

Stanisław Hajkowski

Łódź

STUDIUM TEORETYCZNE WYWIADU – DEBATY

Każda stacja telewizyjna od momentu, kiedy zaczyna realizować transmisję wysyła w eter informacje, co więcej wysyła potok informacji. Wszystkie informacje są przygotowywane do transmisji w swoim czasie, różne ze swej natury i jakości. To sprawia, że są różne gatunki programów. I tak gatunek programu zależy od schematu konstrukcyjnego, formy, która określa zawartość i sposób, w jak jest realizowany¹.

Znajomość gatunków ma duże znaczenie, aby mieć punkt odniesienia w przygotowywaniu programu. W moim przypadku w sposób szczególny chciałbym pogłębić studium wywiadu, debaty telewizyjnej, która miała wpływ na ostateczny wynik wyborów prezydenckich w r. 2005. Wywiad jako gatunek jest bardzo ważny z punktu widzenia społecznego. Dostarcza nie tylko informacji, ale jest też okazją do konfrontacji polityków różnych opcji politycznych i są elementem kampanii wyborczych.

1. Próba zdefiniowania i elementy podstawowe

Wywiad wywodzi się z dialogu i sięga starożytności. Zbudowany jest z wypowiedzi co najmniej dwóch osób na określony temat. Cechą charakterystyczną dialogu jest przemienność ról nadawcy i odbiorcy. W starożytności istniały trzy typy dialogu: sokratejski, arystotelesowski i lukianowski. Dialog sokratejski polegał na przekonywaniu i naprowadzaniu rozmówcy za pomocą pytań na trafne rozwiązanie jakiegoś problemu. Dialog arystotelesowski miał charakter moralistyczny, natomiast lukianowski, którego twórcą był Lukian z Samosat, miał charakter satyryczny².

W czasach nowożytnych jednym z pierwszych znanych przykładów wywiadu było sprawozdanie, które James Boswell³ napisał po odwiedzinach dwóch wielkich współczesnych mu osobistości: Voltera i Rousseau⁴.

¹ Por. C. Solarino, *Per fare televisione*, Milano 1989, s. 247.

² Por. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2006, s. 110.

³ Boswell James, pisarz szkocki (ur. w 1740 w Edynburgu, zm. w 1795 w Londynie). Odwiedził Niemcy, Włochy, Szwajcarię, doradzał Jean-Jacques Rousseau, w 1765 r. udał się na Korsykę, aby poznać Pasquale Paoli. Por. *Nuova Enciclopedia Universale Rizzoli Larousse*, t. 3, Milano 1989, s. 442.

⁴ „Il giovane Boswell, nel corso del suo grand tour del 1763-1765, ha uno scopo che gli sta a cuore non meno delle visite alle varie corti di Europa: stabilire un contatto diretto con i due illustri esuli (vivevano allora una sorta di confino volontario in Svizzera, apoca distanza l'uno

Wywiad jako poszukiwanie komunikacji osobowej zawsze będzie się rozwijał. Zmieniając rozmówców, każdy zakątek ziemi będzie dobrą okazją wymiany opinii, podporą zwiększającą i dającą satysfakcję, lecz zawsze pozostanie zasadniczą cechą – podobieństwo do akcji teatralnej⁵. Również każdy nawet bardziej ubogi wywiad będzie przedstawiał się jako scenariusz: gra dwóch aktorów jest nie tylko wymianą informacji i zdań, lecz małą inscenizacją, która ma głębszy sens, wywołując reakcję czytelnika, widza lub telewidza. Ta cecha, choć ukryta, daje dobry rezultat dla przeprowadzającego wywiad. Widz zostaje wciągnięty bardziej przez informację, która jest przekazywana na żywo, a to pozwala na zadawanie pytań i wyrabianie własnego stanowiska.

To spojrzenie historyczne i epizod Boswella posłużyły do tego, by lepiej zdefiniować, czym jest wywiad i móc przedstawić niektóre charakterystyczne cechy, które czynią wywiad mocnym i ważnym narzędziem komunikacji.

Uwzględniając powyższe, można dać opisową definicję wywiadu w następujący sposób: wywiad jest to dialog między dziennikarzem i inną osobą przeprowadzony za pomocą pytań i odpowiedzi⁶ dla osiągnięcia określonego celu⁷. Wywiad, jeśli popraw-

dall'altro). Quando vi riesce, sfrutta la memorabile occasione per abbozzare un ritratto al vivo dei due scrittori: ne esce un racconto mosso, fatto di botte e risposte, di rapidi passaggi dalle minuzie quotidiane ai problemi più vasti, di impressioni vivissime riportate, come si direbbe oggi, „in presa diretta”. Eppure in questi incontri con Rousseau e con Voltaire spesso il memorialista prevale sul suo interlocutore e non è difficile rendersi conto che alcune frasi sono dette per sottintendere qualcosa d'altro; si ha come l'impressione che sovente gli interlocutori si servano di quelle domande e di quelle risposte di superficie per mascherare un loro disegno di fondo. Occupati soprattutto di se stessi, nei loro incontri ciascuno parla fondamentalmente di sé: Rousseau è ossessionato dalle sue malattie e adora tormentare il suo intervistatore; Voltaire vuol lasciare di sé un'immagine mondana e modace; Boswell tradisce nella costruzione della sua eccelsa „intervista” la frenesia „di conoscere chiunque goda di una qualche fama”, concedendo qualcosa di troppo alla piaggeria.

Di lì a poco, la maniera dell'intervista comincerà a invadere i regni cartacei delle gazzette, si farà strumento indispensabile del grande fantasma che caratterizza il secolo decimonono, l'Opinione, rivendicherà sempre più un ruolo da protagonista nell'esercizio dei mezzi di comunicazione”. G. Bettini, *L'intervista nel telegiornale. Cos'è e come si fa*, „Rai-Verifica Programmi Trasmessi”, n. 54, 1984, s. 23-24.

⁵ „Some commentators have also likened the interview to a stage production [...] As in a play, the two participants are acting out roles; the interviewee plays the main role, while the interviewer is partly straight man, partly scriptwriter and partly stage manager and prompt”, por. J. Gratus, *Successful Interviewing*, London 1988, s. 6.

⁶ Por. C. de Martino, F. Bonifacci, *Intervista*, [w:] *Dizionario pratico di giornalismo*, Milano 1990; F. Lever, P.C. Rivoltella, A. Zancchi, *Intervista*, [w:] *La comunicazione – il Dizionario di scienze e tecniche*, Roma 2002, s. 630.

⁷ Według definicji w *The Oxford English Dictionary*, wywiad jest to spotkanie osób twarzą w twarz dla jakiegoś celu, gdzie jedna osoba zadaje pytania, a druga proszona jest o odpowiedź: „an interview is a meeting of persons face to face for a particular purpose in which one asks the questions that the other is expected to answer”, w: *The Oxford English Dictionary*, Oxford 1989. Samuel Linde w *Słowniku języka polskiego* definiuje wywiad jako: „wywiadywanie się,

nie zostanie przeprowadzony, może mieć wielką siłę poznawczą. Może być użyty do sondowania opinii dla zaangażowanych w życie publiczne (polityka, ekonomia, sztuka), aby poznać świadectwo tych, którzy byli uczestnikami wydarzeń historycznych oraz w uzyskaniu oceny naukowej wydarzeń dnia i badania opinii publicznej.

Każdy wywiad ma cel jasno określony i przeprowadzający jest świadom tego przed i w czasie jego trwania. Chce sprawić, aby był on dostępny dla większej liczby czytelników, słuchaczy i widzów, specjalistów i teoretyków.

Wywiad bazuje na kilku prostych regułach, pomagających wyrazić opinię dla udzielającego wywiadu: zadawać pytania krótkie, jasne i precyzyjne, niepowtarzające się, bez komentarzy i kontestacji ze strony przeprowadzającego wywiad, upewniwszy się, że każde pytanie zawiera jeden problem-argument, urozmaicając zadawanie pytań, okazując szacunek odpowiadającemu⁸.

Spotkanie nie może być przypadkowe, lecz wcześniej dobrze przygotowywane, choć w wielu wypadkach odnosi się wrażenie, że wszystko jest spontaniczne. Dlatego też bardzo ważne jest stworzenie dobrej relacji między dziennikarzem a osobą, która udziela wywiadu, stworzenie zaufania i wzajemnego szacunku oraz pokonanie barier dzielących obie strony. To wszystko w dużej mierze zależy od poczucia humoru, taktu i wrażliwości dziennikarza⁹.

Wszystkie te elementy są istotne i konieczne w przeprowadzeniu dobrego wywiadu. Zostaną więc przeanalizowane szczegółowo.

2. Różne wymiary wywiadu, debaty

Bardzo ważne jest krótkie przedstawienie niektórych cech charakterystycznych wywiadu w ogólności. To pozwoli dostrzec wybrane wymiary psychologiczne, które mają decydujący wpływ na przekazanie wiadomości, informacji za pomocą tego środka komunikacji.

2.1. Cel wywiadu, debaty

Wszystkie wywiady składają się z komunikacji międzyosobowej, aby uzyskać informacje z danej dziedziny. W tym przypadku dziennikarz podobny jest do psychologa i socjologa lub im podobnym¹⁰. W tych wszystkich sytuacjach wywiad jest procesem zmierzającym do osiągnięcia celu mniej lub bardziej odległego. Tak więc wywiad może być początkiem procesu poznawczego.

dochodzenie, staranie się, by się wywieść, by odkryć, wysledzić, śledztwo”, w: S.B. Linde, *Słownik języka polskiego*, t. 6, cz. 1. Warszawa 1995, s. 642.

⁸ Por. C.D. Lewis, *Il giornalismo televisivo*, Roma 1990, s. 149.

⁹ Por. ibidem, s. 150-151.

¹⁰ „If we examine the underlying reason that the interview is conducted, it will become evident that in the case of the psychologist, the employer, or the researcher, the interview is actually a means toward some more distant goal, namely deciding on a technique for therapy, whether or not to hire the prospective worker, or to generate research data, respectively. Thy interviews are a starting point for a longer and more involved transaction”. Por. A.A. Cohen, *The television news interview*, Newbury Park 1987, s. 15.

Są również wywiady przeprowadzane dla zaznaczenia wielkości tak dziennikarza, jak i osoby, która udziela wywiadu. Tak więc wywiad staje się narzędziem w uzyskaniu wiarygodności zarówno u kolegów dziennikarzy, jak i wśród publiczności, jeśli wywiad ten będzie zaprezentowany. Rodzaj takiego wywiadu może być bodźcem do przeprowadzenia wywiadu prawdziwego, to jest mającego na celu przedstawienie argumentu z jak największą znajomością problemu. W praktyce dziennikarskiej są realizowane wywiady typu przygotowawczego, mającego na celu trening profesjonalny. W większości wywiady te nie są prezentowane publiczności.

2.2. Inicjatywa w wywiadzie

W wywiadach profesjonalnych (dla przykładu w środowisku medycznym, urzędach pracy) inicjatywa zawsze należy do klienta¹¹. Jeśli ktoś choruje, to idzie do lekarza; natomiast jeśli ktoś szuka pracy, to chce, aby z nim przeprowadził wywiad ten, kto daje pracę taką, jaka go interesuje. W wywiadach, które mają za cel badania socjologiczne, przeprowadzający wywiad bierze inicjatywę i organizuje wszystko, co jest potrzebne w zebraniu danych i informacji.

W przypadku wywiadów dziennikarskich te dwa rodzaje są możliwe. Przykładem klasycznym jest wywiad z politykiem. Trudno jest rozróżnić, kiedy dziennikarz chce zadawać pytania na jakiś temat czy też polityk, który chce zaprezentować swój punkt widzenia. Normalnie te dwa wymiary przenikają się wzajemnie.

2.3. Udział ekspertów - profesjonalistów

Wszystkie wywiady włączają przynajmniej dwie osoby o dwóch różnych, odrębnych rolach dziennikarza i udzielającego wywiadu. W wywiadach zawodowych w większości przypadków udzielający wywiadu nie jest ekspertem lub specjalistą¹². W przypadku wywiadu dziennikarskiego sytuacja jest całkowicie inna, ponieważ wywiad jest przeprowadzony z zawodowcami, z osobami, które są pożądane jako eksperci, są źródłem wiadomości i informacji. Stosunkowo mało jest wywiadów z ludźmi powszechnymi, również i w tym przypadku udzielający wywiadu, dla przykładu: „zwykły obywatel” czy „gospośia” są pożądani jako „eksperci” w swej dziedzinie. Również i dziennikarz, kiedy się przygotowuje, powinien mieć eksperta¹³. A zatem mamy dwóch ekspertów, którzy spotykają się twarzą w twarz. To ma wielkie znaczenie na końcowy wynik wywiadu.

¹¹ Por. C.D. Lewis, *Il giornalismo*, s. 148.

¹² Może się zdarzyć, że dający pracę, lekarz lub prawnik znajdzie fachowca, lecz są to przypadki rzadkie, ponieważ większość społeczeństwa składa się nie z ekspertów i specjalistów – „in nonjournalistic professional interviews, the interview is a nonprofessional simply because most people in society are nonprofessionals or nonexperts”, por. A.A. Cohen, *The television*, s. 16.

¹³ “Quando ci si prepara ad affrontare un'intervista, non é sufficiente conoscere bene l'argomento specifico. Un buon intervistatore deve essere ampiamente informato sui più svariati argomenti”. C.D. Lewis, *Il giornalismo*, s. 147.

2.4. Stan socjalny i wiarygodność uczestników

Dziennikarze cieszą się wysokim statusem społecznym. Ich wiarygodność zależy od osobowości i od wyników końcowych przeprowadzonych wywiadów. W wielu przypadkach uzależnione jest to od pozycji dziennika i od stacji nadawczej, którą dziennikarze reprezentują. Również osoby udzielające wywiadu są często osobami znaczącymi w społeczeństwie (politycy, przedsiębiorcy, artyści). We wszystkich przypadkach pożądaną są udzielające wywiadów osoby znaczące w społeczeństwie. Również, jeśli należą do niskiej klasy społecznej, ten sam wywiad „podnosi” je, ponieważ zostały wybrane ze społeczeństwa, w którym żyją. Tak więc status społeczny względnie wysoki udzielającego wywiadu, połączony z „rolą zawodowca”, wywołują relacje wyjątkowe niemające miejsca w wywiadach nie-dziennikarskich¹⁴. Na przykład w wywiadach z osobami sławnymi również dziennikarz ma inicjatywę, ale w miarę przebiegu wywiadu tym, który dominuje, jest udzielający wywiadu, używający swojej pozycji, aby dominować w tej sytuacji. Sytuacja staje się bardziej złożona, kiedy jest więcej dziennikarzy i osób odpowiadających. W tych przypadkach bardzo często można zobaczyć, jaka jest rywalizacja między dziennikarzami i dążenie udzielających wywiadu do zrobienia najlepszego wrażenia przed publicznością.

2.5. Zasady przy wyborze udzielających wywiadu

Przy wyborze osób do wywiadu dziennikarz musi przestrzegać obowiązujących zasad¹⁵.

Pierwsza zasada przede wszystkim ukierunkowuje dziennikarza na osoby, które są oczywistym przedmiotem ewentualnego wywiadu.

Zasada druga bazuje na tak zwanej „reprezentacji”. Liczne serwisy dziennikarskie uważnie śledzą wydarzenia, które mają więcej świadków (na przykład ofiary tego samego wypadku lub klęski żywiołowej). W tym przypadku ten, który robi sprawozdanie musi, wybrać osoby do wywiadu. Liczne czynniki mogą mieć wpływ na wybór: wiedza i zdolność do krótkiego opisywania w sposób jasny tego, co się wydarzyło. Każda osoba to samo wydarzenie może opisać inaczej. Wybiera się tę osobę, która jest najbardziej reprezentatywna.

Innym przykładem może być wybór parlamentarzystów do wywiadu na temat szczególny. Zwykle jest to senator lub minister z sektora dotyczącego ich kompetencji, lecz z innych obszarów bierze się te osoby, które „reprezentują” prawdziwą opinię.

W wywiadach, które mają przedstawić opinii publicznej sprawy szczególne, dziennikarze wybierają te osoby „wzorce” (*samples*), które mają pewną „reprezentatywność”¹⁶.

¹⁴ „Thus the relatively high social status of both parties to the interview, combined with the „professional” roles they both fulfill in the context of the interview, may create some unique relationships that are nonexistent in nonjournalistic interviews”. Por. A.A. Cohen, *The television*, s. 17.

¹⁵ Odnosi się do przypadków, kiedy dziennikarz wybiera osoby do wywiadu, ale mogą być przypadki, w których nie ma wyboru lub udzielający sam bierze inicjatywę. Przykładem klasycznym jest polityk, który prosi dziennikarza, aby z nim przeprowadził wywiad.

Z drugiej strony dziennikarz, zachowując wymienione zasady, często znajduje się w sytuacjach przypadkowych, kiedy spotyka osoby nieznane. Tutaj autorzy wskazują na potrzebę nawiązania pierwszego kontaktu typu socjologicznego, gdzie zwraca się uwagę na charakterystykę osób udzielających wywiadu i możliwość przeprowadzenia z nimi tego wywiadu¹⁷.

2.6. Porównanie opinii

W większości wypadków celem wywiadu jest pozyskanie informacji i opinii od osób udzielających wywiadu. Tak jest we wszystkich wywiadach profesjonalnych i wszelkiego rodzaju statystykach. Lecz w wywiadach dziennikarskich zdarza się często, że dziennikarz posiada pewną wiedzę i wyraża również swoje opinie na poruszany temat. W tych przypadkach udzielający wywiadu może kontestować stanowisko, o które jest pytany. W rezultacie może być odwrócenie sytuacji specjalnie lub domyślnie przez dziennikarza.

2.7. Tajność i otwartość na publiczność

Osoba, zgadzając się na wywiad, nie może liczyć, generalnie mówiąc, na tajność tego, co mówi, ponieważ zwykle wywiad jest dla publiczności, a chcąc zachować anonimowość zmienia się głos i robi się ujęcia kamerą tak, by ta osoba nie była rozpoznana. Ma to miejsce zwłaszcza wtedy, gdy istnieje rzeczywiste niebezpieczeństwo dla osoby udzielającej wywiadu lub są inne motywy dla ukrycia danych. Często zdarza się, że ukrywane są dane dziennikarza i źródło informacji, które pozyskał.

Innym ograniczeniem jest to, że trudno przekazać wszystko, co zostało powiedziane w czasie wywiadu i nie udaje się łatwo korygować wrażeń dziennikarza i tego, który udziela wywiadu¹⁸.

2.8. Wpływ społeczny wywiadu

W większości przypadków wywiadów profesjonalnych należy przyznać, że praktycznie nie ma wpływu społecznego poza osobą udzielającą wywiadu, jego rodziną

¹⁶ Nie ma reguł naukowych co do wyboru tych osób. Zwykle numer tych osób jest niewielki, wiele razy odnosi się do osoby szablonej. Por. A.A. Cohen, *The television*, s. 19.

¹⁷ G.M. Killenberg i R. Anderson mówią o wywiadach trudnych i o osobach, z którymi trudno jest przeprowadzić wywiad, np. niepełnosprawni, przestępcy, osoby w kryzysie. Por. G.M. Killenberg, R. Anderson, *Before the story. Interviewing and Communication Skills for Journalists*, New York 1989, s. 141.

¹⁸ „What is most important, however, is that what was said cannot be fully retracted, and that the impression that the interviewer and interviewee make is difficult, if not impossible, to rectify. The participants are aware of this constraint of the interviewing situation and must take it into account when they agree to engage in the interviewing process”. Por. A.A. Cohenn, *The television*, s. 20.

i w środowisku bezpośrednim, w którym żyje¹⁹. Natomiast gdy chodzi o wywiady dziennikarskie publiczne, mogą być słyszane, czytane i widziane przez miliony osób na świecie dokładnie w tym samym czasie, w czasie trwania wywiadu lub w krótko po jego zakończeniu. Wywiady są przeprowadzane z osobami najważniejszymi we wspólnocie i na tematy, które dotyczą dużej liczby osób. W konsekwencji tego wywiad dziennikarski jest środkiem o dużym wpływie społecznym z silnym oddziaływaniem ludzi.

2.9. Relacja między dziennikarzem a udzielającym wywiadu

Zawsze jest możliwe, że relacje powstałe podczas wywiadu dziennikarskiego trwają również później. Jest to częste w przypadku polityków, reprezentantów rządu i różnych ekspertów. Dla przykładu, kiedy dziennikarz przeprowadza wywiad z politykiem, musi mieć na uwadze, że po dobrze przeprowadzonym wywiadzie, będą następne spotkania, ukierunkowane na ten sam cel. To wrażenie jest często obustronne, ponieważ udzielający wywiadu ma nadzieję na następne okazje do zaprezentowania siebie i swoich poglądów. To wpływa bardzo na sposób przebiegu spotkania i określa efekt końcowy wywiadu.

2.10. Granice czasu i przestrzeni

Wywiady dziennikarskie często są ograniczone przez miejsce i czas. Na pierwszym miejscu odnosi się to do wydarzeń, które powstają nieprzewidzianie i w tych przypadkach naturalnie wywiady nie są planowane wcześniej. Liczy się na zdolności i zręczność dziennikarzy, którzy w wielu wypadkach nie mają czasu na przygotowanie się i zebranie wstępnych informacji. To może mieć również i pozytywne aspekty. Spontaniczność może zwiększać wiarygodność i wpływ społeczny. Gdy chodzi o czas trwania wywiadu, to często jest on ograniczony i bez możliwości przewidzenia następnego spotkania, aby kontynuować ten sam temat.

Innym ograniczeniem jest miejsce przewidziane do umieszczenia w dzienniku. Generalnie dziennikarz otrzymuje pewne miejsce do zamieszczenia „produktu” końcowego z małą elastycznością. To ograniczenie ma wpływ na dziennikarza oraz odpowiadającego, który musi skracać i eliminować niektóre odpowiedzi. Z pewnością dziennikarz zna te operacje, ale osobie udzielającej wywiadu może stwarzać poważne problemy wyrażenie jasno swoich idei.

2.11. Miejsce wywiadu

Miejsce przeprowadzenia wywiadu dziennikarskiego jest bardzo różne. Dziennikarz w rzeczywistości powinien zrobić wywiad ze swoimi rozmówcami w różnych miejscach: biuro, pracownia, wewnątrz i na zewnątrz, w środowiskach przyjemnych i nieprzyjemnych, w miejscach tajemniczych i ukrytych.

¹⁹ Dla przykładu pacjent, który idzie do lekarza, tylko on sam może być odbiorcą wywiadu przeprowadzonego przez lekarza lub jego bliskie środowisko, w którym żyje. To samo można powiedzieć o wywiadach w poszukiwaniu pracy lub też o wywiadach sądowiczych.

Niektóre miejsca mogą sprawić dziennikarzowi kłopot. W studiu radiowo-telewizyjnym musi stawić czoło nie tylko udzielającemu wywiadu, ale również dyrektorom, technikom, w obecności licznych mikrofonów i kamer telewizyjnych, oślepiających reflektorów, które mogą mieć wpływ na końcowy wynik wywiadu.

* * *

Wyliczając różne uwarunkowania wywiadu dziennikarskiego, można powiedzieć, że są to bardzo ważne czynniki, które nie tylko mają wpływ na wywiad, ale również wpływają na czytelnika, słuchacza czy widza.

Summary

A THEORETICAL STUDY OF INTERVIEW-DEBATE

This article entitled: "An Interview-Debates. A Theoretical Study" is devoted to this specific genre of television program. The article includes a brief historical introduction, gives several definitions of interview and shows its various dimensions such as: the purpose of interview: the initiative in interview, participation of experts etc. It also discusses social impact of interview.

Bibliografia

- Bettini G., *L'intervista nel telegiornale. Cos'è e come si fa*, „Rai-Verifica Programmi Trasmessi”, n. 54, 1984.
- Cohen A.A., *The television news interview*, Newbury Park 1987.
- Gratus J., *Successful Interviewing*, London 1988.
- Killenberg G.M., R. Anderson, *Before the story. Interviewing and Communication Skills for Journalists*, New York 1989.
- Lewis C.D., *Il giornalismo televisivo*, Roma 1990.
- Linde S.B., *Słownik języka polskiego*, t. 6, cz. 1. Warszawa 1995.
- Martino C. de, Bonifacci F., *Intervista*, [w:] *Dizionario pratico di giornalismo*, Milano 1990; F. Lever, P.C. Rivoltella, A. Zancacchi, *Intervista*, [w:] *La comunicazione – il Dizionario di scienze e tecniche*, Roma 2002.
- Nuova Enciclopedia Universale Rizzoli Larousse, t. 3, Milano 1989.
- Solarino C., *Per fare televisione*, Milano 1989.
- The Oxford English Dictionary*, Oxford 1989.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2006.