

Maciej Kawka

Uniwersytet Jagielloński

DYSKURS ETYCZNY W KONTEKŚCIE MEDIÓW – „UKRYWAĆ, POKAZUJĄC”, SEPIZACJA, PARAFRAZOWANIE I ZAMKNIĘTY OBIEG INFORMACJI

Abstract

Ethical discourse in the context of the media – “hide showing”, sepization, paraphrase and closed information flow. In axiological discussions, attention is paid to the integral and internal relationship of the natural language with values and their ubiquity as permanent components of all speech. Attempts to build a language free of all values ended in failure. However, not everything in the language is axiologically characterized in the same way, and their discovery and proper reading depends on the communication skills of the participants of the discourse and requires the use of appropriate interpretation procedures. In the media, there are texts defining order and chaos, ally and enemy, good and evil, importance and nullity of the discussed problems, which organizes the entire ethical discourse within a given culture, not only media, but above all real. This reality and we together with it and our values are then transformed into a reality and we start to live not in the circle of real values, but in the circle of values created in the virtual space of the Internet by the texts circulating in it.

Dyskurs etyczny w kontekście mediów – „ukrywać, pokazując”, sepizacja, parafrazowanie i zamknięty obieg informacji. W dyskusjach aksjologicznych zwraca się uwagę na całościowy i wewnętrzny związek języka naturalnego z wartościami i ich wszechobecność jako stałych składników wszelkiego mówienia. Próby zbudowania języka wolnego od wszelkich wartości kończyły się niepowodzeniem. Jednak nie wszystko w języku jest nacechowane aksjologicznie w jednakowy sposób, a ich odkrycie i właściwe odczytanie zależy od umiejętności komunikacyjnych uczestników dyskursu i wymaga zastosowania odpowiednich procedur interpretacyjnych. W mediach pojawiają się teksty definiujące ład i chaos, sprzymierzeńca i wroga, dobro i zło, ważność i nieważność

poruszanych problemów, co organizuje cały dyskurs etyczny w obrębie danej kultury i to nie tylko medialnej, ale przede wszystkich rzeczywistej. Rzeczywistość ta i my razem z nią i naszymi wartościami zostajemy wtedy zmedializowani i zaczynamy żyć nie w kręgu rzeczywistych wartości, ale w kręgu wartości wytworzonych w wirtualnej przestrzeni Internetu przez krążące w nim teksty.

Keywords ethical discourse, media, paraphrasing, sepization, information, language, values
dyskurs etyczny, media, parafrazowanie, sepizacja, informacja, język, wartości

W dyskusjach aksjologicznych zwracano uwagę na całościowy i wewnętrzny związek języka naturalnego z wartościami i ich wszechobecność jako stałych składników wszelkiego mówienia. Według Michała Głowińskiego „ustanawianie czy nadawanie wartości, wprowadzanie współczynnika aksjologicznego jest stałym komponentem naszego mówienia, wszelkiego mówienia. Mówię nie tylko o faktach, nie tylko wyrażam swoje przekonania, ujmuję je także w pewne wartościujące schematy”¹. Wszelkie zaś próby zbudowania języka wolnego od wartości kończyły się niepowodzeniem. Nie oznacza to, że wszystko w języku jest nacechowane aksjologicznie w jednakowy sposób, jednakże wyrażane wartości są w nim zawsze obecne, może niekiedy bardziej lub mniej, ukryte i niejawne, a ich odkrycie i właściwe odczytanie zależy głównie od umiejętności komunikacyjnych uczestników dyskursu i wymaga zastosowania odpowiednich procedur interpretacyjnych.

1. PROBLEMATYKA WARTOŚCI W JĘZYKU, W TEKŚCIE I W DYSKURSIE

Problematyka wartości i wartościowania w języku, w tekście i w dyskursie nie została jeszcze wystarczająco dobrze i jasno przedstawiona zarówno w polskiej, jak i obcej literaturze aksjologicznej i w rodzącej się aksjolingwistyce (lingwistyce aksjologicznej). Językoznawcze rozważania nad semantyką i pragmatyką wypowiedzi wartościujących zaczynają się pojawiać jako odrębny problem badawczy na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych ubiegłego stulecia, co było powiązane z nurtem komunikacyjnym w opisie tekstu i dyskursu. O ile bowiem istnieją szczegółowe prace dotyczące poszczególnych leksemów nacechowanych dodatkowo lub ujemnie pod względem wyrażanych wartości utożsamiane z rozumieniem języka jako źródła (nosiela) informacji o wartościach w sposób immanentny i akontekstualny – chodzi o wyrazy zawierające systemowe znaczenia dotyczące tego, co dobre (dobra), i tego, co złe (zła), oraz narzędziem wyrażania wartości – chodzi tu o środki językowe w pewnym stopniu

¹ M. Głowiński, *Wartościowanie w badaniach literackich a język potoczny*, w: *O wartościowaniu w badaniach literackich*, red. S. Sawicki, W. Panas, Lublin 1986, s. 181.

niezależne od znaczenia prymarnego wyrazów wartościujących, o tyle brak opisów języka wartości uwarunkowanych kontekstowo, wyrażenń wtórnie wartościujących pod względem kulturowym i prakmatycznym czy też uzależnionych od asocjacji nadawcy tekstu oraz uczestników dyskursu.

Jak pisze Jadwiga Puzynina, „Środki wyrażania wartościowań dzieli się przede wszystkim na systemowe, skonwencjonalizowane oraz tekstowe, fakultatywne, zależne od kontekstu. Z tym podziałem krzyżuje się podział tych środków na parajęzykowe (gesty, intonacja, symbolika dźwiękowa i graficzna) oraz językowe: fleksyjne, składniowe, słowotwórcze (te należą do środków systemowych), leksykalne (systemowe bądź tekstowe), wreszcie oparte na frazeologizmach i tropach skonwencjonalizowanych, a także na tropach i figurach tekstowych, charakterystycznych dla języka o funkcji poetyckiej”².

Jednakże przedmiotem badań językoznawcy powinien być „sposób i zakres wyrażania wartości przez jednostki systemu językowego”³. W tym celu Puzynina dąży do ustalenia: „1) co to znaczy wartościowanie, 2) kto wartościuje, 3) co wartościuje, 4) dla kogo coś jest wartością, 5) czy wyraz jest czysto wartościujący (inaczej i ściślej: prymarnie wartościujący), czy opisowo-wartościujący (inaczej: wtórnie wartościujący), 6) jakiej kategorii wartości dotyczy, 7) czy jest nacechowany emocjonalnie, 8) czy jest nacechowany pod względem intensywności, 9) jeżeli jest wyrazem opisowo-wartościującym, to czy składnik wartościujący jest definicyjny, czy konotacyjny”⁴.

W trakcie aksjologicznej analizy tekstu i dyskursu mechanizmy wartościowania mogą zatem zależeć nie tylko od użycia środków systemowych, ale również od zawartych w wypowiedzi informacji ukrytych, głównie od presupozycji i implikatur konwersacyjnych⁵, uruchamianych podczas kodowania i dekodowania tekstów jako mowa nie wprost za pomocą ironii, aluzji, metafory, porównania, metonimii etc. Mimo że wartości realizowane być mogą zarówno eksplicitnie, jak i implícitnie, częściej wskazuje się na fakt, że jednak w dużej części przekazu medialnego mamy do czynienia z wartościowaniem ukrytym, nie wprost, które odbiorca nie zawsze potrafi jednoznacznie zinterpretować. Właściwe odczytanie tego typu niejawnych wartościowań wspomagane jest zazwyczaj kontekstowo. Takie nieskonwencjonalizowane środki wyrażania wartościowań są znacznie bogatsze niż środki ściśle językowe, skonwencjonalizowane, ale też trudniejsze do wykrycia i analizy przez badacza.

Wartości mogą być więc wyrażane nie wyłącznie na poziomie kodu językowego (systemu leksykalnego), ale przede wszystkim na poziomie tekstu i dyskursu, a ich szukanie na tych poziomach (tekstu i dyskursu) nie powinno się ograniczać do opisu wartościowań wynikających z poszczególnych słów, połączeń wyrazowych czy też nawet zdań, ale z całych szerszych uwarunkowanych kontekstowo tekstów i dyskursów. Wtedy tak pojęte wyrażenia wartościujące determinują i stanowią oprócz właściwej dla siebie funkcji aksjologicznej tekstu jego spójność semantyczną. To przewartościowanie perspektywy badawczej jest konsekwencją strukturalistycznego binaryzmu (nadrzędna

² J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992, s. 111.

³ J. Puzynina, *Język wartości*, dz. cyt., s. 185.

⁴ J. Puzynina, *Język wartości*, dz. cyt., s. 9.

⁵ P. Grice, *Logika i konwersacja*, tłum. J. Wajszczuk, „Przegląd Humanistyczny” (1977) z. 6, s. 85–99.

opozycja: dobry–zły) ujętych w postaci skali wartości dodatnich i ujemnych. W tej domenie opartej na teorii kognitywnej na poziomym systemie opozycji Tomasz Krzeszowski⁶ buduje semantykę aksjologiczną, dodając jeszcze uporządkowanie hierarchiczne oparte na wartościach pochodzących z doświadczenia przez człowieka rzeczywistości jako Wielkiego Łańcucha Bytów z Bogiem i ludźmi na górze (schemat wyobrazeniowy górą–dół), zwierzętami, roślinami i innymi bytami nieorganicznymi u podstaw.

Najbardziej wyrazisty i spójny obraz wartościowania, tkwi w uwarunkowaniach tekstowych, konotacyjnych, kontekstowe, zwłaszcza gdy chodzi o te wartości tkwiące w gestaltach tworzących wyidealizowane modele kognitywne, a więc takie, które odnaleźć można w tylko właśnie większych całościach tekstowych i w leżących u ich podstaw schematach wyobrazeniowych, a nie wyłącznie w pojedynczych wyizolowanych z kontekstu wyrazach jakkolwiek nacechowanych pod względem etycznym. Tworzy się w tym celu pola znaczeniowe wartości na wzór strukturalnych ujęć pól semantycznych Josta Triera i Waltera Porziga czy też słowników aksjologicznych.

W polskim dyskursie publicznym, który w bardzo dużej części jest medialnie ukonstestowany, dzisiaj powiedzielibyśmy: zmedializowany⁷, tzn. zapośredniczony w przestrzeni bezosobowej i głównie obecny w szeroko rozumianych mediach i przekazywany odbiorcom za ich pośrednictwem, wydzielane są jego dwa rodzaje: dyskurs etyczny (aksjologiczny) i pragmatyczny (użyteczny). Podziału tego dokonała Katarzyna Kłosińska w pracy *Etyczny i pragmatyczny. Polskie dyskursy polityczne po 1989 roku*. Autorka stwierdza, że tym, co tworzy dyskurs etyczny oraz odróżnia go od pragmatycznego, jest „autotelizowanie wartości etycznych oraz ich holistyczny wymiar. Moralność jest więc wartością samą w sobie i obejmuje oraz opisuje całą rzeczywistość, wszystkie jej aspekty – przede wszystkim życie publiczne, gospodarkę, prawo i historię”⁸.

W innym miejscu dodaje: „Tak jak dyskurs etyczny gloryfikuje przeżywanie (wartości, sacrum), tak dyskurs pragmatyczny gloryfikuje działanie, które najogólniej dałoby się określić jako dążenie do sukcesu”⁹.

Wszystkie powyższe konstatacje odnoszą się do dyskursu etycznego odbywającego się w rzeczywistej (a nie medialnej) przestrzeni publicznej, a ściślej: politycznej, bowiem materiał badawczy autorka zaczerpnęła z dokumentów politycznych, statutów i programów partyjnych, deklaracji i odezw wyborczych, ulotek i exposé premierów. Nadawcami tych tekstów (prymarnie pisanych) były partie polityczne oraz komitety wyborcze do Sejmu i Senatu działające (albo przynajmniej zarejestrowane) w Polsce po 1989 roku.

Natomiast teoretycznymi aspektami dyskursu etycznego w przestrzeni medialnej zajął się w programowej pracy *Etyczne aspekty mediów integralną częścią nauk o mediach*

⁶ T. P. Krzeszowski, *Aksjologiczne aspekty semantyki językowej*, Toruń 1999.

⁷ Przez „medializację” egzystencji rozumiemy tu (najpierw bardzo szeroko) taką sytuację, w której bezpośredni dostęp do podstawowych doświadczeń egzystencji zostaje zastąpiony i zabudowany przez zapośredniczenie w przestrzeni bezosobowej lub raczej takiej, w której to sedno osobowości, jakim jest odpowiedzialność bezpośrednia i bezwzględna, zastępuje władza pewnej „struktury” i jej pragmatyki wytworzonej przez czynniki inne niż objęci zainteresowaniem albo działające poza nimi), ale przez nich wstępnie i z góry zaakceptowanej, <http://www.graniczne.amu.edu.pl/PPGWiki/wiki/SystemyMedializacja> (17.05. 2016).

⁸ K. Kłosińska, *Etyczny i pragmatyczny. Polskie dyskursy polityczne po 1989 roku*, Warszawa 2012, s. 35.

⁹ K. Kłosińska, *Etyczny i pragmatyczny*, dz. cyt., s. 145.

Michał Drożdż¹⁰. W podrozdziale zatytułowanym *Dyskurs wokół pojęcia etyka mediów* autor wyróżnił cztery podstawowe działy etyki mediów: „Po pierwsze, etyka mediów, stanowiąc część etyki społecznej, obejmuje problematykę moralną związaną ze strukturami i funkcjonalnością systemów medialnych, traktowanych jako część struktur społecznych i ekonomicznych. [...] Po drugie, etyka mediów jest teorią moralności w obszarach szczegółowych kategorii mediów lub «produktów medialnych». Jako etyka określonego rodzaju mediów (Internetu, telewizji, filmu, informacji, komunikacji medialnej, cyberprzestrzeni itd.) stara się wypracować kryteria ocen etycznych obecnych w nich treści i form medialnych. [...] Po trzecie, etyka mediów jest etyką twórców medialnych i dziennikarzy. W tym obszarze rozwija się jako etyka dziennikarska czy deontologia zawodowa we wszystkich grupach zawodowych związanych z tworzeniem i przekazem treści medialnych. [...] Czwarty obszar etyki mediów tworzy etyka odbiorców, która traktuje audytorium, w wymiarze ogólnym i jednostkowym, jako konieczny i aktywny element procesów komunikacji medialnej. [...] Etyka odbiorców w sposób naturalny łączy się z pedagogiką medialną, która ma na celu pomóc wychować człowieka do krytycznego i racjonalnego odbioru treści medialnych”

Warto by do tych czterech działów funkcjonowania etyki mediów – a więc etyki systemów medialnych, etyki produktów medialnych, etyki dziennikarskiej (deontologii) i etyki odbiorców dodać dział etyki słowa (medialnego), aczkolwiek na każdej z tych platform etycznych słowo moralne jest nie tyle obecne, ile także w sposób immanentny warunkuje funkcjonowanie mediów w każdym wymiarze nie tylko w zakresie możliwości zdefiniowania (określenia i przyswojenia) przez nadawcę (dziennikarza) i odbiorcę (telewidza, radiosłuchacza, czytelnika prasy, internautę) tego, co dobre, i tego, co złe, tego, co etyczne, i tego, co nieetyczne, ale także ich przyswojenia w procesie werbalnej internalizacji za pomocą języka (kodu) w różnych jego odmianach, stylach i dyskursach.

Jednak media w wielu wypadkach tego procesu ani nie uczą, ani nie ułatwiają przyswojenia norm etycznych, a czasem wręcz odwrotnie – popularyzują w imię wszechobecnej komercji i populizmu negatywne wzorce etyczne. I nie jest to winą samych mediów (nadawców i autorów przekazu), ale jest związane z istotą i podstawowymi mechanizmami ich funkcjonowania ze wszystkimi ujawnionymi i ukrytymi (immanentnymi) sposobami prezentowania swoich i cudzych wartości – rzadziej pielęgnowaniem pozytywnych, częściej ich ukrywaniem i promowaniem etyki negatywnej.

2. UKRYWAĆ, POKAZUJĄC

W niezwykle skromnej, ale jakże ważnej książeczce *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa* znakomity francuski socjolog Pierre Bourdieu wykazuje istnienie ciągu mechanizmów, które czynią z telewizji „narzędzie szczególnie szkodliwej formy przemocy

¹⁰ M. Drożdż, *Etyczne aspekty mediów integralną częścią nauk o mediach*, <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-3900f4b2-37ec-4094-b9e7-cd29dba0d5ba/c/drozd.pdf>, s. 12 (12.06.2016).

symbolicznej” i czyni to na przykładzie gatunku *faits divers*: „Weźmy najprostszy przykład: sensacje, tzw. *faits divers* – krew, seks, dramat, zbrodnia – zawsze były ulubioną pożywką prasy brukowej i zawsze świetnie się sprzedawały. Wcześniej usuwane i pomijane z powodu troski o poważanie narzuconej przez wzorzec poważnej prasy, teraz dzięki panowaniu telemetrii zostały wyniesione na pierwsze strony gazet i na czołówki serwisów informacyjnych. Ale te *faits divers*, dostarczając rozrywki, jednocześnie odwracają uwagę. Podstawowy trik iluzjonisty polega na odwróceniu uwagi widza od tego, co naprawdę robi. [...] Sensacje zabierają czas, który mógłby być wykorzystany, by powiedzieć coś innego. Otóż czas jest w telewizji dobrem niezwykle cennym. I jeśli wykorzystuje się te cenne minuty, by mówić rzeczy tak błahe, to znaczy, że owe błahe rzeczy są w istocie bardzo ważne, gdyż ukrywają rzeczy cenne”¹¹.

Jest to mechanizm dyskursu etycznego, który ma miejsce w przekazie telewizyjnym i który Bourdieu nazywa „ukrywać, pokazując”. Zdaniem autora telewizja albo pokazuje coś innego niż powinna, albo też pokazuje to, co powinna, ale robi to w taki sposób, że naprawdę tego nie pokazuje, że czyni to błahym lub przedstawia tak, że nabiera to znaczenia całkowicie niezgodnego z rzeczywistością. Ten drugi mechanizm Bourdieu wyjaśnia za pomocą metafory okularów, jako najczęściej stosowaną kategorię niewidzialnych struktur organizujących percepcję i determinujących to, co się widzi, i to, czego się nie widzi, które są produktami naszej edukacji, historii itp. Jak pisze autor, „najczęściej i zazwyczaj stosowaną przez profesorów metaforą wyjaśniającą pojęcie kategorii, czyli niewidzialnych struktur organizujących percepcję i determinujących to, co się widzi, i to, co czego się nie widzi, jest metafora okularów. Te kategorie są produktem naszej edukacji, historii. [...] Dziennikarze patrzą na świat przez szczególny typ okularów. Widzą przez nie niektóre rzeczy, innych zaś nie widzą, a te, które widzą, widzą w specyficzny sposób. Dokonują selekcji i budują najrozmaitsze konstrukcje z tego, co już wybrali”¹².

Zjawisko to ma niezwyklej wagi konsekwencje etyczne, ponieważ podobne operacje są przez dziennikarzy dokonywane na słowach i za ich pomocą. Używając zwyczajnych słów, nie robimy wrażenia, ponieważ potrzebne są słowa nadzwyczajne. Nazwać to pokazać, stworzyć, powołać do istnienia. A słowa mogą – zdaniem Pierre’a Bourdieu – „czynić prawdziwe spustoszenie: islam, islamski czy islamistyczny (*islam, islamique, islamiste*) – chusta jest islamska czy islamistyczna? Czy chodzi po prostu o chustę i nic więcej? [...] Przecież te słowa mają swoje rzeczywiste skutki, tworzą fantazmaty, lęki, fobie, czy po prostu fałszywe wyobrażenia. Zaprzeczają prawdzie, tworząc fałszywe obrazy rzeczywistości i produkując nieetyczne dyskursy dziennikarskie”¹³.

W tej nieustającej walce o widza (telewidza) – także politycznej – na poziomie codziennych rozmów oraz w wymiarze globalnym za pośrednictwem mediów chodzi jak zawsze o narzucenie własnego sposobu widzenia świata, swoistych okularów, przez które ludzie go postrzegają, używając przy tym niektórych podziałów, np. młodzi kontra

¹¹ P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, red. nauk. M. Jacyno, Warszawa 2011, s. 42–43.

¹² P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, dz. cyt., s. 45.

¹³ P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, dz. cyt., s. 45–46.

starzy. To narzucanie własnego sposobu widzenia świata przybiera zawsze wymiar etyczny, ponieważ telewizja, narzucając te podziały, tworzy grupy, które zaczynają działać i mogą tym samym przekonać się o własnym istnieniu, wyrzucić presję i uzyskać jakieś korzyści. W tych walkach telewizja odgrywa dziś rolę determinującą. Ci, którzy wciąż wierzą, że wystarczy manifestować, nie przejmując się telewizją, ryzykują porażkę

Wystarczy tu wspomnieć o niedawnych, transmitowanych przez telewizję przez prawie cały, i to niejednym dzień, marszach protestacyjnych w Warszawie, których dominującym pokłosem były spory o liczbę protestujących, a tych usiłowano policzyć dzięki rejestracji telewizyjnej lub policyjnym kamerom. Istotą jednak transmisji i treści komentarzy dziennikarskich była wyłącznie liczba demonstrantów, a bardzo rzadko lub w ogóle nie to, w imię czego protestowali.

Podobny spór o liczbę manifestantów miał miejsce w mediach co do osób uczestniczących w marszu poparcia dla Lecha Wałęsy w dniu 27 lutego 2016 roku: „TVP Info podała, że w sobotniej wrocławskiej akcji «Solidarni z Lechem» uczestniczyło 300 osób. Tymczasem publiczne Radio Wrocław napisało już o kilku tysiącach solidaryzujących się z byłym prezydentem”¹⁴.

W całym tekście dziennikarz nie powiedział jednak nic o tym, w czym osoby uczestniczące w akcji byli solidarni z Lechem (Wałęsą). By nadal być przy sprawach dotyczących Lecha Wałęsy, wystarczy wspomnieć sprawozdanie jednej z polskich stacji telewizyjnych, zamieszczone w głównym wydaniu wiadomości, z okazji jubileuszu 25-lecia przyznania mu Pokojowej Nagrody Nobla, w którym dziennikarz, wymieniając delegacje poszczególnych krajów, ani razu nie podał nazwiska Lecha Wałęsy. Trudno to wytłumaczyć niedbałością lub zapominalstwem.

Przykłady zupełnego lub częściowego braku informacji oparte są na mechanizmach przemilczania celowego lub takiego, w którym odbiorca jest w stanie uzupełnić sobie wiedzę, której dziennikarz nie podaje, bo wie, do kogo jest skierowany tekst i że czytelnik zrobi to za niego. W tym wypadku hierarchia ważności informacji jest dla nadawcy zupełnie inna niż tego oczekuje odbiorca, którego ten pierwszy lekceważy i z którym jednak się nie liczy. Ten brak szacunku dla odbiorcy ma więc w najwyższym stopniu wymiar etyczny, albowiem godzi bezpośrednio w podstawowe wartości ludzkie.

3. WAŻNOŚĆ TEGO, CO NIEWAŻNE – SEPIZACJA

Problem hierarchizacji i ważności przekazywanej informacji w dyskursie publicznym i medialnym jako ważności tego, co nieważne, został określony angielskim akronimem – SEP (somebody else's problem) i spolszczony jako „sepizacja”, czyli mechanizm powstawania unieważnień, lub „sepologia” jako dziedzina badań nad nimi. Jest najczęściej definiowane jako „sprawa, którą uważamy za cudzy problem, problem kogoś innego.

¹⁴ Jak TVP Info nałgała o manifestacji poparcia dla Lecha Wałęsy, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/1,35771,19689771,jak-tvp-info-nalgała-w-sprawie-manifestacji-poparcia-dla-lecha.html#ixzz4Jxs9QTq0> (12.06.2016).

To sprawa przemilczana... [...] Może to być również sprawa omawiana – stanowiąca ważny fragment publicznego dyskursu – lecz w taki sposób, że uznaje się ją za nieważną z własnego punktu widzenia”. Sepologia zatem to dziedzina badań nad ważnością tego, co w przekazie nie zostało uwzględnione, lub tego, co przez autora w dyskursie zostało uznane za nieważne. Jak piszą Marek Czyżewski, Kinga Dunin i Andrzej Piotrowski – autorzy książki *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce* w rozdziale *Cudze problemy, czyli wstęp do sepologii*¹⁵, „sepizacja rozmaitych spraw jest wszechobecna i nieunikniona, aczkolwiek zazwyczaj niedostrzegana lub przynajmniej nieujawniona [...] każdemu aktowi unieważnienia jakiejś sprawy towarzyszy siłą rzeczy nadanie ważności sprawom innym, czyli zjawisko kontrsepizacji. Na przykład odmowa ważności problemom mniejszości narodowych oznacza tym samym przyznanie wyłącznej ważności prawom większości narodowej, nawet jeśli to nie jest jawnie sformułowane [...] postrzeganie świata i społecznie komunikowanie się nie byłoby możliwe bez wyznaczania i hierarchizacji sfer ważności”¹⁶.

Nie można jednak nie dostrzec, że zarówno zjawiska sepizacji, jak i kontrsepizacji podlegają uwarunkowaniom aksjologicznym. W każdym przekazie medialnym pewne zjawiska są unieważniane, a inne zyskują rangę doniosłości i to nie zależy od wyimaginowanej woli jakiegoś dziennikarza, ale wynika z wyznawanego przez niego lub grupę, której jest reprezentantem, systemu wartości etycznych bądź estetycznych lub jeszcze innych preferencji. Procedury te nie są nowe i zostały już zauważone i opisane w klasycznej retoryce i oratorstwie jako *praeteritio* (łac. pominięcie, przemilczenie) – „zapowiedź przemilczenia pewnych spraw, wykorzystana jako okazja do zwrócenia na nie uwagi słuchaczy”¹⁷.

Zdaniem Czyżewskiego, Dunin i Piotrowskiego sepizacja powstaje w trzech wymiarach: „1. Wymiar relacji między jednostką a światem (ja–świat) łączy się z postrzeganiem przez jednostkę jej własnych działań w świecie zewnętrznym, 2. Wymiar my–oni łączy się z podziałem problemów na nasze i cudze: Narzędziem sepizacji jest podział na spokrewnionych, takich jak ja, podobnych do mnie, i obcych, odmiennych, innych [...]. Problemy polskiej mniejszości na Litwie są naszą sprawą. Ormianie w Azerbejdżanie to cudzy problem, Jak słusznie piszą autorzy, „uniwersalne systemy etyczne, religijne, normy prawne, szczególnie te o intencjach najbardziej powszechnych, takie jak Pakty Praw Człowieka, stanowią konkretyzacje kontrsepizacyjnych systemów poznawczych, w życiu codziennym dominuje jednak strukturalizacja i podział”¹⁸.

Trzeci wymiar sepizacji to tekst–nietekst. „Rozróżnienie tekst–nietekst wyodrębnia przekazy uznawane w obrębie danej kultury za sensowne, prawomocne, od przekazów postrzeganych w niej jako nonsensowne bądź w ogóle niedostrzeganych w kategoriach przekazu wyposażonego w jakikolwiek sens. [...] Niekiedy zatem mamy do czynienia nie tyle z przeciwstawieniem tekstu nietekstowi, jako konfiguracji znaczeń pozbawionych

¹⁵ M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, *Cudze problemy czyli wstęp do sepologii*, w: *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, red. M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, Warszawa 1991, s. 15–35.

¹⁶ M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, *Cudze problemy czyli wstęp do sepologii*, dz. cyt., s. 7.

¹⁷ Zob. *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 1988, s. 391.

¹⁸ M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, *Cudze problemy czyli wstęp do sepologii*, dz. cyt., s. 9.

pozytywnego nacechowania pod względem wartości, lecz raczej antytekstowi, a więc sferze znaczeń nacechowanych negatywnie, przynależnych obszarowi zła, grzechu – i przez to chaosowi, który trzeba przekształcić i wciągnąć w sferę ładu albo zniszczyć”¹⁹.

Jako ilustrację tego typu praktyk sepizacyjnych autorzy podają wypowiedź o przeciwnikach Kościoła abpa Józefa Michalika w wywiadzie przeprowadzonym przez Ewę Polak. Powiedział on: „gdyby spojrzeć na to zjawisko (konfrontacji środowisk liberalnych z Kościołem) od strony teologicznej, to jest ono przejawem odwiecznej walki dobra ze złem. [...] Szatan i jego siły boją się prawdy o sobie, boją się świata”²⁰.

4. WYMIAR ETYCZNY PARAFRAZY

W przekonaniu wielu badaczy oprócz swego pierwszego znaczenia (w poetyce przeróbka utworu literackiego) w lingwistyce parafraza lub parafrazowanie to podstawowy środek i sposób analizy znaczeniowej zdań i tekstów. Jest ona także opisywana jako ważny element teorii dyskursu oraz element wspomagający współpracę między nadawcą i odbiorcą w komunikacji interpersonalnej. Według definicji zawartej w *Encyklopedii językoznawstwa ogólnego* parafrazy to „grupa wypowiedzi, które mają to samo znaczenie, a jednocześnie różnią się strukturą, wyrażanie tych samych treści przez różne pod względem strukturalnym wypowiedzi językowe”²¹. Według Beaugrande’a i Dresslera parafraza to „powtarzanie tych samych treści w innej formie”²².

Z punktu widzenia praktyki dziennikarskiej posługiwanie się parafrazą (parafrazowanie) często jest zaliczane do podstawowych umiejętności w pracy dziennikarza. Często można się spotkać ze stwierdzeniem, iż proces komunikacji w mass mediach opiera się na parafrazowaniu o różnym stopniu złożoności i zhierarchizowanym zarówno przez nadawcę, jak i odbiorcę/odbiorców. Można to odnieść zwłaszcza do tych gatunków dziennikarskich, w których autor wypowiedzi dokonuje na przykład w streszczeniu szerszej wypowiedzi pewnych skrótów, korzystając z innych serwisów informacyjnych i posługuje się w tym celu parafrazą.

Paweł Nowak w artykule *Parafrazowanie – narzędzie manipulacji i perswazji*²³ omówił zjawisko parafrazowania w komunikacji medialnej na przykładzie radiowych serwisów informacyjnych. Autor skoncentrował się głównie na funkcji perswazyjnej parafrazy jako środka nakłaniania odbiorców przez nadawcę do przyjęcia określonych postaw i poglądów.

¹⁹ M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, *Cudze problemy czyli wstęp do sepologii*, dz. cyt., s. 10–11.

²⁰ Z księdzem biskupem Józefem Michalikiem ordynariuszem diecezji gorzowskiej rozmawia Ewa Polak. „Powściągliwość i Praca” (1992) 2 (497), http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eEf0_k82XyMJ:jmichalik.episkopat.pl/wydarzenia/3943.1,Czy_Pan_Bog_zle_zainwestowal.html+%&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl (12.06.2016).

²¹ *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, pod red. K. Polańskiego, Wrocław 2003, s. 419.

²² R. A. de Beaugrande, W. U. Dressler, *Wstęp do lingwistyki tekstu*, tłum. A. Szwedek, Warszawa 1990, s. 87.

²³ P. Nowak, *Parafrazowanie – narzędzie manipulacji i perswazji*, w: *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 137–149.

Oprócz powyższej równie interesująca wydaje się teza o parafrazowaniu jako wyrazie określonej postawy etycznej wobec parafrazowanego tekstu lub też jego autora. To, jakie części tekstu są cytowane dosłownie, a jakie przetwarzane, w rezultacie parafrazowane ustanawia hierarchię elementów pierwotnego tekstu ze względu nie tylko na ich ważność merytoryczną, ale także na wartość aksjologiczną. Ta cecha parafrazowania, zwłaszcza w tekstach politycznych wydaje się najważniejsza, bowiem dzisiaj często tego zabiegu dokonują dziennikarze, którzy są zaangażowani po jednej albo drugiej stronie konfliktu lub sporu.

Jest to często występujące zjawisko, kiedy we fragmencie informacyjnym portali internetowych ich autorzy prezentują skrót większych tekstów, które w całości już gdzieś się pojawiły, w celu ich ponownego w miarę skondensowanego przedstawienia, bo zdaniem dziennikarza na to ponownie zasługują. Oprócz pozytywnego wartościowania treści parafrazowanego tekstu (wartość dodatnia – jest ciekawy) autor skrótu lub przeróbki (parafrazy) jest narażony na jego nie tylko np. spłylenie, niedokładną prezentację, ale nawet daleko idące przekłamania i w konsekwencji nawet nieświadomie na czyny niezgodne z zasadami etyki dziennikarskiej. Czy tak jest w istocie? Oto na stronach portalu Onet.pl 16 maja br. pojawił tekst *Tomasz Zimoch komentuje decyzję Polskiego Radia*. Co ciekawe, jego autor (podpisany PG) napisał ten tekst nie na podstawie swojej pracy jako dziennikarza, który zbiera informacje, rozmawia i notuje na żywo wypowiedzi innych itp., ale wyłącznie na podstawie jednego tekstu, a mianowicie wywiadu, jakiego ten znany dziennikarz sportowy udzielił Magdalenie Rigamonti w „Dzienniku Gazecie Prawnej” 13 maja 2016 roku, zatytułowanego *Tomasz Zimoch: Za kilkanaście lat Andrzej Rzepliński będzie bohaterem narodowym*²⁴ oraz innych wypowiedzi, w tym m.in. oświadczenia Polskiego Radia, oświadczeń dziennikarza na Facebooku, komentarza wiceszefa publicystyki TVP Info, wpisu księdza redemptorysty. Cały tekst został zbudowany z cytatów i streszczeń innych tekstów prasowych i internetowych.

Nie wnikając w istotę sporu między Polskim Radiem i zatrudnionym w nim dziennikarzem, warto zwrócić uwagę na sposób, w jaki autor portalu Onet.pl, kreując ten ważny medialny dyskurs etyczny, informuje odbiorcę o jego działaniach. Jest to sposób, który wspomniany tu już Pierre Bourdieu nazywa „zamkniętym obiegiem informacji”. Według niego „gdy zadamy sobie pytanie, pozornie nieco naiwne, w jaki sposób informowani są ludzie, których zadaniem jest informowanie nas, okaże się, że w większości są informowani przez siebie podobnych. Oczywiście istnieje Francuska Agencja Prasowa (Agence France Presse) oraz inne agencje, źródła oficjalne (ministerstwa, policja itd.), z którymi dziennikarze zmuszeni są wchodzić w bardzo skomplikowane relacje wymiany. Ale najistotniejsza część informacji, czyli ta **informacja o informacji**, która pozwala zadecydować, co jest ważne, co warto wyemitować, pochodzi od samych dziennikarzy. Prowadzi to do swoistego rodzaju zniwelowania, homogenizacji hierarchii ważności”²⁵.

²⁴ <http://www.gazetaprawna.pl/artykuly/943322,tomasz-zimoch-za-kilkanascie-lat-andrzej-rzeplinski-będzie-bohaterem-narodowym.html> (12.06. 2016).

²⁵ P. Bourdieu, *O telewizji...*, s. 53.

Z takim zjawiskiem „zamkniętego obiegu informacji” mamy do czynienia w wypadku internetowego tekstu, zamieszczonego na stronie portalu Onet.pl, o dziennikarzu Polskiego Radia Tomaszu Zimochu i jego wypowiedziach.

PODSUMOWANIE

Pojawianie się w mediach tekstów definiujących ład i chaos, sprzymierzeńca i wroga, dobro i zło, ważność i nieważność problemów w sferze polityki i historii organizuje dyskurs etyczny w obrębie danej kultury, i to nie tylko medialnej, ale przede wszystkich rzeczywistej, na skutek tego rzeczywistość ta i my razem z nią i naszymi wartościami zostajemy zmedializowani i zaczynamy żyć w kręgu wartości wykreowanych w wirtualnej przestrzeni internetu przez krążące w nim teksty i dyskursy.

LITERATURA

de Beaugrande R. A, Dressler W. U., *Wstęp do lingwistyki tekstu*, tłum. A. Szwedek, Warszawa 1990.

Bourdieu P., *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziolkowska, red. nauk. M. Jacyno, Warszawa 2011.

Czyżewski M., Dunin K., Piotrowski A., *Cudze problemy czyli wstęp do sepologii*, w: *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, red. M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, Warszawa 1991, s. 15–35.

Drożdż M., *Etyczne aspekty mediów integralną częścią nauk o mediach*, <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-3900f4b2-37ec-4094-b9e7-cd29dba0d5ba/c/drozd.pdf> (12.06. 2016).

Encyklopedia językoznawstwa ogólnego, pod red. K. Polańskiego, Wrocław 2003.

Głowiński M., *Wartościowanie w badaniach literackich a język potoczny*, w: *O wartościowaniu w badaniach literackich*, red. S. Sawicki, W. Panas, Lublin 1986, s. 179–195.

Grice P., *Logika i konwersacja*, tłum. J. Wajszczuk, „Przegląd Humanistyczny” (1977) 6, s. 85–99. *Jak TVP Info nałgała o manifestacji poparcia dla Lecha Wałęsy*, <http://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/1,35771,19689771,jak-tvp-info-nalgala-w-sprawie-manifestacji-poparcia-dla-lecha.html#ixzz4JxS9QTq0> (12.06.2016).

Kłosińska K., *Etyczny i pragmatyczny. Polskie dyskursy polityczne po 1989 roku*, Warszawa 2012.

Krzyszowski T. P., *Aksjologiczne aspekty semantyki językowej*, Toruń 1999.

Nowak P., *Parafrazowanie – narzędzie manipulacji i perswazji*, w: *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 137–149.

Słownik terminów literackich, red. J. Sławiński, Wrocław 1988.

Puzynina J., *Język wartości*, Warszawa 1992.

Tomasz Zimoch komentuje decyzję Polskiego Radia. <http://www.gazetaprawna.pl/artykuly/943322,tomasz-zimoch-za-kilkanascie-lat-andrzej-rzeplinski-bedzie-bohaterem-narodowym.html> (12.06.2016).

Z księdzem biskupem Józefem Michalikiem ordynariuszem diecezji gorzowskiej rozmawia Ewa Polak, „Powściągliwość i Praca” (1992) 2 (497), http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eEf0_k82XyMJ:jmichalik.episkopat.pl/wydarzenia/3943.1,Czy_Pan_Bog_zle_zainwestowal.html+%&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl (12.06.2016).