

Piotr Boruch

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
<https://orcid.org/0000-0002-8264-2490>
piotrboruch94@gmail.com

Problem obiektywizmu przekazów medialnych a paski informacyjne publikowane w głównych serwisach informacyjnych Polsatu i TVP

Problem of objectivity of media coverage and TV-tickers published in main news programs on Polsat and TVP

Abstrakt

Artykuł zawiera wyniki analizy pasków informacyjnych publikowanych w głównych wydaniach serwisu *Wydarzenia* emitowanych w okresie trzech miesięcy poprzedzających wybory do polskiego parlamentu w 2019 roku. Badanie wykazało, w jakim stopniu użyty w komunikatach język służył funkcji deskryptywnej, w jakim zaś – perswazyjnej. W analizowanym czasie ponad połowa tekstów zapowiadających materiały reporterskie nie miała na celu wpływanie na odbiór opisywanych w materiałach wydarzeń. Rezultaty przedstawiono w kontekście krytycznej oceny *Wiadomości* TVP zawartej w sprawozdaniu Rady Języka Polskiego z 2018 roku. Rozważania autora dopełnia refleksja dotycząca trudności związanych ze spełnieniem oczekiwania odbiorców środków masowego przekazu względem zachowania przez dziennikarzy obiektywizmu podczas tworzenia tekstów medialnych.

Słowa kluczowe

telewizja, paski, język, etyka, obiektywizm

Informacja o artykule / Article Information

Otrzymano (Received): 19.11.2021 • Przyjęto do druku (Accepted): 6.06.2021 • Opublikowano (Published): Grudzień (December) 2021

Abstract

The article contains the results of the analysis of TV-tickers published in the main editions of the *Wydarzenia* broadcast in the three months preceding the elections to the Polish parliament in 2019. The study showed to what extent the language used in the messages served a descriptive and to what extent - a persuasive function. In the analyzed period more than half of the texts announcing the reports were not intended to influence the perception of the events described in the materials. The results were presented in the context of the critical assessment of *Wiadomości* contained in the 2018 Rada Języka Polskiego report. The author's considerations are complemented by a reflection on difficulties related to meeting the expectations of mass media recipients in terms of journalists' observance of objectivity when creating media texts.

Keywords

television, TV-tickers, language, ethics, objectivity

Uwagi wstępne

Media pozostają najważniejszym nienaturalnym aparatem poznawczym umożliwiającym odbieranie i interpretowanie elementów rzeczywistości, których człowiek nie jest w stanie bezpośrednio doświadczać. Od nich zatem oczekuje się opisywania faktów takimi, jakimi są. Tak jak doświadczamy prawdy, odbierając bodźce za pomocą zmysłów, tak prasa, radio, telewizja i portale internetowe powinny umożliwiać zdobywanie wiedzy o stanie rzeczy. Odpowiedzialność środków masowego przekazu jest tym większa, że wpływają one na procesy decyzyjne odbiorców, dostarczając treści niezbędnych do zaspokojenia potrzeb kognitywnych. Tak o mediach pisze Maria Wojtak: „funkcjonują (...) jako zwykłe przekazy, ideologicznie, nacechowane instytucje, organizujące życie społeczne, a więc współtwórcy ludzkich działań, sposobów myślenia i wartościowania świata”¹. Każdy przekaz medialny, zgodny z prawdą lub nie, niesie za sobą szereg konsekwencji w życiu społecznym i indywidualnym konsumenta środków masowego przekazu. Stanowi wyrażenie obecnych w konkretnej wspólnotce doświadczeń i kształtuje je według przyjętej przez konkretne medium perspektywy.

Prace badawcze opisujące stan mediów w Polsce pozwalają w porę reagować na niepokojące tendencje i uświadamiać opinii publicznej zagrożenia wynikające z bezrefleksyjnego odbioru tworzonych przez nie komunikatów. W niniejszym artykule przedstawię wyniki analizy pasków informacyjnych serwisu Telewizji Polsat *Wydarzenia* przeprowadzonej

¹ M. Wojtak, cyt. za: W. Czachur, *Dyskursywny obraz świata. Kilka refleksji*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” 2011, z. 4, s. 84.

pod kątem obiektywizmu języka w nich użytego. Przyczynkiem do badań stała się publikacja raportu Rady Języka Polskiego traktującego o nieruchomych tekstach (paskach) publikowanych przed emisją materiałów składających się na *Wiadomości* TVP. Przedstawienie wyników analizy poprzedzone jest refleksją dotyczącą problemu obiektywizmu w pracy dziennikarza, a więc kwestii nadal budzącej spore wątpliwości, zwłaszcza jeśli idzie o nakreślenie wytycznych tworzenia bezstronnego komunikatu medialnego.

Alarmistyczne tony wypowiedzi oceniających stosowanie przez polskich dziennikarzy zasad etycznego formułowania przekazów, mających niebagatelny wpływ na postrzeganie rzeczywistości przez odbiorców, nasiliły się w ostatnim czasie. Przyczyną ostrej krytyki stała się sytuacja telewizji publicznej po 2015 roku, choć zastrzeżenia do pracy publicznego nadawcy pojawiały się wcześniej, a materiały, których twórcami są dziennikarze mediów prywatnych, również świadczą o łamaniu zasad branżowej etyki².

Sprawozdanie Rady Języka Polskiego

Za ważny głos w debacie publicznej skupionej wokół TVP należy uznać dokument Rady Języka Polskiego *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej*³, który jest wynikiem obowiązku nałożonego na ten organ przez ustawę o języku polskim⁴. Autorzy opracowania zbadali, w jakim stopniu paski zapowiadające materiały dziennikarskie o tematyce politycznej składające się na serwisy informacyjne *Wiadomości* służą bezstronnemu zaprezentowaniu zdarzeń, w jakim zaś przedstawieniu własnej wizji świata nadawcy. Materiał składał się z 306 tekstów (taką liczbę wybrano spośród 8–9 tysięcy wyemitowanych w analizowanym okresie) dotyczących 13 „najgorętszych” tematów, np. upamiętnienia rocznicy katastrofy lotniczej z 10 kwietnia 2010 r., obchodów Święta Niepodległości, protestu lekarzy rezydentów⁵. Aby precyzyjnie opisać perswazyjne

² Zob. Rada Etyki Mediów, *Raport za lata 2008–2010*, <http://www.rem.net.pl/data/2008-2010.pdf>, [dostęp: 22 września 2020 r.].

³ Zob. K. Kłosińska, R. Zimny, P. Żukiewicz, *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej*, https://rjp.pan.pl/images/Sprawozdanie_o_stanie_ochrony_j%C4%99z._pol._2016-2017.pdf, [dostęp: 22 września 2020 r.].

⁴ Zob. art. 13, *Ustawa z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim*, Dz.U. 1999 nr 90 poz. 999.

⁵ K. Kłosińska, R. Zimny, P. Żukiewicz, *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej*, wyd. cyt., s. 5–7.

strategie używane przez dziennikarzy, rozszerzono aparat metodologiczny zaproponowany przez Walerego Pisarka, który wyodrębnił wyrazy zależne i niezależne od autora komunikatu⁶. Ze szczegółowych badań wynika, że jedynie około 25% pasków nie zawierało jakichkolwiek językowych środków wartościujących (oprócz leksyki także wartościujących systemowo, zdaniowo i kontekstowo), stanowiło informacje *sensu stricto*. Główny wniosek, który nasunął się autorom sprawozdania, stanowi teza, że „«Wiadomości» TVP nie przekazują obywatelom obiektywnej informacji, lecz własną wizję omawianych wydarzeń”⁷. Według zamieszczonego w dokumencie słownika pojęć jako jedną z zasad etyki dziennikarskiej przyjęto zasadę obiektywizmu rozumianą jako: „oddzielenie informacji od komentarza, brak zaangażowania dziennikarza w sukces opisywanych przedsięwzięć”⁸.

Problem obiektywizmu lub jego braku w przekazach medialnych nie jest kwestią tylko podnoszoną przez filozofów (zwłaszcza etyków), nie znajduje odzwierciedlenia wyłącznie w różnorodnych kodeksach zawodowych mających w ograniczony sposób (nieprzestrzeganie zasad w nich zawartych najczęściej nie niesie za sobą skutków prawnych)⁹ regulować standardy rzetelnego dziennikarstwa. Zarzuty o brak bezstronności formułowane są zwykle przez odbiorców mediów, mających poczucie bycia wprowadzonym w błąd lub wręcz okłamywanym przez twórców pracujących w środkach masowego przekazu. W postulatach dotyczących podniesienia poziomu rzetelności mediów, jakkolwiek słusznych, z rzadka dostatecznie precyzyjnie definiuje się pojęcie obiektywizmu mogące sprostać codziennej praktyce żurnalistów. Trudności w zdefiniowaniu czytelnych zasad tworzenia obiektywnego tekstu medialnego, przystających do dziennikarskich doświadczeń, wynikają po części z mocno już zakorzenionego poglądu antyrepresentacjonizmu, którego składową jest przeświadczenie o niemożności przedstawienia rzeczywistości w sposób niesubiektywny¹⁰. Ponadto przeszkodę stanowią różnorodne czynniki wpływające na pracę nadawcy komunikatu medialnego. Niezależny dziennikarz może uwolnić się od zobowiązań względem właściciela medium, reklamodawców i polityków, a także oczekiwań odbiorców posiadających konkretne poglądy. Jednakże nie będzie w stanie

⁶ M. Kniaginina, W. Pisarek, *Język wiadomości prasowych*, Kraków 1966, s. 15–16.

⁷ K. Kłosińska, R. Zimny, P. Żukiewicz, *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej*, wyd. cyt., s. 7.

⁸ Tamże, s. 16.

⁹ Zob. np. *Karta Etyczna Mediów*, http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta_dziennikarzy.pdf, [dostęp: 22 września 2020 r.].

¹⁰ Zob. A. Mamajek, *Status „prawdy” w postmodernizmie*, „Studia Elbląskie” 2009, z. 10, s. 391.

całkowicie wyeliminować ograniczeń związanych z własną osobowością, indywidualnymi i wspólnotowymi doświadczeniami czy wyznawanym systemem wartości. Za w pełni uprawomocnioną przyjmuję zatem tezę George'a Gerbnera, iż „fundamentalnie nieideologiczny, apolityczny i niestronniczy system pozyskiwania i relacjonowania informacji nie istnieje”¹¹.

Za właściwe zdaje się zatem przyjęcie twierdzenia, iż nadawca komunikatu medialnego podczas tworzenia tekstu powinien uwzględniać całościową posiadaną wiedzę, jednocześnie przyjmując, że jest zobligowany do wyczerpującego poznania dostępnych informacji dotyczących podejmowanego tematu (czemu z pewnością pomagają umiejętności warsztatowe). Przytoczona zasada pozwala nie tyle na obiektywny opis rzeczywistości, ile na rzetelne przygotowanie informacji i opinii (wszak nie można abstrahować od tego, że istnieją gatunki publicystyczne, których immanentną cechą stanowi subiektywizm). Korzyścią tak pojmowanego etycznego działania dziennikarzy oprócz uczciwego przedstawienia najważniejszych aspektów sprawy będzie także wzmacnianie zaufania między uczestnikami komunikacji medialnej. Ponadto dobrze poinformowani czytelnicy, słuchacze i widzowie, wyposażeni w szeroką wiedzę będą mogli samodzielnie dokonać oceny przedstawianego tematu i podejmować decyzje na podstawie większej niż w przypadku odbioru nierzetelnego materiału liczby danych.

Materiał badawczy

Nadawca publiczny tworzący media deontologiczne¹², co wprost wynika z zapisów polskiego prawa¹³, powinien realizować projekty (informacyjne, publicystyczne, kulturalne itp.), których celem jest dobro wspólne. Implikuje to szereg konsekwencji, w tym konieczność przestrzegania najwyższych standardów dziennikarskich czy używanie języka zbliżającego odbiorców do jak najlepszego poznania przedstawianych w programach spraw. W przypadku *Wiadomości*, będących głównym programem informacyjnym TVP i TVP Info, nie budzą wątpliwości wysokie oczekiwania odnośnie do publikowanych treści. Komercyjny charakter stacji (uwidaczniający się nadzwyczaj jasno w ramówce programowej) wy-

¹¹ G. Gerbner, cyt. za: J. Piotrkowska, *Językowe środki kreowania rzeczywistości informacyjnej w wybranych telewizyjnych serwisach informacyjnych*, „Poradnik Językowy” 2019, z. 7, s. 49.

¹² Zob. J. Pleszyński, *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007, s. 62.

¹³ Zob. rozdz. 4, *Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji*, Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34.

dającej inny serwis informacyjny *Wydarzenia* sugeruje, iż słuszne jest włączenie Polsatu do grupy mediów teleologicznych, których główny cel stanowi sukces rynkowy¹⁴. Jednak wątpliwości co do konkretnych oczekiwań względem *Wydarzeń* rozwiewa opis tej audycji, w którym znajdziemy następujące zapewnienie: „Najbardziej obiektywny i niezależny w polskich telewizjach serwis informacyjny (...)”¹⁵. Nie bez znaczenia jest również gatunek programu telewizyjnego, o którym mowa. Twórcy serwisów informacyjnych mają za zadanie relacjonować wybrane przez siebie zdarzenia, umożliwić widzom dotarcie do mogących ich interesować faktów. Niniejszy artykuł zawiera próbę odpowiedzi na pytanie, czy twórcy *Wydarzeń* wywiązują się z danego widzom zobowiązania do obiektywizmu programu.

Podstawa materiałowa analizy liczy 239 pasków z 92 wydań *Wydarzeń* z okresu trzech miesięcy poprzedzających wybory parlamentarne w Polsce, które odbyły się 13 października 2019 r., tj. od 11 lipca do 11 października (dzień przed ogłoszeniem ciszy wyborczej)¹⁶. Badany korpus zawiera paski pojawiające się podczas zapowiedzi materiałów reporterskich, w których podejmowano tematy dotyczące wydarzeń o zasięgu ogólnopolskim¹⁷, składających się na główne wydanie serwisu informacyjnego *Wydarzenia* w Telewizji Polsat i Polsat News transmitowanego codziennie o godzinie 18.50. W korpusie uwzględnione zostały także teksty nawiązujące do wydarzeń związanych z samorządami, które Polacy (czy raczej media) włączyli do ogólnej debaty; przykładem jest awaria oczyszczalni ścieków „Czajka” w Warszawie. Analiza nie obejmuje tekstów pojawiających się w trakcie zapowiedzi dalszej części programu, która to zapowiedź emitowana jest na początku serwisu. Definicję paska przywołano za autorami sprawozdania Rady Języka Polskiego: „krótki komunikat sygnujący i zapowiadający obszerniejszy materiał dziennikarski”¹⁸. Przyjęto również, iż *de facto* komunikaty, o których mowa, pełnią podobną funkcję do tej, jaką pełnią nagłówki prasowe, choć wchodzą w skład rozbudowanych przekazów audiowizualnych. Krótkie teksty stanowią podsumowanie przekazywanych treści,

¹⁴ Zob. J. Pleszyński, *Etyka dziennikarska*, wyd. cyt., s. 62.

¹⁵ *Wydarzenia*, <https://www.polsat.pl/program/wydarzenia/>, [dostęp: 22.09.2010].

¹⁶ W korpusie zabrakło komunikatów z 29 sierpnia i 17 września, ponieważ na stronie internetowej *Wydarzeń* (polsatnews.pl/program/wydarzenia) nie opublikowano zapisów z tych dni. Ponadto przed przedstawieniem czterech materiałów – po jednym z 21 sierpnia i 5 października i dwóch z 20 lipca – nie zaprezentowano pasków.

¹⁷ Przede wszystkim działań członków rządu, posłów, senatorów, wysokich urzędników państwowych czy instytucji międzynarodowych.

¹⁸ K. Kłosińska, R. Zimny, P. Żukiewicz, *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej*, wyd. cyt., s. 5.

są tytułami materiałów telewizyjnych. Ze względu na charakter programu informacyjnego paski nie muszą zachęcać widzów do obejrzenia materiału, a jedynie sygnalizować omawianą problematykę.

Analiza pasków informacyjnych

Wyekscerpowane teksty zostały poddane analizie jakościowej, która pozwoliła wykazać w badanym materiale udział procentowy pasków informacyjnych niezawierających oceny przedstawianych w przekazach telewizyjnych wydarzeń. Korzystano z rozbudowanego przez Katarzynę Kłosińską, Rafała Zimnego i Przemysława Żukiewicza¹⁹ aparatu badawczego zaproponowanego przez Walerego Pisarkę²⁰. Kategoryzacja wyrazów motywowanych i niemotywowanych rzeczywistością pozajęzykową została poszerzona o elementy językowe z grupy środków morfologicznych, struktur składniowych i tych będących wynikiem przyjęcia przez nadawcę zabiegów retorycznych (np. wykorzystanie haseł) czy wprost perswazyjnych. Do wyrazów niezależnych zaliczono także leksykę, której użycie nie determinuje sposobu widzenia świata i nie ma na celu przedstawienia konkretnego sądu. Przyjęta optyka pozwala zaliczyć tekst TRUMP ODWIEDZI POLSKĘ (30.07) do grupy pasków spełniających funkcję deskryptywną, nie zaś perswazyjną, choć czasownik *odwiedzić* można zastąpić innymi wyrazami synonimicznymi, a ponadto ma mniej neutralny charakter niż leksem *przyjechać*. Co istotne, każdy z tytułów analizowano w odniesieniu do reportażu, którego dotyczył komunikat, aby ocenić paski także z uwzględnieniem środków nacechowanych kontekstowo.

Profil Telewizji Polsat wyraźnie ujawnia się w selekcji tematów podejmowanych w głównym wydaniu serwisu informacyjnego. I tak na przykład niespełna 27% materiałów dziennikarskich prezentowanych w *Wydarzeniach* w sierpniu 2019 roku dotyczyło w mniejszym lub większym stopniu polityki ogólnopolskiej (od jednego do siedmiu materiałów w wydaniu)²¹. W pozostałej części dziennikarze omawiali w głównej mierze kwestie obyczajowe, sprawy angażujące emocjonalnie opinię

¹⁹ Tamże.

²⁰ Zob. M. Kniaginina, W. Pisarek, *Język wiadomości prasowych*, wyd. cyt., s. 15–16.

²¹ Co warto podkreślić, w podanym zestawieniu dotyczącym materiałów z sierpnia 2019 r. wzięto pod uwagę zarówno paski poddane analizie (odnoszące się do wydarzeń politycznych), o których mowa w dalszej części artykułu, jak również te nieujęte w badanym korpusie (poprzedzające materiały opowiadające o innych wydarzeniach, np. wypadkach samochodowych, kłóskach żywiołowych itp.).

publiczną, niemające jednak związku z polityką. Dla przykładu 18 sierpnia tak rozkładała się tematyka prezentowanych wydarzeń: AKCJA RATUNKOWA W JASKINI²² (grotołazi uwięzieni w jaskini w Tatrach), WALKA O GŁOSY (wydarzenia związane z kampanią wyborczą), BEZ ŚLADU (poszukiwania sprawcy wypadku na Lubelszczyźnie), CZARNE STATYSTYKI (statystyki dotyczące wypadków drogowych), MASAKRA NA WESELU (atak terrorystyczny w Kabulu), BITWA PSEUDOKIBICÓW (bijatyka pseudokibiców w Kędzierzynie-Koźlu), STUDIA Z DRONAMI (Uniwersytet w Poznaniu kupił drony, których obsługi będą uczyć się studenci), REKORDOWE TEMPERATURY (najcieplejszy lipiec od 140 lat), SZTUKA UNIKU (problem otyłości polskich dzieci), KARMIE NIE W SKALI MAKRO (akcja promująca karmienie piersią na Filipinach). Wybór wydarzeń relacjonowanych na antenie stanowi istotną część strategii budowania konkretnych wizji świata. Duży udział tematów społecznych stawia Polsat po stronie mediów, które w swojej strategii koncentrują się na działaniach zwiększających lub utrzymujących udział w rynku.

Z analizy wynika, że większość tytułów zapowiadających przekazy telewizyjne zawiera treści mające w sposób obiektywny informować o wydarzeniach omawianych w materiałach. 54% pasków stworzono za pomocą języka niesugerującego oceny odbiorcom i nieujawniającego poglądów autorów tekstów, np. KOMISJA DS. PEDOFILII (16.07), 500+ DLA NIEPEŁNOSPRAWNYCH (17.07 i 19.07), NOWA MARSZAŁEK SEJMU (09.08), NOWE ZASADY LOTÓW HEAD (16.08), REZYGNACJA WICEMINISTRA (20.08), PRZYWÓDCY W WARSZAWIE (01.09), PREZES ZATRZYMANY (04.09), ODSZKODOWANIA ZA SUSZĘ (11.09), SPOTKANIE PREZYDENTÓW (23.09), WYMIANA ZDAŃ (25.09), KORNEL MORAWIECKI 1941-2019 (29.09), ZA OCEAN BEZ WIZ (05.10), PO PIERWSZEJ DEBACIE (08.10). Nierzadko materiały reporterskie stanowiące przegląd wydarzeń bezpośrednio związanych z kampanią wyborczą poprzedzono paskami wprost informującymi, że widzowie będą zapoznawać się z działaniami polityków, którzy chcą pozyskać głosy Polaków, por. np. WYBORY 13 PAŹDZIERNIKA (06.08), LISTY WYBORCZE (19.08), WYBORCZE OFERTY (24.08), WYBORY ZA 5 DNI (08.10), DWA DNI DO WYBORÓW (10.10).

46% pasków wprawdzie zawierało podsumowanie wydarzeń omawianych w materiale, ale jednocześnie mogły wpływać za pomocą nacechowanych leksemów i takich elementów językowych, które nie służą

²² Cytowane paski zostały zapisane wersalikami, zgodnie z pisownią oryginalną.

jedynie bezstronnemu informowaniu widzów, na ocenę i interpretację przedstawianych faktów, np. KAMPANIA PRZED KAMPANIĄ (14.07), SKATOWANY DZIENNIKARZ (26.07), ŚCIŚLE TAJNE (30.07), NACISKI NA POLSKĘ (06.08), TWARDE LĄDOWANIE (08.08), UDANA AUKCJA (12.08), W POGONI ZA LIDEREM (14.09), OSTRE STARCIE (18.09), PRZEŁOMOWY WYROK (03.10), SKANDALICZNE SŁOWA (06.10), NIE ZWALNIAJĄ TEMPĘ (11.10). Na szczególną uwagę zasługują paski zawierające hasła i slogany. Zakwalifikowano je do grupy pasków wartościujących, ponieważ niosą za sobą konkretny ładunek aksjologiczny. We wspomnianej kategorii znalazły się przede wszystkim tytuły materiałów dotyczących wydarzeń rocznicowych, uroczystości czy manifestacji, por. np. CHWAŁA BOHATEROM (01.08), ZA WOLNOŚĆ NASZĄ I WASZĄ (29.09), POLSKA PRZECIW PRZEMOCY (25.07). Autorzy chętnie do podsumowania wydarzeń politycznych używali zakorzenionej w języku polityki metaforyki wojennej²³, np. WOJNA NA SYMBOLE (29.07), WALKA O GŁOSY (18.08), WALKA O POPARCIE (23.08), BATALIA O WIEŚ (25.08), OBRONA I ATAK (27.08), BITWA O NIK (26.09). Korzystano także z przenośni nawiązujących do języka relacji sportowych, np. PIŁKA W GRZE (22.07), WYMIANA CIOSÓW (28.08), MARSZ Z PRZESZKODAMI (28.09), OSTATNIA PROSTA KAMPANII (07.10), KAMPANIA NA FINISZU (09.10). Rywalizacja między ugrupowaniami politycznymi opisywana przy użyciu terminów wywodzących się z innych obszarów języka angażuje emocjonalnie widzów i ugruntowuje w języku postrzeganie polityki jako areny zmagania stojących do siebie w opozycji sił, co niewątpliwie służy polaryzacji społeczeństwa nie tylko w czasie kampanii wyborczej.

Paski informacyjne publikowane w *Wydarzeniach* przyjmowały najczęściej formę fraz nominalnych (96% pasków), np. NACISKI NA POLSKĘ (06.08), MARSZ RÓWNOŚCI I WIEC POPARCIA (10.08), INNY PUNKT WIDZENIA (31.08), KAMPANIA NA TAŚMACH (04.10); zdecydowanie rzadziej zdań, np. NIE MA PRZYZWOLENIA (21.07), PIS TRZYMA SIĘ MOCNO (12.08), POLSKA WYGRYWA Z GAZPROMEM (10.09), NIE ŻYJE JAN SZYSZKO (09.10). Zasadność porównania pasków informacyjnych do tytułów prasowych szczególnie uwidacznia się w tym przypadku, ponieważ teksty zapowiadające materiały składają się z małej liczby

²³ Por. J. Podracki, M. Trysińska, *Metafory a frazeologia w języku polityków*, „Studia Logopaedica” 2006, t. 31, s. 429-439.

elementów językowych – maksymalnie sześciu. Spełniają więc formę skrótowych informacji podsumowujących i zapowiadających materiał dziennikarski.

Konkluzje

Zestawienie języka nieobiektywnych pasków w *Wiadomościach* i *Wydarzeniach* wskazuje na istotne różnice, zwłaszcza w stopniu emocjonalnego nasycenia leksyki. W głównym serwisie informacyjnym Polsatu nacechowane paski mają charakter ogólnych konstatacji, z rzadka odnoszą się do konkretnych osób lub grup społecznych (np. HATTRICK KACZYŃSKIEGO – 07.09). Ponadto wpływające na interpretacje wydarzeń nie łączy się z kategorią i silnie nacechowaną oceną (np. TRUMP LUBI POLSKĘ – 31.07), a określenia nie stygmatyzują biorących w nich udział osób życia publicznego (np. BURZA PO NAGRANIACH NEUMANNA – 05.10). Z kolei teksty autorstwa redakcji *Wiadomości* TVP nierzadko dokonują jednoznacznej oceny faktów, nie pozostawiając odbiorcom wątpliwości co do nastawienia nadawcy, np. BRUKSELA, BERLIN I OPOZYCJA PRZECIWKO POLSCE, OPOZYCJA ZACHEĆA DO PROWOKACJI, KOMOROWSKI POCHWAŁA PRZEMOC, ZŁODZIEJSKA REPRYWATYZACJA OBCIĄŻA PLATFORMĘ²⁴. W *Wydarzeniach* używając mało rozbudowanych fraz nominalnych, redakcja unika wskazywania podmiotów działań. Nie zwraca uwagi na konkretne osoby i niweluje zagrożenia związane z użyciem nacechowanych czasowników narzucających konkretną interpretację zachowań.

Przedstawiony obszar krótkich komunikatów wchodzących w skład rozbudowanych przekazów audiowizualnych stanowi tylko niewielką część strategii budowania medialnych obrazów świata, pozwalający zaobserwować stopień przestrzegania przez dziennikarzy zasad etycznego komunikowania. Odpowiedzialność za słowa, których odbiorcami są liczne grupy ludzi, i dążenie do adekwatnego opisu rzeczywistości są postulatami nietracącymi na wartości, jednak nadal nierealizowanymi przez wiele zespołów redakcyjnych. Sprawozdanie autorstwa Rady Języka Polskiego w świetle badania nad paskami informacyjnymi publikowanymi w *Wydarzeniach* jeszcze silniej unaocznia problem publicznych mediów z przestrzeganiem właściwych standardów dziennikarstwa. Stacje radiowe i telewizyjne działające pod auspicjami państwa powinny

²⁴ Zob., K. Kłosińska, R. Zimny, P. Żukiewicz, *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016–2017 – Język informacji politycznej*, wyd. cyt.

stanowić wzór dla całej sfery środków masowego komunikowania. Kazus *Wydarzeń* pokazuje, że jest odwrotnie – telewizja niepubliczna lepiej spełnia oczekiwania względem zachowania obiektywizmu w prezentowanych telewidzom treściach.

Bibliografia

- Czachur W., *Dyskursywny obraz świata. Kilka refleksji*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs” 2011, z. 4, s. 79–97.
- Karta *Etyczna Mediów*, http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta_dziennikarzy.pdf, [dostęp: 22 września 2020].
- Kłosińska K., Zimny R., Żukiewicz P., *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2016-2017 – Język informacji politycznej*, https://rjp.pan.pl/images/Sprawozdanie_o_stanie_ochrony_j%C4%99z._pol._2016-2017.pdf, [dostęp: 22 września 2020 r.].
- Kniaginina M., Pisarek W., *Język wiadomości prasowych*, Kraków 1966.
- Mamajek A., *Status prawdy w postmodernizmie*, „Studia Elbląskie” 2009, z. 10, s. 385–402.
- Piotrowska J., *Językowe środki kreowania rzeczywistości informacyjnej w wybranych telewizyjnych serwisach informacyjnych*, „Poradnik Językowy” 2019, z. 7, s. 49–61.
- Pleszyński J., *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007.
- Podracki J., Trysińska M., *Metafory a frazeologia w języku polityków*, „Studia Logopaedica” 2006, t. 31, s. 429–439.
- Rada Etyki Mediów, *Raport za lata 2008-2010*, <http://www.rem.net.pl/data/2008-2010.pdf>, [dostęp: 22 września 2020 r.].
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji*, Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34.
- Ustawa z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim*, Dz.U. 1999 nr 90 poz. 999.
- Wydarzenia*, <https://www.polst.pl/program/wydarzenia/>, [dostęp: 22 września 2020 r.].