Taktyka udzielania informacji na miejscu zdarzenia

praca zbiorowa

Słupsk 2015
Szkoła Policji w Słupsku

Publikacja stanowi materiał dydaktyczny przeznaczony do użytku wewnętrznego Policji. Materiał może być reprodukowany przez policjantów przygotowujących się do realizacji zadań służbowych. Nie wolno go reprodukować ani wykorzystywać w innych celach lub dla innych podmiotów zewnętrznych bez zgody Wydawcy.

Według stanu prawnego na wrzesień 2015 r.

Autorzy rozdziałów:
Marek Banoth, *Aspekty prawne*
Agnieszka Hanak, *Aspekty taktyczne*
Marta Grzybowska, *Aspekty psychologiczne*
Grażyna Szot, *Aspekty językowe*

Fotografie: Piotr Kozłowski

Adiustacja tekstu: Grażyna Szot
Projekt okładki: Marcin Jedynak
Druk: Andrzej Block

Szkoła Policji w Słupsku, 76–200 Słupsk, ul. Kilińskiego 42
www.slupsk.szkolapolicji.gov.pl
e-mail: spslupsk@slupsk.szkolapolicji.gov.pl
Słupsk 2015

Spis treści

Wstęp 5
1. Aspekty prawne 7
   1.1. Konstytucyjne prawo do informacji prasowej 7
   1.2. Dziennikarz w świetle *Ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe* 8
   1.3. Uprawnienia dziennikarzy wynikające z ustawy Prawo prasowe 11
   1.4. Zachowanie funkcjonariusza Policji na miejscu wykonywania czynności 13
2. Aspekty taktyczne 16
   2.1. Taktyka kontaktu – jak udzielać informacji na miejscu zdarzenia 16
   2.2. Komunikacja niewerbalna – zachowanie się przed kamerą 18
   2.3. Wypowiedź w granicach kompetencji 20
   2.4. Zakazy w zakresie udzielania informacji przedstawicielom środków masowego przekazu 23
3. Aspekty psychologiczne 24
   3.1. Pierwsze wrażenie 24
   3.2. Kontakt z dziennikarzem oparty na zasadach savoir-vivre'u 28
   3.3. Rozmowa z dziennikarzem – podsumowanie 30
4. Aspekty językowe 32
   4.1. Kultura języka – a kogo to? 32
   4.2. Zakres pojęcia kultury języka 33
   4.3. Sens komunikacji językowej 35
   4.4. Styl językowy i norma językowa 37
   4.5. Brak porozumienia 43
   4.6. „Mów, a powiem ci, kim jesteś" 48
Załącznik 50
Bibliografia 59

Wstęp

Czwarta władza – to w państwach demokratycznych określenie wolnej prasy (mediów masowych, środków masowej komunikacji, środków przekazu społecznego). Ustawiana jest w szeregu obok władzy ustawodawczej, wykonawczej i sądowniczej, gdyż siła prasy jest tak wielka, że może kształtować społeczeństwo i politykę. Poza tym spełnia funkcję kontrolną pozostałych trzech władz, aby nie dochodziło do nadużyć i korupcji[1].

Dziennikarze realizując swoją misję informacyjną, ciągle podążają za nowymi informacjami i często usiłują je zdobyć za pomocą różnych metod. Informacje z zakresu porządku i bezpieczeństwa publicznego są szczególnie interesujące, gdyż zwykle są sensacyjne i wywołują duże zainteresowanie odbiorców. Dziennikarze często docierają do funkcjonariuszy Policji i oczekują zwykle szerokich i konkretnych informacji, powołując się na Konstytucję Rzeczypospolitej Polskiej i Prawo prasowe. Dlatego też każdy funkcjonariusz Policji powinien znać sytuację prawną w tym zakresie i umieć tak się zachować w kontaktach z mediami, aby nie naruszać prawa i jednocześnie udzielić właściwej informacji, dbając o interes Policji.

Z reguły wypowiedzi mediom udzielają rzecznicy/oficerowie prasowi, należy jednak pamiętać, iż zgodnie z *Zarządzeniem nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w sprawie form i metod działalności prasowo-informacyjnej w Policji* osobami upoważnionymi do udzielania informacji są również inni funkcjonariusze lub pracownicy Policji. Udzielanie informacji przedstawicielom środków masowego przekazu możliwe jest w trzech sytuacjach: 1) w ramach realizacji obowiązków rzecznika/oficera prasowego Policji, 2) za zgodą właściwego rzecznika/oficera prasowego na temat działań Policji i w uzgodnionym zakresie (np. wywiad na temat pracy dzielnicowego) oraz 3) w formie wypowiedzi policjanta na miejscu zdarzenia pod nieobecność rzecznika/oficera prasowego. Niniejsza pozycja kładzie nacisk na kontakt policjanta z dziennikarzem na miejscu zdarzenia.

Przybliżając problematykę współpracy funkcjonariuszy Policji z mass mediami, autorzy pragną zwrócić uwagę na praktyczne aspekty udzielania informacji, aby policjant wywiązał się z tego obowiązku profesjonalnie – z jednoczesnym zwróceniem uwagi na interes służby, który niejednokrotnie może być sprzeczny z oczekiwaniami dziennikarzy.

Główna treść opracowania składa się z czterech części, które ujmują przedmiotowe zagadnienie z różnych punktów widzenia: prawnego, taktycznego, psychologicznego i językowego. Dobór aspektów pozwala na całościowe ujęcie zagadnienia, gdyż tylko takie podejście pozwala na kompetentny kontakt z dziennikarzem. Tak skonstruowany materiał może posłużyć jako kompendium wiedzy dla słuchaczy zarówno szkolenia zawodowego podstawowego, jak i kursów specjalistycznych w zakresie udzielania informacji środkom masowego przekazu.

Warto dodać, że jest to kolejna pozycja słupskiej Szkoły Policji dotycząca ogólnie rozumianej współpracy policji z dziennikarzami. W ostatnich latach ukazały takie, jak: L. Dankowski, *Kontakt policjanta z dziennikarzem na poziomie podstawowym*, M. Grzybowska, *Kształtowanie wizerunku Policji w mediach*, M. Grzybowska, A. Hanak, A. Niezabitowska, *Przekaz medialny*[2].

---

[1] https://pl.wikipedia.org/wiki/Czwarta_w%C5%82adza, dostęp: 27.04.2015 r.

[2] Wszystkie publikacje są dostępne na stronie internetowej Szkoły w zakładce e-Biblioteka (www.slupsk.szkolapolicji.gov.pl).

1. Aspekty prawne

1.1. Konstytucyjne prawo do informacji prasowej

Prawo do zbierania informacji, a następnie ich rozpowszechniania zostało zagwarantowane na poziomie Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Już w pierwszym rozdziale, zatytułowanym *Rzeczpospolita*, w którym zawarto zasady ustrojowe, umieszczono gwarancję ustrojową dotyczącą wolności prasy (art. 14):

> „Rzeczpospolita Polska zapewnia wolność prasy i innych środków społecznego przekazu."

Zaznaczyć należy, że Zgromadzenie Narodowe, które 2 kwietnia 1997 r. uchwaliło Konstytucję poprzez wpisanie ww. zasady do pierwszego rozdziału, określiło jej naczelną rangę. Biorąc pod uwagę historię i przemiany ustrojowe, które zaszły w naszym kraju na przełomie lat 80. i 90. XX wieku, można dostrzec, jak wiele wagi przywiązano do zapewnienia wolności prasie i innym środkom społecznego przekazu. Stworzono tym samym „czwartą władzę", która ma obecnie ogromne znaczenie w informowaniu obywateli naszego państwa o wszelkich zjawiskach.

W rozdziale drugim, zatytułowanym *Wolności, prawa i obowiązki człowieka i obywatela*, zapisano uprawnienia w zakresie pozyskiwania informacji, które są bardzo istotne z punktu widzenia realizacji zadań informacyjnych prasy i innych środków społecznego przekazu. W art. 54 ust. 1 (podtytuł *Wolności i prawa osobiste*) wskazano, że

> „każdemu zapewnia się wolność wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji."

Jednocześnie zakazano prewencyjnej cenzury środków społecznego przekazu oraz koncesjonowania prasy. Dopuszczono jedynie fakultatywnie obowiązek uzyskania koncesji na prowadzenie stacji radiowej lub telewizyjnej. Zgodnie z tym przepisem obowiązuje wolność w wyrażaniu poglądów, co czyni przekaz medialny całkowicie niezależny i wieloraki w poglądach. Wolność ta jest dodatkowo umocniona zakazem cenzury. **Wolno także każdemu pozyskiwać i rozpowszechniać informacje**, co daje szerokie możliwości w przekazie zdobytych informacji.

Z kolei w art. 61 ust. 1 (podtytuł *Wolności i prawa polityczne*) zapisano:

> „obywatel ma prawo do uzyskiwania informacji o działalności organów władzy publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne. Prawo to obejmuje również uzyskiwanie informacji o działalności organów samorządu gospodarczego i zawodowego, a także innych osób oraz jednostek organizacyjnych w zakresie, w jakim wykonują one zadania władzy publicznej i gospodarują mieniem komunalnym lub majątkiem Skarbu Państwa."

Ograniczenie tego prawa może nastąpić wyłącznie ze względu na ochronę wolności i praw innych osób i podmiotów gospodarczych oraz ochronę porządku publicznego, bezpieczeństwa lub ważnego interesu gospodarczego państwa.

Podsumowując:

1. Prasa i inne środki społecznego przekazu są całkowicie wolne, co gwarantuje Rzeczpospolita Polska.
2. Każdy jest wolny w wyrażaniu swoich poglądów.
3. Każdy może pozyskiwać i rozpowszechniać informacje.
4. Cenzura prewencyjna środków społecznego przekazu jest zakazana.
5. Koncesjonowanie prasy jest zakazane.
6. Prowadzenie stacji radiowej lub telewizyjnej może wymagać uzyskania koncesji.
7. Obywatel ma prawo do uzyskiwania informacji o działalności organów władzy publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne (może ono być ograniczone wyłącznie ze względu na ochronę wolności i praw innych osób i podmiotów gospodarczych oraz ochronę porządku publicznego, bezpieczeństwa lub ważnego interesu gospodarczego państwa).
8. Obywatel ma prawo do uzyskiwania informacji o działalności organów samorządu gospodarczego i zawodowego, a także innych osób oraz jednostek organizacyjnych w zakresie, w jakim wykonują one zadania władzy publicznej i gospodarują mieniem komunalnym lub majątkiem Skarbu Państwa (może ono być ograniczone wyłącznie ze względu na ochronę wolności i praw innych osób i podmiotów gospodarczych oraz ochronę porządku publicznego, bezpieczeństwa lub ważnego interesu gospodarczego państwa).

1.2. Dziennikarz w świetle *Ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe*

Aktem normatywnym regulującym zakres medialnego przekazu informacji jest *Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe*. W art. 1 tej ustawy czytamy, że

> „prasa, zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej, korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej".

Prawo prasowe definiuje następujące pojęcia:

1) **prasa** – to publikacje periodyczne, które nie tworzą zamkniętej, jednorodnej całości, ukazują się nie rzadziej niż raz do roku, są opatrzone stałym tytułem albo nazwą, numerem bieżącym i datą, a w szczególności dzienniki i czasopisma, serwisy agencyjne, stałe przekazy teleksowe, biuletyny, programy radiowe i telewizyjne oraz kroniki filmowe; prasą są także wszelkie istniejące i powstające w wyniku postępu technicznego środki masowego przekazywania, w tym rozgłośnie oraz tele- i radiowęzły zakładowe, upowszechniające publikacje periodyczne za pomocą druku,

wizji, fonii lub innej techniki rozpowszechniania; prasa obejmuje również zespoły ludzi i poszczególne osoby zajmujące się działalnością dziennikarską,
2) **dziennik** – to ogólnoinformacyjny druk periodyczny lub przekaz za pomocą dźwięku oraz dźwięku i obrazu, ukazujący się częściej niż raz w tygodniu,
3) **czasopismo** – to druk periodyczny ukazujący się nie częściej niż raz w tygodniu, a nie rzadziej niż raz w roku; przepis ten stosuje się odpowiednio do przekazu za pomocą dźwięku oraz dźwięku i obrazu innego niż określony w pkt 2),
4) **materiał prasowy** – to każdy opublikowany lub przekazany do opublikowania w prasie tekst albo obraz o charakterze informacyjnym, publicystycznym, dokumentalnym lub innym, niezależnie od środków przekazu, rodzaju, formy, przeznaczenia czy autorstwa,
5) **dziennikarz** – to osoba zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji,
6) **redaktor** – to dziennikarz decydujący lub współdecydujący o publikacji materiałów prasowych,
7) **redaktor naczelny** – to osoba posiadająca uprawnienia do decydowania o całokształcie działalności redakcji,
8) **redakcja** – to jednostka organizująca proces przygotowywania (zbierania, oceniania i opracowywania) materiałów do publikacji w prasie[3].

Oddzielnego omówienia – ze zwróceniem uwagi na ich wzajemne relacje – wymagają definicje: prasa, redakcja i dziennikarz.

Prasa, w rozumieniu ustawy Prawo prasowe, jest bardzo szerokim pojęciem, obejmującym swoim zakresem zarówno dziennikarzy, jak i ich periodyczne produkty rozpowszechniane za pomocą wszelkich technik, znanych obecnie i przyszłych. Dzisiaj znamy prasę drukowaną, przekaz radiowy, przekaz telewizyjny, radiowęzły i internet. Zaznaczyć należy, że definicja ta wynika z ustawy z 1984 r., uchwalonej w czasie obowiązywania *Konstytucji Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej z dnia 22 lipca 1952 r.* i do dziś nie została przez ustawodawcę zmieniona.

Redakcja z kolei jako jednostka organizująca proces przygotowywania informacji stanowi jednocześnie pracodawcę dla dziennikarzy i musi spełniać wszystkie wymogi określone dla pracodawcy w *Ustawie z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy*. Z formalnego punktu widzenia redakcja musi być stroną umowy o pracę z dziennikarzem.

Zgodnie z ustawową definicją (Prawo prasowe) za dziennikarza może być uznana tylko osoba, która jest pracownikiem redakcji (pozostająca w stosunku pracy z redakcją). Natomiast, jak wskazuje kodeks pracy, pracownikiem jest osoba zatrudniona na podstawie umowy o pracę, powołania, wyboru, mianowania lub spółdzielczej umowy o pracę[4]. Stosunek pracy nie zostaje nawiązany w przypadku umów cywilnoprawnych (tzn. zawieranych według kodeksu cywilnego, a nie kodeksu pracy), np. umowy zlecenia, umowy o dzieło czy umowy agencyjnej. Redakcja zaś musi być pracodawcą dla dziennikarza. Pracodawcą jest jednostka organizacyjna, choćby nie posiadała osobowości prawnej, a także osoba fizyczna, jeżeli zatrudniają one pracowników[5]. Stosunkiem łączącym redakcję z dziennikarzem jest umowa o pracę. **A więc z formalnego punktu widzenia dziennikarzem jest osoba związana umową o pracę z redakcją.**

Dziennikarzem może być też osoba nie będąca pracownikiem redakcji, która spełnia jednocześnie dwa warunki:
1) **działa na rzecz redakcji**,

[3] *Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe* (Dz.U. Nr 5, poz. 24 z późn. zm.), art. 7 ust. 2.
[4] *Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy* (Dz.U. z 2014 r., poz. 1502 z późn. zm.), art. 2.
[5] Tamże, art. 3.

2) **działa z upoważnienia redakcji**.

Przez **upoważnienie** należy rozumieć przedstawicielstwo do czynności lub pełnomocnictwo, gdyż są to synonimy. *Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny* używa tych dwóch terminów dla określenia umocowania do czynności, z tym że precyzyjnie określa termin „pełnomocnictwo", natomiast wielokrotnie posługuje się terminem „upoważnienie" w znaczeniu ogólnym, nie określając dokładnie, co ten termin oznacza.

Z treści przepisów, w których zawarto termin „upoważnienie", jednoznacznie wynika, że chodzi o oświadczenie woli mocodawcy do udzielenia pełnomocnictwa. Rozróżnia się pełnomocnictwo ogólne (do czynności zwykłego zarządu), pełnomocnictwo rodzajowe obejmujące umocowanie do określonego rodzaju czynności, pełnomocnictwo szczególne obejmujące umocowanie do konkretnej czynności. Pełnomocnictwo najczęściej bywa udzielane przez sporządzenie pisemnego dokumentu, jednak polskie prawo nie zabrania udzielenia pełnomocnictwa w sposób dorozumiany (w tym również w formie ustnej). Jedynie w przypadku pełnomocnictwa ogólnego powinno być udzielone na piśmie pod rygorem nieważności. **Z formalnego punktu widzenia dziennikarzem jest także osoba dysponująca upoważnieniem redakcji do działania na rzecz tej redakcji.**

W świetle powyższych definicji można wzajemne relacje przedstawić następująco:

1) redakcja – pracodawca,
2) dziennikarz – pracownik redakcji,

lub:

1) redakcja – jednostka upoważniająca dziennikarza,
2) dziennikarz – osoba upoważniona, prowadząca działalność na rzecz redakcji.

Teoretycznie jest wiadomo, kim jest dziennikarz, w praktyce jednak mogą wystąpić trudności ze stwierdzeniem, iż mamy do czynienia z dziennikarzem. Jak bowiem policjant ma jednoznacznie stwierdzić, że będzie udzielał informacji osobie uprawnionej do pozyskiwania i rozpowszechniania informacji, czyli dziennikarzowi? Z prawnego punktu widzenia problem ten nie jest uregulowany. W *Ustawie z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe* **brak jakiegokolwiek zapisu na temat dokumentu potwierdzającego wykonywanie funkcji dziennikarza. Ustawa ta nie przewiduje legitymacji dziennikarza i innego dokumentu potwierdzającego wykonywanie funkcji dziennikarskiej**. W systemie polskiego prawa znane są akty normatywne regulujące kwestię właściwych dokumentów dla konkretnych podmiotów. Przykładami mogą być poniższe cytaty:

> „Minister właściwy do spraw wewnętrznych, w drodze rozporządzenia, określa rodzaje i wzory legitymacji służbowych i innych dokumentów policjantów, organy właściwe do ich wydawania oraz zasady dokonywania wpisów w tych dokumentach"[6].

> „Sędzia otrzymuje legitymację służbową, wymieniającą zajmowane przez niego stanowisko i miejsce służbowe. Minister Sprawiedliwości określi, w drodze zarządzenia, wzór legitymacji służbowej sędziego"[7].

> „Posłowi wydaje się legitymację poselską, a senatorowi legitymację senatorską. (...) Wzór legitymacji (...), a także tryb postępowania oraz warunki wydawania ich dupli-

[6] *Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji* (tekst jednolity: Dz.U. z 2011 r. Nr 287, poz. 1687 z późn. zm.), art. 28 ust. 5.

[7] *Ustawa z dnia 27 lipca 2001 r. Prawo o ustroju sądów powszechnych* (Dz.U. Nr 98, poz. 1070), art. 84 § 3.

katów w razie zniszczenia lub zagubienia określają odpowiednio Marszałek Sejmu i Marszałek Senatu[8]".

„Przy wykonywaniu czynności komornik jest obowiązany używać identyfikatora wydanego przez Krajową Radę Komorniczą zawierającego jego imię i nazwisko, zdjęcie, określenie pełnionej funkcji i oznaczenie sądu rejonowego, przy którym działa[9].

W praktyce dziennikarze posługują się różnymi legitymacjami lub identyfikatorami, które jednak nie mają umocowania prawnego. Są one powszechnie nazywane „legitymacjami prasowymi". Aby można było przyjąć, że spełniają funkcję identyfikującą osobę jako dziennikarza, powinny potwierdzać, że wskazana w legitymacji osoba jest dziennikarzem zatrudnionym w konkretnej redakcji lub została upoważniona do działania na rzecz konkretnej redakcji.

Zatem jak stwierdzić, że informacji oczekuje dziennikarz? Policjant powinien dołożyć starań, aby upewnić się, że faktycznie tak jest. **Osobę taką należy wylegitymować, podając jako przyczynę konieczność ustalenia pełnienia funkcji dziennikarza i zweryfikować legitymację prasową pod kątem informacji potwierdzających, że wskazana w legitymacji osoba jest dziennikarzem zatrudnionym w konkretnej redakcji czy też została upoważniona do działania na rzecz konkretnej redakcji.** Jeżeli wymagane warunki nie są spełnione, to nie ma podstaw do uznania danej osoby za dziennikarza w rozumieniu Prawa prasowego, a co za tym idzie – nie ma konieczności współpracy z taką osobą w zakresie udzielania informacji.

1.3. Uprawnienia dziennikarzy wynikające z ustawy Prawo prasowe

Ustawa Prawo prasowe w rozdziale drugim, zatytułowanym *Prawa i obowiązki dziennikarzy*, wskazuje tylko trzy uprawnienia dziennikarza:
1) prawo do uzyskiwania informacji – art. 4 i 11,
2) prawo do zachowania w tajemnicy swego nazwiska – art. 15 ust. 1,
3) prawo do zwolnienia od zachowania tajemnicy zawodowej – art. 16.

„Argumenty" prawne

Pomimo tak ograniczonego katalogu uprawnień dziennikarze mogą powoływać się na inne ogólne przepisy, stanowiące swoiste „argumenty" mające wpłynąć na policjanta. Używając ich, będą starali się do swojej misji przekonać policjanta mającego jakąkolwiek wiedzę na temat jakiegokolwiek zdarzenia i nakłonić go do przekazywania informacji. **Takich samych argumentów mogą używać w stosunku do policjanta za-**

[8] *Ustawa z dnia 9 maja 1996 r. o wykonywaniu mandatu posła i senatora* (Dz.U. Nr 73, poz. 350), art. 45 ust. 1 i 3.

[9] *Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o komornikach sądowych i egzekucji* (Dz.U. Nr 133, poz. 882), art. 17a ust. 1.

bezpieczającego miejsce zdarzenia – aby dostać się w to miejsce i utrwalać obraz lub dźwięk. Argumenty te mogą być oparte na przepisach *Ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe* (np. art. 1, 2, art. 4 ust. 1, art. 10 ust. 1, art. 11 i 49). Dziennikarze chcąc wpłynąć na policjanta, mogą wybiórczo cytować fragmenty powyższych przepisów. Faktycznie ich fragmentaryczne odczytywanie może tworzyć iluzję poczucia obowiązku współpracy z dziennikarzem lub nawet wywoływać poczucie odpowiedzialności w przypadku odmowy udzielania informacji. W takich sytuacjach pomocne będzie ścisłe stosowanie się do *Zarządzenia nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w sprawie form i metod działalności prasowo-informacyjnej w Policji*.

Tryby zdobywania informacji

Opierając się na przepisach prawa, można wyodrębnić dwa sposoby zdobywania informacji przez dziennikarzy: pierwszy – oficjalny, polegający na zwróceniu się do organu Policji z zapytaniem lub prośbą o informację, oraz drugi – alternatywny, będący często aktywnym zbieraniem informacji w pilnych wypadkach. Tryb „oficjalny" oparty jest na art. 3a, 4, 6 i 11 ustawy Prawo prasowe, natomiast „alternatywny" na art. 5, 6, 11 i 15 ustawy Prawo prasowe.

Warto zadać sobie pytanie: czym faktycznie jest informacja publiczna? W doktrynie i orzecznictwie zaznaczyły się dwa stanowiska. Według pierwszego z nich *Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej* obejmuje co prawda swoją mocą dane o indywidualnych sprawach (w tym akta postępowania), ale tylko w takim zakresie, w jakim dotyczą one spraw publicznych. W konsekwencji należy wyróżnić podział na „sprawy prywatne" (tutaj w znaczeniu niepubliczne) oraz „sprawy publiczne", przy czym do pierwszej kategorii spraw ustawa nie będzie miała zastosowania.

Drugie stanowisko kładzie nacisk na kryterium podmiotowe w rozumieniu spornego pojęcia „informacji o sprawach publicznych", biorąc pod uwagę adresata żądania udostępnienia informacji publicznej, a więc wytwórcę i dysponenta informacji publicznej w rozumieniu art. 1 ust. 1 oraz art. 3 ust. 2 ustawy o dostępie do informacji publicznej. Wydaje się, że przy wykładni tego pojęcia kierować się należy przepisami *Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.* (szczególnie art. 61 ust. 1). Prawo **do uzyskiwania informacji o działalności organów władzy publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne** obejmuje również uzyskiwanie informacji o działalności organów samorządu gospodarczego i zawodowego, a także innych osób oraz jednostek organizacyjnych w zakresie, w jakim wykonują one zadania władzy publicznej i gospodarują mieniem komunalnym lub majątkiem Skarbu Państwa[10].

Jednocześnie pamiętać należy o granicy wyznaczonej przez prawo karne w zakresie informacji z postępowania przygotowawczego.

Uwaga! Przepis art. 18 § 3 k.k. w zw. z art. 241 § 1 k.k. grozi odpowiedzialnością w przypadku pomocnictwa (udzielanie informacji) do przestępstwa rozpowszechnia publicznego wiadomości z postępowania przygotowawczego.

Z powyższych przepisów wynika, że dziennikarze mają bardzo duże możliwości zdobywania informacji. Mogą oficjalnie zwracać się do organów Policji o udzielanie informacji, a także samodzielnie zdobywać je wśród obywateli.

[10] M. Kotulski, *Informacja publiczna a „sprawy prywatne" władzy publicznej*, http://www.stanczyk.org.pl/wp-content/uploads/2012/11/Informacja-publiczna_MKotulski.pdf, dostęp: 27.04.2015 r.

1.4. Zachowanie funkcjonariusza Policji na miejscu wykonywania czynności

Aktem normatywnym obowiązującym w Policji, określającym zasady udzielania informacji dziennikarzom jest *Zarządzenie nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w sprawie form i metod działalności prasowo-informacyjnej w Policji*.

Działalność prasowo-informacyjną w Policji prowadzą, w zakresie swojej właściwości, komendant główny Policji, komendanci wojewódzcy Policji, komendant stołeczny Policji oraz komendanci powiatowi (miejscy, rejonowi) Policji, z tym że jest ona wykonywana za pośrednictwem **rzeczników prasowych** (na poziomie KGP i KWP) oraz **oficerów prasowych** (na poziome KPP, KMP, KRP). Działalność taka może być wykonywana także przez innych funkcjonariuszy i pracowników Policji upoważnionych do udzielania informacji.

Uwaga! Zarządzenie nr 1204 zezwala na udzielanie informacji bezpośrednio przez funkcjonariuszy Policji będących **na miejscu wykonywania czynności**.

Uwaga! Informacji na miejscu zdarzenia udziela się dziennikarzom tylko na ich wyraźne żądanie i po okazaniu przez nich legitymacji prasowej (§ 7 ust. 1 zarządzenia nr 1204).

Informacji może udzielić każdy obecny na miejscu wykonywania czynności funkcjonariusz Policji. Zgodnie z ww. zarządzeniem, jeżeli znajduje się tam kilku funkcjonariuszy Policji, informacji udziela ten funkcjonariusz, który kieruje działaniami, lub wyznaczona przez niego osoba (§ 7 ust. 2).

W przypadku szczególnego zainteresowania środków masowego przekazu działaniami Policji, na miejscu zdarzenia powinna znajdować się osoba wykonująca działalność prasowo-informacyjną, tj. rzecznik/oficer prasowy lub inny funkcjonariusz lub pracownik Policji upoważniony do udzielania informacji (§ 8 zarządzenia nr 1204).

Dostęp do miejsca wykonywania czynności

Dowodzący działaniami policyjnymi może, po ustaleniu z osobą wykonującą działalność prasowo-informacyjną, tj. rzecznikiem/oficerem prasowym lub innym funkcjonariuszem lub pracownikiem Policji upoważnionymi do udzielania informacji, wyrazić zgodę na dostęp dziennikarzy do miejsca wykonywania czynności w pełnym lub ograniczonym zakresie (§ 9 ust. 1 zarządzenia nr 1204).

W przypadku użycia uzbrojonych oddziałów lub pododdziałów Policji dowodzący działaniami policyjnymi może umożliwić dziennikarzom dostęp do miejsca wykonywania czynności po ostrzeżeniu, że funkcjonariusze Policji tych oddziałów lub pododdziałów nie mogą zapewnić dziennikarzom bezpieczeństwa fizycznego (§ 9 ust. 3 zarządzenia nr 1204). Ostrzeżenie to ma zwrócić uwagę dziennikarza , że gdy dojdzie do nagłej zmiany sytuacji, policjanci nie będą mogli zapewnić mu bezpieczeństwa, więc powinien on uwzględnić konsekwencje decyzji wejścia np. w agresywny tłum.

Uwaga! Zgoda na dostęp dziennikarzy do miejsca wykonywania czynności nie jest wymagana wobec dziennikarza zbierającego informacje, nagrywającego dźwięk, fotografującego lub filmującego miejsce wykonywania czynności na terenie ogólnie dostępnym (§ 9 ust. 2 zarządzenia nr 1204).

Miejsce ogólnie dostępne – to miejsce nie objęte zabezpieczeniem policyjnym (czyli nie jest to miejsce zdarzenia zabezpieczone taśmą policyjną).



1. Policjant przekazuje informacje w miejscu ogólnie dostępnym.

Uwaga! Miejsca ogólnie dostępnego nie należy utożsamiać z miejscem publicznym, są to różne pojęcia.

Miejsce zdarzenia – to obszar (przestrzeń), gdzie doszło do przestępczego działania człowieka lub wystąpiło jakieś zjawisko, w wyniku którego zaistniały zmiany w obiektywnej rzeczywistości – powstały ślady kryminalistyczne[11].

Miejsce zdarzenia – to wycinek przestrzeni bądź pomieszczenia lub całe pomieszczenie, w którym mogą się znajdować ślady lub inne rzeczowe źródła informacji o określonym zdarzeniu, jego przebiegu, osobach w nim uczestniczących oraz o rolach, jakie osoby te odegrały w tym zdarzeniu[12].

[11] St. Czerw, *Kryminalistyczne badanie miejsca zdarzeń*, [w:] W. Kędzierski (red.), *Technika kryminalistyczna*, t. 1, Szczytno 1993, s. 73.

[12] T. Hanausek, *Kryminalistyka. Zarys wykładu*, Zakamycze 1998, s. 48.



2. Policjanci wykonują czynności na miejscu zdarzenia, zabezpieczonym taśmą policyjną. Dziennikarz chcąc fotografować, filmować z tego miejsca bezpośrednio (tzn. po przekroczeniu taśmy policyjnej), musi mieć zgodę dowodzącego działaniami policyjnymi.

Uwaga! Dziennikarze mogą często powoływać się na miejsce publiczne, ale należy pamiętać o miejscu zdarzenia i konieczności zabezpieczenia takiego miejsca przed ingerencją osób trzecich.

Miejscem wykonywania czynności jest zatem np.:
- miejsce dokonania (popełnienia) przestępstwa,
- miejsce zaistnienia jakiegoś skutku, np. śmierci człowieka, uszkodzenia ciała, pożaru, zaboru mienia, kolizji drogowej,
- teren (obszar) przyległy, otaczający miejsce popełnienia przestępstwa,
- droga przyjścia sprawcy na miejsce przestępstwa i odejścia z niego,
- miejsce ukrycia się osoby (sprawcy),
- miejsce ukrycia zwłok,
- miejsce porzucenia lub ukrycia przedmiotów (narzędzi) użytych do popełnienia przestępstwa lub przedmiotów pochodzących z przestępstwa,
- miejsce, gdzie czyniono przygotowania do popełnienia przestępstwa[13].

[13] A. Sanecki, *Zabezpieczenie miejsca zdarzenia do czasu oględzin*, Słupsk 2013, s. 10.

2. Aspekty taktyczne

2.1. Taktyka kontaktu – jak udzielać informacji na miejscu zdarzenia

Współpraca z mediami ma ogromny wpływ na wizerunek zawodu policjanta, na wyobrażenie liczby i jakości realizowanych na co dzień obowiązków, społeczną ocenę skuteczności działania, jak również na samoocenę funkcjonariuszy. Warto uświadomić sobie, jak osoby niezwiązane z zawodem policjanta postrzegają policjantów ze służb interwencyjnych, ruchu drogowego czy służb kryminalnych: jakie mają pierwsze skojarzenia? jakie cechy przypisaliby im? na podstawie czego tak sądzą? Mimo iż wiele z nich nie ma żadnych osobistych doświadczeń kontaktu z policjantem, na które mogłyby się powołać, uzasadniając swoją odpowiedź, ich skojarzenia są wręcz natychmiastowe i osadzone na wizerunku kreowanym przez media (np. w filmach *13 posterunek*, *Ludzie Chudego*, *Psy*). Podobnie jest w przypadku społecznych oczekiwań wobec policjanta (np. gdy osoba podczas zgłaszania interwencji prosi o pomoc policjantów takich jak z serialu *W11 – Wydział Śledczy*).

Wrażenia odbiorców ukształtowane na podstawie filmów prowadzą do fałszywego wyobrażenia rzeczywistości, ale to one wpłyną na postawy, a w konsekwencji na zachowanie się jednostki w kontakcie z policjantem. Z jednej strony brak społecznej refleksji nad materiałem prezentowanym w mediach powoduje, że wyobrażenie o służbie policjantów ma niewiele wspólnego z rzeczywistością: policjant w jednej chwili ma złapać przestępcę, znaleźć dowody i osądzić zatrzymanego. Z drugiej strony szuka się sytuacji, gdy policjanci przekroczyli prawo (czy też balansowali na granicy prawa) lub nie dopełnili obowiązków służbowych. W internecie można znaleźć bardzo dużo filmików prezentujących policjantów z dobrej i złej, kompromitującej strony. Należy pamiętać, iż telewizja, radio, prasa, internet to nieformalna czwarta władza. Podana wiadomość może być elementem manipulacji, szczególnie gdy dziennikarz postrzegany jest przez widza jako autorytet. Dlatego istotne jest, byśmy przed dziennikarzami nie uciekali, ale opierając się na wiedzy, doświadczeniu zawodowym i kulturze kontaktu, wykorzystywali każdą sytuację, by budować realny obraz naszej codziennej służby, wolny od manipulacji czy fantazji scenarzysty filmowego.

Fundamentalną rolą mediów jest kontrola władzy w Polsce (*Państwo w państwie*, *Ekspres reporterów*), kształtowanie poglądów odbiorcy, przekazywanie aktualnych informacji (*Wydarzenia*, *Teleexpres*, *Fakty*, *Wiadomości*, *Panorama*), rozrywka (*Big Brother*, *Top Chef*, *Mam talent!*, *W11 – Wydział Śledczy*, *Kryminalni*, *Policjanci i policjantki*), edukacja (*Kobieta na krańcu świata*, *Stop drogówk*a, *Jak to jest zrobione?*, *Uwaga! Pirat*). Zadania te i różnorodność prezentowanych materiałów wpływają również na formułowanie opinii społecznej dotyczącej służby policjantów, na kształtowanie wizerunku tej formacji zawodowej.

Uwaga! Obopólne zrozumienie pracy zarówno dziennikarzy, jak i policjantów, oparte na znajomości obowiązujących przepisów dotyczących udzielania informacji, zapewni rzeczywisty obraz Policji w środkach masowego przekazu i poparcie dla jej działań.

Sukces w kontakcie z przedstawicielami mass mediów zależy od profesjonalnego przygotowania się do kontaktu z dziennikarzem, kamerą i mikrofonem, w tym posiadania wiedzy w zakresie obowiązujących regulacji prawnych, zarówno ogólnych, jak i aktów prawa wewnętrznego, oraz komunikacji werbalnej (tj. forma i treść wypowiedzi) i niewerbalnej (np. postawa ciała, kontakt wzrokowy).

Udzielanie informacji środkom masowego przekazu to proces w większości wypadków jednostronny. Nie mamy możliwości uzyskania zwrotnej informacji, czy zostaliśmy zgodnie z naszymi intencjami odebrani. Ważne jest zatem niepozostawianie niczego przypadkowi. Po przekazaniu informacji będzie ona żyć własnym życiem, a skutki jej niewłaściwego zrozumienia dotkną nie tylko nas, ale również całej instytucji. Człowiek ma tendencje do wychwytywania informacji zgodnych z powziętą opinią i traktowania sprzecznych z nią jako wyjątków potwierdzających regułę. W związku z tym nie należy marnować żadnej okazji na kształtowanie pożądanego przez nas wizerunku nie tyko instytucji, ale przede wszystkim nas samych. Nikt przecież nie lubi się konfrontować z negatywnymi informacjami zwrotnymi na swój temat ani pracować w środowisku, gdzie jest negatywnie postrzegany i podczas każdej czynności spotyka się z biernym oporem.

Komunikacja jest skuteczna wtedy, gdy intencje przekazanej przez nadawcę informacji są tożsame ze zrozumieniem ich przez odbiorcę. Warto więc zadbać, by nasza wypowiedź ani treścią, ani formą nie wprowadzała odbiorcy w błędne rozumienie istoty przekazywanych treści. Z tego powodu należy przestrzegać pewnych zasad.

W wypowiedziach na miejscu zdarzenia policjant udzielający dziennikarzowi informacji powinien:

– **nie używać gwary zawodowej**, np. *klamka* (broń), *znęty* (przestępstwo znęcania się), *sanki* (tymczasowy areszt).

Uwaga! Informacja w momencie przekazywania mass mediom staje się komunikatem o charakterze publicznym, a cechą takiej informacji jest język oficjalny – gwara zawodowa to język potoczny.

Ponadto gwarą zawodową posługują się osoby wykonujące ten sam zawód i ze względu na specyficzne określenia, związane właśnie z wykonywaniem zawodu, język ten jest niezrozumiały dla innych osób, może być nawet źle odbierany, np. jako element uprzedmiotowienia drugiego człowieka, którego problem kryje się za pogardliwymi określeniami często obecnymi w gwarze,

– **nie używać sformułowań typowych dla języka urzędowego** (notatek służbowych, raportów). Jeżeli chcemy być zrozumiani, mówmy w sposób prosty, krótkimi zdaniami,
– **nie pouczać dziennikarza**. Po pierwsze, docelowym odbiorcą przekazywanej informacji nie jest dziennikarz, ale czytelnik/słuchacz/widz, i to on poczuje się napominany. Po drugie, to dziennikarz opracowuje informację. Od sposobu skomentowania może zależeć jej społeczny odbiór. Bywa, że nie słowa dziennikarza, a arsenał środków, którymi dysponuje (np. oświetlenie, zbliżenie, efekty dźwiękowe), przesądzi o zaprezentowaniu policjanta. Gdy dodamy do tego najlepszy czas oglądalności – mamy gotowy efekt,
– **nie kłamać**. Gdy prawdziwa informacja ujrzy światło dzienne, wyjdziemy na krętaczy i osoby chętnie manipulujące innymi,

- **nie spekulować na dany temat** („Co by było, gdyby…"). Społeczeństwo oczekuje rzetelnej, krótkiej informacji dotyczącej poruszanej kwestii. Irytuje się, gdy policjant zaczyna teoretyzować, mówić o sprawach, które się nie zdarzyły,
- **nie chwalić przestępców**. Naszym zadaniem jest pokazywanie policjantów w działaniu, a nie ujawnianie metod, modus operandi sprawcy,
- **nie powtarzać za dziennikarzem zarzutów** (np. *Nie, to nie jest prawda, że policjant pełnił służbę pijany* – podwójne zaprzeczenie tworzy informację, iż to, o co pyta dziennikarz, jest prawdą, dwa minusy dają plus). Poza tym należy unikać powtarzania pytań, gdyż można z nagranego materiału wyciąć kontrowersyjną kwestię i stworzyć nową, kompromitującą dla funkcjonariuszy informację,
- **nie czytać wypowiedzi z kartki**. Jest to mało profesjonalne i pokazuje brak przygotowania się do spotkania i szacunku do partnera rozmowy,
- **unikać ocen negatywnych pod czyimkolwiek adresem**. Subiektywna ocena nie jest przedmiotem naszej wypowiedzi,
- **wypowiadać się krótko i rzeczowo**. Czas antenowy jest bezcenny, w związku z tym dłuższe wypowiedzi nie są emitowane w całości, a w przypadku cięć wypowiedź może nabrać zupełnie innego znaczenia (por. treść na s. 47 dotyczącą manipulacji przekazywaną informacją oraz przekształcania tekstu mówionego na pisany),
- **mówić o dobrej pracy i zaangażowaniu policjantów**, a nie o przestępcach,
- **wypowiadać się w granicach swoich kompetencji**, mając na względzie obowiązujące przepisy,
- **przestrzegać obowiązujących zakazów w zakresie udzielania informacji**.

2.2. Komunikacja niewerbalna – zachowanie się przed kamerą

> „Ponieważ każde zachowanie człowieka może mieć określony sens dla obserwatora, więc za komunikowanie trzeba będzie też uznać wszelkie niezamierzone przekazywanie informacji (np. w sferze komunikacji niewerbalnej – jąkanie się, rumienienie, postawę ciała, wyraz twarzy, gestykulację)"[14].

Komunikacja więc to nie tylko słowa, ale także zachowania uznane przez odbiorcę za niosące informacje zawarte w niewerbalnych aspektach komunikacji.

> „Proces komunikowania to ciąg zachowań, w których co jakiś czas używa się słów, nie zaś łańcuch werbalnych wypowiedzi, od czasu do czasu przerywanych przez niewerbalne działania"[15].

[14] M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000, s. 14.

[15] Tamże, s. 20.

Proces przekazywania informacji zawsze odbywa się na dwóch płaszczyznach: słów i towarzyszących im komunikatów niewerbalnych. Dlatego też przed nagraniem warto zwrócić uwagę na te aspekty komunikacji niewerbalnej, które mogą być nośnikiem informacji niekorzystnych dla nas. Stąd będąc przed kamerą:

- **zwróć uwagę na wygląd munduru** – sprawdź, czy elementy twojego wyglądu są zgodne z obowiązującymi przepisami[16]. Świadomość wyglądu powinna nam towarzyszyć w służbie stale, gdyż jako osoby pełniące funkcje publiczne w każdej chwili możemy być poproszeni o udzielenie informacji, które będą rozpowszechnione,
- **kieruj wzrok na swojego rozmówcę i mów do niego**,
- **przyjmij stabilną postawę** – najważniejsze są prosty tułów i wyprostowana głowa,
- **nie wykonuj zbędnych ruchów** – stań w lekkim rozkroku lub wykroku i zablokuj kolana,
- **ręce opuść wzdłuż tułowia lub schowaj je za plecami, łapiąc się za nadgarstek**,
- **unikaj rozpraszających uwagę ruchów**, np. pstrykanie długopisem, bawienie się zegarkiem, obrączką,
- **panuj na emocjami i mimiką twarzy**,
- **oddychaj spokojnie, rozluźnij się** – zdenerwowany głos brzmi piskliwie,
- **pracuj nad głosem, tempem wypowiedzi, stosuj pauzy dla podkreślenia istotnych rzeczy**.



3. Policjant przekazuje informacje na zewnątrz budynku – w nakryciu głowy i w otoczeniu nie budzącym negatywnych skojarzeń. Przyjął postawę swobodną, ręce ma opuszczone wzdłuż ciała, nogi lekko rozstawione, wzrok skierowany na zadającego pytania.

[16] *Zarządzenie nr 7 Komendanta Głównego Policji z dnia 1 marca 2013 r. w sprawie regulaminu musztry w Policji* (Dz.Urz. KGP, poz. 18).

W zależności od kontekstu sytuacyjnego odbiorca będzie przekazywanym informacjom przypisywał konkretne znaczenie. Dlatego istotnym elementem udzielania informacji może być tło. Miejsce, w którym się wypowiadamy,

> „rzutuje w sposób bardzo znaczący na wrażenie, jakie wywołuje nasza wypowiedź"[17].

Ważne jest, co znajduje się za policjantem, czy tło nie jest kompromitujące (np. poroże jelenia, wystające gałęzie, tłoczne miejsce, gdzie ludzie mogą okazywać różne gesty, a policjant stojąc tyłem, nie będzie ich widział), drwiące, zawierające hasła (np. *JP*, *CHWDP*) przedstawiające policję w złym świetle.

2.3. Wypowiedź w granicach kompetencji

> „Informacji na temat działań Policji mogą udzielać, **w granicach swoich kompetencji** [pogrubienie autorki], również policjanci i pracownicy Policji przygotowani i upoważnieni do tego jednorazowo lub czasowo przez właściwego rzecznika prasowego **w uzgodnionym z nim zakresie** [pogrubienie autorki]"[18].

W czasie zajęć na kursie zawodowym podstawowym z zakresu udzielania informacji dziennikarzom na miejscu zdarzenia widoczny jest wśród słuchaczy mechanizm modelowania wypowiedzi na przedstawianych w mediach wypowiedziach rzeczników/oficerów prasowych. A przecież prawne regulacje jasno określają granice kompetencji w tym zakresie policjanta na miejscu zdarzenia, które nie są tożsame z kompetencjami rzecznika/oficera prasowego. **Policjant wykonujący czynności na miejscu zdarzenia nie może powiedzieć tego samego, co w tej sytuacji może powiedzieć rzecznik/oficer prasowy.**

Uwaga! Zakres przekazywanych dziennikarzowi informacji powinien odzwierciedlać kompetencje policjanta pracującego na miejscu zdarzenia.

Zgodnie z § 7 ust. 3 zarządzenia nr 1204 informacje przekazywane przez policjanta powinny stanowić jedynie ogólny opis zadania, które wykonuje. Poza podaniem stopnia, imienia i nazwiska oraz stanowiska może on powiedzieć np.:

- *Zabezpieczam miejsce zdarzenia drogowego, do którego doszło dziś około godziny 12.00 na trasie…*
- *Zabezpieczam miejsce zdarzenia – pobicia mężczyzny na giełdzie samochodowej.*
- *Ofiarą zdarzenia jest kobieta. Trwają czynności zmierzające do ustalenia przyczyn i okoliczności śmierci.*

---

[17] P. Andrzejewski (red.), *Sztuka budowania wizerunku osób, firm i instytucji*, Poznań 2003, s. 19.

[18] *Zarządzenie nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w sprawie form i metod działalności prasowo-informacyjnej w Policji* (Dz.Urz. KGP Nr 12, poz. 155), § 6.

Uwaga! Informacje udzielane bezpośrednio na miejscu wykonywania czynności powinny stanowić jedynie ogólny opis zadania, które wykonuje funkcjonariusz, i nie mogą zawierać danych, które posłużyłyby do formułowania sądów o winie uczestników zdarzenia lub do identyfikacji osób uczestniczących w zdarzeniu (§ 7 ust. 3 zarządzenia nr 1204).

Granice tematu, na jaki wypowiada się policjant na miejscu zdarzenia, są jasno określone, więc nie wolno dać się sprowokować do ich przekroczenia. Jeśli pytanie jest oceniające, dotyczy wyrokowania, kto był sprawcą, kto przekroczył uprawnienia, złamał przepisy prawa, lub dziennikarz uporczywie domaga się informacji przekraczających zakres kompetencji policjanta – **powinien on wskazać osobę kompetentną do udzielenia wypowiedzi**, może powiedzieć np.:

– *Proszę z tym pytaniem zwrócić się do rzecznika/oficera prasowego.*
– *Rzecznik/oficer prasowy odpowie na pana/pani pytanie.*
– *Bliższych informacji udzieli rzecznik/oficer prasowy.*

Są to profesjonalne wypowiedzi, natomiast nie należy mówić: *Nie wiem*, *Nie jestem kompetentny* czy też *Bez komentarza*, *Nie potwierdzam, nie zaprzeczam*. Odbiorca chce widzieć i słyszeć osobę kompetentną. Jeżeli dziennikarz chce uzyskać szersze informacje, powinien skontaktować się z rzecznikiem/oficerem prasowym, o czym on doskonale wie.

Uwaga! Kwestie prawidłowej relacji dziennikarz – policjant na miejscu zdarzenia reguluje zarządzenie nr 1204 komendanta głównego Policji.



4. Zgodnie z zarządzeniem nr 1204 dowodzący działaniami policyjnymi może, po ustaleniu z rzecznikiem/oficerem prasowym lub innym funkcjonariuszem/pracownikiem Policji upoważnionymi do udzielania informacji, wyrazić zgodę na dostęp dziennikarzy do miejsca wykonywania czynności (miejsca zdarzenia) w pełnym lub ograniczonym zakresie (§ 9 ust. 1).

Jeśli dziennikarz lub inna postronna osoba fotografuje, filmuje policjantów podczas realizacji czynności służbowych **z terenu ogólnodostępnego** (stojąc przed taśmą policyjną), to może tak robić i nie potrzebuje na to żadnej zgody. Zasłanianie ręką obiektywu, żądanie wydania aparatu, skasowania nagrania czy fotografii jest naruszeniem konstytucyjnego prawa tej osoby, o którym stanowią wskazane wyżej art. 54 ust. 1 i art. 61 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej.



5. Fotografowanie, filmowanie czynności wykonywanych przez policjantów na miejscu zdarzenia jest możliwe z terenu ogólnodostępnego (przed taśmą policyjną).

Atrakcyjna informacja to news, który dziennikarz sprzedaje odbiorcom. Jeśli policjant się nie wypowie, poszuka innego źródła informacji. Może to przyczynić się do powstania przekłamanych wersji zdarzeń. W ten sposób policjant odbiera sobie możliwość wpływu na to, co zostanie opublikowane.

Nie należy bać się tego typu sytuacji, unikać ich czy wrogo reagować na obecność dziennikarza na miejscu zdarzenia, ale w sposób profesjonalny, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, zwracając uwagę na treść i formę, udzielić wypowiedzi, do czego jest się ustawowo zobowiązanym.

Uwaga! Udzielenie informacji przez policjanta na miejscu zdarzenia nie jest równoznaczne z zaspokojeniem ciekawości dziennikarza.

2.4. Zakazy w zakresie udzielania informacji przedstawicielom środków masowego przekazu

Jedynym powodem odmowy udzielenia informacji dziennikarzowi jest to, że jest to informacja nie do udzielenia.

1. Nie ujawniamy informacji:
   - niejawnych o klauzuli „tajne" lub „ściśle tajne" – art. 265 k.k.[19],
   - niejawnych o klauzuli „zastrzeżone" lub „poufne" lub informacji, które funkcjonariusz uzyskał w związku z wykonywaniem czynności służbowych – art. 266 k.k.[20],
   - z postępowania przygotowawczego – art. 241 § 1 k.k.,
   - które posłużyłyby do formułowania sądów o winie uczestników zdarzenia – § 7 ust. 3 zarządzenia nr 1204,
   - danych, które posłużyłyby do identyfikacji osób uczestniczących w zdarzeniu – § 7 ust. 3 zarządzenia nr 1204,
   - o osobie udzielającej pomocy Policji, w zakresie czynności operacyjno-rozpoznawczych – art. 22 ustawy o Policji,
   - dotyczących konstrukcji urządzeń wybuchowych czy innych informacji, których ujawnienia zabrania zdrowy rozsądek.
2. Nie wolno wypowiadać opinii co do rozstrzygnięcia w postępowaniu sądowym przed wydaniem orzeczenia w pierwszej instancji – art. 13 ust. 1 ustawy Prawo prasowe.
3. Nie wolno publikować danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe, jak również danych osobowych i wizerunku świadków, pokrzywdzonych i poszkodowanych, chyba że osoby te wyrażą na to zgodę – art. 13 ust. 2 ustawy Prawo prasowe. Właściwy prokurator lub sąd może zezwolić, ze względu na ważny interes społeczny, na ujawnienie danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe – art. 13 ust. 3 ustawy Prawo prasowe.

Zadaniem policjanta jest wykorzystanie każdego kontaktu z mediami jako okazji do kreowania wizerunku rzeczywistego, pożądanego nie tylko z punktu widzenia organizacji, ale i jego samego. Niewątpliwie łatwiej pracować w społeczeństwie, które pozytywnie postrzega policję, widzi korzyści płynące ze współpracy na rzecz wspólnego interesu, jakim jest bezpieczeństwo.

---

[19] *Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny* (Dz.U. Nr 88, poz. 553 z późn. zm.): art. 265 § 1: Kto ujawnia lub wbrew przepisom ustawy wykorzystuje informacje niejawne o klauzuli „tajne" lub „ściśle tajne", podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do lat 5.

§ 2. Jeżeli informację określoną w § 1 ujawniono osobie działającej w imieniu lub na rzecz podmiotu zagranicznego, sprawca podlega karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 8.

§ 3. Kto nieumyślnie ujawnia informację określoną w § 1, z którą zapoznał się w związku z pełnieniem funkcji publicznej lub otrzymanym upoważnieniem, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do roku.

[20] Tamże: art. 266 § 1: Kto, wbrew przepisom ustawy lub przyjętemu na siebie zobowiązaniu, ujawnia lub wykorzystuje informację, z którą zapoznał się w związku z pełnioną funkcją, wykonywaną pracą, działalnością publiczną, społeczną, gospodarczą lub naukową, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2.

§ 2. Funkcjonariusz publiczny, który ujawnia osobie nieuprawnionej informację niejawną o klauzuli „zastrzeżone" lub „poufne" lub informację, którą uzyskał w związku z wykonywaniem czynności służbowych, a której ujawnienie może narazić na szkodę prawnie chroniony interes, podlega karze pozbawienia wolności do lat 3.

3. Aspekty psychologiczne

3.1. Pierwsze wrażenie

Komunikacja jest procesem tworzenia relacji między nadawcą a odbiorcą. Gdybyśmy zapytali statystycznego Polaka, czym jest komunikacja, zapewne otrzymalibyśmy odpowiedź, iż jest to nawiązywanie kontaktu z drugą osobą. Nic odkrywczego, przecież codziennie to robimy w domu, w pracy, w sklepie. W większości przypadków proces komunikacji służy wymianie informacji, poglądów, wydawaniu poleceń. Przywiązujemy ogromną wagę do treści, czyli komunikacji werbalnej. Dlaczego? Ponieważ z przekazywanych informacji można nas rozliczyć, czy je zrozumieliśmy, a następnie wykonaliśmy (w przypadku poleceń). Są one wyznacznikiem tego, czy osoba, z którą rozmawiamy, jest odpowiedzialna, lojalna i rzetelna, czy ma wiedzę na dany temat, doświadczenie, czy jest błyskotliwa lub ma poczucie humoru. A zapewne ktoś, kto reprezentuje nas w sytuacji oficjalnej, do jakiej zalicza się spotkanie z przedstawicielami środków masowego przekazu, powinien mieć takie cechy.

Przygotowując się do oficjalnego spotkania (zwłaszcza pobytu w studiu telewizyjnym, radiowym), warto zwrócić uwagę na inne elementy komunikacji, pamiętając, że **sercem procesu komunikacji są komunikaty pozawerbalne: wygląd, dotyk, kontakt wzrokowy, postawa ciała, głos, czas i przestrzeń.** Dzięki nim jesteśmy w stanie odczytać nastawienie do siebie, sytuacji, mówią nam one wiele o poziomie przygotowania do spotkania, otwartości, szczerości w kontakcie z drugim człowiekiem.

Uwaga! Podczas pierwszego spotkania oceniamy wygląd fizyczny, w tym ubiór, budowę ciała, wzrost, rasę, płeć. Na tej podstawie tworzymy pierwsze wrażenie dotyczące poziomu wykształcenia, statusu społecznego, wiarygodności, przekonań i wartości osoby.

Sam wygląd potrafi nas przekonać do osoby lub zniechęcić do kontynuowania spotkania. Zgodnie z regułą atrakcyjności lubimy ludzi, którzy są dla nas atrakcyjni, ponieważ ładny, miły obrazek przyciąga uwagę i podprogowo przekazuje nam informację, iż dana osoba włożyła określony wysiłek, aby zaprezentować się w dany, konkretny sposób. Poza tym ludziom atrakcyjnym (intelektualnie i fizycznie) przypisuje się częściej sukces niż porażkę. Ubranie, przedmioty, których używamy, w tym biżuteria i inne ozdoby osobiste, to elementy, na jakie zwracamy uwagę podczas spotkania. Warto zadbać, aby podczas spotkań oficjalnych ozdoby były klasyczne (zegarek, obrączka) i dyskretne (kolczyki, łańcuszek, bransoletka), a makijaż (w przypadku kobiet) dostosowany do formy spotkania.

Podobnie sytuacja wygląda z odzieżą. Gdy wymagany jest ubiór służbowy, wówczas policjanci zakładają mundur wyjściowy, ewentualnie służbowy. Gdy mamy spotkanie ważne, ale nie reprezentujemy Policji jako formacji, wówczas ubiór pań – garsonki lub garnitury, ewentualnie spódnica (kilka centymetrów przed lub za kolanem), koszula/bluzka, buty kryte na obcasie, sukienki z delikatnym motywem – powinien być w stonowanych kolorach (np. granat, czerń, ciemna zieleń), a panowie zakładają garnitur (nigdy ciemnej

koszuli), krawat (choć nie musi być, to zależy od rodzaju spotkania) i buty dopasowane do garnituru. Jeśli występujemy w koszuli, to powinna być ona z długim rękawem, a jeśli sytuacja, atmosfera tego wymagają, można podwinąć rękawy przed łokieć. Obowiązują kolory pastelowe – w telewizji źle wyglądają wzorki, koła, ponieważ koszula sprawia wrażenie, jakby motywy na niej tańczyły, ruszały się, i wówczas widz skupia uwagę na ubiorze, a nie na treści rozmowy.

Istotne sygnały niewerbalne wysyła także nasze ciało. Okazuje się, że ludzie patrzą na to, jak inni siedzą, stoją, chodzą. **Ruchy ciała i postawa komunikują trzy rzeczy:**

1) **jak ludzie postrzegają relacje władzy,**
2) **jak sami czują się w danej sytuacji,**
3) **co odczuwają w stosunku do tematu interakcji**[21].

Jeśli uważamy, iż mamy władzę, komunikujemy to innym poprzez gospodarowanie większą przestrzenią wokół siebie. Dajemy innym znak, że jesteśmy właścicielami miejsca oraz tematu rozmowy i to my decydujemy, kiedy wypowiadamy się w związku z poruszanymi kwestiami. Jeśli czujemy się pewni siebie, dajemy to odczuć innym poprzez zaangażowanie i bezpośrednie odpowiadanie na zadawane pytania. Dodatkowo nasze samopoczucie i stosunek do tematu rozmowy są widoczne w częstości nawiązywania kontaktu wzrokowego, nastawieniu do rozmówcy (wychylona pozycja ciała, żywa gestykulacja), liczbie zadawanych pytań, pogłębianiu tematu rozmowy.

Odpowiednio wykorzystane gesty mogą wzmocnić lub zaszkodzić komunikatom. **Negatywne gesty świadczące o zdenerwowaniu to wiercenie się, dotykanie samego siebie, bawienie się przedmiotami** (długopis, okulary, chusteczka). Natomiast brak gestów może świadczyć o braku entuzjazmu i zaangażowania, nadmiernej kontroli.



6. Bawienie się długopisem to gest mówiący o znudzeniu rozmową lub zdenerwowaniu.

[21] S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi*, Warszawa 2007, s. 181.

Warto wiedzieć, jak wykorzystywać gesty, aby były spójne z tym, co przekazywane jest werbalnie. Dlatego: jeśli mówimy na temat ważny i szeroki – to używamy gestów przestronnych, wstajemy, pochylamy się, jeśli natomiast się zgadzamy lub stosujemy awersję, wyrażamy całkowity sprzeciw – odchylamy do tyłu. Kiedy mówimy, to gestykulujmy swobodnie i naturalnie oboma rękoma, nie składajmy rąk nerwowo razem ani nie wkładajmy ich do kieszeni – wygląda to mało profesjonalnie i zakotwicza u widza wrażenie choleryka, dodatkowo człowieka obrażonego, nie przyjmującego żadnej krytyki.



7. Jednym z trudniejszych psychologicznych aspektów przekazywania informacji jest praca nad gestykulacją.

Podczas rozmowy należy pamiętać o tym, że wyraz twarzy zdradza emocje. Ludzka twarz jest w stanie pokazać radość, smutek, złość, wstręt, strach, zdziwienie. To, jak ludzie wykorzystują wyraz twarzy, różni się w zależności od płci i pochodzenia kulturowego. I tak, kobiety uśmiechają się częściej niż mężczyźni, lepiej i chętnie okazują i opisują emocje, samopoczucie. Natomiast panowie ukrywają swoje uczucia, są bardziej powściągliwi w mówieniu o nich. Twarz jest odzwierciedleniem naszego stanu ducha zwłaszcza podczas gorącej dyskusji. W zależności od tego, jaki efekt chcemy uzyskać, można emocje okazać (np. w czasie rozmów dotyczących naszej przyszłości zawodowej, prywatnej) lub mieć je na wodzy (np. podczas negocjacji, rozmów z dziennikarzem na tematy poważne), ponieważ niepotrzebnie wyrażane mogą niekiedy sprawiać wrażenie niskiego poziomu kompetencji. Powinno się też unikać tzw. śmiertelnie poważnego wyrazu twarzy, który może się zdarzyć w sytuacji mało interesującej lub pod wpływem dużego stresu. **Inni ludzie patrząc na twarz, oceniają, czy zwracamy uwagę na to, co się dzieje, czy lekceważony jest rozmówca i temat rozmowy.**

Oczy stanowią integralną część twarzy i wysyłają silnie oddziałujące informacje niewerbalne. Kontakt wzrokowy wpływa na to, czy dana osoba jest postrzegana jako wiarygodna, dynamiczna, lubiana, przekonująca. Ludzie wykorzystują go w dwóch sytuacjach: aby wyrazić zainteresowanie i bliskość albo okazać chęć dominacji, władzy i kontroli. Dzięki kontaktowi wzrokowemu można bowiem bezpośrednio reagować na zmiany zachowania drugiej strony. **W takich sytuacjach społecznych, jak komunikacja z mediami, wykorzystanie kontaktu wzrokowego jest pożądane, aby budować relacje oparte na zrozumieniu, poczuciu jedności, okazać szczerość intencji czy wyrazić kompetencje.**

Innym elementem przemawiającym za dynamicznością i wiarygodnością przekazu jest głos, sposób, w jaki się wypowiadamy. **Składowe głosu wpływające na kompetencję komunikacyjną to szybkość mówienia, ton (wysoki, niski), barwa i intensywność (głośność).** Jeśli osoba mówi głośno i bez wahania, to zapewne jest postrzegana jako pewna siebie i atrakcyjna dla rozmówcy. Wiele informacji niewerbalnych niesie za sobą cisza. Natomiast pauza, czyli krótka przerwa w mówieniu, może podkreślić ważność jakiejś uwagi oraz pozwolić słuchaczom na refleksję na temat tego, co zostało powiedziane. W wypowiedzi publicznej (szczególnie w radiu, telewizji) wszelkie przerywniki (np. *umm*, *yyy*, *eee*) negatywnie wpływają na to, co słuchacze/widzowie myślą o mówiącym. Najczęściej wypowiedź odczytywana jest jako pełna niepokoju, a osoba uważana jest za nieprzygotowaną. Jak widać, nie bez znaczenia są emocje, które towarzyszą konwersacji, również one stanowią o istocie komunikacji.

Oprócz czynników związanych bezpośrednio z człowiekiem ogromne znaczenie ma miejsce, w jakim zachodzi komunikacja. Środowisko fizyczne wpływa na to, jak ludzie się czują, co jest wprost proporcjonalne do sposobu i jakości interakcji. Często nie mamy wpływu na to, gdzie będziemy rozmawiać z dziennikarzem (np. będąc na miejscu zdarzenia) i czy miejsce udzielania informacji zostanie przygotowane i w jaki sposób (jakość i rodzaj umeblowania, oświetlenie). Jeśli mamy wpływ na wybór miejsca (gabinet, sala konferencyjna, aula, przed budynkiem) i jego wyposażenie – to zadbajmy o komfort swój i innych (wygodne siedzenia, nagłośnienie, klimatyzacja) oraz o to, by sam wygląd otoczenia nie budził niepotrzebnych skojarzeń (np. porządek w pomieszczeniu, napisy na ścianach – zwłaszcza w przypadku, gdy jest to miejsce na zewnątrz budynku).

Pod uwagę należy wziąć temat rozmowy, liczbę uczestników i czas (pora dnia). Wszelkie nasze zabiegi mają wpływ na to, jak zostaniemy odebrani. Na przykład wrażenie osoby, której zależy na dobrym materiale, wywrzemy, gdy na spotkanie przybędziemy przed czasem (jeżeli jest to nagranie wcześniej zaplanowane). W ten sposób okażemy również szacunek innym.

Uwaga! Pierwsze wrażenie jest efektem trwałym, w związku z tym należy dołożyć wszelkich starań, aby było jak najlepsze.

Pierwsze wrażenie jest przydatne nie tylko w życiu zawodowym, ale także prywatnym. Oprócz niego nieodzownym elementem relacji z dziennikarzem są zasady savoir-vivre'u – kultura osobista i etykieta. Bycie kulturalnym i taktownym nie wyklucza precyzji wypowiedzi w przekazie medialnym.

3.2. Kontakt z dziennikarzem oparty na zasadach savoir-vivre'u

Podejmując decyzję o przekazaniu informacji dziennikarzowi, oprócz tematu (np. działania policjantów, zadania instytucji) należy uwzględnić cel rozmowy (np. krytyka, pochwała), czas spotkania (długość, pora dnia), rodzaj programu (np. magazyny poranne – *Pytanie na śniadanie*, *Kawa czy herbata?*, gdzie najczęściej jest mowa o profilaktyce, programy publicystyczne – *Fakty po Faktach*, których celem jest wpływ na opinię publiczną) i charakter wystąpienia (np. wywiad, oświadczenie). Ważne jest, aby zdać sobie sprawę z zakresu posiadanych informacji, osobowości pytającego, jego nastawienia do Policji i funkcjonariuszy, a także przewidywać formę zadawanych pytań.

W czasie spotkania należy być opanowanym, nawet gdy jest się pod ostrzałem pytań i trudno zachować spokój. **Niewybaczalne jest obrażanie się, wychodzenie ze studia w trakcie nagrania, próba podjęcia ataku personalnego.** Widz odbierze takie zachowanie jako mało profesjonalne, dziecinne, a nam zależy na tym, aby ocenił nas jako specjalistę i człowieka o wielkiej kulturze, który jednocześnie potrafi bronić prawdy i swojego zdania. Umiejętność odpowiedniego zachowania wymaga – oprócz merytorycznego przygotowania – praktyki, obycia z mediami, znajomości zasad przekazu medialnego (np. trzeba mieć świadomość, że właściwym adresatem naszej wypowiedzi jest słuchacz/widz/czytelnik, a nie dziennikarz, z którym rozmawiamy)[22]. Nie bez znaczenia jest pamiętanie o wszelkich dobrach obyczajowych wynikających z relacji ze środkami masowego przekazu i właściwe ich wykorzystanie w służbie.

W związku z powyższym, niezależnie, czy jesteśmy gospodarzami, czy gośćmi, na spotkanie z dziennikarzem przybywamy przed wyznaczoną godziną (może to być kilka minut), aby zapoznać się z uczestnikami spotkania i miejscem, oswoić z sytuacją, daje to też możliwość zmobilizowania zasobów (zebranie myśli, wentylacja emocji). Wyjątek stanowi sytuacja, gdy na żywo udzielamy informacji i nie mamy czasu na jakiekolwiek zabiegi pomagające spokojnie przetrwać niekiedy trudną sytuację. Wówczas należy skupić swoją uwagę na przekazywanej treści i nawiązaniu porozumienia z dziennikarzem.

Podczas pierwszego kontaktu z dziennikarzem należy pamiętać, aby nie skracać dystansu. Powinniśmy się przywitać poprzez uścisk dłoni. W życiu zawodowym i na oficjalnych spotkaniach obowiązuje pewna zasada: niższy rangą kłania się zawsze wyższemu rangą. Jeśli w spotkaniu uczestniczą kobieta i mężczyzna, który jest jej przełożonym, to on powinien ukłonić się pierwszy. Oto zasady, których należy przestrzegać:

– mężczyzna kłania się kobiecie,
– młodszy(a) kłania się starszej(mu),
– niższy rangą kłania się wyższemu rangą (podwładny – przełożony),
– jedna osoba kłania się grupie[23].

Dziennikarz, który jest gospodarzem, pierwszy wyciąga rękę lub w ogóle nie podaje dłoni. Ta zasada dotyczy wszystkich gości spotkania, a sposób powitania zależy od organizatora.

Zawsze należy stosować zwroty powitalne, które sprzyjają dobrej komunikacji i jednocześnie ją ocieplają. Warto do zwykłego *Dzień dobry* dodać nazwę pełnionej funkcji, np. *Dzień dobry panie redaktorze/państwu*, co podkreśla szacunek do danej oso-

[22] Więcej na temat współpracy z mediami, w tym praktyczne wskazówki, w pozycji M. Grzybowska, A. Hanak, A. Niezabitowska, *Przekaz medialny*, Słupsk 2014.

[23] G. Tautz-Wiessner, *Savoir-vivre w życiu zawodowym*, Wrocław 2000, s. 70.

by i nadaje jej klauzulę ważności. Bezpośrednie zwracanie się do osoby *Proszę pana/pani*, *Panie redaktorze/dyrektorze* jest jak najbardziej mile widziane. W mediach panuje zwyczaj, iż albo tytułujemy osoby, albo mówimy na *ty*. To drugie jest dopuszczalne przy tematach luźnych, w wybranych programach (śniadaniowych, rozrywkowych), sposób zwracania się do siebie należy jednak wcześniej ustalić z prowadzącym. Dziennikarz przedstawia temat rozmowy i gościa, naszym zadaniem jest się przywitać, uśmiechnąć.

Należy pamiętać, iż słowom towarzyszą jakieś miny, gesty, które czasem na równi ze słowami tworzą atmosferę grzeczności, serdeczności albo chłodu, niechęci i ironii. Niektóre układy gestykulacyjne i mimiczne są spontaniczne, niewyreżyserowane, inne mają charakter skonwencjonalizowany. Do tych ostatnich należą m.in. zmarszczenie czoła, uniesienie brwi, drwiące wydęcie warg. Spontaniczne mogą być uśmiech czy nieruchomość oczu wywołana przestrachem. Z uśmiechem bywa różnie: może być spontanicznie szczery, zjadliwie ironiczny, urzędowo sztuczny („przyklejony"), współczujący, zakłopotany, bezradny czy głupawy. Należy pamiętać, iż nie da się słów oddzielić od człowieka, który ich używa, i jest to niezwykle istotne przy opanowywaniu sztuki dobrego wychowania językowego[24].

Podobnie wiele mówi o nas pozycja ciała: skulona, zamknięta i nerwowa nie daje obrazu policji mającej dbać o porządek i bezpieczeństwo, a raczej niepewnej, mało zdecydowanej albo też butnej i aroganckiej – gdy ręce będą na biodrach, głowa wysoko podniesiona z szyderczym uśmiechem, a postawie będą towarzyszyć wulgaryzmy. **Natomiast otwarta postawa funkcjonariusza, nawiązującego kontakt wzrokowy i słuchającego dziennikarza, sprawia wrażenie, że jest to osoba troszcząca się o obywatela i pełna profesjonalizmu.**

Podczas spotkania z dziennikarzem powinniśmy pamiętać, iż czas antenowy jest ograniczony. Dlatego mówimy krótko, rzeczowo i zrozumiałym językiem (nie używamy w nadmiarze słownictwa zawodowego, a potocznego w ogóle). Na etapie przygotowywania się warto zapisać myśl przewodnią, hasła, które mają towarzyszyć rozmowie.

Zarówno na początku, jak i na końcu spotkania powinniśmy używać zwrotów grzecznościowych, które służą tworzeniu atmosfery sprzyjającej wzajemnemu porozumieniu. Nie muszą być ani prawdziwe, ani fałszywe, ale obok komplementów, sloganów propagandowych, reklam tworzą otoczkę, dzięki której łatwiej nawiązujemy kontakt z dziennikarzem i lepiej go zapamiętujemy (efekt świeżości). Wypowiedzi:

– *Dziękuję za rozmowę/wywiad*,
– *Dziękuję za poświęcony czas*,
– *Miło było pana/panią poznać*,
– *Liczę na to, że spotkamy się ponownie*

mają utrzymać rozmówcę w dobrym nastroju i przyjemnie zakończyć konwersację, jednocześnie okazują szacunek dla niego[25].

Spotkanie z dziennikarzem może przebiegać w różny sposób, gdyż nie zawsze jest on skłonny do ustępstw. Oczywiście życzylibyśmy sobie, aby jego zachowanie oraz sposób zadawania pytań były kulturalne, a same pytania rzeczowe i dotyczyły ściśle tematu. Tego samego oczekuje się od policjanta udzielającego informacji.

Również z punktu widzenia zasad savoir-vivre-u i utrzymania prawidłowych relacji ważne jest, aby policjant wypowiadał się na dany temat **w granicach swoich kompetencji i nie przekierowywał pytań na innego uczestnika spotkania** (polityka, innego dziennikarza), zwłaszcza jeśli tematyka dotyczy sensu stricto Policji i jej działań. Przekierowywanie pytania na inną osobę niż funkcjonariusz zajmujący się współpracą z media-

[24] H. i T. Zgółkowie, *Językowy savoir-vivre, praktyczny poradnik*, Warszawa 2001, s. 17.
[25] M. Marcjanik, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2008, s. 121.

mi wygląda na swoistą ucieczkę i nieprzygotowanie się do rozmowy, co wzbudza brak zaufania. Poza tym zadaniem policjanta jest wykonywanie określonych poleceń. Może zdarzyć się, iż to dzielnicowy, specjalista ds. wykroczeń lub policjant służby patrolowej zostanie wyznaczony do kontaktu z mediami, i to on powinien wiedzieć, jakie obowiązują zasady niepozwalające przekroczyć uprawnień (o tym mowa w zarządzeniu nr 1204). Właściwą odpowiedzią w takich sytuacjach jest np.

– *Na to pytanie odpowie panu/pani rzecznik/oficer prasowy*.

Warto jeszcze wspomnieć o innym aspekcie rozmowy związanym z atrybutami pracy dziennikarza. Otóż może on rejestrować rozmowę w niewidoczny sposób i wykorzystać ją do własnych celów. Ponieważ **w obecności mediów nigdy nie wiemy, kiedy włączone są kamery i mikrofony**, zawsze należy być czujnym i uważnym na to, jak się zachowujemy i co mówimy, zważywszy na fakt, że jesteśmy funkcjonariuszami publicznymi.

Uwaga! Zakończenie spotkania nie oznacza przerwy w nagrywaniu.

To, co wypłynie od nas jako policjantów, ma szersze odniesienie, a obywatele (słuchacze/widzowie/czytelnicy) będą traktować wypowiedź policjanta jako prezentację całego środowiska policyjnego. Stare powiedzenie mówi, że „mowa jest srebrem, a milczenie złotem". Lepiej pozostawić pewną dozę niedosytu, niż zrobić złe wrażenie przez bycie rozgadanym i mało kulturalnym.

Ponadto skutkiem mówienia „poza kamerami", spoufalenia z dziennikarzem, może być postępowanie dyscyplinarne, niewykluczające wydalenia ze służby. Kuluarowa wymiana zdań powinna dotyczyć tematów niezwiązanych zwłaszcza z polityką, tolerancją, podważaniem decyzyjności zwierzchników. Uzasadnione jest zatem, aby po zakończonej rozmowie po prostu podziękować za nią i się pożegnać.

Uwaga! Jeśli dziennikarze przybywają na miejsce zdarzenia, to po wyczerpaniu tematu dziękujemy za rozmowę i wracamy do wykonywania czynności służbowych.

Jakże często w relacji policjant – dziennikarz sprawdza się zasada „im mniej mówisz, tym lepiej śpisz". Połączenie przepisów prawa z kulturą obyczajową robi dobre wrażenie i wskazane byłoby, aby etykieta zawodowa obowiązywała wszystkie zawody zaufania społecznego (w tym redaktorów).

3.3. Rozmowa z dziennikarzem – podsumowanie

Dziennikarz zbiera informacje na temat zdarzenia, które go interesuje. Jeżeli się zdarzy, że podejdzie do policjanta i zada kilka pytań, podczas gdy ten wykonuje czynności służbowe, ważne jest, aby wiedzieć, jak się wtedy zachować, aby komunikacja przebiegała na przyzwoitym poziomie. Oto kilka wskazówek, które można potraktować jako uzupełnienie i podsumowanie tego, co już wyżej zostało omówione.

W sytuacji, gdy nie jesteśmy w studiu, to:

- **czekamy, aż dziennikarz się przedstawi i zada pytanie**, ponadto należy zażądać od niego legitymacji prasowej – o czym była mowa i na co wskazuje § 7 ust. 1 zarządzenia nr 1204 – aby sprawdzić, czy osoba, z którą rozmawiamy, naprawdę nią jest,
- **można się przedstawić** (dziennikarz może poprosić o nasze dane na końcu nagrania) – podajemy stopień, imię, nazwisko, jednostkę macierzystą,
- **pamiętajmy o nakryciu głowy**: jeśli jesteśmy poza budynkiem – mamy nakrycie głowy, jeśli na terenie jednostki – dopuszczalne jest, aby policjant zdjął czapkę,
- **nie trzymamy rąk w kieszeni**,
- **patrzymy na dziennikarza**,
- **szczególne zasady dotyczą kobiet**: mają one obowiązek mieć związane włosy (chyba że mają krótkie fryzury), biżuteria powinna być skromna, nie rzucająca się w oczy, kolczyki nie mogą wystawać poza płatek ucha,
- **odpowiadamy na pytania krótko i mówimy prawdę**,
- **panujemy nad gestykulacją i mimiką twarzy** (gesty oszczędne i opanowane),
- **nie komentujemy pytań ani nie zadajemy ich dziennikarzowi**,
- **dopasowujemy swoją postawę i ton głosu do tematu rozmowy**,
- **dziękujemy i żegnamy się z dziennikarzem po zakończonym spotkaniu**.



8. W trakcie rozmowy policjant udzielający informacji na miejscu zdarzenia słucha pytań i odpowiada na nie, utrzymując kontakt wzrokowy. Otwartość i zarazem stanowczość w postawie wskazują na jego kompetencje i wiarygodność.

4. Aspekty językowe

4.1. Kultura języka – a kogo to?

Jak już wyżej zostało wskazane, informacja przekazywana dziennikarzom, utrwalona za pomocą obrazu lub dźwięku, zredagowana i następnie emitowana w przekazie medialnym nabiera statusu komunikatu docierającego do rzeszy słuchaczy/widzów/czytelników. Dzięki telewizji, internetowi, radiu czy gazecie staje się publiczna, odbierana przez setki, tysiące ludzi mających prawo po pierwsze konstytucyjne do informacji i po drugie osobiste do jej oceny, do kształtowania własnej opinii. Media – jako czwarta władza o ogromnej sile oddziaływania na społeczeństwo – mogą w ten sposób upowszechniać pewne wzorce: w sferze wypowiedzi, wyglądu, zachowania, kultury bycia i konsekwencją takiego przekazu jest powstanie, a nawet utrwalenie określonego wzorca, w tym również językowego. Stąd zmiany zachodzące w sposobie komunikacji międzyludzkiej warto dostrzegać i analizować przez pryzmat oddziaływania medialnego.

Do refleksji na przykład skłania dzisiejszy stan polszczyzny. Kryzys języka w mediach[26], którego wyrazem są coraz częstsze błędy językowe, potocyzacja, nadmiar zapożyczeń, perswazja, brak odpowiedzialności za słowo – może rodzić duże niepokoje, zwłaszcza że to **media publiczne**

> „mają chyba dzisiaj największy wpływ na kształtowanie postaw językowych, być może większy niż szkoła i dom"[27].

Można by się zastanawiać, czy ustawowy obowiązek mediów dbania o jakość języka jest rzeczywiście wypełniany. Na pytania – jakie jest komunikowanie się językiem polskim, skąd czerpiemy wzory poprawnej polszczyzny, czy środki masowego przekazu respektują normy polszczyzny i czy mogą być wzorem dla użytkowników języka – próbują znaleźć odpowiedzi instytucje oświatowe, naukowe ośrodki badawcze, poszczególni językoznawcy[28].

Wiedzę na temat poprawnego wypowiadania się czerpiemy ze szkoły i dlatego niezrozumiałe może się wydawać, że nie potrafimy się porozumiewać. O niezadowalającym stanie polszczyzny świadczą licznie podejmowane konkretne działania propagujące standardy poprawnego wypowiadania się: odbywają się publiczne debaty nad istotą publicznego komunikowania się (np. *Język w służbie etyki*, *Czy język urzędowy może być przyjazny obywatelom?*), prowadzone są kampanie społeczne upowszechniające pra-

[26] Określenie to pojawiło się podczas sesji *Językowy przekaz medialny*, która odbyła się 21 marca 2014 r. w siedzibie Polskiego Radia.

[27] K. Luft, zob. *Językowy przekaz medialny*, materiały z sesji zorganizowanej przez Polskie Radio S.A. i Radę Języka Polskiego przy Prezydium PAN, pod patronatem przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Jana Dworaka, Warszawa 2014, s. 21; materiały są dostępne także na stronie www.polskieradio.pl, dostęp: 13.03.2015 r.

[28] Na temat problemów współczesnej polszczyzny i wydarzeń związanych z popularyzowaniem standardów języka ojczystego można więcej się dowiedzieć na stronie internetowej: www.rjp.pan.pl, dostęp: 13.03.2015 r.

widłowe formy językowe i normy poprawnościowe polszczyzny (np. *Ojczysty – dodaj do ulubionych*[29], *Język urzędowy przyjazny obywatelom*[30]), organizuje się szkolenia językowe poświęcone poprawnemu redagowaniu tekstu, konferencje naukowe, podczas których próbuje się określić kierunek, w jakim rozwija się język, redakcje poczytnych gazet organizują akcje (np. *Pisać po ludzku*, *Polska czyta umowy*), pewnym novum są studia podyplomowe *Polszczyzna w administracji i biznesie* organizowane od 2014 r. przez Instytut Języka Polskiego Uniwersytetu Warszawskiego. Wspólnym celem tych wszystkich działań jest pogłębianie świadomości Polaków w zakresie sprawnego posługiwania się językiem ojczystym, ukazywanie różnych mechanizmów językowych wpływających na odbiór przekazywanych informacji, kształtowanie krytycyzmu, który pozwala na odpowiedzialne podejmowanie decyzji, i to zarówno w sferze prywatnej, jak i publicznej.

Argumenty specjalistów w dziedzinie kultury języka są na tyle poważne, że należy mimo wszystko podejmować trud przebudzania świadomości Polaków w zakresie językowego świata wartości.

4.2. Zakres pojęcia kultury języka

Kultura języka najczęściej bywa kojarzona z mówieniem niewulgarnym, a raczej grzecznym[31], z kulturą bycia wskazującą na poziom człowieka. To prawdziwe znaczenie tego pojęcia, gdyż zachowanie człowieka odzwierciedla się poprzez jego mowę i to, w jaki sposób się wypowiada, jakich używa słów. Jednak takie rozumienie kultury języka jest zawężone. Przyjął się pogląd, że człowiek kulturalny mówi kulturalnie, z szacunkiem odnosząc się do drugiej osoby, i wiąże się to przekonanie z kulturą osobistą, wykształceniem. O kulturalnym wypowiadaniu się świadczą jednak nie tylko brak wulgaryzmów i używanie wyuczonych słów, ale takie czynniki, które wydają się w ogóle niezwiązane z językiem jako narzędziem porozumiewania się.

W zakres pojęcia wchodzi przede wszystkim umiejętność poprawnego wypowiadania się, czyli **znajomość norm poprawnościowych i świadome ich stosowanie w odpowiedniej sytuacji. O kulturze języka decyduje zatem to, czy dana wypowiedź (ustna/pisana) nie zawiera błędów (stylistycznych, ortograficznych, gramatycznych), czy jest poprawna pod względem budowy, interpunkcji, czy forma tekstu odpowiada jego przeznaczeniu, czy tekst pozwala na osiągnięcie zakładanych przez autora celów.**

Normę językową różnie się definiuje. Witold Doroszewski na przykład uznał, że jest to przede wszystkim kwestia kulturalnego umiaru, właściwej proporcji, a nie for-

[29] O kampanii można więcej się dowiedzieć na stronie www.jezykojczysty.pl, dostęp: 13.03.2015 r.

[30] Na temat tej kampanii można więcej się dowiedzieć na stronie www.jezykurzedowy.pl, dostęp: 13.03.2015 r.

[31] W ankiecie po raz pierwszy przeprowadzonej w Polsce na zlecenie Rady Języka Polskiego w 2005 r. aż 85 proc. społeczeństwa uznało, że we współczesnej polszczyźnie używanej publicznie rażące są wulgaryzmy. Podobnie w *Sprawozdaniu o stanie ochrony języka polskiego* obejmującym lata 2003–2004 stwierdzono, że „najbardziej niepokojącym zjawiskiem, nasilającym się również w szkole, jest wulgaryzacja języka" (s. 5). Tekst sprawozdania jest dostępny na stronie www.orka.sejm.gov.pl, dostęp: 25.05.2015 r.

mułki, i jednocześnie dodał, że przestrzeganie norm jest trudne[32]. Definicja ta pozwala ująć kulturę języka jako umiejętność wypowiadania się w każdej sytuacji, mówienia/pisania przemyślanego, elokwentnego i ze zwróceniem uwagi na odpowiedni dobór słów ze względu na ich znaczenie i zasadność użycia (funkcjonalność). Inaczej mówiąc, jest to sprawność językowa. Nie bez znaczenia pozostaje wiedza w zakresie gatunku i dopasowania formy tekstu do konwencji, w jakiej powstaje. Jeżeli tekstem jest np. komunikat informacyjny, przeznaczony do upowszechnienia, to powinien być zgodny z regułami w zakresie budowy komunikatu. Oznacza to, że osoba sporządzająca go powinna przekazać istotne informacje w odpowiedniej kolejności, zaczynając od najważniejszej, bez uwzględniania własnej ich interpretacji. Jeżeli natomiast wypowiedź ma formę wiersza, to jego autor z zasady dąży do wyrażenia swoich przemyśleń, odczuć i mniej zwraca uwagę na to, jak jego tekst zostanie odczytany przez innych. Każdy gatunek wypowiedzi, odmiana tekstu będąc wpisanymi w konkretną konwencję, kierują się własnymi wymaganiami pod względem formy, przeznaczenia. Posiadana i z rozmysłem stosowana wiedza również w tym obszarze (tzn. umiejętność rozróżniania stylów i dopasowania wypowiedzi do konwencji, sytuacji) decyduje o kulturze języka.

Oprócz znajomości kryteriów poprawnościowych w zakres omawianego pojęcia wchodzą etyka i estetyka słowa. Sama **estetyka**, gdy jest traktowana jako indywidualne poczucie piękna, ma charakter subiektywny. Powoduje to, że oceny co do tego, czy ktoś mówi/pisze ładnie, czy brzydko, zależą od indywidualnego wyczucia. **Niechlujne jest z pewnością mówienie za szybko i niewyraźnie, z połykaniem głosek, a nawet opuszczaniem całych wyrazów albo niepełnymi zdaniami.** W pisanej formie wypowiedzi nieestetyczne bywają przekreślenia, niestaranna forma tekstu, zbędne wyróżnienia, błędy literowe, ortograficzne, interpunkcyjne. Warto pamiętać, że estetyka w ogóle jest odrębną nauką o pięknie, badającą wartości artystyczne i tutaj ocena co do piękna/artyzmu danej rzeczy jako formy wyrazu oparta jest na konkretnych teoriach (np. nauka o literaturze pięknej zakłada, że o artyzmie jakiegoś utworu decyduje m.in. obecność, charakter, sposób użycia środków językowych, takich jak metafora, porównanie, epitet, hiperbola).

Z kolei **etyka**, która również stanowi odrębną naukę, najczęściej kojarzona jest z filozofią (gdzie traktowana jest jako dział), naukami społecznymi (etyka społeczna). Jakkolwiek jej obecność w tych naukach humanistycznych jest oczywista, to związek z tak pozornie odległymi pojęciami, jak język, komunikacja może początkowo wydawać się zaskakujący. Jednak etyka dotyczy wielu sfer życia, gdy chodzi o normy moralne człowieka, których źródłem mogą być wyznawana religia, osobiste przekonania, nauka. I tak jak można mówić o zachowaniu etycznym lub nieetycznym bez względu na to, gdzie jesteśmy i co robimy, tak można stosować to pojęcie w odniesieniu do komunikacji międzyludzkiej. Tym bardziej, że i w naukach językoznawczych mówi się, że wypowiadane słowa odzwierciedlają nasze postawy, że wyrażamy siebie przez to, co i jak mówimy/piszemy. Na tej podstawie można wnioskować, że język – traktowany jako narzędzie, za pomocą którego ludzie porozumiewają się między sobą i oddziałują na siebie – może być etyczny lub nieetyczny. Zagadnienie to wydaje się interesujące nie tylko z czysto językowego punktu widzenia, dlatego warto się przy nim zatrzymać.

Rozważając kulturę języka w kategoriach etycznych, należałoby wymienić elementy komunikacji wskazujące na takie zachowania. **Etyczna jest zatem komunikacja językowa, która jest zgodna z normami moralnymi i polega na mówieniu prawdy, uczciwym i życzliwym traktowaniu rozmówcy, wypowiadaniu się w ustalonym zakresie tematycznym, przyznaniu się do niewiedzy.** Wypowiedź taka nie sugeruje odpo-

[32] Szersze spojrzenie na realizację aktu mowy zob. W. Doroszewski, *Wśród słów, wrażeń i myśli. Refleksje o języku polskim*, Warszawa 1966.

wiedzi na zadawane pytania, nie wywiera nacisku, nie narzuca poglądów, pozwala na swobodne wypowiedzenie się innych (respektuje prawo innych do wypowiadania się). **Zgodna z zachowaniem norm moralnych jest postawa wobec drugiej osoby polegająca na aktywnym słuchaniu i okazaniu chęci prowadzenia rozmowy, a nie udawaniu, że się słucha.** Natomiast zachowania nieetyczne określają lekceważenie, pogarda, używanie obraźliwych słów czy intencje celowego wprowadzenia w błąd (przez kłamstwo, zatajenie faktów) lub mylenie zdarzeń, osób i miejsc wynikające z niewiedzy w zakresie omawianych obszarów (etyka zakłada, że do merytorycznej rozmowy należy się przygotować). **Wyrazem nieprzestrzegania norm moralnych w komunikacji, inaczej przekraczania reguł porozumienia[33], są ponadto nieuczciwa perswazja (agresywna, narzucająca zachowanie sprzeczne z cudzymi przekonaniami), podawanie cudzych słów jako własne czy manipulowanie** (szerzej na temat konkretnych mechanizmów świadomego stosowania manipulacji w dalszej części rozdziału). **Inne zachowania nieetyczne wyrażają się w przerywaniu cudzej wypowiedzi, niesłusznym zaniżaniu oceny wypowiedzi, nieuzasadnionym posądzaniu o nieuczciwe intencje.**

Ogół zagadnień opisujących kulturę języka, w tym wiedza w zakresie norm poprawności językowej, sprawność językowa, estetyka i etyka słowa, to ważne elementy komunikacji wpływające na jakość porozumiewania się. Nie zawsze jest doceniana rola języka, który odzwierciedla rzeczywistość lub ją zmienia, np. może ją fałszować, upraszczać, upiększać, konkretne słowa mogą osłabiać lub wzmacniać przekaz. Warto uświadamiać sobie również, że inaczej rozmawia się z osobą wiarygodną, kompetentną, a inaczej z kimś, kto mówi do siebie, niewyraźnie czy używa słów niestosownych w danej sytuacji.

Uwaga! Kultura języka widziana z szerokiej perspektywy, wyrażająca się w świadomym zachowaniu się osoby na poziomie języka w konkretnej sytuacji, pozwala na optymalne przekazanie informacji, jest tym, co wyróżnia i zarazem pomaga nawiązać porozumienie z drugą osobą, zachować poprawne relacje. Powinna być doceniana zwłaszcza w sytuacjach oficjalnych, w kontaktach ze środkami masowego przekazu[34].

4.3. Sens komunikacji językowej

Podstawą więzi między ludźmi jest porozumiewanie się, które najczęściej dokonuje się za pomocą komunikacji językowej – przekazywania i odbierania informacji (należy zauważyć, że istnieją różne formy porozumiewania się, np. porozumiewać się można bez słów). Jednak aby zrozumieć istotę porozumiewania – komunikowania się, na czym polega, jak się dokonuje, należy zacząć od analizy wyrazu **komunikacja**. Jego po-

[33] Określenia tego używa Jerzy Bralczyk, zob. tegoż, *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak język służy reklamie i jak reklama używa języka*, Gdańsk 2004.

[34] Zdaniem Sławomira Zielińskiego „powinniśmy krytykować bylejakość w kontaktach między ludźmi, lansować modę na piękne wysławianie się. Jest to najtańszy, najprostszy, a zarazem może i najpiękniejszy sposób, aby się wyróżnić z tłumu w dzisiejszych czasach", zob. *Językowy przekaz medialny*, materiały z sesji zorganizowanej przez..., dz. cyt., s. 107.

chodzenie wiąże się z łacińską cząstką wyrazu *comm-* będącą odpowiednikiem polskiego słowa razem, współ i jednocześnie podstawą słowotwórczą dla takich wyrazów, jak: *communis* – czyli wspólny, *communicare* – inaczej przekazywać, dzielić coś między sobą, czynić coś powszechnie wiadomym, *communicatio* – jedność, zgodność, przekaz, *communitas* – wspólność, powszechność, wspólnota[35]. Na tej podstawie można przyjąć, że **celem komunikacji jest m.in. dążenie do osiągnięcia porozumienia z drugim człowiekiem** (nie tylko samo przekazanie informacji bez pewności, czy druga osoba ją zrozumiała, ale też odebranie informacji zwrotnej).

Teoretycznie komunikacja oznacza zatem niezakłócony przekaz informacji, własnych zapatrywań, pomysłów i jednocześnie uważne słuchanie, czyli wzajemność, wymienność wyrażaną w formie dialogu.

Powszechnie znany model komunikacji zakłada istnienie nadawcy i odbiorcy, których role w trakcie rozmowy się zmieniają (nadawca staje się odbiorcą w momencie, gdy uprzedni odbiorca przejmuje rolę nadawcy), oraz obecność kodu, którym się posługują. W schemat ten powinny być wpisane także inne elementy, równie ważne: uwikłanie w kontekst sytuacyjny, postawy psychiczne, intencje, wiedza, doświadczenie[36].

Złożoność sytuacyjna komunikacji międzyludzkiej powoduje, że w praktyce ludzie daleko odbiegają od takiego modelu wypowiedzi, w którym w pełni realizowałaby się przesłanka *communitas*, ta rzeczywista wspólność. Zazwyczaj jesteśmy świadkami wypowiedzi (lub uczestnikami rozmów), gdy rozmawiający starają się przede wszystkim osiągnąć swoje cele, tzn. przekazać swoje stanowisko w danej sprawie, przekonać innych do swoich racji, i nie troszczą się o to, czy druga strona „dialogu" ma możliwość ustosunkowania się do nich. Słuszne jest zatem spostrzeżenie, że wypowiadając się, tacy rozmówcy niekoniecznie się rozumieją, dążą do zgody, dbają o to, by inni zrozumieli przekaz lub by mogli się wypowiedzieć.

O tych subtelnych różnicach mówi Jerzy Bralczyk, którego zdaniem **wydaje się nam**, iż język służy porozumiewaniu się[37], bo jak wiadomo, komunikacja bywa źródłem i nieporozumień. Jak ważne jest porozumienie w kontaktach międzyludzkich, niektórzy zdają sobie sprawę, gdy sami podejmują ważną rozmowę i na doprowadzeniu do pojednania (wspólności celów) bardzo im zależy.

Istnieje wiele technik wypowiedzi, by dotrzeć do odbiorcy i wywołać w nim odpowiednią reakcję. Warto uświadomić sobie, co sprzyja dobrej komunikacji i jak uzyskać porozumienie, a co jej przeszkadza, uniemożliwiając osiągnięcie celu wypowiedzi. Wśród czynników wpływających na komunikację warto zwrócić uwagę na sprawność językową wynikającą z dostrzegania różnic między rodzajami języka.

[35] Zob. www.katedra.uksw.edu.pl, dostęp: 27.03.2015 r.

[36] Więcej na temat funkcji mówienia zob. m.in. R. Grzegorczykowa, *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*, Warszawa 1995.

[37] Zob. J. Bralczyk, *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak…*, dz. cyt., s. 27.

4.4. Styl językowy i norma językowa

Ustalony i niezmienny charakter danej rzeczy można odnaleźć niemal we wszystkich dziedzinach życia, zarówno w literaturze, jak i budownictwie, sztukach artystycznych, modzie i gastronomii. Chodzi tu o obecność stałych elementów składających się na dany styl (np. o przynależności budynku do gotyckiego stylu architektury decydują sklepienia krzyżowo-żebrowe, wysokie witraże, strzelista bryła budynku). Styl każdego człowieka wyraża się w sposobie bycia (np. ubierania się, jedzenia, mówienia) i może decydować o stylu niepowtarzalnym lub zaczerpniętym z jakiegoś wzorca.

Sposób zachowania się i efekty ludzkiego działania o charakterystycznych stałych cechach układają się w pewien klucz, dzięki któremu można zrozumieć wiele rzeczy. Na przykład ubiór pozwala domyślać się, jakie kolory preferuje dana osoba, czy lubi sport, czy raczej elegancję, czy podąża za modą. **Mówienie natomiast może wskazywać, skąd dana osoba pochodzi (z jakiego regionu geograficznego), w jakim jest wieku, a nawet w jakim zawodzie pracuje, w jakim środowisku się obraca, jakim jest typem człowieka. Kształt (styl) wypowiedzi decyduje o porozumieniu między ludźmi. Istotne jest nie tylko to, co mówimy, ale także – jak mówimy, jakim językiem.**

Sposób mówienia nie zawsze jest taki sam. Mniej lub bardziej świadomie staramy się dopasować mówienie do sytuacji, która wymaga od nas modyfikacji wypowiedzi. Inaczej rozmawiamy np. w domu, gdy czujemy się swobodnie (*Misiu, podaj mi kawę*; *Idź do swojego pokoju i odrób lekcje*), a inaczej, przebywając w miejscu publicznym (np. w urzędzie, sądzie), gdzie należy stosować się do pewnych wzorców zachowań i używać specyficznych sformułowań (*Proszę pobrać formularz i wypełnić go czytelnie*; *W którym pokoju mogę uzyskać informację, kiedy mam złożyć wniosek?*). W pracy używamy specyficznych określeń – wyrazów specjalistycznych (*Ten projekt rozwoju strategii trzeba zrobić w innej aplikacji, a potem przekonwertować*) lub gwarowych (*Patrolowiec podjechał radiolą na myjkę*), a żartując z dzieckiem, używamy zdrobniałych słów (*A dla kogo to ciasteczko?*). Jeszcze inaczej rozmawiają między sobą np. studenci, wędkarze, myśliwi lub mieszkańcy jednej wioski.

To szczególne ukształtowanie wypowiedzi, wynikające z celowego doboru środków językowych, nazywane jest **stylem językowym**[38]. Inaczej o stylu, w jakim człowiek mówi lub pisze, można powiedzieć, że jest on wyrazem postawy umysłowej – ponieważ język odzwierciedla proces postrzegania i myślenia, jest narzędziem myśli; można też powiedzieć, że w słowach odbija się dusza ludzka[39]. O tym, czy styl językowy (forma wypowiedzi, środki językowe) jest użyteczny, decydują takie czynniki, jak cel wypowiedzi, temat, sytuacja społeczna, odbiorca.

Bogactwo stylów i odmian językowych zachęca, by uporządkować je w jakiś sposób. W dużym uproszczeniu można je sprowadzić do dwóch podstawowych rodzajów, wyodrębnionych ze względu na sytuację rozmowy. Pierwszy to **styl oficjalny**, w ramach którego istnieją takie odmiany tekstów, jak dziennikarskie, publicystyczne, naukowe, urzędowe. Drugim jest **styl potoczny** (nieoficjalny), którym posługujemy się w rozmowach prywatnych i który ponadto wyróżnia następujące gwary: związaną z danym regionem kraju (np. podhalańska, śląska, kociewska), miastem (np. lwowska, poznańska,

[38] Definicję taką podał Jerzy Podracki, zob. *Język pisany w wypowiedziach ustnych*, [w:] *Językowy przekaz medialny, materiały z sesji zorganizowanej przez…*, dz. cyt., s. 65.

[39] Zob. W. Doroszewski, *Wśród słów, wrażeń i…*, dz. cyt., s. 7.

warszawska), zawodową (związaną z wykonywanym zawodem, np. lekarzy, policjantów, aktorów, informatyków) czy środowiskową (np. młodzieży, więźniów)[40].



Ryc. 1. Podział języka

Istnienie podziału języka na oficjalny i nieoficjalny zakłada konieczność dopasowania wypowiedzi do okoliczności (warunków) i respektowania zasad odpowiedniego zachowania się. Sytuację tę można odnieść do ubioru, który dopasowujemy do określonej sytuacji (np. garnitur, długą suknię wkładamy, gdy wychodzimy na uroczystość, bal, a stój kąpielowy, gdy mamy zamiar pływać). Teza, że istnieje zróżnicowany sposób mówienia ze względu na sytuację (oficjalną i nieoficjalną), miejsce (studio radiowe, sala wykładowa, sklep, dom), osobę (obca, znajoma, bliska), temat (sprawy zawodowe, osobiste) i cel (poinformować, wydać polecenie, zwrócić uwagę, wyrazić emocje), ma swoje uzasadnienie (chodzi tu o poprawność, stosowność wypowiedzi), ale i konsekwencje (np. urzędnik mógłby się poczuć lekceważony, gdyby interesant zwrócił się do niego bezpośrednio po imieniu). Dlatego należy stosować się do zasad:

1) **w wypowiedzi publicznej nie używa się wyrazów i określeń funkcjonujących w języku potocznym** (*łeb* – zamiast głowa, *łazić* – zamiast chodzić, *bzdet* – zamiast drobiazg), słowa należy dobierać starannie, zwracając uwagę na ich znaczenie i prawidłowo je wymawiać,
2) **w języku potocznym nie używa się (zazwyczaj) sformułowań urzędowych** (np. *odnośnie do*, *w związku z*, *prolongować termin*), **terminów naukowych** (np. *rektyfikacja*, *makroskopowy*, *dyferencjacja*) czy **erudycyjnych** (np. *protektorat*, *pertraktacje*, *indolencja*).

Specyficzną sytuacją komunikacyjną jest wypowiadanie się publiczne, gdy właściwy adresat wypowiedzi nie jest bliżej określony. Mimo przyjętego poglądu, że nie istnieje jakiś specjalistyczny język, który byłby całkowicie niezrozumiały dla przeciętnego człowieka[41], niewskazane wydaje się, aby w rozmowie oficjalnej (publicznie) nadużywać sformułowań powszechnie niezrozumiałych, w tym terminów naukowych, zarezerwowanych dla wąskiego grona osób (np. *konstruktywizm*, *paradygmat*, *polisemia*). Ze względu na specjalistyczną terminologię język naukowy jest hermetyczny i osoba, której zależy na przystępnym przekazie, dotarciu do odbiorcy, powinna mówić językiem neutralnym, ponieważ **wyrażenia specjalistyczne zakłócają komunikatywność**[42]. Osoba bez

[40] Szerzej na temat stylistycznego zróżnicowania języka zob. m.in.: A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2005, S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 2003.

[41] Zob. T. Tomaszkiewicz, *Zrozumieć język prawników*, wywiad, „Poprawny" 2011, s. 11.

[42] Zob. J. Podracki, *Język pisany w wypowiedziach ustnych*, [w:] *Językowy przekaz medialny*, materiały z sesji zorganizowanej przez..., dz. cyt., s. 69.

wykształcenia może mieć kłopoty ze zrozumieniem informacji przekazywanych jej przez specjalistę, który używa trudnych wyrazów i tworzy zawiłe zdania.

Z tego samego powodu osobie wykonującej określony zawód trudno się czasem porozumieć (przekazać ważne z jej punktu widzenia informacje) z kimś, kto nie zajmuje się tą samą dziedziną wiedzy, nie jest z tej samej grupy zawodowej, środowiska. Na przykład ktoś, kto zawodowo nie zajmuje się techniką radiową, nie będzie wiedział, w jaki sposób opornik włączony w obwód anodowy przeciętnej lampy wpływa na zakres rozrzutu spoczynkowego prądu anodowego[43], tak samo nie każdy musi wiedzieć, co oznacza, że *Sprawca dostał pięć lat w zawiasach* albo że *Profesorka zrobiła wejściówkę i jest teraz dzida*. Dzieje się tak, ponieważ **warunkiem zrozumienia sensu wypowiedzi jest poruszanie się przez rozmówców w tym samym obszarze pojęć**[44] (posługiwanie się wspólnym kodem językowym).

Uwaga! Dążąc do porozumienia, należy zwracać uwagę na możliwości dotarcia przekazu, ponieważ nawet mimo upowszechnienia się niektórych sformułowań nie zawsze są one jednoznacznie odebrane przez wszystkich.

Dla lepszego zobrazowania rozbieżności wypowiedzi można by przytoczyć wiele przykładów, i tak oficjalny zwrot *prowadzić pojazd* to potoczne *jechać samochodem*, urzędowy *dowód opłaty* w mowie potocznej oznacza zwykły *kwit*, w sklepie mówimy, że to *paragon*, urzędowe *pobierać* – to inaczej *brać*, *otrzymywać*, medyczne określenie *kończyna dolna* – to potocznie *noga*, *środek leczniczy – lekarstwo*, *nieżyt nosa – katar*, a erudycyjne słowo *konwersacja* to codzienna *rozmowa*.

Człowiek świadomy istnienia różnorodności stylów językowych (odmian tekstu) łatwiej dobierze słowa pod kątem ich znaczenia i dopasuje swoją wypowiedź do okoliczności, w jakich mówi, w związku z czym szybciej i skuteczniej się porozumie z drugą osobą i osiągnie cel rozmowy[45].

Niestety, bywa i tak, że ludzie umyślnie utrudniają przekaz, np. w komunikacji prawnej niekiedy orzeczenia sądowe formułuje się w taki sposób, że są zrozumiałe tylko dla specjalistów, a możliwości ich zrozumienia przez innych odbiorców nie są w ogóle brane pod uwagę[46]. Zarzuty co do braku komunikatywności, zwięzłości i elastyczności padają pod adresem urzędników, którzy

> „nie umieją bądź nie chcą albo się boją pisać językiem prostym"[47],
>
> „często uważają, że znakiem ich kompetencji jest umiejętność stosowania trudnej terminologii"[48].

[43] Przykład zaczerpnięto z książki *Informator radiowo-warsztatowy*, t. 2. *Lampy elektronowe i półprzewodniki*, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności 1964, s. 138.

[44] R. Grzegorczykowa, *Wprowadzenie do semantyki…*, dz. cyt.

[45] Ciekawą inicjatywą mogącą pomóc w komunikacji jest wprowadzenie do powszechnego użytku pierwszej polskiej aplikacji pn. *Logios*, która bada cechy stylistyczne tekstu i wskazuje poziom mglistości języka. Program jest dostosowany do właściwości polszczyzny. Mglistość języka, utrudniająca percepcję tekstu, zależy od długości zdań i wyrazów, zob.: www.logios.pl, dostęp: 13.03.2015 r.

[46] Więcej na temat barier i pomostów komunikacyjnych zob.: *Jak Polak z Polakiem – V Forum Kultury Słowa w Lublinie*, „Poradnik Językowy" 2004, nr 5, s. 63.

[47] Zob. m.in.: *Raport Rady Języka Polskiego o urzędnikach: „Nie umieją bądź nie chcą albo się boją pisać językiem prostym"*, www.wpolityce.pl z dnia 13.04.2013 r., dostęp: 13.03.2015 r.

[48] Opinia Jerzego Bralczyka, zob. m.in. *Język polski dla urzędników*, www.nczas.com z dnia 3.06.2014 r., dostęp: 13.03.2015 r.

Ostatnio popularne takie wyrazy, jak *destynacja* (zamiast *przeznaczenie*), *aplikować* (zamiast *starać się*), *dedykować* (zamiast *poświęcać komu, czemu*) zdaniem językoznawców utrudniają zrozumienie przekazywanej treści[49].

Ludzie mówią różnymi językami, ale na szczęście nie znaczy to, że w ogóle nie potrafią się porozumieć. Jedną, tę samą informację można wyrazić na kilka sposobów, co dowodzi poniższy przykład. Zdanie, które neutralnie brzmi *Proszę mi powiedzieć, gdy będzie pani coś wiedziała*, może mieć kilka wersji w zależności od tego, kto je wypowiada, w jakiej sytuacji i do kogo:

1) sytuacja oficjalna, urząd: *Proszę o powiadomienie mnie, gdy będzie coś wiadomo*,
2) sytuacja oficjalna, w grzecznym tonie: *Czy byłaby pani tak uprzejma i powiadomiła mnie, gdy uzyska pani informację?*,
3) sytuacja oficjalna, w tonie rozkazującym: *Niech mnie pani powiadomi, gdy będzie coś wiadomo!*,
4) sytuacja nieoficjalna, prywatna rozmowa: *Powiedz, jak będziesz coś wiedziała*,
5) sytuacja nieoficjalna, rozmowa w środowisku młodzieży: *Daj cynę, o co come on*[50].

Różnice stylistyczne są widoczne w doborze i formie wyrazów, ekspresji, budowie wypowiedzi. Zagadnienie to wymaga dalszego rozwinięcia, gdyż **ze stylem łączy się poprawność językowa**.

Zakłada się, że osoby komunikujące się między sobą, które używają tego samego kodu językowego, nie mają problemu ze zrozumieniem własnych wypowiedzi, nawet wtedy, gdy mówią niepoprawnie czy używają skrótów myślowych. Niepokoje może natomiast wzbudzać wypowiadanie się dla szerszego odbiorcy, w sytuacjach oficjalnych, które bywa stresujące. Świadomość, że wówczas należy się wypowiadać nie tylko zrozumiale, ale przede wszystkim bezbłędnie, potęguje tremę.

Z językowego punktu widzenia **publiczne wypowiadanie się wymaga bardzo dobrej znajomości norm poprawnościowych i stosowania zasad kultury języka na wyższym poziomie**. W takich sytuacjach większą uwagę zwraca się na **normy językowe**, które powszechnie wzbudzają dyskusje w zakresie tego, co jest poprawne, a co nie.

Na co dzień nie doceniamy roli normy językowej, a jest ona istotna z tego powodu, że

> „reguluje nam wiele zachowań językowych, szczególnie jeśli chodzi o kwestie stosowności, etykiety, grzeczności językowej. (...) Nawet przestrzeganie zwykłej poprawności gramatycznej sprawia, że jako użytkownicy języka, ludzie, którzy wchodzą w relacje z innymi, czujemy się bezpieczniej"[51].

Aby wyeliminować nieporozumienia w kwestii poprawności językowej, należy przyjąć za oczywiste i bezdyskusyjne stwierdzenie, że nie istnieje wyłącznie jedna norma, wspólna dla wszystkich odmian tekstu językowego –

[49] Inne mankamenty stylu urzędowego, na które wskazali językoznawcy, to nadmiernie długie zdania, nadużywanie imiesłowów, nadużywanie wielkich liter w przypadku nazw stanowisk, godności, tytułów naukowych, zawodowych. Przykładowe niefortunne sformułowania: *delegowanie zadań wychowawcom* zamiast *przydzielanie im zadań*, *ustawa implementuje zapisy dyrektywy* zamiast *ustawa wprowadza zapisy dyrektywy*, zob. *Urzędnicy nie umieją prosto pisać*, www.prawo.rp.pl, dostęp: 13.03.2015 r.

[50] Zwrot *come on* (z jęz. ang.) w środowisku młodzieży jest swobodnie interpretowany jako *chodzić* i wymawiany [kaman].

[51] Pogląd ten wyraziła Katarzyna Kłosińska podczas sesji, która odbyła się 21 marca 2014 r. w siedzibie Polskiego Radia, zob. *Normotwórcza rola radia i telewizji*, [w:] *Językowy przekaz medialny*, materiały z sesji zorganizowanej przez..., dz. cyt., s. 93.

„poprawność elementów językowych nie jest ich cechą bezwzględną z powodu istnienia we współczesnej polszczyźnie dwóch poziomów normy”[52].

Dlatego też to, co nam się wydaje niepoprawne lub naganne w jednej odmianie języka (czy sytuacji), okazuje się stosowne – dopuszczalne w innej. Wszelkie wątpliwości pomoże wyjaśnić fakt, iż normy językowe dzieląc się na wzorcową i użytkową (wyższą i niższą), opisują różne odmiany tekstu. Upraszczając: każda odmiana tekstu ma swoją normę.



Ryc. 2. Dwupoziomowy charakter normy językowej

Norma wzorcowa jest właściwa w każdej sytuacji, zwłaszcza w wypowiedziach przeznaczonych dla szerszej publiczności, oficjalnych (pojawiających w telewizji, radiu, internecie). Cechuje ją m.in. staranność wymowy, dbałość o dobór słów, budowę zdań.

Norma użytkowa ma wieloaspektowy charakter i wewnętrznie jest zróżnicowana ze względu na istnienie odmian tekstów.

Norma użytkowa profesjonalna dotyczy kontaktów sformalizowanych, opisuje różne odmiany polszczyzny oficjalnej – teksty naukowe, techniczne, urzędowe, skierowane do określonych grup odbiorców (z reguły specjalistów w danej dziedzinie wiedzy) lub pełniące funkcje informacyjne, nakłaniające. W jej opisie znajdują się m.in. terminy z określonej dyscypliny wiedzy, wyrazy erudycyjne, określenia zawodowe oraz sformułowania typowo kancelaryjne, będące schematami składniowymi – nie powinny się one pojawiać w sytuacjach oficjalnych przeznaczonych dla szerokiego kręgu odbiorców. Charakterystyczną cechą tego typu tekstów jest zawiła budowa zdań, a o rozwlekłości stylu (w szczególności urzędowego) decydują często pojawiające się wyrazy, które można uznać za zbędne, ponieważ nie wnoszą żadnej treści, np. *dokonać* (*dokonać sprawdzenia* zamiast *sprawdzić*), *koloru* (*koloru zielonego* zamiast *zielony*), *fakt* (*fakt zatrzymania* zamiast *zatrzymanie*), *na terenie* (*na terenie lasu* zamiast *w lesie*). Na przykład urzędowe określenie *samochód koloru czerwonego* w innej odmianie tekstu (w tekstach dziennikarskich) należy zastąpić przez prostsze *samochód czerwony*. W języku literackim opis mógłby zawierać porównanie: *samochód – czerwony niczym kwiat piwonii*.

Natomiast formy wypowiedzi nieoficjalnej, nieliterackiej, prostej (zwykle mówionej) opisuje **norma użytkowa potoczna**. Chodzi tu o polszczyznę ogólną i regionalną (w tym gwary środowiskowo-zawodowe, regionalne)[53].

[52] A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria…*, dz. cyt., s. 18.
[53] Tamże.

Formy językowe różnią się zatem pod względem poprawności, wynikającej z sytuacji i celowości użycia. Dla zobrazowania tej sytuacji warto przytoczyć kilka przykładów wskazujących, których form i dla jakich odmian tekstu nie należy używać.

Chcąc być w zgodzie z normą wzorcową, nie powinno się stosować określeń:

1) **obecnych w uzusie stylu urzędowego** (np. *spełniać rolę*, *mieć w posiadaniu*, *wejść w posiadanie*, *w oparciu o…*, *w odpowiedzi na…*, *w nawiązaniu do…*, *z tego tytułu*, *na terenie miasta…*, *w mieście…*, *dzień dzisiejszy*, *na chwilę obecną*, *w chwili obecnej*, *na ten moment*, *w dniu wczorajszym*),
2) **aprobowanych w normie potocznej** (np. *mielić kawę* zamiast *mleć kawę*, *trzy zwierzęta* zamiast *troje zwierząt*, *tą książkę* zamiast *tę książkę*).

Istnieją oczywiście i takie określenia, które znajdują się poza jakąkolwiek normą i nie są dopuszczalne w żadnej kategorii tekstu (niepoprawne są np. *martadela**[54], *na dzień dzisiejszy**, *okres czasu**).

Dla uzupełnienia kwestii poprawności należy wspomnieć **o uzusie językowym, czyli zwyczaju używania określonych form językowych. Tymi formami mogą być wyrazy i ich połączenia powszechnie uznane i skodyfikowane jako poprawne (na poziomie normy niższej, np. w uzusie stylu urzędowego) oraz takie, które mimo że są używane, nie są przez ogół społeczeństwa akceptowane i pozostają poza normą**. Ewidentnym tego przykładem jest forma czasownika *iść* w czasie przeszłym dla osób rodzaju męskiego – *poszłem**, która uznana jest za niepoprawną, chociaż w języku potocznym można ją usłyszeć[55].

Od najmłodszych lat wpaja się nam zasady, jak należy mówić poprawnie. Z wiedzą tą wzrastamy, kształtujemy wypowiedzi, bywa, że korygujemy błędy innych. Należy jednak pamiętać, że język podążając za rozwijającą się cywilizacją i dostosowując się do nowych potrzeb, nieustannie podlega procesowi rozwoju. Zmiany najbardziej są zauważalne w słownictwie (np. z użycia wychodzą słowa związane z zanikiem niektórych zawodów lub nieużywaniem przedmiotów, niektóre słowa zmieniają swe znaczenie), w mniejszym stopniu przeobrażenia zachodzą w składni, fonetyce, fleksji. Wiadomo, że

> „**norma powoli, lecz nieustannie się zmienia** [pogrubienie autorki], ewoluuje: wchłania pewne elementy uzualne, usuwa na margines inne, nobilituje formy dotąd uznane za wyłącznie środowiskowe czy potoczne, degraduje stylistycznie formy rzadkie czy przestarzałe"[56].

Powoduje to np., że niekiedy funkcjonują obok siebie dwie formy wyrazów, np. *napoi – napojów* (dawniej funkcjonowała forma *napojów*)[57], albo że te formy, które kiedyś były uznane za niepoprawne, dzisiaj są poprawne (niekiedy dopuszczalne na zasadzie uzusu)[58].

---

[54] Wyrazy lub sformułowania oznaczone gwiazdką są błędne.

[55] Zob. A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria…*, dz. cyt., s. 21, 26.

[56] Tamże, s. 61.

[57] Zob. S. Szober, *Słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa 1969, s. 302.

[58] Przykładem rozwoju języka jest odmiana wyrazów rodzaju nijakiego zakończonych na *-o* (*kino*, *auto*, *metro*, *studio*, *radio*). W 1923 r. wyrazy *kino* i *auto* były określane jako nieodmienne, na co zwrócił uwagę Witold Doroszewski, który w 1970 r. wskazał, że tego typu wyrazy powinny się odmieniać, zob. W. Doroszewski, *O kulturę słowa. Poradnik językowy*, t. 1, Warszawa 1970, s. 732.

Z kolei w *Słowniku poprawnej polszczyzny* z 1969 r. Stanisława Szobera wyraz *studio* jest traktowany jako nieodmienny lub odmieniany według wzorca deklinacji rzeczownika rodzaju nijakiego zakończonego na *-o* lub *-e*, zob. S. Szober, *Słownik poprawnej…*, dz. cyt., s. 608. Obecnie wyraz ten jest odmieniany (*do studia*, *w studiu*, *poza studiem*), chociaż nadal używana jest forma nieodmienna (*w studio*).

Odrębnym, ważnym zagadnieniem, na które należy zwrócić uwagę, jest **zacieranie się granic stylistycznych wbrew przyjętemu podziałowi na styl oficjalny i nieoficjalny, normę wyższą i niższą**. I tak, w sytuacjach wymagających stosowania normy wzorcowej coraz więcej osób – dotyczy to niestety ludzi z wykształceniem – próbując skrócić dystans z odbiorcą lub z innych powodów, bezpretensjonalnie mówi językiem potocznym, używa wyrażeń ekspresywnych, zdrobnień (także imion), mówi niedbale, zbyt szybko, nie zwraca uwagi na swych rozmówców, przerywa cudzą wypowiedź, nie waha się nawet użycia wyzwisk, krótko mówiąc – zachowuje się niekulturalnie. Dzisiaj jest już faktem, że

> „polszczyzna potoczna zdominowała przekaz medialny"[59]

i kolokwialne określenia (*ściema*, *być na wylocie*, *wyskoczyła gula komuś*) niemal każdego dnia są emitowane przez media. Może to wynikać stąd, że

> „współcześnie inne niż dawniej wartości ceni się w medialnym przekazie językowym"[60].

Na tej podstawie można sądzić, że to zacieranie się granic stylistycznych wynika z przewartościowania idei lub sprzeniewierzenia się podstawowym wartościom, niektórzy tłumaczą to niechęcią do oficjalności lub po prostu – brakiem kultury osobistej.

Sytuacją odwrotną jest mówienie coraz sprawniej stylistycznie przez ludzi prostych, mających coraz większą świadomość, jakiej formy nie wypada użyć.

O tym **wymieszaniu stylów** mówi m.in. Jan Miodek, wskazując, że **Polacy gubią się w danej sytuacji komunikacyjnej: w sytuacji oficjalnej starają się być na luzie, a w prozaicznej szukają stylu wysokiego**. Jego zdaniem zjawisko wymienności stylistycznej, ale polegającej na celowym używaniu w jednej wypowiedzi słownictwa z różnych dziedzin wiedzy, zapożyczeń, jest koniecznością wynikającą z szukania środków stylistycznych odpowiadających dzisiejszej cywilizacji[61].

Uwaga! Zjawisko tzw. komunikacji na luzie, swobody językowej stało się powszechne, nie jest jednak aprobowane przez normę wzorcową.

4.5. Brak porozumienia

Błędy językowe stanowią istotną przeszkodę w porozumiewaniu się ludzi. Powyżej była mowa o błędach użycia, czyli stylistycznych, które polegają na niewłaściwym doborze środków językowych w określonej wypowiedzi, niestosownie do jej konwencji, przeznaczenia.

---

[59] A. Markowski, *Norma językowa obowiązująca w mediach*, [w:] *Językowy przekaz medialny*, materiały z sesji zorganizowanej przez..., dz. cyt., s. 33.

[60] Tamże.

[61] Zob. *Polszczyźnie nic złego nie zagraża*, rozmowa z prof. Janem Miodkiem, „Niedziela" 2010, nr 15, s. 20–21.

Ilustrują to przykłady:

1. *Kierowca jechał za szybko, nie wyrobił na zakręcie i rozwalił szlaban* – **użycie wyrazów potocznych w wypowiedzi publicznej**,
2. *Z tego tytułu spotkanie miało miejsce w dniu dzisiejszym, we wczesnych godzinach rannych* – **użycie sformułowań kancelaryjno-urzędowych w wypowiedzi publicznej o charakterze informacyjnym**,
3. *Ponieważ byłeś grzeczny, mama dokona zakupu cukierków dla ciebie na terenie tego sklepu, który mieści się obok warzywniaka* – **użycie sformułowań kancelaryjno-urzędowych w wypowiedzi potocznej**,
4. *Aliści wczorajsza prognoza pogody się nie sprawdziła i pokostniał pan z zimna* – **nieuzasadnione posługiwanie się archaizmami**.

Pomyłki stylistyczne nie są jedynymi, które pojawiają się w wypowiedziach. Towarzyszą im błędy:

a) **ortograficzne**, czyli naruszenie norm ortograficznych – to np. stosowanie małych liter w nazwach własnych (ul. *wojska polskiego** zamiast *ul. Wojska Polskiego*), niewłaściwa pisownia łączna lub rozłączna (*nowoprzyjęty** zamiast *nowo przyjęty*), błędy w zakresie pisowni wyrazów *ó* i *u*, *rz* i *ż*, *ch* i *h*,
b) **interpunkcyjne**, czyli naruszenie reguł interpunkcji – to np. brak znaku interpunkcyjnego (*Powiedział to co zwykle** zamiast *Powiedział to, co zwykle*) lub umieszczenie go w niewłaściwym miejscu (*Poszedł mimo, że padało** zamiast *Poszedł, mimo że padało*),
c) **gramatyczne**:
   - **fleksyjne**, czyli odstępstwa od wzorcowej normy fleksyjnej – to np. przypisanie rzeczownikowi niewłaściwego rodzaju gramatycznego (*kontrol** zamiast *kontrola*), nieprawidłowa postać wyrazu w danym przypadku (*drogowskaza** zamiast *drogowskazu*), brak odmiany nazwiska, któremu można przypisać wzorzec odmiany (*o Sanguszko** zamiast *o Sanguszce*),
   - **składniowe**, czyli naruszenie podstawowej zasady budowy zdania – to np. niewłaściwe zastosowanie imiesłowowego równoważnika zdania (*Czytając, książka wypadła mu z rąk** zamiast *Czytając, wypuścił z rąk książkę*), błędy w zakresie naruszenia związku zgody lub rządu (*Śpiewał przed i po obiedzie** zamiast *Śpiewał przed obiadem i po obiedzie*), tzw. potoki składniowe, czyli zdania wielokrotnie złożone, przepełnione dygresjami,
d) **fonetyczne**, czyli naruszenie normy w zakresie wymowy – to np. nieprawidłowa artykulacja grup spółgłoskowych ([*ćcina**] zamiast [*czcina*] lub [*tszcina*]), opuszczanie głosek ([*w ogle**] zamiast [*w ogóle*]), błędy w akcentowaniu wyrazów ([**re***zonans**] zamiast [*re***zo***nans*]),
e) **leksykalne**:
   - **słownikowe**, czyli odstępstwo od wzorcowej normy leksykalnej – to np. użycie wyrazu w niewłaściwym znaczeniu (*zabezpieczyć* zamiast *zapewnić*), mylenie wyrazów brzmiących podobnie (*status* zamiast *statut*), pleonazmy (*cofać do tyłu**, *unieść do góry**), nadużywanie wyrazów modnych (*masakra*, *ogarnąć*, *sprzęt*),
   - **frazeologiczne**, czyli naruszenie normy frazeologicznej przez zmianę postaci związku frazeologicznego – to np. opuszczenie wyrazu wchodzącego w skład związku (*sprowadzać do mianownika** zamiast *sprowadzać do wspólnego mianownika*), dodanie wyrazu (*nawarzyć niezłego piwa** zamiast *nawarzyć piwa*), zastą-

pienie jednego wyrazu drugim (*kłaść kłody pod nogi** zamiast *rzucać kłody pod nogi*), skrzyżowanie związków frazeologicznych (*wyprowadzić na manowce** zamiast *wyprowadzić w pole* lub *zwieść na manowce*)[62],

- **słowotwórcze**, czyli niewłaściwa budowa wyrazu przez np. zastosowanie niewłaściwego formantu, utworzenie nowego wyrazu niezgodnie z regułami tworzenia neologizmów (*wytłumaczali** – zamiast *tłumaczyli*, *matkowe** – zamiast *matczyne*, *polownik** – zamiast *myśliwy*).

Za błąd należy uznać także używanie w nadmiarze określeń modnych, zbędnych zapożyczeń, jeżeli w języku polskim funkcjonują ich odpowiedniki.

Błędy językowe są nieświadomym odstępstwem od obowiązującej normy językowej i ujemnie wpływają na estetykę tekstu i odbiór przekazywanej informacji, zmniejszają szansę na porozumienie, dając podstawy, by o osobie, która je popełnia, tworzyć negatywną opinię (np. że jest niewiarygodna, niedouczona, niestaranna). Można i należy im zapobiegać, a najlepszą metodą przeciwdziałania ich powstawaniu jest

> „świadomy stosunek do używanych w mowie wyrazów, różnicowanie form językowych i ich funkcji"[63].

Drugim utrudnieniem realizacji tzw. przesłanki *communitas* jest **manipulacja językowa.** Choć różnie definiowana, w świadomości wielu ludzi stanowi ona przejaw nieetycznego zachowania i jako działanie nieuczciwe jest traktowana pejoratywnie, gdyż jej konsekwencje (dezorientacja, odrzucenie informacji jako niewiarygodnej, uczucie osobistej niechęci i dezaprobata) stają się realne, wymierne. Manipulacja bliska jest perswazji – to nieetyczny odpowiednik perswazji[64], jej działanie jest świadome, celowe i ukryte. Można ją określić także jako zjawisko, które występuje wtedy, gdy pojawia się pragnienie, aby wytworzyło się przekonanie o prawdziwości komunikatu[65].

U podstaw manipulacji leży chęć wpływania na cudze zachowanie, jest to działanie powiązane z traktowaniem innej osoby jako narzędzia do osiągnięcia własnych korzyści. Manipulacja bywa kojarzona z polityką, lecz nie zawsze ma na celu propagowanie ideologii reprezentowanych przez daną partię polityczną, może być stosowana np. w reklamie, by zachęcić do kupna jakiegoś produktu, w programach publicystycznych, aby narzucić odbiorcom gotowe sądy lub poddać w wątpliwość ich, albo po prostu dla osiągnięcia sukcesu. Z manipulacją w końcu mamy do czynienia w życiu codziennym, w indywidualnym działaniu, gdy chcemy nakłonić kogoś do postępowania, które z naszego punktu widzenia jest korzystne.

W przekazie medialnym nieetyczne może być nieokreślanie rzeczywistości wprost, ale sugerowanie treści poprzez użycie **wyrazów wieloznacznych**, dopuszczających dowolność interpretacji czy **silnie oddziałujących na emocje**, wyobraźnię. Popularną formą manipulacji językowej jest **nienazywanie rzeczy po imieniu**, **stosowanie wyrazów wywołujących pozytywne skojarzenia w odniesieniu do rzeczy mogących razić, zniechęcić**, **używanie określeń zamiennych** – wszystko po to, by z przekazywanego komunikatu językowego eliminować treści według nadawcy nieużyteczne. Cele te osiąga się za pomocą różnych środków stylistycznych, odpowiednio zbudowanych zdań, wy-

[62] Przykłady błędów frazeologicznych zaczerpnięto z pozycji: S. Bąba, *Twardy orzech do zgryzienia, czyli o poprawności frazeologicznej*, Poznań 1986. Autor wskazuje, że poprawne posługiwanie się frazeologizmami wymaga podawania ich w utrwalonej, przekazywanej przez tradycję postaci, tamże, s. 15. Zmiany dopuszczalne są w przypadkach uzasadnionych konwencją stylu (np. literatura piękna).

[63] W. Doroszewski, *Wśród słów, wrażeń i…*, dz. cyt.

[64] Zob. *Międzynarodowy Dzień Języka Polskiego*, www.rjp.pan.pl, dostęp: 12.03.2015 r.

[65] J. Bralczyk, *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak…*, dz. cyt., s. 26.

razów uogólniających, niedopowiedzeń. Na przykład **eufemizmy** (gr. *eu* – dobrze, *phemi* – mówić) z jednej strony, zastosowane np. w literaturze, pełnią funkcje estetyczne, wzbogacają wypowiedź, lecz z drugiej strony, gdy są używane np. w celach propagandy, ironizują, fałszują rzeczywistość, umniejszają naganne zachowania. Określenia, że *ktoś ma lepkie ręce* (o kimś, kto kradnie), *mija się z prawdą* (o kimś, kto kłamie) lub że *jest urodzony w niedzielę* (o kimś, kto jest leniwy) mają wydźwięk łagodniejszy, nie potępiający niż bezpośrednie nazwanie kogoś złodziejem, kłamcą, leniem.

Lilota z kolei (gr. *lilotes* – skromność, prostota) osłabia przekazywaną treść przez użycie wyrazu przeciwstawnego i jednocześnie zaprzeczonego. Występuje wtedy, gdy zamiast wyrazów o negatywnym znaczeniu używa się określeń umniejszających wadę czy niewłaściwe zachowanie, np. zamiast powiedzieć, że ktoś jest krzykliwy – mówi się, że ten ktoś jest *niecichy*, zamiast bałaganiarz – *nieuporządkowany*, zamiast leń – *niepracowity*.

Środkiem służącym manipulacji językowej jest **hiperbola** (gr. *hyperbola* – wyolbrzymienie), stosowana w celu uwypuklenia cech, zjawisk i nadania im wrażenia niezwykłości, nieprzystępności z racji potęgi, niemożliwości osiągnięcia przez przeciętnego człowieka (*olimpijska forma*, *imponujące osiągi*, *gigantyczne oszustwo*). Również ten stylistyczny zabieg ma ukryte przesłanie: hiperboliczne określenia językowe (np. *zjawiskowo piękne*, *budzące zachwyt*, *niepowtarzalne okazje*) mają działać na wyobraźnię i jednocześnie uzupełnione o dodatkową informację lub slogan reklamowy o odpowiedniej treści (*...masz na zawołanie*, *nie zmarnuj tej szansy*) wywołują wrażenie, że te niezwykłe rzeczy, bajkowe spędzenie wolnego czasu oferowane przez konkretne biuro podróży czy korzyści płynące z posiadania tego, a nie innego konta w banku są w zasięgu ręki.

O perswazji wykorzystującej różne mechanizmy manipulacyjne, w tym hiperbolę, pisze Joanna Smól, która zwraca uwagę, że hiperboliczny charakter często mają informacje podawane w mediach, w programach informacyjnych (*Cały świat przerażony okrucieństwem Al-Kaidy*).

Możliwość „łatwego manipulowania faktami, sugerowania ich oceny" dają tzw. setki telewizyjne[66]. Obecna w tego typu przekazach perswazja, wykorzystująca oprócz hiperboli inne środki manipulacyjne, nastawiona na zdobycie zainteresowania i przychylności odbiorcy, ma zapewnić wysoką oglądalność programu i zarazem zainteresowanie reklamodawców. Negatywnym skutkiem podporządkowania się względom komercyjnym jest deformacja rzeczywistości, wywoływanie dużego wrażenia sensacją i brak obiektywizmu[67].

Również inne figury retoryczne mogą być nieuczciwie wykorzystane w jakiejkolwiek formie przekazu i branży (polityka, handel, finanse, motoryzacja, stacje radiowe lub telewizyjne, prasa). Natomiast w warunkach wolnych od perswazji i przy etycznym nastawieniu nadawcy **aluzje**, **niedopowiedzenia**, **pytania retoryczne**, **gra słów** czy **tworzenie słów o pożądanym wydźwięku** – pełnią funkcje stylistyczne i służą odmiennym celom, np. rozbawieniu, pouczeniu, tworzeniu pięknych obrazów w wyobraźni czytelnika – tak jak w literaturze, dla której kreacja wizji świata jest założeniem podstawowym.

Językowe narzędzia perswazji to m.in. wyrazy: *ponoć*, *podobno*, *wszyscy*, *każdy z nas*, *nie każdy*, *jak wiadomo*, *jak zwykle*, *oczywiście*, *zawsze*, *nigdy*, *wszędzie*.

Rolę manipulacyjną odgrywa **stosowanie superlatyw** (*najsympatyczniejszy człowiek roku*, *najlepsze wakacje*, *najbogatszy wybór*), **bezpośrednie zwracanie się do odbiorcy za pomocą zaimka osobowego *ty***, również w formach odmiany (np. *Tylko ty*

[66] Chodzi tu o dobór setek sugerujących ocenę zdarzeń, zob. J. Smól, *Perswazja w informacji telewizyjnej*, „Poradnik Językowy" 2005, nr 6, s. 55. Dużą rolę odgrywa też kolejność podawania informacji w programach informacyjnych. Powyższy przykład: tamże.

[67] Tamże.

zrobisz to najlepiej, *Od ciebie zależy los wielu istnień*, *Dzięki tobie to będzie możliwe*) czy **utożsamianie się z adresatem komunikatu poprzez użycie zaimka osobowego *ja*** (*Ja wiem, że kupuję najtaniej*) lub ***my*** (*My także mieliśmy nadzieję, że to się zmieni*, *To my mamy prawo powiedzieć nie*) i z podkreśleniem opozycji wobec konkurencji/kontrkandydatów (*My zrobimy to lepiej niż oni*)[68].

Manipulacja przekazywaną informacją może polegać na podaniu fragmentu treści, potraktowaniu jej wybiórczo. Przeczytanie wybranego urywku tekstu, pozbawionego kontekstu, inaczej wpływa na percepcję odbiorcy, może powodować powstanie tendencyjnych sądów, ponieważ możliwości poznawcze i wyrobienie obiektywnej oceny są zawężone. Ewidentnym przykładem kształtowania lub wręcz próby narzucenia odbiorcy jednostronnej opinii, wzbudzenia pożądanych emocji jest **formułowanie tytułów i ich umiejętne wyeksponowanie w tekście** (*Sąd znowu zawiódł*, *NIK-t nie zapanuje nad bałaganem w urzędach*, *Dlaczego w tych garnkach nie wolno gotować?!*). Rolą tytułów jest sugerowanie treści, zachęcenie do jej przeczytania, często jednak dopiero po uważnym przeczytaniu całego tekstu i odniesieniu do szerszego kontekstu treści sugerowanej w tytule okazuje się, że nie odpowiada on opisywanej rzeczywistości, a przedstawione problemy można rozpatrywać z różnych perspektyw.

Wśród gatunków prasowych podatnych na manipulację na uwagę zasługuje wywiad, w którym dochodzi do nieuczciwej strategii zadawania pytań – sugerujących odpowiedź, nie pozwalających na rozwinięcie wątku lub eksponujących jakiś problem, podchwytujących spostrzeżenia rozmówcy, oceniających lub akcentujących negatywną opinię, atakujących, uogólniających, podtrzymujących pewne stereotypy[69]. Podchwytliwa podczas wywiadu bywa gra słów (*Można zaryzykować pytanie i znaleźć na nie nieryzykowną odpowiedź…?*)[70]. **Sterowanie rozmówcą w zamierzonym kierunku** (np. aby przekazać własne tezy) nadaje charakter całemu tekstowi, który ma za zadanie wywołać określoną reakcję odbiorcy[71].

Mylne zrozumienie cudzej wypowiedzi może powstać w wyniku przekształcania tekstu mówionego na pisany. Zwykle dzieje się tak po przeprowadzonym wywiadzie, gdy upływ czasu powoduje dezaktualizację treści. Bywa, że osoba zapisując tekst po nagraniu, dokonuje w nim poprawek w celu dopasowania do ogólnego tematu całości (artykułu, reportażu, numeru wydania) lub w celu skrócenia wypowiedzi, np. usuwa dygresje. W efekcie sens wypowiedzi może się zmienić, i to w sposób niekorzystny dla autora wypowiedzi. Dynamiczny charakter wywiadu powoduje, że

> „dziennikarz pozwala mówić swojemu rozmówcy, a potem usuwa fragmenty niczego nie wnoszące, dąży do nadania formy temu, co nieforemne. Nadanie formy, tego warunku doskonałości, sprawia, że dialog kuleje, dźwięczy fałszywie"[72].

---

[68] Zaimek osobowy *my* obejmuje nadawcę w opozycji do odbiorcy, ale użyty w języku propagandy powoduje odczucie, że dotyczy nadawcy i odbiorcy jednocześnie, zob.: M. Trysińska, *Poufałe formy adresatywne w języku polityków*, „Poradnik Językowy" 2003, nr 10, s. 55.

[69] O wpływie stereotypu na kształt wywiadu jest mowa [w:] M. Grzybowska, A. Hanak, A. Niezabitowska, *Przekaz medialny*, Słupsk 2014, s. 14.

[70] Przykład zaczerpnięty z pozycji: I. Bajerowa, *Manipulacja językowa dla osiągnięcia sukcesu medialnego*, „Poradnik Językowy" 2005, nr 4, s. 5.

[71] Więcej, także na temat powodów stosowania manipulacji w mediach, tamże.

[72] U. Eco, *Drugie zapiski na pudełku od zapałek*, Poznań 1994, s. 85–86, cyt. za: M. Kita, *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*, Katowice 1998, s. 104.

Jakkolwiek przekształcenia te mogą być działaniami niezamierzonymi, to powodują zafałszowanie treści i mylne wyobrażenie o ich autorze, gdyż odbiorca zbiorowy „obdarza zaufaniem" tekst wywiadu, czyli tekst ostateczny[73].

Niski poziom kultury języka, manipulacja wykorzystująca środki językowe do celów propagandy, perswazji oraz błędy językowe zakłócają porozumienie i przekazanie istotnych informacji. Warto zwracać na nie uwagę we wszelkich formach przekazu. Szczególnie manipulacja, zniekształcając system wartości, destruktywnie wpływa na relacje międzyludzkie. Nieuczciwe działania językowe mogą powodować nawet konsekwencje prawne.

Uwaga! Nie należy w sposób jednakowy traktować manipulacji używanej w konwencji reklamy, dla której naruszenia reguł „przyzwoitości" są dopuszczalne, a więc takie zachowania, jak luźny stosunek do prawdy, wypowiedzi pozornie nie na temat, brak ważnych informacji, ukrywanie niemożliwości sprawdzenia, świadome oddziaływanie na emocje. Komunikat reklamowy tylko udaje wypowiedź o funkcji informacyjnej[74].

4.6. „Mów, a powiem ci, kim jesteś"

Wracając do kwestii poruszonej na wstępie tego rozdziału, czyli do stanu obecnej polszczyzny i roli mediów w kształtowaniu wzorców komunikacji, należy stwierdzić, że **media nie zawsze mogą być rzetelnym źródłem właściwych form porozumienia**, co ma swoje przyczyny. Po pierwsze, w przekazie medialnym uczestniczą nie tylko dziennikarze, ale wszyscy, którzy wypowiadają się publicznie: rzecznicy zamieszczający informacje na stronach internetowych, goście programów telewizyjnych i radiowych, autorzy blogów, uczestnicy forów, nawet osoby wpisujące swoje komentarze na stronach internetowych. Okazuje się, że

> „media mówią dokładnie takim językiem, jakim mówią osoby je tworzące"[75].

Słuszne wydaje się przekonanie, że kryterium wykształcenia nie odgrywa tu roli, zwłaszcza że – po drugie – dziennikarzem może być dzisiaj każdy, ponieważ

> „nie ma żadnych limitów w dostępie do zawodu"[76].

Jakość językowego przekazu medialnego, a w związku z tym upowszechnianie wzorów komunikacyjnych zależą więc od nas samych.

---

[73] M. Kita, *Wywiad prasowy. Język…*, dz. cyt., s. 105.

[74] Szerzej na temat świadomego traktowania języka w komercji zob.: J. Bralczyk, *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak…*, dz. cyt., gdzie autor pisze, że reklama nie kłamie, ale wykorzystuje różne gry z prawdą, s. 27.

[75] B. Ławski, [w:] *Językowy przekaz medialny*, materiały z sesji zorganizowanej przez…, dz. cyt., s. 113.

[76] Tamże.

Komunikowanie się językiem polskim jest uwarunkowane wieloma czynnikami. Podsumowując, warto przypomnieć, że **o sprawnej komunikacji decydują takie elementy, jak:**

1) **odbiorca** – ważne jest traktowanie odbiorcy jako partnera rozmowy, dbanie o to, by potrafił zrozumieć przekaz i miał możliwość ustosunkować się do niego,
2) **sytuacja** – w zależności od okoliczności komunikacji, przeznaczenia tekstu należy umiejętnie dobierać środki językowe (dopasować słowa, w sytuacji oficjalnej zachować zrównoważony ton i spokojne tempo wypowiedzi),
3) **temat** – wypowiedź nie na temat i liczne dygresje utrudniają porozumienie, natomiast merytoryczne przygotowanie się, precyzja i używanie zrozumiałego słownictwa sprzyjają porozumieniu.

Niekwestionowane zalety wypowiedzi to m.in. logiczność w budowie zdań – gdy kolejne wynika z poprzedniego, precyzja, zwięzłość[77]**.** Jeżeli przekaz ma dotrzeć do jak największej liczby odbiorców, to powinien być jak najbardziej neutralny, czyli nienacechowany przynależnością do jakiejś odmiany tekstu, wolny od środków ekspresji.

Porozumieniu mogą przeszkadzać błędy językowe, niestaranna artykulacja, mówienie za cicho lub za szybko, brak wiarygodności, a także nieznajomość etykiety (forma zwracania się do siebie, używanie tytułów zawodowych, naukowych). Aby ustrzec się błędów, należy obserwować zmiany zachodzące w języku, konieczne jest też zrozumienie pewnych ograniczeń, ponieważ sytuacja komunikacyjna, to, w jakiej konwencji tekst powstał, jakie ma pełnić funkcje, często decydują o tym, co jest błędem, a co nim nie jest. Ważna jest świadomość dwupoziomowego charakteru normy.

Na językową komunikację międzyludzką należy spoglądać z szerszej perspektywy, język bowiem służy nie tylko do przekazania informacji, ale pozwala na wyrażenie własnych poglądów, wrażeń, pragnień, umożliwia wydawanie poleceń czy zadawanie pytań, można śmiało stwierdzić, że jest

> „środkiem sterującym ludzkimi zachowaniami"[78].

Jego podstawowa funkcja to przede wszystkim służenie porozumiewaniu się. Istotną rolę w tym procesie odgrywa jakość wypowiedzi, wskazująca na pochodzenie danej osoby, jej wiek, wykształcenie, przynależność do określonej grupy społecznej.

Język jednak to coś więcej jeszcze, gdyż „ma moc ujawniania zarówno piękna naszej godności, jak i szpetoty moralnej". Ujmując go z tego punktu widzenia, należy przyjąć, że

> „sprawdzianem człowieka jest jego wypowiedź"[79].

I mimo tak wielu przedstawionych powyżej warunków skutecznej komunikacji jeden pozostaje chyba najważniejszy – to **otwartość na drugiego człowieka**,

> „chęć wysłuchania tego, co ma nam do powiedzenia, a czasami po prostu milczenie"[80].

---

[77] Przejrzysty układ treści „jest odbiciem myślowego porządku i komunikatywnej celowości", S. Reczek, *Słowo się rzekło, czyli monolog o kulturze języka*, Rzeszów 1988, s. 18.

[78] S. Grabias, *Język w zachowaniach…*, dz. cyt., s. 160.

[79] *Mądrość Syracha, 27.5*, [w:] *Pismo święte Starego i Nowego Testamentu. Biblia Tysiąclecia*, Poznań 2008, s. 919.

[80] *Jak Polak z Polakiem – V Forum Kultury…*, dz. cyt., s. 65.

Załącznik

Wybrane przepisy

Zarządzenie nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w sprawie form i metod działalności prasowo-informacyjnej w Policji

Na podstawie art. 7 ust.1 pkt 2 ustawy z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji (Dz.U. z 2007 r. Nr 43, poz. 277 z późn. zm.[1)]) zarządza się, co następuje:

§ 1

Zarządzenie określa formy i metody prowadzenia działalności prasowo-informacyjnej, w Policji, w szczególności sposób działania rzeczników prasowych i oficerów prasowych oraz udzielania przez nich informacji środkom masowego przekazu.

§ 2

1. Działalność prasowo-informacyjną w Policji prowadzą, w zakresie swojej właściwości, Komendant Główny Policji, komendanci wojewódzcy Policji, Komendant Stołeczny Policji oraz komendanci powiatowi (miejscy, rejonowi) Policji.

2. Działalność prasowo-informacyjna wykonywana jest za pośrednictwem rzeczników prasowych: Komendanta Głównego Policji i komendantów wojewódzkich (Stołecznego) Policji, oficerów prasowych w komendach powiatowych (miejskich, rejonowych) Policji, działających w imieniu komendantów, o których mowa w ust. 1, oraz innych funkcjonariuszy i pracowników Policji upoważnionych do udzielania informacji.

§ 3

Rzecznik prasowy Komendanta Głównego Policji wykonuje działalność prasowo-informacyjną w szczególności poprzez:

1) informowanie środków masowego przekazu o działaniach podejmowanych przez Komendanta Głównego Policji;
2) informowanie środków masowego przekazu o inicjatywach i przedsięwzięciach realizowanych przez komórki organizacyjne Komendy Głównej Policji, w szczególności poprzez przygotowywanie oraz przekazywanie komunikatów prasowych, materiałów fotograficznych, filmowych i dźwiękowych oraz poprzez zamieszczanie przygotowanych materiałów na policyjnych stronach internetowych;
3) udzielanie środkom masowego przekazu informacji o problemach i zagadnieniach, dotyczących funkcjonowania Policji oraz odpowiedzi na zgłaszane pytania;
4) koordynowanie i udzielanie pomocy merytorycznej w przekazywaniu informacji środkom masowego przekazu przez komórki organizacyjne Komendy Głównej Policji i inne jednostki Policji;
5) obsługę prasowo-informacyjną zdarzeń mających charakter ogólnopolski, we współpracy z rzecznikami prasowymi komendantów wojewódzkich Policji, rzecznikiem prasowym Komendanta Stołecznego Policji oraz oficerami prasowymi w komendach powiatowych (miejskich, rejonowych) Policji;

[1)] Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2007 r. Nr 57, poz. 390, Nr 120, poz. 818, Nr 140, poz. 981 i Nr 165, poz. 1170.

6) udzielanie odpowiedzi na krytykę prasową, której poddany jest Komendant Główny Policji i komórki organizacyjne Komendy Głównej Policji;
7) udział w szkoleniach z zakresu kontaktów funkcjonariuszy Policji ze środkami masowego przekazu prowadzonych przez komórki organizacyjne właściwe w sprawach szkolenia;
8) współuczestniczenie w kształtowaniu strategii i koncepcji działań informacyjnych na terenie kraju, dotyczących przedsięwzięć podejmowanych przez Policję w celu rozwiązywania najważniejszych problemów w zakresie patologii społecznej, zjawisk kryminogennych oraz profilaktyki i kontaktów ze społeczeństwem;
9) bieżącą analizę pracy rzeczników prasowych komendantów wojewódzkich Policji oraz rzecznika prasowego Komendanta Stołecznego Policji;
10) opiniowanie przedsięwzięć informacyjnych, publicystycznych i promocyjnych o zasięgu ogólnopolskim, których realizację planują jednostki Policji na terenie kraju;
11) opiniowanie scenariuszy przedsięwzięć artystycznych, których producenci zwracają się do Policji o udzielenie pomocy w ich realizacji, a pomoc ta wykracza poza ustawowe obowiązki Policji; udzielenie takiej pomocy może nastąpić tylko po uzyskaniu przez właściwego terytorialnie komendanta wojewódzkiego Policji lub Komendanta Stołecznego Policji pozytywnej opinii rzecznika prasowego Komendanta Głównego Policji.

§ 3a[2)]

Rzecznik prasowy Komendanta Centralnego Biura Śledczego Policji wykonuje działalność prasowo-informacyjną, w szczególności poprzez:
1) informowanie środków masowego przekazu o działaniach podejmowanych przez Komendanta Centralnego Biura Śledczego Policji;
2) informowanie środków masowego przekazu o inicjatywach i przedsięwzięciach realizowanych przez komórki organizacyjne Centralnego Biura Śledczego Policji, w szczególności poprzez przygotowywanie oraz przekazywanie komunikatów prasowych, materiałów fotograficznych, filmowych i dźwiękowych oraz poprzez zamieszczanie przygotowanych materiałów na stronie internetowej Centralnego Biura Śledczego Policji;
3) udzielanie środkom masowego przekazu informacji o problemach i zagadnieniach, dotyczących funkcjonowania Centralnego Biura Śledczego Policji oraz udzielanie odpowiedzi na zgłaszane pytania;
4) koordynowanie i udzielanie pomocy merytorycznej w przekazywaniu informacji środkom masowego przekazu przez komórki organizacyjne Centralnego Biura Śledczego Policji;
5) obsługę prasowo-informacyjną zdarzeń mających charakter regionalny, we współpracy z rzecznikami prasowymi komendantów wojewódzkich (Komendanta Stołecznego) Policji;
6) udzielanie odpowiedzi na krytykę prasową, której poddani są Komendant Centralnego Biura Śledczego Policji i jego zastępcy oraz kierownicy podległych komórek organizacyjnych Centralnego Biura Śledczego Policji;
7) udział w szkoleniach w zakresie kontaktów funkcjonariuszy i pracowników Policji ze środkami masowego przekazu, prowadzonych przez komórki organizacyjne właściwe w sprawach szkolenia;
8) współuczestniczenie w kształtowaniu strategii i koncepcji działań informacyjnych Komendanta Centralnego Biura Śledczego Policji, dotyczących przedsięwzięć podejmowanych przez Policję w celu rozwiązywania najważniejszych problemów w zakresie zjawisk kryminogennych, wynikających z zagrożenia ze strony zorganizowanych grup przestępczych;
9) opiniowanie przedsięwzięć informacyjnych, publicystycznych i promocyjnych, których realizację planują komórki organizacyjne Centralnego Biura Śledczego Policji.

[2)] § 3 dodany przez § 1 pkt 3 zarządzenia nr 41 z dnia 6 października 2014 r. (Dz.Urz. KGP.2014.86) zmieniającego zarządzenie z dniem 9 października 2014 r.

§ 4

Rzecznicy prasowi komendantów wojewódzkich Policji oraz rzecznik prasowy Komendanta Stołecznego Policji wykonują działalność prasowo-informacyjną w szczególności poprzez:

1) informowanie środków masowego przekazu o działaniach podejmowanych przez komendantów wojewódzkich Policji lub Komendanta Stołecznego Policji;
2) informowanie środków masowego przekazu o inicjatywach i przedsięwzięciach realizowanych przez komórki organizacyjne odpowiednich komend wojewódzkich Policji lub Komendy Stołecznej Policji oraz podległe im jednostki, w szczególności poprzez przygotowywanie oraz przekazywanie komunikatów prasowych, materiałów fotograficznych, filmowych i dźwiękowych oraz poprzez zamieszczanie przygotowanych materiałów na policyjnych stronach internetowych;
3) udzielanie środkom masowego przekazu informacji o problemach i zagadnieniach, dotyczących funkcjonariuszy i pracowników Policji, komórek organizacyjnych komend wojewódzkich Policji lub Komendy Stołecznej Policji oraz podległych im jednostek oraz udzielanie odpowiedzi na zgłaszane pytania;
4) koordynowanie i udzielanie pomocy merytorycznej w przekazywaniu informacji środkom masowego przekazu przez komórki organizacyjne komend wojewódzkich Policji lub Komendy Stołecznej Policji i jednostek im podległych;
5) obsługę prasowo-informacyjną zdarzeń mających charakter regionalny, we współpracy z oficerami prasowymi w komendach powiatowych (miejskich, rejonowych) Policji;
6) udzielanie odpowiedzi na krytykę prasową, której poddani są komendanci wojewódzcy Policji, Komendant Stołeczny Policji, komórki organizacyjne komend wojewódzkich Policji lub Komendy Stołecznej Policji oraz podległe im jednostki;
7) udział w szkoleniach w zakresie kontaktów funkcjonariuszy i pracowników Policji ze środkami masowego przekazu prowadzonych przez komórki organizacyjne właściwe w sprawach szkolenia;
8) współuczestniczenie w kształtowaniu strategii i koncepcji działań informacyjnych na obszarze terytorialnego działania właściwych komendantów, dotyczących przedsięwzięć podejmowanych przez Policję w celu rozwiązywania najważniejszych problemów w zakresie patologii społecznej, zjawisk kryminogennych, profilaktyki i kontaktów ze społeczeństwem;
9) informowanie o działaniach terenowych komórek organizacyjnych Komendy Głównej Policji; udzielanie takich informacji wymaga każdorazowo zgody rzecznika prasowego Komendanta Głównego Policji;
10) opiniowanie przedsięwzięć informacyjnych, publicystycznych i promocyjnych o zasięgu regionalnym, których realizację planują jednostki Policji na terenie województwa.

§ 5

Oficerowie prasowi w komendach powiatowych (miejskich, rejonowych) Policji wykonują działalność prasowo-informacyjną w szczególności poprzez:

1) informowanie środków masowego przekazu o działaniach podejmowanych przez komendanta powiatowego (miejskiego, rejonowego) Policji;
2) informowanie regionalnych środków masowego przekazu o przedsięwzięciach realizowanych przez komórki organizacyjne komendy powiatowej (miejskiej, rejonowej) Policji oraz przez podległe jej jednostki, również poprzez przygotowywanie oraz przekazywanie - w porozumieniu z właściwym terytorialnie rzecznikiem prasowym komendanta wojewódzkiego Policji lub rzecznikiem prasowym Komendanta Stołecznego Policji - komunikatów prasowych, materiałów fotograficznych, filmowych i dźwiękowych oraz poprzez zamieszczanie przygotowanych materiałów na właściwych policyjnych stronach internetowych;
3) udzielanie ogólnopolskim oraz zagranicznym środkom masowego przekazu informacji o problemach i zagadnieniach dotyczących funkcjonowania Policji na terenie powiatu (miasta);

zakres i forma udzielania takich informacji wymaga każdorazowo akceptacji właściwego terytorialnie rzecznika prasowego komendanta wojewódzkiego Policji lub rzecznika prasowego Komendanta Stołecznego Policji;

4) udzielanie odpowiedzi na zgłaszane pytania;
5) po uzgodnieniu z właściwym terytorialnie rzecznikiem komendanta wojewódzkiego Policji lub rzecznikiem prasowym Komendanta Stołecznego Policji udzielanie odpowiedzi na krytykę prasową, której poddany jest komendant powiatowy (miejski, rejonowy) Policji, komórki organizacyjne komendy powiatowej (miejskiej, rejonowej) Policji oraz podległe jej jednostki;
6) koordynowanie i udzielanie pomocy merytorycznej w przekazywaniu informacji środkom masowego przekazu przez komórki organizacyjne komendy powiatowej (miejskiej, rejonowej) Policji oraz podległe jej jednostki;
7) udział w szkoleniach z zakresu kontaktów funkcjonariuszy i pracowników Policji ze środkami masowego przekazu;
8) współuczestniczenie w kształtowaniu strategii i koncepcji działań informacyjnych na terenie powiatu (miasta), dotyczących przedsięwzięć podejmowanych przez Policję w celu rozwiązywania najważniejszych problemów w zakresie patologii społecznej, zjawisk kryminogennych, profilaktyki i kontaktów ze społeczeństwem.

§ 6

Informacji na temat działań Policji mogą udzielać, w granicach swoich kompetencji, również policjanci i pracownicy Policji przygotowani i upoważnieni do tego jednorazowo lub czasowo przez właściwego rzecznika prasowego w uzgodnionym z nim zakresie.

§ 7

1. Bezpośrednio na miejscu wykonywania czynności funkcjonariusz Policji udziela dziennikarzom informacji na ich wyraźne żądanie i po okazaniu przez nich legitymacji prasowej.

2. Jeśli na miejscu znajduje się kilku funkcjonariuszy Policji, informacji udziela funkcjonariusz Policji, kierujący działaniami lub wyznaczona przez niego osoba.

3. Informacje, o których mowa w ust. 1 i 2, powinny stanowić jedynie ogólny opis zadania, które wykonuje funkcjonariusz i nie mogą zawierać danych, które posłużyłyby do formułowania sądów o winie uczestników zdarzenia lub do identyfikacji osób uczestniczących w zdarzeniu.

§ 8

W przypadku szczególnego zainteresowania środków masowego przekazu działaniami Policji, na miejscu zdarzenia powinna znajdować się jedna z osób, o której mowa w § 2 ust. 2.

§ 9

1. Dowodzący działaniami policyjnymi może, po ustaleniu z osobą, o której mowa w § 2 ust. 2, wyrazić zgodę na dostęp dziennikarzy do miejsca wykonywania czynności w pełnym lub ograniczonym zakresie.

2. Zgoda, o której mowa w ust. 1, nie jest wymagana wobec dziennikarza, zbierającego informacje, nagrywającego dźwięk, fotografującego lub filmującego miejsce wykonywania czynności na terenie ogólnie dostępnym.

3. W przypadku użycia uzbrojonych oddziałów lub pododdziałów Policji dowodzący działaniami policyjnymi może umożliwić dziennikarzom dostęp do miejsca wykonywania czynności po ostrzeżeniu, że funkcjonariusze Policji tych oddziałów lub pododdziałów nie mogą zapewnić dziennikarzom bezpieczeństwa fizycznego.

§ 10

Traci moc zarządzenie nr 13 Komendanta Głównego Policji z dnia 25 września 2000 r. w sprawie metod i form działalności prasowo-informacyjnej w Policji.

§ 11

Zarządzenie wchodzi życie z dniem podpisania.

Komendant Główny Policji
nadinsp. Tadeusz Budzik

Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe

Rozdział 1
Przepisy ogólne

Art. 1. Prasa, zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej, korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej.

Art. 2. Organy państwowe zgodnie z Konstytucją Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej stwarzają prasie warunki niezbędne do wykonywania jej funkcji i zadań, w tym również umożliwiające działalność redakcjom dzienników i czasopism zróżnicowanych pod względem programu, zakresu tematycznego i prezentowanych postaw.

Art. 3. Pracownik poligrafii oraz kolportażu nie może ograniczać ani w jakikolwiek inny sposób utrudniać drukowania i nabywania przyjętych przez przedsiębiorstwo do druku i rozpowszechniania dzienników, czasopism lub innych publikacji prasowych z powodu ich linii programowej albo treści.

Art. 3a. W zakresie prawa dostępu prasy do informacji publicznej stosuje się przepisy Ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz.U. Nr 112, poz. 1198).

Art. 4. 1. Przedsiębiorcy i podmioty niezaliczone do sektora finansów publicznych oraz niedziałające w celu osiągnięcia zysku są obowiązane do udzielenia prasie informacji o swojej działalności, o ile na podstawie odrębnych przepisów informacja nie jest objęta tajemnicą lub nie narusza prawa do prywatności.

2. (skreślony).

3. W przypadku odmowy udzielenia informacji, na żądanie redaktora naczelnego, odmowę doręcza się zainteresowanej redakcji w formie pisemnej, w terminie trzech dni; odmowa powinna zawierać oznaczenie organu, jednostki organizacyjnej lub osoby, od której pochodzi, datę jej udzielenia, redakcję, której dotyczy, oznaczenie informacji będącej jej przedmiotem oraz powody odmowy.

4. Odmowę, o której mowa w ust. 3, lub niezachowanie wymogów określonych w tym przepisie, można zaskarżyć do sądu administracyjnego w terminie 30 dni; w postępowaniu przed sądem stosuje się odpowiednio przepisy o zaskarżaniu do sądu decyzji administracyjnych.

(…).

Art. 5. 1. Każdy obywatel, zgodnie z zasadą wolności słowa i prawem do krytyki, może udzielać informacji prasie.

2. Nikt nie może być narażony na uszczerbek lub zarzut z powodu udzielenia informacji prasie, jeżeli działał w granicach prawem dozwolonych.

Art. 6. 1. Prasa jest zobowiązana do prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk.

2. Organy państwowe, przedsiębiorstwa państwowe i inne państwowe jednostki organizacyjne oraz organizacje spółdzielcze są obowiązane do udzielenia odpowiedzi na przekazaną im krytykę prasową bez zbędnej zwłoki, nie później jednak niż w ciągu miesiąca.

3. Przepis ust. 2 stosuje się odpowiednio do związków zawodowych, organizacji samorządowych i innych organizacji społecznych w zakresie prowadzonej przez nie działalności publicznej.

4. Nie wolno utrudniać prasie zbierania materiałów krytycznych ani w inny sposób tłumić krytyki.

(…).

Rozdział 2
Prawa i obowiązki dziennikarzy

Art. 10. 1. Zadaniem dziennikarza jest służba społeczeństwu i państwu. Dziennikarz ma obowiązek działania zgodnie z etyką zawodową i zasadami współżycia społecznego, w granicach określonych przepisami prawa.

2. Dziennikarz, w ramach stosunku pracy, ma obowiązek realizowania ustalonej w statucie lub regulaminie redakcji, w której jest zatrudniony, ogólnej linii programowej tej redakcji.

3. Działalność dziennikarza sprzeczna z ust. 2 stanowi naruszenie obowiązku pracowniczego.

Art. 11. 1. Dziennikarz jest uprawniony do uzyskiwania informacji w zakresie, o którym mowa w art. 4.

2. Informacji w imieniu jednostek organizacyjnych są obowiązani udzielać kierownicy tych jednostek, ich zastępcy, rzecznicy prasowi lub inne upoważnione osoby, w granicach obowiązków powierzonych im w tym zakresie.

3. Kierownicy jednostek organizacyjnych są obowiązani umożliwiać dziennikarzom nawiązanie kontaktu z pracownikami oraz swobodne zbieranie wśród nich informacji i opinii.

4. Rada Ministrów, w drodze rozporządzenia, określa organizację i zadania rzeczników prasowych w urzędach organów administracji rządowej.

Art. 12. 1. Dziennikarz jest obowiązany:

1) zachować szczególną staranność i rzetelność przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych, zwłaszcza sprawdzić zgodność z prawdą uzyskanych wiadomości lub podać ich źródło,
2) chronić dobra osobiste, a ponadto interesy działających w dobrej wierze informatorów i innych osób, które okazują mu zaufanie,
3) dbać o poprawność języka i unikać używania wulgaryzmów.

2. Dziennikarzowi nie wolno prowadzić ukrytej działalności reklamowej wiążącej się z uzyskaniem korzyści majątkowej bądź osobistej od osoby lub jednostki organizacyjnej zainteresowanej reklamą.

Art. 13. 1. Nie wolno wypowiadać w prasie opinii co do rozstrzygnięcia w postępowaniu sądowym przed wydaniem orzeczenia w I instancji.

2. Nie wolno publikować w prasie danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe, jak również danych osobowych i wizerunku świadków, pokrzywdzonych i poszkodowanych, chyba że osoby te wyrażą na to zgodę.

3.[1)] Ograniczenie, o którym mowa w ust. 2, nie narusza przepisów innych ustaw. Właściwy prokurator lub sąd może zezwolić, ze względu na ważny interes społeczny, na ujawnienie danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe.

4. Na postanowienie w przedmiocie ujawnienia danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe przysługuje zażalenie. Zażalenie na postanowienie prokuratora rozpoznaje sąd rejonowy, w którego okręgu toczy się postępowanie. Postanowienie wydane w toku postępowania przygotowawczego staje się wykonalne z chwilą uprawomocnienia.

Art. 14. 1. Publikowanie lub rozpowszechnianie w inny sposób informacji utrwalonych za pomocą zapisów fonicznych i wizualnych wymaga zgody osób udzielających informacji.

2. Dziennikarz nie może odmówić osobie udzielającej informacji autoryzacji dosłownie cytowanej wypowiedzi, o ile nie była uprzednio publikowana.

3. Osoba udzielająca informacji może z ważnych powodów społecznych lub osobistych zastrzec termin i zakres jej opublikowania.

4. Udzielenia informacji nie może uzależniać, z zastrzeżeniem wynikającym z ust. 2, od sposobu jej skomentowania lub uzgodnienia tekstu wypowiedzi dziennikarskiej.

5. Dziennikarz nie może opublikować informacji, jeżeli osoba udzielająca jej zastrzegła to ze względu na tajemnicę zawodową.

6. Nie wolno bez zgody osoby zainteresowanej publikować informacji oraz danych dotyczących prywatnej sfery życia, chyba że wiąże się to bezpośrednio z działalnością publiczną danej osoby.

Art. 15. 1. Autorowi materiału prasowego przysługuje prawo zachowania w tajemnicy swego nazwiska.

2. Dziennikarz ma obowiązek zachowania w tajemnicy:

1) danych umożliwiających identyfikację autora materiału prasowego, listu do redakcji lub innego materiału o tym charakterze, jak również innych osób udzielających informacji opublikowanych albo przekazanych do opublikowania, jeżeli osoby te zastrzegły nieujawnianie powyższych danych,

2) wszelkich informacji, których ujawnienie mogłoby naruszać chronione prawem interesy osób trzecich.

3. Obowiązek, o którym mowa w ust. 2, dotyczy również innych osób zatrudnionych w redakcjach, wydawnictwach prasowych i innych prasowych jednostkach organizacyjnych.

Art. 16. 1. Dziennikarz jest zwolniony od zachowania tajemnicy zawodowej, o której mowa w art. 15 ust. 2, w razie gdy informacja, materiał prasowy, list do redakcji lub inny materiał o tym charakterze dotyczy przestępstwa określonego w art. 254 k.k. albo autor lub osoba przekazująca taki materiał wyłącznie do wiadomości dziennikarza wyrazi zgodę na ujawnienie jej nazwiska lub tego materiału.

2. Zwolnienie, o którym mowa w ust. 1, dotyczy również innych osób zatrudnionych w redakcjach, wydawnictwach prasowych i innych prasowych jednostkach organizacyjnych.

3. Redaktor naczelny powinien być w niezbędnych granicach poinformowany o sprawach związanych z tajemnicą zawodową dziennikarza; powierzoną mu informację albo inny materiał może ujawnić jedynie w wypadkach określonych w ust. 1.

(…)

Art. 27. 1. Na każdym egzemplarzu druków periodycznych, serwisów agencyjnych oraz innych podobnych druków prasowych należy w widocznym i zwyczajowo przyjętym miejscu podać:

1) nazwę i adres wydawcy lub innego właściwego organu,
2) adres redakcji oraz imię i nazwisko redaktora naczelnego,
3) miejsce i datę wydania,
4) nazwę zakładu wykonującego dany druk prasowy,
5) (skreślony),
6) międzynarodowy znak informacyjny,
7) bieżącą numerację.

2. Przepis ust. 1 stosuje się odpowiednio do nagrań radiowych i telewizyjnych oraz kronik filmowych.

Rozdział 7

Odpowiedzialność prawna

Art. 49. Kto narusza przepisy art. 3, 11 ust. 2, art. 14, 15 ust. 2 i art. 27

– podlega grzywnie albo karze ograniczenia wolności.

Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej

Art. 1. 1. Każda informacja o sprawach publicznych stanowi informację publiczną w rozumieniu ustawy i podlega udostępnieniu i ponownemu wykorzystywaniu na zasadach i w trybie określonych w niniejszej ustawie.

(…)

Art. 2. 1. Każdemu przysługuje, z zastrzeżeniem art. 5, prawo dostępu do informacji publicznej, zwane dalej „prawem do informacji publicznej”.

2. Od osoby wykonującej prawo do informacji publicznej nie wolno żądać wykazania interesu prawnego lub faktycznego.

(...)

Art. 3. 1. Prawo do informacji publicznej obejmuje uprawnienia do:

1) uzyskania informacji publicznej, w tym uzyskania informacji przetworzonej w takim zakresie, w jakim jest to szczególnie istotnie dla interesu publicznego;
2) wglądu do dokumentów urzędowych;
3) dostępu do posiedzeń kolegialnych organów władzy publicznej pochodzących z powszechnych wyborów.

2. Prawo do informacji publicznej obejmuje uprawnienie do niezwłocznego uzyskania informacji publicznej zawierającej aktualna wiedzę o sprawach publicznych.
(…)
Art. 5. 1. Prawo do informacji publicznej podlega ograniczeniu w zakresie i na zasadach określonych w przepisach o ochronie informacji niejawnych oraz o ochronie innych tajemnic ustawowo chronionych.
1a. (utracił moc)
2. Prawo do informacji publicznej podlega ograniczeniu ze względu na prywatność osoby fizycznej lub tajemnicę przedsiębiorcy. Ograniczenie to nie dotyczy informacji o osobach pełniących funkcje publiczne, mających związek z pełnieniem tych funkcji, w tym o warunkach powierzenia i wykonywania funkcji, oraz przypadku, gdy osoba fizyczna lub przedsiębiorca rezygnują z przysługującego im prawa.
3. Nie można, z zastrzeżeniem ust. 1 i 2, ograniczać dostępu do informacji o sprawach rozstrzyganych w postępowaniu przed organami państwa, w szczególności w postępowaniu administracyjnym, karnym lub cywilnym, ze względu na ochronę interesu strony, jeżeli postępowanie dotyczy władz publicznych lub innych podmiotów wykonujących zadania publiczne albo osób pełniących funkcje publiczne – w zakresie tych zadań lub funkcji.
4. Ograniczenia dostępu do informacji w sprawach, o których mowa w ust. 3, nie naruszają prawa do informacji o organizacji i pracy organów prowadzących postępowania, w szczególności o czasie, trybie i miejscu oraz kolejności rozpatrywania spraw.
(...)
Art. 10. 1. Informacja publiczna, która nie została udostępniona w Biuletynie Informacji Publicznej lub centralnym repozytorium, jest udostępniana na wniosek.
2. Informacja publiczna, która może być niezwłocznie udostępniona, jest udostępniana w formie ustnej lub pisemnej bez pisemnego wniosku.

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych

Rozdział 10

Ochrona wizerunku, adresata korespondencji i tajemnicy źródeł informacji

Art. 81. 1. Rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. W braku wyraźnego zastrzeżenia zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie.
2. Zezwolenia nie wymaga rozpowszechnianie wizerunku:
1) osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych;
2) osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza.



9. Zezwolenie na rozpowszechnienie wizerunku nie jest wymagane od osoby stanowiącej jedynie szczegół całości, takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza.

Bibliografia

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. Nr 78, poz. 483 z późn. zm.).
Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jednolity: Dz.U. z 2014 r., poz. 121).
Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy (Dz.U. z 2014 r., poz. 1502 z późn. zm.).
Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. Nr 5, poz. 24 z późn. zm.).
Ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 r. o Policji (tekst jednolity: Dz.U. z 2011 r. Nr 287, poz. 1687 z późn. zm.).
Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. z 2011 r. Nr 43, poz. 226 z późn. zm.).
Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tekst jednolity: Dz.U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631).
Ustawa z dnia 9 maja 1996 r. o wykonywaniu mandatu posła i senatora (Dz.U. Nr 73, poz. 350).
Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny (Dz.U. Nr 88, poz. 553 z późn. zm.).
Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o komornikach sądowych i egzekucji (Dz.U. Nr 133, poz. 882).
Ustawa z dnia 27 lipca 2001 r. Prawo o ustroju sądów powszechnych (Dz.U. Nr 98, poz. 1070).
Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz.U. z 2015 r., poz. 782).
Ustawa z dnia 5 sierpnia 2010 r. o ochronie informacji niejawnych (Dz.U. Nr 182, poz. 1228 z późn. zm.).

Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 9 lipca 1990 r. w sprawie rejestru dzienników i czasopism (Dz.U. Nr 46, poz. 275 z późn. zm.).
Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 8 stycznia 2002 r. w sprawie organizacji i zadań rzeczników prasowych w urzędach organów administracji rządowej (Dz.U. Nr 4, poz. 36).

Zarządzenie nr 805 Komendanta Głównego Policji z dnia 31 grudnia 2003 r. w sprawie „Zasad etyki zawodowej policjanta" (Dz.Urz. KGP Nr 1, poz. 3).
Zarządzenie nr 1204 Komendanta Głównego Policji z dnia 12 listopada 2007 r. w sprawie form i metod działalności prasowo-informacyjnej w Policji (Dz.Urz. KGP Nr 21, poz. 155).
Zarządzenie nr 7 Komendanta Głównego Policji z dnia 1 marca 2013 r. w sprawie regulaminu musztry w Policji (Dz.Urz. KGP, poz. 18).

Andrzejewski P. (red.), *Sztuka budowania wizerunku osób, firm i instytucji*, Poznań 2003.
Bajerowa I., *Manipulacja językowa dla osiągnięcia sukcesu medialnego*, „Poradnik Językowy" 2005, nr 4.
Bąba S., *Twardy orzech do zgryzienia, czyli o poprawności frazeologicznej*, Poznań 1986.
Bralczyk J., *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak język służy reklamie i jak reklama używa języka*, Gdańsk 2004.
Ceremoniał policyjny w praktyce, Warszawa 2013.
Czerw St., *Kryminalistyczne badanie miejsca zdarzeń*, [w:] W. Kędzierski (red.), *Technika kryminalistyczna*, t. 1, Szczytno 1993.
Doroszewski W., *O kulturę słowa. Poradnik językowy*, t. 1, Warszawa 1970.
Doroszewski W., *Wśród słów, wrażeń i myśli. Refleksje o języku polskim*, Warszawa 1966.
Grabias S., *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 2003.
Grzegorczykowa R., *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*, Warszawa 1995.
Grzybowska M., Hanak A., Niezabitowska A., *Przekaz medialny*, Słupsk 2014.
Hanausek T., *Kryminalistyka. Zarys wykładu*, Zakamycze 1998.

Informator radiowo-warsztatowy, t. 2. Lampy elektronowe i półprzewodniki, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności 1964.
Jak Polak z Polakiem – V Forum Kultury Słowa w Lublinie, „Poradnik Językowy" 2004, nr 5.
Język polski dla urzędników, www.nczas.com z dnia 3.06.2014 r., dostęp: 13.03.2015 r.
Językowy przekaz medialny, materiały z sesji zorganizowanej przez Polskie Radio S.A. i Radę Języka Polskiego przy Prezydium PAN, pod patronatem przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Jana Dworaka, Warszawa 2014, www.polskieradio.pl, dostęp: 13.03.2015 r.
Kita M., *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*, Katowice 1998.
Kotulski M., *Informacja publiczna a „sprawy prywatne" władzy publicznej*, http://www.stanczyk.org.pl/wp-content/uploads/2012/11/Informacja-publiczna_MKotulski.pdf, dostęp: 27.04.2015 r.
Kunczik M., Zipfel A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 2000.
Marcjanik M., *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2008.
Markowski A., *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2005.
Międzynarodowy Dzień Języka Polskiego, www.rjp.pan.pl, dostęp: 12.03.2015 r.
Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K., *Komunikacja między ludźmi*, Warszawa 2007.
Pismo święte Starego i Nowego Testamentu. Biblia Tysiąclecia, Poznań 2008.
Polszczyźnie nic złego nie zagraża, rozmowa z prof. Janem Miodkiem, „Niedziela" 2010, nr 15.
Raport Rady Języka Polskiego o urzędnikach: „Nie umieją bądź nie chcą albo się boją pisać językiem prostym", www.wpolityce.pl z dnia 13.04.2013 r., dostęp: 13.03.2015 r.
Reczek S., *Słowo się rzekło, czyli monolog o kulturze języka*, Rzeszów 1988.
Sanecki A., *Zabezpieczenie miejsca zdarzenia do czasu oględzin*, Słupsk 2013.
Smól J., *Perswazja w informacji telewizyjnej*, „Poradnik Językowy" 2005, nr 6.
Szober S., *Słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa 1969.
Tautz-Wiessner G., *Savoir-vivre w życiu zawodowym*, Wrocław 2000.
Tomaszkiewicz T., *Zrozumieć język prawników*, wywiad, „Poprawny" 2011.
Trysińska M., *Poufałe formy adresatywne w języku polityków*, „Poradnik Językowy" 2003, nr 10.
Urzędnicy nie umieją prosto pisać, www.prawo.rp.pl, dostęp: 13.03.2015 r.
Zgółkowie H. i T., *Językowy savoir-vivre, praktyczny poradnik*, Warszawa 2001.

https://pl.wikipedia.org/wiki/Czwarta_w%C5%82adza, dostęp: 27.04.2015 r.
www.jezykojczysty.pl, dostęp: 13.03.2015 r.
www.jezykurzedowy.pl, dostęp: 13.03.2015 r.
www.katedra.uksw.edu.pl, dostęp: 27.03.2015 r.
www.logios.pl, dostęp: 13.03.2015 r.
www.orka.sejm.gov.pl, dostęp: 25.05.2015 r.