

Agnieszka Rutkowska

Dziennikarskie sposoby wywierania wpływu na odbiorcę w telewizyjnych serwisach informacyjnych

Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica 20, 139-155

2013

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.

Agnieszka Rutkowska
(TVP Łódź)

Dziennikarskie sposoby wywierania wpływu na odbiorcę w telewizyjnych serwisach informacyjnych

„Przemilczenie nie jest kłamstwem, tylko niewypowiedzianą prawdą” – twierdził Fiodor Gładkow, pisarz realizmu socjalistycznego. We współczesnym świecie natłok komunikatów powoduje, że niemal w każdym momencie stykamy się z problemem wyboru informacji. Takie same decyzje muszą podejmować ci, którzy tę informację konstruują. Ale przymus, a w pewnych okolicznościach możliwość, nieuwzględnienia jednych danych i przekazania oraz unaocznienia innych, stwarza możliwość wykorzystywania jednego z najprostszycch chwytów manipulacyjnych – pominięcia.

Czym jest wywieranie wpływu?

Wywieranie wpływu na innych może kojarzyć się z werbalnym nakłanianiem do czegoś. Nic bardziej mylnego. Choć słowa są bardzo pomocne w manipulacji czy perswazji, to wystarczą w zupełności tylko gesty.

Zdolność człowieka do komunikowania się z innymi ludźmi to zdolność posługiwania się znakami.

Znak [...] to coś materialnego, doświadczalnego zmysłami, za czym stać może wszystko – materialne lub niematerialne [...]. Zapewne tym pierwszym znakiem nie było słowo wypowiedane, ale jakiś element tego, co dziś nazywamy językiem ciała: wyraz twarzy, gest, postawa¹.

¹ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 10.

Warto podkreślić, że to właśnie „znaki sprawiają, że w ogóle możemy kłamać”², bowiem „dzięki znakom można [...] udawać, że wbrew rzeczywistości ktoś jest kimś lub jakimś, a coś jest czymś lub jakimś”³.

Niewątpliwie istotnym narzędziem służącym wywieraniu wpływu na innych jest ludzka mowa. W ślad za mową i językiem, jako ważny wynalazek oraz gigantyczny krok w rozwoju człowieka, powstało pismo. Przekaznik wiedzy i informacji, utrwalacz ulotnych słów wypowiedzianych. I tak za każdą przekazywaną, nawet poprzez najprostszy sposób „pisania”, treścią, mogły się kryć chwytły manipulacyjne (informacje przekazywane za pomocą piktografii czy nawet przedmiotów-symboli, jak np. strzała u Indian). Nauka umiejętności przekonywania zrodziła się już u starożytnych (V w. p.n.e.), a wpływ na to miały procesy sądowe.

Wszyscy starożytni teoretycy retoryki zgodnie twierdzili, że jej „istotę stanowi przekonywanie albo przemawianie zdolne przekonać”⁴. Jednak w słowie „przekonywanie” mieściło się całe bogactwo znaczeń, od nakłaniania po oczarowanie, i obejmowało ono

[...] wiele zjawisk zarówno językowych, jak i pozajęzykowych. Zauważono bowiem, że „przekonywać” może również majątkowe bogactwo mówcy, jego powaga, pozycja społeczna, nie mówiąc o sposobach teatralizacji przemówień⁵.

Znawcy retoryki doskonale też wiedzieli, że sukces oratorski można odnieść tylko wówczas, jeśli ma się na uwadze określonego słuchacza. Proces retorycznego przekonywania oparty był na dwóch rodzajach argumentów: pierwsze, skierowane do intelektu, były to argumenty logiczne; drugie – zwane afektami – skierowane do uczuć i woli, opierały się na znajomości psychologii odbioru. Ogromne znaczenie wywoływaniu uczuć przypisywał Arystoteles⁶. To właśnie obecność uczuć w tekście odróżnia wypowiedź czysto informacyjną od tej, która ma wpłynąć na słuchacza⁷.

W retorycznych mowach ważne miejsce zajmowało również odpieranie zarzutów przeciwnika, zwane kontrargumentowaniem. Pomysły na chwytły refutacyjne czerpano z erystyki, czyli sztuki prowadzenia sporów.

Całe spektrum chwytów – zarówno retorycznych, jak i erystycznych – opiera się na znajomości psychologii człowieka. Wszystkie te nauki pod lupę wziął Robert Cialdini – amerykański profesor psychologii społecznej – a efektem jego

² Tamże, s. 11.

³ Tamże.

⁴ Tamże, s. 38.

⁵ Tamże s. 38, 39.

⁶ Por. Arystoteles, *Retoryka*, ks. 2, Warszawa 2004.

⁷ M. Korolko, *Sztuka retoryki – przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1998, s. 77.

prac jest książka zatytułowana *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*⁸. Twierdzi on, że u podstaw ludzkich zachowań, którymi można sterować, leży bardzo prosty mechanizm – stereotyp, nawyk, schemat. Automatyczne postrzeganie świata wiąże się z przerostem informacji docierających z otoczenia. Współcześnie potrafią to wykorzystać PR-owcy, specjaliści od reklamy, politycy, a także dziennikarze. Schematyczne zachowania ludzi uwarunkowane są istnieniem pewnych zasad, które zrodziły się w społeczeństwach setki lat temu i są zakorzenione bardzo głęboko w psychice każdego człowieka. Są to zasady: wzajemności (zobowiązanie wobec kogoś do odpłacenia za otrzymaną przysługę czy jakieś dobra); zaangażowania i konsekwencji („Kiedy dokonamy już wyboru lub zajmujemy stanowisko w jakiejś sprawie, uruchamia się zarówno wewnątrz nas, jak i w innych, silny nacisk na zachowanie konsekwentne i zgodne z tym, w co już się zaangażowaliśmy”⁹); społecznego dowodu słuszności („im więcej ludzi wierzy w jakąś ideę, tym bardziej prawdziwa wydaje się ta idea jednostce”¹⁰); lubienia i sympatii (chętniej ulegamy namowom osób, które lubimy, więc chcąc wpłynąć na kogoś, trzeba zrobić wszystko, by nas polubił); autorytetu (za symbol autorytetu może posłużyć tytuł naukowy lub wykonywany zawód, a w bezpośrednich kontaktach strój czy kosztowności); niedostępności („Niemał zawsze reakcją na zakaz jakiejś informacji jest wzrost pragnienia zapoznania się z tą informacją oraz wzrost pozytywnego ustosunkowania się do kwestii, której ona dotyczy”¹¹).

Retoryka, erystyka i psychologia określiły, jak głęboko zakorzenione w mentalności wszystkich społeczeństw jest wywieranie wpływu na innych. Warto zastanowić się, czy i w jaki sposób przejawia się to zjawisko w mediach.

Telewizja manipuluje czy może perswaduje?

Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie o to, czy telewizja i inne środki masowego przekazu manipulują czy perswadują. Jedno jest pewne – kształtują treści przekazu. Widać to dobrze na przykładzie informacji przekazywanych z ust do ust. Treść kilkakrotnie powtórnego komunikatu ulega przekształceniu, zostaje zmieniona, czasem też spłyconą. Tak samo dzieje się z informacją podawaną przez dziennikarzy – pewne treści są pominięte, inne uwypuklone. Czy to już jest manipulacja? A może jeszcze perswazja?

Słownikowe definicje tłumaczą „perswazję” jako namawianie, przekonywanie, radzenie, zachęcanie, wpływanie na kogoś w celu skłonienia go, by w coś

⁸ R. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańsk 2007.

⁹ Tamże, s. 75.

¹⁰ Tamże, s. 142.

¹¹ Tamże, s. 260.

uwierzył. Natomiast „manipulacja” w słownikach pojawia się jako pojęcie o konotacji negatywnej, jest to „nieuczciwe wpływanie na cudze poglądy, naginanie, przeinaczenie faktów w celu osiągnięcia własnych korzyści”¹².

Pojęcie manipulacji (jak słusznie zauważył Jacek Warchała¹³) i wiele teorii na jej temat naznaczonych jest piętnem czasów – a konkretnie komunistycznej Polski. Dlatego tak trudno mówić o manipulacji nie inaczej niż o komunikatach ze swej natury negatywnych. „Żeby podjąć na nowo rozważania o manipulacji, trzeba albo zedrzyć z niej osad ideologiczny, albo próbować znaleźć inny termin”¹⁴. Manipulacja nie musi stać w opozycji do perswazji, bowiem „perswazja może stać się manipulacją i manipulacja zawiera perswazję”¹⁵. Dlatego nie rozpatruję tych pojęć w kategoriach aksjologicznych – etyczności bądź nieetyczności¹⁶. Według mnie do wyznaczników manipulacji nie można również zaliczyć chęci osiągnięcia celu niezgodnego z poglądami czy oczekiwaniami odbiorcy (choć może taki występować). Za przykład może posłużyć fakt, iż tak naprawdę niewielu polityków chce świadomie działać na szkodę obywateli. Współcześnie manipulacja w ich wykonaniu polega nie na celowym szkodzeniu odbiorcom, a na samym osiągnięciu celu, czyli np. wysokim poparciu, by jak najdłużej sprawować władzę. W definiowaniu pojęcia manipulacji często też pojawia się kwestia niejawności. Jednak czy po zdemaskowaniu działań jako manipulacyjnych przestają one mieć taki charakter? Myślę, że nie.

Manipulacja jest pojęciem zawartym w semantycznym kręgu znaczeniowym perswazji. Każda manipulacja ma w sobie elementy perswazyjne.

[...] perswazja, obecna w każdej wypowiedzi (może poza wypowiedzią trywialną), odpowiada funkcji komunikatywnej, jest szeroko pojętym oddziaływaniem na odbiorcę. Jest techniką oddziaływania, techniką wykorzystywania różnorodnych możliwości tkwiących w języku¹⁷.

Dlatego uważam, że te dwa pojęcia należałoby rozgraniczać na poziomie środków – narzędzi – jakimi posługuje się nadawca, i dzięki którym chce osiągnąć cel. Dobry przykład to reklama, której cel jest znany wszystkim odbiorcom: ma sprawić, by konsument kupił dany produkt. W przypadku reklamy sprawdza się zastosowanie społecznego dowodu słuszności (np. „Miliony kobiet na świecie

¹² Za: I. Kamińska-Szmaj, *Propaganda, perswazja, manipulacja – próba uporządkowania pojęć*, [w:] *Manipulacja w języku*, pod red. P. Krzyżanowskiego i P. Nowaka, Lublin 2004, s. 23.

¹³ J. Warchała, *Horyzonty manipulacji: perswazja, manipulacja, interpretacja*, [w:] *Manipulacja...*, s. 59.

¹⁴ Tamże, s. 47.

¹⁵ B. Kudra, A. Kudra, *Między manipulacją a perswazją (o funkcjonowaniu antroponomów w tekście prasowym)*, [w:] *Manipulacja...*, s. 95.

¹⁶ Tamże, s. 94.

¹⁷ Tamże, s. 95.

już to mają...”). Jest to już manipulacja, bo działa na psychikę odbiorcy i odwołuje się do głęboko zakorzenionych stereotypów i wzorców zachowania. „Z punktu widzenia działania komunikacyjnego, manipulacja [...] ma naturę psychologiczną, a nie językową”¹⁸.

Podsumowując, manipulacja jest pewnym szczególnym przypadkiem perswazji. Polega na nakłanianiu, zachęcaniu, wywieraniu wpływu na kogoś, jest zabiegiem psychologicznym. W takim ujęciu stosuję ten termin.

Analiza materiałów telewizyjnych

Najistotniejsze tematy ze świata polityki poruszane są w niemal każdej stacji telewizyjnej. Główne wydania wiadomości mają podobną długość czasu antenowego (około 25 minut), jak również emitowane są o zbliżonej porze – porze największej oglądalności, kiedy najskuteczniej można wpływać na odbiorców („W Europie przyjęło się, że flagowy okręt stacji krajowej odbija od nabrzeża między dziewiętnastą a dwudziestą trzydzieści”¹⁹). Wiadomości różnią się sposobem przedstawiania informacji, doбором rozmówców oraz cytatów z wypowiedzi. Często komentarz dziennikarski jest wpleciony w informację lub wyrażony w zawołany sposób: słownie (poprzez ironiczne uwagi reportera) czy też niewerbalnie (poprzez modulowanie głosem). Ponadto dziennikarz telewizyjny ma wiele możliwości zilustrowania tego, co mówi. A to właśnie ilustracja, obrazek najbardziej zapada w pamięć odbiorcy. Dobór ujęć, efekty dźwiękowe wykorzystane w newsach, podkłady muzyczne – to wszystko nie jest dziełem przypadku, ale świadomym wyborem reportera.

Analizując elementy manipulacyjne w zebranych materiałach²⁰, posłużyłam się metodą porównawczą. Jednocześnie muszę zaznaczyć, że zauważone i opisane przeze mnie zabiegi mogły być nieświadomym posunięciem reportera, co nie zmienia faktu, że niewątpliwie wpłynęły na odbiorców.

1. Środki werbalne

1.1. Forszpan

Forszpan jest częścią składową wiadomości (a konkretnie czołówki), w której zawarte są hasłowo najważniejsze informacje z całego wydania. Trwa kilkadziesiąt sekund, a każdy zawarty w nim news, przedstawiony na ogół jednym zdaniem, składa się z kilku ujęć, w które często wplatane są wypowiedzi rozmówców.

¹⁸ J. Warchała, dz. cyt., s. 50.

¹⁹ K. Żórawski, *Długi stół*, Warszawa 2010, s. 116.

²⁰ Materiał badawczy pochodzi z głównych wydań programów informacyjnych TVP1, TVN i Polsat w dniach 15.12.2008–13.01.2009.

Forszpan jest zwartą całością, dlatego postanowiłam nie dzielić analizy na drobniejsze części.

Już w forszpanie stosowane są chwytby manipulacyjne. Analizując zebrane materiały, zauważyłam, że każda ze stacji telewizyjnych wybiera takie fragmenty wypowiedzi rozmówców, które nastawiają odbiorcę negatywnie wobec konkretnych frakcji politycznych. To, kto i z jakimi słowami pojawi się w forszpanie, w dużej mierze zależy od redaktora wydania (nazywanego wydawcą), przygotowującego danego dnia wydanie magazynu informacyjnego.

Przeanalizujmy forszpan z piątku, 19.12.2008. Jest to dzień głosowania nad prezydenckimi wetami istotny dla ustawy o emeryturach pomostowych. Sejm odrzuca nie tylko to weto. W sumie, spośród ośmiu wet pięć zostało podtrzymanych, trzy odrzucone. Spójrzmy, w jaki sposób informowały o tym poszczególne stacje telewizyjne.

W przypadku telewizji TVN najistotniejszy okazał się tekst prezentera, pierwsze zdanie forszpanu:

Studio: „Prezydent mówi nie, a sejm – nie szkodzi i odrzuca weto w sprawie pomostówek. To pierwsze odrzucone weto Lecha Kaczyńskiego”.

Wypowiedź ta przesycona jest informacjami i wyrażeniami wartościującymi. Najistotniejsze z nich to: weto do emerytur pomostowych zostało odrzucone jako pierwsze z poddanych głosowaniu oraz sugestia, że nie jest to jedyne odrzucone weto prezydenckie. Ponadto w tym zdaniu i kontekście wyrażenie „nie szkodzi” podaje w wątpliwość jakąkolwiek władzę i wpływ prezydenta, a jednocześnie przywołuje na myśl obrazy posłów nieprzejmujących się decyzją Lecha Kaczyńskiego. Potwierdzają to słowa premiera Donalda Tuska, który przestrzega „krynabrnego” (słowo „nauczka”) prezydenta. Oto fragment poświęcony głosowaniom:

100%²¹ Donald Tusk, premier:

„To jest nauczka dla tych, którzy ze słowa «nie» uczynili główną filozofię swojej polityki”.

100% Piotr Kownacki, szef kancelarii prezydenta:

„Została zawarta transakcja pomiędzy Platformą a Lewicą”.

100% Zbigniew Chlebowski, przewodniczący klubu parlamentarnego PO:

„Nie było w tej sprawie żadnych targów, tu zwyciężyły racjonalne argumenty”.

100% Grzegorz Napieralski, przewodniczący Sojuszu Lewicy Demokratycznej:

²¹ 100%, tzw. setka – sto procent dźwięku i obrazu zarejestrowane jednocześnie; w mojej pracy: stuprocentowe wypowiedzi rozmówców, w materiałach newsowych wypowiedzi jedno-, dwuzdaniowe (za: dziennikarskim żargonem telewizyjnym; także współczesne prace na temat zawodu dziennikarza telewizyjnego podają taką definicję setki).

„Skierowaliśmy tą ustawę do Trybunału, aby walczyć tam o prawa pracownicze”.
100% Jarosław Kaczyński, prezes Prawa i Sprawiedliwości:
„Jak jest operacja do zrobienia, to potrzebny jest chirurg i skalpel, a tutaj użyto noża rzeźnickiego”.

Słowa polityka opozycyjnego – Jarosława Kaczyńskiego – pozbawione kontekstu są zupełnie dla widza niezrozumiałe. Ponadto w TVN-owskim forszpanie nie ma informacji o tym, ile wet było głosowanych i jaki jest ostateczny wynik wszystkich głosowań.

Dla porównania, w forszpanie zarówno Polsatu, jak i TVP1, podana jest liczba głosowanych wet, choć TVP1 jasno nie sprecyzowała, ile zostało podtrzymanych, a ile odrzuconych.

Wiadomości TVP1 (fragment forszpanu)

Tytuł: *Sejm o wetach*

Studio: „Pięć do trzech w głosowaniach nad prezydenckimi wetami”.

100% Jolanta Fedak, minister pracy i polityki społecznej:

„Ja głęboko wierzyłam, że ustawa będzie uchwalona”.

100% Jarosław Kaczyński, prezes PiS:

„To jest straszny gniot, to jest bardzo źle zrobione pod każdym względem”.

W przytoczonym forszpanie TVP1 przekazuje niekompletne informacje. Analizując dzień po dniu poszczególne wydania oraz śledząc całe wydanie programu z 19 grudnia 2008 roku, nie mamy wątpliwości, że słowa zarówno Jolanty Fedak, jak i Jarosława Kaczyńskiego dotyczą ustawy o emeryturach pomostowych. Jednak pozbawiony kontekstu forszpan nie zawiera informacji, z których widz mógłby wywnioskować, czego dotyczą przytoczone setki. Mamy zatem z jednej strony rozradowaną minister pracy i polityki społecznej (o czym przeciętny widz nie musi wiedzieć, bowiem setki w forszpanie nie mają podpisów, czyli tzw. wizytówek), z drugiej – prezesa PiS i ostrą krytykę. Przy czym wypowiedź Fedak ma charakter czysto emocjonalny, wypowiedź Kaczyńskiego jest bardzo krytyczną oceną projektu ustawy. W tym przypadku nawet upodobania polityczne widza nie mają znaczenia w jej ocenie, gdyż jedyna informacja o ustawie, która została przekazana za pomocą setek, to informacja, że ustawa jest „straszny gniotem, źle zrobionym pod każdym względem”.

1.2. Tytuły materiałów

TVN, tytułując swoje materiały, często posługuje się znanymi sformułowaniami, zakorzenionymi w świadomości polskiego społeczeństwa. Najlepszym przykładem jest tutaj tytuł materiału jedynkowego z wtorku, 16.12.2008: *Pomoczenie?* (nawiązujące do słynnej wypowiedzi Edwarda Gierka z 1971 roku pytanie

koalicji do SLD, który zastanawiał się wówczas, czy pomóc rządowi w odrzuceniu weta). Do tego pytania reporter odniósł się, udzielając odpowiedzi, również w tytule, dwa dni później: *Pomogą* (czwartek, 18.12.2008). Polsat poprzez tytuły materiałów neguje weto i podkreśla, że to prezydent za nim stoi. Mamy: *Sprzeciw prezydenta*, *Sposób na prezydenta* oraz *Weto niezgody*, *Obejść weto*. Decyzja prezydenta została przedstawiona jako ta, która skłóciła partie polityczne oraz wymagała od rządu opracowania nadzwyczajnych posunięć.

Reporterzy TVP1, nadając tytuły materiałom dotyczącym pomostówkowego konfliktu, w ogóle nie użyli słowa „prezydent”, a tym samym odciągnęli uwagę widza od Lecha Kaczyńskiego. W żadnym z tytułów nie ma też najmniejszego sygnału negatywnego wartościowania weta.

1.3. Zapowiedzi materiałów, czyli tekst prezentera telewizyjnego

Zapowiedź to tekst czytany przez prezentera w studiu, wprowadzający widza w tematykę materiału. Używane jest także określenie „biała” – od białych kartek, na których treść była drukowana.

Środa, 17.12.2008: rząd zastanawia się, w jaki sposób rozwiązać problem pomostówek. Polsat za pomocą sformułowań, które podkreśliłam w tekście zapowiedzi (patrz niżej), przeciwstawił „złego” prezydenta „dobremu” premierowi. Zły prezydent, czyli ten, którego „jeden podpis” zabrał setkom tysięcy osób prawo do emerytur pomostowych, dobry premier to ten, który osobiście, ślęcząc nad „tysiącami” podań, złoży „tysiące” podpisów, by jednak biedny, zmęczony Polak mógł spokojnie po wielu latach pracy w trudnych warunkach przejść na emeryturę. W ten sposób budowany jest pozytywny wizerunek premiera Tuska jako politycznego herosa walczącego o dobro społeczeństwa.

Wydarzenia Polsat:

„Jeden podpis prezydenta odebrał przyszłym wcześniejszym emerytom pomostówki. Tysiące podpisów premiera pomostówki przywróci. Plan B na wypadek przyjęcia przez sejm prezydenckiego weta przewiduje przyznanie emerytur specjalnych, imiennych emerytur specjalnych”.

Natomiast TVP1 zwraca uwagę na techniczne problemy z wykonaniem rządowego planu B, a wyrażenie się o nim „sposób nieco na piechotę” wskazuje na niedopracowanie tej koncepcji.

Wiadomości TVP1:

„Plan B zakłada wcześniejsze emerytury na mocy specjalnego rozporządzenia. Sposób nieco na piechotę, bo premier będzie je przyznawał każdemu indywidualnie”.

TVN podeszło sensacyjnie do sprawy, nazywając ją polityczną wojną o władzę. Jednocześnie trzeba zwrócić uwagę, że premier chce „przeskoczyć” prezydenckie weto. Przeskakujemy czy obchodzimy coś wokół nie tylko wtedy, gdy nie da się iść na wprost, ale też wtedy, gdy to coś jest małe i nieistotne. Przeskoczenie weta to zignorowanie nie tylko samego weta, ale też przeciwnika, czyli prezydenta.

Fakty TVN:

„Polityczne pytanie numer jeden: kto wygra w piątek – prezydent czy premier? Wojna o pomostówki to wojna z czasem i wojna o władzę. Związkowcy zbroją się w jajka, politycy w plany awaryjne. Mamy plan B, mówi premier, wiemy jak przeskoczyć prezydenckie weto”.

1.4. Materiały

1.4.1. Tekst off

Off to „głos dochodzący spoza kadru; może on należeć do lektora lub osoby występującej w materiale, lecz w chwili wygłaszania tekstu niewidocznej”²². W praktyce dziennikarskiej pojęcie to zmieniło się nieco, zwłaszcza w żargonie dziennikarzy newsowych. Off oznacza tekst pisany przez reportera, przeplatany wypowiedziami rozmówców i efektami z materiału roboczego. Najczęściej jest wczytany do materiału emisyjnego przez reportera lub przez lektora.

Środa, 17.12.2008: trzeci dzień pomostówkowego konfliktu, rząd ujawnił, że ma plan awaryjny. TVP1 w całym materiale negowała sam pomysł oraz uwydatniła nieprzychylnie zdanie społeczeństwa na temat ustawy o emeryturach pomostowych, czyli odwołała się do uczuć widza, do solidaryzowania się z poszkodowaną przez polityków (tu przez koalicję rządzącą) częścią społeczeństwa.

Wiadomości TVP1:

„Blisko tysięcy związkowców z OPZZ niezmiennie chce jednego. Zachowania dotychczasowych przywilejów emerytalnych. Apel do posłów płynie też z wybrzeża od Solidarności, która przy świątecznym opłatku dziękowała prezydentowi za wsparcie”.

W ostatnim podkreślonym fragmencie można zauważyć budowanie pozytywnego wizerunku prezydenta w oparciu o pozytywne emocjonalnie obrazy – świąteczny opłatek. W tym miejscu dla porównania warto przytoczyć fragment offu telewizji TVN: „Ze strony prezydenta, dzisiaj był w Gdańsku, idzie jasny komunikat” (Fakty TVN, materiał nr 1). Ta sama informacja jest tak różnie przedstawiona i zupełnie inaczej oddziałuje na odbiorcę. W materiale TVN to tylko sucha informacja o wizycie w Gdańsku.

²² K. Żórawski, dz. cyt., s. 137.

Ponadto reporter Wiadomości odwołał się do autorytetu, nie tylko osobowego, ale też legislacyjnego, wszak Konstytucja RP jest najważniejszą ustawą w państwie:

„Na podstawie ustawy o emeryturach z 1998 roku premier w szczególnie uzasadnionych przypadkach może przyznać emeryturę lub rentę na warunkach i w wysokości innej niż określone w ustawie. Eksperci do pomysłu z rozporządzeniami podchodzą z dystansem i wskazują na Konstytucję, która mówi, że środki finansowe na cele publiczne są gromadzone i wydatkowane na mocy ustawy. Zresztą to nie jedyne wątpliwości”.

Nie wiadomo jednak, o jaki autorytet chodzi. Reporter przywołuje opinie ekspertów, ale bliżej niezidentyfikowanych. Nie podaje konkretnych nazwisk, nawet nie mówi, jakich specjalistów ma na myśli. Przytoczony fragment Konstytucji, który notabene wskazali niejasnego pochodzenia eksperci, przeciętnemu widzowi nie rozjaśnia w żaden sposób problemu. Reporter nie przeprowadził ani jednej rozmowy z jakimkolwiek prawnikiem czy też innym specjalistą w dziedzinie rozporządzeń i ustaw. Mimo to użycie słowa „ekspert” zapada w świadomość odbiorcy i uwiarygodnia przekazywane treści. Taką technikę można nazwać „ukrytym autorytetem fikcyjnym”²³.

Dla porównania, w wybranym fragmencie offu z newsa Polsatu znów mówi się o tych, którzy stracą przez prezydencką decyzję.

„Jeśli weto prezydenta zostanie podtrzymane, prawo do emerytur pomostowych straci ponad milion osób”.

Polsat poświęcił ponadto cały materiał tematowi wejścia Polski do strefy euro. Rozpoczęła go rozmowa premiera z przedstawicielami partii i warunków stawianych przez PiS w tej kwestii.

„Trwa polityczna walka o emerytury pomostowe i wejście do strefy euro. W kancelarii premiera Donald Tusk kolejny raz przekonywał po południu szefów opozycji, że warto. Szef Prawa i Sprawiedliwości poprze jednak euro, gdy wcześniej w referendum poprą je Polacy”.

I dalej:

„A to wszystko [brak porozumienia w tej kwestii – przyp. A.R.] nie wróży dobrze ani wejściu do strefy euro, ani kursowi euro, którego wysokość zaskoczyła nawet szefa Narodowego Banku Polskiego”.

²³ Por. R. Cialdini, dz. cyt., s. 218–245.

Wracając do pomostówek, spójrzmy na fragmenty offu z newsów TVN.

Fakty TVN, materiał nr 2:

„Premier sprytnie wykorzystuje lęk lewicowych posłów przed łatką sojusznika PiS-u i prezydenta, bo problemem w Lewicy jest dziś przede wszystkim brak wyrazistości”.

„Tyle, że deklaracja Napieralskiego o podtrzymaniu weta sytuuje go dokładnie po tej stronie. PiS-u i prezydenta. I jeszcze dodatkowo przeciwko nauczycielom”.

Zacytowane fragmenty zawierają jednoznaczną ocenę posunięć lewicy, a przecież wszelkie komentarze, zgodnie z zasadami etyki dziennikarskiej, powinny być wyraźnie oddzielone od informacji.

1.4.2. Wybór cytatów z wypowiedzi rozmówców

Prezydenta, jako antyspołecznego polityka, przedstawił Polsat we wtorek, 16.12.2008, przytaczając w pierwszym materiale wypowiedź wicemarszałka Sejmu, Stefana Niesiołowskiego (PO):

Górników z kilofami odeślemy do pana prezydenta i wszystkich protestujących odeślemy, dlatego że nie myśmy zawetowali.

Nie tylko wybór konkretnych słów ma wpływ na odbiorcę. Istotne jest także zestawienie jednej wypowiedzi z inną – antagonistyczną, często oczerniającą. Przykład można znaleźć już w drugim materiale Polsatu z tego samego dnia. Tu wypowiedzi prezydenta, ujęte w konkretny kontekst, nie stawiają go w dobrym świetle. Lech Kaczyński mówi: „Chciałbym bardzo mocno powiedzieć: nikt nie straci”, a reporterka dodaje: „Nikt, kto świadczenia już otrzymuje”. Dalej pojawia się obiektywna, w oczach widzów, wypowiedź Aleksandry Wiktorow z Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową (autorytet naukowy): „Problem jest tych, którzy warunki nabywaliby po 1 stycznia”. Opinię tę zestawiono z wypowiedzią Lecha Kaczyńskiego:

Nie są to jednak problemy, które przy sytuacji naszych finansów publicznych, która bynajmniej nie jest tragiczna, miałyby zasadnicze znaczenie z punktu widzenia budżetu naszego państwa.

Może to powodować wzburzenie widza. Czarę goryczy przepelnia wypowiedź Ryszarda Petru, ekonomisty (osoba niezależna, obiektywna, autorytet w dziedzinie):

To nie może być tak, że 6 tysięcy osób to mało, a 100 tysięcy, nie wiem, górników to dużo. To właśnie na tym polega sprawiedliwość społeczna, żeby się pochylić również nad tymi 6 tysiącami.

Dla tych widzów, którzy jeszcze nie są przekonani co do nietrafności decyzji prezydenta, cytuje się wypowiedź osoby (Jeremiego Mordasiewicza z Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan”), która potwierdza to konkretnym przykładem:

Weto prezydenta oznacza, że wszyscy nawet pracujący w szczególnych warunkach będziemy musieli pracować do osiągnięcia pełnego wieku emerytalnego, czyli 60 lat dla kobiet i 65 lat dla mężczyzn.

TVP1 konsekwentnie, także w doborze wypowiedzi, ukazuje rozdarcie wewnętrzne SLD:

100% Grzegorz Napieralski, SLD:

„Ja o żadnym dogadywaniu nie wiem. Nikt z nami jako z władzami SLD na ten temat nie rozmawiał. Jeśli ktoś rozmawiał poza naszymi plecami, to robił źle”.

100% Stefan Niesiołowski, wicemarszałek Sejmu, PO:

„To partia, która bez przerwy łamie słowo, która nie dotrzymuje obietnic. Jest partią, która musi skończyć, tak jak kończy”.

Natomiast TVN w materiale zatytułowanym *Parada równości* manipuluje odbiorcą, odwołując się do przykładów. Rozmówcy to ludzie zdezorientowani, nie wiedzą, co ich czeka. Ich wypowiedzi są pełne emocji, przez co wywołują także emocje u widza.

100% Grażyna Markowicz:

„W totalnej kropce jesteśmy. Bo nie wiemy na dzień dzisiejszy, co będzie dalej z nami”.

100% Stefan Matuszewski:

„Poczucie bezpieczeństwa na pewno w tym momencie szlag jasny trafia, bo oczekujemy od czegoś, bo jeżeli rząd, parlament i prezydent o nas się troszczy, to za taką troskę to ja dziękuję”.

1.5. Teksty life i standu

1.5.1. Life

Life, czyli łączenie na żywo prezentera ze studia z reporterem znajdującym się na miejscu zdarzenia (inaczej „wejście na żywo”) sprawia, że przekazywane informacje są dla widza bardziej wiarygodne. Ponadto life może wywołać u wi-

dzów więcej emocji (zwłaszcza w przypadku zdarzeń spektakularnych bądź dramatycznych, jak wojny, kataklizmy itp., czy też wiadomości „z ostatniej chwili”). W relacjach na żywo pojawiają się również komentarze. Ponieważ są one wypowiedziane bezpośrednio przez reportera, mogą zawierać jego prywatne opinie. Reporter nie może przy tym zostać posądzony o stronniczość, gdyż ma prawo do ujawniania swoich poglądów. Co za tym idzie, łączenia na żywo są doskonałym instrumentem manipulacji widzom poprzez przedstawianie informacji, a tuż po niej komentarza dziennikarskiego.

Z łączenia na żywo skorzystała telewizja TVN w Faktach 17 grudnia 2008 roku. Reporter Maciej Mazur informował widzów o decyzji Trybunału Konstytucyjnego w sprawie ustawy o uwłaszczeniu lokatorów mieszkań spółdzielczych. TVN wywołała prawdopodobnie zaniepokojenie u widzów. Reporter bowiem powiedział: „Wyrok Trybunału Konstytucyjnego oznacza przede wszystkim kłopoty”. Na poparcie tej tezy zacytował słowa polityka: „Oznacza to «wielomiliardowe odszkodowania, jakie skarb państwa będzie musiał zapłacić tym spółdzielniom mieszkaniowym»”, powtarzając kolejny raz: „co oznacza, jeszcze raz mówię, kłopoty”. Komentując sprawę, posłużył się bardzo obrazowym porównaniem.

Fakty TVN, Maciej Mazur:

„I teraz przede wszystkim są to kłopoty dla posłów, którzy ten niestrawny pasztet prawny, który sami przygotowali, będą musieli teraz zjeść, albo najlepiej, przerobić go wkrótce tak, aby był strawny dla Trybunału Konstytucyjnego”.

Porównanie ustawy do niestrawnego pasztetu na pewno bardzo silnie oddziaływało na telewidzów. Spotęgowało negatywne nastawienie do całego tematu, jak również do twórców ustawy, czyli rządu PiS. Jednocześnie użycie tak obrazowego porównania łatwiej zapada w pamięć odbiorców.

1.5.2. Stand up

Stand up, czyli stuprocentowa wypowiedź reportera, to specyficzna forma przekazania informacji. Z zasady stosuje się ją, gdy chce się wyrazić własne zdanie lub gdy omawianej sytuacji nie można ocenić jednoznacznie z prawnego punktu widzenia. Jednak ostatnimi czasy można zauważyć ogólną tendencję do stosowania stand up'ów w różnych innych przypadkach, nawet jeśli sytuacja tego nie wymaga. Różnią się one od life'u tym, że są nagrywane wcześniej, wkomponowane w materiał i nie są odpowiedzią na pytanie prezentera ze studia.

Reporter Polsatu w środę, 17.12.2008 w stand up'ie do materiału jedynkowego o emeryturach pomostowych wskazał na wagę rządowej ustawy, którą przecież prezydent zawetował.

Wydarzenia Polsat, Tomasz Machała:

„Pomostówki to jest gospodarcza przyszłość Polski nawet na dziesiątki lat. Głosowanie nad prezydenckim wetem pokaże, czy Platforma jest w stanie skutecznie rządzić”.

Tego samego dnia TVP1 w głównym wydaniu Wiadomości, przy pomocy stand up'u ukazało Platformę Obywatelską jako partię, która drogę do swojego sukcesu opiera na czyichś niepowodzeniach i kłótniach.

Wiadomości TVP1, Joanna Wajda:

„Klub Lewicy zbierze się jutro wieczorem, ale na porozumienie między liderami i ich zwolennikami nie ma raczej co liczyć. I na to, przynajmniej nieoficjalnie, liczy też Platforma Obywatelska”.

2. Środki niewerbalne

2.1. Hierarchia materiałów

15 grudnia 2008 roku prezydenckie weto ustawy o emeryturach pomostowych to temat tzw. „jedynkowy” w każdej z omawianych stacji telewizyjnych. Już tylko stacje niepubliczne, TVN i Polsat, podały informację (w obu była na drugim miejscu) o najnowszym sondażu Ośrodka Badań Opinii Publicznej na temat poparcia dla poszczególnych partii politycznych. Wyniki sondażu były jednoznaczne – Platforma Obywatelska zyskuje kolejnych zwolenników w społeczeństwie, a Prawo i Sprawiedliwość traci w oczach obywateli. Dziennikarze świadomie dokonują wyboru, jakie informacje przekazywać, a które pomijać. Poprzez ignorowanie niektórych wydarzeń media wpływają na kształtowanie się opinii publicznej.

2.2. Konstrukcja materiałów

Informacja na temat weta prezydenta w każdej z omawianych stacji telewizyjnych była skonstruowana w zupełnie inny sposób. Standardowy news, zawierający naprzemiennie tekst offu i „setkę”, wyemitował TVN. Polsat dodał do tego łączenie na żywo z reporterem sprzed prezydenckiego pałacu. TVP1 całkowicie zrezygnowała z offu – materiał opierał się na wypowiedziach rozmówców i life'ie z dwoma reporterami (przed pałacem prezydenta oraz centralą Zakładu Ubezpieczeń Społecznych).

2.3. Dobór rozmówców

Symptomatyczny jest także dobór rozmówców: z jakiego są ugrupowania politycznego oraz czy równoważy się ich liczba. Informacje na temat weta prezydenckiego w poszczególnych stacjach telewizyjnych zawierały różną liczbę rozmówców. Najmniej tzw. „setek”, bo tylko cztery, wykorzystała w swojej rela-

cji TVP1: prezydenta Lecha Kaczyńskiego, szefa klubu Platformy Obywatelskiej Zbigniewa Chlebowskiego, szefa klubu Prawa i Sprawiedliwości, jako przedstawiciela frakcji popierającej prezydenckie weto – Przemysława Gosiewskiego oraz przedstawiciela ZUS Przemysława Przybylskiego. Polsat, oprócz obligatoryjnej wypowiedzi prezydenta oraz trzech stanowisk partyjnych: PiS, PO i SLD, użył także wypowiedzi człowieka, którego dotyczy kwestia emerytur pomostowych, a konkretnie maszynisty PKP. Jest to chwyt odwołujący się do uczuć odbiorcy solidaryzującego się z „maszynistą-everymanem”. Podobnie w relacji TVN dziennikarz użył dodatkowo aż dwóch wypowiedzi związkowców: Jana Guza, przewodniczącego OPZZ, oraz Janusza Śniadka, przewodniczącego NSZZ „Solidarność”.

2.4. Plasterki, czyli tzw. „ozdobniki”

„Ozdobniki”, inaczej zwane plasterkami, to statyczne jedno zdjęcie, które pojawia się (choć nie musi) w rogu ekranu, gdy prezynter czyta zapowiedź do materiału. Z założenia jest to takie zdjęcie, które najtrafniej charakteryzuje temat. Ze względu na niewielkie wymiary zdjęć i stosunkowo krótki czas ich emitowania (około 15–30 sekund, bo tyle z reguły trwa zapowiedź), plasterki nie wpływają znacząco na odbiorcę. Mimo to natknęłam się na kilka sugestywnych przykładów. W materiałach dotyczących pomostówek plasterki TVN i Polsatu przedstawiały wizerunek prezydenta Lecha Kaczyńskiego i premiera Donalda Tuska. Nawet w tym drobnym elemencie programu położono nacisk na ich odmienne zdania.

2.5. Life i stand up

W informacji *Weto prezydenta* 15 grudnia 2008 roku Polsat połączył się z jednym reporterem, TVP1 aż z dwoma z dwóch miejsc, natomiast TVN nie zastosował w ogóle tego chwytu. Żaden z reporterów nie zaprosił rozmówców do łączeń na żywo.

16 grudnia 2008 roku każda ze stacji postawiła reportera pod budynkiem Sejmu, by połączyć się z nim w trakcie wydania wiadomości. Ponadto TVP1 oraz TVN użyły stand up'u w materiałach o skutkach weta dla przeciętnego Polaka (w każdej stacji był to materiał drugi).

2.6. Prezynter

Prezynterzy Polsatu zapowiadają wiadomości, siedząc za biurkiem, w TVN oraz TVP1 – stojąc. Spikerzy TVN po forszpanie zasiadają za redakcyjnym stołem. Z pewnością działa to na podświadomość odbiorcy – siedzący za stołem jest tym kimś „po drugiej stronie”, spiker stojący przed kamerą, jest bardziej dostępny i namacalny, a przez to bliższy widzowi, bardziej „nasz” niż „ich”. Tym samym jest bardziej wiarygodny. Dzięki temu chwytowi przeciętny odbiorca

Wiadomości czy też Faktów staje się bardziej podatny na manipulację. Duży wpływ na widzów ma również sposób mówienia prezenterów. Zdecydowanie wybijają się w tej kwestii spikerzy TVN – wyrażają się swobodnie, z charakterystycznym „luzem”, jakby opowiadali o wydarzeniach nie kilkumilionowej publiczności, a swoim kolegom.

Podsumowanie

Podsumowując, chcę odnieść się do głównego tematu analizowanego przeze mnie – do sprawy emerytur pomostowych. Wszystkie trzy stacje telewizyjne przedstawiały ten problem jako walkę pomiędzy Platformą Obywatelską a prezydentem. Na dalszy plan zeszyły obiektywne informacje o ustawie, w centrum zainteresowania były polityczne „przepychanki”, które mogłyby być zminimalizowane, jeśli informacja byłaby rzetelna, a reporterzy dalecy od wyszukiwania sensacji w temacie.

Zarówno w materiałach dotyczących tego tematu, jak i innych odnalazłam zabiegi, które stosują reporterzy, by wpłynąć na odbiorcę. Najczęstsze to:

- podniesienie lub obniżenie rangi wydarzenia poprzez hierarchizację newsów lub za pomocą wyrażen nadających większe znaczenie („gorący temat” itp.);
- selekcja informacji: całkowite pomijanie tematu bądź nieuwzględnianie wszystkich wątków;
- selekcja wypowiedzi polityków: wybór takiej, która w świadomości widza odbierana jest jednoznacznie jako negatywna bądź pozytywna;
- przeciwstawianie wypowiedzi merytorycznej jednego polityka wypowiedzi emocjonalnej innego polityka;
- nierównomierna liczba wypowiedzi reprezentujących dwa różne stanowiska;
- zmiana znaczenia wypowiedzi rozmówców poprzez krótkie komentarze odautorskie wplecione w off;
- odwoływanie się do uczuć odbiorcy za pomocą „ludzkiej historii” (*human story*);
- odwoływanie się do autorytetów (często pozornych);
- stosowanie porównań, które poprzez obrazowość łatwiej zapadają w pamięć;
- wykorzystywanie powszechnie znanych sformułowań, skrzydlatych słów, powiedzeń lub ich parafraz.

Agnieszka Rutkowska

Journalistic methods of influence on the viewer in television news programmes

(Summary)

Agnieszka Rutkowska's "Journalistic methods of influence on viewer in television news programmes" is an authorial analysis of major news broadcasts on what are the most popular TV stations according to viewership data. The author compares textual issues, as well as the non-verbal level of television materials realised during the same time and describing the same subject. The reporters' techniques may have been used to influence news recipients.