

Anna Antczak

Współpraca oficerów prasowych z dziennikarzami podczas operacji poza granicami kraju

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 1 (5), 155-167

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ANNA ANT CZAK
Kancelaria Senatu RP
a.antczak@aon.edu.pl

WSPÓŁPRACA OFICERÓW PRASOWYCH Z DZIENNIKARZAMI PODCZAS OPERACJI POZA GRANICAMI KRAJU

W XXI wieku rola mediów i ich wpływ na świadomość społeczną w większości aspektów życia politycznego, gospodarczego, kulturalnego ciągle wzrasta. Obraz rzeczywistości kreowany przez media i przekazywany społeczeństwu jest często jedynym, z jakim potencjalny odbiorca się styka i nie weryfikując go, przyjmuje za swój punkt widzenia. Dlatego tak istotne się stało umiejętne kreowanie wizerunku, szczególnie przez instytucje państwowe, gdyż to one mają największy wpływ na kształt państwa.

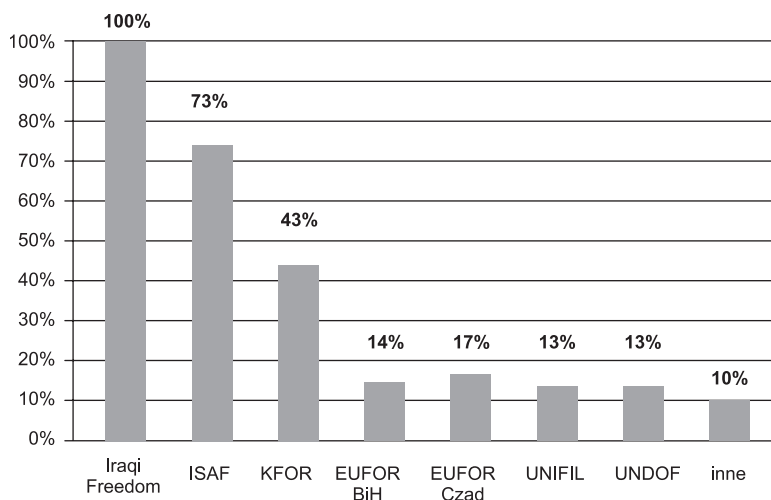
W krajach o wieloletnich tradycjach demokratycznych nie jest to niczym nowym, jednak w Polsce dopiero od niedawna zaczęto zwracać większą uwagę na znaczenie wizerunku oraz sygnałów, jakie są wysyłane „na zewnątrz” za jego pomocą. Stąd zaistniała potrzeba zatrudniania profesjonalnie przygotowanych specjalistów z zakresu *public relations* oraz rzeczników prasowych¹. Podobnie stało się w przypadku Sił Zbrojnych RP. Pierwszym krokiem było utworzenie w 2006 roku grupy osobowej prasowej w korpusie osobowym ogólnym. Dało to podstawy do rozpoczęcia szkolenia wojskowych rzeczników i oficerów prasowych. Wydaje się zatem zasadne zbadanie efektywności ich pracy. W tym celu przeprowadzona została ankieta wśród dziennikarzy prasowych, radiowych, telewizyjnych i agencyjnych, którzy zajmują się tematyką wojskową i blisko współpracują z oficerami prasowymi, szczególnie podczas operacji poza granicami kraju. Warto zadać pytanie o rodzaj i jakość relacji pomiędzy tymi dwiema grupami zawodowymi, mając na uwadze specyfikę pracy z wojskowymi rzecznikami prasowymi (przede wszystkim ze względu na konieczność przestrzegania zasad bezpieczeństwa

¹ Na podstawie rozporządzenia Rady Ministrów z 8 stycznia 2002 r. w sprawie organizacji i zadań rzeczników prasowych w urzędach organów administracji rządowej – w następstwie konieczności wykonywania zadań nałożonych na organy państwowe przez Ustawę z 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe oraz Ustawę z 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej.

– zarówno osobistego, jak i informacji niejawnych). Interesująca też wydaje się ocena pracy oficerów prasowych z punktu widzenia przedstawicieli mediów.

Badania przeprowadzone wśród dziennikarzy pozwalają na wyciągnięcie wielu interesujących wniosków dotyczących zarówno pracy rzeczników, ich zadań oraz roli, jaką odgrywają podczas misji, ale także cech charakteru koniecznych do właściwego wykonywania pracy². Dają również możliwość przeprowadzenia analizy szeroko pojętej charakterystyki relacji z przedstawicielami mediów w tak szczególnej sytuacji, jaką jest pobyt w rejonie operacji wsparcia pokoju poza granicami kraju.

Ankietowani dziennikarze wyjeżdżali na misje, w których uczestniczyły polskie kontyngenty wojskowe: „Iracka Wolność” (Wielonarodowa Dywizja Centrum-Południe) – 100%, ISAF³ – ponad 70%, KFOR⁴ – ponad 40%, EUFOR⁵ Czad – niecałe 20%, UNIFIL⁶, EUFOR Bośnia i Hercegowina i UNDOF⁷ Syria – niecałe 15% oraz EUFOR Kongo – 10%, (por. wykres 1).



Wykres 1. Udział dziennikarzy w operacjach [w %]
Uwaga: respondenci mieli możliwość wielokrotnego wyboru.

² Badania przeprowadzone zostały na przełomie 2008 i 2009 roku. Większość ankietowanych to mężczyźni (72%), przeważnie w wieku 31–35 lat: 57% (pozostałe grupy wiekowe respondentów: 25–30: 14%; 36–40: 14%; 41–45: 14%). Wszyscy posiadają wyższe wykształcenie humanistyczne, zazwyczaj z zakresu dziennikarstwa bądź dziedzin pokrewnych, część ma ukończone dodatkowo studia podyplomowe (lub inne) w obszarze szeroko pojętego dziennikarstwa i *public affairs*. Prawie 60% pracuje na stanowisku dziennikarza, niecałe 30% – reportera i blisko 15% – korespondenta zagranicznego. Badania zostały przeprowadzone techniką ankiety oraz wywiadu eksperckiego wśród dziennikarzy zajmujących się tematyką wojskową i wyjeżdżających w rejon misji, w których biorą udział polskie kontyngenty wojskowe.

³ ISAF – International Security Assistance Forces, czyli Międzynarodowe Siły Wsparcia Bezpieczeństwa.

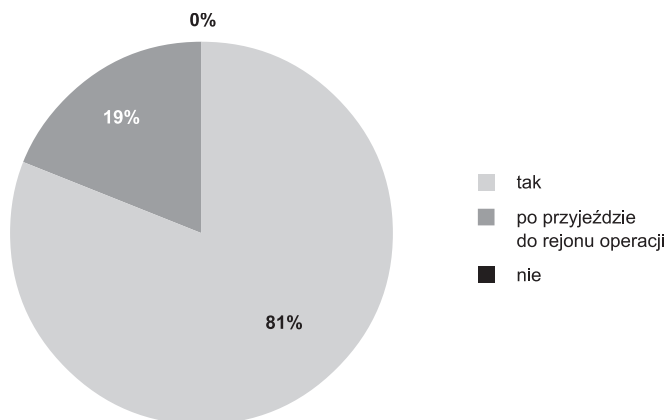
⁴ KFOR – Kosovo Force, czyli Międzynarodowe Siły Zbrojne w Kosowie.

⁵ EUFOR – European Union Force, czyli Siły Unii Europejskiej.

⁶ UNIFIL – United Nations Interim Force in Lebanon, czyli Tymczasowe Siły Zbrojne ONZ w Libanie.

⁷ UNDOF – United Nations Disengagement Observer Force, czyli Siły Rozdzielająco-Obszerwacyjne ONZ.

Wszyscy przedstawiciele mediów potwierdzili, że zapoznali się z zasadami bezpieczeństwa, jakie obowiązują na misji, część (niecałe 20%) dopiero po przyjeździe w rejon operacji (wykres 2). Oznacza to, że rzecznicy dbają o bezpieczeństwo dziennikarzy, jak i żołnierzy przebywających podczas misji – korespondenci wojenni zapoznawani są szczególnie z zasadami przestrzegania zasad bezpieczeństwa informacyjnego i ochrony informacji niejawnych. Niektórzy respondenci zauważali, że przedstawiciele amerykańskich sił zbrojnych są w tym zakresie jeszcze bardziej restrykcyjni.



Wykres 2. Znajomość zasad bezpieczeństwa [w %]

W zależności od tego, jaki rodzaj mediów (telewizja, radio, prasa, agencja informacyjna) reprezentowali dziennikarze, oraz od ich osobowości mieli nieco inne priorytety podczas pobytu na misji, z czego wynikały dalsze niewielkie różnice w ocenie pracy oficerów prasowych, ich cech oraz rodzaju kontaktów, jakie budowali. Dziennikarze, podczas pobytu w rejonie misji koncentrowali się głównie na:

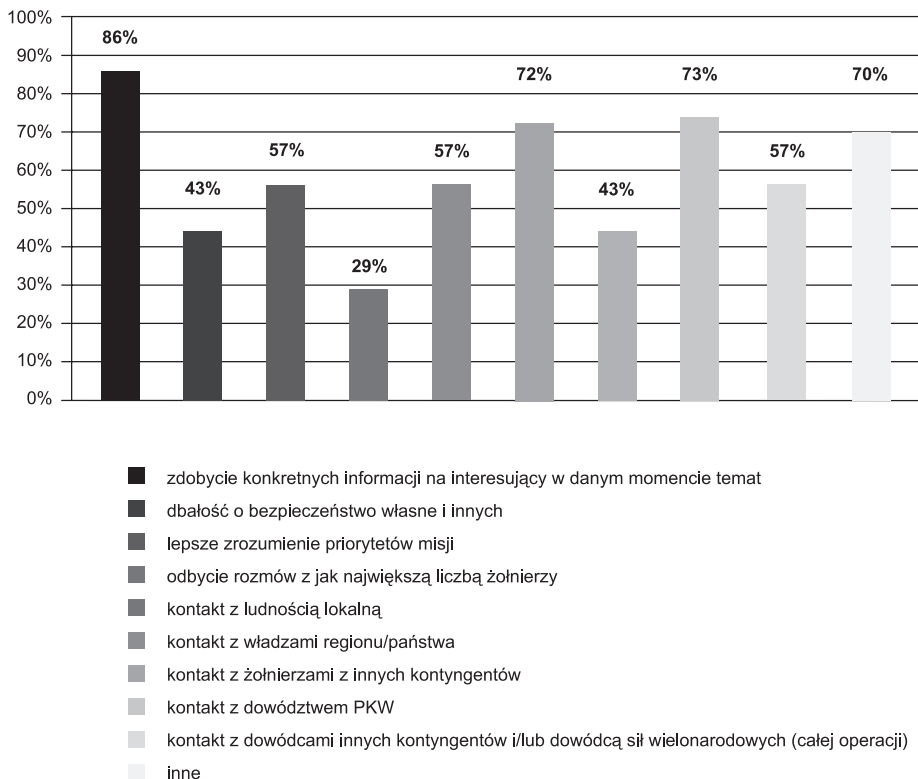
- zdobyciu konkretnych informacji na interesujący w danym momencie temat,
- kontakcie z dowództwem polskich kontyngentów wojskowych,
- kontakcie z dowódcami innych kontyngentów lub/i dowódcą sił wielonarodowych (całej operacji),
- kontakcie z władzami regionu/państwa,
- kontakcie z ludnością lokalną,
- lepszym zrozumieniu priorytetów misji,
- dbałości o bezpieczeństwo własne i innych.

W mniejszym stopniu byli zainteresowani:

- odbyciem rozmów z jak największą liczbą żołnierzy,
- kontaktem z żołnierzami z innych kontyngentów.

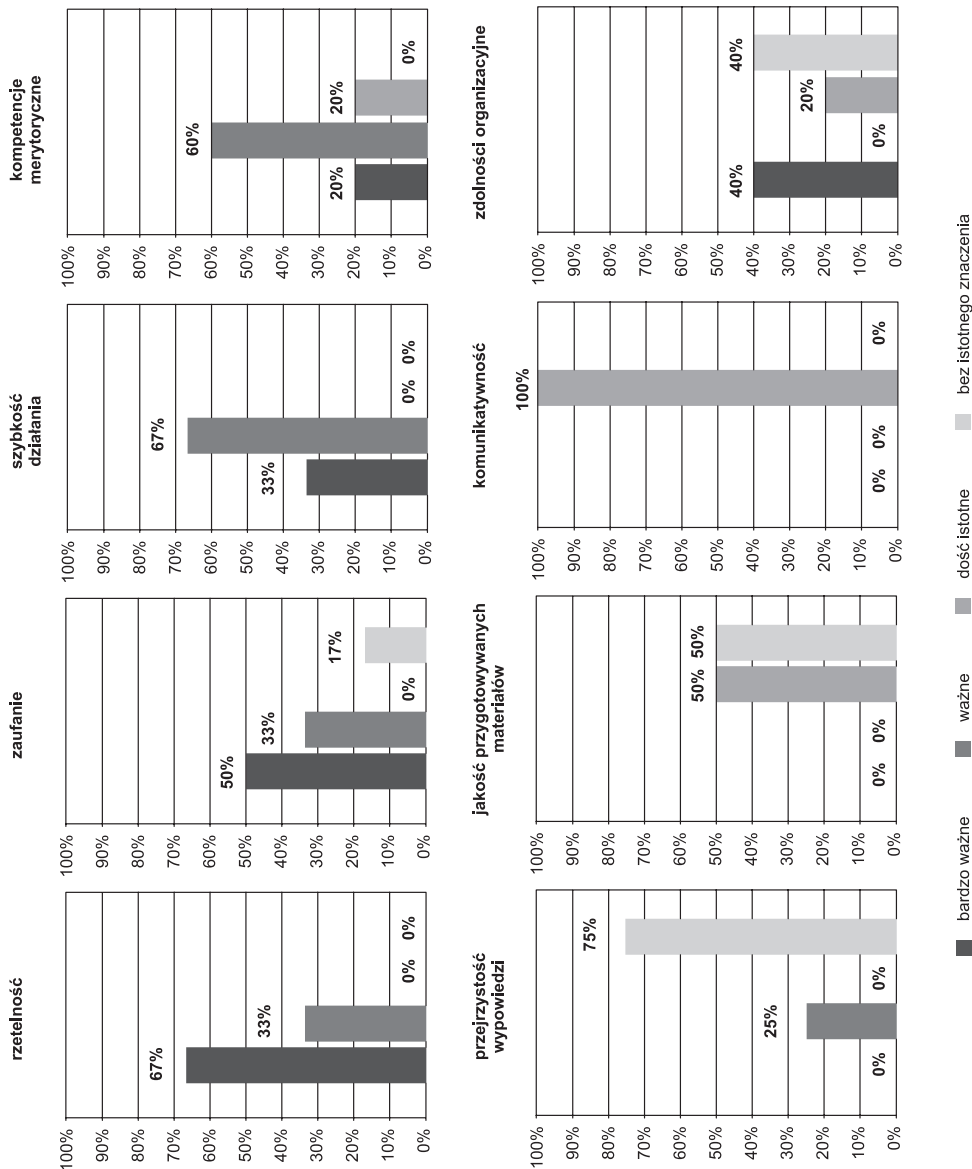
Dziennikarzom zależało też na uczestnictwie w patrolach i konwojach, ukazaniu szerszego kontekstu misji i sytuacji kraju, w którym służą polscy żołnierze, poznaniu warunków, w jakich żyją, i zagrożeń, które na nich czyhają, a także zrealizowaniu materiału na temat niezwiązany z wojskiem – np. sytuacji dzieci w danym kraju,

organizacji humanitarnych działających na jego terenie, stanu infrastruktury itp. Priorytety te ilustruje wykres 3. Można zatem wywnioskować, że przy realizacji większości zadań dziennikarze potrzebowali pomocy ze strony oficerów prasowych, którzy mogli ułatwić im kontakty z poszczególnymi grupami, zorganizować spotkania i udzielić niezbędnych informacji, a także liczyli na nią.



Wykres 3. Priorytety dziennikarzy podczas pobytu na misji [w %]
Uwaga: respondenci mieli możliwość wielokrotnego wyboru.

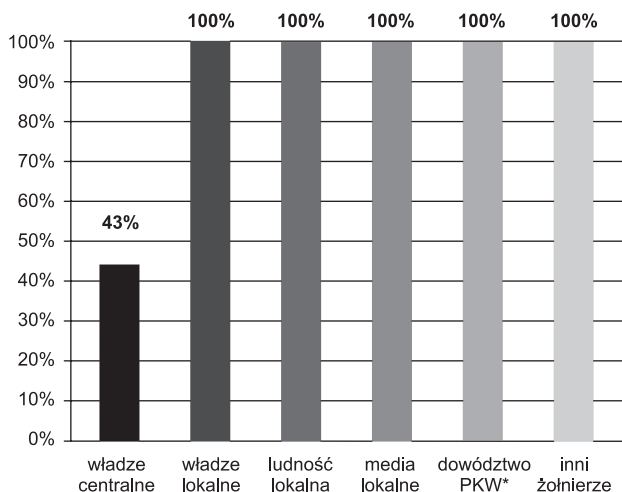
Dziennikarze najbardziej cenią u oficerów prasowych rzetelność i zaufanie, następnie szybkość działania oraz kompetencje merytoryczne. Niektórzy dziennikarze wysoko cenią również zdolności organizacyjne (które jednak inni uważają za mało istotne) i dyspozycyjność. Za dość istotne uważana jest przez wszystkich komunikatywność i w mniejszym stopniu jakość przygotowywanych materiałów. Najmniej istotne, zdaniem innych, ale wciąż pożądane są: przejrzystość wypowiedzi oraz jakość przygotowywanych materiałów, co ilustruje wykres 4. Wynika z tego, że najistotniejsze są czynniki „ludzkie”, przesądzające o jakości kontaktów, budujące zaufanie, a także profesjonalizm. Prawdopodobnie powyższe zestawienie mogłoby się kształtować nieco inaczej, gdyby nie oddziaływały dodatkowe czynniki charakterystyczne tylko dla pobytu na misji (głównie dotyczące kwestii bezpieczeństwa, poczucia zagrożenia i specyfiki służby żołnierzy).



Wykres 4. Cechy najbardziej cenione przez dziennikarzy u wojskowych rzeczników i oficerów prasowych [w %]

Współpraca z oficerami prasowymi podczas misji polegała przede wszystkim na pomocy w kontaktach z żołnierzami i dowództwem oraz ludnością lokalną, umożliwianiu wyjazdów poza bazę lub przemieszczania się między bazami (Afganistan, Irak). Rzecznicy byli głównym źródłem informacji na temat tego, co dzieje się w kontyngencie, od nich dziennikarze mogli uzyskać informacje z pierwszej ręki bądź zweryfikować posiadaną wiedzę z innych źródeł. Rzecznicy też wybierali osoby kompetentne do udzielania informacji na tematy interesujące dziennikarzy. Dostrzeżono także dużą rolę oficerów prasowych w organizowaniu wolnego czasu podczas pobytu w bazie. Oznacza to, że rzecznik jest dla dziennikarzy pierwszą osobą do codziennych i bieżących kontaktów oraz taką, do której mogą się zwracać w razie jakichkolwiek problemów. Stąd tak ważne jest wzajemne zaufanie i rzetelność wykonywanej pracy, a także obopólne zrozumienie priorytetów działania.

Wszyscy dziennikarze potwierdzili, że mieli bezpośredni dostęp i możliwość swobodnej rozmowy z żołnierzami podczas misji i nigdy nie mieli żadnych problemów, by przeprowadzić z nimi wywiad. Obala to mit, który powtarzany jest przez część społeczeństwa, że wojsko blokuje dostęp dziennikarzy do „zwykłego żołnierza” i nie pozwala mu się wypowiadać. Dziennikarze zauważyli także, że żołnierze wykazują coraz większą otwartość w stosunku do mediów i nie obawiają się wypowiadać na tematy, które leżą w ich obszarze odpowiedzialności. Wielu dziennikarzy podkreślało, że brak przeszkód w kontaktach z żołnierzami był dla nich najlepszym dowodem zaufania. Takie zachowanie powodowało wśród dziennikarzy coraz większe przekonanie o tym, że wojsko nie ma niczego do ukrycia. Problematiczny był natomiast długotrwały proces potwierdzania lub udzielania informacji na temat zdarzeń, które miały miejsce poza rejonem odpowiedzialności.



Wykres 5. Kontakty dziennikarzy podczas pobytu w rejonie operacji [w %]

* PKW – Polski Kontyngent Wojskowy.

Poza rzecznikami i oficerami prasowymi, podczas pobytu na misji wszyscy dziennikarze kontaktowali się (prowadzili rozmowy, wywiady) z przedstawicielami władz

lokalnych kraju, w którym trwała misja, ludnością lokalną i przedstawicielami mediów lokalnych, dowództwem polskiego kontyngentu wojskowego oraz innymi żołnierzami. Jedynie niewiele ponad 40% miało kontakt z przedstawicielami władz lokalnych kraju, w którym prowadzona była misja (wykres 5). Oznacza to, że dziennikarze byli najbardziej zainteresowani codziennymi zadaniami i problemami, jakie miały miejsce w rejonie operacji, i chcieli poznać różne punkty widzenia. Wszystkie te kontakty umożliwiali, ułatwiali bądź organizowali rzecznicy w takim stopniu, w jakim sami byli do tego przygotowani (w zależności od tego, z kim nawiązali wcześniej kontakt).

W ramach kontaktów z przedstawicielami władz centralnych dziennikarze mieli okazję przeprowadzić z nimi krótkie wywiady (np. na temat sytuacji bezpieczeństwa w kraju, gdzie odbywała się operacja) i uczestniczyć w konferencjach (gdzie brała w nich udział także polska delegacja lub organizowano je we własnym zakresie). Z przedstawicielami władz lokalnych, często przy okazji spotkań z dowódcami kontyngentu, baz, grup bojowych i CIMIC⁸, dziennikarze rozmawiali przede wszystkim o problemach ważnych dla danego rejonu, współpracy z wojskiem. Podkreślali także rolę tłumaczy (przede wszystkim w Iraku), którzy pracowali dla Wielonarodowej Dywizji Centrum-Południe, bez których wywiady nie byłyby możliwe. Dziennikarze rozmawiali także na tematy społeczne dotyczące edukacji, sytuacji kobiet czy warunków życia, które prowadzili również z ludnością lokalną. Takie kontakty dziennikarze często organizowali sami. Wyjeżdżali także z grupami CIMIC, mając wówczas możliwość rozmowy z beneficjentami przekazywanej pomocy, jak i z przypadkowo napotkanymi osobami. Dziennikarze, szczególnie telewizyjni, poszukiwali także bardziej „ludzkiego” wymiaru. Chcąc pokazać indywidualne historie ludzi, ich odczucia, relacje z konkretnych zdarzeń, próbowali znaleźć lokalnych bohaterów. Starano się także rozmawiać na wszystkie tematy, również te trudne i drażliwe, jak: zaopatrzenie, opinie na temat starych i nowych władz (Irak), obecność obcych wojsk, demokracja (Irak), stan gospodarki, oczekiwania (także w stosunku do wojska), potrzeby itp. W przypadku kontaktów z przedstawicielami mediów lokalnych polscy dziennikarze byli zainteresowani sposobami docierania do informatorów (źródło pozyskiwania dalszych kontaktów), zrozumienia ich punktu widzenia i komentarzy, poznania specyfiki ich pracy (także wizyty w lokalnych redakcjach), a także uczestniczyli w warsztatach prowadzonych dla lokalnych dziennikarzy (Irak). Od dowódców polskich kontyngentów wojskowych dziennikarze uzyskiwali podczas briefingów i indywidualnych rozmów informacje na temat prowadzonych działań w rejonie operacji, sprzętu, dyslokacji wojsk, a także komentarze dotyczące minionych wydarzeń i możliwych scenariuszy na przyszłość. Dziennikarze podkreślali, że nie było żadnego problemu w zorganizowaniu spotkania z dowódcą, przebiegało to sprawnie i szybko. Praktycznie nieograniczony dostęp do żołnierzy (choć za wiedzą oficerów prasowych) umożliwiał dziennikarzom rozmowę o wszystkim – warunkach życia na misji, zadaniach, posiadanym sprzęcie, projektach pomocowych realizowanych przez grupy CIMIC czy akcjach antyterrorystycznych grup manewrowych. Dziennikarze wskazują także na nawiązanie kontaktów koleżeńskich, które okazały się trwałe.

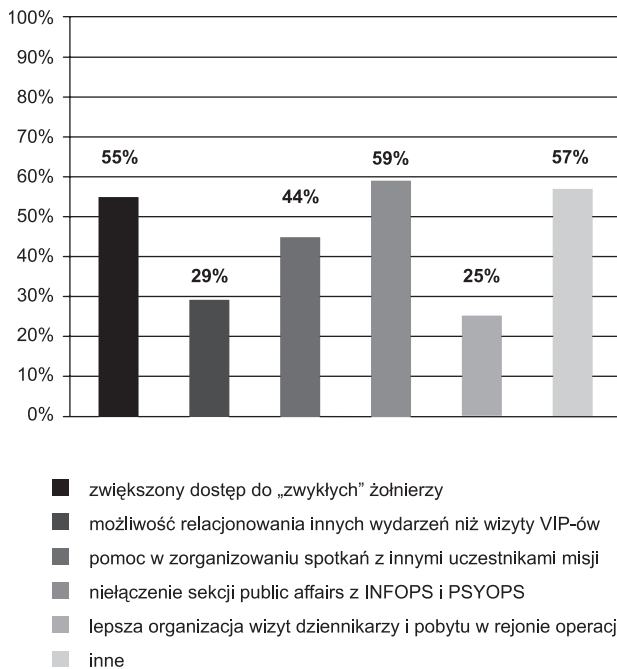
⁸ CIMIC – Civil-Military Cooperation, czyli współpraca cywilno-wojskowa.

Można zatem wywnioskować, że rola, jaką odgrywają oficerowie prasowi na misjach, polegająca na pomocy dziennikarzom w nawiązaniu kontaktów z różnymi rozmówcami, jest bardzo duża, jednak w dość licznych przypadkach przedstawiciele mediów organizowali sobie sami. Wynikało to albo z faktu, że posiadali już takie kontakty i nie potrzebowali pomocy, albo oficerowie prasowi nie byli wystarczająco przygotowani, aby takiej pomocy udzielić w sposób zadowalający. Dlatego niezwykle istotne jest, aby rzecznicy i oficerowie prasowi posiadali jak najwięcej kontaktów zarówno wśród żołnierzy kontyngentu, jak i „na zewnątrz” – wśród ludności, przedstawiciele władz lokalnych i mediów. W sytuacjach kryzysowych bądź gdy istnieje potrzeba uruchomienia kontaktu w określonej sprawie, wcześniej nawiązana współpraca jest elementem kluczowym dla odniesienia sukcesu. Ważna jest też rola oficerów prasowych w szerzeniu „świadomości medialnej” wśród żołnierzy.

Przedstawiciele mediów uważają, że największą trudnością było uzyskanie zgody na wyjazd, na miejscu już nie napotykali na większe problemy. To, co przeszkadzało podczas pobytu, to często osobowość rzecznika, która nie zawsze odpowiadała dziennikarzom, co też w pewien sposób komplikowało relacje z nim, czasem także z dowódcą. Dziennikarze często zwracali uwagę na to, że trudne, a zarazem bardzo ważne, było zdobycie zaufania żołnierzy i ludności lokalnej. Ciekawe jest stwierdzenie, że trudno było uzyskać szybki komentarz ze strony armii amerykańskiej na tematy bieżące. Może to być zadziwiające, biorąc pod uwagę przyzwyczajenie Amerykanów do obecności mediów. Jednak kwestie wojskowe traktowane są przez nich w sposób szczególny. Dziennikarze musieli się też nauczyć i przyzwyczać do specyficznych zasad obowiązujących podczas współpracy z wojskiem i je uszanować – przede wszystkim w przypadku tragicznych wydarzeń (niepublikowanie wiadomości do czasu, kiedy przedstawiciele wojska skontaktują się z rodzinami). Fakt, że większość dziennikarzy współpracuje „na stałe” z wojskiem i przestrzega pewnych niepisanych reguł, może świadczyć o wypracowaniu dobrych nawyków we wzajemnych kontaktach i uszanowaniu specyfiki pracy żołnierza oraz trudnych warunków służby, jaką jest każdy wyjazd na misję. Jest to zasługa zarówno rzeczników (ich umiejętnej pracy z dziennikarzami, budowania zaufania i próby przekazania niepisanych zasad, jakie panują w wojsku) i samych dziennikarzy (ich zrozumienia dla idei wyższych niż *news* oraz dobrej woli).

Dziennikarze twierdzą, że istnieje kilka elementów, które mogłyby wpłynąć na poprawę relacji pomiędzy nimi a pracownikami sekcji (biur) prasowych podczas misji poza granicami kraju (wykres 6). Niektórzy jednak twierdzą, że nic nie trzeba poprawiać, gdyż ideał nie istnieje, a wiele zależy od kontaktów międzyludzkich i tego, czy dwie osobowości się do siebie dopasują. Jednak większość (prawie 60%) dziennikarzy uważa, że nie powinno się łączyć sekcji *public affairs* z INFOPS (*Information Operations* – operacje informacyjne) i PSYOPS (*Psychological Operations* – operacje psychologiczne). Można wywnioskować, że przedstawiciele mediów czuliby się w takiej sytuacji manipulowani, a komunikaty prasowe mogłyby traktować jako propagandę. Mogłoby to spowodować ich większe „usamodzielnienie się” w poszukiwaniu informacji, a brak możliwości zaufania rzecznikowi powodowałby większą podejrzliwość i chęć znalezienia czy ujawnienia sensacji. Znaczna część dziennikarzy postuluje zwiększenie (i tak

dużego, jak wynika z wcześniejszych odpowiedzi) dostępu do żołnierzy, a rolę rzeczników dziennikarze upatrują w odpowiednim wyselekcjonowaniu żołnierzy, którzy mają predyspozycje do rozmowy z przedstawicielami mediów (decyduje o tym wiele czynników – osobowość, przekonania, brak uprzedzeń do kontaktu z mediami itp.). Prawie 30% ankietowanych uważa, że istotne byłoby umożliwienie relacjonowania innych wydarzeń niż wizyty przedstawicieli władz państwowych, unikanie sytuacji „ustawionych” specjalnie dla dziennikarzy i większa pomoc w organizowaniu spotkań z innymi uczestnikami misji. Niewielu dziennikarzy (co czwarty ankietowany) uważa, że należy poprawić organizację ich pobytu w rejonie operacji. Oficerowie prasowi powinni też mieć większe doświadczenie w kontaktach z mediami przed wyjazdem na misję. Ważne jest, aby nie było to pierwsze stanowisko w tym obszarze, jakie obejmuje oficer, poprzedzone tylko krótkim szkoleniem albo bardzo krótką praktyką.



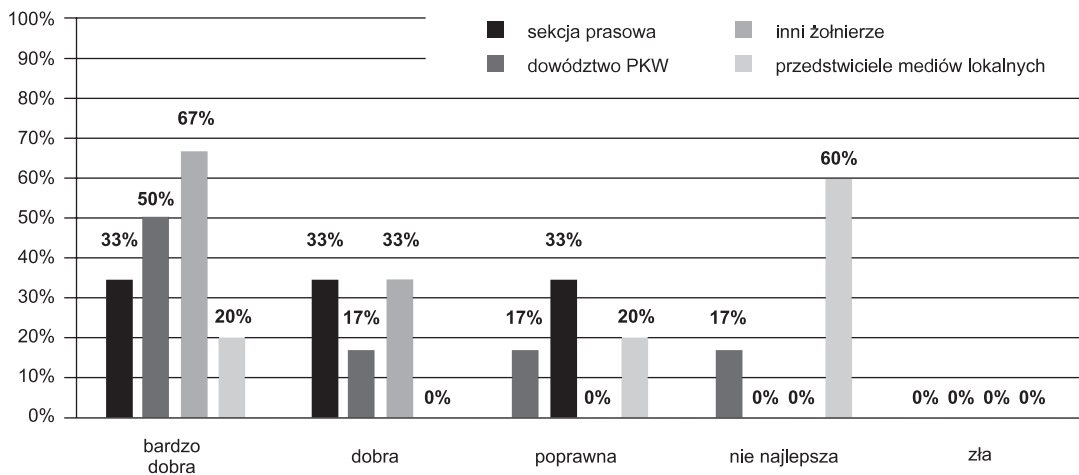
Wykres 6. Elementy mogące wpłynąć na poprawę relacji pomiędzy dziennikarzami a biurami prasowymi podczas misji poza granicami kraju [w %]

Uwaga: respondenci mieli możliwość wielokrotnego wyboru.

Za największy sukces osiągnięty podczas pobytu na misji dziennikarze uważają możliwość poznania realnych warunków, w jakich służą żołnierze, oraz zdobycie unikalnych materiałów wykraczających poza stereotypy dotyczące tego typu operacji. Równie istotne są nagrania pokazujące życie ludności lokalnej, ich nadziei związanych z pobytom wojsk w kraju, a także ukazanie innego, „ludzkiego” oblicza armii. Dziennikarzom często zależy również na tym, aby zdobyć zaufanie żołnierzy, którzy zaczynają ich postrzegać jako zwykłych ludzi, potrafiących rozmawiać także w innym celu niż zdobycie informacji, które mogą wykorzystać w swoim materiale.

Dziennikarze lubią także działać na własną rękę bez eskorty wojska – takie materiały cenili znacznie wyżej.

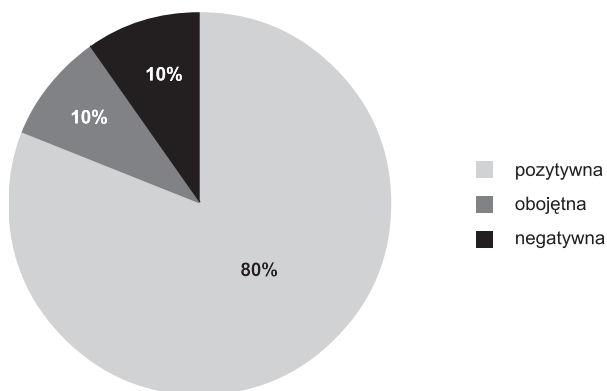
Dziennikarze bardzo wysoko ocenili efektywność współpracy i relacje z żołnierzami na misjach (prawie 70% opinii bardzo dobrych, 30% – dobrych). Zdania na temat jakości współpracy z dowództwem i sekcją prasową również były pozytywne (70% opinii bardzo dobrych i dobrych). Najslabiej przedstawia się sytuacja w przypadku relacji z przedstawicielami mediów lokalnych (aż 60% ocenia ją jako nie najlepszą), która jednak cały czas nie jest negatywna. Ocenę współpracy z dowództwem, sekcją prasową, żołnierzami i mediami lokalnymi dokładnie ilustruje wykres 7. Przewaga ocen pozytywnych dla wszystkich grup świadczy jednak o dużej sprawności budowania pozytywnych relacji pomiędzy dziennikarzami a uczestnikami operacji. Dziwić może taki rozkład ocen najlepszych – żołnierze i dowódcy są oceniani lepiej niż rzecznicy i oficerowie prasowi. Może to być sygnał, że należy usprawnić pewne obszary działań. Z wypowiedzi dziennikarzy wynika jednak, że bardzo trudno jest dokonać ogólnej oceny szczególnie rzeczników, z którymi mieli największy kontakt, gdyż będzie to zawsze niemiernodajne. Zdarzały się osobowości zarówno wybitne, jak i przeciętne. Wiele zależy od profesjonalnego przygotowania oraz wcześniejszego, ugruntowanego doświadczenia oficerów prasowych, z którymi dziennikarzom współpracuje się najlepiej. Podobne odczucia towarzyszyły kontaktom z dowódcami – uzależnione były od ich nastawienia do mediów, stopnia otwartości oraz zrozumienia dla roli, jaką odgrywają one w procesie komunikacji społecznej.



Wykres 7. Ocena współpracy dziennikarzy z poszczególnymi grupami [w %]

Żołnierze przebywający na misji, według subiektywnej oceny samych dziennikarzy, reagowali pozytywnie (80%) na ich obecność w bazie, co ilustruje wykres 8. Przejawiało się to w różny sposób – od żartów i zaczepek (pozytywnych) słownych do deklaracji pomocy i ochrony. Początkową rezerwę przełamywało dzielenie tych samych problemów, co przekonywało żołnierzy do tego, że obecność dziennikarzy pozwala na prze-

kazanie informacji o ich służbie. Żołnierze chętnie zabierali dziennikarzy na patrole (za zgodą dowódcy) i opowiadali o własnych przeżyciach. Zdarzały się też nieliczne (ok. 10%) przypadki odmowy współpracy i niechęć do robienia materiałów zdjęciowych czy filmowych z ich udziałem. Rezerwa żołnierzy wynikała także z ich niewiedzy dotyczącej możliwości i zakresu wypowiedzi dla mediów i późniejszej reakcji dowódcy na jej treść. W tym zakresie ważna jest rola rzecznika, który powinien przeprowadzić szkolenie informacyjne dotyczące zasad współpracy z mediami. Dziennikarze też zauważali inne podejście, gdy przebywali w bazie dłużej lub przyjeżdżali po raz kolejny – wówczas okazywano im większe zaufanie i sympatię. Doceniono także nieco inny aspekt pobytu dziennikarzy w bazie – ich obecność przybliżała żołnierzom własny kraj, byli oni źródłem informacji o tym, co dzieje się w Polsce, a także swego rodzaju „odskocznią” od codzienności życia w bazie.

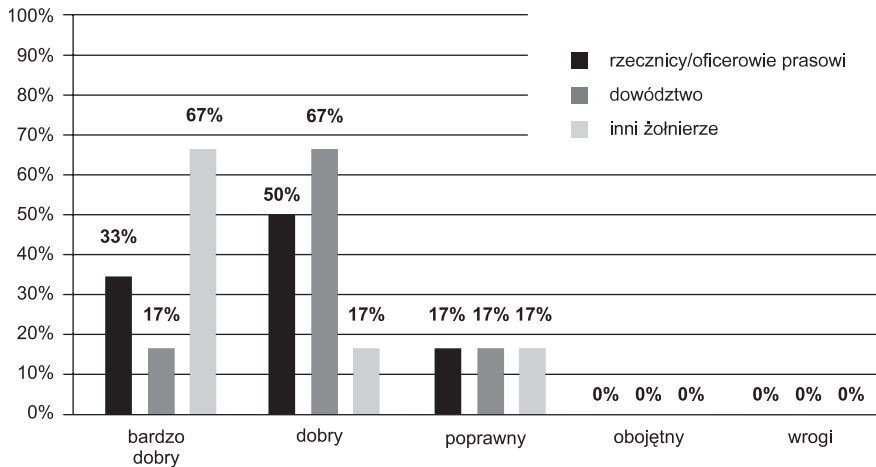


Wykres 8. Reakcja żołnierzy na pobyt dziennikarzy w bazie [w %]

Dziennikarze oceniali także stosunek oficerów prasowych oraz dowództwa do przedstawicieli mediów (wykres 9). Bardzo dobra i dobra ewaluacja oznacza, że świadomość roli mediów wśród dowódców, a co równie istotne – żołnierzy, jest dość wysoka. Rzecznicy, z racji wykonywanych zadań, powinni rozumieć istotę mediów, a nie traktować je jako „zło konieczne”. Dzieje się tak, ilekroć rzecznikiem bądź oficerem prasowym jest osoba odpowiednio wykształcona i przygotowana do pełnienia swej funkcji, posiadająca doświadczenie i przede wszystkim lubiąca swoją pracę, ale to dotyczy praktycznie każdego zawodu i funkcji. Rolą rzecznika jest rozbudzić u dowódców oraz żołnierzy świadomość roli i zadań, jakie stoją przed współczesnymi mediami, tak aby ci świadomie korzystali z pośrednictwa mediów i osiągalni za ich pomocą własne cele – cele misji. Ważne jest, aby rzecznik potrafił przekonać żołnierzy do tego, że zyskanie pozytywnej opinii społeczeństwa dla wojska i działań podczas misji w sposób bezpośredni przekłada się na jej sukces oraz ich własne bezpieczeństwo.

Dziennikarze przede wszystkim liczyli na pomoc oficerów prasowych w zakresie dostarczania informacji na temat bieżących wydarzeń oraz konkretnych statystyk,

umożliwiania kontaktów z dowódcami, ekspertami i jednostkami bojowymi, organizowania wyjazdów z żołnierzami, ułatwiania spotkań z przedstawicielami władz lokalnych oraz ludnością, weryfikowania informacji z międzynarodowych agencji informacyjnych, a także odpowiednich (przede wszystkim szybkich) reakcji w sytuacjach kryzysowych. Respondenci ocenili, że pomoc taka została im udzielona w 80%. Jest to ocena dość wysoka, na co składa się wiele elementów (rzetelność i profesjonalizm rzeczników oraz relacje personalne z dziennikarzami oraz wiele innych).



Wykres 9. Stosunek poszczególnych grup do dziennikarzy przebywających w rejonie operacji [w %]

Podsumowując, można stwierdzić, że niezwykle istotny jest właściwy dobór oficerów prasowych do wykonywania zadań podczas misji poza granicami kraju. Należy mieć na uwadze ich wykształcenie, przygotowanie i doświadczenie oraz zrozumienie dla praw, jakimi żądają się współczesne media, a także roli, jaką odgrywają służby prasowe i przedstawiciele mediów podczas operacji.

Badania pokazały, że efektywność pracy oficerów prasowych zależy w znacznej mierze od posiadanych kompetencji profesjonalnych, a także społecznych i koncepcyjnych oraz cech osobowości (predyspozycji do wykonywania takiej funkcji). Na ocenę pracy rzeczników i oficerów prasowych mają również pośredni wpływ ich relacje z dowódcą oraz wsparcie z jego strony, a także innych żołnierzy uczestniczących w misji. Te wszystkie elementy decydują o możliwości zbudowania solidnych podstaw współpracy z przedstawicielami mediów, opartej na określonej dozie wzajemnego zaufania. Równie istotne jest wypracowanie przez oficerów prasowych wiarygodności wśród dziennikarzy. Z całą pewnością nielączenie biur prasowych z INFOPS i PSYOPS w jedną strukturę organizacyjną wspiera ten proces. Wszelkie próby (bądź jedynie pozory) manipulacji są odbierane przez przedstawicieli mediów negatywnie, a odbudowanie zaufania i wiarygodności bywa często niemożliwe. Uczciwość i wzajemny szacunek wypracowany podczas częstego kontaktu oficerów prasowych z dziennikarzami

powoduje zrozumienie, a nawet wsparcie z ich strony w sytuacjach kryzysowych, co jest niezmiernie istotne, zważywszy specyfikę służby żołnierzy na misji. Efekt synergii, jaki zapewne przynosi połączenie wszystkich wyżej wymienionych elementów, jest kwestią kluczową i zarazem punktem wyjścia dla budowania pozytywnego wizerunku każdej organizacji, zatem także Sił Zbrojnych RP.