

Katarzyna Wardzała

Uniwersytet Wrocławski (doktorantka)

## **Komentarz jako gatunek w telewizyjnych programach informacyjnych**

Współczesne media są bogatym źródłem różnorodnych form gatunkowych dostosowanych do potrzeb społeczeństwa (przy jednoczesnym uwzględnieniu celów nadawcy). Jedną z funkcji telewizji jest informowanie o bieżących wydarzeniach, a programy informacyjne „wydają się najbardziej naturalnym gatunkiem telewizyjnym”<sup>1</sup>. Dlatego właśnie prezentowane są programy omawiające bieżące sprawy społeczno-polityczne, a sama telewizja jest traktowana jako podstawowe źródło informacji oraz swoisty kanał komunikacyjny pomiędzy rządzącymi a obywatelami. Chociaż nie sposób pominąć jej roli edukacyjnej czy komercyjno-reklamowej, to jednak informowanie i przekazywanie wiedzy o świecie zawsze pełniły funkcję nadrzędną<sup>2</sup>.

Najbardziej znanym i popularnym sposobem dotarcia do informacji jest oglądanie programów informacyjnych emitowanych kilka razy w ciągu dnia. Najpopularniejsze są główne wydania – wieczorne, które stanowią podsumowanie wydarzeń z całego dnia i ze względu na tradycję gatunku skupiają najwięcej odbiorców. Istotna jest także ich powszechna dostępność wynikająca z emisji w podstawowych stacjach telewizyjnych, odbieranych przez większość widzów bez konieczności wykupywania usług telewizji kablowej lub cyfrowej. Stały się one produktem informacyjnym i ich rola ko-

---

<sup>1</sup> W. Godzic, *Telewizja. Ziemia jałowa czy pieszczota dla oczu?*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, s. 74.

<sup>2</sup> Nawet pozornie banalne programy niosą pewne informacje o świecie i otaczającej rzeczywistości. Z tego faktu często wynikają nierealne obrazy świata i problemy z odróżnianiem fikcji telewizyjnej od rzeczywistości pozaekranowej. Zob. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 54.

mercyjna wzrosła<sup>3</sup> (dotyczy to stacji zarówno publicznych, jak i komercyjnych).

Programy informacyjne odgrywają szczególną rolę w społeczeństwie. W ciągu ostatnich lat wzrosła wartość samej informacji. Stała się ona towarem bardzo cennym, ponieważ może wpływać na rynki finansowe czy decydować o sprawach politycznych. Tomasz Goban-Klas określa to zjawisko mianem zwrotu ku społeczeństwu medialnemu<sup>4</sup>. Społeczeństwo przyzwyczało się do dostępności informacji oraz do możliwości czerpania wiedzy o świecie z telewizji. Serwisy informacyjne stały się podstawowym źródłem wiedzy o wydarzeniach z kraju i ze świata<sup>5</sup>.

Strukturalnie programy informacyjne złożone są z kilku lub kilkunastu newsów, zawierających różnie opracowane i starannie przygotowane informacje. Najprościej mianem newsa<sup>6</sup> można określić przekazywaną przez media informację (możliwie najbardziej zbliżoną do stanu faktycznego; relacjonowanie zdarzeń oparte na wysokich kwalifikacjach zawodowych i moralnych autora)<sup>7</sup>. Informacje stanowią natomiast przetworzenie danych, nie są zatem pozbawione elementów interpretacyjnych<sup>8</sup>.

Jednym ze składników magazynu informacyjnego, wykrystalizowanym wskutek zmian w samej strukturze programu, jest komentarz, który pozwala odnieść całość informacji do jakiegoś innego elementu rzeczywistości, dzięki czemu staje się źródłem wiedzy o świecie. Jest on teoretycznie opcjonalną

<sup>3</sup> Zob. K. Guzik, *Rewolucja „Faktów” i niusyzacja telewizji*, w: *30 najważniejszych programów TV w Polsce*, red. W. Godzic, Warszawa 2007, s. 21–22.

<sup>4</sup> W koncepcji społeczeństwa medialnego kładzie się nacisk na przekazywanie treści, czyli media, w koncepcji społeczeństwa informacyjnego – na samą treść przekazu, czyli informację. W tej pracy określenie „społeczeństwo informacyjne” jest bardziej adekwatne do całości rozważań. Nie jest tu analizowane społeczne rozprzestrzenianie się informacji, ale jej przekaz w konkretnym medium. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 295.

<sup>5</sup> Zmieniło się to od czasu upowszechnienia Internetu. Zanim stał się on ogólnodostępny, najpopularniejszym źródłem informacji, były serwisy informacyjne. Teraz ich role wzajemnie się uzupełniają. Programy informacyjne stanowią wciąż podstawowe źródło informacji w telewizji.

<sup>6</sup> Istotne jest, by odróżnić pojęcie newsa jako wzmianki, czyli jedno- lub dwuzdaniowej wypowiedzi informacyjnej zawierającej podstawowe dane (odpowiedź na pytania: Kto? Co? Gdzie?), przyjmującej formę depeszy, od pojęcia newsa jako wiadomości informacyjnej, czyli obrobionej przez media informacji przygotowanej do podania publiczności.

<sup>7</sup> Zob. W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2006, s. 65.

<sup>8</sup> Elementy subiektywne pojawiają się w momencie, gdy zaczyna się interpretacja danych – uzależniona od odbiorcy (pośredniego i ostatecznego) oraz wszelkich uczestników aktu komunikacji. Dochodzą tutaj bowiem oprócz danych i relacji pomiędzy nimi czynniki, takie jak doświadczenie, sytuacja społeczna, wiedza, kompetencja komunikacyjna, potrzeba informacyjna itp. odbiorcy, czyli ogólne czynniki lingwistyczno-psychosocjologiczne.

formą przybliżenia stanowiska autora. Zaciera to granicę pomiędzy przekazem informacyjnym a przekazem perswazyjnym, prezentuje zaś bachtinowską strukturę dialogu: angażowanie widza w rozszerzony monolog prowadzącego, oparty na strukturze „ale” i „lecz”. Komentarze dziennikarza prowadzącego magazyn przekraczają często granicę, za którą przestają być jedynie żartobliwym elementem aktywizującym odbiorcę, zaczynają natomiast być źródłem ogólności i relatywizmu w osądzeniu przekazywanej wizji rzeczywistości. Widz aktywnie uczestniczy w odbiorze przekazu. Stara się konkretyzować<sup>9</sup> jego sens według znanych wzorców językowych i stereotypów, lecz jego uwaga jest odwracana od informacji przez kalambury i neologizmy językowe prowadzącego<sup>10</sup>. Komentarz jest nie tylko opinią, lecz także ustosunkowaniem się do pewnych faktów czy zdarzeń oraz powiadomieniem o sposobach autorskich reakcji na te zdarzenia. Odsyła do rzeczywistości pozatekstowej i przekazuje intencje, które nie zaistniały w samym materiale dziennikarskim<sup>11</sup>. W telewizji, będącej sztuką organizowania szczegółów na potrzeby ideologiczne stacji, komentarz staje się modulatorem przekazywanej wiedzy i wyznacza drogę myślową odbiorcy.

Komentarz telewizyjny nie jest jednak odrębnym gatunkiem, ponieważ nie jest on samodzielnym programem, musi być zintegrowany z innym, który przekazuje informacje o świecie. Z definicji leksemu *komentarz*<sup>12</sup> wynika, że dotyczy on dwóch zasadniczych aspektów: pierwszy z nich zakłada obecność jakiegoś prymarnego tekstu czy zdarzenia, do którego komentarz się odnosi, drugi zaś – pewne czynności umysłowe związane z przekazywaniem, krytykowaniem czy objaśnianiem, co jest związane z subiektywną oceną i kreowaniem<sup>13</sup>. Najogólniej komentarz telewizyjny można określić jako wielopłaszczyznowe (mowa, dźwięk, obraz) kształtowanie wypowiedzi informacyjnej (o charakterze jednorazowym i jednokierunkowym), mające na celu wywołanie określonej reakcji u telewidza, który należy do tej samej społeczności, co nadawca. Niezwykle ważne przy definiowaniu tego pojęcia jest podkreślenie cech gatunkowych komentarza – jego złożoności i wielowarstwowości. Na komentarz składają się płaszczyzny zarówno wizualne, jak i dźwiękowe, czyli

<sup>9</sup> W znaczeniu ingardenowskim.

<sup>10</sup> Por. W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki: po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004, s. 71–78.

<sup>11</sup> Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 166.

<sup>12</sup> Podsumowaniem przeglądu definicji pojęcia „komentarz” jest wyjaśnienie zawarte w *Innym słowniku języka polskiego* pod redakcją Mirosława Bańki (t. 1, Warszawa 2000, s. 651): „komentarz do jakiegoś wydarzenia, czyjegoś postępowania lub wyglądu, to uwaga do nich, często krytyczna lub złośliwa”. *Słownik* Bańki najtrafniej opisuje zjawisko w aspekcie komentarza społecznego, do którego zalicza się komentarz telewizyjny.

<sup>13</sup> Por. M. Bogdanowska, *Komentarz i komentowanie. Zagadnienia konstrukcji tekstu*, Katowice 2003, s. 11.

wykorzystujące wszystkie narządy zmysłów, które są niezbędne do zrozumienia przekazu telewizyjnego. Może być zatem wszechobecny, chociaż możliwy jest jedynie, gdy omawiane są jakieś fakty czy wydarzenia. Jest on bowiem ich modyfikacją czy wartościowaniem.

Komentarz jako gatunek medialny pojawił się początkowo w prasie. Teraz rozwija się stopniowo jako gatunek telewizyjny, chociaż realizuje wzorzec prasowy, przejmując jego cechy, znaczną część podziałów i wyznaczników. Maria Wojtak w pracach poświęconych temu gatunkowi prasowemu wyróżnia następujące rodzaje komentarza ze względu na relację z tekstami informacyjnymi i status wypowiedzi:

- a) autonomiczny – „samodzielny, nie stowarzyszony z informacją”,
- b) nieautonomiczny – „wpleciony w tekst informacji lub towarzyszący informacji jako odrębna wypowiedź, lecz ściśle z informacją powiązana”<sup>14</sup>.

W wypadku komentarza telewizyjnego występuje jedynie komentarz nieautonomiczny w kilku rodzajach. Na komentarz autonomiczny nie ma miejsca, ponieważ w programie informacyjnym gatunkiem podstawowym jest zawsze informacja.

W pracach z zakresu medioznawstwa można znaleźć definicje komentarza, które wskazują na jego strukturalny aspekt w serwisie informacyjnym, czyli pokazują, jaką pełni funkcję: „na ścieżce trzeciej znajduje się komentarz dograny już po zmontowaniu materiału, nazywany również offem lub dźwiękiem równoległym”<sup>15</sup>. Wynika z tych definicji, że komentarz, po pierwsze, jest częścią serwisu, po drugie – wiąże się z opisem wydarzeń<sup>16</sup>. Opis łączy się zawsze z elementem subiektywnym (proces przetwarzania danych), co nie jest pożądane w serwisie informacyjnym. W Karcie etycznej mediów odnajdujemy zapis:

Dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy [...] deklarują, że w swej pracy kierować się będą następującymi zasadami: [...]

- zasadą obiektywizmu – co znaczy, że autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonując różne punkty widzenia.
- zasadą oddzielania informacji od komentarza – co znaczy, że wypowiedź ma umożliwić odbiorcy odróżnienie faktów od opinii i poglądów<sup>17</sup>.

<sup>14</sup> M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego*, w: *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Łódź 2002, s. 372–373. Typologia ta została powtórzona w książce: M. Wojtak, *Gatunki prasowe*. Autorka wyróżnia również komentarz (1) ze względu na sposób formułowania opinii (bezpośredni i pośredni) oraz (2) ze względu na charakter opinii, postawę emocjonalną nadawcy oraz dominującą barwę stylistyczną (zob. s. 373–378).

<sup>15</sup> K. Żórawski, *Długi stół: skrypt dla dziennikarzy programów informacyjnych*, Warszawa 2004, s. 57.

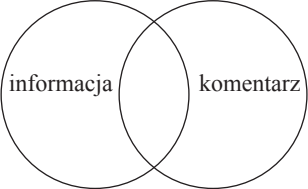
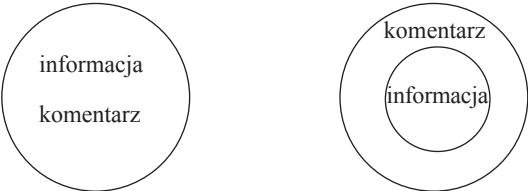
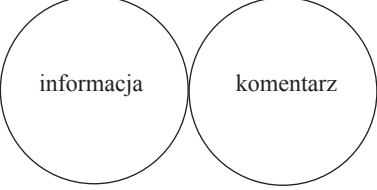
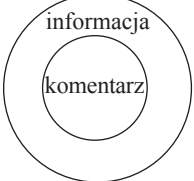
<sup>16</sup> Pokrywa się to z podstawowymi wyznacznikami komentarza według M. Bogdanowskiej (zob. op.cit., s. 11).

<sup>17</sup> *Karta etyki mediów*, Warszawa, 29.03.1995, cyt. za: K. Żórawski, op.cit.

Jak widać z powyższego cytatu, komentarz stanowi część serwisu informacyjnego. Problemem jest to, że według wyidealizowanego obrazu prezentowanego przez medioznawstwo jest on albo oddzielony od informacji, albo – gdy ma charakter dźwięku równoległego – pozbawiony elementów subiektywnych. Nie jest to jednak zgodne ze stanem faktycznym. Wynika bowiem z tego, że pojęcie komentarza nie zostało precyzyjnie określone i pozostawia dowolność interpretacyjną. Należy zatem dokładnie scharakteryzować relacje pomiędzy komentarzem a informacją zawartą w newsie. Pozwoli to zdefiniować formy komentowania i przekazywania informacji.

Komentarz może pozostawać w relacji z informacją na cztery sposoby.

#### Zestawienie możliwych relacji komentarza z informacją

A	Komentarz pokrywający się	
B	Komentarz zintegrowany	
C	Komentarz przystający	
D	Informacja komentująca	

Źródło: opracowanie własne.

Pierwszy z wymienionych modeli – komentarz pokrywający się (typ A) – opisuje sytuację komunikacyjną, w której w przekazywanej sekwencji informacyjnej znajdują się czysta informacja, jasno określony komentarz oraz momenty, kiedy nie sposób oddzielić dwóch powyższych składników. Ten model relacji komentarz – informacja realizowany jest w stand-upie oraz może występować opcjonalnie w pojedynczym newsie – np. *Szamil Basajew nie żyje. Świat odetchnął po wybuchu bomby w jego samochodzie* – w którym pierwsze zdanie odczytywane jest przez prezentera lub nagrywane na offie, drugie natomiast przez dziennikarza prowadzącego reportaż po zmianie formy prezentacyjnej, czyli występuje wyraźne oddzielenie od materiału informacyjnego.

Komentarz zintegrowany (typ B) przedstawia taką informację, w której nie jesteśmy w stanie oddzielić informacji od komentarza i chociaż zauważalne są ewidentne cechy komentujące, jest to jedna sekwencja informacyjna magazynu wiadomości. Jest to zatem komentarz potoczny, słownikowy (pozbawiony elementów obiektywnych), np. *Dobrze, że ten terrorysta nie żyje*. Ten model może również realizować news jako całość informacyjna, ponieważ czasem treść komentująca nie jest oddzielona formalnie od informującej i wtedy stanowi całość wiadomości.

W komentarzu przystającym (typ C) podczas jednej wypowiedzi pojawiają się informacja oraz komentarz powiązany bezpośrednio z poprzedzającymi go informacjami. Jest to model idealistyczny, określający stosunek komentarza i informacji w mediach według prawa oraz kodeksów dziennikarskich, np. *Basajew nie żyje. Dobrze się stało* – pierwsze zdanie ma charakter informacyjny, a drugie jedynie ocenia poprzedzającą je informację, nie wnosząc jednak nowych danych.

Ostatni typ relacji to informacja zawierająca komentarz (typ D). Jest to najbardziej niebezpieczny model, ponieważ jest formułowany wbrew przyjętym regulacjom. Informacja ma bowiem nie zawierać elementów komentujących. Tego rodzaju komunikat nie powinien pojawiać się w mediach, występuje jednak często w telewizji, przyjmując status newsa lub jego części, np. *Zamachowiec, morderca niewinnych nie żyje*.

W przykładach podanych do poszczególnych modeli przedstawione zostały jedynie informacje i komentarze na płaszczyźnie językowej. W programie informacyjnym mamy do czynienia z wielością płaszczyzn, komentowanie może się zatem odbywać przez obraz, napisy na ekranie czy dźwięki.

Na przekaz informacyjny składa się kilka elementów. By przedstawić treść newsa, telewizja posługuje się obrazem, słowem oraz dźwiękiem. Sprowadza się to zasadniczo do dwóch emitowanych równocześnie strumieni informacji, kierowanych do narządów zmysłów wzroku i słuchu. Odbywa się to za pośrednictwem przekaznika, w tym wypadku telewizora. Każdy przekaz telewizyjny

zawiera informacje na dwóch poziomach: treści (tematyka, newsy itp.) oraz struktury (formalny aspekt montażowy). Zestrojenie tych elementów daje odpowiedni efekt multimedialny<sup>18</sup>.

Przekaz telewizyjny ma charakter typowo filmowy, jest ciągiem audio-wizualnych obrazów ruchomych. Słowo pełni zaś funkcję drugorzędną, jako przewodnik pomagający przyswoić sens obrazu lub nadać mu dodatkowe znaczenie, dookreślić obraz. Słowo może pojawić się na ekranie w dwojaki sposób: jako część obrazu (napis) lub jako mowa (część warstwy dźwiękowej). Środki werbalne i niewerbalne, a także znaki symboliczne i ikoniczne charakteryzuje synkretyzm substancjalny (materiałowy) oraz znaczeniowy; elementy te tylko zestrojone w jedną całość stanowią przekaz<sup>19</sup>.

W programie informacyjnym mamy do czynienia z oczywistym przenikaniem się płaszczyzn, np. trudno przedstawić obraz z miejsca wydarzeń bez informacji słownej werbalnej (dźwięk) lub wizualnej (tekst na ekranie) albo powiedzieć coś bez obrazu. Dźwięk muzyczny jest elementem opcjonalnym, ponieważ bezpośrednio nie przekazuje informacji, a jedynie nastawia na odpowiedni odbiór. Systematyzację poszczególnych płaszczyzn można przedstawić następująco:

OBRAZ    video, fotografie, tekst zapisany, wykresy, schematy, grafiki itp.,  
SŁOWO    wypowiedziane (werbalne), zapisane (obraz tekstu na ekranie),  
DŹWIĘK    dźwięki werbalne (mowa), tło, muzyka, wstawki (elementy formalne).

Wymienione płaszczyzny odbioru przekazu same nie stanowią przekazu, ich integralną częścią jest interpretacja przez odbiorcę, dopiero odbiór bowiem konstituuje przekaz. Jest tak, ponieważ „współczesne media stanowią integralną całość dynamicznie ze sobą powiązanych elementów, wzajemnie na siebie oddziałujących i tworzących złożoną sieć zależności funkcjonalnych, których uchwycenie wymaga posługiwania się abstrakcyjnymi pojęciami”<sup>20</sup>. Oprócz współczesnej techniki, która tworzy zewnętrzną warstwę komunikatu medialnego, uwzględnić należy ludzką świadomość indywidualną i zbiorową, a także specyfikę dzisiejszego życia społecznego (kształtowanego w dużej mierze przez reguły rynkowe i zasady demokracji)<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> Zob. P. Francuz, *Rozumienie przekazu telewizyjnego. Psychologiczne badania telewizyjnych programów informacyjnych*, Lublin 2002, s. 69.

<sup>19</sup> Zob. A. Zwoliński, *Obraz w relacjach społecznych*, Kraków 2004, s. 251–253.

<sup>20</sup> J. Janusiak, *Janusowe oblicze mediów*, w: *Media studies. Refleksja nad stanem obecnym*, red. K. Stępiak, M. Rajewski, Lublin 2008, s. 120.

<sup>21</sup> Zob. *ibidem*, s. 120–122.

Światoobraz, jaki człowiek wytworzył (na podstawie środowiska, wiedzy ogólnej, poznania potocznego i naukowego oraz wiedzy medialnej), znacząco wpływa na dekodowanie przekazu telewizyjnego. Pozwala interpretować treść, konkretyzując przekaz według kategorii gatunkowych. Rozróżnienie gatunkowe ukierunkowuje odbiór treści przekazu i pozwala odpowiednio wykorzystać wiedzę na temat świata<sup>22</sup>.

Kompletny przekaz telewizyjny składa się zatem z płaszczyzn wizualnych i audialnych, na które nałożona jest warstwa werbalna, co razem stanowi o technicznym aspekcie odbioru. Sam przekaz nabiera dopiero znaczenia, gdy jest dekodowany przez odbiorcę z całym jego zapleczem kulturowo-informacyjnym (światoobrazem) oraz związanym z tym rozróżnieniem gatunkowym, które wpisuje odbiór przekazu w pewne ramy interpretacyjne. Mamy zatem do czynienia z warstwą techniczną (wielowarstwowym, kształtowanym przez nadawcę przekazem audiowizualnym) oraz warstwą recepcyjną (znaczeniem nadawanym przez odbiorcę).

Serwisy informacyjne powinny dostarczać wiadomości o świecie i otaczającej rzeczywistości, a przede wszystkim przekazywać fakty. Idealistycznie nie ma zatem miejsca na opinie i komentarze. Współcześnie, zmieniając formułę programów informacyjnych, wprowadza się do nich nowe elementy – głównie unowocześniające formułę gatunkową. Nowe zabiegi powodują profilowanie newsów, co prowadzi do personalizowania informacji przez poszczególne media. Dziennikarze coraz częściej stają przed problemami natury etycznej, przedstawiając pewne informacje. Dylematy dziennikarskie mogą dotyczyć samej treści przekazu, jak również jego formy. To właśnie forma prezentacji informacji powinna być nienaganna, ponieważ stanowi część przekazu, a nie jest widoczna na pierwszy rzut oka. Komentowanie informacji przez redakcje dziennikarskie<sup>23</sup>, czyli swoiste ich profilowanie według poetyki i polityki redakcyjnej, jest zgodne z wszelkimi normami dziennikarskimi nieetyczne (zasady etyki dziennikarskiej zostaną opisane niżej). Jest tak, ponieważ redakcje przestają pełnić swoją prymarną funkcję, czyli prezentowanie obiektywnej wiedzy o świecie, i zniekształcają fakty.

Programy informacyjne zawierają różnego rodzaju formy przekazu oraz gatunki wypowiedzi. Niektóre z nich są łatwe do określenia i zdefiniowania, np. reportaż czy wywiad. Pojawiają się także formy bardziej nowatorskie, np. stand-up czy wstawki wizualizacyjne. Część z nich umotywowana jest rozwojem technologicznym i możliwościami wprowadzania udoskonaleń

<sup>22</sup> Zob. J. Pleszyński, *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007, s. 53–60.

<sup>23</sup> Uogólnię zjawisko komentowania do redakcji dziennikarskich, ponieważ omawiając je powierzchownie, trudno rozdzielać role, np. na prezenterów czy redaktorów.



prezentacyjnych, część natomiast – unowocześnieniem samej poetyki, a także sposobu prezentacji informacji. Wspomniany stand-up jest przykładem drugiego typu nowatorskich rozwiązań prezentacyjnych. Zmienił on nie tylko sam sposób pokazywania wydarzeń, ale także otworzył możliwość przedstawiania własnej opinii w programach informacyjnych. Jest definiowany w *Słowniku terminologii medialnej* jako „krótki komentarz zwykle znanego i kompetentnego dziennikarza na temat aktualnego wydarzenia lub problemu, zwłaszcza w ramach programu informacyjnego, realizowany na żywo w formie dialogu z redaktorem prowadzącym bądź też nagrany wcześniej”<sup>24</sup>. Pojawianie się komentarza w strukturze gatunkowej serwisu informacyjnego umożliwiło przedstawianie własnych opinii dziennikarzy. Złamało zatem zasadę obiektywizmu, chociaż teoretycznie zasada oddzielenia informacji od komentarza została zachowana. Warto jednak zastanowić się nad percepcją newsa jako całości. Widz, oglądając wiadomości, nie rozdziela tych dwóch elementów – informacji i komentarza. Traktuje je jako całość newsa, co powoduje, że interpretacja dziennikarska wchodzi w skład treści przekazu, jaki trafia do odbiorcy. Oddzielny komentarz jest zatem jedynie zmianą gatunku wypowiedzi wewnątrz newsa, a nie odrębnym komunikatem. Zasadniczo informacja powinna być newsem, a komentarz czymś niewpływającym na sens przekazu. W rzeczywistości jest on jednak podsumowaniem informacji, czyli jej częścią, co zmienia zawartość wiadomości.

Nie można zaprzeczyć istnieniu stand-upa, czyli komentarza telewizyjnego, jako gatunku w serwisie informacyjnym. Można go określić mianem komentarza prototypowego, legalnego. Jego obecność nie jest zabroniona z perspektywy etyki mediów, ponieważ jest on formalnie oddzielony od samej informacji.

Przekazywanie subiektywnych opinii autorskich nie jest jednak w newsie, czy szerzej – programie informacyjnym, ograniczone jedynie do komentarza prototypowego. Komentowanie może występować właściwie w każdej części programu informacyjnego pod postacią modyfikacji poszczególnych elementów przekazu bądź też dodawania, modelowania lub pomijania pewnych części dyskursu. Taki komentarz jest prawie niezauważalny z perspektywy formalnej, chociaż jego obecność przejawia się w ogólnym odbiorze newsa przez widza. Ten rodzaj komentarza można określić mianem komentarza wariantywnego bądź też nielegalnego, ponieważ nie powinien on pojawiać się w wiadomościach. Jest formą przedstawiania własnej opinii dziennikarza lub – szerzej – redakcji i z perspektywy etycznej niedozwolony. Dla odróżnienia tych dwóch form komentarza pierwszy, czyli prototypowy, określiłabym mianem komentarza telewizyjnego, drugi – wariantywny – jako czynność komentowania,

<sup>24</sup> *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 202.

czyli formowania aktów mowy o charakterze komentującym. Pozwoli to wyodrębnić komentarz prototypowy z jego charakterem gatunkowym (gatunek publicystyczny) od komentarza jako gatunku mowy (możliwego na różnych poziomach wypowiedzi).

Komentarz prototypowy łatwo jest umiejscowić w strukturze programu informacyjnego. Stanowi on część newsa – podsumowanie informacji, najczęściej na końcu relacji dziennikarskiej, czasem także w środku wiadomości. Zawsze pojawia się jednak po informacji, a jego częstotliwość zależy od wewnętrznej struktury newsa. Najbardziej rozpowszechniony i najczęściej rozpoznawalny jest komentarz prototypowy w formie stand-upa na końcu newsa.

Miejsce występowania komentarza wariantywnego można określić na podstawie porównania idealnego serwisu informacyjnego z bieżącymi wersjami realizacji tego gatunku. Pomimo faktu, że cechy definicyjne idealnego serwisu są opisane bardzo ogólnie, stanowią one podstawę do identyfikowania zjawiska komentowania w programie informacyjnym. Te elementy serwisu, które wykraczają poza idealny serwis informacyjny lub są z nim sprzeczne, czyli nie pokrywają się z tym modelem, wiążą się z komentowaniem. Na podstawie obowiązujących kodeksów dziennikarskich można wymienić cechy idealnego programu informacyjnego:

- zgodność z prawdą, sumienne przedstawianie informacji, źródeł faktów oraz procesów społecznych,
- relacjonowanie faktów bez zniekształceń, we właściwym kontekście, z szeroką gamą poglądów,
- umożliwianie własnej oceny rzeczywistości,
- niemanipulowanie informacją i faktami, nienarzucanie końcowych wniosków, niedeformowanie informacji przy montażu,
- przedstawianie informacji obiektywnie, bez własnych poglądów, z uwzględnieniem różnych punktów widzenia, opieranie się na wielostronnych źródłach,
- rozdzielanie komentarza i hipotezy autora od informacji,
- odróżnianie zrównoważonych informacji od plotek i przypuszczeń,
- emitowanie materiałów zawierających przemoc, cierpienie i śmierć jedynie w uzasadnionych przypadkach i w niezbędnym zakresie, przy uwzględnieniu konsekwencji i wrażliwości odbiorców, niepropagowanie wojny i nienawiści,
- niewyolbrzymianie sensacyjności i niewprowadzanie w błąd odbiorcy, jeśli nie ma to uzasadnienia w materiale,
- używanie starannego języka, niedopuszczanie stosowania słów obelżywych, wulgaryzmów i określeń obscenicznych, które godzą w godność człowieka.

Gdy przynajmniej jedna z powyższych zasad zostanie złamana i w danej informacji pojawi się któryś z wymienionych elementów, zmienia się charakter wypowiedzi na komentujący.

Bardziej skomplikowane jest określenie miejsca występowania komentatora wariantywnego. Komentowanie odbywać się może w każdej części serwisu informacyjnego, w której przedstawiana jest treść informacyjna dotycząca danego zdarzenia. Komentowanie takie zawiera bowiem pośrednie oceny i wartościuje przekaz. Nie jest ono jednak oczywiste i precyzyjnie oddzielone od informacji, ale stanowi z nią całość. Przejawia się pod postacią modyfikacji przekazu na poszczególnych płaszczyznach przez odejście od obiektywnej formy referowania faktów na poziomie prezentacji informacji przez dziennikarzy i doboru materiałów pomocniczych (zdjęć, innych ilustracji wizualnych, tła muzycznego itp.) oraz ich formy na ekranie<sup>25</sup>. W skrócie, komentowanie może odbywać się na płaszczyznach: wizualnej, werbalnej i audialnej, w każdym momencie serwisu informacyjnego, w którym przedstawiane są newsy. Wyklucza to zatem elementy czysto formalne gatunku, stanowiące ramę dla newsów, takie jak czołówka, ozdobniki, przerywniki, formy grzecznościowe itp. Same newsy wraz ze wszelkimi ich zapowiedziami, forszpanami i nawiązaniami do nich są już materiałem podatnym na komentowanie.

Komentowanie na poszczególnych płaszczyznach może przejawiać się pod postacią, na przykład wartościującego słownictwa, odpowiednio dobranej składni czy stylistyki wypowiedzi – komentowanie werbalne (słowem mówionym); dobranych nagłówków, skrótości przekazu, wybiórczych podpisów, zastępowania obrazu tekstem – komentowanie tekstem pisanym; obrazem, organizacją przestrzeni na ekranie, mową ciała czy dźwiękiem. Efektem możliwości rozmieszczenia zabiegów komentujących na różnych płaszczyznach przekazu jest to, że modyfikują one newsa globalnie. Komentowanie może odbywać się również na wyższym poziomie niż wiadomość, a mianowicie na poziomie struktury programu informacyjnego. Ma ono jednak trochę inny charakter niż na poziomie newsa. Na poziomie programu informacyjnego wyznacza wagę poszczególnych informacji, np. przez hierarchię newsów, poświęcony im czas antenowy czy kolejność pojawiania się, co wartościować może samą informację. Szczególnie gdy powiązane ze sobą informacje są podstawą różnych newsów w obrębie jednego programu informacyjnego. Ponadto globalnie ustalany jest w ten sposób stopień relewancji wydarzeń dla odbiorców. Komentowanie na poziomie newsa sprowadza się zaś do wartościowania informacji w zakresie jednego wydarzenia.

---

<sup>25</sup> Pomijając zniekształcenia danych, wynikające z wpływu wielu osób na treść przekazu (czyli gatekeeping), które są właściwie niedostrzegalne z perspektywy przeciętnego odbiorcy.

Komentarz i komentowanie są zagadnieniami ciekawymi z perspektywy komunikacji w telewizji. Nie są jasno zdefiniowane w podręcznikach dziennikarskich, a ich obecność może wywoływać kontrowersje. Komentarz telewizyjny, na wzór komentarzy prasowych, zaczął stopniowo przenikać do mediów (publicznych oraz komercyjnych) i krystalizować się w nowej postaci. Początkowo była to forma stand-upa, najbardziej zbliżona do wzorca prasowego. Stopniowo wraz z modyfikacjami formy prezentacyjnej zmieniała się jego rola i zaczął się rozprzestrzeniać na pozostałe gatunki wewnątrz programu informacyjnego. Wiązało się to z udoskonaleniem jego struktury, która już nie tylko towarzyszyła informacji, ale też stopniowo wnikała w jej treść. Niezbędne stało się zatem dokładne określenie wyznaczników gatunkowych komentarza oraz czynności komentowania. Pozwoli to w analizie materiału oddzielić informację (przetworzone dane) od komentarza. Istotne jest również to, że komentarz wariantywny może występować w kilku postaciach i w wielu kombinacjach. Dodatkowe komplikacje wywołuje fakt, że komentowanie może odbywać się na różnych płaszczyznach przekazu jednocześnie, niejednokrotnie poszczególne komentarze są ze sobą zgrane i nie można analizować ich oddzielnie, np. informacja na poziomie werbalnym może zostać skomentowana przez obraz lub jej sens może zostać zmodyfikowany przez odpowiednie dźwięki czy prozodię. Nie należy zatem ograniczać występowania komentarza tylko do jednej płaszczyzny, a traktować go jako zjawisko na poziomie całego newsa.

Katarzyna Wardzała

### **Commentary as a genre in TV news programmes**

One of the new elements of a news programme, evolved as a result of the changes in its formal structure, is the commentary, which introduces some variety to the poetics of the news story as well as makes the actual presentation more attractive. The issue has not been, however, adequately addressed and discussed in the literature of the subject and there are only selective characteristics of some of its varieties available. The present article provides a description of different types of the informative commentary and its particular place within the structure of a programme for this genre is dependable on the information it refers to and on the involved relation between the two (how it is organized by and organizes). Additionally, the article discusses the form of the commentary and conceivable perceptual planes in which it can be manifested.