

Marek Palczewski

SWPS Warszawa

Selekcja informacji w mediach – zasady, wartości, manipulacje

Selekcja informacji w mediach została już wielokrotnie i dogłębnie opisana. Związana jest z trzema poziomami refleksji medioznawczej: co jest przedmiotem selekcji, kto jest selekcionerem oraz jak przebiega proces selekcji.

Pytanie: „co selekcjonujemy?” łączy się z tak zwanymi wartościami informacyjnymi. Te wartości są jednym z mechanizmów, regulatorów selekcji. Poza tym na selekcję informacji wpływają m.in. subiektywne upodobania gatekeepera, normy organizacyjne, rutyna zawodowa, wartości kulturowe i społeczne, ideologia, czy polityka redakcyjna. Selekcja informacji ze względu na ich ważność (hierarchię) dla danego medium znajduje odzwierciedlenie w proponowanej w serwisach informacyjnych agendzie, czyli w kolejności ukazywania się newsów¹.

W łańcuchu procesu gatekeepingu występują tak zwani gatekeeperzy, czyli selekcionerzy informacji. Należą do nich m.in. osobowe źródła informacji, dziennikarze, redaktorzy, redaktorzy odpowiedzialni, montażyści, szefowie działów informacyjnych, wydawcy, wreszcie właściciele mediów mający wpływ na to, co się ukaże w gazecie, radiu, czy w telewizji. Oczywiście, wymienione podmioty są oficjalnymi gatekeeperami. Istnieją też ukryci selekcionerzy, tacy jak reklamodawcy, lobbyści, czy politycy. Nie można również zapominać o odbiorcach, którzy wpływają na selekcję informacji poprzez listy do redakcji,

¹ M. McCombs, *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Kraków 2009.

posty zamieszczane na stronach internetowych gazet, czy wybór określonych treści publikowanych w mediach².

Kolejny poziom selekcji nazywany jest framingiem i odnosi się do tego, w jaki sposób są prezentowane w mediach wyselekcjonowane wcześniej informacje; teoria framingu analizuje, w jakich kontekstach pojawiają się newsy, jakie skrypty poznawcze uruchamiają, w jakich ramach zostały osadzone³. Literatura medioznawcza wyróżnia pięć głównych ram: konfliktu, odpowiedzialności, ludzkiego zainteresowania (human interest), ekonomii i moralności. Ram oczywiście jest więcej, i w niniejszym artykule zostaną wyodrębnione jeszcze m.in. rama rywalizacji (horse race), tragedii i spekulacji. Rama jest centralną ideą, wokół której organizowane jest relacjonowanie, wyjaśnianie, kontekstualizowanie i interpretowanie newsa. Przyjęcie określonej ramy nie pozwala więc na dowolne odczytanie znaczenia newsa, lecz poprzez wykluczenie pewnych danych dotyczących wydarzenia, podkreślenie ważności niektórych jego aspektów, ukierunkowuje jego interpretację.

Procesy selekcji informacji kojarzone są z manipulacją. Jednakże selekcja jest czynnością niezbędną, dotyczy każdego serwisu informacyjnego, każdej strony z newsami i każdego wyboru dokonanego przez dziennikarza czy redaktora. Manipulacja natomiast jest związana z naruszeniem kryteriów dziennikarskich przyjętych dla selekcjonowania wydarzeń, faktów i układania ważności newsów w serwisach informacyjnych czy na stronach gazet i w Internecie. Sama selekcja nie jest więc manipulacją, o ile nie narusza powszechnie akceptowanych w mediach zasad warsztatowych i etycznych, opartych na dziennikarskiej aksjologii. Kiedy zatem można mówić o manipulacji w mediach? Co uznać za manipulację? Jak ją zdefiniować? Jakie przyjąć kryteria oceny, czy dana informacja jest manipulacją? I wreszcie, co jest przyczyną manipulacji: polityka redakcyjna, wpływy zewnętrzne, świadome działania dziennikarz/autora, czy jakieś inne czynniki? Odpowiedź na to ostatnie pytanie jest szczególnie trudne, wkracza bowiem w badania sfery, która nie poddaje się empirycznej kontroli – w sferę świadomości. Zacznijmy od próby zdefiniowania manipulacji.

² Dokładnie procesy selekcji P. Shoemaker Pamela, T. Vos, *Gatekeeping Theory*, New York Routledge 2009. Zob. również M. Palczewski, *Teoria wartości informacyjnych Galtunga i Ruge i jej późniejsze modyfikacje*, „Media. Kultura. Społeczeństwo”, 1(5)/2010, s. 201-205.

³ O framingu zob. M. Palczewski, *Koncepcja framingu i jej zastosowanie w badaniach newsów w Wiadomościach TVP i Faktach TVN*, „Studia Medioznawcze”, 1 (44)/2011, s. 31-41.

Manipulacja

Manipulacja to „nieuczciwe wpływanie na cudze poglądy; naginanie, przeinaczanie faktów w celu osiągnięcia własnych korzyści” oraz „tendancyjna interpretacja faktów i danych w celu udowodnienia swojej tezy, zwykle nieprawdziwej”. Ta definicja ze *Słownika współczesnego języka polskiego* pod red. B. Dunaja (Warszawa 1996, s. 995) zakłada⁴, że nadawca chce (intencjonalnie) osiągnąć jakieś korzyści, a przecież nie posiadamy narzędzi niezbędnych do zbadania jego intencji. Nie możemy również być pewni, czy trafnie odczytamy założoną przez twórcę informacji tezę, a w przypadku gdy znajdziemy w tekście inną tezę niż proponowaną przez autora, to czy w takim przypadku będziemy mieli do czynienia z manipulacją czy też nie. Te trudności z zadaptowaniem powyższej definicji do naszych badań czyni ją mało użyteczną.

Autorzy tekstów o manipulacji często powołują się na definicję sformułowaną przez Janinę Puzyninę. Według niej manipulacją „są zabiegi, za pomocą których człowiek usiłuje kształtować postawy i zachowania innych ludzi, które uważamy za nieuczciwe. Ta nieuczciwość użytych środków polega bądź na wyraźnym kłamstwie, bądź na zatajeniu tego, co odbiorca powinien wiedzieć, m.in. na nieujawnianiu rzeczywistych celów, którym służą ukryte środki”⁵. Wynika z niej (podobnie jak i z wielu innych definicji), że najczęściej manipulacja pojmowana jako działanie z ukrytą intencją, z zamiarem wprowadzenia kogoś w błąd za pomocą nieetycznych środków, by osiągnąć cele korzystne dla nadawcy, a niekorzystne dla odbiorcy. Na ogół też uważa się, że odbiorca nie jest świadom manipulacji⁶. Z większością definicji, szczególnie tych zakładających świadomą i celową intencjonalność działania oraz nieświadomość odbiorcy rozprawił się Mirosław Karwat⁷. Na przykład uznał on, że manipulacją może być zarówno świadome, jak i nieświadome wprowadzenie kogoś w błąd (pierwsze zaprzeczenie podstawy wielu definicji), i to niezależnie od tego czy odbiorca (potencjalna ofiara) jest tego świadoma czy nie (zaprzeczenie drugie). Po rewizji obiegowych pojęć manipulacji zaproponował *adekwatną* (jego własne określenie) definicję manipulacji,

⁴ *Słownik współczesnego języka polskiego* pod red. B. Dunaja, Warszawa 1996, s. 995.

⁵ J. Puzynina, *Słowo-wartość-kultura*, Lublin 1997, s. 180.

⁶ Przegląd definicji manipulacji zob. w *Manipulacja w języku*, pod red. P. Krzyżanowskiego i P. Nowaka, Lublin 2004.

⁷ M. Karwat, *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji* [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, pod red. D. Dolińskiego i M. Gamian-Wilk, Warszawa 2014, s. 32-59.

która jest może wyczerpująca, ale nie daje się zoperacjonalizować w kategoriach badania newsa⁸.

Co zatem pozostaje? Jak badać manipulację w przekazach informacyjnych, odnosząc ją do procesów selekcji? Przydatne w tym kontekście są uwagi Macieja Iłowieckiego, który wyróżnia następujące zjawiska, metody i efekty manipulacji w mediach:

1. Ustalanie porządku prezentacji (agenda setting)
2. Spirala milczenia
3. Efekt trzeciej osoby
4. Efekt perswazji ukrytej
5. Efekt medialnej inscenizacji wydarzeń⁹.

Opierając się na tych wskazówkach stworzyłem model manipulacji informacjami w mediach. Składałyby się nań następujące komponenty:

- a) Przemilczanie informacji, jej wyolbrzymianie lub pomniejszanie znaczenia
- b) Nagłaśnianie informacji niesprawdzonych
- c) Oceny i komentarze zawarte w informacji zamiast bezstronnego (neutralnego) opisu faktów (tzw. ukryta perswazja)
- d) Niezgodność tytułów i lidów informacji z jej treścią
- e) Ramowanie informacji niezgodne z jej charakterem
- f) Wprowadzanie do treści informacji wypowiedzi rzekomych autorytetów
- g) Emocjonalizacja i aksjologizacja przekazów informacyjnych
- h) Inscenizacja wydarzeń, relacje z pseudo-events, kreowanie informacji, zmyślanie „faktów” (tzw. faktów medialnych).

Oczywiście, niekonieczne jest spełnienie wszystkich warunków, żeby można było mówić o manipulacji. Wystarczy, żeby choć jeden z nich był spełniony, aby mówić o manipulacji pojętej (w odniesieniu do informacji w mediach) jako kreowanie, zniekształcanie lub pomijanie informacji, ewentualnie nadawanie jej ukrytej formy publicystycznej.

⁸ Manipulacja wg Karwata jest to: „Oddziaływanie ograniczające lub pozbawiające innych ludzi kontroli nad sytuacją, przeżyciami, sposobem myślenia i zachowaniami – oparte jednak nie na użyciu siły (co jest wyróżnikiem przymusu bezpośredniego lub przemocy) lub możliwości i groźby zastosowania siły (co jest cechą przymusu pośredniego), lecz na przebiegłości, na przewadze taktycznej zapewnionej przez uprzedzenie i zaskoczenie innych lub dzięki nadużyciu reguł społecznych, zasad współżycia, zwłaszcza zasady wzajemności”.

⁹ M. Iłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin 2003, s. 75 n.

Badania

Rozważania dotyczą zagadnień związanych z selekcją informacji, prowadzoną przez redakcje kilku mediów w Polsce (TVP, TVN, Gazeta Wyborcza, Gazeta Polska Codziennie, Rzeczpospolita). Analizie poddane zostały artykuły z pierwszej strony w trzech ogólnopolskich gazetach (Gazeta Polska Codziennie, Gazeta Wyborcza i Rzeczpospolita) w okresie od 8 do 13 września (poniedziałek-sobota) 2014 roku oraz główne serwisy informacyjne dwóch największych stacji telewizyjnych w Polsce (TVP i TVN).

1. Analiza prasy i telewizji – wybrane informacje.

Poniedziałek, 8 września.

W dniu 8 września na pierwszej stronie *Gazety Wyborczej* ukazał się artykuł „Krojenie Ukrainy”. Selekcja informacji przeprowadzona była zgodnie z zasadą polityka-sport-ciekawostki z życia społeczeństwa i świata kultury. Wartościami informacyjnymi znalezionymi w tekście były: szybkość przekazu, konflikt, znaczenie dla Polaków, znaczenie wydarzenia na arenie międzynarodowej, sensacyjność i niezwykłość oraz kontynuacja. Najważniejsza informacja ujęta została w ramy konfliktu, zgodnie z charakterem wydarzeń. Obok faktów, w tekście głównej wiadomości pojawiają się oceny działań prezydenta Ukrainy Petra Poroszenki, który za pośrednictwem swojego wysłannika podpisał zawieszenie broni w Donbasie z rosyjskimi separatystami, mimo że nazywał ich wcześniej „terrorystami”. Autor artykułu Tomasz Bielecki w korespondencji z Brukseli podważa korzyści rozejmu dla Ukrainy, sugerując, że Poroszenko „spuścił z tonu”, a na rozejmie zyskała tylko Rosja. Jeśli nawet jest to trafna ocena, to manipuluje odbiorcą, gdyż sugerując mu, że tekst jest informacją, podczas gdy jest to raczej tzw. news analysis – hybrydowa forma łącząca newsa z komentarzem i analizą. Występuje w nim aksjologizacja działań ukraińskich polityków, a w tytule odwołanie do emocji: wszak „Krojenie Ukrainy” nie brzmi sympatycznie, szczególnie dla nas, przypomina bowiem historie rozbiorów Polski. Na pierwszej stronie GW znajduje się również tytuł „NIK chwali wydawanie unijnych pieniędzy”, będący zapowiedzią artykułu ze strony 18., który opisuje przygotowania Polski do budżetu Unii na lata 2014-2020. Krzysztof Kwiatkowski, prezes NIK, chwali jednak nie za to, co było (wydawanie pieniędzy), lecz za to, co będzie (sprawne przygotowanie się do wykorzystania środków unijnych), a to są dwie różne sprawy. Tytuł jest więc niezgodny z treścią artykułu i dezinformuje czytelnika.

Gazeta Polska Codziennie z tego samego dnia na jedyne przynosi informację, że „Rosja zerwała rozejm i znów zabija”. Ta informacja poszerza zakres newsa, który był opublikowany w GW i pokazuje, że tamten był niepełny. Zatem obnaża, niezależnie od tego, czy świadomą, czy nieświadomą manipulację, polegającą na zatajeniu przez GW istotnej informacji. Zarazem GPC podaje drugą ważną informację, której brakuje wśród newsów w GW, że Polska weszła w skład koalicji antyislamskiej powołanej przez Baracka Obamę. Być może, w dłuższej perspektywie, ta wiadomość okaże się bardziej znacząca niż wskazywałoby na to jej miejsce w hierarchii informacji. Z kolei znaczenie wiadomości dotyczącej propozycji postawienia pomnika łuku triumfalnego, upamiętniającego Bitwę Warszawską 1920 roku, zamiast przywrócenia w tym samym miejscu na warszawskiej Pradze, jest wyolbrzymione. Pomysł zgłosiło Towarzystwo Patriotyczne, ale jego polityczne znaczenie wyjaśniło się miesiąc później w rozmowie jaką GPC przeprowadziła z kandydatem PiS na prezydenta Warszawy Jackiem Sasinem. Sasin bowiem chciałby, żeby Łuk Triumfalny, a nie Pałac Kultury, kojarzył się z Warszawą. Nadanie większego znaczenia tej informacji przez GPC wskazuje na polityczne sympatie gazety. GPC swoiście też zinterpretowała dane dotyczące wydatków budżetowych na Fundusz Pracy w przyszłym roku. Podając informację, że mają one wynieść 12,1 mld złotych i będą niewiele większe od tegorocznych (11,9 mld zł w 2014) opatrzyła to tytułem „Rząd odwrócił się od bezrobotnych”. Tymczasem bezrobocie rok do roku spadło (w okresie sierpień 2013 - sierpień 2014) z 13 procent do 11,7 proc., i jest to stała tendencja. Pomijając niewygodne informacje GPC zmanipulowała czytelnika za pomocą ukrytej perswazji, wmawiając mu, że rząd nic nie robi, żeby zmniejszyć bezrobocie.

Wśród wartości informacyjnych, jakie dominują w GPC są: konflikt, kontrowersje, aktualność, bliskość wydarzeń i ich znaczenie dla wydawców gazety (jest nim Forum SA, spółka powiązana z PiS, m.in. poprzez Ryszarda Czarneckiego – przewodniczącego Rady Nadzorczej Forum SA). Gazeta jest jednoznacznie antyrządowa, a głównym wrogiem gazety w omawianym okresie był Donald Tusk.

W wydaniu *Rzeczpospolitej* z tego dnia głównym tekstem na pierwszej stronie był artykuł publicystyczny „Co musi zrobić rząd”, analizujący przyszłe zadania nowego gabinetu Ewy Kopacz, który miał być dopiero powołany. Umieszczenie artykułu na pierwszej stronie i powiadomienie pod nim, że komentarz do niego znajduje się na drugiej stronie gazety wprowadza w błąd, albowiem tenże artykuł był właśnie analizą zadań stojących przed nowym rządem, a nie newsem wymagającym komentarza. Wśród zapowiedzi artykułów znajdujących się wewnątrz numeru znalazła się informacja o szkockim referendum - „10 dni do

niepodległości”. Usprawiedliwieniem dla takiego tytułu miały być – jak się wydaje – wyniki najnowszego sondażu, według którego 51 procent Szkotów chciało niepodległości. Taki tytuł był jednak nadużyciem, albowiem, po pierwsze, podawał przecież wyniki sondażu, a nie oficjalne rezultaty referendum, po drugie, to różnica pomiędzy zwolennikami niepodległości Szkocja a przeciwnikami (51 do 49 procent) zawierała się w granicach błędu statystycznego i nie przesądzała o ostatecznym wyniku. Brakowało na stronach *Rzeczpospolitej* zarówno wiadomości o Ukrainie, jak i o przystąpieniu Polski do koalicji antyislamskiej. Głównymi wartościami informacyjnymi w tym numerze gazety są zainteresowania czytelników, użyteczność wiadomości i ich znaczenie dla odbiorcy. Ramą, w jakiej został opisany główny artykuł była rama spekulacji, zarówno w odniesieniu co do obsady kadrowej przyszłego rządu, jak i polityki, jaką będzie prowadzić.

Wiadomości telewizyjne mają prawie dobrą przewagę nad informacjami prasy drukowanej, dlatego z oczywistych powodów przynoszą świeższe wiadomości. Nacisk położony jest – w sferze wartości informacyjnych – na natychmiastowość, a niekiedy objawia się to równoległymi z wydarzeniami relacjami „na żywo”. Tego dnia (8 września 2014) pojawiło się w *Faktach* TVN dziewięć newsów, w tym po dwa polityczne, kryminalne i rozrywkowe. Były też dwa mało istotne dla widzów nieoglądających regularnie TVN, związane z programem tej stacji i z wypadkiem załogi TVN Turbo. Było to nadanie ważności informacji dla ogółu nieistotnej. Pierwsza i główna informacja mówiła o pre-konstruowaniu nowego rządu. Słusznie znalazła się na tym miejscu i zachowywała standardy obiektywnej informacji. Wyraźnie manipulacyjny charakter miał natomiast news z ósmej pozycji agendy - o „Royal baby”, połączony w jedno (wspólnym mianownikiem było miejsce pochodzenia informacji czyli Wyspy Brytyjskie) z doniesieniami o referendum w sprawie niepodległości Szkocji. Mikstura złożona z informacji o wydarzeniu zasadniczym, niezwykle ważnym dla przyszłości Szkocji i Wielkiej Brytanii jako całości z soft newsem o ciąży księżnej Middleton wskazuje na tabloidalny charakter tej informacji. Ich połączenie pomniejszyło znaczenie referendum w przyszłości szkocji. Trzeba jednak zaznaczyć, że TVN często podaje na końcu swojej agendy informacje o charakterze rozrywkowym, humorystycznym, dotyczące celebrytów lub powszechnie znanych postaci i cieszące oko walorami obrazu. Warto też podkreślić, że stacja przychylna jest rządowi i niechętna głównej sile opozycyjnej w Polsce – Prawu i Sprawiedliwości.

W konkurencyjnych *Wiadomościach* TVP było również osiem newsów, z których najważniejszy dotyczył spodziewanej następnego dnia dymisji rządu. Podobnie jak news w

TVN na ten temat, wiadomość w TVP była ujęta w ramy rywalizacji i spekulacji. Aż pięć newsów dotyczyło polityki, z czego trzy rządzącej Platformy Obywatelskiej. W informacji o wynikach sondażu dotyczącym preferencji wyborczych zatajono, w jaki sposób sondaż został przeprowadzony. Ponadto w dwóch kolejnych informacjach powtórzono, że w najnowszym sondażu zwyciężyła PO z 34 procentami głosów przed PiS (28 proc.) i SLD (9 proc.). Wielokrotnie ustami polityków z różnych partii zacytowano, że jest to „efekt Tuska”. Sympatie prorządowe rządowej telewizji były widoczne w tym i wielu innych newsach.

Wtorek, 9 września.

Tylko GPC podało informację o zwycięstwie PiS w wyborach do Senatu. W artykule informacyjnym wypowiedź stałego eksperta GPC politologa prof. Rafała Chwedoruka z UW. Wyborcza pomija te wydarzenia milczeniem, a RZ podaje newsa dopiero na 4. stronie.

W TVN na miejscu pierwszym informacja o dymisji Donalda Tuska. Przedstawiając okres jego rządów reporter pominął afery, które zdarzyły się za jego premierostwa. Był to klasyczny przykład manipulacji poprzez zatajenie informacji niewygodnych. W tekście podkreślono, że chwali go nawet opozycja; dwukrotnie zacytowany został Janusz Palikot, o którym wiadomo było, że stara się zbliżyć do Platformy.

W TVP spekulacje na temat składu przyszłego rządu. Informacja wymieszana z komentarzem. TVP nie pokazała, co Tusk dostał jako pożegnalny prezent od wicepremiera Janusza Piechocińskiego, a była to „książka” ze śliwowicą w środku. TVP przycięła ujęcie w momencie, w którym Tusk miał zajrzeć do wnętrza książki (!). Forma cenzury obrazu wystąpiła jako forma manipulacji. Na pozycji 4. informacja, że w środę 10 września prezydent Polski Bronisław Komorowski będzie przemawiał w Bundestagu. Nagłaśnianie takiej informacji wskazuje na uzależnienie TVP od PO i prezydenta. Inne telewizje nie podały tej informacji w swoich głównych serwisach. Pod koniec programu informacyjnego wyemitowany został materiał reporterski Leszka Dawidowicza, znanego z kontrowersyjnych newsów. Tym razem, opierając się na źródłach anonimowych, przedstawił on walkę policji z siatką handlarzy narkotyków. Narratorem był zakamuflowany kierowca (prawdopodobnie policjant, a nie nawrócony gangster – jak sugerował autor tego newsa), a cały materiał niewiele miał z newsem wspólnego, bo koncentrował się na tym, co będzie robiła policja, by pojmać celebrytów-przestępców. Materiał bez podania faktów, nazwisk, konkretnych dat, czy wydarzeń – był to felieton, a nie news.

Środa, 10 września.

W GPC na pierwszej stronie artykuł o odejściu Tuska: „Pozostawił po sobie zgliszcza”, i wielką czcionką napis: „Koniec Ery Tuska”. Artykuł jednostronny poprzez dobór wyłącznie negatywnych faktów i negatywne komentarze. Z kolei w *Rzeczpospolitej* o Pendolino - dla odmiany wyłącznie w superlatywach, bez wzmianki o jakichkolwiek przeszkodach w trakcie wprowadzania Pendolino na polskie tory (za szeroki, opóźnione dostawy, może nie wyjechać w zaplanowanym terminie, itd.) Opisywany news przypominał bardziej ulotkę reklamową niż obiektywny artykuł informacyjny. Co więcej, jego autor podkreślał wyjątkową trudność w zdobyciu tego „newsa”, albowiem notatka zaczyna się od stwierdzenia „jak dowiedziała się „Rz”, średnia cena biletu na pendolino kursujące między Warszawą a Krakowem wyniesie 127 zł”. Brzmi to niemal jak dziennikarskie śledztwo, niezwykle odkrycie tajemnicy ukrywanej skrzętnie przez PKP. Tymczasem prawda jest banalna – wystarczy zadzwonić do rzecznika prasowego PKP InterCity, do którego obowiązków należy odpowiadanie na zadawane mu przez dziennikarzy pytania, również o cenę biletów. Jest to zatem przykład manipulacji polegającej na dodaniu znaczenia procesowi zdobywania przez redakcję informacji, które bynajmniej zakazane nie są.

TVN na drugiej pozycji w swojej agendzie informacyjnej wykreował news o rzekomo walczącym o swoją pozycję Grzegorz Schetyń. Zdaniem autora tej wytworzonej informacji z tezą (reportera Pawła Płuski) „walka o koronę dopiero się zaczęła”. News zmiksowany z felietonem z wymyśloną i „udowodnioną” tezą, nieoparty na faktach, stanowi przykład kolejnej formy manipulacji.

W TVP najważniejszą informacją było przemówienie prezydenta Bronisława Komorowskiego w Bundestagu. Niewątpliwie było to wydarzenie zasługujące na wyróżnienie. Jednak inne media - w mniejszym lub większym stopniu - zlekceważyły je: TVN dał informację na ten temat na miejscu 3., natomiast następnego dnia (w czwartek) *Rzeczpospolita* i GPC całkiem ją pominęły. Jedyne *Gazeta Wyborcza* poświęciła jej całą stronę i kilka wewnątrz numeru, być może przesadnie akcentując jej znaczenie.

Czwartek, 11 września.

W czwartkowym numerze GPC zareklamowała samą siebie, pisząc „Dziś rusza nasz konwój na Ukrainę”. Tytuł częściowo wprowadzał w błąd, albowiem GPC mimo, iż miała duży udział w organizacji tego konwoju, to nie była jego wyłącznym organizatorem. Innym elementem autoreklamy była informacja, która pojawiła się na górze strony, o wizycie

redaktora naczelnego GPC w Kanadzie. News ten był mało istotny z punktu widzenia wartości informacyjnych, mimo to przez gazetę zaliczony do najważniejszych. W *Rzeczpospolitej* na jedyne artykuł zatytułowany „Gazowa kara Kremla”; w zasadzie nie był to klasyczny news, lecz news analityczny (news analysis).

W TVN na czele wiadomości znalazł się materiał podsumowujący rządy Tuska, złożony przede wszystkim z jego wypowiedzi. W ten sposób uniemożliwiono widzowi obiektywne spojrzenie i dokonania rzetelnej oceny, gdyż była to raczej autoopinią w formie felietonu maskującego obiektywizm. W TVP na wysokiej czwartej pozycji został umieszczony news o obchodach kolejnej rocznicy na WTC w Nowym Jorku. Materiał pożądaný, lecz wymienienie go na pierwszym miejscu w tzw. *headlines* było nadaniem mu zbyt dużego znaczenia.

Piątek, 12 września.

Na czołówce *Gazety Wyborczej* – w 25 lat po powołaniu pierwszego rządu wolnej Polski – wspomnienie o „najlepszym premierze najlepszego rządu” czyli Tadeuszu Mazowieckim (za takiego uznali Tadeusza Mazowieckiego respondenci w badaniach CBOS opublikowanych w maju 2014). Tę rocznicę odnotowała także *Rzeczpospolita*, choć z mniejszym zainteresowaniem, a w ogóle pominęła ją *Gazeta Polska Codziennie*, co jest dowodem na niechęć wobec III RP i Tadeusza Mazowieckiego, oraz na manipulację wiadomościami poprzez omińnięcie jednej z ważniejszych tego dnia informacji. GPC skupiła się na „przykręcaniu kurka gazowego przez Putina” (podobnie jak *Rzeczpospolita*) i epatowała tabloidowym tytułem „Skazani na śmierć przez Arłukowicza”; zdaniem gazety wielu chorych cierpiących w Polsce na rzadkie choroby umrze, albowiem nie stać ich na zakup drogich leków, a Państwo polskie nie chce ich refundować. Tytuł jest metaforą, ale wzięty dosłownie przez czytelnika potwierdza swój manipulatorski charakter. Zupełnie pozbawiony wartości informacyjnej wydaje się być news w GPC o wyrębie lasu w Rosji przy granicy z Polską. Gazeta poszukuje sensacji i wiąże ten fakt z ogłoszeniem przez Putina postawienia armii w stan pełnej gotowości bojowej. Jednakże, biorąc pod uwagę stan umysłów w Polsce i działania wojskowe Rosjan na Ukrainie, ta informacja z pewnością mogła zainteresować czytelników *Gazety*.

W TVN pozytywna wzmianka o Pendolino, podobnie jak wcześniej w *Rzeczpospolitej*, bez próby przypomnienia jakiegokolwiek formy krytyki zakupu tego pociągu. Zabrakło wiadomości o 25 – tej rocznicy utworzenia rządu T. Mazowieckiego, W TVP ta wiadomość znalazła się na drugim miejscu, tuż po omówieniu przymiarek kadrowych w obsadzaniu

stanowisk w nowym rządzie Ewy Kopacz. Na pozycji 6. relacja z procesu australijskiego sportowca Pistoriusa, oskarżonego o zabójstwo swojej dziewczyny, w sposób jednostronny potępiająca go i sugerująca pełną winę sportowca za zabicie swojej dziewczyny.

Sobota, 13 września.

W *Gazecie Wyborczej* na jedyne ciąg dalszy serialu o Tadeuszu Mazowieckim – „Jak zmienił nasze życie Tadeusz Mazowiecki”. Pod nim komentarz Pawła Wrońskiego o przyszłym rządzie Ewy Kopacz. W GPC artykuł o szykanowaniu ks. Małkowskiego, któremu w Londynie zakazano odprawienia mszy. Wiadomość zupełnie nieistotna, pozbawiona znaczenia dla czytelników innych gazet staje się najważniejszym newsem w GPC.

TVN zmanipulował materiał filmowy wykorzystując wypowiedź Jarosława Kaczyńskiego, który powiedział, że trwa „wewnętrzna wojna”, „wojna z Prawem i Sprawiedliwością”. Kaczyński miał na myśli wojnę, którą z PiS prowadzi PO, natomiast relacja została tak skonstruowana, żeby widz odniósł wrażenie, że to PiS toczy wojnę z PO. Mamy tu do czynienia z manipulacją polegającą na przypisaniu Jarosławowi Kaczyńskiemu słów, których faktycznie nie wypowiedział.

Konkluzje

Co można stwierdzić na podstawie analizy newsów z jednego tygodnia w kilku polskich mediach zaliczanych do głównego nurtu i do nurtu opozycyjnego?

Wśród wartości informacyjnych dominują wartości tradycyjne znane choćby z klasyfikacji Galtunga i Ruge, takie jak: aktualność, ważność, znaczenie dla odbiorcy, bliskość kulturowa i geograficzna, zaskoczenie, kontynuacja, konflikt, personalizacja, humor, rozrywka, odniesienie do ludzkich elit i potężnych organizacji międzynarodowych oraz ważnych państw. Ciekawe, że kryterium negatywizmu nie występowało tak często w badanych newsach, jak to się dzieje na portalach internetowych.

Poszczególne redakcje poprzez selekcję informacji określają pośrednio swoje sympatie polityczne i ideologiczne afiliacje. *Gazeta Wyborcza* nastawiona jest na informacje polityczne, sprzyja rządowi i prezydentowi oraz sprawie ukraińskiej. Główne tematy to: polityka (43,3%) i gospodarka (10%). *Gazeta Polska Codziennie* sympatie polityczne wiąże w Prawem i Sprawiedliwością, jest nastawiona antyrządowo, a jej głównym wrogiem – w

omawianym okresie - jest Donald Tusk. Podstawowe tematy to: polityka (32,6%), gospodarka (10,8%), sport (8,6%) oraz kultura i społeczeństwo (po 6,5%). *Rzeczpospolita* jest gazetą bardziej nastawioną na zagadnienia prawne, finansowe i gospodarcze. Stara się zachować dystans zarówno wobec władzy, jak i opozycji. W warstwie gospodarczej preferuje liberalizm. Porusza przede wszystkim tematy polityczne i ekonomiczne (odpowiednio 28% i 22,8%) oraz prawne (14,8%) i związane z kulturą (ok. 10%). Telewizja TVN często atakuje PiS i Jarosława Kaczyńskiego i wspiera rząd, w mniejszym stopniu – wydaje się – prezydenta. Dominują w niej tematy: polityka (36,5%) i sprawy kryminalne (23%). TVP jest telewizją rządową, co się objawia w zainteresowaniu polityką (43,5% tematów). Sprzyja PO i prezydentowi Komorowskiemu w stopniu najwyższym ze wszystkich analizowanych mediów. Inne ważne dla niej tematy to sprawy kryminalne i prawo (17,4%) oraz zdrowie i gospodarka (po 5,8%). Ogółem, wzięwszy pod uwagę wszystkie analizowane media dominuje w nich polityka (35,5% tematów newsów) przed sprawami kryminalnymi i prawem (12,8%) oraz zagadnieniami gospodarczymi (10,6%). Jeśli chodzi o tzw. ramy newsa, to największą popularnością ogółem cieszyły się ramy odpowiedzialności (występowały w 26% newsów) oraz konfliktu (ok. 22%)¹⁰.

Manipulacje

Warto zauważyć, że codziennie w prasie i w telewizji znaleźć można przykłady wielorakiej manipulacji, które najczęściej sprowadzają się do pomijania lub przemilczania istotnych informacji lub jej aspektów, deformowania, wyolbrzymiania lub dezawuowania faktów, do jednostronnej informacji pozbawionej neutralności i obiektywizmu, jej aksjologizacji czy emocjonalizacji, wymieszania faktów ważnych z błahymi, wprowadzania odbiorców w błąd za pomocą nieadekwatnych tytułów poprzez ukrytą perswazję czy zamianę informacji na publicystykę (komentarz, opinię, analizę). W omawianym okresie bardzo rzadko zdarzały się próby kreowania newsa. Nie odnotowałem tego, co charakteryzuje od negatywnej strony tabloidy, czyli wymyślenia informacji czy podawaniu kłamstw jako prawdy. Zastrzeżenia można mieć natomiast do interpretacji danych lub do selektywnego ich podawania.

Wspomniane typy manipulacji naruszają normy przyjęte w środowisku dziennikarskim oraz zasady zawarte w kodeksach etyki dziennikarskiej. Między innymi art. I. 1. Kodeksu etycznego Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, który mówi, że „Informacje należy

¹⁰ Tabele zob. Aneks.

wyraźnie oddzielać od komentarzy i opinii”; art. I. 2. „Informacje powinny być zrównoważone i dokładne, tak by odbiorca mógł odróżnić fakty od przypuszczeń i plotek, oraz powinny być przedstawiane we właściwym kontekście i opierać się na wiarygodnych i możliwie wielostronnych źródłach”; art. IV.15. „W relacjach z wojen, zamieszek i demonstracji dziennikarze powinni zachować postawę niezaangażowanych obserwatorów, tak by nie stać się przedmiotem manipulacji”. Naruszane są również punkty Dziennikarskiego Kodeksu Obyczajowego ; pkt. 6. „Dziennikarzowi nie wolno manipulować informacją. Obowiązuje go skrupulatna ocena źródeł, sprawdzenie prawdziwości dostępnych informacji oraz rzetelność w ich przekazywaniu. Prowadząc dyskusję, dziennikarz nie może wykorzystywać swojej roli w celu wpływania na jej przebieg i narzucania końcowych wniosków. Redakcja, opracowanie czy montaż słownego, dźwiękowego, audiowizualnego lub informatycznego zapisu rzeczywistości nie mogą jej fałszować ani deformować”; oraz art. 7. „Obowiązkiem dziennikarza jest oddzielenie informacji od komentarza. Gdy wyraża własne oceny i opinie wyraźnie sygnalizuje to odbiorcy. Wyrażone w komentarzu opinie nie mogą fałszować omawianych faktów”. Podobne zapisy znajdują się w Karcie etycznej mediów – na przykład zasada obiektywizmu i zasada oddzielania informacji od komentarza.

Manipulacja w mediach jest nieodłącznym elementem krajobrazu medialnego. Media mają moc i siłę; mogą inspirować, zachęcać, przestrzegać, perswadować, czy nakazywać. Dlatego doskonale nadają się jako narzędzie manipulacji. I z tej możliwości korzystają. Należy jednak pamiętać, że nie są one tworamii bezosobowymi – stoją za nimi ludzie i organizacje, potężne korporacje, grupy biznesowe, czy partie polityczne. To, co otrzymuje odbiorca jest wypadkową ich przekonań i interesów, szczególnie interesów.

I. Aneks

Media Temat	Gazeta Polska Codziennie	Gazeta Wyborcza	Rzeczpospolita	Fakty TVN	Wiadomości TVP
Polityka	32,6	43,3	28,0	36,5	43,5
Sprawy kryminalne/ prawo	4,3	6,6	14,8	23,0	17,4
Gospodarka	10,8	10,0	22,8	5,8	5,8
Zdrowie	4,3	6,6	1,8	3,8	5,8
Inne	48,0	33,5	32,6	30,9	27,5

Tab. nr 1. Tematy newsów w mediach (w procentach).

Media Ramy newsów	Gazeta Polska Codziennie	Gazeta Wyborcza	Rzeczpospolita	Fakty TVN	Wiadomości TVP
Odpowiedzialności	18,4	26,6	19,3	38,5	28,2
Konfliktu	26,5	26,6	15,8	23,1	23,9
Moralności	20,4	6,6	3,5	9,6	6,5
Sensacji	6,5	0,0	0,0	11,5	13,0
Ekonomii	18,4	10,0	29,8	2,0	4,3
Rozrywki	0,0	3,3	0,0	9,6	15,2
Rywalizacji/ horse race	2,0	13,3	7,0	5,8	13,0

Tabela nr 2. Najczęściej występujące ramy newsów (dane w procentach ukazują występowanie danej ramy w newsach – mogła być jedna rama, ja i więcej ram w danym newsie, dlatego wyniki nie sumują się do 100 procent).

Bibliografia

Howiecki Maciej, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin 2003.

Karwat Mirosław, *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji* [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, pod red. Dariusza Dolińskiego i Małgorzaty Gamian-Wilk, Warszawa 2014, s. 32-59.

Manipulacja w języku, pod red. Piotra Krzyżanowskiego i Pawła Nowaka, Lublin 2004.

McCombs Maxwell, *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Kraków 2009.

Palczewski Marek, *Teoria wartości informacyjnych Galtunga i Ruge i jej późniejsze modyfikacje*, „Media. Kultura. Społeczeństwo”, 1(5)/2010, s. 201-205.

Palczewski Marek, *Koncepcja framingu i jej zastosowanie w badaniach newsów w Wiadomościach TVP i Faktach TVN*, „Studia Medioznawcze”, 1 (44)/2011, s. 31-41.

Puzynina Janina, *Słowo-wartość-kultura*, Lublin 1997.

Shoemaker Pamela, Vos Timothy, *Gatekeeping Theory*, New York Routledge 2009.

Słownik współczesnego języka polskiego pod red. Bogusława Dunaja, Warszawa 1996.

Abstrakt

Artykuł omawia przypadki manipulacji w polskich mediach (w wybranych tytułach prasowych i wiadomościach telewizyjnych). Autor przedstawia definicje manipulacji, a następnie tworzy model manipulacji stanowiący kryterium badania tekstów medialnych. Stwierdza, że nie sama selekcja informacji jest manipulacją, lecz taki jej rodzaj, który prowadzi do podania informacji niepełnej, powierzchownej, zdeformowanej, czy do jej pominięcia lub odrzucenia w procesie gatekeepingu. Zauważa, że manipulacja jest nieodłącznym elementem krajobrazu medialnego. Media korzystają z możliwości manipulowania odbiorcą dla realizacji swoich politycznych i rynkowych interesów.

Słowa kluczowe: gatekeeping - wartości informacyjne - manipulacja

Abstract

This paper discusses the cases of manipulation in the Polish media (on selected titles of press and in the newscasts). The author presents the definition of manipulation, and then creates a model of manipulation which is the criterion for testing media texts.

Selection of information is not a manipulation, but there are a such kinds of selection which lead to incomplete information, superficial, distorted, or to omitting or rejecting essential information in the process of gatekeeping. The author states that the manipulation is an integral part of the media landscape. Media use the opportunity to manipulate the recipient for the implementation of his political and market interests.

Key words: gatekeeping – news values – manipulation