat zawodu dziennikarza. Kim właściwie jest dziennikarz? Czy jest to zawód czy misja (powołanie)? Ważniejszy jest perfekcyjny warsztat, czy jednak postawa etyczna? Przewodniczący Papieskiej Rady do Spraw Środków Społecznego Przekazu J.P. Foley mówił wprost: „*Dzisiaj jest tyle różnych nacisków, chociażby ze strony komercji, opinii publicznej, ideologii. Dziennikarze muszą pozostać zawsze osobami autentycznymi, prawdziwymi, gotowymi ponieść nawet męczeńską śmierć dla prawdy. Uczyniło to wielu dziennikarzy w naszych czasach. Oczywiście, mam nadzieję, że takiej ceny nie będziemy musieli płacić. Niemniej jednak, gotowość do takiej obrony prawdy jest potrzebna*”¹. Z drugiej strony, współcześnie o zawodzie dziennikarza słyszymy: „*Zaangażowanie społeczne i silne przekonania oraz odwaga, a nawet gotowość pójścia do więzienia za swe publikacje, cechowały elitę dziennikarską. Na początku XXI wieku takie przymioty umysłu i charakteru nie są już ani konieczne, ani nawet cenione. Natomiast gwałtownie wzrosło zapotrzebowanie społeczne na atrakcyjnie podane i przyciągające uwagę informacje, zwane skrótowo inforozrywką... wymaga to sprawności formalnej, opanowania nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych*”². Wizerunek biegnącego z poświęceniem reportera dostarczającego obywatelom ważną informację odszedł już do lamusa. Obecny obraz dziennikarza niestety przywodzi jego negatywną ocenę jako manipulatora, przedstawiciela „czwartej władzy” lub nastawionego na popularność amatora. Dziennikarze nie tylko wykonują swój zawód, dostarczają informacji i komentują rzeczywistość. W oczywisty już dla wszystkich sposób tę rzeczywistość również kreują. Nie mniej widoczne jest tworzenie „gwiazdorskiego” wizerunku i pretendowanie do statusu celebryty. Nie wystarczy być dobrym, trzeba jeszcze być rozpoznawalnym. Spowodowane jest to nie tylko kopiowaniem zachodniego modelu dziennikarskiej profesji, ale także naturalnie wzrastającą od lat 90. konkurencyjnością mediów. Zarówno stacje telewizyjne, jak i tytuły gazet biją się o znane osobowości i rozpoznawalne twarze. Popularność niesie za sobą oglądalność, słuchalność czy po prostu sprzedaż gazety. Zarezerwowane dla gwiazd show-biznesu wielkie kontrakty płyn-

¹ *Dziennikarstwo-zawód i służba. Z abp. Johnem Patrickiem Foleyem, przewodniczącym Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu, o jubileuszu dziennikarzy i ich służbie człowiekowi rozmawia ks. Roman Kempny*, http://www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZS/foley_dziennikarstwo.html (dostęp 19.10.2012 r.).

² T. Sasińska-Klas, *Dziennikarstwo – zawód czy wyzwanie?* w: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2010, s. 470.

nie przeniosły się także na pole finansowania pracy dziennikarzy. Celebryci dziennikarskiego formatu generują zyski, ale niezwykle się cenią. Domeną ich profesji jest nie tylko co i jak mówią, ale jak wyglądają, co robią poza pracą, gdzie bywają i na ile są obecni medialnie³. Współczesne zainteresowanie zawodem dziennikarza wśród młodych ludzi nie wynika z „gotowości poniesienia męczeńskiej śmierci dla prawdy”, ale kariery podobnej do gwiazdy filmowej. Wśród takich przykładów łatwo wymienić Oprah Winfrey, która została przez tygodnik „Time” okrzyknięta jedną ze 100 najbardziej wpływowych ludzi XX wieku⁴, a według „Forbsa” pierwszą czarnoskórą miliarderką na świecie. Wśród polskich gwiazd zainteresowanie wzbudza Monika Olejnik czy Tomasz Lis wielokrotnie nagradzani w konkursach popularności i zawodowego profesjonalizmu⁵.

Mimo, iż prestiż zawodu dziennikarskiego jest współcześnie ciągle podważany, liczba kandydatów na studia medialne od lat utrzymuje się na wysokim poziomie. Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, które przyznaje kontrowersyjne nagrody „Hieny Roku”, w 2011 roku nagrodę przypisało właściwie całemu światu dziennikarskiemu: „Zamazanie się linii oddzielającej dziennikarstwo od polityki, brak otwarcia na człowieka, zwiększająca się liczba tematów tabu, niekompetencja, nieodróżnianie tematów poważnych od niepoważnych, życie sensacją, umożliwianie politykom dyskusji na najniższym poziomie, uleganie ustalonej przez nich agendzie podejmowanych tematów, nieodporność na manipulacje ze strony służb specjalnych, zgubienie hierarchii wartości – tak wyglądała w 2011 roku ciemna strona polskiego dziennikarstwa”⁶. Przypisanie cech hieny do dziennikarskiej profesji nie jest zresztą przypadkowe. Najlepiej ilustrują to wszelkie określenia odnoszące się do pracowników tabloidów, serwisów plotkarskich czy paparazzich.

Dziś często mówi się o dziennikarzach jako „*media workerach*”, dla których nie jest istotne, gdzie pracują, ale za ile. Z drugiej strony, wartość dziennikarskiego powołania ugruntowują nadal bardzo spektakularne pozytywnie postawy dziennikarzy, którzy nie odróżniają pracy dziennikarskiej od swojej postawy życiowej. W 2011 roku tytuł Dziennikarza Roku za „*profesjonalizm, promowanie światowych standardów pracy w mediach i przestrzeganie etycznych kanonów zawodu*”⁷ otrzymał Andrzej Poczybut – korespondent „Gazety Wyborczej” z Białorusi. O swojej pracy mówi: „*Będąc dziennika-*

³ Ciekawe spojrzenie na celebrytów znaleźć można m.in. A. Drożdżak, *Dobry, czyli zły*, „Press” 2008 nr 9, s. 64-65; E. Gietka, *Celebryci*, „Polityka” 2006 nr 37, s. 4-12; W. Godzic, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007; *Co robią polscy aktorzy i dziennikarze po godzinach? Jak celebryci spędzają wolne chwile?*, http://www.mowimyjak.pl/kultura/gwiazdy-i-plotki/co-robia-polscy-aktorzy-i-dziennikarze-po-godzinach,93_41249.html (dostęp 19.10.2012 r.).

⁴ Więcej informacji o dziennikarce na oficjalnej stronie: <http://www.oprah.com/index.html> (dostęp 12.01.2014 r.).

⁵ Informacje o nagrodach i wyróżnieniach dla dziennikarzy m.in. na stronach: <http://www.grandpress.press.pl/>, http://wayback.archive.org/web/*/http://kisiel.wprost.pl/, <http://www.dziennikarzerp.pl/> (dostęp 12.01.2014 r.).

⁶ *Hiena roku 2012* (z 15.12.2011 r.) www.sdp.pl/hiena-roku-2011 (dostęp 20.10.2012 r.).

⁷ *Nagroda dla Andrzeja Poczybuta*, <http://www.grandpress.press.pl/465,0,andrzej-poczobut-dziennikarzem-roku-2011.html> (dostęp 19.10.2012 r.).

rzem, przysparzam sobie wrogów, i to po obu stronach granicy. To normalne w pracy dziennikarza. Wielu się wydaje, że lepiej milczeć, żeby nie narobić sobie wrogów, nie narażać się. Ale szczęście jest wtedy, gdy ma się czyste sumienie. Mogę bez obrzydzenia patrzeć na swoją twarz w lustrze”⁸. Wielu korespondentów wojennych naraża życie, by przekazywać najważniejsze informacje o zbrojnych konfliktach, a dziennikarze śledczy na światło dzienne wyciągają oszustwa polityczne i ekonomiczne.

Dla wielu grup społecznych rozwój kulturalny jest uzależniony od profesjonalizmu i pasji dziennikarzy muzycznych, filmowych czy teatralnych, nie trywializując tu misji mediów publicznych („Teatr TV”, „TVP KULTURA”, „Kocham Kino”). Niestety sytuacja na rynku medialnym jest trudna i tworzy się współcześnie model dziennikarza żyjącego na walizkach redakcyjnych. *„Nie ma w dzisiejszych realiach bezpiecznej posady, gazety pozbywają się najwybitniejszych piór, telewizje rezygnują ze swoich gwiazd. Tą samą pocztą można dostać informację o zdobyciu prestiżowej nagrody oraz propozycję »nie do odrzucenia« obniżenia wynagrodzenia od własnego pracodawcy. Ale mało kto już wierzy w obietnice, że zmiana warunków pracy, to tylko wariant przeczekania na lepsze czasy. Lepiej już było”⁹.*

Zawód dziennikarza według Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich¹⁰

Obserwując z niekłamaniem zaangażowaniem sytuację mediów sami dziennikarze najczęściej podejmują dyskusję nad następującymi zagadnieniami:

- Dziennikarz powinien należeć do środowiskowego stowarzyszenia (obecnie tylko co siódmy dziennikarz należy do jakiegoś stowarzyszenia);
- Dziennikarz musi się „urodzić dziennikarzem”, powinien posiadać cechy wrodzone, które spowodują, iż dziennikarstwo nie będzie tylko zawodem, ale i powołaniem;
- *„Nawet, jeśli jesteś obecny od lat na rynku, myśl tak, jakbyś zaczynał od zera”¹¹* – radzi Buckenmeyer. Oznacza to umiejętność zmiany miejsca pracy, nastawienie na niestabilność zawodu. Dziennikarstwo zaliczane jest bowiem do „wolnych zawodów”;
- Współcześnie liczą się dziennikarze, którzy opanowali sztukę „cytowalności”. Polega to na takim tworzeniu tekstów, programów telewizyjnych czy radiowych, by znalazł się w nich cytat wart powielenia przez innych. *„Na tej bowiem podstawie układane są rankingi najbardziej „opiniotwórczych” tytułów. Nieważne, jakie to są słowa, mądre czy głupie, ważne by je cytowano. I koniecznie z podaniem źródła! Cytowalności zaś nie nabijają celne diagnozy, sensowne obserwacje, istotne pytania lecz*

⁸ Prosto w oczy. Rozmowa z Andrzejem Poczybutem, „Press” 2012 nr 1, s. 16.

⁹ P. Legutko, *Zaczynamy od zera*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 21.10.2012 r.).

¹⁰ Opracowanie na podstawie felietonów branżowych zamieszczonych przez członków SDP na oficjalnej stronie internetowej stowarzyszenia www.sdp.pl.

¹¹ P. Legutko, *Zaczynamy od zera*, dz. cyt.



Negatywna jest tabloidyzacja, która staje się powszechna i dotyka już prawie wszystkich mediów. Dziś niestety sucha, oparta tylko na faktach informacja nie przyciąga już widza. Najlepiej, kiedy jest nie tylko subiektywna, ale przede wszystkim, jeśli jest sensacyjna.

bon moty, prowokacje, a najczęściej ewidentna głupota. Laur medium opiniotwórczego zyskuje się dzięki osobliwościom, a nie osobowościom”¹²;

- Niepokojąca jest sytuacja, iż dziennikarz oprócz pracy w określonym medium (czyli w sferze zawodowej) musi istnieć medialnie w sferze prywatnej. Pokazywać się na galach, pisać bloga, udzielać się w „kolorowych” pismach;
- „*Przed wojną (chodzi o 20-lecie) w gazetach trzymano na etacie specjalnego redaktora do odsiadek. Miał to być niepiśmienny debil, byle się zgodził wędrować do więzienia po przegranej w sądzie przez gazetę*”¹³ – pisze Truszczyński. Nadal widoczna jest tendencja istnienia dziennikarzy, którzy piszą na zamówienie, bez sprzeciwu, na każdy zadany temat i z każdą sugerowaną tezą. Z czasem taki dziennikarz traci zupełnie poczucie wstydu i przyzwoitość;
- Ważne jest ciągle zadawanie sobie pytania: kim jest dziennikarz? Ponieważ zmienia się szybko rzeczywistość i „*ważne są gwarancje dla ludzi, którzy często zastępują »profesjonalistów« w ich robocie dziennikarskiej, wykrywając afery, odsłaniając kulisy nadużyć i defraudacje*”¹⁴. A są to dziennikarze obywatelscy, którzy powinni mieć takie same prawa w dostępie do informacji, jak dziennikarze działający na zlecenie redakcji; poziom dziennikarstwa obywatelskiego jest bardzo wysoko oceniany – szczególnie w zakresie merytorycznym;
- Dziennikarz mimo swojej wąskiej specjalizacji, powinien być szeroko wykształcony czyli posiadać podstawowe informacje na wiele spraw;
- Naganne jest schlebianie odbiorcom i zaspokajanie ich gustów, które przenosi się ze sfery rozrywki na publicystykę i – niestety – na informację;
- Negatywna jest tabloidyzacja, która staje się powszechna i dotyka już prawie wszystkich mediów. Dziś niestety sucha, oparta tylko na faktach informacja nie przyciąga już widza. Najlepiej, kiedy jest nie tylko subiektywna, ale przede wszystkim, jeśli jest sensacyjna. Dziennikarz współcześnie musi umieć być atrakcyjny, ale jednocześnie nie zamieniać każdej informacji w rozrywkę;

¹² Tenże, *Skrzydlate słowa*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 21.10.2012 r.).

¹³ S. Truszczyński, *Redaktor do specjalnych poruczeń: cyngiel*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 22.10.2012 r.).

¹⁴ M. Palczewski, *Kto jest dziennikarzem?*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 21.10.2012 r.).

- Czytelnicy, widzowie, chcą mieć podaną na tacy interpretację świata i do wiadomości przyjmują te informacje za prawdziwe, które są zgodne z ich punktem widzenia – dziennikarze muszą nauczyć odbiorcę samodzielnego myślenia. Negocjacja znaczeń jest jedną z podstaw demokracji i zawierania kompromisów społecznych – ważne jest by dziennikarze umieli pokazywać różne poglądy;
- Warto nie być dziennikarzem „jedynie słusznej” stacji czy gazety, a być elastycznym jeśli chodzi o miejsce pracy, natomiast być stałym w docieraniu do prawdy;
- Dziennikarz powinien być osobą zaufania publicznego. „*Kiedyś zdałem sobie z tego sprawę, kiedy zaczęli pojawiać się u mnie czytelnicy i powierzać mi swoje największe tajemnice*”¹⁵ – wspominał Jerzy Jachowicz. Swoją powinnością względem drugiego człowieka dziennikarstwo powinno zbliżać się do zawodu lekarza, adwokata czy księdza. Niestety, współcześnie dziennikarstwo stało się zawodem, o niskim stopniu zaufania publicznego;
- Współcześnie nie istnieje jednoznaczna ocena dziennikarza. Dla jednych ktoś jest wiarygodny lub nie, tylko ze względu na tytuł, w którym pracuje. Naznaczenie tytułowe jest bardzo wyraźne – jeden tytuł kontra drugi, jedna stacja przeciw innej;
- Widać niestety wyraźne naśladowanie, kopiowanie niedobrych wzorców dziennikarstwa przez młodych dziennikarzy – szczególnie telewizyjnych;
- Poziom dziennikarstwa maleje z roku na rok, tematyka jest nie tylko brukowa, ale również podawana w infantylny sposób;
- Nie interesują dziennikarzy rzeczy ważne i poważne. Bardzo mało mówi się w sposób naprawdę profesjonalny o innych krajach, zawód korespondenta zagranicznego jest dziś na niskim poziomie;
- Dziennikarze pozwalają na kreowanie negatywnych bohaterów w mediach: Chmielowska stawia pytanie: „*Czyżby media wymuszały chamstwo? Głupotę?*”¹⁶. Tylko wtedy można się do mediów dostać, można zaistnieć;
- Każdy dziennikarz powinien nakreślić nieprzekraczalną granicę kompromisu. „*Tą granicą jest marnowanie talentu i kłamstwo w złej wierze*”¹⁷ – uważa Krzysztof Kłopotowski. Powinno się walczyć o godność zawodu dziennikarskiego;
- „*Prawdziwe dziennikarstwo to miała być służba demokracji, kontrola władzy, edukacja obywatelska*”¹⁸. Media dziś nie stoją po stronie obywatela. Coraz trudniej dziennikarzowi pracować w imię odbiorcy a nie nadawcy;
- Współczesne dziennikarstwo można porównać do tworzenia powieści, gdzie rzeczywistość nie tyle jest opisywana, co kreowana. Dziennikarz powinien relacjonować wydarzenia. Opisywać rzeczywistość, a nie ją stwarzać czy zniekształ-

¹⁵ J. Jachowicz, *Jak przestałem być osobą zaufania publicznego*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 21.10.2012 r.).

¹⁶ J. Chmielowska, *Stand-upper i świński ryj*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 18.10.2012 r.).

¹⁷ K. Kłopotowski, *Godność w zawodzie*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 20.10.2012 r.).

¹⁸ T. Bochwic, *W interesie obywateli*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 21.10.2012 r.).

cać. Pokazać to, co widział i słyszał, powołując się na źródła. Docierać do prawdy i ją pokazywać. „*Od dawna wiadomo, że najbardziej wiarygodne są media lokalne. Po prostu każdy czytelnik, słuchacz czy widz może osobiście, gdy dołoży starań, sprawdzić co, gdzie, kiedy i dlaczego się wydarzyło. Wszak jednak nie wszędzie możemy być i dlatego potrzebni są dziennikarze. Mają dostarczać informacji, byśmy mogli podejmować świadomie decyzje*”¹⁹ – tłumaczy Chmielowska;

- Dziś dziennikarstwo jest tylko przystankiem w karierze. Poprzez popularność, którą zdobywa się w dziennikarstwie, szczególnie telewizyjnym, dziennikarz zawodowo wykonuje wiele ról, np. związanych z biznesem, czy show-biznesem. Często jest to też pierwszy krok do kariery politycznej²⁰;
- Współczesny dziennikarz wkracza w świat medialny, w którym musi stanąć po jednej ze stron walczących. Dziennikarze walczą sami ze sobą w kwestiach światopoglądowych i politycznych. Nie tylko muszą określony temat opisać i skomentować w stosunku do odbiorcy ale również w myśl konkurencyjnego tytułu czy stacji;
- Wyraźnie zaznacza się zanik profesji dziennikarza śledczego. Jest nie tylko coraz mniej poważnych, znaczących materiałów śledczych, ale także coraz mniej dziennikarzy decyduje się na tę trudną pracę²¹;
- Daje się wyraźnie zaobserwować stylistykę współczesnego dziennikarstwa i to nie tylko publicystycznego, które jest nasycone „językiem nienawiści”, ciągłym krytycyzmem, ale stale źle dziennikarze piszą o własnym kraju. „*Zazdroścę Szczygłowi, że tak pięknie potrafi pisać o Czechach. Laska nebeska od kiedy pamiętam zawsze wywoływała mój dobry nastrój, dziś wywołują go reportaże i felietony, które wyrastają ponad siermiężną publicystykę polityczną*”²² – pisze Marek Palczewski;
- Bardzo wyraźnie spada poziom kompetentnych dziennikarzy specjalistów. Dziennikarze nie tylko nie potrafią wielu zjawisk skomentować i wyjaśnić, ale nie wiedzą, kto mógłby być odpowiednim specjalistą w danej dziedzinie;
- Dziennikarstwo to służba obywatelom, odbiorcom, która ma na celu kontrolować instytucje państwowe, sądy, polityków, samorządy itd.;
- „*Manipulacje, półprawdy, fałszywe informacje, polityczne prowokacje, rozsiewanie demagogii – to tylko niektóre osiągnięcia dziennikarstwa w naszym kraju. Dziennikarstwa nowej jakości. Dziennikarstwa twórczego*”²³ – pisze Jerzy Jachowicz;
- Dziennikarze muszą nauczyć się zdobywać informacje i egzekwować otrzymanie wyczerpujących informacji od rozmówców, szczególnie tych, którzy są zobowiązani do jej udzielania. „*Politycy, a coraz częściej również dziennikarze,*

¹⁹ J. Chmielowska, *Czy dziennikarz myśli magicznie?*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 21.10.2012 r.).

²⁰ Więcej: S. Truszczyński, *Dziennikarstwo – pasja czy trampolina do kariery*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 20.10.2012 r.).

²¹ Więcej w: M. Palczewski, *Być czy nie być dziennikarzem*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 20.10.2012 r.).

²² M. Palczewski, *Zazdroścę Czechom*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 20.10.2012 r.).

²³ J. Jachowicz, *Dziennikarstwo twórcze*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 20.10.2012 r.).

nie chcą odpowiadać na pytania, których nie akceptują. I nie kryją się z tym. Nieraz w telewizji czy w radiu słyszymy: »to źle postawione pytanie«, »ja bym to pytanie zadał inaczej«, »niech Pan/Pani się zastanowi nad swoim pytaniem« albo wręcz radykalnie – »nie odpowiem na to pytanie«²⁴ – podaje przykłady Marek Palczewski;

- Negatywny jest powszechny narcyzm w mediach uprawiany przez samych dziennikarzy „Narcyzm gazet poważnych przejawia się w podkreślaniu: udało nam się zdobyć, weszliśmy w posiadanie, gazeta dotarła, a pomija, że: dostaliśmy, kupiliśmy, przynieśli nam do redakcji, itd. I znowu odbicie ważniejsze od rzeczywistości, ale przecież reklama dźwignią handlu jest!”²⁵ – komentuje Marek Palczewski. Wynika to z wielkiej konkurencyjności w mediach i walce o odbiorcę. Wyraźnie obserwuje się narcyzm prezenterów telewizyjnych, showmenów, dziennikarzy-celebrytów, niezależnie od powagi prezentowanego dziennikarstwa – od debat publicystycznych po talk-show;
- Dziennikarz nie powinien być fundamentalistą. Zawód dziennikarza powinien być nastawiony na całą rzeczywistość i z natury powinien być otwarty i elastyczny.

Dziennikarska rzeczywistość w myśl Stowarzyszenia Dziennikarzy Katolickich²⁶:

„Dziennikarze prasy, radia i telewizji – świeccy i duchowni pracujący zarówno w redakcjach znajdujących się instytucjonalnie pod opieką Kościoła, jak i innych, kierujących się wskazaniem Magisterium Kościoła w sprawach wiary i moralności, czując w czasach obecnych szczególnie wymowne wyzwanie stawiane przez wydarzenia historyczne ich profesjonalnemu powołaniu we współczesnym świecie”²⁷ – głębokie poczucie wspólnoty zawodowej;

- Odwoływanie się do dwóch najważniejszych kryteriów: „zawodowego – związanego z pracą dziennikarską, oraz wyznaniowego opierającego się na katolickiej nauce i formacji religijnej”²⁸;
- Najważniejszy dla dziennikarza katolickiego jest prymat osoby ludzkiej w życiu społecznym;
- Naczelną ideą jest prawda, „a w konsekwencji też sumienie człowieka traktujemy jako zdolność odczytywania, a nie tworzenia norm moralnych dotyczących życia osobistego i społecznego”²⁹;
- Dziennikarz katolicki winien chronić życie i nadprzyrodzoną godność osoby ludzkiej;

²⁴ M. Palczewski, *Następny zestaw pytań proszę*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 20.10.2012 r.).

²⁵ Tenże, *Zjadając własny ogon czyli o narcyzmie w mediach*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 22.10.2012 r.).

²⁶ *Deklaracja ideowa*, <http://ksd.media.pl/deklaracja-ideowa> (dostęp 20.10.2012 r.).

²⁷ Tamże.

²⁸ Tamże.

²⁹ Tamże.



Dziennikarstwo katolickie nie powinno być gettem, ale „gwarantować społeczności wierzących udział w życiu publicznym, w kształtowaniu opinii społecznej i respektowaniu oraz realizacji chrześcijańskich wartości w systemach oświaty i wychowania”.

- Dziennikarstwo katolickie nie powinno być gettem, ale „gwarantować społeczności wierzących udział w życiu publicznym, w kształtowaniu opinii społecznej i respektowaniu oraz realizacji chrześcijańskich wartości w systemach oświaty i wychowania”³⁰;
- Walczyć o jednakowy dostęp do informacji dla wszystkich środowisk dziennikarskich;
- - Dziennikarstwo katolickie powinno uzmysławiać odbiorcy wielką wartość kultury chrześcijańskiej w Polskiej tradycji i historii;
- - Zawód dziennikarza jest powołaniem, służbą drugiej osobie, a jednocześnie jest świadectwem wiary. „W ten sposób stajemy się uczestnikami misyjnej posługi Kościoła i rzecznikami praw człowieka”³¹;
- - Dziennikarz religijny musi być świadomy istnienia w przestrzeni politycznej oraz gospodarczej, dlatego ma za zadanie szanować i popierać polityczną wolność oraz odpowiedzialność obywateli, a jednocześnie upominać się o prawdę ewangeliczną;
- - „Dobre imię dziennikarza katolickiego stanowi dla nas wartość budowaną przez nieustanne doskonalenie zawodowe oraz stały wzrost w formacji religijnej”³² – dzięki takiej postawie możliwe jest też współdziałanie z całym środowiskiem dziennikarskim dla dobra wspólnego;
- - Dziennikarz katolicki nie powinien zgadzać się na instrumentalne traktowanie jego samego i warsztatu jego pracy dla fałszywej ideologii.

Dekalog dziennikarski – czyli najtrudniejsze proste zasady zawodu

Najtrudniejsze są najprostsze zasady kierujące zawodem. Zapominane są nie tylko w momentach utrudniających nieuczciwą karierę, ale także wtedy, gdy zawód dziennikarza traktuje się tylko w kategoriach zarobkowych.

³⁰ Tamże.

³¹ Tamże.

³² Tamże.

Dekalog medialny – felieton Stefana Truszczyńskiego³³:

- Pierwsze: „*nie służ nikomu oprócz odbiorcy*” – dziennikarz powinien kierować się w swojej pracy tylko interesem publicznym. Żadna aktualnie panująca władza ani biznes nie powinni wpływać na pracę dziennikarza.
- Drugie: „*nie nadużywaj słów wielkich – jak Bóg Honor Ojczyzna*” – należy ważyć słowa, aby w odpowiednich sytuacjach miały odpowiednio silne znaczenie. Degradacja wartości słowa w dziennikarstwie jest niezwykle niebezpieczna. Słowo bowiem jest podstawowym narzędziem opisu interpretacji rzeczywistości.
- Trzecie: „*nie goń za pieniędzmi*” – pogoń za pieniędzmi często wpływa na słabą jakość dziennikarstwa, niedbałą formę, nierzetelną treść i powierzchowność.
- Czwarte: „*korzystaj z wolności Schengen, ale pamiętaj skąd jesteś*” – szanowanie swojego kraju, wychowania, kultury i tradycji jest dziś nie tylko przywilejem, ale i obowiązkiem.
- Piąte: „*krytykuj, ale nie zabijaj*” – każdy ma prawo do wypowiedzania własnych sądów. Kategoryczna krytyka (szczególnie nieuzasadniona) może być bardzo niebezpieczna. Zawsze trzeba pamiętać o szacunku dla drugiego człowieka.
- Szóste: „*nie zawłaszczaj cudzego*” – nie wolno wykorzystywać swojego medialnego wpływu, aby korzystać z przywilejów.
- Siódme: „*gardź plagiatem*” – zawsze należy podawać źródła, przepisywanych informacji.
- Ósme: „*nie kłam*” – to największy grzech dziennikarza. Dziennikarzowi nie wolno okłamywać nikogo, w żadnej sytuacji.
- Dziewiąte i dziesiąte: „*pożądaj laurów i nagród dziennikarskich*” – jest to niezwykła mobilizacja do dobrej pracy.

Dekalog dla publicysty religijnego według Szymona Hołowni³⁴:

- Pierwsze: „*zanim zaczniesz mówić, sprawdź kto (i czy ktoś w ogóle) cię słucha*” – bardzo ważna jest identyfikacja odbiorcy w dziennikarstwie religijnym. Czy jest to osoba religijna, z wiedzą teologiczną, czy tzw. przeciętny wierzący, czy ateista, który interesuje się tematyką religijną w aspekcie społecznym czy kulturalnym.
- Drugie: „*wyberz język, którym chcesz mówić, i narzędzie, którym będziesz się posługiwać*” – niezwykle istotna jest nie tylko treść ale i forma przekazu. Należy dbać o jasność, przejrzystość stylu, nie popadanie w stylistykę ambony czy teologicznego dyskursu z trudną terminologią.
- Trzecie: „*zanim siądziesz do pracy, zdecyduj, czy piszesz o sobie*” – publicystyka wymaga subiektywnego spojrzenia, trzeba umieć wyważyć czy pisze się „od środka”, jako członek Kościoła, czy z dystansem. Ważne jest także, by nie popaść

³³ S. Truszczyński, *Dekalog medialny*, www.sdp.pl/felietony (dostęp 21.10.2012 r.).

³⁴ Por. Sz. Hołownia, *Publicystyka religijna*, w: A. Skworz, A. Niziołek (red.), *Biblia dziennikarstwa*, Kraków 2010, s. 390-402.

w ton „duchowych pamiętników” bardzo osobistego spojrzenia na Kościół i wiarę. W tekście wiedza powinna być połączona z emocjami autora.

- Czwarte: „*wybierz temat*” – sztuką jest, by wśród problematyki religijnej wyczuć temat dokładnie tak samo, jak to robi się w każdym dziennikarstwie. Temat nie ma dotyczyć oczywistości, ale stworzyć możliwość stworzenia artykułu problemowego, inicjowanego tematyką religijną.
- Piąte: „*chcesz mieć temat – zbieraj dane*” – każde profesjonalne dziennikarstwo opiera się na wiedzy, dokładnej dokumentacji i ciągłym specjalizowaniu się w określonej dziedzinie. Dziennikarz religijny musi, w sposób szczególny, poszerzać swoją wiedzę i śledzić codzienność w Kościele. Należy systematycznie przeglądać media religijne, zarówno ogólnopolskie, jak i lokalne. Niezwykłym źródłem tematów są również sami ludzie, kazania, blogi księży czy portale parafialne.
- Szóste: „*wybierz rozmówcę, czyli eksperta*” – do dziś jest duży problem z otwartością księży na media, dlatego często rolę ekspertów przejmują „stali rozmówcy”. Jeśli chce się mieć naprawdę dobrego eksperta, należy o niego zabiegać nieustannie i zadbać, by mógł oficjalnie wypowiadać się na tematy Kościoła i wiary (szukać wybitnych teologów, socjologów religii).
- Siódme: „*kiedy trafisz na skandal bądź hiperrzetelny*” – niczego nie należy ukrywać, należy pokazać każdą perspektywę problemu. Warto zawsze pamiętać, że takie sytuacje mogą pociągnąć za sobą inne ofiary, jeśli nie będziemy rzetelni.
- Ósme: „*znajdź metodę pracy, w której czujesz się najlepiej*” – niezależnie od medium, w jakim się pracuje, warto trzymać się swojego rytmu pracy, aby dokładnie przygotować materiał dziennikarski. Zawsze należy na swoje teksty, programy (kiedy nie są na żywo) spojrzeć z dystansem i nanieść poprawki lub wyrzucić zbędne informacje (niezależnie od tego, ile włożyliśmy w nie pracy).
- Dziewiąte: „*uodpornij się na krytykę*” – na religii, jak na polityce, zna się każdy, dlatego materiały z taką tematyką będą szczególnie krytykowane i oceniane.
- Dziesiąte: „*ocal w sobie ciekawość*” – nie wolno być dziennikarzem z tezą. Należy ciągle poszukiwać, konfrontować zdobytą wiedzę, słuchać swoich rozmówców i ciągle być ciekawym świata.

Dekalog codzienności dziennikarskiej według Stanisława Mocka³⁵:

- Pierwsze: „*nie będziesz miał bogów cudzych przede mną*” – dziennikarz nie powinien hołdować władzy, sukcesowi za wszelką cenę, sensacji i poklasku.
- Drugie: „*nie będziesz brał imienia Pana Boga twego na daremno*” – dziennikarz powinien być wrażliwy na symbole i uczucia innych. Należy wyczuć proporcje między przemilczeniem a nadużyciem.
- Trzecie: „*pamiętaj, abys dzień święty święcił*” – dziennikarz powinien mieć czas na refleksję nad swoją pracą, nad podejmowanym tematem, nad słowami rozmówcy.

³⁵ Por. A. Boniecki, *Etyka dziennikarska*, w: A. Skworz, A. Niziołek (red.), dz. cyt., s. 748-749.

- Czwarte: „*czcij ojca swego i matkę swoją*” – dziennikarz powinien pamiętać o tradycji, aby pracować dla dobra wspólnego.
- Piąte: „*nie zabijaj*” – dziennikarz powinien być odpowiedzialny za słowo; dziennikarz swoją pracą nie powinien nikogo krzywdzić.
- Szóste: „*nie cudzołóż*” – dziennikarz powinien kierować się przyzwoitością i być wiernym wobec swoich przekonań i wartości.
- Siódme: „*nie kradnij*” – dziennikarz powinien być twórczy, nie wolno mu kopiować czyjeś pracy, ale równie ważne jest nie przyjmowanie prezentów, pieniędzy czy przywilejów niezasłużenie lub wbrew uczciwości.
- Ósme: „*nie mów fałszywego świadectwa przeciw bliźniemu swemu*” – nie wolno manipulować faktami, wprowadzać w błąd, fałszować prawdziwy obraz sprawy lub osoby.
- Dziewiąte i Dziesiąte: „*nie pożąday żony bliźniego swego ani żadnej rzeczy, która jego jest*” – dziennikarz swój profesjonalizm powinien mierzyć wartością swojej pracy a nie wygrywaniem z konkurencją.

Dziennikarstwo religijne – specjalista czy amator

„*Największym grzechem dziennikarzy zajmujących się zwłaszcza problematyką religijną jest brak formacji, przygotowania religijnego, po prostu wiedzy religijnej. Czy jest możliwe, by dyrektor gazety lub stacji telewizyjnej wysłał do obsługi dziennikarskiej meczu piłkarskiego pracownika, który nie zna reguł gry? Bez dobrej wiedzy o piłkarstwie? Bylibyśmy wtedy świadkami wręcz rewolucji. Niestety, nieprzygotowani dziennikarze podejmują się nieraz relacjonowania wydarzeń religijnych. Niektórzy dyrektorzy redakcji i wydawcy powierzają problematykę religijną reporterom kompletnie do tego nieprzygotowanym. Mylą ignorancję z obiektywizmem. Tacy dziennikarze nie rozumieją potem podstawowego znaczenia wydarzenia, które usiłują opisać. W wyniku tego mamy do czynienia z działaniem na rzecz »rozbijania« i »dzielenia«³⁶ – ocenia współczesny stan dziennikarstwa religijnego abp J.P. Foley. Niestety, widać wyraźnie, które redakcje mają zatrudnionych specjalistów, a które posiłkują się tylko dyżurnym redaktorem.*

Od lat w Polsce istnieje trudny do zmiany podział na media katolickie i świeckie. Tematyka religijna jest wówczas realizowana w getcie nadawców i odbiorców, którzy i tak z założenia interesują się tą problematyką (a nawet często posiadają dużą większą wiedzę, nie wspominając o emocjonalnym zaangażowaniu). „*Widać, – pisze z troską Maciej Iłowiecki – że byłoby najlepiej, gdyby audycje (religijne) były takimi zamkniętymi gettami, w których coś tam mówią o swoim Kościele*”³⁷. Oczywiście ma to swoje dobre i złe strony: łatwiej opracować temat, ale trudniej przekonać, że religia to nie tylko „sprawa” instytucji kościelnych. Andrzej Szostkiewicz, w rozmowie z młodymi adeptami dziennikarstwa wyraźnie zaznaczał, że dziennikarz musi „*dobrze orientować się w hi-*

³⁶ *Dziennikarstwo-zawód i służba...*, dz. cyt.

³⁷ M. Iłowiecki, *Nie daj się zepchnąć*, w: L. Dyczewski (red.), *Bóg w telewizji*. Częstochowa 1996, s. 16.



Bycie profesjonalnym, odpowiedzialnym dziennikarzem pociąga też za sobą wiedzę, która w wielu dziedzinach jest nie do opanowania na podstawie własnej lektury. Często o wiele bardziej cennym dla mediów jest zewnętrzny ekspert, niż niedouczony redaktor.

*storii, dużo wiedzieć o religii – bo ta jest i będzie ważną częścią życia, o głównych ideach, które kręcą tym światem. Trzeba jak najszybciej zdobyć jak najwięcej informacji, ale co najważniejsze, umieć je z sensem spożytkować*³⁸.

Bycie profesjonalnym, odpowiedzialnym dziennikarzem pociąga też za sobą wiedzę, która w wielu dziedzinach jest nie do opanowania na podstawie własnej lektury. Często o wiele bardziej cennym dla mediów jest zewnętrzny ekspert, niż niedouczony redaktor, co doskonale widać w mediach, gdzie nie ma oddzielnej redakcji religijnej. Tam, gdzie „idzie się jednak na łatwiznę”, popełniane są błędy, które pociągają za sobą krytykę odbiorców dobrze poinformowanych, i manipulowanie odbiorcą nieświadomym. O braku kompetencji w opisywaniu świata religijnego w mediach wspominał też Janusz Nagórny: „Czasami ze zdumieniem patrzę, jak (zwłaszcza w programach informacyjnych i publicystycznych) ludzie Kościoła, także duchowni, dają się wciągnąć i godzą się, by rozmawiać o poruszanej problematyce wyłącznie na płaszczyźnie ideologicznej i politycznej”³⁹. Wskazuje to na podwójną trudność, z jednej strony widzimy niekompetencję dziennikarską, z drugiej (o czym wiedzą z praktyki dziennikarze) nieumiejętność księży wypowiedzianą w mediach. Kardynał G. Ravasi wymienia podstawowe zarzuty względem współczesnego dziennikarstwa religijnego⁴⁰: a) używanie uproszczeń, b) „zasada efekciarstwa, poszukiwania skandali i wątków pikantnych, jak robienie z Papieża eksperta od prezerwatyw”, c) grzech tabloidyzacji, d) niedokładność, brak precyzji e) mitologizowanie religii, f) antyklerykalizm, g) brak kompetencji dziennikarskich w problematyce kościelnej i teologicznej.

Od lat w dokumentach Kościoła Katolickiego odnajdujemy wskazówki dotyczące edukacji medialnej. „Winniśmy być »wychowanymi (przygotowanymi) odbiorcami« środków przekazu. Powinniśmy być przygotowani również na odbiór złych wiadomości, o ile są prawdziwe. Nie możemy zabijać posłańca, który przynosi prawdziwe, ale dla nas niewygodne wieści. Musimy być przygotowani, aby wiedzieć, jak przygo-

³⁸ P. Drzewiecki, *Jakie będzie dziennikarstwo przyszłości?*, <http://presscafe.eu/archives/305> (dostęp 19.10.2012 r.).

³⁹ J. Nagórny, *Religia i religijność w telewizji*, w: L. Dyczewski (red.), *Bóg w telewizji*, dz. cyt., s. 66.

⁴⁰ *Wady dziennikarstwa poświęconego Kościołowi*, <http://www.www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,7874,wady-dziennikarstwa-poswieconego-kosciolowi.html> (dostęp 18.10.2012 r.).

towuje się wiadomości telewizyjne, radiowe, stronice dziennika”⁴¹ – nawołuje abp Foley. Krzysztof Zanussi w 1996 roku pisał: „Uderzające jest, że na podstawie programów telewizyjnych, które ja oglądam, redakcja katolicka przoduje w tym, że zawsze kamera źle stoi, że zawsze jest jakaś ohydna zasłona z tyłu. To jest jakby typowe, że katolicy »są ślepi« (...) Wszystkie programy katolickie są gładkie i słodkie. Nie dowiemy się z nich o tym, co istnieje rzeczywiście: problemy rozterek obyczajowych czy światopoglądowych”⁴².

Brak świadomości religijnej i wiedzy – fatalny stan nauczania religii w Polsce i jednocześnie niechęć do mediów religijnych (nie czyta się ich, nie słucha, nie ufa) powodują, że wiedzę o religii otrzymujemy jedynie ze skandalicznych okładek gazet czy w prowokacjach internetowych, czasem z inicjatywy pobożnej medialnej akcji charytatywnej. Odejście Szymona Hołowni z „Newsweeka” jest tylko przykładem od lat niezmienną się sytuacji separacji profesjonalnego dziennikarstwa religijnego z mediami: „*Moi kole-dzy mają święte prawo robić gazetę jaką chcą. Rozchodzimy się, bo się nie zgadzamy – wyjaśnił. Podziękował także wszystkim za współpracę. – Dziękuję tym, którzy przez tyle lat sugerowali, że ta cotygodniowa robota może mieć jakiś sens oraz wszystkim tym, którzy zadawali sobie trud, by z tej okazji wyzywać mnie gdzie popadło*”⁴³. Podobną opinię „wykłych”, „dziwacznych”, „oryginalnych” mają religijni publicyści, jak na przykład Pospieszalski, Ziemkiewicz czy Terlikowski.

Popularność mediów katolickich, religijnych („Gość Niedzielny” czy „Radio Maryja”) ma swoją niezaprzeczną wartość. Ale normalizacja problematyki religijnej w mediach powszechnych jest nadal wyzwaniem. Gdzieś po środku tych skrajności stoi dziennikarstwo obywatelskie, które wyrasta z prawdziwej troski o odbiorcę, a jednocześnie ich przedstawiciele nie liczą na karierę rodem z Hollywood. Najczęściej są to młodzi ludzie (18- 24 lata), którzy nie widzą w mediach publicznych, ani komercyjnych poruszających ich zagadnień, najbardziej dotyczących normalnego człowieka. Jak sami deklarują: „*Jeśli coś mnie bulwersuje to nie czekam, aż ta złość przerodzi się w poczucie niemocy (...), tylko działam, piszę, krzyczę. (...). Nie piszę dla sławy, poklasku, splendoru. Piszę, aby rozwiązać jakąś konkretną sprawę, aby zmienić rzeczywistość!*”⁴⁴ – pisze jeden z dziennikarzy.

Wyszkalić profesjonalistę

Szukanie idealnego, modelowego „dziennikarza religijnego” nie jest możliwe. Można oczywiście przypisać mu niezbędne dla jego fachu i osobowości cechy, ale zawsze kwestią wypadkową pozostanie rzeczywistość, w jakiej musi żyć i pracować. Czy zatem warto studiować dziennikarstwo czy zostać specjalistą, który umie współpracować z mediami? „*Studenci dziennikarstwa na uniwersytetach katolickich często*

⁴¹ *Dziennikarstwo-zawód i służba...*, dz. cyt.

⁴² K. Zanussi, *Otwartość na trudne i nowe*, w: L. Dyczewski (red.), *Bóg w telewizji*, dz. cyt., s. 26.

⁴³ *Szymon Hołownia odchodzi z „Newsweeka”*, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,title,Szymon-Holownia-odchodzi-z-Newsweeka,wid,14801521,wiadomosc.html?ticaid=1f686> (dostęp 21.10.2012 r.).

⁴⁴ M. Łosiewicz, *Obywatel dziennikarz – kim jest i dlaczego pisze?*, http://www.telewizjaobywatelska.org.pl/page_id_34_22.html (dostęp 19.10.2012 r.).



Szukanie idealnego, modelowego „dziennikarza religijnego” nie jest możliwe. Można oczywiście przypisać mu niezbędne dla jego fachu i osobowości cechy, ale zawsze kwestią wypadkową pozostanie rzeczywistość, w jakiej musi żyć i pracować.

narzekają, że de facto studiują teologię. Rzeczywiście po Soborze Watykańskim II wiele wydziałów teologicznych wprowadziło do swojego programu zajęcia dziennikarskie – zgodnie z zaleceniami dekretu »Inter mirifica«. Narodziła się nawet teologia mediów. Niektórzy kręcą głowami, co to takiego. Studenci protestują nie widząc w tego typu twórcach przyszłości. Co będziemy pracować w »Niedzieli« czy telewizji »Trwam« – narzekają. Nic bardziej błędnego. Dziennikarstwo o tematyce religijnej wydaje się świetnym sposobem na udane życie zawodowe. Bo czytelnik łaknie tej tematyki. Teologowie coraz częściej goszczą w rozmaitych telewizyjnych debatach lub są proszeni o komentarz moralny czy dogmatyczny. Dziennikarstwo religijne to tylko jeden z przykładów rozwoju prasy idei, świadectwo dyskursu intelektualnego, który staje się współcześnie bardziej intensywny⁴⁵ – pisał Drzewiecki.

Współczesna wyraźna tendencja personalizowania mediów dla odbiorcy powoduje, że siłą rzeczy mają media tematyczne: telewizyjne kanały tematyczne czy tytuły prasowe z widocznym zarysowaniem spojrzenia na rzeczywistość. Może więc bojaźń o getto religijnego dziennikarstwa jest zbyt wyolbrzymiona, a profesjonalny redaktor-specjalista znajdzie pracę wszędzie. Jednocześnie sami dziennikarze przekonują, że tego zawodu nie można się nauczyć. „Z tym się trzeba urodzić. Albo się to ma, albo nie. Widzę to po sobie. Dlatego tak daleko i wysoko zaszedłem⁴⁶ – przekonuje Jerzy Jachowicz. Marek Palczewski natomiast wymienia rady dla prawidłowej edukacji dziennikarzy⁴⁷:

- łączyć praktykę z teorią,
- zaangażować doświadczonych dziennikarzy,
- wyposażać studia, pracownie,
- namawiać do praktyk (wielokrotnych w trakcie studiów),
- elastyczność programowa (obserwowanie potrzeb rynku).

Czy zawodowy sukces zapewni szkoła dziennikarska czy dziennikarska praktyka? Czy dziennikarz religijny też jest „*media workerem*”, który musi umieć odpowiednio dopa-

⁴⁵ P. Drzewiecki, dz. cyt.

⁴⁶ J. Jachowicz, *Urodzeni dziennikarze*, <http://www.sdp.pl/felietony> (dostęp 20.10.2012 r.).

⁴⁷ M. Palczewski, *Czy warto studiować dziennikarstwo*, <http://www.sdp.pl/felietony> (dostęp 20.10.2012 r.).

sować się do miejsca pracy czy ideowcem, dla którego nie liczy się jak, ale i o czym pisze? „*Brakuje miejsc pracy dla absolwentów studiów dziennikarskich. Prasa traci na sprzedaży, telewizja na abonamencie, tort reklamowy się kurczy. Ale są też zjawiska pozytywne: rozwija się prasa branżowa, podróżnicza, modowa, zdrowotno-poradnikowa, lifestylowa, czy biznesowa. Coraz więcej osób korzysta z Internetu. Nienajgorszej jest na rynku lokalnej radiofonii*”⁴⁸.

Studia odzierają z ideałów. Dzięki praktykom zawodowym młody człowiek dokładnie widzi, jak wygląda kuchnia pracy dziennikarskiej. Często na wstępie traci energię, optymizm i źródła inspiracji. Trudności wynikające z bycia dziennikarzem religijnym we współczesnych mediach nie zachęcają do walki o prawdę ponad wszystko. „*Przez rezygnację absolwentów z pracy w zawodzie obniża się poziom dziennikarstwa. Kilka lat po studiach widzisz, ilu utalentowanych znajomych wybiera inny zawód niż wyuczony... wybieranie innego zawodu źle świadczy o jakości dziennikarskiego kształcenia. Jeśli absolwent kierunku, który ma w nazwie »dziennikarstwo«, okazuje się specem od komunikacji publicznej bardziej niż dziennikarstwa, to może kierunki studiów powinny zmienić nazwy, by nie udawały one, że znaczą coś innego niż w rzeczywistości?*”⁴⁹.

Jednocześnie mocno promowany jest stary model kształcenia, gdzie najpierw trzeba zostać specjalistą w konkretnej dziedzinie, a potem dopiero na studiach podyplomowych lub stażu zawodowym zdobyć warsztat dziennikarski. „*Trzeba zdobyć wiedzę i doświadczenie. Mieć w sobie pasję poznania, poszukiwania przyczyn zjawisk a tego nie można się nauczyć. To »coś« nie przychodzi wraz z dyplomem*”⁵⁰ – stwierdza Jadwiga Chmielowska.

Rola dziennikarza katolickiego

Wartość specjalizacji dziennikarza katolickiego powinna być wykorzystywana:

- - do wyjaśniania zawłości nauki teologicznej zwykłemu odbiorcy;
- - ukazywania moralnej, etycznej strony zachowań społecznych i kulturalnych, politycznych w danym społeczeństwie, grupie, narodzie;
- - informowania odbiorców o sprawach Kościoła w Polsce i na świecie;
- - dopuszczanie do głosu poglądów społeczeństwa katolickiego w mediach.

Tworzenie mediów katolickich współcześnie to nie tylko odtwórcze informowanie o sprawach Kościoła w Polsce i na świecie, ale także kreowanie tematów, newsów o tematyce społecznej, politycznej, kulturalnej o podłożu religijnym, moralnym. Specjalizacja powoduje zdobycie określonej wiedzy, ale także umiejętność głębokiej refleksji nad podejmowanymi problemami. Odbiorca mediów katolickich winien dzięki mediom specjalizacyjnym dowiedzieć się więcej i głębiej, niż w mediach ogólnopolskich. Powielanie informacji z KAI czy innych agencji informacyjnych winno być domeną je-

⁴⁸ Tamże.

⁴⁹ Tamże.

⁵⁰ J. Chmielowska, *Stand-upper i świński ryj*, dz. cyt.

dynie w momencie newsów fleszowych. Dziennikarz specjalizujący się w tematyce religijnej (katolickiej) często jest współcześnie wykorzystywany do tworzenia medialnego show. Widoczne jest to wyraźnie w programach telewizyjnych, gdzie debata przybiera kształt kłótni, spychając na dalszy plan poszukiwanie odpowiedzi na zawarte w programie pytanie (doskonałym przykładem jest talk-show „Tomasz Lis na żywo” w TVP).

Interesującą burzę wokół dziennikarstwa religijnego wywołał Szymon Hołownia, spektakularnie odchodząc z „Newsweeka”, a później tygodnika „Wprost”, gdzie usłyszał, że „tygodnik to nie hyde park i nie można tu głosić poglądów sprzecznych z poglądami redakcji. Dziennikarz zapowiedział, że Stacja7.pl będzie od teraz jedynym miejscem, gdzie będzie publikował swoje felietony. Wyraził też obawę, że jeśli serwis zniknie, może się okazać, że niedługo jedynym miejscem dla katolika na publicznej arenie będzie zamurowana cebra, gdzie będzie mógł sobie wygłaszać dowolne poglądy i bez psucia humoru ogółowi dokonywać osobistego uświęcenia”⁵¹. Obudziły się skrywane długo negatywne emocje i otwarta dyskusja wokół tego, kto jest dziennikarzem katolickim i czy taka kategoria dziennikarstwa musi być etykietką wierzącego pracownika mediów. „Inaczej niż Tomasz Terlikowski, Szymon Hołownia i kilka innych osób nie uważam, że moją rolą jako katolika jest pisać wyłącznie felietony na temat wiary, katolickiej etyki seksualnej i in vitro. Byłoby to redukowanie się do roli katolika dyżurnego. Jestem katolikiem. W mediach pracuję od ponad 15 lat. Nikt mnie nigdy z mainstreamu nie wypycha, ale też nie chcę pełnić w nich roli dyżurnego katolika”⁵² – kategorycznie napisał w „Newsweeku” Tomasz Machała. Dyskusja jest początkiem poważnej debaty nad stanem i rolą dziennikarstwa katolickiego w Polsce. Odpowiedź na pytanie: Kim ma być w XXI wieku dziennikarz katolicki?, to zadanie dla Kościoła, mediów kościelnych i szkół dziennikarskich, które kształtują młode pokolenia ludzi mediów. ■

BIBLIOGRAFIA:

- Boniecki A., *Etyka dziennikarska*, w: A. Skworz, A. Niziołek (red.), *Biblia dziennikarstwa* Kraków 2010, s. 748-749.
- Chmielowska J., *Stand-upper i świński ryj*, www.sdp.pl/felietony.
- Co robią polscy aktorzy i dziennikarze po godzinach? Jak celebryci spędzają wolne chwile?*, http://www.mowimyjak.pl/kultura/gwiazdy-i-plotki/co-robia-polscy-aktorzy-i-dziennikarze-po-godzinach,93_41249.html.
- Deklaracja ideowa*, <http://ksd.media.pl/deklaracja-ideowa>.
- Drożdżak A., *Dobry, czyli zły*, „Press” 2008 nr 9, s. 64-65.
- Drzewiecki P., *Jakie będzie dziennikarstwo przyszłości?*, <http://presscafe.eu/archives/305>.

⁵¹ Szymon Hołownia odchodzi z „Wprost”, <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/szymon-holownia-odchodzi-z-wprost-przez-tekst-krytykujacy-in-vitro> (dostęp 13.03.2013).

⁵² T. Machała, *Nie będę dyżurnym katolikiem*, <http://spoleczenstwo.newsweek.pl/w-newsweeku-nie-bede-dyzurnym-katolikiem-tomasz-machala-o-kościelne-i-mediach,103251,1,1.html> (dostęp 12.04.2013).

Dziennikarstwo-zawód i służba. Z abp. Johnem Patrickiem Foleyem, przewodniczącym Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu, o jubileuszu dziennikarzy i ich służbie człowiekowi rozmawia ks. Roman Kempny, http://www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZS/foley_dziennikarstwo.html.

Gietka E., *Celebryci*, „Polityka” 2006 nr 37, s. 4-12.

Godzic W., *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007.

Hiena roku 2012, www.sdp.pl/hiena-roku-2011.

Hołownia Sz., *Publicystyka religijna*, w: A. Skworz, A. Niziołek (red.), *Biblia dziennikarstwa* Kraków 2010, s. 390-402.

<http://www.dziennikarzerp.pl/>.

<http://www.grandpress.press.pl/>.

<http://www.oprah.com/index.html>.

Ilowiecki M., *Nie daj się zepchnąć*, w: L. Dyczewski. (red.), *Bóg w telewizji*. Częstochowa 1996, s. 16-22.

Jachowicz J., *Dziennikarstwo twórcze*, www.sdp.pl/felietony.

Jachowicz J., *Jak przestałem być osobą zaufania publicznego*, www.sdp.pl/felietony.

Jachowicz J., *Urodzeni dziennikarze*, <http://www.sdp.pl/felietony>.

Legutko P., *Skrzydlate słowa*, www.sdp.pl/felietony.

Legutko P., *Zacznymy od zera*, www.sdp.pl/felietony.

Łosiewicz M., *Obywatel dziennikarz - kim jest i dlaczego pisze?*,

http://www.telewizjaobywatelska.org.pl/page_id_34_22.html.

Machala T., *Nie będę dyżurnym katolikiem*, <http://spoleczenstwo.newsweek.pl/w-newsweeku-nie-bede-dyżurnym-katolikiem-tomasz-machala-o-kosciele-i-mediach,103251,1,1.html>.

Nagórny J., *Religia i religijność w telewizji*, w: L. Dyczewski (red.), *Bóg w telewizji*, Częstochowa 1996, s. 66-72.

Nagroda dla Andrzeja Poczubyta, <http://www.grandpress.press.pl/465,0,andrzej-poczobut-dziennikarzem-roku-2011.html>.

Palczewski M., *Być czy nie być dziennikarzem*, www.sdp.pl/felietony.

Palczewski M., *Czy warto studiować dziennikarstwo*, <http://www.sdp.pl/felietony>.

Palczewski M., *Kto jest dziennikarzem?*, www.sdp.pl/felietony.

Palczewski M., *Następny zestaw pytań proszę*, www.sdp.pl/felietony.

Palczewski M., *Zazdroszczę Czechom*, www.sdp.pl/felietony.

Palczewski M., *Zjadając własny ogon czyli o narcyzmie w mediach*, www.sdp.pl/felietony.

Prosto w oczy. Rozmowa z Andrzejem Poczybutem, „Press” 2012 nr 1, s. 16-17.

Sasińska-Klas T., *Dziennikarstwo - zawód czy wyzwanie?*, w: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2010, s. 469-480.

- Szymon Hołownia odchodzi z „Newsweeka”*,
<http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,title,Szymon-Holownia-odchodzi-z-Newsweeka,wid,14801521,wiadomosc.html?ticaid=1f686>.
- Truszczyński S., *Dekalog medialny*, www.sdp.pl/felietony.
- Truszczyński S., *Dziennikarstwo – pasja czy trampolina do kariery*,
www.sdp.pl/felietony.
- Truszczyński S., *Redaktor do specjalnych poruczeń: cyngiel*, www.sdp.pl/felietony.
- Wady dziennikarstwa poświęconego Kościołowi*, <http://www.www.deon.pl/religia/kosciol-i-swiat/z-zycia-kosciola/art,7874,wady-dziennikarstwa-poswieconego-kosciolowi.html>.
- Zanussi K., *Otwartość na trudne i nowe*, w: L. Dyczewski (red.), *Bóg w telewizji*, Częstochowa 1996, s. 26-32.

O AUTORCE:

dr Joanna Sosnowska – adiunkt w Katedrze Realizacji Filmowej i Telewizyjnej w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej KUL. Z wykształcenia polonistka, teolog i dziennikarka. Dziennikarz TVP. Od 2010 roku dyrektor dydaktyczny Studium Telewizyjnego TVP LUBLIN. Praca doktorska: „Moralne problemy w polskim filmie dokumentalnym po ’89 roku. Postulat krytyki personalistycznej filmu dokumentalnego”. Reżyser filmów dokumentalnych i autorka cykli programów społecznych, edukacyjnych i religijnych.