

Stanisław Michalczyk*, **Karolina Polińska****

ELEMENTY TABLOIDYZACJI PREZENTACJI POLITYCZNEGO DZIENNIKARSTWA ŚLEDZCEGO. ANALIZA OKŁADEK W TYGODNIKACH OPINII. WSTĘP DO BADAŃ

Streszczenie

Niniejsze badanie przedstawia analizę politycznego dziennikarstwa śledczego na okładkach czterech tygodników opinii, w perspektywie tabloidyacji, w okresie od stycznia 2013 do grudnia 2017 r. Okazało się, że spośród wyłonionego do badania szeregowego dziennikarstwa śledczego na okładkach $N = 115$ (71%) ma cechy, które wykorzystują tabloidy. Tygodnik „wSieci”/”Sieci” i „Wprost” najczęściej wykorzystywały wskazane typy tabloidyacji w prezentowaniu dziennikarstwa śledczego, a typem najczęściej stosowanym spośród pięciu zawartych w kluczu kategoryzacyjnym było usensacyjnienie tych przekazów na okładkach.

Słowa kluczowe: dziennikarstwo śledcze, tabloidyacja

Wstęp

Wyidealizowane dziennikarstwo śledcze spektakularnie obala skorumpowane, niemoralne rządy, ściga polityków i urzędników, a wszystko to w imię dobra maluczkich. Ludzie, którzy je uprawiają, nie ulegają presji, są bezkompromisowi, niezłomni i nieprzekupni. Ich praca wywołuje lawinę oburzenia opinii publicznej i przedstawicieli władzy, co w rezultacie doprowadza do oczekiwanych zmian – dymisji niemoralnych polityków, zmiany prawa. Tak postrzegane przez laików, bywa jednak często przez nich niezauważane, a ze strony decydentów – przemilczane. To, co je napędza, bywa zbrukane złymi intencjami, pogonią za szybką sensacją lub przekonaniem o nieomyślności. Sami dziennikarze bywają zniechęceni i zmęczeni nieporadnym działaniem państwa, własnymi finansami czy działalnością redakcji wobec nich samych lub ich materiałów.

* Zmarły profesor Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

** Uniwersytet Śląski w Katowicach, e-mail: karolina.polinska@us.edu.pl, ORCID: 0000-0002-2816-9858.

Dziennikarstwo śledcze bywa niedoceniane i przeceniane. Dziennikarzom brak czasu na zaangażowanie, a ich redakcjom brak funduszy i niezależności, by proces intelektualny, jakim jest dziennikarstwo śledcze, nie był tylko czymś, co czasem się przydarza, ale ważną specjalizacją w redakcjach, które zajmują się jakościowym dziennikarstwem. Walka o słuchacza, czytelnika czy widza prowadzi do wykorzystywania technik wzmacniających istotność wypowiedzi medialnej znanych dziennikarstwu tabloidowemu. Tabloidyzacja współcześnie dotyczy także dziennikarstwa, które z natury postrzegane jest jako poważne.

Dziennikarstwo śledcze a dziennikarstwo skandalizujące

Dziennikarstwo śledcze jest dziennikarskim wytworem, który wymaga nie tylko „dobrego pióra”, ale wielkiego zaangażowania, doświadczenia, wiedzy w wielu dziedzinach, umiejętności analizy, znajomości nowych technologii, umiejętności rozmowy i słuchania ludzi, którzy często nie chcą mówić. Nie zawsze jest pasjonujące jak w filmach fabularnych. Częściej jest żmudną analizą dokumentów. Jak stwierdza Curtis Daniel MacDougall, reporter śledczy jest jak każdy inny rodzaj reportera, tylko bardziej. Bardziej dociekliwy, bardziej sceptyczny, bardziej pomysłowy i z wyobraźnią, wiedzący, gdzie szukać faktów, bardziej pomysłowy w omijaniu przeszkód, bardziej nieustraszony w pogoni za faktami i zdolny do znoszenia znoju i niewygody¹.

W większości definicji różni autorzy podkreślają kilka powtarzających się cech charakterystycznych dziennikarstwa śledczego:

- Wojciech Adamczyk: docieranie jak najbliżej prawdy², ujawnianie ukrytej przez opinią publiczną nieprawidłowości³;
- Hugo de Burgh: odkrywanie prawdy i identyfikacja uchybień⁴;
- Monika Worsowicz: długotrwała praca nad materiałem⁵;
- Mark Feldstein: bastion demokracji jako kontrola nad niewłaściwymi działaniami w polityce i porządku publicznym⁶;

¹ C.D. MacDougall, *Interpretative Reporting*, Nowy Jork 1982, s. 227.

² W. Adamczyk, *Skandal na pierwszej stronie. Sensacyjność jako element oceny wiarygodności śledztw dziennikarskich* [w:] *O dziennikarstwie śledczym. Normy, zagrożenia, perspektywy*, red. M. Palczewski, M. Worsowicz, Łódź 2009, s. 28.

³ W. Adamczyk, *Amerykańskie archetypy dziennikarstwa śledczego*, Poznań 2008, s. 22.

⁴ H. de Burgh, *Introduction* [w:] *Investigative Journalism*, red. H. de Burgh, Nowy Jork 2008, s. 12.

⁵ M. Worsowicz, *Pragmatyka tekstów śledczych. Wybrane zagadnienia* [w:] *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych*, red. M. Palczewski, M. Worsowicz, Łódź 2006, s. 123–124.

⁶ M. Feldstein, *A Muckraking Model Investigative Reporting Cycles in American History*, „Press/Politics”, 2011, nr 2, s. 1.

- Bill Kovach i Tom Rosenstiel: najwyższa forma dziennikarskiej służby społecznej⁷.

I jak pisał Kevin Marsh, to nie tylko odkrywanie i ujawnianie, choć są one niezbędne. Nie jest to też zwykle zmuszanie władzy do ujawniania tajemnic, choć to również jest – zazwyczaj – niezbędne. Jest to proces „od końca do końca”, od ciekawości poprzez ocenę, weryfikację, kopanie głębiej, aż po nagłówek i fascynującą narrację. Niezbędny trójkąt – ujawnionych tajemnic, ważności i narracji⁸.

Bliskość dziennikarstwa skandalizującego jest tylko pozorna, bo choć badacze zauważają podobieństwa i – jak twierdzi Matthew C. Ehrlich – obie formy są spadkobiercami *muckrakingu* z XIX i XX wieku, w zbieraniu materiałów dziennikarze posługują się tajnymi źródłami przy zastosowaniu podobnych technik i wykazują podobne zaangażowanie w realizację tematu, a dążenia obu typów dziennikarstwa prowadzą do demaskacji jakiegoś procederu i zajmują się przestępczością i seksem, stosują moralizatorski ton⁹ – to różnice wydają się istotniejsze. Przytoczony autor wskazał cechy dziennikarstwa śledczego, które jednocześnie wyraźnie je różnicują od dziennikarstwa skandalizującego (tabela 1).

Tabela 1. Różnice między dziennikarstwem śledczym a tabloidowym

	Dziennikarstwo śledcze	Dziennikarstwo skandalizujące
Charakter działalności	Odkrycie usterki, naprawa systemu, ujawnienie zagrożenia ze strony polityków, urzędników i osób prominentnych.	Poprzestaje na portretowaniu winy jednostki, wykazuje większy wpływ jednostki na pojawienie się patologii.
Forma wypowiedzi	Operowanie gatunkami z pogranicza dziennikarstwa i literatury, skupia się bardziej na treści.	Najatrakcyjniejsze przedstawienie treści, stawia się na pomysłowość formy.
Cel	Demaskacja patologii i wybuch skandalu są tylko środkiem do pobudzenia odbiorców i wywarcia presji na władzę.	Wywołanie skandalu jest celem samym w sobie, bo pozwala skupić uwagę na medium i zwiększyć zyski.
Współpraca z poufnymi informatorami	Oparta na zaufaniu. Opłaty za informacje są nieetyczne i podważają wiarygodność.	Sensacyjne informacje są często pozyskiwane za gratyfikacje dla informatora.
Dobór informatorów	Selekcja informatorów pod kątem przydatności w podejmowanej tematyce.	Im bardziej sensacyjna informacja, tym korzystniejsza współpraca.

⁷ B. Kovach, T. Rosenstiel, *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, Crown–Nowy Jork 2021, s. 231.

⁸ K. Marsh, *Investigative Journalism: Secrets, Salience and Storytelling* [w:] *Journalism: New Challenges*, red. K. Fowler, S. Allan, Bournemouth 2013, s. 223.

⁹ M.J. Ehrlich, *The Journalism of Outrageousness: Tabloid Television News vs. Investigative News*, „Journalism & Mass Communication Monographs”, 1996, No 155.

Czas pracy nad materiałem	Długotrwała weryfikacja informacji i praca nad materiałem.	Presja czasu i walka z konkurencją wymuszają szybką i powierzchowną pracę nad materiałem.
Źródła informacji	Najczęściej są to dokumenty: akta spraw sądowych, wpisy do rejestrów, inne materiały dziennikarskie.	Wystarczają informacje od poufnych informatorów.
Poziom sensacyjności	Elementy sensacyjne, dramatyczne są wypadkową podejmowanych tematów. Najczęściej równoważy je zachowanie reguł warsztatowych, takich jak prezentacja wszystkich stron konfliktu, wyważenie argumentów i oparcie na faktach.	Sensacyjność jest podstawowym kryterium przydatności.
Rzetelność w relacjonowaniu wydarzeń	Wątki fikcyjne zdarzają się rzadko ¹⁰ .	Istnieje przyzwolenie na wpłatanie wątków fikcyjnych.
Procedura pracy nad tekstem	Procedura polegająca na czterech etapach pracy: – wstępne badanie potencjalnych projektów, – poddawanie ocenie gromadzonych dowodów przestępstwa i określanie ich wiarygodności, – dopasowywanie poszczególnych części, czyli decydowanie, co powinno znaleźć się w publikacji i w jakim porządku, – ocena poprawności konstrukcji materiału i upewnienie się, że informacje zawarte w publikacji zostały rzetelnie zbadane i nie mogą być obalone jako nieprawdziwe (np. w sądzie).	Dziennikarze upraszczają procedurę. Nie zgłębiają tematu, liczy się czas ujawnienia sensacji.

Źródło: opracowanie własne na podstawie M.J. Ehrlich, *The Journalism of Outrageousness: Tabloid Television News vs. Investigative News*, "Journalism & Mass Communication Monographs", 1996, No 155.

¹⁰ Przykładem jest książka *Zatoka Świń* Piotra Głuchowskiego i Bożeny Aksamit, w której autorzy opowiadają historię 14-letniej Anaid. Dziewczynka rzuciła się pod pociąg z powodu gwałtu; jego sprawca Krystian W. powiązany był ze słynną Zatoką Sztuki. Sprawa Anaid okazała się tylko wstępem do przestępstw wobec nieletnich i nie tylko. Książka wydana i reklamowana przez Agorę, jako kryminał *non-fiction*, okazała się w części zmyślona, co skutkowało usunięciem jej ze sklepu Agory i wydaniem oświadczenia: *List otwarty w sprawie Piotra Głuchowskiego*, Feminoteka, <https://feminoteka.pl> (23.10.2024).

Mimo niewątpliwych związków, różnice suponują, iż dziennikarstwo śledcze to specjalizacja należąca do dziennikarstwa jakościowego, traktującego o sprawach ważnych, mająca warsztatowe obwarowania i wymagania.

Tabloidyzacja dziennikarstwa jakościowego

Koncepcja mediów jakościowych *quality press* nie jest popularna i trudno w literaturze o spójną definicję. Russ-Mohl przyjął jako naukową zgodę, że za prasę wysokiej jakości uznaje się gazety i czasopisma informacyjne, które są skierowane do „inteligencji”, tj. elit i decydentów danego kraju, są dystrybuowane na poziomie krajowym, a nie regionalnym, oraz dostarczają szerokiego i dogłębnego zakresu wiadomości i informacji ogólnych¹¹. Nichol’a Reneé Harris wymienia za Johnem Paletz’em kilka cech prasy elitarnej: nacisk na politykę i rząd, zatrudnianie zagranicznych korespondentów, zagłębianie się w ważne kwestie, publikowanie dziennikarstwa śledczego, unikanie hiperbolicznego języka czy krzykliwych materiałów, wiadomości zawierają niezbędne tło, kontekst i źródło¹².

Trend tabloidyzacji w mediach poważnych, informacyjnych nie jest zjawiskiem nowym. Jak pisał już w 1999 roku Frank Esser, proces ten rozpoczął się sto lat wcześniej. Autor wyjaśnia, że tabloidyzacja jest skutkiem komercjalizacji, a prasa, poszukując sposobów na zainteresowanie odbiorcy, dodawała informacje przemawiające do szerszego grona odbiorców. Proces ten doprowadził ostatecznie do powstania znanych nam dzisiaj gazet tabloidowych¹³. To zmieniające się oblicze dziennikarstwa, swoista walka na wizualizację, nagłówki, okładki i rozrywkę trwa do dzisiaj i dotyczy każdego rodzaju dziennikarskich wytworów.

Tabloidyzacja jednak może negatywnie wpływać na wiarygodność poważnych wiadomości. Szczególnie dziennikarstwo śledcze narażone

¹¹ S. Russ Mohl, *Quality Press* [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Malden, Oxford, Victoria, 2008, s. 4064.

¹² N.R. Harris, *Tabloidization in the Modern American Press: A Textual Analysis and Assessment of Newspaper and Tabloid Coverage of the “Runaway Bride” Case*, Scholarworks, <https://scholarworks.gsu.edu> (25.10.2024).

¹³ F. Esser, *Tabloidization of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism*, “European Journal of Communication”, 1999, nr 14, s. 291–292.

jest na utratę zaufania, gdy przyjmuje sensacyjne techniki pisania¹⁴ i stosuje krzykliwość, sensacyjną oprawę. W swym badaniu na temat wpływu skandalizacji wiadomości politycznych na zaufanie polityczne Paul Graßl wraz z zespołem doszli do wniosku, że w przypadku łagodnego przekroczenia (zasad, prawa), komunikat skandalizujący sprawił, że uczestnicy postrzegali rzekome wydarzenia jako mniej poważne niż komunikat kontrolny, a skandalizacja spowodowała niższy poziom postrzeganej adekwatności komunikatu i zaufania do komunikatu¹⁵.

Zjawisko tabloidyacji odzwierciedla szerszy trend w krajobrazie medialnym, w którym granice między prasą wysokiej jakości a tabloidami coraz bardziej się zacierają¹⁶. Dziennikarstwo śledcze może ulegać tabloidyacji tak samo, jak inne gatunki dziennikarstwa. Mechanizmy są dobrze znane i opisane w literaturze: powierzchowność, uproszczenia, kolokwializmy, fabularyzacja wypowiedzi, wykresy, rysunki sytuacyjne, krzykliwa okładka, emocjonalne zwroty czy metafory. Komerccjalizacja i konkurowanie z innymi wiadomościami, szczególnie tymi łatwiej strawnymi dla obiorcy, dającymi mu gratyfikacje w postaci rozrywki, jest trudne. Presja czasu, brak specjalizacji w redakcji mogą skutkować trywialnością i chęcią szczególnego wyróżnienia materiału. Jak twierdzi Dorota Piontek, jeśli mówimy o tabloidyacji, to odnosi się to właśnie do mediów „jakościowych”, które tradycyjnie były postrzegane jako przeciwieństwo prasy tabloidowej¹⁷. Nie sposób też nie zgodzić się ze zdaniem Herberta J. Gansa, który uważa, że tabloidyacja w mediach poważnych jest po prostu popularyzacją¹⁸, co – jak wyjaśnia autor – jest powszechnym procesem społecznym, który nie ogranicza się tylko do mediów. Porównuje ją do popularyzacji nauki, która oferuje użyteczny model i przyczynia się do prezentacji trudnych treści szerszemu gronu odbiorcy. Autor zauważa, że określenie „popularyzacja” jest nacecho-

¹⁴ J.B. Mackay, E. Bailey, *Sacrificing Credibility for Sleaze: Mainstream Media's Use of Tabloidization* [w:] *Web Design and Development: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, red. M.J. Mackay, J. Burleson, Pensylwania 2016, s. 1267.

¹⁵ P. Graßl [i in:], *The effects of scandalization in political news messages on political trust and message evaluation*, „Journalism” 2021, vol. 22, s. 2566.

¹⁶ L. Hauttekeete, W. Peersman, J. Debackere, *Politiek in de krant: hebt u iets gemerkt??': een onderzoek naar de tabloidisering van de politieke berichtgeving in vier Vlaamse dagbladen*, „Tijdschrift voor Sociologie”, 2002, nr 3–4, s. 365.

¹⁷ D. Piontek, *The tabloidization of political discourse: The Polish case*, „Central European Journal of Communication”, 2011, vol. 4, s. 276.

¹⁸ H.J. Gans, *Can Popularization Help the News Media?* [w:] *The Changing Faces of Journalism. Tabloidization, Technology and Truthiness*, red. B. Zelizer, Londyn–Nowy Jork 2009, s. 45–54.

wane mniej pejoratywnie, a samo zjawisko pomaga zdobyć lub odzyskać odbiorców i przemoć trudności ekonomiczne.

Tabloidyizacja dziennikarstwa śledczego w tym badaniu rozpatrywana jest przez pryzmat oprawy wizualnej i tekstowej w ramach okładki, co postrzegamy jako fazę wstępną do szerszego badania treści. Fazę tę można porównać do jednego z poziomów interesującej propozycji badania treści politycznych, którą zaproponował Lukas Otto i in. – wielopoziomowego modelu ramowego złagodzenia komunikacji politycznej (najniższy poziom badania w obrębie artykułu, poziom artykułu, poziom gatunku, poziom rodzaju treści)¹⁹. Głównym celem badawczym jest sprawdzenie, w jaki sposób tygodniki opinii zapowiadają dziennikarstwo śledcze na okładkach. Postawiliśmy następujące pytania badawcze:

1. W jaki sposób tygodniki opinii zapowiadają swoje teksty śledcze na okładkach?

2. Jaka liczba tych materiałów jest na tyle ważna, by zaistnieć na okładce?

3. Jakie są zapowiedzi tych materiałów na okładkach?

4. Czy istnieją różnice w prezentacji dziennikarstwa śledczego na okładkach między redakcjami?

5. Czy są tematy śledztw, które chętniej są umieszczane na okładkach?

6. Jakie są okładki zawierające zapowiedzi materiału śledczego: czy stosuje się kontrowersyjne/szokujące/krzykliwe/skrajne/emocjonalne zestawienia i tytuły?

Pytania te doprowadziły nas do sformułowania następujących 5 hipotez badawczych:

H1 Redakcja informuje potencjalnego czytelnika o materiale śledczym na okładce.

H2 Wyrazem tabloidyizacji materiałów śledczych eksponowanych na okładkach tygodników jest konstrukcja oparta na tych samych elementach, co w przypadku dziennikarstwa sensacyjnego.

H3 Materiały śledcze eksponowane na okładce są udostępniane w stabloidyzowanej formie.

H4 Sposób prezentacji tego typu materiałów na okładce jest konstrukcją opierającą się głównie na sensacyjności.

H5 Tygodniki częściej zamieszczały na okładce w stabloidyzowanej formie tematy związane z obyczajowością polityków.

¹⁹ L. Otto, I. Glogger, M. Boukes, *The Softening of Journalistic Political Communication: A Comprehensive Framework Model of Sensationalism, Soft News, Infotainment, and Tabloidization*, "Communication Theory", 2017, nr 2, 136–155.

Tematyka dziennikarstwa śledczego, jego ewolucji i cech, które decydują o jego skuteczności, jest nadal mało zbadana. Za podjęciem tego tematu w odniesieniu do okładek przemawiał brak polskich analiz w obrębie tej tematyki i chęć sprawdzenia teoretycznych rozważań dotyczących tabloidyzacji.

Metody

Do badania wykorzystano analizę zawartości w wersji ilościowo-jakościowej. Przeanalizowaliśmy w sposób ciągły 1022 numery czterech polskich tygodników opinii: „Newsweek Polska” (256 numerów), „Polityka” (254 numery), „Wprost” (255 numerów) oraz „wSieci”/”Sieci”²⁰ (257 numerów). Okres badawczy obejmował wydania od 1 stycznia 2013 do 31 grudnia 2017 roku. Do badania jakościowego wyłoniliśmy N = 155 materiałów sklasyfikowanych jako polityczne dziennikarstwo śledcze, zgodnie z powyżej opisanymi cechami. Wybór tygodników opinii do badań nad dziennikarstwem śledczym wydaje się oczywisty z powodu cech dziennikarstwa śledczego, które wymaga dłuższej pracy nad tekstem oraz często większej liczby szpalt.

Nasze zainteresowanie wyłoniłymi materiałami w tym badaniu dotyczyło formy przekazu – analizy okładek: warstwy wizualnej: kolorystyki (kontrasty kolorystyczne, ciepłe kolory), zdjęć, rysunków, wyglądu czcionki, treści zapowiedzi oraz zawartości (warstwy tekstowej): metafory, kontrowersyjne stwierdzenia, gry słowne. Interesowała nas także kategoria tematyczna dziennikarskiego śledztwa, która „zasłużyła” na całą okładkę lub wzmiankę na niej.

Klucz kategoryzacyjny zawierał 5 najważniejszych zespołów elementów tabloidyzacji zarówno na poziomie wizualnym, jak i treściowym, które wskazują na tabloidyzację:

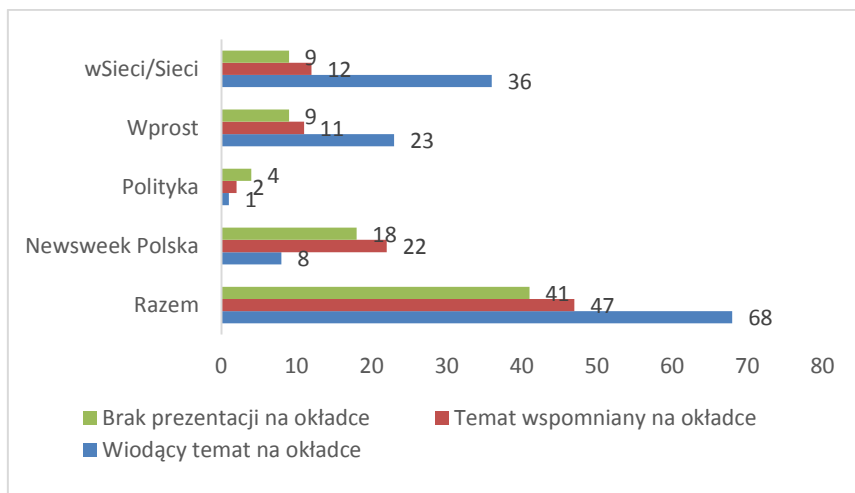
1. Tytuł tygodnika.
2. Znaczenie publikacji w numerze: brak tematu na okładce, wiodący temat numeru, temat wspomniany na okładce.
3. Rodzaj tabloidyzacji: wizualna, tekstowa.
4. Elementy tabloidyzacji:
 - 4a. sensacjonalizacja – sensacyjna oprawa, sugerowanie tajemnicy, frazy „ujawniamy”, „nasze śledztwo”, „tajny”, „afera”, „skandal”, „straszny”, „wielki” itp.,
 - 4b. krzykliwa kolorystyka – zestawienia barw kontrastowych,

²⁰ W badanym okresie nastąpiła zmiana nazwy tygodnika, stąd w artykule użyto podwójnego nazewnictwa.

- 4c. krzykliwe zdjęcie – przerobione, zmienione zdjęcie,
- 4d. kontrowersje – seks lub przestępstwo, sugerowanie seksu lub przestępstwa,
- 4e. metafory i przenośnie, gry słowne, kolokwializmy, uproszczenia,
- 4f. czcionka – nadmiernie powiększona, krzykliwa, „odręczna”.
- 5. Tematyka śledztwa zapowiadanej na okładce:
 - 5a. Korupcja polityków i urzędników,
 - 5b. Nadużycie władzy lub niedopełnienie obowiązków,
 - 5c. nieuczciwe praktyki na styku władzy i biznesu/organizacji *non profit*,
 - 5d. nieprawidłowości związane z procesem wyborczym,
 - 5e. ujawnianie nepotyzmu osób publicznych i urzędników,
 - 5f. powiązania polityków i urzędników ze służbami PRL,
 - 5g. niemoralne lub przestępcze działania polityków i urzędników,
 - 5h. Nieprawidłowości w służbach specjalnych,
 - 5i. ujawnienie szpiegostwa na rzecz innego państwa,
 - 5j. nieprawidłowości w spółkach z udziałem państwa,
 - 5k. nadużycia finansowe, niegospodarność i defraudacja publicznych pieniędzy,
 - 5l. nieprawidłowości na styku władzy i mediów,
 - 5ł. składanie fałszywych oświadczeń majątkowych, rejestru korzyści,
 - 5m. inne.

Wyniki badań

Wyłonione z badania ilościowego polityczne dziennikarstwo śledcze dotyczyło 15% (155/1022) numerów, zatem pojawiało się w co 6,6 numeru w badanym okresie. Redakcje 68/155 razy (44%) postanowiły poświęcić całą okładkę materiałowi z zakresu dziennikarstwa śledczego, a 47/155 razy wspomnieć na okładce o takiej zawartości (30%). Daje to N = 115 (73%) jednostek do kolejnego etapu analizy. Całą okładkę dziennikarstwu śledczemu najczęściej poświęcał tygodnik „wSieci”/”Sieci” (63%), ale także tygodnik „Wprost” (53%). „Newsweek Polska” zwykle tylko wzmiankował o takich materiałach (46%), a całą okładkę poświęcił 8 razy (16%) takim materiałom. W tygodniku „Polityka” materiałów śledczych było tylko 7 w badanym okresie, z czego 3 znalazły się na okładce w stosunku 1 – cała okładka, do 2 – wzmianka.



Wykres 1. Prezentacja dziennikarstwa śledczego na okładkach polskich tygodników opinii

Źródło: opracowanie własne.

Elementy, które wskazują na tabloidyzację, podzieliliśmy na dwa typy: wizualną, czyli tę dotyczącą poziomu obrazowego – i te elementy pojawiły się w 48% (74) wszystkich badanych jednostek, oraz tekstową, odnoszącą się do treści na okładkach, które obejmowały 39% (61) badanych jednostek. Należy przy tym zaznaczyć, że niektóre okładki zawierały oba te typy – 35% (54).

Konstrukcje okładek w sposób uwzględniający nasze cechy/typy tabloidyzacji (w odniesieniu do dziennikarstwa śledczego) prezentuje tabela 2.

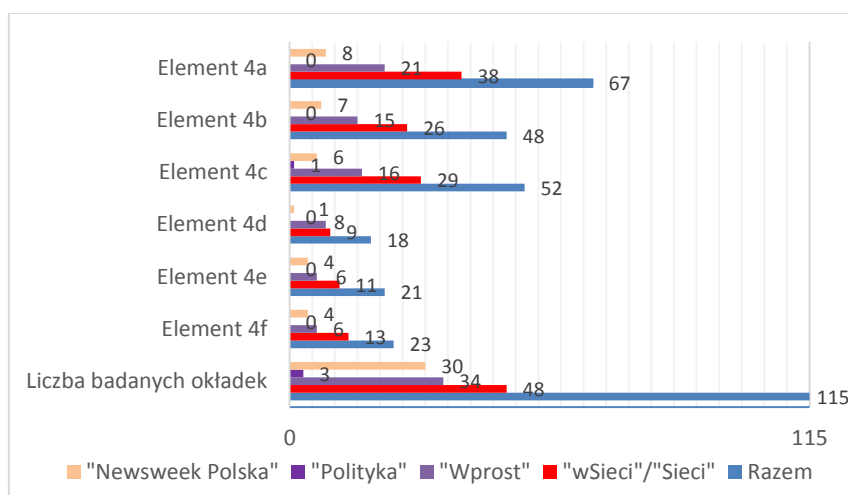
Tabela 2. Występowanie wskazanych elementów tabloidyzacji w odniesieniu do znalezionych jednostek badawczych oraz ich obecności w badanym materiale, z podziałem na tygodniki opinii

	„Newsweek Polska”	„Polityka”	„Wprost”	„wSieci”/„Sieci”	Łącznie
Występowanie elementów tabloidyzacji	13 (43%)	1 (14%)	27 (79%)	41 (85%)	82/115/155
Występowanie dziennikarstwa śledczego na okładce w postaci całej okładki lub wzmianki	30	3	34	48	115/155
Dziennikarstwo śledcze w badanym okresie	48	7	43	57	155

Źródło: opracowanie własne.

Tygodniki „wSieci”/„Sieci” oraz „Wprost” miały najwięcej okładek zawierających od jednego do pięciu analizowanych przez nas typów, kolejno 85% i 79%. Na trzeciej pozycji znalazł się tygodnik „Newsweek Polska”, w którym w 43% okładek znalazły się analizowane elementy.

To był pierwszy poziom analizy. Na drugim poziomie zbadaliśmy konkretne elementy tabloidyzacji występujące w badanym materiale. Tabela 3 pokazuje, jak kształtowała się liczba poszczególnych elementów w badanych tygodnikach. Na uwagę zasługuje element 4a (sensacjonalizacja), który występował w 58% (67) wszystkich jednostek badawczych, w których znaleźliśmy elementy tabloidyzacji (115/155). Najczęściej ten element występował w tygodniku „wSieci”/„Sieci” 57% (38/67) oraz tygodniku „Wprost” 31% (21/67). Element 4b (krzykliwa kolorystyka) także dość często był wykorzystywany we wszystkich tygodnikach – 42% (48/115) i najczęściej stosował ten element tygodnik „wSieci”/„Sieci” – 54% (26/48) oraz tygodnik „Wprost” – 31% wszystkich elementów 4b (15/48). Element 4c, czyli przerobione lub „podkręcone” zdjęcie, zastosowano w 45% wszystkich badanych jednostek (52/115). Tygodnik „wSieci”/„Sieci” zaprezentował na okładce w ten sposób dziennikarstwo śledcze 29 razy w badanym okresie, co stanowi 56% wszystkich znalezionych elementów tego typu (29/52). Elementów 4d (18/115, 16% okładek), 4e (21/115, 18% okładek) i 4f (23/115, 20% okładek) występowało mniej, ale tu także przodowały tygodniki „wSieci”/„Sieci” i „Wprost”.



Wykres 2. Poszczególne elementy tabloidyzacji występujące w badanych materiałach w tygodnikach opinii

Źródło: opracowanie własne.

Badane typy tabloidyzacji występowały z różnym natężeniem w poszczególnych tygodnikach, co pokazuje tabela 4. Niektóre okładki zawierały 1 typ, a niektóre 5 typów/cech tabloidyzacji.

Tabela 4. Liczba elementów tabloidyzacji na poszczególnych okładkach

	1 typ	2 typy	3 typy	4 typy	5 typów	Liczba okładek
„Newsweek Polska”	4	6	1	1	1	13
„Polityka”	1	0	0	0	0	1
„Wprost”	4	8	11	4	0	27
„wSieci”/„Sieci”	7	7	9	9	9	41
	16	21	21	14	10	82

Źródło: opracowanie własne.

Konstruując okładkę z materiałem śledczym, tygodniki najczęściej stosowały jednocześnie 2 lub 3 elementy tabloidyzacji; tak było w większości okładek (51%, 41/82).

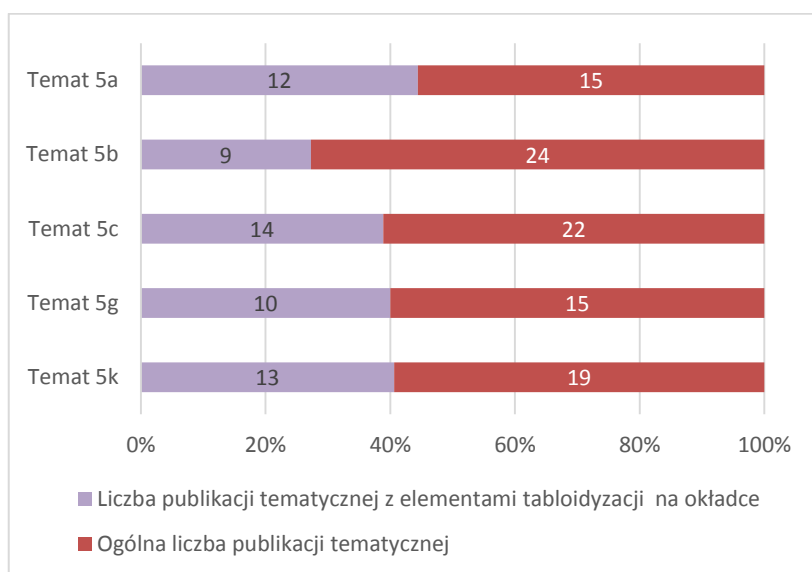




Rysunki 1–6. Przykłady analizowanych elementów tabloidyzacji na okładkach w prezentacji dziennikarstwa śledczego (kolorystyka, czcionka, zdjęcie, opis)

Źródło: „Wprost” 2013, nr 49; „Wprost”; „Newsweek Polska” 2017, nr 7; „Newsweek Polska” 2016, nr 47; „Sieci” 2013, nr 25; „wSieci” 2017, nr 4.

Ostatni analizowany element to tematyka śledztwa w zestawieniu z elementami tabloidyzacji. Analiza wykazała, że istnieją zakresy tematyczne, które częściej niż inne prezentowano w sposób zawierający badane przez nas elementy, co pokazuje wykres 3.



Wykres 3. Liczba publikacji z podziałem na zakres tematyczny oraz liczbę publikacji z elementami tabloidyzacji na okładce

Objaśnienie wykresu 3:

5a. Korupcja polityków i urzędników – 12 z 15, które zaistniały na okładce, zawierały analizowane cechy – 80%.

5b. Nadużycie władzy lub niedopełnienie obowiązków – 9 z 24, które zaistniały na okładce, zawierały analizowane cechy – 37%.

5c. Nieuczciwe praktyki na styku władzy i biznesu/organizacji *non profit* – 14 z 22, które zaistniały na okładce, zawierały analizowane cechy – 64%.

5g. Niemoralne lub przestępcze działania polityków i urzędników – 10 z 15, które zaistniały na okładce, zawierały analizowane cechy – 67%.

5k. Nadużycia finansowe, niegospodarność i defraudacja publicznych pieniędzy – 13 z 19, które zaistniały na okładce, zawierały analizowane cechy – 68%.

Zakończenie

Tabloidyzacja w odniesieniu do mediów informacyjnych, newsów, wiadomości politycznych, mediów społecznościowych czy prowadzonych w nich kampanii wyborczych, nastawionych na usensacyjnienie, to procesy opisane w literaturze bardzo szeroko w ostatnich dziesięcioleciach. Uznaliśmy, że badanie okładek jest wstępną analizą do szerszego badania nad zawartością dziennikarstwa śledczego, w drodze do odpowiedzi na pytanie, dlaczego niektóre dziennikarskie śledztwa prowadzą do zmiany, a inne pozostają niezauważone. Zdajemy sobie sprawę z następujących problemów:

- badanie jest wysoce subiektywne;
- badane jednostki, czyli dziennikarstwo śledcze, które podaje się odbiorcy w sposób usensacyjniony, udratyzowany, zwykle usprawiedliwiać i stabilizować się, po pierwsze – warsztatem, po drugie – wagą tematu dla społeczeństwa;
- nie ma sprawdzonego schematu na badanie tabloidyzacji formy przekazu;
- nasza propozycja elementów tabloidyzacji może być niepełna.

Naszym celem było badanie formy przekazu, skupiliśmy się nad obrazowaniem dziennikarstwa śledczego na okładkach tygodników i sprawdzeniem, czy rozważania na temat tabloidyzacji w odniesieniu do wiadomości politycznych i newsów znajdują odbicie w stosunku do dziennikarstwa śledczego, czy redakcje traktują zapowiedzi materiałów śledczych na okładce jako wabik na czytelnika w taki sposób, jak to robią tabloidy.

Mieliśmy kilka oczekiwań, które wyraziliśmy za pomocą hipotez:

H1 Redakcja informuje potencjalnego czytelnika o materiale śledczym na okładce.

H2 Wyrazem tabloidyzacji materiałów śledczych eksponowanych na okładkach tygodników jest konstrukcja oparta na tych samych elementach, co w przypadku dziennikarstwa sensacyjnego.

H3 Materiały śledcze eksponowane na okładce są udostępniane w stabloidyzowanej formie.

H4 Sposób prezentacji tego typu materiałów na okładce jest konstrukcją opierającą się głównie na sensacyjności.

H5 Tygodniki częściej zamieszczają na okładce w stabloidyzowanej formie tematy związane z obyczajowością polityków.

Spośród wyłonionych do analizy jakościowej jednostek badawczych, N = 155 – 74% (115) znalazło się na okładce: 59% (68) z tych materiałów poświęcono całą okładkę, a 41% (47) wzmiankę na niej, co

potwierdziło naszą H1. W 71% badanych jednostek znaleźliśmy cechy zawarte w kluczu dotyczącym typów tabloidyacji, co pozytywnie weryfikuje naszą H2 i H3 jednocześnie. Zapowiedź materiału śledczego na okładce najczęściej zawierała elementy usensacyjnienia wyrażone poprzez frazy nadające przekazowi tajemniczości, szokującego odkrycia czy afery – 58% oraz dotyczyła warstwy obrazowej – zdjęcia, w którym dokonano takich zmian, by przyciągało uwagę – 42%. Tym samym nasze przypuszczenia potwierdziły się w H4. Hipoteza związana z tematyką śledztw dziennikarskich na okładkach okazała się częściowo potwierdzona, gdyż były zakresy tematyczne, które częściej ukazywały się na okładkach. Temat 5g (niemoralne lub przestępcze działania polityków i urzędników) stanowił 12% spośród wszystkich publikacji, w których występowały badane elementy, i 66% wszystkich w tej kategorii tematycznej. Częściej czytelników witały na okładce tematy związane z korupcją polityków i urzędników – 14% wszystkich badanych z elementami tabloidyacji i 80% wszystkich publikacji z tej kategorii tematycznej.

Prezentacja dziennikarstwa śledczego uważanego za dziennikarstwo jakościowe, trudne, czasochłonne i traktujące o rzeczach ważnych dla społeczeństwa, ulega także tabloidyacji. Okładki, które były „poważne”, stonowane i merytoryczne w badanym materiale to 29% (33/115). Istnieje potrzeba dalszych analiz prezentacji dziennikarstwa śledczego na głębszym poziomie, obejmującego podejmowaną tematykę oraz elementy warsztatowe, które pomogą stworzyć obraz ważnego dla funkcji kontrolnej dziennikarstwa.

Bibliografia

- Adamczyk W., *Amerykańskie archetypy dziennikarstwa śledczego*, Poznań 2008.
- Adamczyk W., *Skandal na pierwszej stronie. Sensacyjność jako element oceny wiarygodności śledztw dziennikarskich* [w:] *O dziennikarstwie śledczym. Normy, zagrożenia, perspektywy*, red. M. Palczewski, M. Worsowicz, Łódź 2009.
- Burgh H., *Introduction* [w:] *Investigative Journalism*, red. H. de Burgh, Nowy Jork 2008.
- Esser F., *Tabloidization of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism*, „European Journal of Communication”, 1999, nr 14.
- Feldstein M., *A Muckraking Model Investigative Reporting Cycles in American History*, „Press/Politics”, 2011, nr 2.
- Gans H.J., *Can Popularization Help the News Media?* [w:] *The Changing Faces of Journalism. Tabloidization, Technology and Truthiness*, red. B. Zelizer, Londyn–Nowy Jork 2009.
- Graßl P. [i in.], *The effects of scandalization in political news messages on political trust and message evaluation*, „Journalism”, 2021, vol. 22. DOI: 10.1177/1464884919879582.

- Hauttekeete L., Peersman W., Debackere J., *Politiek in de krant: hebt u iets gemerkt??': een onderzoek naar de tabloidisering van de politieke berichtgeving in vier Vlaamse dagbladen*, "Tijdschrift voor Sociologie" 2002, nr 3–4.
- Kovach B., Rosenstiel T., *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, Crown–Nowy Jork 2021.
- MacDougall C.D. , *Interpretative Reporting*, Nowy Jork 1982.
- Mackay J.B., Bailey E., *Sacrificing Credibility for Sleaze: Mainstream Media's Use of Tabloidization* [w:] *Web Design and Development: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, red. M.J. Mackay, J. Bursleson, Pensylwania 2016.
- Marsh K., *Investigative Journalism: Secrets, Salience and Storytelling* [w:] *Journalism: New Challenges*, red. K. Fowler, S. Allan, Bournemouth 2013.
- Otto L., Glogger I., Boukes M., *The Softening of Journalistic Political Communication: A Comprehensive Framework Model of Sensationalism, Soft News, Infotainment, and Tabloidization*, "Communication Theory", 2017, nr 2.
- Piontek D., *The tabloidization of political discourse: The Polish case*, "Central European Journal of Communication", 2011, vol. 4.
- Russ Mohl S., *Quality Press* [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Malden, Oxford, Victoria, 2008.
- Worsowicz M., *Pragmatyka tekstów śledczych. Wybrane zagadnienia* [w:] *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych*, red. M. Palczewski, M. Worsowicz, Łódź 2006.

**Elements of tabloidization in the presentation of political investigative journalism.
Analysis of covers in weekly opinion magazines. Introduction to research**

Abstract

This study presents an analysis of political investigative journalism on the covers of four weekly opinion magazines, in the perspective of tabloidization, from 01.2013 to 12.2017. Of the in-depth survey selected for the study, investigative journalism on the covers, N=115 (71%) turned out to have features that tabloids use. The weekly "wSieci"/"Sieci" and "Wprost" most often used the indicated types of tabloidization in presenting investigative journalism, and the type most often used out of the five included in the categorization key was the sensationalization of these messages on the covers.

Keywords: investigative journalism, tabloidization