

Marta Woźniak¹
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie
ORCID ID: 0000-0003-3991-8153
e-mail: martawozniak2308@gmail.com

Zaangażowanie czy obojętność? Telewizja wobec problemów społecznych w Polsce

ABSTRAKT

Artykuł ten jest próbą przedstawienia stosunku telewizji do problemów społecznych w Polsce na podstawie przeprowadzonej analizy ilościowej i jakościowej materiałów prezentowanych w głównych programach informacyjnych i interwencyjnych telewizji publicznej i telewizji komercyjnej. Dla TVP są to: *Wiadomości* i *Alarm!*, natomiast dla TVN *Fakty* i *Uwaga!*. Dodatkowo, w celu ukazania prezentacji problemów społecznych w programach o charakterze bardziej rozrywkowym, autorka niniejszego wywodu przeanalizowała jakościowo również programy śniadaniowe: *Pytanie na śniadanie* oraz *Dzień dobry TVN*. Przyjęty okres to jeden miesiąc: listopad 2019 roku. Analiza wszystkich wymienionych programów pozwoli odpowiedzieć na pytanie: czy telewizja jest zaangażowana, czy też pozostaje obojętna wobec problemów społecznych dotyczących polskie społeczeństwo.

SŁOWA KLUCZOWE: problemy społeczne, telewizja, TVN, TVP

Wstęp

Telewizja niezmiennie od wielu lat pozostaje jednym z głównych źródeł informacji, zarówno o życiu politycznym, obywatelskim, jak i społecznym. Ma ona duży wpływ na sposób postrzegania przez nas świata. Jak zaznaczał pod koniec XX wieku Wiesław Godzic:

„telewizja jest jednym z głównych elementów tworzących kulturę, jak i pozostaje (często niespełnionym) wehikułem tejże kultury (jej innych wymiarów). Telewizja jest główną maszyną kultury konsumpcjonistycznej. Jednakże promuje w jej obrębie kulturę, w której te produkty posiadają wartość, a nie są jedynie produktami do kupienia. Telewizja jest nieuchronna: oznacza to, że zapewnia obraz świata zmiennego, ciągle nowego i możliwego do wykroczenia poza niego – tworzy ponadto środowisko, w obrębie którego nasze życie codzienne wypełnia się

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 28.02.2020 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 16.06.2020 r.

i jest przez nas świadomie wypełniane”².

Odbiorcy poprzez materiały emitowane w programach informacyjnych, interwencyjnych i śniadaniowych często emocjonalnie podchodzą do życia bohatera w nich przedstawionego. Starają się postawić na jego miejscu, zrozumieć go, a nawet mu pomóc. Jednak częściej ze względu na coraz większą znieczulicę społeczną przechodzą obojętnie wobec przedstawionego problemu, bardzo szybko o nim zapominając. Trzeba również dodać, że obecnie to internet tworzy pewnego rodzaju kulturę i jest głównym źródłem informacji.

Celem tego artykułu nie jest jednak próba stwierdzenia, czy społeczeństwo polskie jest aktywne i wyraża chęć pomocy osobom pokrzywdzonym przez los, czy też pozostaje obojętne. Celem jest przedstawienie stosunku telewizji do problemów społecznych w Polsce na podstawie przeprowadzonej analizy ilościowej i jakościowej programów informacyjnych: *Wiadomości* i *Faktów*, programów interwencyjnych: *Alarmu!* i *Uwagi!* oraz programów śniadaniowych: *Pytanie na śniadanie* i *Dzień dobry TVN*. Autorka wybrała te właśnie programy ze względu na przeciwstawny charakter ich nadawcy: publiczny (TVP) i komercyjny (TVN, którego obecnym właścicielem jest koncern Discovery), jak również ze względu na alternatywność tychże programów. Są one bowiem do siebie podobne pod względem formatu i czasu emisji, przez co między nimi bezpośrednio toczy się walka o widownię.

Analiza wszystkich wyemitowanych w listopadzie 2019 roku materiałów w głównych wydaniach *Wiadomości* i *Faktów* oraz w programach interwencyjnych i śniadaniowych oparta została na dwóch etapach. Pierwszym z nich było przygotowanie przez autorkę po obejrzeniu materiałów podziału na kategorie tematyczne. Natomiast drugim było przygotowanie pytań zastosowanych do każdego materiału: jakie są sposoby przedstawiania problemów społecznych, jak pokazane są osoby zmagające się z danym problemem, czy w materiale zostaje przedstawiona próba pomocy takim osobom, czy jest to materiał ściśle informacyjny czy mający na celu wpływ na odczucia odbiorcy? Całościowa analiza ukaże stosunek telewizji do problemów, z którymi zmagają się znaczna część polskiego społeczeństwa.

Wokół problemów społecznych

Rozważania warto rozpocząć od definicji problemu społecznego. Ronald Maris definiuje problemy społeczne jako:

„ogólne wzory zachowania ludzkiego lub warunków społecznych, które są postrzegane jako zagrożenia dla społeczeństwa przez znaczącą liczbę ludności, przez silne grupy, bądź przez

² W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Wydawnictwo „Rabid”, Kraków 1999, s. 227.

charyzmatyczne jednostki, oraz które mogą być rozwiązane czy też którym można jakoś zaradzić”³.

Jak dodaje Janusz Sztumski, problem społeczny może zostać rozwiązany „tylko przez zbiorowe działanie; nie da się go rozwiązać samodzielnie nawet, jeżeli byłaby to jednostka wybitna np. reformator; do rozwikłania problemu niezbędne jest masowe poparcie społeczeństwa”⁴. Niezwykle przydatna jest również definicja patologii społecznej zaproponowana przez Jana Malca, traktująca, że:

„patologią społeczną jest ogół przypadków śmierci, obniżenia poziomu moralnego, pogorszenia samopoczucia i strat materialnych spowodowanych naruszeniem reguł prakseologicznych, moralnych i prawnych oraz postępowaniem autodestruktywnym”⁵.

Wiele problemów społecznych, jak bezrobocie czy bieda, prowadzi do rozwoju patologii społecznych, takich jak: narkomania, alkoholizm, przestępczość czy przemoc, a jednocześnie do wykluczenia z życia społecznego. Natomiast do patologii struktur organizacyjnych można zaliczyć korupcję czy nepotyzm⁶. Obecnie jednym z największych problemów są nowe uzależnienia: od internetu, od gier komputerowych i tzw. fonoholizm, czyli uzależnienie od telefonu komórkowego. Z problemami tymi boryka się społeczeństwo na co dzień. Nie są to pojedyncze przypadki w danym miejscu.

W celu nakreślenia skali problemów społecznych należy posłużyć się statystykami z 2019 roku. Według nich ponad 2 mln Polaków żyło w skrajnym ubóstwie, w tym prawie pół miliona dzieci. Na policję zgłoszono 30 136 wypadków, a śmierć w ich wyniku poniosło 2 887 osób. W porównaniu do 2018 roku nastąpił wzrost liczby zatrzymanych osób kierujących pod wpływem alkoholu – było ich ponad 111 tys. Ofiarami przemocy padły 88 032 osoby, 12 161 małoletnich, w tym 42 583 zostały zaatakowane przez sprawcę pod wpływem alkoholu. Rocznie Polak spożywa średnio 11,6 litrów alkoholu, 1,5 mln dzieci żyje w rodzinach z problemem alkoholowym. Natomiast 4% Polaków w wieku 15-34 korzysta z narkotyków⁷. Liczby te pokazują, że społeczeństwo polskie mierzy się z wieloma problemami społecznymi, które wpływają nie tylko na dane osoby, ale także na jego otoczenie. Mamy do czynienia z wpływem jednostki na życie innych osób. W celu zapobieżenia problemom, walki z nimi i wsparcia pokrzywdzonych działają różnego rodzaju organizacje. Jedną z nich jest Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (PARPA). Jednak aby rozwiązać problem społeczny, konieczne jest poparcie społeczeństwa, nie tylko poszczególnych jego członków czy grup i instytucji. To właśnie telewizja powinna w zasadniczej części starać się o takie

³ R. Maris, *Social Problems*, Dorsey Press, Chicago 1988, s. 6.

⁴ J. Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe Śląsk, Katowice 2010, s. 49.

⁵ I. Pospiszyl, *Patologie społeczne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008, s. 17.

⁶ Por. M. Duda, *Bieda i bezrobocie jako przyczyna wykluczenia społecznego*, [w]: *Przeciw wykluczeniu społecznemu*, M. Duda, B. Gulla (red.), Wydawnictwo Naukowe PAT, Kraków 2008, s. 53.

⁷ Dane pochodzą z raportu o biedzie przygotowanego przez Szlachetną Paczkę, raportu policji za 2019 rok oraz z raportu o stanie narkomanii w Polsce przygotowanego przez Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii.

wsparcie.

Telewizyjna misja społeczna

Bezpośrednio po 1989 roku, a więc po czasie wielkich przemian w Polsce, to telewizja, według wielu badaczy, najszybciej reagowała na wszystkie obyczajowe i społeczno-kulturowe zmiany⁸. Przedstawiając treści społeczne, stworzyła swój własny mit medium zaangażowanego, nie unikającego tematów trudnych i niewygodnych. Telewizja Polska, wypełniając misję społeczną, dbała jednocześnie o wizerunek, stojąc po stronie zwykłych ludzi, którzy borykają się z wieloma problemami, w tym przede wszystkim z marginalizacją i wykluczeniem. Jak zaznacza Małgorzata Bogunia-Borowska, w latach modelu paleotelewizji widzowi przekazywano pewną wiedzę, którą później mógł wykorzystać do zrozumienia zarówno swojej sytuacji życiowej, jak również sytuacji innych. Natomiast w neotelewizji rozpatruje się jego konkretne problemy. Prywatność nie jest już tematem tabu, a wszelkie problemy i sytuacje kryzysowe w życiu codziennym zostały zindywidualizowane i zyskują na znaczeniu. Telewizja odkryła bowiem, że tematykę społeczną można z łatwością dramatyzować, estetyzować i inscenizować, co było jedną z przyczyn pojawienia się programów interwencyjnych⁹. Również warto zwrócić uwagę na fakt, że telewizja miała duży wpływ na zyskiwanie nowego poczucia wspólnoty, na kontakt z innymi, a widzowie dzięki niej zyskali poczucie uczestnictwa w życiu publicznym i społecznym. Obecnie ma ona także najlepsze warunki, z jednej strony do prowadzenia dialogu społecznego, a z drugiej do podsycania konfliktów społecznych i napięć¹⁰. Mimo że społeczeństwo coraz częściej treści odnajduje w internecie, to jednak nie zmienia to faktu, że telewizja nadal pozostaje jednym z głównych źródeł informacji, a główne programy informacyjne stacji TVP (powstała w 1952), TVN (założony w 1997) i Polsat (założony w 1992) dziennie ogląda średnio ponad 2 miliony widzów.

Warto zaznaczyć, że przedstawienie różnej tematyki w programach telewizyjnych, w tym problemów społecznych, związane jest z połączeniem interesów różnych grup, m.in. odbiorców, wydawców i dziennikarzy. Dla wydawców ważna jest strona komercyjna, natomiast dla odbiorców atrakcyjność przekazu. Dziennikarz często musi stworzyć materiał, który zaspokoi oczekiwania zarówno wydawcy, jak i odbiorcy. Taki materiał musi być w dużym stopniu przesiąknięty emocjonalnością i ciekawą audiowizualnością przekazu, która

⁸ Zob. T. Mielczarek, *W analogowym świecie. Zarys dziejów telewizji w Polsce w latach 1989-2013*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Kielce 2015.

⁹ Por. M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 184-187.

¹⁰ Por. M. Briggs, *Telewizja i jej odbiorcy w życiu codziennym*, tłum. B. Radwan, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 93-94.

przyciągnie uwagę odbiorców.

Materiały nacechowane emocjonalnie pojawiają się zarówno w programach informacyjnych, jak i interwencyjnych. Dziennikarstwo śledcze, jak i tematy ukazujące problemy, z którymi zmagają się ludzie, cieszy się dużą popularnością. W Polsce do dwóch wiodących programów interwencyjnych należą *Uwaga!* emitowana w TVN i *Alarm!* w TVP1. *Uwaga* to opiniotwórczy program interwencyjno-śledczy powstały w 2002 roku. „Ujawniamy ogólnopolskie afery, nie boimy się tematów kontrowersyjnych, rozpoczynamy społeczne debaty”¹¹ – widnieje na stronie internetowej programu. Natomiast *Alarm!* to program reporterski, w którym pojawiają się dziennikarskie interwencje, śledztwa, opowieści o realnych problemach Polski i jej obywateli. Po raz pierwszy wyemitowany został w lutym 2018 roku.

Historie różnych ludzi są także tematami rozmów i materiałów realizowanych na potrzeby programów śniadaniowych. Po raz pierwszy telewizja śniadaniowa pojawiła się w 1952 roku, kiedy to w Stanach Zjednoczonych telewizja NBC wyemitowała program *The Today Show*. Ikoną telewizji śniadaniowej stał się jednak nadany przez ABC w 1975 roku program *Good Morning America*¹². W Polsce prekursorem formatu był program TVP1 *Kawa czy herbata?* z 1992 roku, dopiero po 10 lat w 2002 roku rozpoczęto wydawanie *Pytania na śniadanie (PnŚ)* w telewizyjnej Dwójce, a w 2005 roku – *Dzień dobry TVN (DDTVN)*. Obecnie oba te programy przyciągają przed telewizor o poranku średnio 400 tys. osób dziennie. Odbiorcy są skoncentrowani na poszukiwaniu rozrywki w telewizji, ale także szukają w niej informacji na bieżące tematy. Takie właśnie połączenie odnajdują zarówno w *DDTVN*, jak i w *PnŚ*¹³. Oprócz luźnych materiałów dotyczących życia celebrytów czy kącika kulinarnego spotykają się z licznymi reportażami ukazującymi życie zwykłych ludzi, ich problemy. Kwestie te są szeroko omawiane podczas rozmowy z ekspertami w danej dziedzinie, a także bardzo często z bohaterami danego reportażu. Telewizja stanowi bowiem siłę napędową, jest pewnego rodzaju przekąsnikiem – ludzie apelują o pomoc, którą dzięki rozpowszechnieniu w telewizji mogą uzyskać.

Problemy społeczne w programach informacyjnych

Dla potrzeb niniejszego artykułu autorka przeanalizowała główne wydania *Wiadomości TVP* i *Faktów TVN* w okresie jednego miesiąca – listopada 2019 roku.

¹¹ O programie *Uwaga!*, <https://uwaga.tvn.pl/o-uwadze> (01.02.2020).

¹² Por. A. Kostecka, „Nowa” telewizja śniadaniowa – charakterystyka gatunku i odbiorcy, „Forum Myśli Wolnej” 2010, nr 44/45, s. 30-31.

¹³ Zob. O. Dąbrowska-Cendrowska, *Poranny towarzysz i doradca. Polskie telewizje śniadaniowe na przykładzie programów „Dzień Dobry TVN” i „Pytanie na Śniadanie”*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2014; M. Sankiewicz, *Poetyka telewizyjnych programów porannych*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013.

W tym czasie w obu programach informacyjnych wyemitowano 553 materiały: 288 w *Wiadomościach* i 265 w *Faktach*. Prezentowane materiały autorka podzieliła ze względu na tematykę na: polityczne, sportowe, kulturalno-rozrywkowe, historyczne, kościelne oraz społeczne.

Tabela 1. Podział materiałów ze względu na treść w *Wiadomościach* i *Faktach*

	Materiały polityczne	sportowe	kulturalno-rozrywkowe	historyczne	kościelne	społeczne
<i>Wiadomości</i>	115	15	38	26	10	84
<i>Fakty</i>	145	4	5	6	7	98

Źródło: opracowanie własne

Jak wynika z tabeli 1, najwięcej materiałów zarówno w *Wiadomościach*, jak i *Faktach* miało charakter polityczny. Najmniej czasu w *Wiadomościach* poświęcono tematyce kościelnej, natomiast w *Faktach* sportowi. Duża rozbieżność występuje w tematyce kulturalno-rozrywkowej i historycznej. Wynika to z emisji wielu materiałów poświęconych Eurowizji Junior i Sylwestrowi z Dwójką w TVP, a także materiałów historycznych poświęconych kwestii Holocaustu i bohaterom powstania styczniowego. W *Wiadomościach* tematy społeczne stanowiły 40% wszystkich materiałów, natomiast w *Faktach* 37%.

Tematy społeczne autorka podzieliła na: ekologię i środowisko, bezpieczeństwo na drogach (uwzględniając wypadki), choroby i niepełnosprawność, biedę wraz z bezdomnością, bezrobocie, alkoholizm i inne używki, przemoc (w tym molestowanie oraz pedofilia), sprawy rodzinne oraz korupcję. W kategorii: Inne znalazły się takie tematy, jak edukacja, turystyka i migracje. Podział ten pokazuje tabela nr 2.

Tabela 2. Podział materiałów o tematyce społecznej w *Wiadomościach* i *Faktach*

Kategoria	<i>Wiadomości</i>	<i>Fakty</i>
Ekologia i środowisko	13	22
Bezpieczeństwo	12	8
Choroby	6	21
Bieda	4	2
Bezrobocie	2	0
Alkoholizm i inne używki	3	1
Przemoc	9	15
Sprawy rodzinne	3	4
Korupcja	2	1
Inne	30	24

Źródło: opracowanie własne

W liczbie materiałów dotyczących bezpieczeństwa, biedy, alkoholizmu i innych używek oraz korupcji przeważały *Wiadomości*. W tematyce przemocy, chorób i spraw rodzinnych – *Fakty*.

W *Wiadomościach* materiały zaliczające się do kategorii ekologia i środowisko dotyczyły głównie niszczycielskiej siły żywiołów, oczyszczalni ścieków „Czajka” czy tzw. kopciuchów, natomiast w *Faktach* mowa była głównie o losie zwierząt. W *Faktach* ukazał się także materiał traktujący o stosunku papieża Franciszka do ekologii.

Najwięcej uwagi w kwestii szeroko rozumianego bezpieczeństwa na drodze zarówno w *Wiadomościach*, jak i *Faktach* zwrócono na coroczną akcję „Znicz”, która obejmuje początkowe dni listopada związane ze świętem Wszystkich Świętych. W materiałach podawano wiele przykładów ucieczki kierowców po spowodowaniu wypadku, pokazywano zdjęcia z miejsca zdarzenia, przedstawiano statystyki. Jako najczęstszą przyczynę wypadków podawano brawurę i nierozważność na drodze, jak również jazdę pod wpływem alkoholu. Ku przestrodze pokazywano niebezpieczne zdarzenia z jezdni. Dodatkowo, w *Wiadomościach* 17 listopada – w Dzień Pamięci Ofiar Wypadków Drogowych zaprezentowano materiał, na który składały się relacje osób, które straciły swoich bliskich. Pojawiła się tutaj także kampania społeczna prowadzona na Podkarpaciu. Miała ona szokować i skłaniać do refleksji poprzez dużą czarną klepsydrę na białym tle i ukazanie miesięcznych statystyk. Jednak warto zwrócić uwagę na fakt, że w materiale tym zostało zaznaczone, że sytuacja na polskich drogach ulega poprawie, dzięki dobrej zmianie, którą przechodzi infrastruktura za czasów rządów Prawa i Sprawiedliwości. Komentarz ten pojawił się również w innych materiałach dotyczących tej kwestii.

28 materiałów w obydwóch programach dotyczyło różnego rodzaju chorób. Zarówno w *Wiadomościach*, jak i *Faktach* ukazały się materiały dotyczące cukrzycy i sposobów radzenia sobie z tą chorobą (14 listopada obchodzony jest Światowy Dzień Cukrzycy). W obu materiałach nazwana została „epidemią”, na którą choruje 3,5 mln ludzi, ale ponad milion o tym nie wie. Dodatkowo zwrócono uwagę na fakt, że wzrasta liczba zachorowań wśród dzieci. Apelowano o to, aby nie lekceważyć objawów. 17 listopada wyemitowano również materiały z okazji Światowego Dnia Wcześniaka. Dzięki wielu ludziom i nowoczesnym sprzętom udaje się przeżyć coraz większej liczbie wcześniaków – co zostało ukazane w obu materiałach. Mówiono także o profilaktyce i leczeniu nowotworów urologicznych. W *Wiadomościach* przedstawiono również materiały o pomocy jurorów jednego z programów rozrywkowych Mai, która od urodzenia walczy z zagrażającym jej życiu skrzywieniem kręgosłupa, jak również o powstaniu „Budzika” dla dorosłych. Przedstawiano także nagrodę „Dobra Wspólnego” m.in. dla klubokawiarni, gdzie pracują osoby z niepełnosprawnością. Pokazano, że takie osoby mają wiele energii i chęci do życia, a ograniczenia im w tym nie przeszkadzają. W *Faktach* przedstawiano m.in. nowe technologie, które pozwalają na rozwój w dziedzinie

medycyny, jak dron Hermes, który będzie dostarczał krew, czy kamerę, która wpływa na nowe perspektywy w chirurgii kolana. Ukazano także niepełnosprawnego, który pomimo wielu trudności, ale dzięki swojej motywacji stworzył własny kiosk. Podano również informację, że w Polsce spada liczba przeszczepów, ponieważ szpitale nie zgłaszają zmarłych dawców.

Zarówno w *Wiadomościach*, jak i *Faktach* kilka razy omówiono kwestię biedy. W materiałach przedstawiono akcję „Szlachetna Paczka”, namawiano do pomocy, do złożenia podarunku, zachęcano, że każdy może do akcji dołączyć. Ukazywano, jak akcja zmieniała się na przestrzeni lat i ilu już osobom i rodzinom udzielono pomocy. W *Wiadomościach* ukazało się także m.in. ostrzeżenie przed zimą, w którym opisano niebezpieczeństwo mrozów grożące osobom bezdomnym. Stwierdzono, że działają już noclegownie i przedstawiono inne formy pomocy osobom, które nie posiadają swojego lokum. Natomiast w *Faktach* ukazano m.in. niezwykle gest policjanta, który podarował buty bezdomnemu. „Piękny gest został uwieczniony na zdjęciu i niech będzie dla państwa inspiracją” – zapowiadała materiał prowadząca. W wątku tym pojawiła się wypowiedź byłego bezdomnego, który stwierdził, że: „taki gest człowieczeństwa może dla człowieka bezdomnego znaczyć więcej niż te buty. To oznacza, że ktoś się nim zainteresował”¹⁴. Zastanawiający może być fakt, że w programach informacyjnych nie wyemitowano materiałów dotyczących Światowego Dnia Ubogich, który był obchodzony 17 listopada jako odpowiedź na wezwanie papieża Franciszka, mimo że w lokalnych mediach temat ten był szeroko poruszany. Jak można zauważyć, ludzie bezdomni i ubodzy nieczęsto goszczą w materiałach telewizyjnych. Bieda nie jest bowiem zjawiskiem pożądanym w świecie konsumpcjonizmu.

Materiały odnoszące się do przemocy dotyczyły zabójstw, często w najbliższej rodzinie czy ataku terrorystycznego na Tower Bridge w Londynie. W *Wiadomościach* ukazał się dodatkowo materiał „Wirtualna przemoc rodzi realną agresję”. Opisano patostreamy, czyli wulgarne treści w sieci, po które sięgają głównie najmłodszy użytkownicy internetu. Według badań – dzieci coraz więcej czasu spędzają nad smartfonami czy tabletami. Skutkiem jest agresja, która z sieci przenosi się do prawdziwego życia. TVP mówiła także m.in. o odwołanym spotkaniu z Romanem Polańskim, na którym ciążyą zarzuty dotyczące przemocy seksualnej. O tym nie można było usłyszeć w TVN, mówiono natomiast o skandalu w teatrze Bagatela w Krakowie, w którym pracownicy oskarżyły dyrektora o molestowanie seksualne. W *Faktach* informowano także o marszach przeciwko przemocy, które odbywają się w różnych krajach, ale nie w Polsce. Zarzucono obecnemu rządowi, że nie pomaga kobietom, które padły ofiarami przemocy domowej. Zaprezentowano kampanię „Przemoc–reagujesz–zatrzymujesz”. Wydzźwięk materiału brzmiał:

¹⁴ Wyjątkowy gest policjanta. Oddał bezdomnemu swoje zimowe buty, <https://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/policjant-z-katowic-oddal-bezdomnemu-swoje-zimowe-buty,989390.html> (02.02.2020).

chodzi o to, żeby wobec przemocy nie przechodzić obojętnie, nie udawać, że nic się nie dzieje. Nie można pozostać obojętnym na krzywdę innych.

W pozostałych kategoriach, tj. tych odnoszących się do alkoholizmu, korupcji, bezrobocia i sytuacji rodzinnych, w *Wiadomościach* tematem był pijany sędzia, zatrzymanie na lotnisku Chopina Anglika z bagażem pełnym heroiny, aresztowanie samorządowca przez CBA podejrzanego o korupcję oraz kobieta, która chce zmienić płeć swojego dziecka. Wszystkie te materiały miały charakter informacyjny. Dwukrotnie ukazał się także materiał dotyczący bezrobocia – nie był on jednak formą przedstawienia tego zjawiska, ale pochwałą rządu, dzięki któremu (według reporterów) Polacy mogą cieszyć się rekordowo niskim bezrobociem. W *Faktach* pojawił się m.in. temat pijanego sędziego i porzuconej przez rodziców dziewczynki. Warto zaznaczyć także, że temat alkoholizmu w obu programach informacyjnych przewijał się również w wielu materiałach dotyczących przemocy. Wielokrotnie podkreślano, że napastnik był pod wpływem alkoholu, a sytuacja miała miejsce w rodzinie.

Resumując tę część artykułu, należy stwierdzić, że kwestia problemów społecznych była wielokrotnie poruszana w głównych programach informacyjnych. Zarówno w *Wiadomościach*, jak i *Faktach* materiały dotyczące problemów, z jakimi boryka się społeczeństwo, pod względem liczebności plasowały się na drugim miejscu, za materiałami politycznymi. Reporterzy niejednokrotnie przedstawiali nie tylko statystyki, suche fakty, ale podawali formy pomocy głównym bohaterom. Materiały nie miały tylko i wyłącznie charakteru informacyjnego, ale w znacznym stopniu nacechowane były emocjonalnie głównie poprzez wypowiedzi osób, które opowiadały o swoim problemie, nierzadko powstrzymując łzy. Programy informacyjne nie pozostawały obojętne na los osób chorych czy dotkniętych przemocą.

Problemy społeczne w programach interwencyjnych i śniadaniowych

Podział tematów, które zostały zaprezentowane odbiorcom w programach interwencyjnych: *Alarm!* i *Uwaga!*, ukazuje tabela nr 3.

Tabela 3. Podział tematów w *Alarmie!* i *Uwadze!*

	<i>Alarm!</i>	<i>Uwaga!</i>
Choroba	8	5
Przemoc	13	17
Alkoholizm	1	1
Bezdomność	1	0
Bezpieczeństwo	1	0

Sprawy rodzinne	4	1
Korupcja	3	1
Inne	20	10

Źródło: opracowanie własne

W analizowanym okresie w programie *Alarm!* wyemitowano 51 materiałów, natomiast w *Uwadze!* 35.

W *Alarmie!* aż 13 materiałów dotyczyło przemocy, w tym 1 przemocy wirtualnej. Ofiarami ataku stalkera padli studenci i pracownicy Uniwersytetu Śląskiego. 8 materiałów dotyczyło choroby nowotworowej, w tym akcji oddawania włosów na peruki, dzięki której „kobiety, które często zmieniają fryzury robią również coś dobrego. <Daj włos> to akcja Fundacji Rak’n’Roll, która od lat ma rzeszę wiernych fanek” – zapowiadano reportaż. Jeden materiał dotyczył alkoholizmu w kręgach władz gminnych, bezdomności oraz bezpieczeństwa. „Za sprawą urzędników, którzy zasłaniali się przepisami, mężczyzna koczował w samochodzie przed cmentarzem. Historię Zbigniewa Zaborowskiego pokazaliśmy we wrześniu i poruszyliśmy urzędnicze sumienia”¹⁵ – tak brzmiała zapowiedź materiału. Wielokrotnie bowiem w analizowanym programie reportażyści przedstawiali swoje sukcesy w rozwiązaniu danego problemu. W programie tym ostrzegano także starszych ludzi przed złodziejami i różnego rodzaju nieuczciwymi działaniami oszustów.

W *Uwadze!* jeden materiał dotyczył alkoholizmu, 5 chorób: autyzmu, poparzenia przetyku, zespołu Retta, powikłań po operacji plastycznej i zespołu mnogich wad wrodzonych. Zapowiedzi materiałów brzmiały m.in.: *80 placówek odmówiło przyjęcia autystycznego Dominika. Ale w końcu nastąpił przełom; 6-letni Tymek połknął tabletki do udrażniania ról. Chłopcu można pomóc* oraz *Milczące anioły. Dziewczynki porażone chorobą Retta chcą żyć!* Aż 17 materiałów dotyczyło przemocy – pobić, morderstw, nękania psychicznego, molestowania seksualnego, m.in.: *Bili i kopali 50-latkę. Potem wrzucili jej ciało pod płot; Wkładanie języka w ucho, niechciane pocałunki. Aktorki oskarżają dyrektora teatru o molestowanie; Aleksander P. zatrzymany. Od ponad roku nękał studentów.* W większości przypadków w reportażu brały udział osoby pokrzywdzone, z płaczem opowiadające swoją historię, i ich najbliżsi. Opisywano sytuację, często jej przyczyny i skutki. Próbowano także skontaktować się z osobami, które zawiniły w danej sprawie. Co ważne, wielokrotnie powtarzano, że przemoc nie oznacza tylko bicia, a coraz więcej przestępstw zostaje popełnionych przy użyciu przemocy psychicznej. Na temat wypadków i bezdomności nie wyemitowano żadnego materiału.

¹⁵ *Alarm!* 23.11.2019, <https://vod.tvp.pl/video/alarm,23112019,45158712> (07.12.2019).

Zarówno w *Alarmie!*, jak i w *Uwadze!* materiały zapowiadane były drastycznymi zdaniem. Rzadko miały one charakter informacyjny i nie zawierały słownictwa nacechowanego.

W programach śniadaniowych: w *Pytaniu na śniadanie*, jak i w *Dzień dobry TVN* kwestia problemów społecznych była bardzo często poruszana, jednak głównie w kontekście zdrowia. Po przedstawieniu krótkiego reportażu dotyczącego danego zagadnienia w studiu odbywała się dyskusja, w której brali udział eksperci z danej dziedziny i często osoby, które w przeszłości dotknięte były danym problemem lub obecnie się z nim zmagają. Najczęściej w rozmowach poruszano kwestię, jak żyć i funkcjonować z daną chorobą.

W analizowanym miesiącu w *PnŚ* ukazało się najwięcej materiałów dotyczących chorób. Tematy rozmów brzmiały m.in.: *Czy drżenie rąk to objaw choroby?*, *Dlaczego lekarze często nie dają skierowań na badania diagnostyczne?*, *Jak nie zachorować na raka?*, *Światowy Dzień Rzucania Palenia*, *Cytologia – badanie, które może uratować życie*, *Dzieci ratunkowe – rodzą się dla śmiertelnie chorego rodzeństwa* oraz *Od czego uzależnieni są Polacy?* W kwestiach społecznych dyskutowano także na temat porzucania małych dzieci przez rodziców, ekologii w ujęciu papieża Franciszka czy o wpływie smartfonów i tabletów na mózg przedszkolaków.

W *Dzień dobry TVN* omawiane tematy to m.in.: *Syndrom uzależnienia – dlaczego żony alkoholików trwają przy swoich mężach?*, *Szlachetna Paczka – jak pomaga osobom w potrzebie?*, *Chcą zbudować pierwszy w Polsce dom dla osób onkologicznie chorych*, *Movember, czyli wąsy dla zdrowia*, *Depresja może kryć się za uśmiechem* oraz *Złodziej na ulicy – jak reagować?* Warto w tym miejscu zaznaczyć, że szerokim echem odbiło się zachowanie prezentera telewizyjnego Filipa Chajzera, który podczas porannego programu *DDTVN* symulował atak paniki. Na antenie poruszano właśnie problemy ludzi, którzy takie ataki miewają. Dodatkowo, psycholog zaproszona w roli ekspertki zareagowała na sytuację śmiechem. Zachowanie prezentera, jak i psycholog spotkało się z wielką krytyką i oburzeniem społeczeństwa, co szczególnie było widoczne w internetowych komentarzach.

Zarówno w programach interwencyjnych, jak i śniadaniowych stacji TVP i TVN prezentowane materiały zachęcały widzów do pomocy osobom chorym. Bardziej niż w programach informacyjnych epatowano emocjami i dramatyzmem, szczególnie podczas zapowiedzi danego fragmentu. W samych reportażach również na pierwszym planie stawiano emocje.

Podsumowanie

Przedstawione w artykule statystyki pokazują, że telewizja nie pozostaje obojętna na kwestie problemów społecznych w Polsce, jednak nie można mówić o jej całkowitym zaangażowaniu ze względu na treść prezentowanych materiałów. Są one często, mimo że mają charakter informacyjny, przepełnione sensacyjnością i dramatyzmem. Telewizja nasycona jest informacjami negatywnymi. Duża liczba materiałów dotyczy brutalnych zjawisk, agresji, morderstw czy patologii społecznych. Wszystkie materiały poprzez nacechowanie słów wpływają na emocje odbiorców. Jak zauważa Matt Briggs:

„stałe oglądanie scen przemocy w tv wyrabia pewne przyzwyczajenie, które z kolei zwiększa dystans psychiczny wobec tego rodzaju scen w rzeczywistości, a także dystans wobec ofiar. Zwiększa to gruboskórność i prowadzi do całkowitej znieczulicy społecznej. Człowiek staje się obserwatorem, nie spieszy z pomocą. Jest to znany mechanizm biologiczny: pod wpływem stałości bodźców występuje stopień wrażliwości”¹⁶.

Znieczulica społeczna, desentyzacja prowadzi do coraz większej przemocy w życiu realnym. Przemoc wirtualna prezentowana w telewizji przenosi się do rzeczywistości. Telewizja świadomie lub mniej świadomie ma w tym swój udział. Jednak warto zwrócić uwagę na fakt, iż w medium tym emitowane są reportaże lub materiały informacyjne ostrzegające przed uzależnieniem od komputera, tabletów, smartfonów, przed agresją wypływającą z internetu.

W analizowanych kanałach telewizyjnych bardzo często poruszane były także tematy związane z chorobami, sposobami walki z nimi, a przede wszystkim z pomocą osobom borykającym się z danym problemem zdrowotnym – głównie działa się to w programach śniadaniowych i interwencyjnych. Osoby niepełnosprawne w analizowanych materiałach zostały przedstawione jako ludzie, którzy radzą sobie ze swoją niepełnosprawnością i dokonują rzeczy niezwykłych, zarówno w życiu zawodowym, jak i rodzinnym, emanując przy tym wielką radością. Ich niepełnosprawność nie jest ukazana jako ciężar, co z jednej strony ma na celu zerwanie ze stereotypami, ale z drugiej – niestety – może być odbierane jako przejaw ich samodzielności oraz braku oczekiwań pomocy.

Wybrane przez autorkę artykułu programy telewizyjne pozostają jednak obojętne na problemy bezdomnych, co pokazały, nie emitując materiału dotyczącego Światowego Dnia Ubogich, chociaż w lokalnych mediach temat był ten szeroko poruszany. Bieda nie jest tematem pożądanym przez odbiorców. Mówi się o niej w kontekście np. surowej zimy. Osoby pokrzywdzone przez los (chore) nie są przedstawione jako wykluczone przez społeczeństwo, natomiast osoby bezdomne są ukazywane jako obcy, którym ludzie, w tym głównie urzędnicy, nie

¹⁶ M. Briggs, *Telewizja i jej odbiorcy...*, op. cit., s. 113.

chcą udzielić pomocy. Dziennikarze przygotowujący materiał o biedzie popełniają kilka błędów. Związane są one z populizmem, który opiera się na krzywdzeniu zwykłego człowieka przez elity, sztucznym współczuciem, eksperckim dystansem czy protekcjonizmem przejawiającym się w używaniu zdrobniałych imion przy mówieniu o dorosłych osobach. Ekspercki sposób polega na używaniu argumentacji naukowej, przez co wyczuwalny jest brak empatii dla bohatera reportażu¹⁷. Jednak w analizowanych materiałach trudno dostrzec te cechy. W niektórych materiałach można wyczuć empatię i współczucie, szczególnie w tych dotyczących rodzin, którym udzielana jest pomoc w ramach Szlachetnej Paczki.

Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że w materiałach dotyczących kwestii społecznych TVN często atakuje PiS, sugerując, że partia nie podejmuje żadnych działań, aby dane problemy rozwiązać, a nawet milczy na ich temat. Natomiast TVP w znacznej części materiałów zaznacza dobrą zmianę i kreuje propagandę sukcesu, np. mówiąc o zwiększanej liczbie tanich leków refundowanych i lepszej infrastrukturze, dzięki której jest coraz mniej wypadków.

W analizowanych programach dziennikarze w niektórych materiałach próbują przedstawić rozwiązanie danych problemów i to, jak sobie z nimi radzić. Dzieje się tak jednak głównie w materiałach reportażowych, nie informacyjnych. W większości wypowiadają się eksperci w danej dziedzinie, bardzo często dla zwiększenia poczucia wagi problemu podawane są statystyki. Telewizja zachęca do profilaktyki w kwestii naszego zdrowia oraz promuje akcje charytatywne, jak np. Szlachetna Paczka, czy przedstawia kampanie społeczne (Przemoc – reagujesz – zatrzymujesz), co należy uznać za jej zaletę.

Resumując, w programach informacyjnych problemy społeczne, takie jak ubóstwo, bezdomność, bezrobocie czy alkoholizm nie są mocno eksponowane. Przez większość roku w głównych serwisach informacyjnych tematy te są na dalszym planie, ale częściej występują w programach interwencyjnych. Bardziej pożądane są tematy pełne dramatyzmu i sensacyjności, które przyciągną uwagę widzów: wypadki czy choroby. Przemoc ukazywana jest głównie w programach interwencyjnych, natomiast kwestii zdrowia najwięcej czasu poświęca się w programach śniadaniowych. Zatem na podstawie przeprowadzonej analizy newsów w *Wiadomościach* i *Faktach* oraz reportażu w *Alarmie!*, *Uwadze!*, *Pytaniu na śniadanie* i w *Dzień dobry TVN* należy stwierdzić, że zarówno TVP, jak i TVN nie pozostają obojętne na problemy społeczne i można mówić o ich częściowym, ale nie całkowitym zaangażowaniu.

¹⁷ Por. T. Kanasz, *Media masowe wobec biedy w Polsce*, http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_11649_a_1509 (12.11.2019).

Bibliografia

- Bogunia-Borowska M., *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- Briggs M., *Telewizja i jej odbiorcy w życiu codziennym*, tłum. B. Radwan, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- Dąbrowska-Cendrowska O., *Poranny towarzysz i doradca. Polskie telewizje śniadaniowe na przykładzie programów „Dzień Dobry TVN” i „Pytanie na Śniadanie”*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2014.
- Duda M., *Bieda i bezrobocie jako przyczyna wykluczenia społecznego*, [w:] *Przeciw wykluczeniu społecznemu*, M. Duda, B. Gulla (red.), Wydawnictwo Naukowe PAT, Kraków 2008.
- Godzic W., *Telewizja jako kultura*, Wydawnictwo „Rabid”, Kraków 1999.
- Kostecka A., „Nowa” telewizja śniadaniowa – charakterystyka gatunku i odbiorcy, „Forum Myśli Wolnej” 2010, nr 44/45.
- Maris R., *Social Problems*, Dorsey Press, Chicago 1988.
- Mielczarek T., *W analogowym świecie. Zarys dziejów telewizji w Polsce w latach 1989-2013*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Kielce 2015.
- Pospiszyl I., *Patologie społeczne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008.
- Sankiewicz M., *Poetyka telewizyjnych programów porannych*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013.
- Sztumski J., *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe Śląsk, Katowice 2010.

Źródła internetowe

- Alarm!* 23.11.2019, <https://vod.tvp.pl/video/alarm,23112019,45158712> (07.12.2019).
- Kanasz T., *Media masowe wobec biedy w Polsce*, http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_11649_a_1509 (12.11.2019).
- Materiały z Dzień dobry TVN*, <https://dziendobry.tvn.pl> (listopad i grudzień 2019).
- Materiały z Pytanie na śniadanie*, <https://pytanienasniadanie.tvp.pl> (listopad i grudzień 2019).
- O programie Uwaga!*, <https://uwaga.tvn.pl/o-uwadze> (01.02.2020).
- Przemoc w rodzinie*, <http://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/przemoc-w-rodzinie/50863>, [Przemoc-w-rodzinie.html](http://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/przemoc-w-rodzinie/50863)(02.02.2020).
- Raport o biedzie 2019*, <https://www.szlachetnapaczka.pl/raport-o-biedzie/>(07.12.2019).
- Raport o stanie narkomanii w Polsce 2019*, <https://www.cinn.gov.pl/portal?id=1582300>(07.12.2019).
- Wydania Alarmu!*, <https://vod.tvp.pl/website/alarm,36124292> (listopad i grudzień 2019).
- Wydania Faktów*, <https://fakty.tvn24.pl> (listopad i grudzień 2019).
- Wydania Uwagi!*, <https://player.pl/programy-online/uwaga-odcinki,351> (listopad i grudzień 2019).
- Wydania Wiadomości*, <https://vod.tvp.pl/szukaj?query=wiadomo%C5%9Bci> (listopad i grudzień 2019).
- Wyjątkowy gest policjanta. Oddał bezdomnemu swoje zimowe buty*, <https://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/policjant-z-katowic-oddal-bezdomnemu-swoje-zimowe-buty,989390.html> (02.02.2020).

Commitment or Indifference? The Television with Regard to Social Problems in Poland

Summary

This article is an attempt to present the attitude of television towards social problems in Poland on the basis of a quantitative and qualitative analysis of materials presented in the main information and intervention programs of public television (TVP) and commercial television (TVN). For TVP they are: *Wiadomości* and *Alarm!*, while for TVN they are: *Fakty* and *Uwaga!*. In addition, in order to show the presentation of social problems in more entertaining programs, the author of this article has also qualitatively analyzed breakfast television programs: *Pytanie na śniadanie* and *Dzień dobry TVN*. The selected period is one month: November 2019. An analysis of all these programs will answer the question of whether television is involved or remains indifferent to social problems affecting Polish society.

Keywords: social problems, television, TVN, TVP