

Anna Czajka-Bubniak

SPOŁECZEŃSTWO WEDŁUG „FAKTU” – PRÓBA CHARAKTERYSTYKI

1. Założenia metodologiczne

Język to narzędzie, za pomocą którego analizujemy otaczającą nas rzeczywistość, ale też ją kreujemy. Człowiek może używać języka w różnych celach, także do przekazywania nieprawdy i zacierania granic pomiędzy tym, co realne i fikcyjne (por. sztuczny, zakłamany język propagandy PRL-owskiej). Język często pozostaje ponad rzeczywistością, góruje nad nią, co ściśle koreluje z teorią Edwarda Sapira i Benjamina Lee Whorfa o dominacji słowa nad myśleniem i zachowaniem człowieka [Sapir 1978; Whorf 2002]. Przez obraz świata badacze rozumieją zaś kompleksową i wielostronną znajomość rzeczywistości zbudowaną z prawd uniwersalnych, doświadczeń, sądów indywidualnych [Kopeć 2008: 22]. Istotny element obrazu świata stanowi język jako najdoskonalsze narzędzie komunikacji, poprzez które dokonuje się konceptualizacja rzeczywistości.

Tabloidem nazywamy typ gazety kierowanej do masowego odbiorcy, nasyconej zdarzeniami sensacyjnymi, plotkami, a także głoszącej hasła populistyczne. Genezy terminu należy szukać w *tablette*, skondensowanej tabletki, która z czasem stała się synonimem szybkich i łatwych w odbiorze treści. Taka jest też rzeczywistość kreowana przez tabloid: nieskomplikowana, bazująca na wyrazistych opozycjach pomiędzy dobrem a złem. Biedniejsza część społeczeństwa zostaje silnie skonstrastowana z warstwą bogatszą, bardziej uprzywilejowaną, do której przynależą przedstawiciele elity rządzącej, samorządowcy, przedsiębiorcy, a także urzędnicy oraz celebryci. To właśnie kontrasty pomiędzy bogatymi a biednymi stają się zasadniczym motorem działań tabloidu, wyzwalając emocje w czytelniku, który – kierowany nimi – przejmuje prezentowaną przez tabloid opinię, często nie kusząc się o sformułowanie własnej. Zbigniew Bauer genezy powstania tabloidu upatruje w unowocześnieniu technologii wytwarzania

gazety (skład i druk maszynowy) pozwalającej na masową i szybką produkcję, zaangażowaniu nowych mediów (telegraf, telefon) do przekazywania przez dziennikarza wiadomości i gotowych tekstów do redakcji, utowarowieniu informacji, silnej konkurencji i walki o nabywcę oraz reklamodawców [Bauer 2010: 37–46].

Do zasadniczych wyznaczników tabloidu można zaliczyć: subiektywizm narracji, sztamkowy charakter tekstów, treści skondensowane, zwięzłe, nastawione na grę z emocjami odbiorcy i przedstawione powierzchownie, a w szczególności przerost obrazu nad tekstem. Czasem można doszukać się głębszych sensów, pojawiają się metafory, związki frazeologiczne i interetekstualizacja, ale najczęściej nagłówki i tekst przybierają formę krzyczącego, bezpośredniego komunikatu. Do tych cech Walery Pisarek dorzuca jeszcze inne, istotne cechy stylu tabloidowego: rzucająca się w oczy szata graficzna, zainteresowanie zwykłymi sprawami zwykłych ludzi, także wydarzeniami niezwykłymi, posługiwanie się potocznymi, łatwo rozumianymi formami językowymi, stosowanie strategii udratyzowanego opowiadania, upraszczającego stan rzeczy [Pisarek 2008: 134].

Zawartość treściowa tabloidu koncentruje się wokół tzw. miękkich newsów (*soft news*), szeroko rozumianych ludzkich spraw (*human interests*) oraz połączenia informacji z rozrywką (*infotainment*). Oprócz zdarzeń sensacyjnych, kryminalnych sporo miejsca w tabloidzie zajmuje rozrywka, plotki z życia celebrytów, sport, prognozy pogody, horoskopy, mające uprzyjemnić czytelnikowi czas. Kwalifikuje się je do miękkich newsów w odróżnieniu od *hard news*, czyli tematów poważnych zarezerwowanych głównie dla gazet opiniotwórczych, a dotyczących polityki, ekonomii, gospodarki i problematycznych sytuacji społecznych.

Informacje przekazywane w tabloidzie potrafią ocierać się o fałsz i mieć niewiele wspólnego z prawdą o rzeczywistości, opierają się bowiem na przypuszczeniach, a nie (jak sugeruje na przykład tytuł gazety: „Fakt”) na faktach, konkretnych, realnych zdarzeniach.

Tabloid w poufałym, często familiarnym tonie zwraca się do swoich czytelników, budując specyficzną rzeczywistość. Kazimierz Ożóg proponuje, by patrzeć na wizję świata proponowaną przez tabloidy trojako: jako opozycję wobec świata tradycyjnych wartości, jako realizację założeń postmodernistycznych oraz jako świat wyrównywany do poziomu niewybrednych gustów i oczekiwań [Ożóg 2010: 74]. Tabloidy realizują postmodernistyczną wizję świata ponowoczesnego, w którym na pierwsze miejsce wysuwa się chaos, nieuporządkowanie zdarzeń i informacji. Ożóg nazywa świat tabloidu swoistą rzeczywistością medialną, zauważając jej fragmentaryczność, kalejdoskopową zmienność, emocjonalność, łączenie treści istotnych i zupełnie nieważnych. W tabloidzie nie brak tematów poważnych (np. polityka, wiadomości ze świata), zajmują one jednak miejsce drugorzędne. Wspomniany badacz postrzega je jako kamuflaż służący pozyskiwaniu nowych grup czytelniczych przy stworzeniu pozorów wiarygodności treści drugorzędnych.

Celem głównym artykułu jest zaprezentowanie wizji świata proponowanej przez tabloid „Fakt”¹ i zasygnalizowanie wykreowanych przez ten typ gazety ról społecznych. Stephen B. Karpman postulował istnienie w interakcjach społecznych trójkąta dramatycznego² zakładającego nieświadome, naprzemienne wchodzenie podmiotów w rolę Ofiary (*Victim*), Wybawiciela (Ratownika – *Rescuer*) i Prześladowcy (*Persecutor*). Korzystając z tychże ustaleń oraz badań Ewy Dulnej-Rak i Anny Niepytalskiej-Osieckiej [Dulna-Rak, Niepytalska-Osiecka 2011: 274–275], przy analizie, jak „Fakt” postrzega społeczeństwo i siebie, trzeba wyodrębnić następujące role społeczne:

- **ofiary** – uciśnionego przez władzę przedstawiciela biedniejszej części społeczeństwa,
- **prześladowcy**, winowajcy, którego uosobieniem najczęściej jest władza oraz jej przedstawiciele, czyli politycy, urzędnicy,
- **wybawiciela**, ratownika, obrońcy, w którego rolę wchodzi tabloid.

Spośród wielu czynników wyróżniających tabloid jako specyficzny typ gazety atrakcyjny język stanowi bardzo ważny element wpływu na czytelnika. Do badań wybrano więc tu materiał językowy, pomijając świadomie obrazy, zdjęcia, specyfikę czcionki. Analizie poddano nagłówki prasowe pochodzące z 312 numerów tabloidu „Fakt”, poczynając od 1 czerwca 2011 r. do 1 czerwca 2012 r. Były to nagłówki główne, stanowiące przekaz specyficzny, niejednokrotnie hiperbolizujące opisywaną rzeczywistość i jednocześnie zakłamujące ją, przez co charakterystyczne właśnie dla tego typu gazety. W analizie tylko sporadycznie wykorzystano nadtytuły, podtytuły oraz śródtytuły, nagłówki bowiem główne wystarczyły w zupełności do wskazania poszczególnych ról społecznych ofiary, prześladowcy, wybawiciela. Każdy przykład opatrzono dokładnym odniesieniem do daty wydania gazety.

2. Wizja świata w tabloidzie

Olga Białek-Szwed bada funkcjonowanie prasy tabloidowej w kontekście zjawiska voyeuryzmu medialnego [Białek-Szwed 2009, 2010], które spostrzega jako podglądanie, obserwowanie ludzi, odkrywanie ich tajemnic, a nawet inwazję na prywatność w odróżnieniu od voyeuryzmu psychologicznego rozumianego jako niestandardowe formy zaspokajania potrzeb seksualnych poprzez nałogowe podglądanie [Białek-Szwed 2010: 18–192]. O ile voyeuryzm z punktu widzenia psychologii traktowany jest jako rodzaj parafilii, zaburzenia seksualnych preferencji, dotyczący

¹ Swoją obecność na rynku mediów „Fakt” datuje od 22 października 2003 r. Wydaje go firma Axel Springer Polska należąca do koncernu niemieckiego. Dziennik od początku wzorowany jest na niemieckim tabloidzie „Bild”.

² <http://www.karpmandramatriangle.com/pdf/thenewdramatriangles.pdf>.

niewielką część społeczeństwa, o tyle voyeuryzm medialny ma zasięg oddziaływania szeroki i z pewnością „cierpi” na tę przypadłość znaczna liczba czytelników „Faktu”. Dlaczego? Może dlatego, że dziennikarstwo coraz częściej utożsamia się z podglądactwem i zaspokajaniem poprzez plotki i zdjęcia ciekawości czytelnika, który ma chęć „zaglądania” w życie innych i porównywania go ze swoim.

W obszarze zainteresowania przeciętnego czytelnika znajduje się głównie życie polityków, gwiazd – celebrytów, sportowców, ale równie chętnie lubi on podglądać życie mu bliskie, „sympatią” darząc historie rodem z sąsiedzkiego podwórka i lubując się na przykład w czytaniu o bójkach sąsiedzkich, waśniach pomiędzy członkami bliższej i dalszej rodziny, o niestosownych zachowaniach, a nawet tragediach ludzkich. Tabloid zakłada, że jego odbiorca jest mało wybredny, akceptuje raczej prosty, a nawet prymitywny obraz świata oraz dokonuje jednoznacznych wyborów moralnych. Tak sprofilowany obraz czytelnika prowokuje dziennikarza tabloidu do podporządkowania się gustom i oczekiwaniom zamierzonego przez gazetę odbiorcy. Środkiem oddziaływania staje się głównie język jako podstawowe narzędzie komunikacji międzyludzkiej, służący kreacji rzeczywistości dostosowanej do poziomu odbioru czytelnika określanego mianem przeciętnego w odróżnieniu od przedstawicieli klasy rządzącej utożsamianej z luksusem i pogardą dla ludzi gorzej sytuowanych i mniej wpływowych. Odbiorca tabloidu funkcjonuje w obrębie dwóch paraleli:

- **Ja – Inni mają lepiej** (w odniesieniu do doniesień ze sceny polityczno-społecznej), w której „Fakt” staje po stronie biednych i uciśnionych, utożsamiając się z nimi: *Skandal w Sejmie! Posłowie dali sobie podwyżki* (21.12.) *ZUS odbierze emerytury! Zobacz, jak się bronić!* (27.06.) *Nie opędzisz się człowieku od fiskusa* (27.10.) *Oni mają milionowe pensje! A ty grosze!* (18.10.) *Frank drogi jak nigdy dotąd!* (17.06.) *Mało zarabiamy dużo pracujemy! W „Fakcie” wstrząsający raport Świat nam się wali na głowę* (17.06.);
- **Ja – Inni mają gorzej** (w kontekście zdarzeń, których bohaterami są zwykli ludzie, mieszkańcy zarówno prowincji, małych miasteczek, jak i wielkomiejskich blokowisk), których doświadczeniem stają się:
 - wydarzenia niezwykle wywołujące szereg emocji od zdziwienia, zaskoczenia po zniesmaczenie i niechęć: *Moja krowa płakała ze strachu* (07.07.) *Sześciolatkom grozi anoreksja* (03.08.) *Szok w Anglii. Losują dzieci z próbki* (07.07.) *Szczur gigant zagryzł dziecko* (08.06.) *Pijacki rekord Polski. 6 promili i żyje* (15.–16.10.) *Przeżył 2 miesiące pod śniegiem* (20.02.) *Rozpaczliwy apel zdesperowanej kobiety. Błagam, zabijcie mojego męża* (03.06.) *Minister uprawiał seks z chłopcami* (03.06.) *Przeleżał noc w trumnie i umarł* (03.06.) *Zaraził HIV-em trzy tysiące ludzi* (03.01.) *Ojciec kupił synowi żonę* (16.01.) *Skonał, bo nie chcieli ubrudzić karetki* (10.–11.12.);
 - wydarzenia tragiczne oscylujące wokół doniesień szokujących, przerażających, najczęściej dotyczących popełnionych zbrodni: *Jechał pod prąd, uderzył w pijaka!* (21.–22.01.) *Tajemnica mordu w Stargardzie. Zabiła có-*

reczkę z biedy?! (21.05.) Balkon spadł na niemowlę (21.05.) Mord w Zielonce Zatlukli za nic rowerzystę! (04.10.) Obcięła mężowi penisa i zmieściła (14.07.) Matka spaliła czworo dzieci (18.04.) Zabił ojca deską do krojenia (06.04.) Kto mu obciął nogi i wrzucił go do studni?! (04.04.) Polka zakopana żywcem uwolniła się pierścionkiem. Szok w Wielkiej Brytanii! (09.12.) Wyszedł z psychiatryka i zabił! (01.06.) Matka utopiła synka w wannie. Uniknie kary, bo ma depresję? (19.04.) To mogło spotkać każdego! Poraził mnie prąd na ławce w parku (30.04.–01.05.) Słup zmasakrował pieszka (21.–22.04.) Sąsiadka wbiła mi widły w oczy! (30.08.)

Czytelnik jest zawsze dla gazety bardzo ważny. To właśnie od niego zależą podaż i popyt gazety, jej „być” czy „nie być”, dlatego musi ona liczyć się z gustem, oczekiwaniami i poglądami czytelników jako kluczowymi dla niej. Pierwsza z paraleli postrzega czytelnika czy też przeciętnego obywatela jako ofiarę bezdusznych działań władzy. Nic tak nie determinuje tabloidu jak czytelnik, wobec czego obraz ofiary zostanie przedstawiony jako pierwszy element rozważań.

Kreacja ofiary w „Fakcie” odbywa się głównie przez użycie powtarzających się często leksemów nacechowanych emocjonalnie: *groza/ zgroza, skandal, szok* oraz neutralnych: *uwaga, alarm*, wobec czego postrzega się ofiarę jako:

- przedstawiciela określonej (najczęściej pokrzywdzonej, uciemnionej) grupy społecznej: *Emerycie! Zobacz, ile stracisz w marcu (26.01.) Emerycie rząd ci dopłaci do wakacji (11.08.) Złe wieści dla kierowców. Koniec tanich warsztatów (22.07.) Ucz się, bo nie wyjedziesz (20.03.) Rodzicu, uważaj na groźne zabawki! (03.–04.12.) Ratuj przed rządem swoje pieniądze (22.05.) Masz firmę? Nie daj się nabrać. Uwaga na naciągaczy! (16.09.);*
- kogoś, kto powinien reagować natychmiast na wszelkie przejawy zła: *Uwaga! Sprzedano ci przeterminowaną żywność? Znalazłeś coś ohydneho w jedzeniu? Pisz: alarm@fakt.pl (26.04.);*
- człowieka nieświadomego zagrożenia, któremu trzeba to zagrożenie uświadomić: *Te świństwa jesz w lodach (09.–10.07.) Sprawdź, co wrzucasz na grilla Kielbasa grozy. Kupujesz przysmak na grilla Dostajesz odpadki i chemię (28.–29.04.) Nad światem wisi groźba recesji (27.07.) Idzie drożyzna, jajka mogą zdrożeć nawet o 100 procent (14.03.) Ta sofa może urwać głowę (13.03.) Naciągają nas na smażonej rybie! (01.06.) Pan Drożyzna. Wielkanoc droższa o 20% (29.03.) Te pigułki mają odchudzać. A mogą zabić! (06.12.) Ostrożnie! Słońce parzy (07.06.) Afera solna! Sól grozy to sama chemia! (02.03.) Drożęją bilety kolejowe! (12.10.) Chiński czosnek atakuje (19.08.) Te szklanki trują! (31.12.) Będzie euro, będzie drożej (01.02.) Polskie zboże gnije! Chleb zdrożeje! (04.08.);*
- człowieka, którego trzeba ostrzec przed niesprawiedliwością społeczną.

Ostrzeżenie oraz wizualizacja zagrożenia społecznego dokonują się najczęściej poprzez użycie leksemu *Uwaga: Uwaga! Gang pożeraczy pizzy (21.02.) Uwaga! Jajka podrożeją! (08.–09.10.) Uwaga emeryci. Sprzedają kołdry z kredytem (22.–23.10.)*

Uwaga! Groźne żyrandole w sprzedaży (26.01.) *Uwaga! Soki są bez owoców* (19.10.) *Uwaga! Pijany dróżnik* (18.04.) *Uwaga! Od maja leki drożeją!* (20.04.) *Uwaga pacjentci! 670 leków zdrożeje od maja* (20.04.) *Uwaga! Robale w piaskownicy* (23.04.) *Uwaga! Kopacz szaleje na drodze* (17.–18.03.) *Uwaga na mazurki grozy* (03.04.) *Uwaga! Idzie jaśnie pan Lato* (30.11.) *Uwaga! Strajk aptek!* (16.01.) *Uwaga łapanka! Poczta ściga za abonament* (15.11.) *Uwaga! Falszują kielbasę* (28.10.) oraz w formie zwrotu apelatywnego w 2 os. l.poj. *Uważaj i 2 os. l.mn. Uważajcie: Uważaj! Tak piekarze „pompują” chleb* (03.10.) *Uważaj na oszukańcze SmS-y* (21.12.) *Uważajcie na dodatki do ciast* (19.12.) *Uważaj co dajesz dziecku do picia!* (16.01.) *Uważaj na płatki!* (27.01.) *Uważaj na groźne zabawki!* (03.–04.12.) *Uważaj! ZUS odbiera ludziom emerytury* (16.11.).

Tabloid wykorzystuje także wizerunek osoby publicznej do wyrażenia ostrzeżenia przed niebezpieczeństwem: *Farna ostrzega: Pileś? Nie jedź* (01.06.) (wykorzystano postać piosenkarki i celebrytki – Ewy Farny) czy *Premier Tusk ostrzega Unia zagrożona* (06.12.).

„Fakt”, widząc zagrożenie, wszczyna *Alarm*, by poinformować o:

- nadchodzących zmianach *Alarm w aptekach! Mam tylko dwa dni by wykupić receptę* (30.12.) *Alarm! Masz kablówkę? Zapłacisz abonament radiowo-telewizyjny* (20.01.) *Alarm! Drastyczna podwyżka składki na ZUS! A prezes ZUS zamawia nowa limuzynę* (09.02.) *Alarm! Ziemi grozi zagłada* (09.02.) *Alarm! Wypuszczą pedofila!* (31.12.–01.01.) *Alarm! Prąd coraz droższy!* (17.–18.03.) *Alarm! Już od lipca Nie będą leczyć chorych na raka!* (19.03.) *Alarm! Świńska grypa* (31.03.–01.04.) *Alarm we Wrocławiu! Świńska grypa atakuje?!* (31.03.–01.04.) *Alarm! Zdrożeją ubrania dla dzieci* (21.11.) *Alarm! Chleb będzie po 5 złotych!* (11.04.);
- zaistniałych faktach niekorzystnych dla przeciętnego obywatela: *Alarm! Te lalki trują dzieci* (25.10.) *Alarm! Farbują cukier* (14.12.) *Alarm! Zboczeniec z nożem grasuje w centrum Kielc* (28.07.) *ALARM! Spleśniała sałatka w sklepie* (26.04.) *Alarm! Zakochana nastolatka* (26.04.) *Alarm! Salmonella w ciastach i makaronie* (20.04.) *Alarm! Naciągacze polują na emerytów* (20.04.) *Alarm! Pijany sternik spał na motorówce* (24.05.) *Naciągają nas na prądzie!* *Alarm! Oszukują nas na prądzie* (11.05.) *Alarm! Falszują mięso kurczaka* (16.05.) *Alarm! Wciskają nam fałszywy drób* (16.05.) *Alarm! Nie ma pracy dla młodych* (02.09.).

Zasadniczym celem powyższych haseł tabloidowych jest ochrona obywateli przed popełnieniem błędu zarówno w odniesieniu do zachowań społecznych związanych z przyszłością odbiorcy (renta, emerytura, praca zawodowa), jak i codziennych zachowań społecznych (na przykład zakupy). Charakterystyczne jest wskazanie konkretnego źródła zagrożenia czyhającego na niczego nieświadomego czytelnika. Ostrzeżenie zawiera się najczęściej w leksemach: *Alarm* oraz *Uwaga*, bardziej obrazowo natomiast wyrażają je zaciśnięta pięść obok nagłówka: *Fakt broni pacjentów! Dziś poradnik, jak przeżyć bajzel z receptami* (03.01.) albo trupia czaszka ze skrzyżowanymi piszczelami w związku z aferą solną.

Do pojęcia ofiary przylega ściśle kategoria winowajcy, prześladowcy, który zostaje przedstawiony jako:

- potencjalne zagrożenie dla nic niepodejrzewającego czytelnika: *Co się dzieje w tym kraju?! Ból, poniżenie, wyzviska. To prawda o piekle polskich szpitali* (09.05.) *Ujawniamy kolejne szokujące praktyki Niech rząd przerwie ten horror* (09.05.) *Zgwałcili sierotę w szpitalu* (09.05.) *Ordynator szokuje: Wiążemy chorych* (09.05.) *Horror! Nie będą leczyć raka! Ministerstwo zwleka z przepisami. Eksperci alarmują: Od lipca szpitale przestaną leczyć chorych na raka* (09.03.) *To skandal! Niemcy wydrukują znowu Mein Kampf* (26.04.) *Afera z suszem jajecznym Salmonella w makaronie i ciastach* (20.04.);
- ktoś u szczytu władzy posiadający przywileje społeczne kontrastujące z ubóstwem przeciętnych obywateli: *Sejmowy skandal! Darmowe mieszkania dla posłów!* (01.–02.10.) *Skandal w szpitalu: Minister nie musi czekać w kolejce!* (30.04.–01.05.) *Skandal w PKP! 59 000 zł pensji dla prezesa. Kryzys? Nie w kieszeniach szefów kolei. Nowy prezes i zarząd dostają ogromne pensje. A kolejarze biedują!* (24.04.) *Posel wziął w jeden rok 15 emerytur i 12 pensji* (01.06.) *To skandal! Leniwym chłopcom z PSL nie chce się robić na Pańskim polu!* (27.02.) *Skandal! Niesiołowski uniknie kary!* (15.05.) *Skandal w szpitalu we Wrocławiu. Karetka na życzenie posłanki PO* (16.12.) *Skandal! Politycy urządzają swoje gierki, a my za to płacimy* (18.–19.06.) *Skandal w TVP. Grube miliony dla dyrektorów a my płacimy abonament* (19.–20.05.) *PSL zatrudnił 6000 kolesiów! To już jest zwykły skandal. Straż poluje na ludzi dla pieniędzy* (23.03.);
- ktoś, kto łamie proste zasady moralne akceptowane przez większość społeczeństwa: *Skandal w Oslo. Pseudoekolodzy uprawiali seks w kościele* (17.06.) *Skandal! Gwałty, pobicia, zgon! A dyrektor dalej rządzi* (24.05.) *Świątokradcy! Okradli Najświętszą Panią* (29.12.) *Skandal! Fotoradary to dla władzy maszynka do robienia pieniędzy. Są ich w Polsce setki* (26.01.) *Szpital w Radomiu. Zakatowali mi żonę!* (12.–13.05.) *16-latek zgwałcił dziewięciolatkę. Co się dzieje w tym szpitalu?! Podczas kontroli wyszły na jaw szokujące uchybienia* (04.05.) *Skandal w pogotowiu: kierowca karetki pijany, a ratownicy uciekli* (17.–18.09.);
- ktoś, kto przeciwstawia się uznanym przez społeczeństwo wartościom: *Wielki skandal. Nie ma orla na koszulce! Czy to reprezentacja firmy Nike? Skandal! Czy ten bohomaz to jest godło?* (09.11.) *Skandal! Wybory nie zostały sfalszowane!* (19.10.) *Minister Tuska szokuje Polaków. Orgie i seks z trupami* (20.04.);
- bezduszny, uprzywilejowany urzędnik nieznający realiów życia osoby biednej: *Skandal. Urzędnik wyzywa chorego świra, debil. G...o* (15.07.) *Skandal! Urzędnicy dostaną bony na wakacje* (25.–26.06.) *Skandal w dyrekcji od dróg. Dwie pensje za to samo a autostrad nadal nie ma* (20.04.).

Najczęściej powtarzającymi się leksemami służącymi do kreacji postaci prześladowcy są *skandal* i *szok*. Tabloid stwarza więc atmosferę skandalu: *Skandal! Trzeba płacić za darmowe przedszkola* (09.09.) *Skandal w Radomiu Dyrektor*

o gwałcie na 9-latku: „Takie rzeczy się zdarzają”. Zwolnić natychmiast dyrektora szpitala! (05.–06.05.) Skandal! Olej zamiast śmietany (30.05.) Skandal! Rząd każe ci założyć konto (26.07.) Skandal! Zagrali mecz pod reklamy (19.12.) Skandal! Omi-jasz autostradę, też zapłacisz! (21.03.) Skandal w Hucie Batory! Płaca na striptiz a nie na pensję! (07.–08.04.) Skandal! Podpalacz ukrył się w psychiatryku (16.03.) Kolejny skandal w Radomiu! Pacjent powiesił się w szpitalu (10.05.) Skandal! Rąbnęli koszulkę Napoleona (11.04.).

Stwarzając nastrój napięcia, tabloid wykorzystuje leksem *sensacja* oraz pochodne od niego: *Sensacyjne kulisy katastrofy Ktoś chciał zabić Leszka Millera? (01.–02.10.) Sensacja! Młodzian z Polski ograł mistrza świata (13.07.) Sensacyjne kulisy seksafery (29.11.) Sensacyjne nowe informacje w sprawie tragedii pod Zawierciem. Awaria zwrotnicy przed katastrofą! (08.03.).*

Bardzo częstym leksemem, używanym do wyrażenia emocji (zaskoczenia, zdziwienia, przerażenia), wywarcia wpływu na czytelnika, a tym samym do wykreowania realnego lub potencjalnego obrazu prześladowcy, jest *szok* i jego pochodne. *Szok* może być spowodowany przez:

- kogoś z osób uznanych, cenionych przez społeczeństwo, których poglądy lub wypowiedź łamią stereotypy lub zasady moralne: *Szokujące słowa księdza Sakowicza-Zaleskiego. Kościołem trzęsie mafia gejów (09.03.) Szokująca książka doradcy premiera. Orgie, przemoc seks z trupami. O tym pisze człowiek premiera (20.04.);*
- przedstawicieli władzy postępujących niezgodnie z oczekiwaniami, w sensie negatywnym, rzadko pozytywnym: *Szok! Senator bierze 14 tys. emerytury! (16.03.) Szok! 2 miliony na bony dla urzędników Premier wciąż opowiada o kryzysie! A minister Sikorski funduje podwładnym kosztowny prezent (21.03.) Szok! Były jastrząb PiS zmienia poglądy (02.06.);*
- osoby publiczne, celebrytów: *Szok! Doda w Polityce (26.04.);*
- złoczyńców, przestępców: *Szok! Szalenciec niszczył kościół (03–04.12.);*
- coś, czyli wybrany element polskiej rzeczywistości mający negatywny wpływ na przeciętnego obywatela: *Szokujący raport! Polska wśród największych biedaków Europy (17.–18.12.) Szok! Paliwo drożeje co drugi dzień! (02.04.) Szokujące ustalenie Najwyższej Izby Kontroli. Polskie szkoły nie walczą z otyłością u dzieci! (17.11.) Szok! Ekolodzy gazują psy i koty! (22.02.) Szok! Runęła ściana starego sanatorium (09.03.) Szok! Tak wygląda teraz Ursus! (08.11.) Szok! Mamy najdroższy prąd w Europie! (09.06.) Szok! 128 000 zł za nieudaną walkę z biurokracją (19.08.) Szok! W moim łóżku był wąż! (22.11.);*
- postać lub wybrany element z rzeczywistości zagranicznej: *Europa w szoku po krwawym zamachu w Norwegii. To on strzelił do bezbronnych (25.07.) Szok! Holendrzy zabijają cię na życzenie (23.03.).*

Tabloid czuje się w obowiązku donieść czytelnikowi o nowych wymysłach władzy, niesprawiedliwościach społecznych czy bujnym życiu towarzyskim

celebrytów, co jednoznacznie pozwala podzielić świat prezentowany na czarny i biały, rzeczywistość bogatych i biednych, przestrzeń dwupoziomową. Specyfika obrazowania powoduje, iż można mieć wrażenie poruszania się w świecie absurdu, dysproporcji i nierówności względem najuboższych. Czasem jednak doniesienie przybiera formę dosyć monstrualną i wtedy mamy do czynienia z nagłówkami i tekstami mającymi na celu głównie przestraszenie, a nawet przerażenie czytelnika ogromem niebezpieczeństwa implikowanego przez:

- leksemy groza/zgroza: *Zgroza! Gdzie trafiła stara żywność?* (18.05.) *Dyrektor grozy to kumpel Pawlaka* (18.05.) *Ceny oleju napędowego poszły w górę! Groza! Diesel po 6 zł za litr* (07.–08.01.) *Groza! Atak szczurów* (08.07.) *Groza w dyskotecę* (07.11.) *Szpital grozy: więzali mnie. Zalatwiałem się pod siebie!* (17.05.) *Zgroza. W jogurcie dla dziecka znaleźli szkło!* (19.07.) *Wrocławski tor grozy* (15.05.) *Radomski szpital grozy. Kontrola nic nie dała* (28.05.) *Groza w święta! Wigilijną kapustę robią w betoniarce* (23.12.) *Szkolne sklepiki grozy* (02.12.) *Szok! Żółty ser grozy! Robią go z oleju* (27.03.) *Zgroza! Truli nas od dwóch lat?! Gdzie trafiło stare jedzenie?* (18.05.) *Dyrektor grozy z Radomia. To kumpel Pawlaka!* (18.05.) *Pasztetowa grozy!* (28.03.) *Bakteria grozy czyha w suszu jajecznym* (10.–11.03.) *Groza! Środek na wszy w lodach!* (29.05.) *Zgroza! Najgorszy sąsiad na świecie!* (08.05.);
- inne leksemy wartościujące: *Obluda! Obiecywał, że zapewni pracę starszym ludziom. Premier zwolnił z pracy 60-latkę!* (06.04.) *Dziś wstrząsające opowieści. Gehenna matek w szpitalach* (28.–29.04.) *Horror w szpitalach! Nagą kobietę przywiązali do łóżka!* (08.05.) *Tak niszczy nas drożyzna* (02.11.) *Polska to chory kraj cz. 2 Leki znów drożeją!* (15.03.) *Zaczęło się, banki każą dopłacać do kredytu* (22.07.).

Określenie *groza* odnosi się zarówno do zdarzeń przerażających, publikowanych w celu przestraszenia społeczeństwa, ostrzeżenia przed czymś, jak i sytuacji zupełnie błahych czy nawet śmiesznych. Nagłówki tego typu trafiają do czytelnika szybko, ciekawią i intrygują, a zarazem bywają bardzo wiarygodne, bo potwierdzone badaniami i nowinkami naukowymi. Towarzyszą im najczęściej zdjęcia „bohaterów” całego zamieszania, czyli fałszywych lodów, podrobionej pasztetowej czy kapusty robionej w betoniarce. To z pewnością przeraża czytelnika, ale i zmusza do zastanowienia się, w jakiej rzeczywistości przyszło mu żyć.

Często stosowana bywa konstrukcja pytań, które oscylują wokół:

- domniemanych przypuszczeń tabloidu: *Koniec kadencji, a co z obietnicami?* (20.07.);
- zdarzeń: *Krew, ból i śmierć Wielki Boże Dłaczego?* (05.03.) *W szkole ciągle wolne. Co robić z dziećmi?* (06.04.) *Jak zginęła pani Sabina?* (04.–05.02.);
- osób publicznych: *Tusk już nas nie kocha?* (07.–08.01.);
- władzy, osób uprzywilejowanych: *Premierze, co Panu przeszkodzi tym razem?* (11.10.) *Ile wolno panom w mundurach* (24.01.) *PiS utworzy ruch oporu?* (24.09.)

Gdzie jest rząd? (20.01.) Czy minister Hall, wie, co robi? (01.–02.10.) Po co pacjentom taki rzecznik? (04.01.) Czy raport Millera odsłoni tajemnice? (29.07.) Gdzie był minister Nowak? (16.01.) Czy głosując „za,” dacie ludziom pracę (12.–13.05.);

- przedmiotów, zjawisk: *Kto komu utrudnia pracę? Nie za mało tych znaków? (26.07.) Gdzie te truskawki za 2 złote?! (24.06.);*
- prawdy, którą chce usłyszeć czytelnik tabloidu: *Urzędy pracy szukają didżejów i striptizerek. A kto da pracę kobiecie po pięćdziesiątce?! (29.11.) Truli nas aż 10 lat. W czym jest trująca sól? (28.02.) Jak tu kochać Kościół, który mówi prawdę? (17.10.) A czy tobie zapłacą 30 000 zł za utratę pracy? (18.08.) MEN podaje: Nauczyciel zarobi 4817 zł średnio To dużo? Czy mało? (01.09.) Co by tu jeszcze spieprzyć Były leki, Acta, stadion... Jakie jeszcze fuszerki szykuje rząd? (23.02.);*
- konieczności podjęcia decyzji przez czytelnika: *Po której jesteś stronie? Władzy czy łysych pał? (02.12.).*

Formułując pytania, tabloid prowadzi swoisty dialog z podmiotem prześladowającym, którego wyrazem są także nagłówki sformułowane na zasadzie odpowiedzi na pytanie zadane przez gazetę lub funkcjonujące w domyśle czytelnika. Tabloid wyraża w ten sposób:

- niepokoje społeczne: *Jaki poziom? Po prostu jesteśmy słabi (04.04.) Władza boi się Polaków. Protestujący do premiera: Jak żyć? (11.04.) Boję się Acta! (30.01.);*
- niespełnione nadzieje, zniechęcenie: *Nie chcę pracować aż do śmierci Ekspedientka z Łodzi ludziła się, że reformy emerytalnej nie będzie (12.–13.05.) Premierowi jest obojętne (28.02.) Mam sobie strzelić w głowę? (31.12.) Jaki byłem głupi, że nie poszedłem pracować w policji (17–18.09.);*
- ironię, sarkazm: *Nadziei życzę. Przyda się i nam, i politykom (07.–08.04.) To musiało potwornie boleć! Kto kopnął premiera!? Schetyna ma alibi, grał w tej samej drużynie (26.–27.05.) Im nie jest wszystko jedno. Policjanci mnie pobili! Mieli prawo a nawet i argumenty (04.07.) Ależ oni mają bryki! (25.–26.02.).*

Jako że gazeta nastawiona jest na krytykowanie nierówności oraz wyszukiwanie niesprawiedliwości społecznych, rzadko coś chwali, wartościując raczej negatywnie niż pozytywnie i wykorzystując w tym celu zaprzeczenie: *Autostrady brak. A nagrody są! (15.03.) Wydano krocie, końca nie widać (03.06.) Klich odszedł, problemy zostały (30.–31.07.) Most gotowy, ale zamknięty! (03.02.) Rodzice zniknęły a śledztwo trwa (01.03.) Zabił matkę, by nie cierpiała (28.–29.04.) Mąki dają coraz mniej, a chleb coraz większy (08.02.) Złodziej w celi, a łup pod koldrą (03.10.) Znajoma, ale złodziejka (30.04.–01.05.) Mały sukces polskiej piłki, ale miły (18.07.) Koniec, czyli początek (19.07.) Krył się w nim kosmopolityczny birbant i wielki polski patriota (25.07.) Oskarżał innych, pociął się sam (01.06.).*

Następną rolą społeczną kreowaną przez tabloid jest rola obrońcy, którą tutaj odgrywa sama gazeta.

„Fakt” występuje jako obrońca, który:

- ujawnia (demaskuje) niesprawiedliwość społeczną: *Tak Telewizja Polska utajnia swoje wydatki* (08.12.) *Szpital śmierci w Budapeszcie. Mordowali pacjentów morfiną* (25.11.) *Alarm! Tak oszukują emerytów na telefonach* (22.05.);
- nagłaśnia działania naganne społecznie, sygnując je mianem afery: *Afera! Zepsute jedzenie w sklepach?! (17.05.) Afera! Minister Lipiec skazany za korupcję* (18.04.) *Afera. Strach iść na zakupy. Przeterminowane jedzenie mogło trafić do wielu sklepów i restauracji. Jak się chronić? Czy można je jakoś odróżnić? Zepsuta żywność w całej Polsce?* (19.–20.05.) *Afera! Jaja po złotówce, a szynka fałszowana* (16.03.) *Afera! Sprzedawali zepsute jedzenie!?* (17.05.);
- staje w obronie pokrzywdzonych, dobitnie to akcentując: *„Fakt broni ludzi!* (29.07.);
- udziela dobrych rad: *Nie tędy droga, panie profesorze* (22.05.);
- wyraża różne emocje społeczne, prezentując często głos ogółu: *Grabarczyk nie taki zły!* (08.11.) *Smuda sobie nie radzi!* (07.06.) *Rywal Legii gra źle, rywal Wisły dobrze* (06.02.) *Janicki nie jest tego wart* (02.02.) *Biedna ta Natasza! Wszyscy ją szarpią* (03.–04.03.) *Byliśmy, jesteśmy i będziemy dzicy...* (16.01.) *To już nie jest cyrk! To głupota PZPN-u* (03.–04.03.) *PiS już nie jest sexy* (01.–02.10.) *Polakom wcale nie podoba się praca polityków z Wiejskiej* (25.04.) *Język elit to same bluzgi* (11.05.) *I tędy mamy jechać na Euro?! Żadna autostrada, tylko bajoro z błotem – tak wygląda teraz A2* (17.–18.03.) *Nawet Rostowski nie wierzy w ZUS?! (29.11.);*
- szuka sojuszników, popleczników w walce z niesprawiedliwością: *„Fakt” popiera premiera. Zabrać ulgi bogaczom!* (12.04.) *Wiozą cię jak bydło/ Wyślij nam zdjęcie pkp@fakt.pl Przeżywasz horror w szpitalu? Wyślij nam zdjęcie: szpital@fakt.pl* (12.–13.05.).

Najcięższe oskarżenia pojawiają się w gazecie w wyniku prowokacji, co tabloid często lubi podkreślać: *Prowokacja „Faktu”. Dla Kopacz sanatorium od ręki. A dla pacjenta dopiero za półtora roku* (16.01.) *Prowokacja „Faktu”. Spotkanie z ministrem ds. wykluczeń? Wykluczone!* (07.07.) *Prowokacja Faktu! Luksusy im w głowie. Darmowy helikopter miał wyrwać posłów z blokady!* (14.05.) *Fakt w obronie pacjentów. Dla ministra szpital bez kolejki!* *Prowokacja Faktu* (30.04.–01.05.) *Prowokacja Faktu. Burmistrz robi szopkę dla premiera* (21.05.).

„Fakt” stwarza swój pozytywny wizerunek poprzez wtajemniczenie czytelnika w:

- czyhające na niego zło: *Noworoczna drożyzna! Zobacz, które leki zdrożeją* (27.12.) *Co jest w białej kielbasie* (15.03.) *Emerycie, to są pułapki na ciebie* (10.08.) *Ujawniamy piwny sekret* (24.10.) *Dramat w szpitalach. Oto udręka rodziców w szpitalach!* (19.–20.05.) *Tyle zarabiają bankowcy* (19.10.) *Jak oszukują nas w barach Serwują nam podmienione mięso, rozwodnione napoje i nieświeże surówki* (05.07.) *Zobacz, jak naciągają w sklepach na święta* (29.11.) *Tak kantują nas na szynce* (16.03.) *Tak oszukują sprzedawcy używanych samo-*

- chodów (19.–20.11.) Za to zapłacisz Polaku haracz! (14.12.) Niemcy oficjalnie potwierdzają: To jednak kielki są źródłem zarazy (13.06.);*
- *działania władzy: Ujawniamy, z kim Ziobro spiskuje (26.10.) Tak naprawdę zarabia władza (01.12.) Zobacz, jak cierpi premier (26.–27.05.) Jak rząd zarabia na chorych (18.01.) Tak władza odmładza (28.–29.01.) Tak poświęca się minister Sikorski Nie pojedzie na wakacje do Szwajcarii (21.–22.04.) Tak się pracuje w Sejmie 11.10. i fajrant (18.07.) Tak Mucha trwoni twoje podatki (17.02.) Tak Mucha marnuje nasze podatki (17.02.) Tak Tusk straszy Polaków (16.02.) Jak się w Polsce robi interesy (31.08.) Tak się pracuje w Sejmie! A to fikcja filmowa! (08.08.) Tak pije lewica (02.12.) Tak przyciąga partia Tuska (13.06.) Tak się zabawia król piłki (02.–03.07.) Tak rozbija się europoseł Jacek Kurski (22.05.) Tak baluje sekretarz PZPN! (13.–15.08.);*
 - *sprawy mniejszej wagi, których ujawnienie ma służyć głównie informacji czytelnika lub rozrywce: Ujawniamy jedenastkę na Euro 2012 (26.–27.05.) Spis prawdziwych fotoradarów (a nie pustych skrzynek) (01.07.) Koniec z darmowymi filmami w Internecie (21.–22.01.) Agent Tomek ujawnia kulisy romansu z Sawicką (19.–20.05.) Tak ratowali pasażerów (27.01.) Tak w polskiej piłce należy robić imprezy (16.06.) Oto tajny plan Zbigniewa Ziobry. Mąż, ojciec, prezydent! (27.10.) Tajemnica sukcesu córki premiera. Tak się zarabia 18 tys. zł miesięcznie (20.04.) Tak się lata dziury w stolicy (05.08.) Tak w czasie Euro będzie mieszkał Smuda (13.12.) Tak mieszka Palikot (23.03.) Tak na państwie tuczą się ludowcy (29.03.) Tak się to robi, czyli... kocham cię jak Irlandię (29.05.). Często wtajemniczenie przybiera formę swoistego doniesienia o:*
 - *poczynaniach osób rządzących krajem: Tak piją politycy (27.–28.08.) Kopacz marszałkiem. W Sejmie pyskówka (09.11.) Tak się w Polsce robi karierę od tapicera do posła (01.06.) Kolejni posłowie odchodzą z Platformy! Rośnie poparcie dla PiS (04.04.) Rządzi premier „Nic Nie Mogę” (13.–15.08.) Dla Muchy „Fuchy” to zabawa. Dla NATO to poważna operacja (14.02.) Tną obywatelom, swoich nie ruszają (14.03.) Ludowcy cienko przędą (14.03.) iPady tylko dla posłów (13.03.) Fatyga zatrzymana. Jest awantura! (24.–25.03.) Korupcja ma się świetnie (03.–04.12.) Hofman broni emerytów w płaszczu za 5695 złotych (28.03.) Palikot idzie po władzę! Taka będzie Polska Palikota (22.03.) Płacimy temu panu 12000 zł za nic! (15.03.) Jest wesoło. Ale w polityce (22.11.) Rząd chce okraść Polaków z dorobku ich życia (21.11.) Oto obłuda Pawlaka (16.09.) Politycy pchają rodziny na Wiejską (10.–11.09.);*
 - *kwestiach dotyczących przeciętnego obywatela: Polak zapracuje a Włoch i Grek wydadzą! Zobacz na co i komu (14.12.) Tak wyrzucają z domu staruszkę (26.10.) Pacjenci czekali na lekarza, a ten w tym czasie upijał się w gabinecie (14.12.) My chodzimy w brudzie, a dla ministra błysk (11.08.) Policjanci nie ratowali kobiety, bo uznali, że to był... manekin (15.02.) Za tydzień przybędzie ponad 100 km autostrad. Gdzie? W Polsce! (23.11.) Pogotowie nie przyjechało,*

Karinka umarła (24.11.) Nowe leki refundowane... ale tylko na dwa tygodnie (13.12.) Polacy oszczędzają już nawet wodę (22.03.) Chłopi znają się na polityce (11.–12.06.) Każą Polakom żyć za głodowe zasiłki (19.08.) Emerytury rosną o 30 zł, rachunki o 100! (03.–04.12.);

- tym, co wydarzy się w przyszłości: *Wojna, kryzys, rewolucje – to czeka świat w 2012. „Obcy” nas pobiją, podpalą, a na koniec okradną (09.01.);*
- zachowaniu gwiazd, celebrytów, osób publicznych: *Tomasz Adamek tak znieczulał się przed lotem (14.09.) Gaga pluje na Polskę (13.06.) Słynny trener jechał pijany (30.03.) Tak gwiazdy szalały na Słowacji (14.12.) Kryzys w związku Wałęsy (16.11.) Ma 41 lat i 6 tysięcy emerytury! (14.03.) Tak policja odbiła syna biznesmena (22.05.) Urbański wygryzł Kammela (06.12.) Wałęsa zostawił żonę, ale o niej myśli (17.04.) Syn Kadafigo pojmany (21.11.) Matka w szpitalu. Kaczyński przerwał kampanię (10.–11.09.);*
- łamaniu zasad moralnych, o przestępstwach: *Tak zamachowiec dobija rannych (26.07.) Uczeń poranił ucznia nożem (27.03.) Złodzieje schowali baleron w spodniach (08.03.) Rabuś okradł kościół i zasnął w autobusie (12.03.) Dzieci zatłukły dziecko (09.12.) Rodzice sprzedali własne dziecko (16.09.) Matka spaliła dziecko w piecu (10.02.) Pijany stróż prawa piratem (05.12.);*
- sprawach mniejszej wagi: *Pluskwy nas zeżrą (14.02.) Co nosi modny ksiądz (18.–19.06.).*

Tabloid z reguły narzeka na rzeczywistość społeczną, utwierdzając czytelnika w przekonaniu, że „inni mają lepiej” (*Sylwester bogaczy – 31.12.–01.01.; Polacy mają najgorzej w Europie – 18.08., Policjanci mają lepiej – 04.04.*), co powoduje, iż gazeta w każdym numerze narzeka na zachowanie osób rządzących krajem, na ich lekkomyślność, krótkowzroczność, egoizm oraz brak kompetencji (*I znów Kaczyński narozrabiał – 04–05.02., Witajcie (znowu) w ciężkich czasach – 19.07.*). Niemniej jednak w analizowanym materiale można znaleźć też tytuły mające wydźwięk pozytywny: *W kraju szczęśliwym (08.11.) Hurra! Mamy złoto w tycze! (30.08.) Brawo! Motorniczy ujął złodzieja (07.11.) Brawo! Pani minister na rowerze (26.07.) To dobry kredyt Na bank! (28.10.)* Chwali tabloid przede wszystkim zachowania prospołeczne, bohaterskie uczynki zwykłych ludzi albo niecodzienne działania polityków, którzy czasem upodabniają się do przeciętnych obywateli z ich problemami i bolączkami.

Prawie zawsze „Fakt” stawia się na miejscu osoby, która „wie lepiej”, i dlatego sporo nagłówków przybiera charakter dobrej rady, a nawet konkretnej propozycji dotyczącej:

- naprawy zła: *Chcecie grać na euro to zmieńcie kluby (18.11.) Profilaktyka? A może najpierw myślenie (15.03.) Mniej urzędników, niższe podatki (15.11.) Drodzy Pastwo, czas oprzytomnieć (15.11.) I kobiety, i mężczyźni powinni pracować nawet do 67 roku życia (15.11.) Premierze jeżdź na ziemię! (19.–20.05.) Widziałeś go, zadzwoń na policję! Ukradł 100 tys. zł w reklamówce (19.–20.05.) Przemęczeni? Zmieńcie pracę, lenie (30.11.) Więcej dzieci, krótsza praca (24.11.)*

To nie urzędnik, to oszust! Uważaj na tego typa! (15.12.) *Władza powinna ciąć też sobie* (22.11.) *Ratujmy ludzkie życie* (02.06.) *Polacy, dziękujcie Joannie Kluzik* (20.06.) *Falszywy konsul Przyjrzyj mu się! On mógł cię oszukać* (09.06.) *Zabrać przywilej górnikom, nauczycielom i mundurowym* (28.06.) *Joannie Musze już podziękować* (13.02.) *„Fakt” popiera pomysł rządu! Pora odebrać ulgi bogaczom!* (12.04.);

- poprawy warunków życia Polaków: *Przestańcie gadać zaczynajcie jeździć* (09.05.) *Odlóż pieniądze, niech zarabiają: dziś przegląd lokat* (18.11.) *Przedsiębiorco, zmień bank, bo warto!* (29.03.); *Jak odzyskać pieniądze z mandatu. Możesz wygrać z fotoradarem!* (15.11.) *I ty powinieneś odkładać pieniądze* (26.–27.11.) *Podwyżka emerytur Sprawdź, ile dostaniesz!* (06.07.) *Unia narzuca nam ceny, niech wyrówna pensje* (31.12.) *Jedzenie drożeje! Gotuj tanio z Faktem* (14.02.) *Odlóż sobie, zarób, no i bądź bezpieczny!* (06.12.);
- spraw dotyczących innych problemów niż polityczno-społeczne: *Donaldzie wszechmogący! Sprowadź śnieg dla córki* (09.12.) *Jedź czekoladę, schudniesz!* (28.03.) *Dajcie Legii Manchester, obojętnie który* (09.12.) *Węgrzy do rezerwatów? Tutaj się już nie mieszczą!* (12.12.) *Odchudzasz się? Czytaj etykiety!* (06.09.) *Trzymajmy się od euro jak najdalej* (24.02.) *Nie szukajmy winnych na siłę* (04.08.) *To łupy gangu wnuczków. Poznajesz coś swojego? Zadzwoń* (06.12.) *Więcej Smudy w reklamach i będzie dobrze* (12.10.).

Gazeta odwołuje się do sumień zarówno czytelnika, jak i wyimaginowanego prześladowcy: *6000 zł dla posła 520 zł na dziecko Gdzie tu sprawiedliwość?!* (29.05.) *Jutro pokażemy, ile zarabiają emeryci z Sejmu* (15.03.) *Premierze, Polska wygląda inaczej Zejdź na ziemię!* (19.–20.05.) *Nie pchaj się na afisz* (24.11.) *Eurozjadom pałace! Eurourzędasom podwyżki!* (12.12.). Propozycje naprawy zła wkładane są też w usta zwykłych obywateli: *Polacy do Tuska tenisisty. Rzuć raketę weź się do pracy!* (11.–12.02.).

Bywa jednak i tak, że „Fakt” nie pozostawia złudzeń, odbierając ludziom nadzieję: *Nie oczekujmy cudów Tuska* (18.11.) *Rodzice, nie wierzcie minister edukacji* (28.03.). *Więcej pracy, mniej pieniędzy* (22.05.) *Tusk chce, byśmy pracowali do końca życia* (15.02.) *Dramat młodych Polaków: Jestem magistrem i zmywam gary* (14.09.) *Tak się powodzi w Sejmie: Posłowie dostaną 2 pensje za nic!* (14.09.).

Rzadko natomiast tabloid sięga po przykłady z zagranicy, choćby takie: *Austriacy żądają: opodatkować bogaczy!* (06.09.). Jeśli już tak się zdarza, to poważnie przykład obcy służy wyeksponowaniu ogromu zła w naszym kraju.

Czasem jednak gazeta sama próbuje uspokoić nastroje społeczne, twierdząc: *Nie dramatyzujmy: państwo jest, armię ma i nie ma o czym dyskutować* (04.08.). Propozycje sformułowane przez tabloid mają zwykle charakter oskarżający nieudolność ekipy rządzącej, przez co gazeta uzurpuje sobie prawo do służenia radą, jak wyjść z kryzysu. Rady przekazywane w trudnym, kryzysowym dla naszego kraju czasie są tak sformułowane, by czytelnik brał je za pewnik, za najlepsze

możliwe rozwiązanie. Widząc slogan: *Odlóż sobie, zarób, no i bądź bezpieczny!* (06.12.) czytelnik zaakceptuje go od razu, bo tym samym gazeta daje mu nadzieję na lepszą i bezpieczną przyszłość. Nikt też tak jak tabloid nie potrafi zapewniać: *Z nami etykieta stanie się jasna* (20.04.) *Polsce na razie nic nie grozi* (05.07.) *Wystarczy słowo przepraszam* (11.–12.06.), czym buduje sobie wizerunek dobrego znajomego, kogoś, komu można zaufać.

Wreszcie, na świat prezentowany przez tabloid składają się także co jakiś czas publikowane przeprosiny oraz sprostowania, często powodowane wyrokiem sądu wskutek fałszywych doniesień bądź pomówień: *Axel Springer sp. z o.o. przeprosza pana Eugeniusza Kolatora – byłego vice prezesa PZPN* (03.08.) *Wyjaśnienie. Nieprawdą jest, że cytowany w artykule „Nawet Niemcy mają taniej” Krzysztof Rybiński jest ekonomistą Szkoły Głównej Handlowej* (21.–22.04.).

3. Podsumowanie

W centrum zainteresowania tabloidu znajduje się wiele spraw, poczynając od problemów polityczno-społecznych dotyczących kryzysowych sytuacji w państwie przez doniesienia o nieudolności i znieczulicy przedstawicieli władzy po plotki z życia celebrytów, ludzi sportu oraz osoby zamożne. Obraz świata prezentowany przez tabloid jest mocno uproszczony, zbanalizowany, ale przez to łatwo dostępny. Obowiązuje zasadniczy podział na dobrych i złych, bogatych i biednych, co więcej, granice między poszczególnymi warstwami są wyraźne i ostro zaznaczone, bo przejście z jednej do drugiej jest trudne i czasem niemożliwe. Rozwarstwienie w sferze wartości skutkuje powstaniem paraleli pomiędzy dobrymi – My a złymi – Wy. To przyciąga czytelnika, który może identyfikować się z jedną z grup, gdyż z pewnością „Fakt” czytają nie tylko ubożsi. Zdarza się to także tym, którzy spodziewają się w gazecie doniesień o sobie, a to zawsze budzi emocje. Charakterystyczna dla tabloidu jest także jego jednoznaczność, tabloid bowiem narzuca konkretną opinię i zajmuje stanowisko w sprawie, jest radykalny, przed czym wzbrania się prasa uważana za opiniotwórczą.

Postać ofiary jawi się czytelnikowi jako osoba bezbronna, słaba, uciemniona przez działania władzy, która nigdy nie będzie żyła na takim poziomie życia jak ludzie wpływowi i zamożni, którym tabloid powierza rolę prześladowcy społecznego obojętnego na krzywdę uboższych od siebie i dbającego tylko o własne (i swojej) rodziny dobro. Przeciętny obywatel nie jest osamotniony w walce z bezdusznym systemem władzy, bo ma w tym swojego sprzymierzeńca w postaci samego tabloidu, któremu przypada rola obrońcy społecznego wyczulonego na wszelkie przejawy nierówności i niesprawiedliwości w społeczeństwie.

Powtarzalność leksemów (*skandal, szok, alarm, groza, afera, prowokacja*, itp.) przyczynia się do typowego postrzegania postaci ofiary, prześladowcy, wybawcy, a tym samym budowania stereotypów funkcjonujących zarówno w świadomości

czytelnika, jak i dziennikarzy redagujących tekst, co owocuje jednostronnym (stereotypowym) sposobem postrzegania spraw w każdym numerze analizowanego tabloidu.

Bibliografia

- Bauer Z., 2010 „*Twój głos w Twoim domu:*” cztery typy tabloidyzacji [w:] *Tabloidyzacja języka i kultury*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław, s. 37–46.
- Białek-Szwed O., 2009, *Problem voyeuryzmu medialnego w kontekście polskiej prasy masowej* [w:] *Współczesne media. Status, Aksjologia, Funkcjonowanie*, t. I, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin.
- Białek-Szwed O., 2010, *Voyeurizm medialny na łamach polskich tabloidów* [w:] *Tabloidyzacja polskich mediów i kultury*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 183–192.
- Carlton T., Djupsund G. *Trivial stories and fancy Picture? Tabloidization tendencies in Finnish and Swedish regional and national newspapers 1982–1997*, “Nordicom Review” 19 -1, s. 101–113.
- Dulna-Rak E., Niepytalska-Osiecka A., 2011, *Darmozjady, obiboki i złodzieje, czyli obraz polityków, urzędników i administracji państwowej na łamach tabloidów „Fakt” i „Super Express,”* [w:] *Tabloidy. Język, wartości, obraz świata*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław, s. 274–275.
- Godzic W., 2007, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007, s. 23.
- Kopeć U., 2008, *Językowy obraz wartości w wypowiedziach licealistów (przyjaźń – miłość – nienawiść)*, Rzeszów, s. 22–26.
- Ożóg K., 2011, *Człowiek, język, świat według współczesnych polskich tabloidów* [w:] *Tabloidy. Język, wartości, obraz świat*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław, s. 74–75.
- Pisarek W., 2008, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa, s. 134.
- Sapir E., 1979, *Kultura, język, osobowość*, tłum. R. Zimand, B. Stanosz, Warszawa.
- Whorf B.L., 2002, *Język, myśl i rzeczywistość*, tłum. T. Hołówka, Warszawa.
- <http://www.karpmandramatriangle.com/pdf/thenewdramatriangles.pdf>.

THE SOCIETY ACCORDING TO “FACT” – A DESCRIPTION OF CHARACTER

Summary

The article presents a reconstruction of the world created in the tabloid’s reality by the language. Research are based on the Karpman’s dramatic triangle assumed existence of three social roles: victim, persecutor and savior. The creation of the social forms is made by the repetition of particular words: shock, scandal, sensation, horror, alarm, attention, swindle. The tabloid’s addressee is rather little choosy, simple and accept the primitive world, bad or good, black or white. The words’ repetition is causing formation some typical stereotypes in tabloid and in the society.