

II. DZIENNIKARSTWO

Andrzej Kudra

News jako funkcja

Większość geneologów dziennikarstwa zalicza *news* do gatunku (informacyjnego). Podstawą dla takiego sądu jest zazwyczaj wyjście od ogólnikowego kryterium: nazwę *gatunek* można odnosić do wszelkich form wypowiedzi upowszechnianych w mediach (zwłaszcza prasowych). W formach wypowiedzi medialnych zaś najczęściej zacierają się granice między wypowiedziami dziennikarskimi i niedziennikarskimi.

Bardzo trafnie o próbach zaliczania określonej wypowiedzi do określonego gatunku pisze Maria Wojtak – nie mamy do czynienia z gatunkiem, ale raczej ze „schematem gatunkowym”, wzorcem gatunkowym, który, podobnie jak sam „gatunek”, jest abstrakcyjnym tworem, funkcjonującym w naszej świadomości¹.

M. Wojtak definiuje gatunek dziennikarski (tu: w odniesieniu do prasy) następująco:

Gatunek zatem to utrwalony w świadomości twórców schemat określonego typu wypowiedzi, a w postaci norm (obligatoryjnych lub fakultatywnych) przedstawiany w odpowiednich podręcznikach czy poradnikach. Odlewanie wypowiedzi w gatunkowe formy ułatwia i usprawnia komunikację. W komunikacji medialnej funkcjonują wypowiedzi, które nie są prostymi replikami gatunkowych kanonów. Modyfikacje reguł pojedynczych gatunków i mieszanie gatunków oraz inne przekształcenia, mniej lub bardziej przewidywalne, to czynniki, które nadają wypowiedziom prasowym pozory komunikatów swobodnych, czasem wręcz rozwiczrzone i zaskakujących. W komunikatach prasowych da się obserwować napięcie między respektowaniem zasad ich gatunkowego ukształtowania a owych zasad ignorowaniem lub burzeniem².

Moim zdaniem, ta pragmatyczna w swej istocie definicja, jest właściwa. Każdy zaś schemat, wzorzec gatunkowy ma swoje konkretne, tekstowe warianty, które mogą w mniejszym lub większym stopniu odbiegać od kanonicznego wzorca i posiadać tzw. dominantę, modyfikującą podgatunkowo dany schemat.

¹ M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin 2008, s. 12–13. W. Furman i współautorzy wyróżniają rodzaje i gatunki dziennikarskie. Rodzaje dotyczą informacji i publicystyki, gatunki są w obrębie rodzajów (W. Furman, A. Kaliszewski, K. Wolny-Zmorzyński, *Gatunki dziennikarskie. Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Rzeszów 2000, s. 26–31).

² M. Wojtak, *op. cit.*, s. 12–13.

Jak jest z tzw. *newsem*?

Definicje *news*a sytuują go wśród gatunków informacyjnych. Niektórzy badacze mediów³ umieszczają go obok *wzmianki* i *flasha*. Jak wspomniani autorzy widzą relacje semantyczne między tymi pojęciami, niech świadczy ich propozycja zapisu nazwy gatunku: *wzmianka (flash, news)*. Czasem oprócz wymienionych podaje się jeszcze *depeszę*, stanowiącą skrótowe powiadomienie, budowane, przeredagowywane na podstawie materiałów agencyjnych⁴.

Ze względu zaś na miejsce publikacji wyróżnia się tzw. odmiany rodzajowe: prasowe (gazety i czasopisma *offline*'owe), radiowe, telewizyjne i internetowe (*online*).

Jako reprezentant informacyjnych odmian rodzajowych *news* wymieniany jest wśród: odmian prasowych jako *wzmianka, flash*, wśród odmian radiowych i telewizyjnych nie ma innej nazwy poza *wzmianką* (choć z całą pewnością można mówić o *newsie radiowym* bądź *telewizyjnym*), wśród internetowych – podobnie jak w prasowych – funkcjonuje jako *wzmianka i flash*⁵.

Wzmianka, flash, news wymieniane są „jednym tchem” jako najmniejsze gatunki informacyjne. Odpowiadają na tzw. pytania ustalające: kto? co? gdzie? kiedy? – „Przed chwilą dowiedzieliśmy się, że zmarł Joseph Heller, znany pisarz amerykański, któremu sławę przyniosła powieść *Paragraf 22*. Żył 76 lat” – „Panorama” TVP2 z 16 grudnia 1999⁶.

Wzmianka to jedno-, dwuzdaniowy komunikat o ważnym wydarzeniu. Może być składnikiem kroniki, przeglądu wydarzeń. Może wchodzić w skład *lidu*, tj. streszczeń serwisów informacyjnych. To zwykle niepgłębiona, odseparowana od innych informacja⁷. To – zdaniem M. Wojtak – najmniejszy gatunek prasowy, powiadomienie o jakimś aktualnym fakcie lub zdarzeniu (wyróżnia się *wzmianki*: autonomiczną bądź seryjną z dominantą – informacyjną lub publicystyczną)⁸.

Razem z innymi informacjami *wzmianka, flash, news*, często wyrwanymi z szerszych kontekstów, tworzy mozaikę informacyjną, będącą sumą faktów, ale niedającą spójnego, całościowego obrazu realności. Mozaika informacyjna nie ma układu chronologicznego, gdyż istotniejsza jest jej wartość informacyjna niż sam „przebieg wydarzeń”. Cechą mozaiki informacyjnej jest jej asystematycz-

³ W. Furmani współaut., *op. cit.*, s. 31–35.

⁴ M. Wojtak w swej najnowszej książce pisze o związkach **wzmianki** z depeszą: „wzmianka jest opublikowaną depeszą lub określoną wersją depeszy agencyjnej; wywodzi się (czy raczej rozwija się) z sygnału, a więc jednozdaniowej informacji” (M. Wojtak, *op. cit.*, s. 41). Wzmiance, najbardziej dynamicznemu gatunkowi prasowemu, autorka poświęciła też uwagę w odrębnym artykule (M. Wojtak, *Wzmianki do zadań specjalnych*, „Media – Kultura – Społeczeństwo” 2007, nr 2).

⁵ W. Furmani współaut., *op. cit.*, s. 32–33.

⁶ Za: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria – praktyka – język*, Warszawa 2006, s. 36.

⁷ *Ibidem*, s. 37.

⁸ M. Wojtak, *Analiza gatunków...*, s. 39.

ność, nie ma ona ambicji stworzyć systemowego, całościowego i spójnego obrazu świata.

Przejdźmy do *news*a... *News* to swoiste *n o w i n y*, czyli wiadomości ważne, nieoczekiwane, niezwykle i zarazem aktualne. Cecha nieoczekiwalności czy niezwykłości jest nawet istotniejsza w *nowinach* niż ich społeczna ważność⁹.

Nowiny mają niemal wartość autoteliczną – same w sobie są wartością przez swą niezwykłość informacyjną. Zwykle tak są dobrane, by kryły w sobie „sądy o zainteresowaniach odbiorcy”.

Dziennikarze-praktycy (Tomasz Lis, Krzysztof Skowroński, Mariusz Ziomecki) tak definiują *news*:

News – informacja, która spełnia dodatkowe warunki: jest świeża i aktualna, dotąd nieznaną, dotyczy spraw ważnych lub co najmniej ciekawych dla opinii, oraz została profesjonalnie opracowana. *News*, aby trafił do gazety, musi być udokumentowany, zweryfikowany, w miarę kompletny i, na koniec, napisany w zwięzły, zrozumiały dla ogółu sposób. Część gazety, gdzie dominują *newsy*, czyli **wydarzeniówka**, jest częścią **twardą**; pozostałe sekcje – styl życia, porady, felietony itd. – to części **miękkie**¹⁰.

Dziennikarze i medioznawcy w definicji *news*a akcentują zatem jego aspekt poznawczy; to wyjątkowa informacja-wiadomość w danym czasie. Wiedzą to zwłaszcza dziennikarze mediów elektronicznych. Mam tu na myśli zarówno internetowych dziennikarzy (np. z BBC NEWS), jak i internetowych „dziennikarzy-amatorów”, publikujących na blogach czy różnych portalach (np. Druge Report – internetowy tabloid, Weblog Central, IndyMedia)¹¹.

Parę słów o dziennikarstwie internetowym... Dziennikarstwo to, zwłaszcza informacyjne, *news*owe, rozwija się bardzo dynamicznie. Do tego stopnia, że *news internetowy* jest obecnie traktowany na równi z doniesieniami tradycyjnych mediów. Dobre dziennikarstwo internetowe bierze pod uwagę: alternatywne punkty widzenia, także ideologiczne, różnorodne informacje z kontekstu opisywanej sprawy i to z kontekstu globalnego; głosy z całego świata.

To dziennikarstwo „otwarte” – publikować może każdy. To dziennikarstwo indywidualne, natychmiastowe, „bardzo gorące” (np. już kilka minut po ataku na Nowy Jork 11 września 2001 r. pojawiły się o tym informacje). To były najprawdziwsze *newsy*. Reporterzy amatorzy spełniają funkcję niezależnych, indywidualnych mediów, dostarczających „szybką” informację. Dziennikarstwo internetowe można uznać za prototyp dziennikarstwa „przyszłości”. Niewątpliwie *news internetowy* to zapełnienie luki informacyjnej, wynikającej z „opiesza-

⁹ T. G o b a n - K l a s, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 200–201.

¹⁰ T. L i s, K. S k o w r o ŋ s k i, M. Z i o m e c k i, *ABC dziennikarstwa*, Warszawa 2002, s. 87.

¹¹ O dziennikarstwie internetowym szeroko wypowiada się Stuart A l l a n, *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, Kraków 2008.

łości” mediów tradycyjnych. Jest jeszcze inna zaleta (np. w porównaniu z informacjami dostarczonymi przez telewizję) *newsów* w sieci – internet zatrzymuje („Chwilo, trwaj!”) informację; użytkownik może do niej w każdym momencie wrócić, może ją analizować, może na przykład ponownie przeżywać emocje. A jest to informacja złożona – mogą to być relacje i wideo, i audio, mogą to być pokazy multimedialne, różnorodne animacje, mapy interaktywne. To także możliwość interakcji – można nawiązać osobisty kontakt z nadawcą, z naocznymi świadkami, można samemu (np. przez posty) włączyć się w krąg wirtualnych nadawców-odbiorców, cyberobywateli. Nie bez znaczenia dla tego typu „dziennikarstwa” jest element obywatelskości, obywatelskiego udziału w tworzeniu informacji, czyli w tworzeniu mediów. „Obywatelskie dziennikarstwo” to także dziennikarstwo blogowe. Tak więc cyberprzestrzeń daje możliwości wymiany informacji *on-line*, staje się przestrzenią ponadnarodowej, ponadpaństwowej wymiany informacji, wymiany bez ograniczeń. Dzięki internetowi postępuje proces demokratyzacji i liberalizacji w wymianie informacyjnej oraz skrócenie czasu tej wymiany.

News obecnie, w dobie kultury elektronicznej, to natychmiastowość, to informacja „bez tajemnic”, nieocenzurowana. To także możliwość generowania informacji „od dołu”, „od podstaw”, „od środka” (np. przypadkowi „dziennikarze-reporterzy” filmujący czy fotografujący niesamowite zjawiska przyrodnicze cyfrowymi kamerami, aparatami czy telefonami komórkowymi), to możliwość uruchomienia informacji „pominiętej” przez media komercyjne, ale to również możliwość uruchomienia informacji niesprawdzonej, zmanipulowanej, niebezpiecznej. Ta ostatnia uwaga może, oczywiście, dotyczyć także i tradycyjnych mediów.

Powrócę do nazwy *nowiny*. *News* to *nowiny*, których właściwościami są: aktualność wiadomości, nośność tematyczna (to duży zasięg zainteresowanych), sensacyjność, kontrowersyjność, zemocjonalizowanie i zaksjologizowanie (choroba, śmierć, zwłaszcza masowa; tu także zjawisko określane jako „porno-grafia śmierci”), nagłość zjawiska lub wydarzenia, jego ważność i niezwykłość.

Zjawisko *news*a można omawiać w przynajmniej dwóch aspektach: komunikacyjnym i psychologicznym.

W aspekcie komunikacyjnym *news* mieści się w komunikacji, którą można określić jako komunikację apodyktyczną, komunikację dyktatu komunikacyjnego (tu także mieści się to, co określane jest mianem perswazji, manipulacji czy stymulacji). *News* musi się pojawić i musi spełnić swoje informacyjno-aksjologiczne funkcje. Na *news* czeka odbiorca, którego trzeba „katować” informacją, by między innymi wymusić na nim, oczekiwane przez nadawcę, reakcje-działania.

Z oczekiwaniem informacji wiąże się drugi aspekt – psychologiczny.

News to swoista funkcja umysłu, który... oczekuje na COŚ. *News*, mimo że oparty na prawdzie (*aletheia*), czytaj: fakcie, czyli nieodwracalnym wydarzeniu ze świata realnego, to ze względu na funkcjonowanie w umyśle jest możliwy do

zinterpretowania jako oczekiwane prawdopodobieństwo (*doxa*). Tak wpisane jest w umysł „postrzeganie” realności – nie jako stan rzeczy, ale jako sposób ich widzenia. Wiadomości są *newsami* (*nowinami*), bo umysł na nie „czeka”; czekanie to funkcja umysłu wygenerowana wcześniejszymi doświadczeniami (por. kognitywistyczny „mit doświadczeniowy”), które to doświadczenia zostawiły w umyśle „funkcyjny ślad”; mnogość owych śladów buduje *funkcjonalną strukturę umysłu*.

Funkcjonalna struktura umysłu oparta jest głównie na zestawieniowości – analogii, kontraście, naśladownictwie, przeniesieniu stereotypów, porównywaniu, reinterpretowaniu itp.

Umysł „czeka” na wiadomości – nowe, świeże, nieoczekiwane, czyli na *newsy*. Przede wszystkim na *newsy*. Bo taka jest jego funkcjonalna struktura. Umysł buduje najpierw struktury, które później wypełnia treściami (semantyką). Struktura jest wcześniejsza niż semantyka. Ponieważ działają razem, można mówić o funkcjonalnej (funkcja to znaczenie) strukturze (struktura to forma) umysłu. Nie ma w tym – choć tak może się wydawać – sprzeczności.

Można oczywiście, będąc sceptycznym nastawionym do tematycznej hipotezy (*news* to funkcja), że umysł „czeka” na wszystko – i felieton, i wywiad, i reklamę; że to też funkcje, a nie gatunki czy inne formy wypowiedzi. Tak, umysł „czeka” na wszystko, co jest związane z mitem doświadczeniowym, ale przede wszystkim czeka na informacje, które zaskakują, są nieoczekiwane, niesamowite. **Informacja zaś to funkcja komunikatywna.** W *newsie* nie tyle jest ważne językowe ukształtowanie wypowiedzi, co jej treść, czyli nowina. *News* to funkcja, nie gatunek. *News* jest zasadniczo z poziomu konceptualizacji mentalnej, inne gatunki informacyjne – przez celowe ukształtowanie języka i formy, przez obróbkę „genologiczną” – są z poziomu konceptualizacji językowej (tu obecność: nominalizacji, parataksy, jedno- lub dwuzadaniowości itp.).

Dla internetowych dziennikarzy-amatorów, którzy dostarczają *newsową* informację, nie jest istotne, czy informacja ma taką czy inną formę. „Ważna jest ważność” samej informacji.

News jako informacja jest funkcją, nie gatunkiem; choć takie jak ostatnie stanowisko (tj. *news* jest gatunkiem) nie może być przecież powodem do wojny genologicznej. Podobne, choć nie zbieżne, do mojego stanowisko można dostrzec w poglądach amerykańskiego badacza mediów, Roberta Parka, którego to poglądy przedstawia w swojej książce Tomasz Goban-Klas¹². *News* jako rodzaj informacji (sensacyjny) widzą też Lidia Zakrzewska¹³ i Zbigniew Bauer¹⁴.

¹² T. Goban-Klas, *op. cit.*, s. 200–201.

¹³ L. Zakrzewska, *Informacja*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, Poznań 2000, s. 11.

¹⁴ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 154.

Powtórzmy: umysł na *newsy* „czeka”, umysł taką składa „obietnicę”, taką nadzieję kreuje¹⁵. Taką nadzieję daje *news*. Dziennikarze go poszukują, gdyż oczekuje nań odbiorca, który ma nadzieję, że jego oczekiwania zostaną spełnione. Oczekuje zaś, bo taka jest funkcjonalna struktura jego umysłu.

News gatunkowo nie jest ani wzmianką, ani *flashem*, ani depeszą czy notką. To informacja, to *nowiny*, i to niekoniecznie jedno- czy dwuzdaniowe. To dawka informacji (podobna do telewizyjnej „setki” – 100% treści i obrazu), często wzbogacana o atrakcyjność (np. o tzw. inforozrywkę) przez tzw. *media workera*¹⁶. To idea, to „czysty” sens. To **funkcja**.

Andrzej Kudra

News as a function

(S u m m a r y)

The aim of the author is to demonstrate that “news” is not a genre similar to *notice*, *dispatch*, *signal* etc., but rather a new information, which is unexpected, uncommon. It is the information and not the form which is the essence of news. News is a function not a genre.

¹⁵ W podobnym tonie wypowiada się o reklamie Jacek Warchała, *Perswazja i prawda w tekście reklamowym*, „Prace Filologiczne” 2007, t. LIII.

¹⁶ Angielszczyzny w języku ludzi mediów jest bardzo dużo. Według krytycznego Ryszarda Kapuścińskiego *media worker* stara się atrakcyjnie sprzedać towar, jakim jest informacja (por. K. Żórawski, *Telewizja, wirus wiecznej zabawy*, „Gazeta Wyborcza”, 10 II 2009, s. 20–21).