

PROTEST OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH  
I ICH OPIEKUNÓW W 2018 ROKU NA ŁAMACH  
TYGODNIKÓW *NEWSWEEK* I *SIECI*  
A PROBLEM TABLOIDYZACJI

Jarosław Dobrzycki

 [orcid.org/0000-0003-3120-1123](https://orcid.org/0000-0003-3120-1123)

Wydział Filologiczny

Uniwersytet Śląski w Katowicach

ABSTRACT

**Protest of Disabled Persons and Their Care-Givers in 2018 on the Pages of Polish Weeklies *Newsweek* and *Sieci* and the Problem of Tabloidisation**

The text aims to analyze the way in which the protest of disabled persons and their caregivers in 2018 was presented on the pages of selected issues of two opinion magazines: *Newsweek* and *Sieci*. The main thesis is that the entire message was subjected to tabloidization, which led to the questioning of the events that took place in Polish Parliament. The author focuses on five determinants of tabloidization, namely: colloquialism, emotionalism, sensationalism, personalization and visualization. This review shows that the coverage of the protest in *Newsweek* and *Sieci* meets all the determinants of tabloidization. In addition to that, both sides of the public dispute are discredited and there is no detailed analysis of the whole event. Thanks to the conducted research, the article may contribute to the contemporary debate on the progressive tabloidization of opinion weeklies.

**Keywords:** disabled people, opinion weeklies, protest, tabloidization, polarization

## Uwagi wstępne

Jednym z wydarzeń wzbudzającym żywe zainteresowanie opinii publicznej w 2018 roku był protest osób niepełnosprawnych i ich opiekunów. Miał on miejsce w polskim parlamencie. Zaczął się 18 kwietnia, skończył 27 maja. Podczas niego grupa matek ze swoimi niepełnosprawnymi dziećmi domagała się spełnienia dwóch postulatów: podniesienia renty socjalnej do wysokości najniższej renty ZUS oraz przyznania tzw. dodatku rehabilitacyjnego w wysokości 500 złotych. Samo wydarzenie stanowiło kontynuację protestu z 2014 roku, trwającego wówczas 17 dni. I wtedy, i dziś wydarzenia w Sejmie z uwagą śledziły wszystkie media w naszym kraju.

Jednocześnie należy zaznaczyć, że po przejściu władzy przez Zjednoczoną Prawicę w 2015 roku nastąpiła gwałtowna polaryzacja, która nie ominęła również mediów, a w szczególności prasy opinii. Wiele opiniotwórczych tytułów zaostrożyło swoją retorykę, wydawcy zaczęli wręcz wymagać od odbiorcy, by ten opowiedział się po konkretnej stronie sporu. Także i protest osób niepełnosprawnych, wydający się wydarzeniem ponad tzw. podziałami, nie zdołał „obronić się” przed tą tendencją.

W niniejszym artykule rozważaniom zogniskowanym na tabloidyzacji zostaną poddane teksty poświęcone protestowi, które zamieszczono w tygodnikach *Newsweek* oraz *Sieci*. Badania skupią się na pięciu wyznacznikach tego procesu (Zielińska 2016, s. 36–64). Są nimi:

1. potoczność,
2. emocjonalizm,
3. sensacjonalizm,
4. personalizacja,
5. wizualizacja.

Warto tu wspomnieć o tym, że na trend tabloidyzowania się prasy opinii zwracał uwagę Tomasz Mielczarek. Dokonana przez niego analiza tygodników *Polityka*, *Wprost*, *Newsweek*, *wSieci* i *Do Rzeczy* pokazała, iż zjawisko to stale się pogłębia. O ile początkowo tabloidyzacja była widoczna na poziomie szaty graficznej, tak z czasem zaczęła ona przenikać do wnętrza, w wyniku czego także teksty stały się prostsze, dodatkowo zaczęła przeważać typowa dla tabloidów dychotomia MY – ONI (Mielczarek 2016, s. 25–43). Ten podział na swoich i obcych miał za zadanie zdyskredytować przeciwnika, a nawet go upokorzyć (Szahaj 2012, s. 40–44).

Do badań wybrane zostały zeszyty z okresu od 13 maja do 4 czerwca 2019 roku, gdy protest ten trwał już ponad trzy tygodnie i elektryzował media w całym kraju. W przypadku *Newsweeka* pod uwagę zostały wzięte numery 20, 21, 22, i 24, jeśli chodzi o *Sieci*, były to wydania 19, 20, 21 oraz 22. Zanalizowano artykuły, komentarze, felietony, wywiady czy okładki odnoszące się zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio do wydarzeń w Sejmie.

W podsumowaniu zostaną zawarte konkluzje przeprowadzonych badań.

## Rozumienie i zakres tabloidyacji

Tabloidyacja stanowiła i stanowi przedmiot badań wielu naukowców, dlatego w tym miejscu jedynie krótko omówię towarzyszące jej procesy. Na początku należy zauważyć, że termin ten nie posiada sztywnych ram. Przykładowo dla Doroty Piontek oznacza on

nabywanie cech tabloidów przez prasę codzienną i magazynową, może oznaczać nabywanie tych samych cech przez inne media, co znajduje odbicie w ich formie i zawartości, może wreszcie oznaczać poddawanie się wpływowi tabloidalnych mediów, stąd takie procesy i zjawiska, jak tabloidalna kultura, tabloidyacja polityki czy emocji (Piontek 2009, s. 236–237).

Zbigniew Bauer uważał, iż „tabloidyacja jest procesem: zbliżania się tego, co «nietabloidowe», do tego, co «tabloidowe», zacierania się granic i stapiania w jakąś trzecią postać, hybrydyczną” (Bauer 2012, s. 43). W opinii Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz cały proces polegał na „zbliżaniu się formy, języka, obrazu świata w mediach głównego nurtu do treści, formy, języka i obrazu świata prasy tabloidowej” (Lisowska-Magdziarz 2009, s. 109). Również Denis McQuail zajmował się tym zjawiskiem. Według niego oznaczało ono „proces stawania się bardziej sensacyjnym, trywialnym i nieodpowiedzialnym” (McQuail 2007, s. 50). Z kolei Howard Kurtz uważał, iż tabloidyacja oznacza zmniejszenie informacji twardych (polityka, ekonomia), przy wzroście wiadomości miękkich (sensacja, skandale obyczajowe, rozrywka). To miało prowadzić do obniżenia standardów dziennikarstwa (Kurtz 1993, s. 143–147). Dla Franka Essera tabloidyacja ma dwa poziomy. Pierwszy poziom, mikro, polega na widzeniu tego procesu jako zjawiska typowo medialnego. Gazety czy programy telewizyjne zaczynają mocniej nakierowywać się na konkretnego odbiorcę i oferują mu te treści, których on wymaga. Drugi poziom, makro, oznacza tabloidyację jako fakt społeczny, cechujący się tym, że ludzie zaczynają operować prostymi znakami, nie zagłębiając się w szczegóły danych wydarzeń (Esser 1999, s. 291–324).

Innymi słowy, tabloidyacja polegałaby na znaczącym uproszczeniu wydarzeń rzeczywistych, przekazywaniu najważniejszych informacji za pomocą języka, który trafi do większości odbiorców. Profesjonalne dziennikarstwo ustępuje więc miejsca *leadowym* opisom, często kontrowersyjnym i działającym na emocje. Można wymienić kilka przyczyn takiego działania:

1. Nieustanną komercjalizację mediów.
2. Rozwój nowych technologii pozwalających na szybsze docieranie z informacjami do odbiorców.
3. Przesunięcie, a niekiedy wręcz zatarcie się granic między publicznym a prywatnym w przypadku ludzi związanych ze sferą rozrywki czy nawet polityki.
4. Wymagania samych odbiorców mediów masowych, chcących otrzymywać proste i jasne przekazy (Piontek 2011, s. 184–200).

Obecny odbiorca nie ma ochoty na dłuższe zastanawienie się nad tematem, dlatego też różne media (prasa, telewizja, internet), chcąc go zainteresować, muszą często znacząco uprościć swój przekaz. I choć w efekcie następuje spadek jakości wielu tytułów, to wydawcy wiedzą, iż jeśli nie poniosą takich „kosztów”, w niedługim czasie znikną z rynku.

## Analiza tygodników „Newsweek” i „Sieci”

### Potoczność

Język tabloidów ma być prosty, zrozumiały, powinien również cechować się uniwersalnością (Höke 2007, s. 30). Jest on zbliżony do języka potocznego, dzięki czemu treści w periodyku są łatwo przyswajalne przez odbiorców. O ile dzienniki czy czasopisma uchodzące za opiniotwórcze poruszają się w sferze neutralności językowej, o tyle prasa tabloidowa korzysta z fraz mających nacechowanie wyrażnie emocjonalne, pozostając jednocześnie w stylistyce potocznej (Burger 2005, s. 118). Często również dostrzega się pauperyzację języka, ponieważ czasopisma zaczynają „mówić” językiem tych polityków, których opcja pozostaje im najbliższa. Wskazany już podział MY – ONI zaczyna wybrzmiewać z całą mocą, nie pozostawiając odbiorcy pola do namysłu (Ożóg 2006, s. 81–87). Ponadto schlebia się czytelnikowi, uderzając w bliskie mu tony, pisze się „jego” słowami, a wszystko po to, by ten sięgnął po dany periodyk.

Potoczność, w opinii Kingi Zielińskiej, objawia się już na poziomie tytułów (Zielińska 2016, s. 37). Tendencja ta jest widoczna w analizowanych artykułach. Po stronie *Newsweeka* możemy odnaleźć takie nagłówki, jak „Siła i dyshonor”, „Siła teflonu”, „Treser”, „Pycha i Siła”, z kolei *Sieci* proponują tytuły typu „Turboliberalne oszustwo”, „Wkręceni w politykę”, „Groteska w Sejmie”, „Safari na Wiejskiej” czy „W pełni sprawni szantażyści”. Widoczne w nich emocje mają jeden cel: zachęcić do przeczytania danego tekstu. Dodatkowo tygodniki mogą posługiwać się grą słów, czego przykładem byłaby „Pycha i Siła”, stanowiąca nawiązanie do obecnie rządzącej partii Prawo i Sprawiedliwość. *Newsweek* proponuje inne odczytanie skrótu PiS, sugerując w ten sposób, że dominującą cechą u rządzących jest pycha oraz poczucie siły. Równie ciekawie brzmi tytuł „Treser”, przywodzący na myśl tresurę stosowaną wobec zwierząt, a nie ludzi<sup>1</sup>. W samym tekście czytamy:

PiS swych wrogów intensywnie trenuje, by uczynić z nich poddanych. Zwolenników tresuje, by wzmocnić ich bezwzględność. Wykopujemy z grobów zwłoki, bo tak chcemy. Popieracie nas mimo tego barbarzyństwa? Dobrze. To teraz lekcja druga. Niepełnosprawnych traktujemy jak natrętów? Nie

1 Tekst dotyczy całej partii PiS, lecz część odbiorców mogłaby, sugerując się tytułem, odebrać go jako opis Jarosława Kaczyńskiego.

przeszkadza wam? OK, to lekcja trzecia. Niepełnosprawnych nie wypuszczamy na powietrze, a 90-letniej bohaterki powstania warszawskiego i niepełnosprawnej bohaterki niezliczonych akcji charytatywnych nie wpuszczamy do Sejmu (Lis 2018, s. 4).

Należy zwrócić uwagę, w jak płynny sposób tekst przechodzi od definicji tresury do „tresury” niepełnosprawnych. Te daleko idące skojarzenia, zestawione ze sobą, stają się silnym bodźcem emocjonalnym. Nie ma tu miejsca na domysły, spekulacje, wszystko zostaje przejrzyście opisane. Dzięki temu odbiorca dostaje jasny oraz czytelny sygnał: rząd nie liczy się z niepełnosprawnymi, a także z osobami chcącymi wspomóc protestujących. Zawarte w tekście pytania retoryczne wzmacniają przekaz, odgrywają także rolę budowania więzi z czytelnikiem. Nadawca pyta odbiorcę (nie wprost), czy ten zgadza się na takie traktowanie najsłabszych. Pomocny w udzieleniu odpowiedzi ma być obraz dwóch zasłużonych osób, które chciałyby dostać się na teren Sejmu, lecz nie otrzymują pozwolenia na wejście. Dziennikarz oczekuje więc stosownej reakcji ze strony czytelnika, a ma nią być głośno wyrażona niezgoda na takie postępowanie.

Podobne zjawisko obserwujemy przy pokazaniu, jakich obywateli lubią rządzący: „ta władza woli osiłeków niż niepełnosprawnych. Woli pałki i kastety od wózków inwalidzkich. Te pierwsze mogą w końcu pomóc walczyć o władzę i jej utrzymanie. Te drugie to tylko kłopot i roszczenia” (*ibidem*). Zbudowana tu opozycja tworzy narrację, w której rząd słucha jedynie ludzi silnych, z kolei słabi powodują kłopoty tym, że są roszczeniowi. Podobnie jak wcześniej wykorzystane przykłady także te są wyraziste, a język nieskomplikowany. Samo zestawienie „osiłeków z kastetami” z niepełnosprawnymi ma uderzyć w poczucie sprawiedliwości każdego człowieka, być ostrzeżeniem, że pewna hierarchia zostaje zaburzona i to, co kiedyś było oczywiste (pomaganie słabym), obecnie przestaje takie być.

*Sieci*, oddając głos w sprawie niepełnosprawnych Janowi Pietrzakowi, który pełni rolę komentatora spraw publicznych, posługuje się tutaj czymś, co Magdalena Wojtak określa mianem głosów dopuszczonych (Wojtak 2010, s. 29). W technice tej przywołuje się wypowiedzi uczestników danego sporu, by w sposób prosty wyjaśniły jego istotę. Język takiej wypowiedzi może być neutralny lub, co wydaje się pożądane wśród pism tabloidowych, emocjonalny, wręcz agresywny. Wypowiedź Pietrzaka sytuuje się w drugiej grupie:

[...] Tydzień po tygodniu widzimy, jak wokół matek protestujących w Sejmie kręcą się fałszywe typy udające współczucie. Nawet wyrzucony z własnej partii Petru uczeplił się wózka jako boleściwy celebryta [...] przeniesienie rodzinnego bólu i rozpaczy w miejsce publiczne, zwłaszcza takie jak Sejm, jest, niezależnie od intencji, faktem politycznym wykorzystywanym z całą premedytacją przez ludzi „totalnie” zwalczających obecny rząd (Pietrzak 2018, s. 18).

Wyrażenia typu *fałszywe typy*, *celebryta* pokazują stosunek wypowiadającego do ludzi będących wokół protestujących. Są one nacechowane negatywnie, zaś ich

celem jest pokazanie, iż osoby wspierające niepełnosprawnych nie mają czystych intencji, przeciwnie, zależy im na promowaniu siebie. Atmosferę podejrzliwości buduje choćby określenie *kręcą się*, używane głównie przy opisie osób niegodziwych, pragnących wyrządzić krzywdę drugiemu człowiekowi. Protestujący nie powinni więc obdarzać ich zaufaniem, bo mogą na tym wyłącznie stracić. Jednocześnie w wypowiedzi tej widać odniesienie do samego sposobu protestowania. Dla Pietrzaka Sejm nie jest miejscem adekwatnym dla takiej akcji, ponieważ nie tylko mogą wykorzystać ją ludzie z opozycji, ale także i sami niepełnosprawni narażają się na usytuowanie po konkretnej stronie politycznego sporu.

Wszystkie badane teksty, pomimo prostego języka, są silnie nacechowane emocjonalnie. Poza treścią ideową nie ma znaczących różnic między nimi. Gdy chodzi o styl wypowiedzi, zarówno profesjonalni dziennikarze, jak i „zwykli” komentatorzy stosują w swojej retoryce agresję oraz chęć usytuowania się po właściwej stronie sporu. Paradoksalnie taki sposób wypowiedzi zyskuje poklask wśród odbiorców (podkreślmy – podobnych ideowo), ponieważ uważają oni, że tygodnik mówi „ich” językiem.

### *Emocjonalizm*

Mocno związane z potocznością są emocje. Każdy artykuł czy komentarz musi zawierać w sobie określony przekaz emocjonalny, by mógł on trafić do wyobraźni czytelnika. Dzięki temu zyskuje się pewność, że odbiorca nie odejdzie od tekstu, przeciwnie, przeczyta go z zaciekawieniem, nierzadko skupiając uwagę na bardziej kontrowersyjnych treściach. Jest tak, ponieważ tylko to, co uzna on za inne, odbiegające od przyjętych norm, ma szansę zwrócić jego uwagę (Dulinski 2003). Zwiększeniu emocjonalnego charakteru przekazów służy również odpowiednio dobrana szata graficzna, jak i kolorystyka operująca głównie ostrą czerwieńią (Zielińska 2016, s. 40).

W analizowanych tygodnikach znalazło się kilka artykułów o silnie emocjonalnym zabarwieniu. Pierwszy z nich, pochodzący z *Newsweeka* i zatytułowany „Siła teflonu”, proponuje połączenie tematyki protestu z tzw. nową propagandą:

Zacznijmy od paru klasyków nowej propagandy. Krystyna Pawłowicz, posłanka Prawa i Sprawiedliwości, o uczestniczkach czarnych protestów: „wykolejone kobiety, zachowują się jak ulicznice” [...] Stanisław Pięta, poseł PiS, o strajkujących lekarzach rezydentach: „całe stado lewackich celebrytów kręci się wokół tego towarzystwa, młodzi lekarze dobrze zarabiają, nie powinni dostać ani grosza więcej” [...] Marek Suski, szef gabinetu politycznego premiera Mateusza Morawieckiego, o protestujących w Sejmie matkach niepełnosprawnych dzieci: „panie chcą żywej gotówki, bo chcą iść do kina, do teatru, na basen” (Michalski 2018, s. 26).

Kontrowersyjna wypowiedź na temat matek osób niepełnosprawnych czy samego protestu pojawia się dopiero po kilku innych przykładach ukazujących podejście rządzących do różnych grup społecznych, które postanowiły protestować. Budowana jest narracja, iż tego typu wypowiedzi, jak ta Marka Suskiego, nie są żadnym *novum*, przeciwnie, wpisują się w tzw. nową propagandę Zjednoczonej Prawicy. Przywołane cytaty są nacechowane negatywnie, a odnoszą się do kilku większych protestów, które miały wcześniej miejsce. Poprzez takie działanie czytelnik otrzymuje obraz świata, w którym PiS jest gotów obrzucić najgorszymi oszczerstwami te grupy, które odważyły się zaprotestować przeciwko ich działaniom w różnych sferach publicznych. Co znamienne, przy każdym z wymienionych polityków znajduje się dopisek, iż osoba ta należy do PiS. Takie działanie ma nie tylko podkreślić, lecz wręcz przypomnieć, do jakiego ugrupowania należą ludzie wyrażający takie, a nie inne zdania. Tego typu wprowadzenie pełni funkcję emocjonalnego „przygotowania” czytelnika i wywołuje w nim określoną reakcję na działania partii wobec protestujących.

Dopiero w dalszej części artykułu następuje bezpośrednie przejście do protestu i działań, jakie rząd podejmuje wobec niepełnosprawnych. Z tekstu czytelnik dowiadyje się, że dochodzi do ciągłych, werbalnych aktów agresji wobec osób znajdujących się w budynku parlamentu. Sformułowania „doszło do ataków, politycy rządzącej prawicy prześcigali się w piętnowaniu »chciwości« protestujących” wprowadzają retorykę walki, wykluczania. *Newsweek* pokazuje, że ta grupa społeczna z racji swojej słabości okazuje się najbardziej narażona na ataki oraz nie ma zbyt wielu możliwości obrony. PiS jest więc stawiany w roli przeciwnika, któremu łatwo przychodzi obrażanie najsłabszych, bo wtedy może pokazać swoją siłę oraz nieustępliwość. Cały przekaz został wzmocniony odpowiednią kolorystyką. Przykładem byłoby inne zdanie z cytowanego powyżej artykułu: „tajemnicą bezkarności tej władzy jest umiejętność wyjątkowo brutalnego niszczenia solidarności społecznej Polaków” (*ibidem*). Słowa „umiejętność wyjątkowo brutalnego niszczenia solidarności społecznej” zostały napisane na czerwono i wyraźnie odznaczają się na tle reszty tekstu. Podkreśla to dramatyzm sytuacji, w jakiej znaleźli się niepełnosprawni. Według dziennikarza PiS dąży do zburzenia tych fundamentów solidarności, które do tej pory wydawały się nienaruszalne w naszym społeczeństwie.

Duże emocje towarzyszyły artykułowi „Królowa hejtu”. Jego „bohaterką” stała się posłanka PiS Krystyna Pawłowicz. Sprawa dotyczyła jej twitterowej wypowiedzi o „brudnych wyrodnym matkach ciągnących swoje dzieci po Sejmie”. Pawłowicz postulowała wtedy nasłanie sanepidu na protestujących. Motyw podchwycili internauci przychylni rządzącym, co wywołało spiralę słownej agresji wobec rodziców i opiekunów. Cytowany przez *Newsweek* psycholog Jacek Santorski nazwał całą sytuację sprawnie zorganizowaną akcją, w której celem ataku mieli być wyłącznie opiekunowie, nie zaś sami niepełnosprawni. Przy tej okazji tygodnik przywołał wiele innych, kontrowersyjnych wypowiedzi czy wystąpień posłanki, co miało jeden cel: pokazać brak standardów etycznych. Podobnie jak w przypadku tekstu „Siła teflonu”, tak tutaj doszło do złączenia w całość protestu agresywnej postawy posłanki oraz kompletnej bierności partii PiS, gdy chodzi o tego typu wypowiedzi.

Dodatkowo tytuł artykułu presuponował ocenę jej działań, nie pozostawiając miejsca na jakiegokolwiek zwątpienie, a rzeczownik *królowa*, obok słowa *hejt*, wzmocnił cały przekaz.

Podobnie emocje, tym razem skierowane przeciwko niepełnosprawnym, podsycają *Sieci*. Periodyk porównuje wypowiedzi niektórych opiekunów protestujących w Sejmie do języka, jakim posługiwali się Janusz Palikot czy Jerzy Urban. Działania tygodnika nie tylko podważały sensowność protestu, lecz także dezawuowały biorące w nim udział osoby. Szczególnie zestawienie z Jerzym Urbanem, pełniącym w PRL funkcję rzecznika rządu, najmocniej deprecjonowało uczestników protestu, budując przy tym ich negatywny obraz. Zdaniem *Sieci* to właśnie ci ludzie, używając takiego, a nie innego języka, tracą jakiegokolwiek prawo do dyskusji, nie mówiąc o wysuwaniu żądań wobec polityków partii rządzącej.

O ile w początkowej fazie protestu *Sieci* ograniczały się do małych wzmianek na ten temat, o tyle z czasem zaczęły coraz śmielej uderzać w emocjonalne tony. Tekst „Turboliberalne oszustwo” opisuje żądanie 500 złotych w gotówce jako uparte trwanie wyłącznie przy tym jednym postulatcie, co nie pozwala na prowadzenie merytorycznego dialogu. Użyty w nagłówku rzeczownik *oszustwo* ma charakter wartościujący i wyraża jednocześnie osąd samego nadawcy. Pomaga to wzmocnić przekaz i nadać mu bardziej wyrazistą treść. Tygodnik prezentuje również opinię, że wspierani przez opozycję protestujący zamiast dyskutować, walczą z rządem i nieustannie prowokują marszałka Kuchcińskiego, który to

stanąwszy wobec próby blokady parlamentu, stara się znaleźć kompromis między szacunkiem dla niepełnosprawnych a koniecznością pracy. Szantaż moralny wobec niego, polegający na używaniu niepełnosprawnych dzieci jako tarana wymuszającego rozszerzenie protestu o celebrytów opozycyjnych, trudno zaakceptować (Karnowski 2018, s. 5).

Takie słowa jak *szantaż*, *taran* czy *celebryci* mają wywołać ściśle określone reakcje. Po pierwsze, są wskazówką, że działania protestujących wykraczają poza zwyczajowo przyjęte normy, gdy chodzi o protest. Zamiast dyskusji jest oczekiwanie na kontrowersyjne działanie marszałka, które można później przedstawić opinii publicznej jako atak na samych niepełnosprawnych. Po drugie, używanie dzieci w charakterze *tarana* ma podważyć prawo rodziców i opiekunów do protestu, wykazać, że chodzi tu wyłącznie o jakieś niezrozumiałe, (polityczne) zaciętrzewienie. Wreszcie po trzecie, według gazety wokół protestu zaczynają gromadzić się opozycyjni celebryci. Słowo to, posiadając pejoratywne znaczenie, dyskredytuje takie osoby, podważa bezinteresowność ich działań. Celebryta w ogólnym rozumieniu jest nastawiony na rozgłos, ciągną obecność w mediach i z tego powodu pojawia się w miejscach cieszących się dużym zainteresowaniem społecznym. Podczas protestu takim miejscem stał się Sejm, dlatego też wokół niepełnosprawnych zaczęły gromadzić się osoby, którym zależy wyłącznie na własnej sławie.

Interesujący jest artykuł „Wkręceni w politykę”. Przeprowadzona w nim analiza zawiera kilka wątków, które to budują następujący obraz: dobry rząd przeciwstawiony



zostaje bezdusznej opozycji, wykorzystującej dramatyczną sytuację niepełnosprawnych. Również sami protestujących nie są bez winy, bo odrzucają pomysł daniny solidarnościowej, a pomysł 500-złotowego dodatku miał być inspirowany przez opozycję, dążącą w ten sposób do skompromitowania programu 500+. Działania te delegitymizują protest, stawiając jego uczestników w sytuacji współpracowników opozycji, której celem byłoby rozbicie rządu. Zamiast więc podjąć dialog, protestujący wolą być narzędziem politycznym w rękach tych, którzy kilka lat temu ich zawiedli. Nie ma tu jednak ostrej krytyki, kategorycznych sformułowań, sfera emocjonalna jest zarysowana z wycuciem, choć tytuł sugerowałby coś zupełnie przeciwnego. Widać pewien dystans, niemal obiektywizm, jeśli chodzi o wyjaśnienie odbiorcy, na czym polega sedno protestu. Emocje, jeśli już, polegają głównie na zadawaniu pytań retorycznych, typu „gdzie oni wtedy byli?”, skierowanych do opozycji, której ma zależeć na eskalacji protestu. Samym protestującym wypomina się nawoływanie, by w kolejnych wyborach nie głosować na PiS. Takie działania, w przekonaniu dziennikarzy *Sieci*, mają sugerować upolitycznienie protestu. W ten sposób pozycjonuje się opozycję wraz z niepełnosprawnymi po stronie ludzi pragnących zdestabilizować działanie rządu.

Złe emocje pojawiające się wokół protestu, jak sugeruje tekst „Groteska w Sejmie”, to wina opiekunów, którzy postanowili „pokazać” swoją polityczną twarz. Nie można już mówić o apolitycznym wydarzeniu, przeciwnie, cel takich działań jest ściśle określony (tekst sugeruje, iż chodziło o destabilizację działań rządu). To wszystko ma powodować, że społeczeństwo zaczyna odwracać się od protestujących: „[...] już niewiele osób traktuje ten protest poważnie. W tym wszystkim szkoda tylko tych biednych dzieci w Sejmie i całego środowiska niepełnosprawnych, któremu ten protest po prostu szkodzi” (Łosiewicz 2018, s. 5). Sam przekaz wzmacniają wyrażenia *szkoda, biedne dzieci, szkodzi*, z kolei opiekunowie są przedstawieni jako osoby niedbające o zdrowie swoich dzieci. Zależy im jedynie na politycznej awanturze, a to tworzy wyłącznie negatywny obraz wszystkich niepełnosprawnych, nie tylko tych przebywających w parlamencie.

Większości tekstów opisujących protest towarzyszą negatywne emocje. Są one ukierunkowane na rząd albo opozycję i protestujących. Nawet jeśli widać próbę bezstronnej analizy, to szybko zostaje ona zastąpiona emocjonalnym przekazem, mającym wywołać u odbiorcy ściśle określone, antagonistyczne uczucia.

### *Sensacjonalizm*

Według Tomasza Goban-Klasa współczesne media najlepiej określają następujące słowa: „NIE nudź i NIE znudź – baw, unikaj skomplikowanych problemów, graj na samograjach: seks, skandal, sport, morderstwa, a nawet wiadomości (news) oraz NIE obrażaj audytorium (ludzi) – nie kwestionuj ich przekonania i zdrowego rozsądku” (Goban-Klasa 2011, s. 430). Zasada, którą można określić mianem „3 razy NIE”, definiuje obecny przekaz medialny. Trzeba zainteresować odbiorcę, przyciągnąć go, sprawić, by nie potrafił oderwać się od danego medium. Jednocześnie

sposób przedstawienia danej informacji musi być maksymalnie uproszczony, wręcz czarno-biały (Mrozowski 2001, s. 314). Dobrze jest, gdy całości towarzyszy przyciągająca uwagę grafika. W ten sposób nawet pozornie błaha wiadomość urasta do rangi sensacyjnego *news*a.

Bardzo dobrym przykładem tego typu działań jest artykuł „Sejm nie dla obywateli” zamieszczony w 22. numerze *Newsweek*a. Tekst ten opisuje powolne, acz systematyczne zamykanie gmachu Sejmu. Swoista kulminacja zamiany go w „twierdzę” następuje podczas protestu. W artykule dominują wyraziste śródtytuły: *czarna lista krąży po Sejmie* (o osobach, których nie wolno wpuszczać na teren parlamentu), *sejmowy paraliż* (zakaz wpuszczania ekspertów na posiedzenia działających w sejmie komisji) czy *segregacja dzieci w sejmie* (zabronione jest wpuszczanie szkolnych wycieczek, odwołano Sejm Dzieci i Młodzieży). Towarzyszy im odpowiednio dobrana kolorystyka, jak choćby w ostatnim przykładzie, w którym leksem *segregacja* została napisana czerwonym kolorem. Tygodnik uważa, że ograniczenia te mają za cel uderzyć przede wszystkim w protestujących. Nie wolno im bowiem opuszczać budynku, a jeśli ktoś się na to zdecyduje, nie dostaje pozwolenia na ponowne wejście. Za niedopuszczalną *Newsweek* uważa sytuację związaną z uczestniczką powstania warszawskiego, Wandą Traczyk-Stawską, która chciała odwiedzić niepełnosprawnych, lecz jej na to nie pozwolono. Periodyk opisuje również to, co się stało, gdy na dziedzińcu z Janiną Ochojską spotkali się protestujący niepełnosprawni:

Środowe popołudnie. Leje jak z cebra. Przed Sejmem siedzą Kuba i Adrian na wózkach. Wokół bariery i uzbrojeni strażnicy. Podjeżdża samochód, z którego wysiada Janina Ochojska, szefowa Polskiej Akcji Humanitarnej, sama niepełnosprawna [...]

– Jest mi przykro, że nie może pani wejść – mówi Adrian.

– Nie sądziłam, że Sejm jest tak oblężoną twierdzą. Łatwiej było się dostać do Sarajewa – mówi Ochojska. Ledwo trzyma się na kulach, popychana przez wianuszek policjantów.

Za rozmowę z Ochojską niepełnosprawni Adrian i Jakub dostają od Kuchcińskiego zakaz wychodzenia z Sejmu na spacer (Grochal, Pawlicka 2018, s. 22).

Opis pogody, samego spotkania czy późniejszych reperkusji – wszystko ma składać się na sensacyjną treść, wobec której czytelnik nie pozostanie obojętny. Przeważają krótkie, sugestywne zdania, wzmacniające wymowę całej sytuacji. Przyjęta narracja wpisuje się w walkę (w opinii tygodnika) rządzących z protestującymi, w której władza wykorzystuje wszelkie możliwe sposoby, żeby utrudnić im życie. Jest gotowa „posłużyć” się marszałkiem, jeśli tylko dzięki temu zyska kolejną przewagę nad tą grupą społeczną, jednocześnie pokazując im miejsce w tzw. szeregach.

Mocniejszy przekaz tworzą *Sieci*. W numerze 22. piszą o proteście jako sprawnie zorganizowanej akcji, przypominającej pucz z 2016 roku. Liberalna opozycja, wykorzystująca protest, jak i sami niepełnosprawni, mieli dojść do porozumienia, którego rezultatem byłoby obalenie rządu. Pisz się o przekroczeniu czerwonej linii, groteskowych wydarzeniach, z kolei osoby zbierające się przed Sejmem, by wyrazić

solidarność z protestującymi, są tak naprawdę zwożone przez opozycję. Całość wieńczy tekst „W pełni sprawni szantażyści”, zaczynający się od ukazania prawdy (w opinii autorów artykułu) na temat protestu:

Ten protest miał się zacząć tydzień wcześniej – w rocznicę katastrofy smoleńskiej – co pokazuje, że nie chodzi w nim tylko o dobro niepełnosprawnych, lecz także o polityczną awanturę. A twardy upór przy postulacie, którego spełnić się nie da, każe nam twierdzić, że ten spór po prostu ma trwać (Pyza, Wikło 2018, s. 20).

Już pierwsze zdanie przynosi prawdziwą sensację, ponieważ okazuje się, że początkowo to dzień kolejnej rocznicy katastrofy w Smoleńsku miał być tym rozpoczynającym protest. Informacja ta jest istotna, gdyż uświadamia tej części społeczeństwa, dla której data 10 kwietnia jest ważna, że cała „okupacja” Sejmu to niezwykle sprawnie przemyślana akcja. Nic nie dzieje się przypadkiem, zarówno jeśli chodzi o szybkie przyłączenie się do protestujących kilku posłanek z opozycji, jak i nieustanne ataki na rząd. Również zdarzenie związane z próbą wywieszenia banneru informującego o proteście jest starannie zaplanowane i ma wzbudzić litość (wobec protestujących) oraz nienawiść (wobec rządu). Periodyk na kolejnych stronach odkrywa przed odbiorcami kolejne tajniki całego planu, którego końcowym celem byłoby obalenie rządu. Śródtytuły, jak *zagrać Smoleńskiem, protest polityczny, cios w swoich*, wprowadzają kolejne, sensacyjne nowiny, demaskując tym samym prawdziwą (w ich przekonaniu) twarz protestujących. Mają oni działać wyłącznie na swoją korzyść, co z kolei odbija się na tych niepełnosprawnych, którzy nie uważają takiej formy protestu za słuszną. Dowodzi się, że niewielka grupka awanturników (choć to sformułowanie nie pada nigdzie wprost, przekaz skonstruowano tak, by czytelnik sam doszedł do takich wniosków) swoim zachowaniem zniechęci społeczeństwo do pomocy niepełnosprawnym. Tym samym protestujący działają przeciwko wspólnej sprawie, którą miałyby być kompleksowa pomoc osobom pokrzywdzonym przez los.

*Newsweek* i *Sieci* nie unikają sformułowań wywołujących sensację, uczucie, że oto protest jest czymś więcej. W przekonaniu tych dwóch tygodników toczy się „walka” i każdy z czytelników zostaje niejako zobligowany do opowiedzenia się po odpowiedniej stronie. Nie może być ludzi obojętnych, ponieważ samo wydarzenie takie nie jest i nigdy nie było. Używając retoryki typowej dla bitw czy przewrotów, periodyki te tworzą obraz czegoś, co do tej pory nigdy nie miało miejsca w historii polskiego parlamentaryzmu, nadając w ten sposób całemu wydarzeniu niezwykle wysoką rangę.

### *Personalizacja*

Polega ona na tym, iż sprawy trudne czy skomplikowane ukazuje się z perspektywy laika. Dotyczy to w dużej mierze polityki i ekonomii. Jak zauważa Jerzy Bartmiński,

odniesienie słownictwa potocznego do elementarnych sytuacji egzystencjalnych człowieka, do podstawowych przedmiotów i zjawisk sprawia, że może ono pełnić rolę eksplikacyjną w stosunku do bardziej złożonych i bardziej wyspecjalizowanych wyrażen oraz całych tekstów (Bartmiński 1992, s. 41).

Dziennikarze zdają sobie sprawę, że nie każdy ma ochotę zagłębiać się w mętne, mało zrozumiałe wywody, dlatego bohaterami artykułów bądź komentarzy czynią tzw. zwykłych ludzi. To oni za pomocą prostego, niewyszukanego języka tłumaczą innym odbiorcom, na czym polega konkretny problem, a także jak zwyczajni obywatele postrzegają daną sytuację (Wojtak 2010, s. 39). Ważne jest również pokazywanie „ludzkiej twarzy” jakiegoś wydarzenia, informowanie, że dana sytuacja może spotkać każdego człowieka.

Właśnie na taką „ludzką twarz” akcent kładzie *Newsweek*. Bardzo dobrym przykładem jest artykuł „Naiwna solistka” o Joannie Scheuring-Wielgus. Posłanka ta od początku mocno angażuje się w pomoc protestującym. Kupuje potrzebne lekarstwa, pierze ich ubrania itp. Takie działania są doceniane przez protestujących:

– Aśka nie przychodzi do nas, żeby się lansować – mówi Iwona Hartwich, matka niepełnosprawnego Jakuba. Jedna z osób, które od połowy kwietnia protestują w Sejmie. – Gdy protestowałyśmy w 2014 r., byli z nami Mularczyk i Kempa, ale dziś udają, że nas nie znają – dodaje (Pawlicka 2018, s. 21).

Tego typu wypowiedzi pokazują mniej oficjalną stronę parlamentarzystki. Familiarność, z jaką opiekunowie będący w Sejmie mówią o Scheuring-Wielgus, tworzy atmosferę czegoś zwyczajnego, normalnego. Nie ma posłów i obywateli, są ludzie potrzebujący pomocy, choćby właśnie przy zrobieniu prania. Tygodnik przywołuje także entuzjastyczną wypowiedź samej posłanki, która nagle znalazła się w zupełnie innej rzeczywistości: „[...] Tu się dzieją niesamowite rzeczy. Gdy napisałam, że potrzebuję 12 materacy, dostałam 36. Gdy potrzeba lekarstwa, puszczam wiadomość i jakiś lekarz wypisuje receptę, ktoś ją realizuje, ktoś przywozi lekarstwo do Sejmu, a ja tylko przekazuję je potrzebującemu” (*ibidem*). Ma to swój cel, a jest nim przedstawienie protestu jako czegoś bliskiego ludziom. Periodyk zdaje się mówić: „każdy jest rodzicem. Coś takiego mogłoby spotkać i was. Czy wtedy nie chcielibyście żadnej pomocy?”. Naturalnie brak tu personalizacji *sensu stricto*, jednakże i tak otrzymuje się zamierzony efekt. Taki przekaz, w którym czytelnik widzi „zwykłe” życie protestujących, wywołuje w nim określone uczucia. Stworzona zostaje również pewna więź z tymi osobami, przez co odbiorca zaczyna „kibicować” rodzicom i opiekunom znajdującym się z parlamentem i chce, by ich postulaty zostały spełnione w całości.

Inaczej do spersonalizowania protestu podeszło *Sieci*. Tu „zwykłym obywatelem” jest przywoływany wcześniej Jan Pietrzak. Już tytuł komentarza „Może jestem przewrażliwiony” sugeruje, że treść będzie niemal jowialna, mało skomplikowana. Istotne pozostaje, że Pietrzak już od początku jasno pokazuje, do kogo kieruje swoją wypowiedź:

Trzeba nie mieć serca, by narazić niepełnosprawne dziecko na kontakt z kreaturą w rodzaju Wałęsy. A jednak byliśmy świadkami takiej żenady. Bezrozumny bełkot byłego prezydenta z pewnością nikomu pomóc nie może. Tydzień po tygodniu widzimy, jak wokół matek protestujących w Sejmie kręcą się fałszywe typy udające współczucie. Nawet wyrzucony z własnej partii Petru uczeplił się wózka jako bolesciwy celebryta (Pietrzak 2018, s. 18).

Określenia *brak serca*, *kreatura*, *fałszywe typy* wprowadzają odpowiedni kontekst emocjonalny i mocno oddziałują na odbiorcę. Słowny atak skierowany na Lecha Wałęsę (po części wpisujący się w retorykę pisma) ma dodatkowo wzmocnić całą wypowiedź, nadać jej ton ogromnego wzburzenia. Znamienne, iż kabareciarz dokonuje podziału na MY – ONI, przy czym MY to ludzie obserwujący z zażenowaniem (w jego mniemaniu) zachowania polityków opozycji. Właśnie w ich imieniu wypowiada się Pietrzak, uważający tego typu „zbiegowiska” za urągające ludzkiej godności. Użyty zaimek zbiorowy sprawia, że czytelnik nagle znajduje się w ekskluzywnym gronie osób, które nigdy nie zachowałyby się w sposób niewłaściwy i niepoważny. Dzięki temu taki „zwyczajny” nadawca, na jakiego kreuje się Pietrzak, przeistacza się w człowieka pełniącego funkcję etycznego drogowskazu, kogoś, kto mówi, jak trzeba postępować w tej konkretnej sytuacji.

Obydwa tygodniki posiadają klarowną linię programową, lecz to nie przeszkadza im wspomagać przekazu o proteście wypowiedziami takimi jak powyżej. Redakcje wiedzą, że czytelnicy zgodni ideowo z periodykami i tak postanowią po nie sięgnąć. Mimo tego używają one „chwytów”, jakich należałoby się spodziewać bardziej po tabloidach. Mają one za zadanie przybliżyć odbiorcom opisywane wydarzenie, wyjaśnić różnorakie niuanse czy (co bardziej prawdopodobne) utwierdzić stałych odbiorców w przekonaniu, że ich pogląd jest tym najwłaściwszym.

### *Wizualizacja*

By przyciągnąć uwagę czytelnika, potrzeba wyrazistej grafiki. Dominującymi wtedy kolorami są czerwony, czarny, żółty. Zostają one odpowiednio zintensyfikowane, dzięki czemu od razu przykuwają wzrok potencjalnego odbiorcy. Równie istotną rolę odgrywają zdjęcia umieszczone w dużej ilości (często dominują nad tekstem, który staje się wtedy tylko ich uzupełnieniem) wraz z sugestywnymi podpisami. W ten sposób nadawca może się spodziewać, że na pewno w jakimś stopniu zachęci ludzi do zapoznania się z zawartością pisma (Opilowski 2010, s. 440). Uzupełnieniem wizualnego przekazu są zdjęcia, najlepiej takie, na których uchwyciło się niezręczną scenę bądź grymas danej osoby.

W przypadku *Newsweeka* okładką przyciągającą uwagę byłaby ta z 22. numeru:



Tygodnik odnosi się tutaj do postępującego zamykania parlamentu przed obywatelami. Zabieg ten jest o tyle interesujący, że choć w samej okładce nie ma nawiązania do protestu, artykuł poświęcony temu zamknięciu opisuje, jak wpływa ono na los protestujących. Nikt nie może wejść, a jeśli ktoś wyjdzie, nie będzie mógł wrócić. Dotyczy to niepełnosprawnych czy osób chcących udzielić im wsparcia. Opisuje się przypadki Wandy Traczyk-Stawskiej (uczestniczki powstania warszawskiego) czy Janiny Ochojskiej (przewodniczącej Polskiej Akcji Humanitarnej), które nie zostały wpuszczone do gmachu sejmowego. Chciały one dzięki rozmowie wspomóc protestujących, jednakże władza im to uniemożliwiła. Gdy z kolei dwójka niepełnosprawnych wyszła na dziedziniec, chcąc porozmawiać z Ochojską, krótko potem otrzymała zakaz wychodzenia na zewnątrz. Tym samym okładka w przemyślany sposób nawiązuje do protestu, czyniąc z niego niejako podsumowanie decyzji marszałka Kuchcińskiego o stopniowym odgradzaniu się od obywateli.

Kilka słów należy poświęcić kolorystyce okładki. Użyta czerwień wywołuje gwałtowne emocje, niepokój, poczucie zagrożenia. Zestawiając ten kolor z treścią czy także wizerunkami polityków, periodyk doskonale odzwierciedla panującą atmosferę. Pojawia się właśnie strach, niepewność dotycząca przyszłości. Czytelnik otrzymuje bowiem konkretny przekaz: obecna władza izoluje się od narodu, a także odseparowuje jego obywateli (*casus* protestujących) i nie pozwala na społeczną kontrolę. Dodatkowo pisze się o strażnikach, posiadanych przez nich uzbrojeniu

(paralizatory), zastraszaniu posłów opozycji. Takie informacje, wzmacnione kolorem kojarzącym się z negatywnymi emocjami, wywołują obawę co do losu niepełnosprawnych w Sejmie. Społeczeństwo dostaje swoisty sygnał, żeby właśnie teraz pilniej przyglądało się działaniu władzy, ponieważ ta może zechcieć wystąpić przeciwko najsłabszej grupie.

Na szczególną uwagę zasługuje zamieszczone w tym samym numerze zdjęcie ukazujące posłankę Bernadetę Krynicką, „uciekającą” przed protestującymi. Scena ta stała się dla części mediów symboliczna, gdyż pokazywała stosunek rządzących do niepełnosprawnych. Samo zdjęcie zostało umieszczone jako część tekstu „Pycha i Siła”. Na pierwszym planie widać posłankę, której usta są zaciśnięte, twarz wyraża niechęć. Tuż za nią na wózkach niepełnosprawni wraz z opiekunami, którzy chcą z nią porozmawiać o całej sytuacji. Podpis do tego zdjęcia („Bernadeta Krynicka, posłanka PiS, nie chciała rozmawiać z niepełnosprawnymi i ich rodzicami”), w którym imię i nazwisko parlamentarzystki napisano czarną, wytłuszczoną czcionką, jedynie dopełnia całości przekazu. Dzięki temu efekt zamierzony przez *Newsweek* zostaje w pełni osiągnięty.

*Sieci* poświęciły protestowi okładkę w jednym z wydań (dokładnie numer 22), która również nie pozostawia żadnych wątpliwości, jeśli chodzi o całe wydarzenie:



Słowa *szantaż sterowany* oraz *obalenie rządu* są w kolorze żółtym i wyraźnie odznaczają się na tle reszty tytułu. Periodyk informuje w taki sposób o dwóch rzeczach:

1. Protest jest tak naprawdę sprawnie zorganizowaną akcją polityczną, służącą szantażowaniu rządzących, by ci spełnili wygórowane (w domyśle) roszczenia niepełnosprawnych.
2. Finalnym efektem protestu (szantażu) ma być obalenie rządu.

Niepełnosprawni zostają wpisani w grupę tzw. przeciwników totalnych. Nie zależy im na szybkim zakończeniu protestu, przeciwnie, kolejnymi żądaniem mają coraz mocniej uderzać w PiS. Dodatkowo współdziałają z opozycją, która chce dymisji rządu i w tym celu jest gotowa użyć wszelkich niegodziwych środków (jak choćby wykorzystanie osób niepełnosprawnych). Całość przypomina retorykę o puczu w 2016 roku, a taka okładka ma pośrednio nawiązywać do tamtych wydarzeń. Odbiorca, widząc coś takiego, zostaje wcześniej ostrzeżony, ma nie wierzyć w narrację niepełnosprawnych/opozycji, gdyż jest ona kłamliwa, nastawiona na konkretny efekt. W wyniku takich działań protestujących – poprzez zrównanie z opozycją – ukazuje się jako wrogów demokratycznie wybranego rządu. Nie można im ufać ani wierzyć zapewnieniom, że są osobami apolitycznymi, nawet jeśli podkreślają fakt protestowania również w 2014 roku.

W przypadku zdjęć za „dowód” współpracy protestujących z opozycją może służyć fotografia przedstawiająca posłankę Scheuring-Wielgus rozmawiającą z Iwoną Hartwich, która pełni rolę liderki protestu. Przez część czytelników może ona zostać odebrana jako instruowanie tej drugiej przez tą pierwszą. Także zdjęcie dwójki rodziców chcących wywiesić baner informujący o proteście wpisuje się w obraz całkowicie politycznej akcji. Za pomocą takich działań periodyk przekonuje, że protestujący są bliskimi współpracownikami opozycji, dlatego też nie mają moralnego prawa do stawiania żądań Zjednoczonej Prawicy.

Wizualizacja pozwala obydwu czasopismom zintensyfikować przekaz, podkreślić wagę wydarzeń tych kilkudziesięciu dni protestu. Prowadzi również emocje czytelnika w zamierzonym przez dany tygodnik kierunku. Będzie to współczucie niepełnosprawnym i niechęć wobec rządzących (*Newsweek*) albo uznanie protestu za misterny plan opozycji, chcącej dokonać kolejnego puczu (*Sieci*). Redakcje obydwu gazet doskonale zdają sobie sprawę, że dobrze dobrana, nierzadko kontrowersyjna okładka przykuje uwagę potencjalnego odbiorcy. Nie inaczej dzieje się, gdy sprawa dotyczy protestu grupy społecznej uważanej za najsłabszą.

## Zakończenie

Dzięki przeprowadzonej analizie można stwierdzić, że:

1. Relacja z protestu dokonana przez periodyki *Newsweek* i *Sieci* spełnia wszystkie wyznaczniki tabloidowości.
2. Proces ten jest najmocniej widoczny, gdy chodzi o emocjonalność i sensacyjność.
3. Język użyty do opisu protestu jest konfrontacyjny, dokonuje on również bardzo wyraźnego podziału społecznego (można być *za* albo *przeciw* protestującym, trzecia możliwość w ramach analizowanych przekazów nie istnieje).
4. W badanych tygodnikach nie ma pogłębionej analizy całego wydarzenia.



Tytuły te posiadają konkretny typ odbiorcy, a ich ideologia jest ściśle określona. Mogłyby się więc wydawać, że nie istniała potrzeba stabloidyzowania tematyki protestu. Okazuje się jednak, że uznały one taki właśnie sposób wyrażenia opinii o wydarzeniach w Sejmie za najwłaściwszy. Pomimo delikatnej problematyki, wymagającej dodatkowo wyjaśnienia szeregu zagadnień związanych z tą grupą społeczną, badane czasopisma postanowiły pozostać wierne swojej linii redakcyjnej. W wyniku takich działań protest stał się dla analizowanych tygodników powodem, by uderzyć w rząd (*Newsweek*) albo w opozycję (*Sieci*). Warto również zastanowić się, czy któryś z analizowanych tygodników „przechyla się” w stronę tabloidu. Poczyniona przez autora analiza sugeruje, że najmocniejszy przechył jest widoczny w przypadku *Sieci*. Począwszy od okładek opatrzonych podpisami, które nie pozostawiają jakiegokolwiek pola do dyskusji, poprzez prosty (i antagonistyczny) język, a skończywszy na wywoływaniu skrajnych emocji, czasopismo to niebezpiecznie „skręca” na tory typowe dla tabloidów. Kwestią otwartą pozostaje, czy w przyszłości stanie się ono typowym tabloidem.

Należy również podkreślić, że sami niepełnosprawni zostali niejako włączeni w trwającą wojnę polityczną, ponieważ postanowiono przedstawić te osoby jako wrogów większości parlamentarnej. Z jednej strony mieli razem z opozycją obalić rząd, z drugiej z racji protestu przypominali niespełnione obietnice Zjednoczonej Prawicy, co mogło obniżyć jej wiarygodność w oczach wyborców. Z tej właśnie przyczyny zaczęli stanowić poważne „zagrożenie” dla PiS-u, który chciał ich przez to zdezawuować.

Protest osób niepełnosprawnych i ich opiekunów nie spowodował wyciszenia sporów. Także dwa tygodniki stojące na przeciwnych biegunach nie skorzystały z sytuacji i nie przybliżyły swoim czytelnikom powodów takiego działania ze strony protestujących. Brakowało także postulatu dotyczącego szerszej debaty skupionej na kompleksowej pomocy niepełnosprawnym. Zamiast tego *Newsweek* oraz *Sieci* jedynie pogłębiały podziały społeczne, a ofiarami takich działań stali się niepełnosprawni. To może budzić głęboki niepokój, że omawiane pisma nie będą miały oporów, by w podobny sposób przedstawiać w przyszłości inne, równie wrażliwe społecznie wydarzenia<sup>2</sup>.

## Bibliografia

- Bauer Z. (2012). Twój głos w Twoim domu: cztery typy tabloidyzacji. *Oblicza Komunikacji*, nr 3, s. 37–47.
- Bartmiński J. (1992). *Styl potoczny*. W: W.J. Anusiewicz, F. Nieckula (red.). *Język a kultura*. T.5. *Potoczność w języku i kulturze* (s. 37–54). Wrocław.

2 Kwestią wymagającą zbadania jest to, czy analizowane periodyki już wcześniej nie postępowały w podobny sposób, gdy chodzi o tzw. trudne tematy, jak choćby aborcja czy *in vitro*.

- Burger H. (2005). *Mediensprache: eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin.
- Dulinski U. (2003). *Sensationsjournalismus in Deutschland*. Konstanz.
- Esser F. (1999). Tabloidization of News. A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, vol. 14, p. 291–324.
- Goban-Klas T. (2011). *Wartki nurt mediów: ku nowym formom społecznego życia informacji: pisma z lat 2000–2011*. Kraków.
- Höke J. (2007). *Sun vs. Bild. Boulevardpresse in Grossbritannien und Deutschland*. Saarbrücken.
- Kurtz H. (1993). *Media Circus – The Trouble with America's Newspapers*. New York.
- Lisowska-Magdziarz M. (2009). *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*. Kraków.
- McQuail D. (2007). *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka. Warszawa.
- Mielczarek T. (2016). Tabloidyżacja prasy opinii. *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, t. 8/19, s. 25–43.
- Mrozowski M. (2001). *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*. Warszawa.
- Opiłowski R. (2010). *Bildlinguistische Aspekte in der Medienkommunikation*. W: A. Mac, Z. Bilut-Homplewicz, M. Smykała, I. Szwed, Peter Lang (hrsg.). *Text und Stil* (S. 437–449). Frankfurt am Main.
- Ozóg K. (2006). Pauperyżacja języka współczesnej polityki. *LingVaria*, nr 1, s. 81–90.
- Piontek D. (2009). Tabloidyżacja dziennikarstwa. W: S. Zakrzewski (red.). *Polubić dziennikarstwo* (s. 231–248). Poznań.
- Piontek D. (2011). Tabloidyżacja dyskursu publicznego w Polsce na przykładzie programów informacyjnych. Uwagi metodologiczne. W: K. Churska-Nowak, S. Drobczyński (red.). *Profesjonalizacja i mediatyzacja kampanii politycznych w Polsce* (s. 184–200). Poznań.
- Szahaj A. (2012). Kultura upokarzania. *Odra*, nr 2, s. 40–44.
- Wojtak M. (2010). *Głosy z teraźniejszości: o języku współczesnej polskiej prasy*. Lublin.
- Zielińska K. (2016). *Druga twarz tabloidu? Językowe działania autoprezentacyjne podejmowane przez dzienniki „Fakt” i „Bild-Zeitung” jako przedmiot badań mediolingwistyki porównawczej*. Warszawa.

### *Artykuły i materiały prasowe*

- Grochal R., Pawlicka A. (2018). Sejm nie dla obywateli. *Newsweek*, nr 22.
- Grochal R. (2018). Królowa hejtu. *Newsweek*, nr 24.
- Karnowski M. (2018). Turboliberalne oszustwo. *Sieci*, nr 21.
- Lis T. (2018). Treser. *Newsweek*, nr 22.
- Łosiewicz D. (2018). Groteska w Sejmie. *Sieci*, nr 22.
- Michalski C. (2018). Siła teflonu. *Newsweek*, nr 21.
- Pawlicka A. (2018). Naiwna solistka. *Newsweek*, nr 21.
- Pietrzak J. (2018). Może jestem przewrażliwiony... *Sieci*, nr 22.
- Pyza M., Wikło M. (2018). W pełni sprawni szantażyści. *Sieci*, nr 22.

## STRESZCZENIE

Tekst analizuje sposób przedstawienia protestu osób niepełnosprawnych i ich opiekunów w 2018 roku na łamach wybranych numerów czasopism *Newsweek* i *Sieci*. Główna teza badawcza mówi, że w obu przypadkach przekaz został poddany tabloidyzacji, przez co doszło do zdezawuowania wydarzeń w Sejmie. Autor skupia uwagę na pięciu wyznacznikach tabloidyzacji. Są nimi potoczność, emocjonalizm, sensacjonalizm, personalizacja i wizualizacja. Przegląd ten pozwala stwierdzić, że relacja z protestu dokonana przez *Newsweek* oraz *Sieci* spełnia wszystkie wyznaczniki tabloidowości, dodatkowo obydwie strony sporu są dyskredytowane, brakuje też dokładniejszej analizy relacjonowanego wydarzenia. Dzięki przeprowadzonym badaniom artykuł wpisuje się we współczesną debatę na temat postępującej tabloidyzacji tygodników opinii.

**Słowa kluczowe:** protest, niepełnosprawni, tabloidyzacja, tygodniki opinii, polaryzacja