

**Monitoring wyborczy telewizyjnych
programów publicystycznych
Wybory samorządowe 2014**

Raport podsumowujący

Część ogólnopolska

Badanie zrealizowane na zlecenie:



Opracowanie raportu:



Grudzień 2014

©Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, 2014

Zespół koordynujący i przygotowujący raport:

Dr Tomasz Gackowski, mgr Marcin Łączyński

Zespół badawczy realizujący projekt:

Dr Karolina Brylska, dr Tomasz Gackowski, mgr Anna Krawczyk, mgr Marcin Łączyński
oraz zespół badawczy:

Zofia Augustyniak, Aleksandra Beczek, Paweł Dąbkowski, Natalia Dąbrowska, Katarzyna Dumała, Julia Marcinowska, Anita Mycak, Anna Onuszczyk, Mateusz Patera, Katarzyna Piórecka, Radosław Prachnio, Maria Rajchert, Agata Rożek, Joanna Siwek, Marlena Szttyber oraz zespół rekodujący.

Redakcja raportu:

Mgr Anna Krawczyk

Spis treści

1. Wprowadzenie do raportu	6
1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu	7
1.2. Nota metodologiczna – matryca analityczna (operacjonalizacja art. 21 <i>Ustawy o radiofonii i telewizji</i>)	9
2. Część porównawcza.....	10
2.1. Liczba materiałów publicystycznych wg stacji.....	11
2.2. Tematy poruszane w audycjach	12
2.2.1. Frekwencja tematów	13
2.3. Goście audycji.....	14
2.3.1. W podziale na stacje telewizyjne – komercyjne vs publiczne	18
2.3.2. Przynależność partyjna gości wg stacji.....	22
2.3.3. Goście bezpartyjni wg stacji	24
2.4. Prowadzący audycje	29
2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi prowadzących wg stacji.....	30
2.4.2. Trudność języka wypowiedzi prowadzących wg stacji	31
2.4.3. Poziom nacechowania zachowań niewerbalnych prowadzących wg stacji	34
2.4.4. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy wg stacji	35
2.5. Strona edytorska audycji	43
3. Część analityczna	45
3.1.1. TV Trwam – <i>Polski punkt widzenia</i>	46
3.1.2. TV Trwam – <i>Rozmowy niedokończone</i>	48
3.2.1. TVN 24 – <i>Fakty po faktach</i>	51
3.2.2. TVN 24 – <i>Jeden na jeden</i>	53
3.2.3. TVN 24 – <i>Kawa na ławę</i>	54
3.2.4. TVN 24 – <i>Kropka nad i</i>	55
3.2.5. TVN 24 – <i>Tak jest</i>	56
3.3.1. TVP Info – <i>Bez retuszu</i>	58
3.3.2. TVP Info – <i>Dziś wieczorem</i>	59
3.3.3. TVP Info – <i>Forum</i>	61
3.3.4. TVP Info – <i>Minęła dwudziesta</i>	62
3.3.5. TVP Info – <i>Gość poranka</i>	64
3.3.6. TVP Info – <i>Po przecinku</i>	66
3.3.7. TVP Info – <i>Woronicza 17</i>	67

3.3.8. TVP Info – <i>Twoje wybory. Debata</i>	68
3.4.1. TVP 1 – <i>Polityka przy kawie</i>	70
3.4.2. TVP 1 – <i>Na pierwszym planie</i>	72
3.5.1. Polsat News – <i>Gość „Wydarzeń”</i>	73
3.5.2. Polsat News – <i>Graffiti</i>	75
3.5.3. Polsat News – <i>Premierzy</i>	77
3.5.4. Polsat News – <i>Rozmowa „Wydarzeń”</i>	78
3.5.5. Polsat News – <i>Tak czy nie</i>	80
3.5.6. Polsat News – <i>To był dzień</i>	82
3.6. Tabele przekrojowych wartości wskaźników dla dziennikarzy	84
4. Podsumowanie	90
4.1. Zestawienie porównawcze w oparciu o model wartości misyjnych (art. 21 UoRiT)	91
4.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności	92
4.1.1.1. Część opisowa	92
4.1.1.2. Wartości misyjne – pluralizm	93
4.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność	94
4.1.1.4. Wartości misyjne – wyważenie	96
4.1.1.5. Wartości misyjne – integralność	97
4.1.1.6. Wartości misyjne – jakość	98
4.1.2. Wykaz zmian we wzorach do obliczania wskaźników	99
4.1.3. Analiza porównawcza programów pod kątem elementów misyjności	101
4.1.3.1. Pluralizm	101
4.1.3.2. Bezstronność	102
4.1.3.3. Wyważenie	103
4.1.3.4. Integralność	104
4.1.3.5. Jakość	105
4.1.4. Łączny indeks realizacji misji	107
4.2. Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych	110
4.2.1. Kobiety goście (analiza porównawcza doboru i zachowania kobiet-gości programu)	112
4.2.1.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji	113
4.2.1.1.1. Dobór wg partii	114
4.2.1.1.2. Dobór wg statusu (kandydatka, inny polityk, ekspert)	116
4.2.1.2. Tematyka wypowiedzi i sposób uczestnictwa w dyskusji	117
4.2.1.3. Strategie edytorskie wobec kobiet gości	119

4.3. Marsz Niepodległości – studium przypadku wpływu ważnego wydarzenia na dyskurs wyborczy	120
4.3.1. Ekspozycja tematyki Marszu w kontekście wyborczym wg stacji	120
4.3.2. Ekspozycja tematyki Marszu w kontekście kampanii wyborczej	124
4.3.3. Stosunek dziennikarzy do Marszu	125
4.3.4. Konkluzje dotyczące sposobu prezentacji Marszu	127
4.4. Wnioski łączne i dyskusja	129
5. Załączniki:	139
A. Arkusze kalkulacyjne – ilościowy, jakościowy, analityczny (CD)	139
B. Karty programowe analityczne i zbiorcze dla poszczególnych audycji (CD)	139
C. Transkrypcje dziennikarskie programów objętych monitoringiem (CD).....	139
D. Spis wszystkich audycji poddanych analizie z podziałem na dni – wg przyjętego kryterium celowego	139

1. Wprowadzenie do raportu

We wstępie do raportu prezentujemy najważniejsze informacje dotyczące organizacji procesu badawczego (doboru materiałów i zakresu monitoringu), a także sygnalizujemy główny zamysł analityczny, jaki stał za konstrukcją wskaźników używanych w badaniu ilościowym i doborem zagadnień do analizy jakościowej. Zastosowana na potrzeby tego badania matryca analityczna wywodzi się z art. 21 *Ustawy o radiofonii i telewizji*, który w pkt 1 określa główne postulaty dotyczące sposobu realizacji misji nadawców publicznych. Szczegółowy opis matrycy analitycznej i podsumowanie pod kątem wynikających z niej wskaźników ilościowych wraz z wykazem zmian i aktualizacji w stosunku do poprzednich edycji badania znajduje się w części czwartej niniejszego raportu.

1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu

Badaniem były objęte publicystyczne audycje telewizyjne spełniające kryteria kwalifikacji do próby badawczej, które zostały zdefiniowane wspólnie z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. Z racji ograniczeń natury technicznej i logistycznej (czas od wyborów, w jakim powinien być dostępny raport), a także złożoności przyjętych kategorii analitycznych konieczne było zdefiniowanie kryteriów doboru materiałów, które umożliwiałyby spełnienie następujących założeń projektowych:

- analiza audycji publicystycznych spełniających kryterium tematyczne i faktycznie dotyczących wyborów samorządowych;
- przekrojowy charakter analizy pozwalający na porównanie formy i treści audycji publicystycznych na antenach publicznych i prywatnych;
- realizacja pogłębionej analizy za pomocą identycznego narzędzia na każdym z materiale przyjętym do próby;
- realizacja badania na próbie programów opiniotwórczych – publicystycznych, które zazwyczaj w analizach ilościowych i standardowym monitoringu są ujmowane w zbiorczych kategoriach ilościowych z programami informacyjnymi, bez uwzględnienia ich specyfiki funkcjonalnej i gatunkowej;
- stworzenie narzędzia, które pozwoli uchwycić specyfikę dodatkowych tematów szczegółowych interesujących z perspektywy zlecającego badanie: wizerunku kobiet w badanych audycjach, a także interferencji między medialną agendą wyborczą a agendą związaną z wydarzeniami mającymi miejsce w dniu 11 listopada (Marsz Niepodległości).

W celu spełnienia powyższych postulatów zespół realizujący badanie, w porozumieniu z zamawiającym, przyjął, identycznie jak w poprzednich edycjach badania, następujące kryteria kwalifikacji materiałów do próby badawczej:

- publicystyczny charakter programu¹ (kryterium gatunkowe);

¹ Definicja operacyjna za: *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006.

- emisja w okresie od 1 listopada (początek monitoringu) do końca pasma programowego w dniu 14 listopada (ostatni dzień przed ciszą wyborczą) (kryterium czasowe);
- wystąpienie w programie przynajmniej jednego kandydata w wyborach samorządowych (nawet jeśli kandydat nie był wprost przedstawiany albo identyfikowany na początku audycji jako kandydat do samorządu) i/lub tematu wyborów samorządowych jako przeważającego w dyskusji².

W badaniu była możliwa (i faktycznie stosowana) także kwalifikacja częściowa, która polegała na analizowaniu tylko fragmentów programów spełniających powyższe kryteria. Argumentem przemawiającym za przyjęciem takiej kwalifikacji była chęć objęcia jak najszerszego zakresu materiałów publicystycznych, przy jednoczesnej optymalizacji procesu badawczego (uniknięcie kodowania fragmentu programu nie dotyczącego wyborów samorządowych).

Kwalifikacja materiałów do badania była prowadzona równolegle z analizą, w trakcie kolejnych dni objętych badaniem, a raporty z kwalifikacji przekazywane były zlecającemu badanie.

W oparciu o przyjęte kryteria do badania zostało zakwalifikowanych ponad 50 godzin materiału audiowizualnego, łącznie obejmujących 101 unikatowych audycji publicystycznych wyemitowanych w badanym okresie (szczegółowy wykaz analizowanych materiałów stanowi załącznik D do niniejszego raportu).

Należy nadmienić, że monitoring z założenia nie obejmował takich stacji informacyjnych, jak Superstacja czy TV Republika. Powodem były ograniczenia logistyczne, czasowe oraz budżetowe. Ponadto powyższe stacje wyraźnie odróżniają się – na niekorzyść – w wynikach badań telemetrycznych od tych, które zostały objęte monitoringiem.

² Przeważającego, czyli zajmującego ponad 50 procent czasu trwania audycji.

1.2. Nota metodologiczna – matryca analityczna (operacjonalizacja art. 21 *Ustawy o radiofonii i telewizji*)

Punktem wyjścia dla zaprojektowanego badania był artykuł 21 *Ustawy o radiofonii i telewizji* określający w pkt 1 wartości składowe, których realizacja konstytuuje misję nadawcy publicznego:

*Art. 21. 1. Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się **pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu.***

Wspólnie ze zlecającym badanie została dokonana operacjonalizacja podkreślonych kategorii za pomocą matrycy analitycznej, odpowiadającej na pytanie o to, jakie mierzalne i obserwowalne elementy treści i formy programów publicystycznych można uznać za wskaźniki realizacji poszczególnych wartości.

W stosunku do poprzednich edycji badania, w oparciu o własne wnioski metodologiczne zespołu realizującego badanie, a także o konsultacje i uwagi zebrane od przedstawicieli instytucji medialnych³ i regulacyjnych⁴, przyjęta matryca analityczna została zmodyfikowana w zakresie szczegółowo omówionym w rozdziale czwartym rzeczzonego raportu. Główne zmiany dotyczyły:

- rezygnacji z obliczania wskaźnika niezależności dziennikarskiej jako trudnego w operacjonalizacji na poziomie obserwowalnych cech przekazu medialnego, przy jednoczesnym pominięciu czynników systemowych i organizacyjnych związanych ze specyfiką produkcji telewizyjnej;
- rozszerzenia zakresu zmiennych używanych przy wyliczaniu pozostałych wskaźników, celem jak najlepszego odzwierciedlenia „fenotypu” pożądanego dyskursu wyborczego w telewizyjnych audycjach publicystycznych (optyka misji publicznej);

³ Między innymi podczas konferencji podsumowującej monitoring wyborczy, zorganizowanej w dniu 22 września 2014 roku przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Uniwersytet Warszawski.

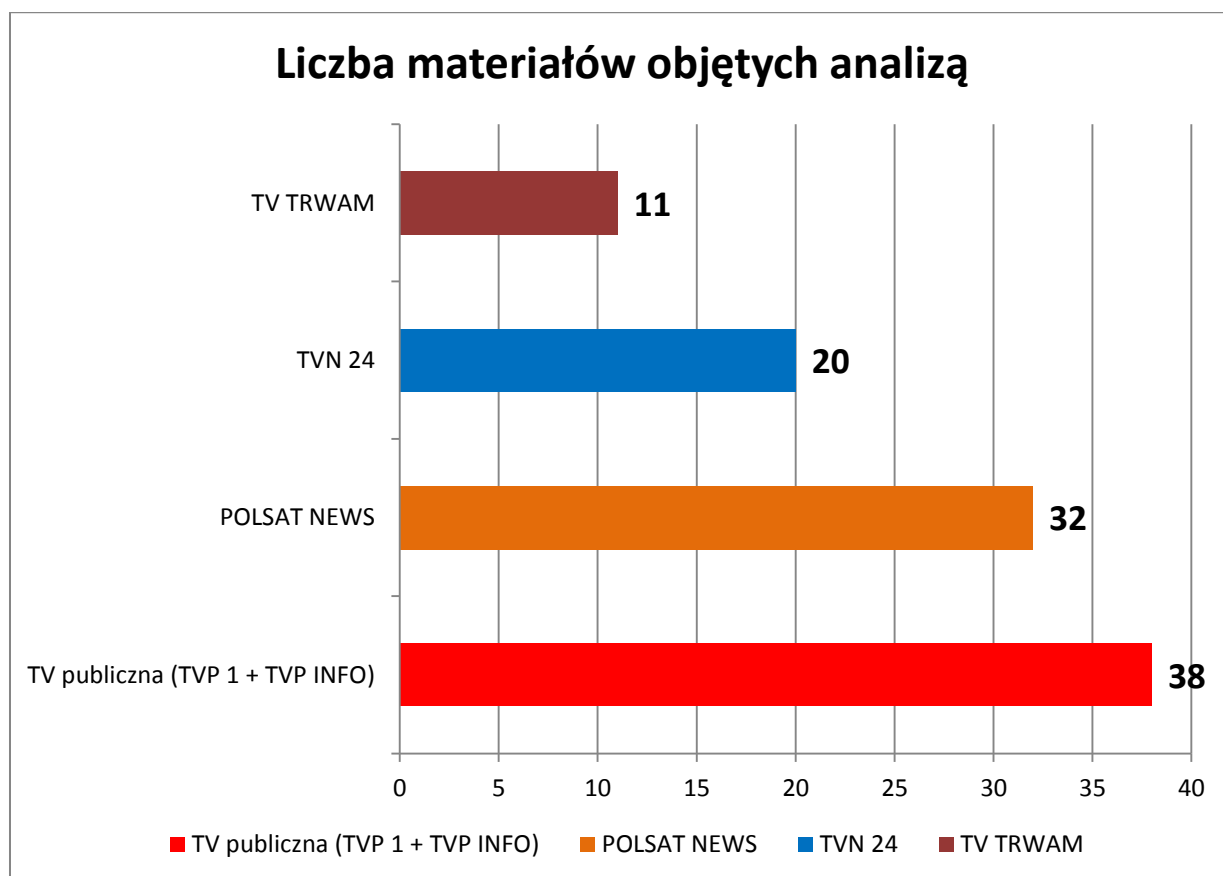
⁴ Między innymi podczas spotkania i dyskusji z kierownictwem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji podczas referowania wyników pierwszej edycji badania w dniu 18 czerwca 2014 roku.

2. Część porównawcza

W tej części raportu prezentujemy najważniejsze wskaźniki ilościowe podsumowujące zawartość monitorowanych audycji pod kątem tematyki, ekspozycji poszczególnych partii politycznych, ekspertów oraz wybrane wskaźniki opisujące zachowanie prowadzących i stronę edytorską audycji, zagregowane dla całych anten (wartości szczegółowe dla poszczególnych prowadzących oraz programów zostały opisane w trzeciej, analitycznej części raportu).

2.1. Liczba materiałów publicystycznych wg stacji

Poniższy wykres podsumowuje liczbę unikatowych materiałów publicystycznych zakwalifikowanych do próby w oparciu o kryteria opisane we wstępie do raportu.



W powyższym zestawieniu widoczny jest trend identyczny jak w poprzednich edycjach badania, a mianowicie dominacja stacji *stricte* informacyjnych w prezentacji materiałów publicystycznych o tematyce wyborczej. Tylko 8 materiałów (w sumie 38 z telewizji publicznej) pochodziło z ogólno-tematycznej anteny TVP 1 (chodzi o poranną audycję *Polityka przy kawie*), a 11 z anteny społeczno-religijnego nadawcy TV TRWAM (*Polski punkt widzenia* i *Rozmowy niedokończone*). Z łącznej próby 101 materiałów tylko 19 (a więc nieco poniżej 19 proc. wszystkich badanych) zostało wyemitowanych na antenach innych niż informacyjne. Jest to wynik lepszy niż w przypadku wyborów do europarlamentu (tam proporcja audycji emitowanych poza stacjami informacyjnymi wynosiła zaledwie 12 proc.), ale dalej wskazuje on na znaczną dominację telewizji informacyjnych w obszarze publicystyki politycznej.

2.2. Tematy poruszane w audycjach

Pierwszą informacją kodowaną we wszystkich badanych audycjach były poruszane tematy. Jako osobny temat kodowany był każdy wątek w dyskusji wprowadzany przez prowadzącego lub przez jednego z gości, który znajdował kontynuację w dyskusji, a nie był tylko jednorazowym wtrąceniem.

Główne obserwacje dotyczące narracji o tych wyborach obejmują:

- Silną obecność tematyki o charakterze autoreferencyjnym (podobnie jak w przypadku wyborów europejskich), skupienie na relacjonowaniu przebiegu kampanii wyborczej i jej medialnego obrazu jako samoistnego bytu oderwanego od bieżących decyzji politycznych czy od merytorycznych ocen pracy polityków⁵. Sytuacja, w której kampania wyborcza staje się tematem samonośnym, i dostarcza pretekstów do rozmów w programach publicystycznych w zasadzie niezależnie od wszystkich innych elementów rzeczywistości politycznej, społecznej i gospodarczej, jest dosyć niepokojąca. Jej występowanie wskazuje bowiem na to, że nawet w wyborach o pozornie najbardziej konkretnym charakterze i dotyczących decyzji politycznych najbliższych wyborcom na poziomie relacji w mediach ogólnopolskich bardzo wyraźnie obecna jest retoryka spektaklu politycznego znanego z polityki krajowej.
- Wyraźną dominację bieżących wydarzeń politycznych i społecznych w całym dyskursie kampanijnym – kampania była prezentowana częstokroć przez pryzmat i w odniesieniu do wydarzeń, takich jak bieżące afery (dominująca w tej kategorii była „afera madrycka” z udziałem posłów PiS – A. Hofmana, M. Kamińskiego i A. Rogackiego), rocznice i obchody (z dominacją wokół Marszu Niepodległości), a także mających cechy świadomie zarządzanego „spinu” politycznego, a więc dotyczących tematów inicjowanych, wprowadzanych i podtrzymywanych w dyskursie przez świadome działania polityków (*casus* wysoko eksponowanej sprawy pobicia kandydata na prezydenta m.st. Warszawy – posła Przemysława Wiplera).

⁵ Por. analiza konsekwencji wysokiego poziomu komunikatów o charakterze autopojetycznym w publicystyce wyborczej – za Niklasem Luhmannem: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/-0/kontrola/wybory/raport-krrit---eurowybory-2014-r---mtresearch.pdf s. 110 - 111 w dyskusji podsumowującej treść raportu.

Zagadnienia merytoryczne wychodzące poza zakres kampanii i dotyczące praktycznych problemów politycznych na poziomie lokalnym zostały (bardzo podobnie jak w przypadku wyborów europejskich) wyraźnie zdominowane w dyskursie badanych stacji telewizyjnych przez tematy ogólne, niezwiązane z bieżącymi decyzjami politycznymi na poziomie samorządu. Głównym tematem programów publicystycznych poruszanych poza samą kampanią i bieżącymi wydarzeniami była polityka poszczególnych partii na szczeblu krajowym. Tematy związane *stricte* z polityką samorządową stanowiły łącznie nieco poniżej 20 proc. wszystkich poruszanych wątków w badanych audycjach. Główne kategorie tematów związanych merytorycznie z przedmiotem i zakresem tematycznym kampanii obejmowały:

- sprawy konkretnych miast (lokalne inwestycje; problemy, wyzwania dla samorządu na kolejną kadencję) – reprezentowane na poziomie 7 proc. wszystkich jednostek tematycznych;
- sprawy związane z ogólnym funkcjonowaniem samorządu (umocowanie prawne samorządów, kompetencje, struktury, procesy decyzyjne, model prowadzenia polityki samorządowej, relacje partyjne na poziomie samorządu) – reprezentowane na poziomie 9 proc. wszystkich jednostek tematycznych.

2.2.1. Frekwencja tematów

W toku analizy zostało opisanych 629 jednostek tematycznych (jeden temat poruszony w jednej audycji był kwalifikowany jako jedna jednostka), z tego na dwóch poziomach ogólności kodowania zostało zidentyfikowanych łącznie:

- na poziomie szczegółowym zagregowanym – 536 unikatowych jednostek tematycznych;
- na poziomie uogólnionym – 25 zagregowanych makrokategorii tematycznych.

Spośród 25 zagregowanych kategorii dziesięć najpopularniejszych mieściło łącznie 95 proc. spośród 629 zidentyfikowanych jednostek tematycznych. Kategorie te wraz z procentową i bezwzględną frekwencją przypisanych do nich jednostek tematycznych wyszczególnia poniższa tabela:

Kategoria tematyczna	Liczba jednostek tematycznych	% udziału we frekwencji wszystkich poruszanych tematów
Afery polityczne (afera madrycka i taśmowa)	134	21
Kampania samorządowa (sondaże, prognozy, kandydaci)	112	18
Polityka krajowa	98	16
Marsz Niepodległości	68	11
Polityka samorządowa (lokalne koalicje, decyzje polityczne, zakres odpowiedzialności samorządów, rola samorządu jako instytucji)	56	9
Sprawy konkretnych miast (inwestycje, problemy)	44	7
Sprawa pobicia posła Wiplera	26	4
Sprawy obyczajowo-światopoglądowe	23	4
Gospodarka i rynek pracy	17	3
Budżety obywatelskie	8	1
Historia III RP	7	1

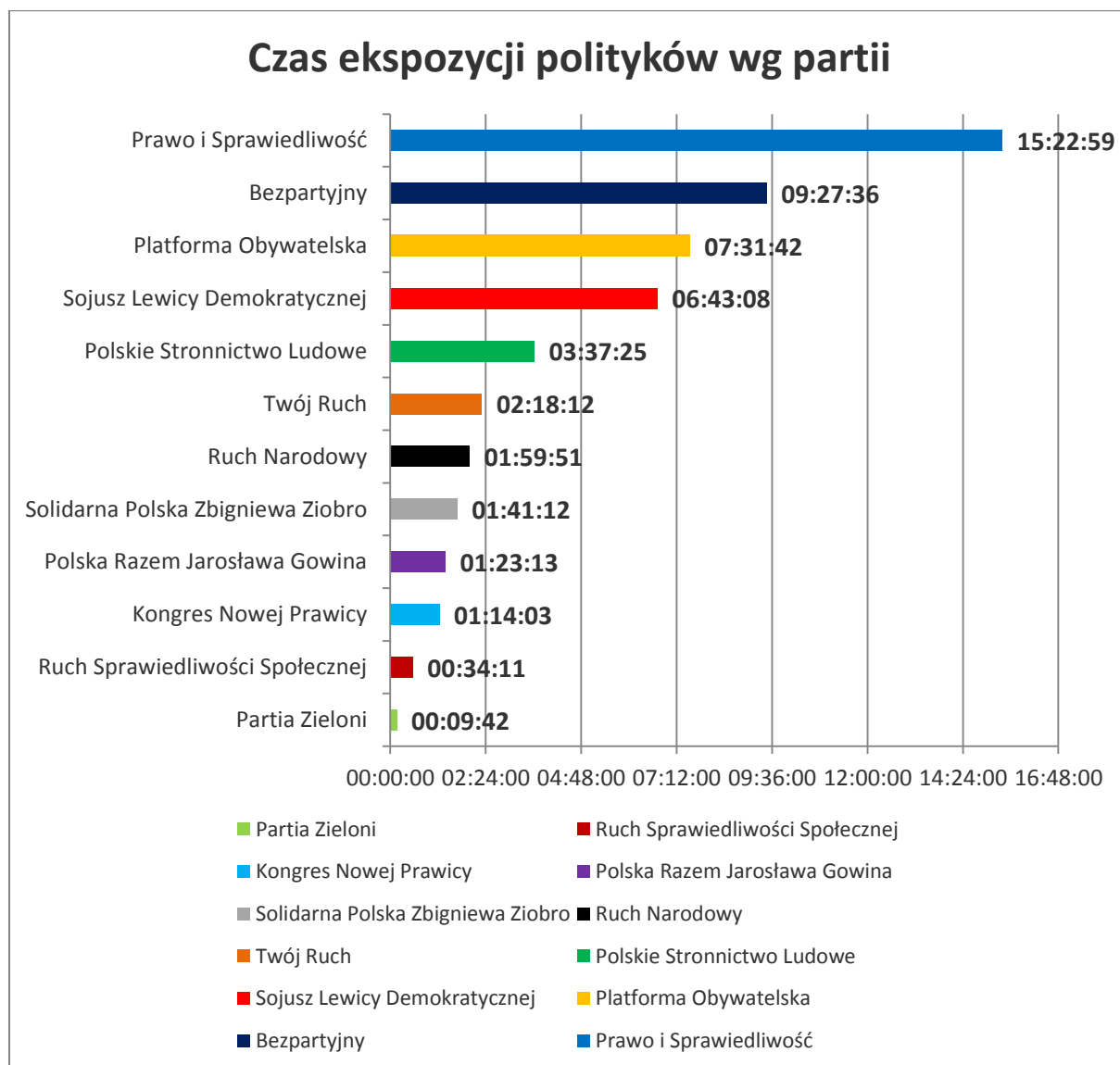
2.3. Goście audycji

Zestawienie frekwencji wystąpień przedstawicieli różnych partii politycznych wskazuje na ilościową dominację trzech partii – PO, PiS i SLD – oraz grupy ekspertów i polityków bezpartyjnych. Następną grupę partii tworzą PSL oraz Twój Ruch. Niższe wyniki ekspozycji w wyborach odnotowano dla mniejszych partii prawicowych – Solidarnej Polski Zbigniewa Ziobro, Polski Razem Jarosława Gowina, a także Kongresu Nowej Prawicy. Kategoria „bezpartyjni” dotyczy przede wszystkim tych, którzy byli sytuowani przez dziennikarzy w roli ekspertów. Ponadto w tej kategorii znaleźli się również kandydaci niezwiązani z żadną partią polityczną (to wcale nie znaczy, że nie byli wspierani przez partie) oraz kandydaci różnych ruchów miejskich.



Znacząca wydaje się bardzo wysoka nadekspozycja polityków SLD, która nie koreluje z uzyskanym przez tę partię wynikiem wyborczym. Drugim zastanawiającym zjawiskiem jest niska ekspozycja polityków PSL zestawiona z rekordowo wysokim poparciem dla tej partii politycznej w wyborach samorządowych 2014. Jednocześnie w przypadku głównych partii widoczna jest tendencja zgodna z wynikiem wyborczym, a mianowicie relatywna przewaga ekspozycji PiS nad PO, częściowo korelująca z ostatecznym rezultatem wyborów. Pojedynczą, najbardziej eksponowaną grupą gości byli w tych wyborach eksperci i politycy nienależący do żadnej partii. Warto w tym miejscu odwołać się do ustaleń i wniosków płynących z raportu poświęconego

eurowyborom, gdzie odnotowano zbieżną zależność. Relatywnie niska ekspozycja medialna Polskiego Stronnictwa Ludowego nie przeszkodziła wówczas ludowcom przekroczyć pięcioprocentowego progu wyborczego i zdobyć 4 euromandaty. Podobnie w przypadku Kongresu Nowej Prawicy – relatywnie niska ekspozycja najwidoczniej nie miała wpływu na osiągnięty wynik – 7,15 proc. i 4 euromandaty. Z kolei widoczna przewaga w ekspozycji medialnej Solidarnej Polski Zbigniewa Ziobry czy też Polski Razem Jarosława Gowina nie pomogła obu komitetom przekroczyć w eurowyborach progu wyborczego. Podobną zależność zidentyfikowano w przypadku wyborów samorządowych charakteryzujących się przecież zgoła inną specyfiką. Warto zastanowić się nad odpowiedzią na pytanie o to, czy podobny brak prostego związku między natężeniem informacji o partii a jej wynikiem również funkcjonuje w przypadku wyborów parlamentarnych.

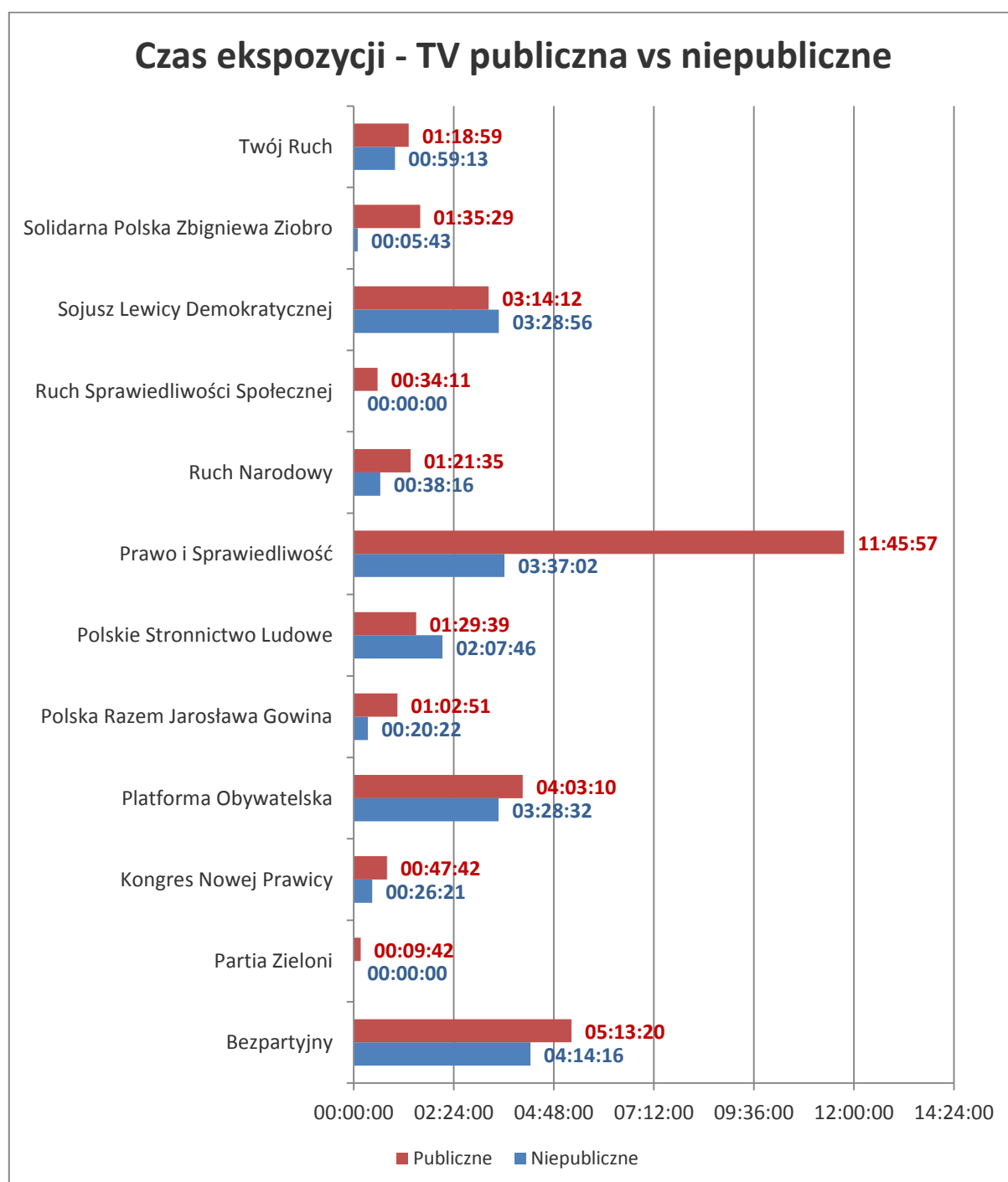


Drugim zestawianiem pomocniczym – poza frekwencją wystąpień polityków poszczególnych partii – jest wykres czasu ekspozycji (biernej i czynnej łącznie, definiowanych jako sytuacje, kiedy polityk lub ekspert jest widoczny na ekranie i/lub słyszeć jego głos).

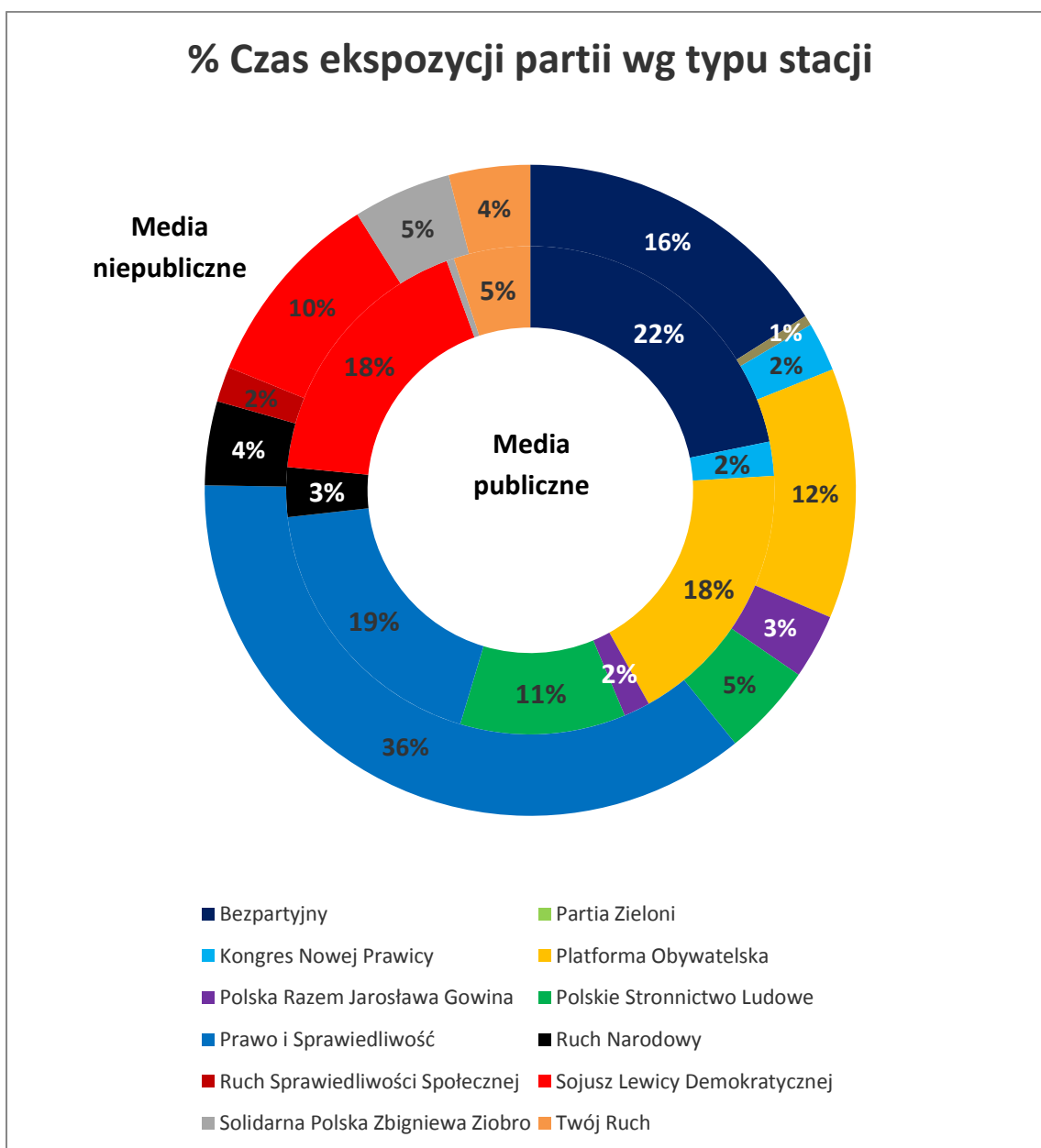
Zestawienie czasu prezentacji poszczególnych partii jest na poziomie statystycznym ściśle skorelowane z liczbą wystąpień kandydatów (korelacja r-Pearsona na poziomie 0,98, a więc prawie idealna), natomiast na poziomie obserwacji danych widoczna jest tendencja do nadekspozycji polityków PiS w badanych audycjach – w zestawieniu czasu ekspozycji dominacja tej partii jest bardzo wyraźna i znacznie wyższa od wyniku ekspozycji drugiej kategorii, a więc wszystkich polityków i ekspertów bezpartyjnych. Warto podkreślić, że dominujący wpływ na taki wynik miały przede wszystkim publicystyczne audycje telewizyjne TV Trwam – *Polski punkt widzenia* oraz *Rozmowy niedokończone*, w których próżno było szukać przedstawicieli innych partii aniżeli Prawo i Sprawiedliwość (przede wszystkim), Solidarna Polska Zbigniewa Ziobry czy Ruch Narodowy (w znacznie mniejszym stopniu). Warto w tym miejscu odnotować, że kandydaci startujący w wyborach samorządowych z list Prawa i Sprawiedliwości, goszczący w studiu TV Trwam, niemal w ogóle nie byli afiliowani pod szyldem największej partii opozycyjnej. Taka adnotacja nie pojawiała się w wyświetlanych podpisach gości rzeczonych audycji publicystycznych.

2.3.1. W podziale na stacje telewizyjne – komercyjne vs publiczne

Zestawienie strategii zapraszania przedstawicieli poszczególnych partii politycznych w mediach publicznych i niepublicznych pokazuje wyraźną preferencję stacji niepublicznych w zakresie eksponowania polityków PiS (*vide*: silna ekspozycja w TV Trwam) oraz ekspertów i polityków bezpartyjnych (w tym należących do tzw. ruchów miejskich i komitetów obywatelskich).



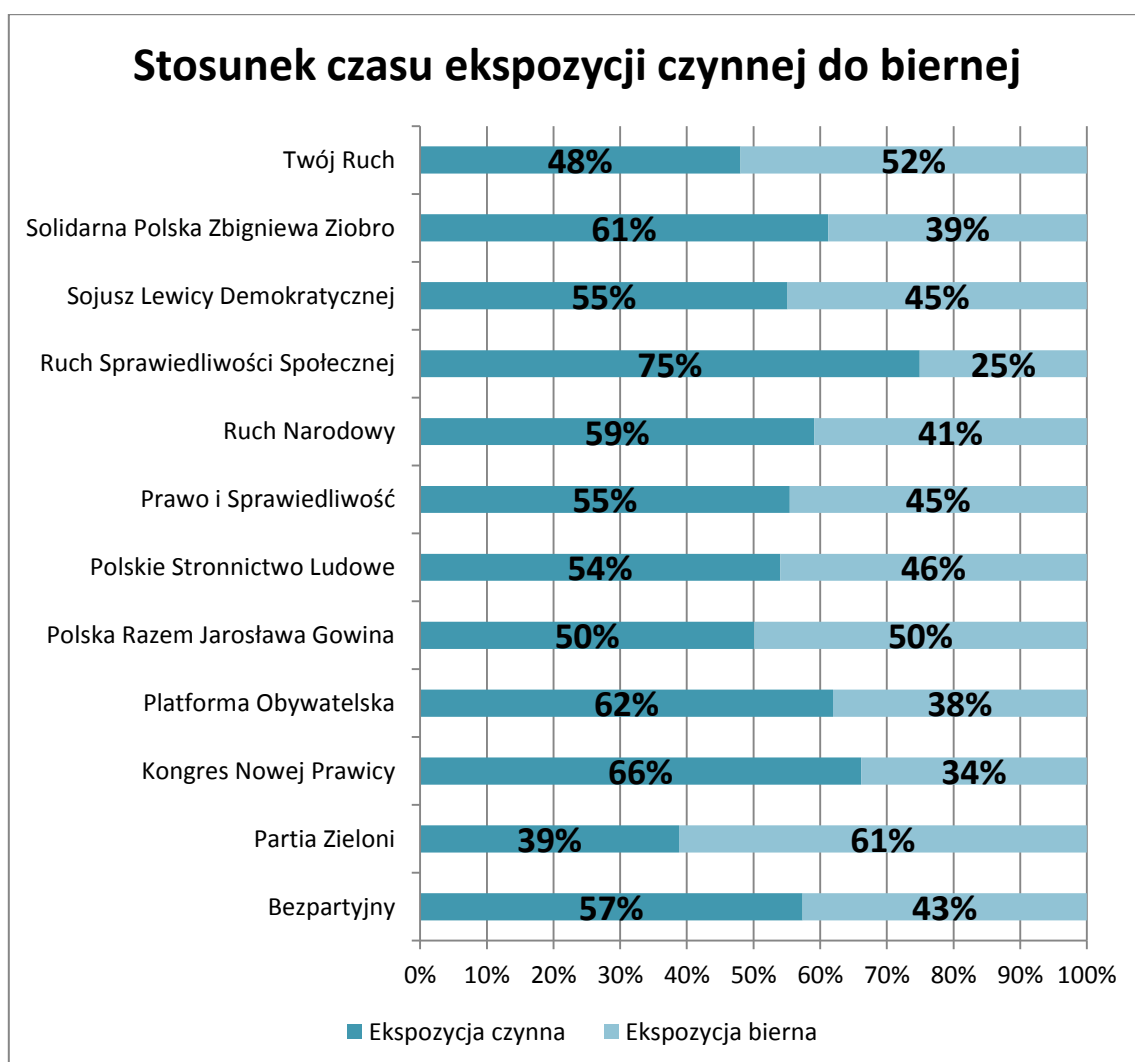
Szczegółowe różnice w strategii doboru gości pozwala wychwycić zestawienie procentowe czasu ekspozycji przedstawicieli poszczególnych partii w rozbiciu na telewizję publiczną i stacje niepubliczne. Zostało to zaprezentowane na kolejnym wykresie.



W zestawieniu tym wyraźnie widać, że w przypadku telewizji niepublicznych w programach publicystycznych proporcjonalnie częściej byli reprezentowani politycy PiS (aż o 17 punktów procentowych częściej). Media publiczne relatywnie częściej niż niepubliczne prezentowały polityków PO (o 6 p.p. częściej), PSL (o 6 p.p. częściej) oraz SLD (o 8 p.p. częściej).

Według powyższego zestawienia w ujęciu łącznym to telewizje publiczne ponownie zaprezentowały bardziej wyważony model pluralizmu, który dawał relatywnie równie rozłożoną między partie ekspozycję polityków, telewizje niepubliczne bardziej skupiły się zaś na wybranych grupach gości (mocno reprezentując zwłaszcza ekspertów i polityków bezpartyjnych oraz polityków PiS – tak jak to było w omawianym już przypadku TV Trwam. To tamtejsza ekspozycja tak silnie zbudowała przewagę Prawa i Sprawiedliwości nad pozostałymi partiami).

Dodatkowo opracowano zestawienie pokazujące stosunek czasu biernej prezentacji przedstawicieli poszczególnych partii (czas kiedy są widoczni w kadrze, ale nie mówią i nie uczestniczą w rozmowie) do czasu ich czynnej ekspozycji (czas kiedy słyszać ich wypowiedzi). Zestawienie to ma pomóc odpowiedzieć na pytanie, czy da się zauważyć partie, których reprezentanci są zapraszani jako goście, ale proporcjonalnie rzadziej niż inni dostają okazję do wypowiedzenia się.



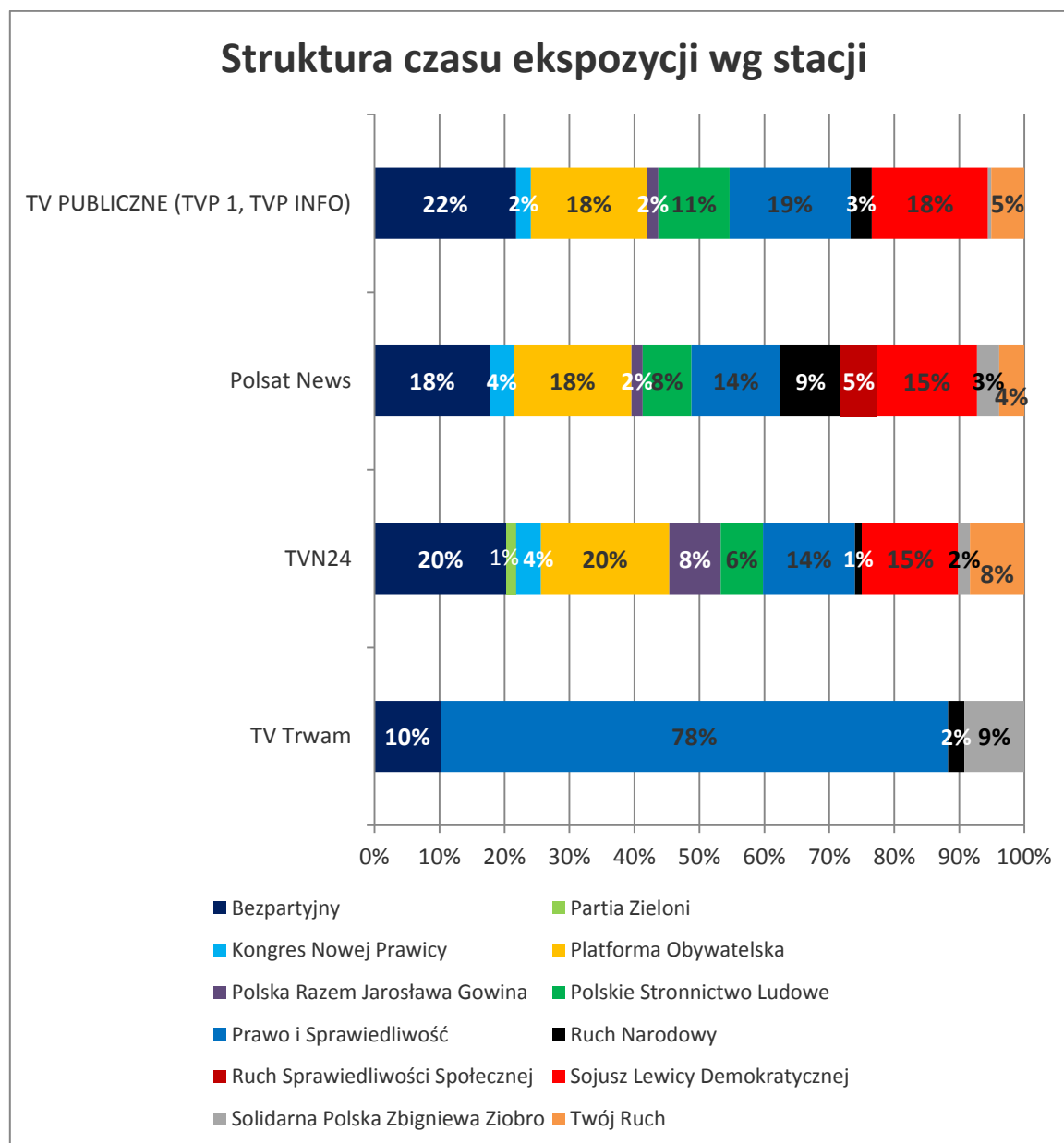
Najwyższe wartości ekspozycji czynnej uzyskali przedstawiciele Ruchu Sprawiedliwości Społecznej (Piotr Ikonowicz), a także Kongresu Nowej Prawicy, Platformy Obywatelskiej oraz Solidarnej Polski, co oznacza, że politycy tych partii, jeśli są zapraszani, to proporcjonalnie nieco częściej dostają okazję do wypowiedzi (lub sami są w stanie lepiej aniżeli ich konkurenci odnaleźć się na antenie i budować własną przewagę w ekspozycji czynnej). Najniższe wartości ekspozycji czynnej uzyskała przedstawicielka Partii Zieloni (Joanna Erbel), Twojego Ruchu oraz Polski Razem Jarosława Gowina. Wyniki ekspozycji głównych partii politycznych były jednak stosunkowo zbliżone (PO – 62 proc. czasu ekspozycji czynnej, PIS – 55 proc., SLD – 55 proc., PSL – 54 proc.), co nie pozwala obronić hipotezy o rażąco wyższej tendencji do udzielania głosu politykom konkretnych partii (np. partii rządzących).

Trzeba jednak również zauważyć, że liczba i długość wypowiedzi w audycji zależą w dużej mierze od osobowości, komunikatywności i determinacji gościa do zabrania głosu. Co więcej – do zabrania głosu w konkretnej audycji, gdyż format dyskusji również ma znaczenie. W przypadku niektórych polityków (np. Piotr Ikonowicz) wysoka ekspozycja na antenie (w tym przypadku w TV Polsat) była w równej mierze zasługą stylu wypowiedzi, jak też formuły audycji, do których został zaproszony.

W odniesieniu do wysokiej ekspozycji polityków mniejszych, bardziej radykalnych ugrupowań można natomiast postawić hipotezę, że dziennikarze zapraszają ich, spodziewając się kontrowersyjnych (a więc w tym ujęciu także – domniemując – atrakcyjnych dla widza) sądów – i następnie chcą im umożliwić wygłoszenie tychże poglądów.

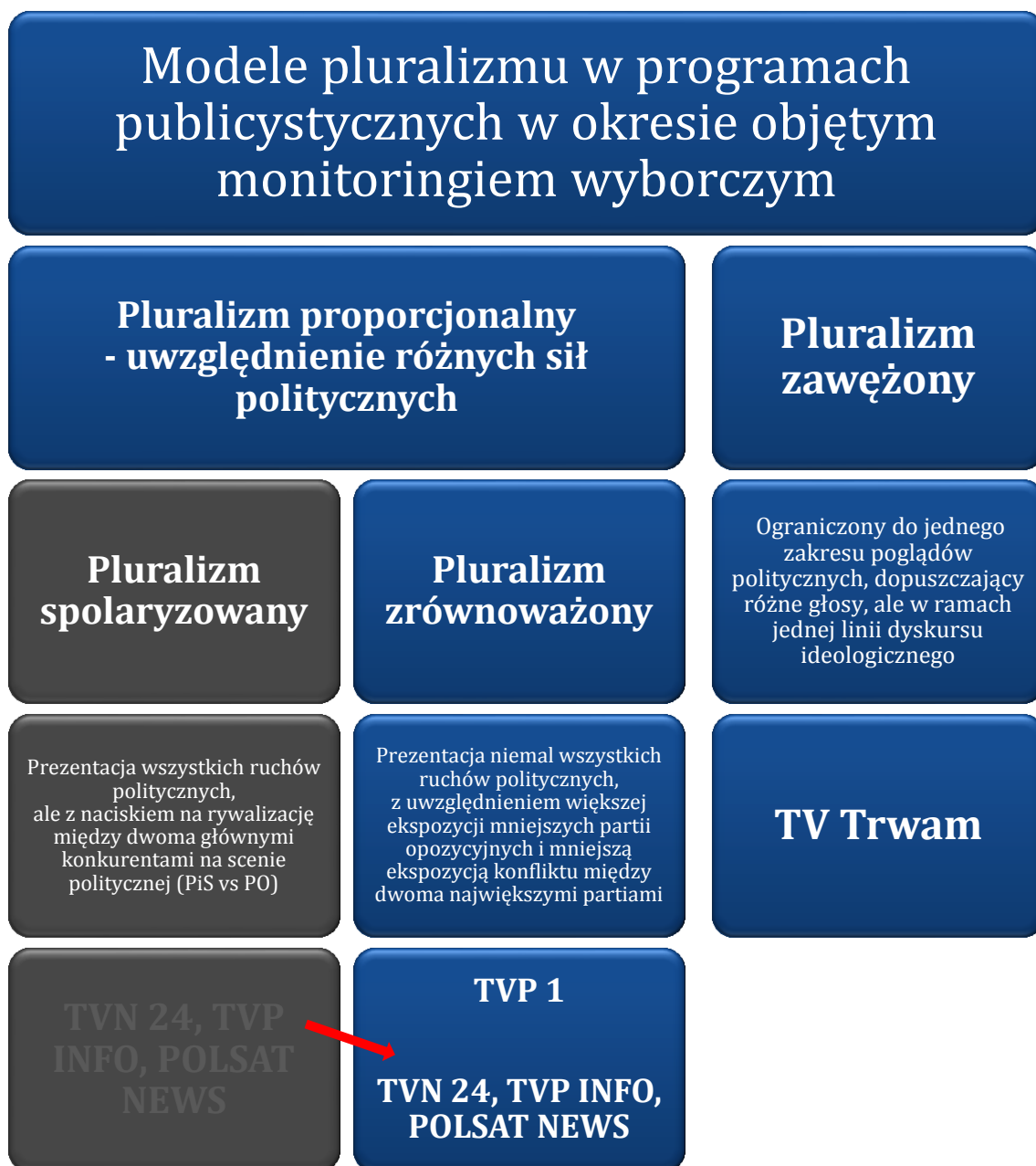
2.3.2. Przynależność partyjna gości wg stacji

Pogłębiona analiza ekspozycji polityków różnych partii na antenach wskazuje na znaczące różnice w strukturze obecności poszczególnych partii między stacjami.



Powyższy wykres wskazuje na główne źródło nadekspozycji polityków PiS w programach nadawców niepublicznych – był nim dobór gości na antenie TV Trwam, gdzie dominowali niemal wyłącznie politycy PiS i byli członkowie tej partii (np. Zbigniew Ziobro, Beata Kempa), a także Robert Winnicki z Ruchu Narodowego. W pozostałych stacjach ekspozycja polityków poszczególnych partii była relatywnie

zbliżona i mocno wyważona. Nie miała miejsca wyraźna polaryzacja dyskursu i doboru gości spośród dwóch głównych partii – PiS i PO. W odniesieniu do modelu pluralizmu określonego w poprzedniej edycji badania – eurowyborach 2014 – można wskazać na następujące zmiany w realizacji sposobu ekspozycji poszczególnych partii w analizowanych stacjach:



2.3.3. Goście bezpartyjni wg stacji

Na kolejnych stronach zaprezentowano zestawienie ekspertów/bezpartyjnych specjalistów komentujących przebieg kampanii wyborczej. W opisywanej grupie widoczne były różne kategorie osób, z których najliczniej reprezentowani byli:

- naukowcy i badacze (np.: prof. Paweł Śpiewak, dr hab. Jacek Wasilewski, prof. Aleksander Smolar, prof. Andrzej Zybertowicz, dr Ewa Modrzejewska);
- artyści – kandydaci w wyborach (np.: Paweł Kukiz, Krystyna Prońko);
- politycy ruchów miejskich i kandydaci bezpartyjni (np.: Piotr Guział, Marek Materek, Ryszard Grobelny, Rafał Dutkiewicz);
- urzędnicy i funkcjonariusze służb (np.: Jerzy Dziewulski, Elżbieta Sadowska);
- dziennikarze (np.: Jacek Żakowski, Piotr Szumlewicz, Tomasz Terlikowski).
- Nie-kandydat i nie-ekspert, ale polityk (Ryszard Kalisz).

W badanych materiałach (w przeciwieństwie do wyborów europejskich) zwraca uwagę niski poziom tzw. celebrytyzacji dyskursu – praktycznie nieobecna była kategoria ekspertów – aktorów czy muzyków, a jedyni artyści, jacy znaleźli się w badanej próbie, byli jednocześnie kandydatami w badanej kampanii.

Dużą grupą wśród badanych gości bez przynależności partyjnej byli mocno osadzeni na miejskich arenach politycznych kandydaci bezpartyjni (czasem wspierani przez określone partie polityczne) (np. Rafał Dutkiewicz czy Ryszard Grobelny) albo nowi kandydaci stojący na czele różnych ruchów obywatelskich i nowo powstających stronnictw reprezentujących mieszkańców miast (Piotr Guział).

Jednocześnie zastanawia niska obecność ekspertów mających wiedzę o procesach decyzyjnych i pracy samorządu – byłych i obecnych urzędników samorządowych oraz osób współpracujących z samorządami po stronie urzędów centralnych. Zjawisko to może być skutkiem nieznacznego, bo zaledwie ok. dwudziestoprocentowego udziału tematyki *stricte* lokalnej w relacjach telewizji ogólnopolskich (i co za tym idzie braku miejsca na pogłębione wypowiedzi ekspertów z tego obszaru), albo też jego przyczyną może być niechęć lub narzucony brak możliwości udzielania wypowiedzi eksperckich przez aktualnie aktywnych zawodowo pracowników agend samorządowych, którzy jednocześnie sami nie kandydują w wyborach (w przeciwieństwie do nich grupa

urzędników, którzy aktualnie kandydują i są członkami partii, jest relatywnie dobrze reprezentowana).

Wreszcie należy zwrócić uwagę na problematyczną kwestię zapraszania ekspertów (głównie naukowców) wprost powiązanych z jedną opcją polityczną (np. Andrzej Zybertowicz, który startował do PE z listy PiS) jako specjalistów wyjaśniających zjawiska polityczne z naukowego punktu widzenia. Ponadto istotny jest w tym kontekście także inny problem: typ pytań zadawanych tego rodzaju gościom – otóż zdarza się, że dziennikarza w rozmowie z ekspertem interesuje raczej interpretacja polityczna niż naukowa.

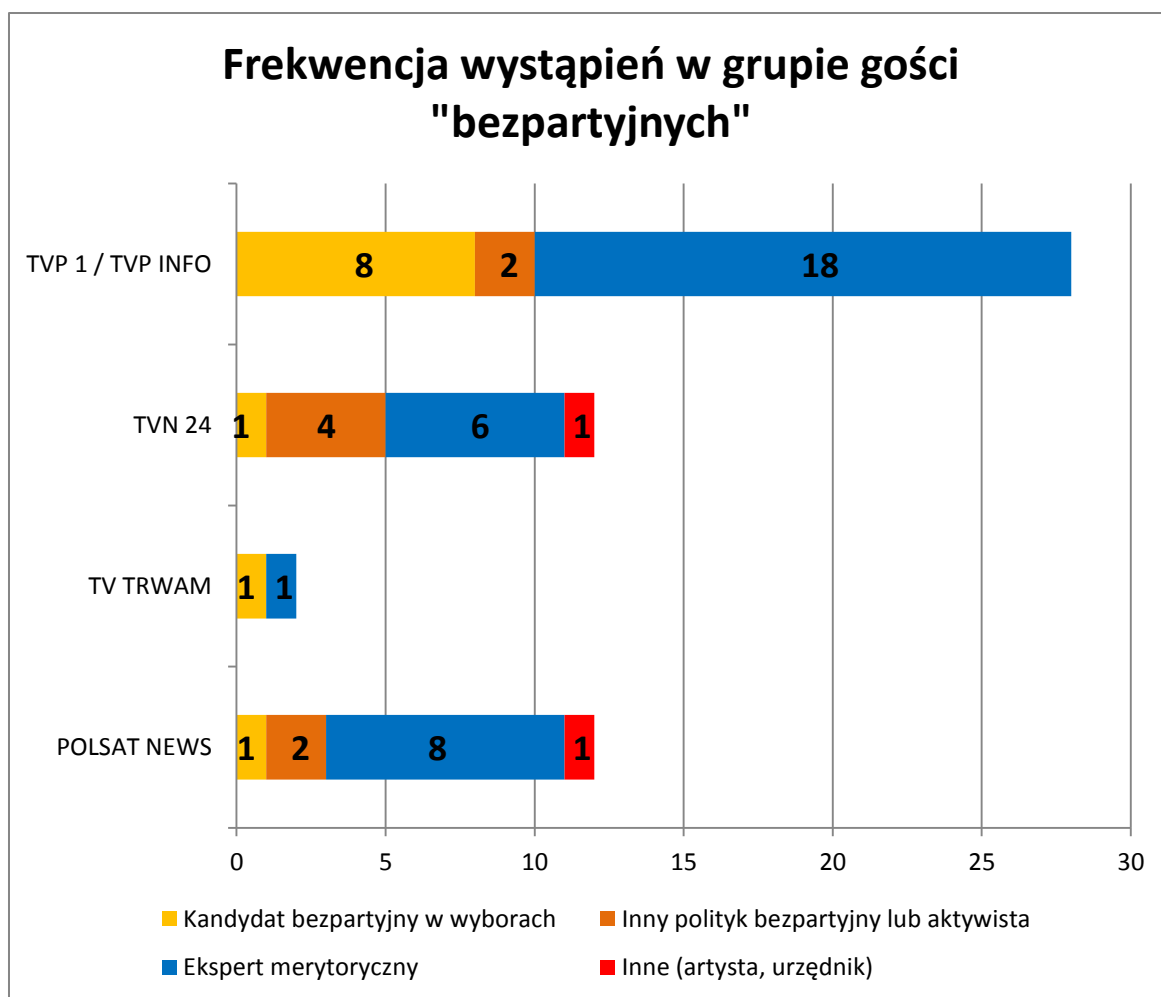
Szczegółowe zestawienie gości bezpartyjnych – wraz z ich sumaryczną ekspozycją minutową w badanej próbie – obejmuje:

Imię i nazwisko	Sposób przedstawienia	Czas ekspozycji
Michał Zaleski	gospodarz naszego miasta Torunia, prezydent Torunia	00:35:48
Piotr Guział	kandydat na prezydenta Warszawy (...), Warszawska Wspólnota Samorządowa	00:33:12
Leszek Pietrzak	historyk, publicysta	00:32:49
Paweł Kukiz	kandydat na radnego w sejmiku śląskim	00:29:18
Ryszard Kalisz	poseł, Dom Wszystkich Polska	00:26:54
Rafał Dutkiewicz	prezydent Wrocławia	00:25:24
Ewa Pietrzyk-Zieniewicz	docent (...), politolog	00:24:40
Paweł Śpiewak	profesor	00:20:22
Michał Kamiński	kiedyś z Prawa i Sprawiedliwości, a dzisiaj bliżej Platformy Obywatelskiej	00:18:20
Ludwik Dorn	były Marszałek Sejmu, dziś poseł niezrzeszony	00:15:21
Andrzej Zybertowicz	profesor (...), Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu	00:14:35
Paweł Konnak	artysta estradowy, satyryk, człowiek wielu talentów	00:14:28
Jan Krzysztof Bielecki	były premier	00:13:40
Anna Grodzka	posłanka niezależna, niezrzeszona	00:12:52
Krystyna Prońko	piosenkarka, kandydatka do Rady Warszawy z listy Platformy Obywatelskiej, bezpartyjna	00:11:32
Andrzej Urbański	były szef kancelarii prezydenta Lecha Kaczyńskiego	00:11:15
Armand Ryfiński	Bezpieczeństwo i Gospodarka (...), kandydat (...) na prezydenta Częstochowy	00:11:08
Ryszard Kalisz	poseł, Dom Wszystkich Polska	00:11:05
Antoni Dudek	profesor (...), politolog, Uniwersytet księdza Kardynała Stefana Wyszyńskiego	00:10:57
Piotr Szumlewicz	publicysta portalu lewica24.pl	00:10:54
Piotr Tymochowicz	kreator	00:10:14
Artur Dębski	poseł (...), Bezpieczeństwo i Gospodarka	00:10:05

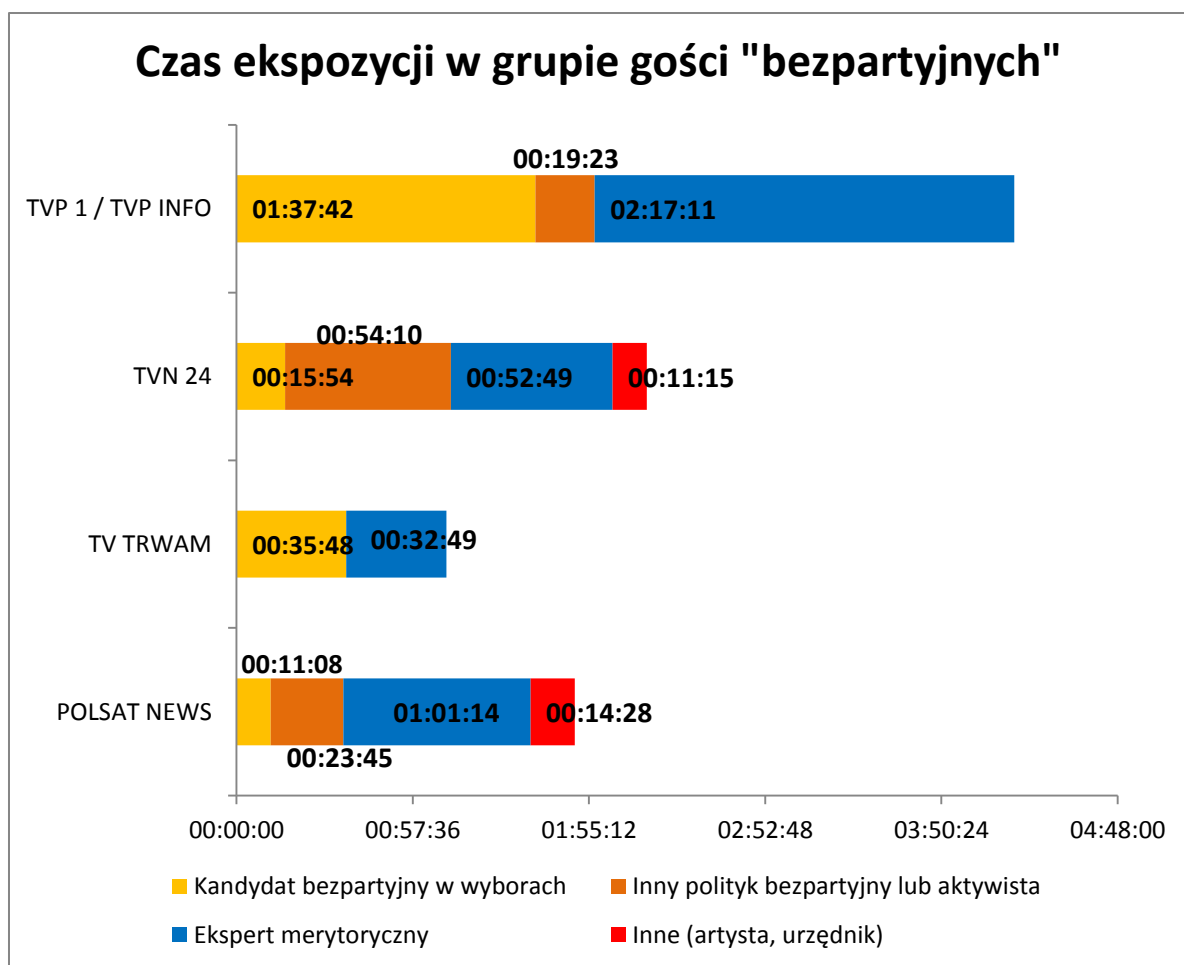
Robert Sobiech	doktor (...), socjolog	00:09:49
Marek Materek	kandydat niezależny	00:09:43
Aleksander Smolar	pan profesor (...), Fundacja Batorego	00:09:27
Ewa Modrzejewska	portal mamprawowiedziec.pl	00:09:13
Jacek Wasilewski	profesor (...) ze Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, socjolog, politolog	00:09:12
Jarosław Makowski	dyrektor Instytutu Obywatelskiego	00:08:22
Mirosław Oczkoś	Szkoła Główna Handlowa	00:07:39
Ireneusz Krzemiński	profesor	00:07:35
Mariusz Sokołowski	inspektor (...), rzecznik stołecznej policji	00:07:33
Piotr Gliński	profesor (...), szef rady programowej Prawa i Sprawiedliwości	00:07:13
Agata Miazga	koordynator portalu mojanapolis.pl	00:07:05
Jerzy Dziewulski	były policjant i antyterrorysta	00:07:03
Olgiard Annusewicz	doktor (...), politolog, Uniwersytet Warszawski	00:06:54
Jacek Żakowski	tygodnik „Polityka”	00:06:31
Piotr Uszok	prezydent Katowic od 98 roku (...)	00:06:31
Radosław Markowski	profesor (...), Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej	00:06:23
Cezary Łazarewicz	„Wprost”	00:06:18
Andrzej Stankiewicz	„Rzeczpospolita”	00:06:09
Mariusz Sokołowski	rzecznik komendanta głównego policji	00:05:57
Anna Kędzierska	psycholog, trenerka umiejętności społecznych	00:05:53
Paweł Wroński	„Gazeta Wyborcza”	00:05:52
Michał Karnowski	tygodnik „W Sieci”	00:05:47
Tomasz Terlikowski	Telewizja Republika i portal wpolityce.pl	00:05:11
Grzegorz Grzelak	profesor (...), Uniwersytet Warszawski	00:04:51
Ryszard Grobelny	prezydent Poznania, z Poznania	00:04:09
Jacek Raciborski	ekspert, socjolog z Uniwersytetu Warszawskiego	00:03:35

Na kolejnych stronach znajdują się także szczegółowe informacje o poszczególnych kategoriach osób uwzględnionych w ramach grupy „bezpartyjnych”. W kluczu kodowym do badania grupa ta została podzielona na 4 kategorie:

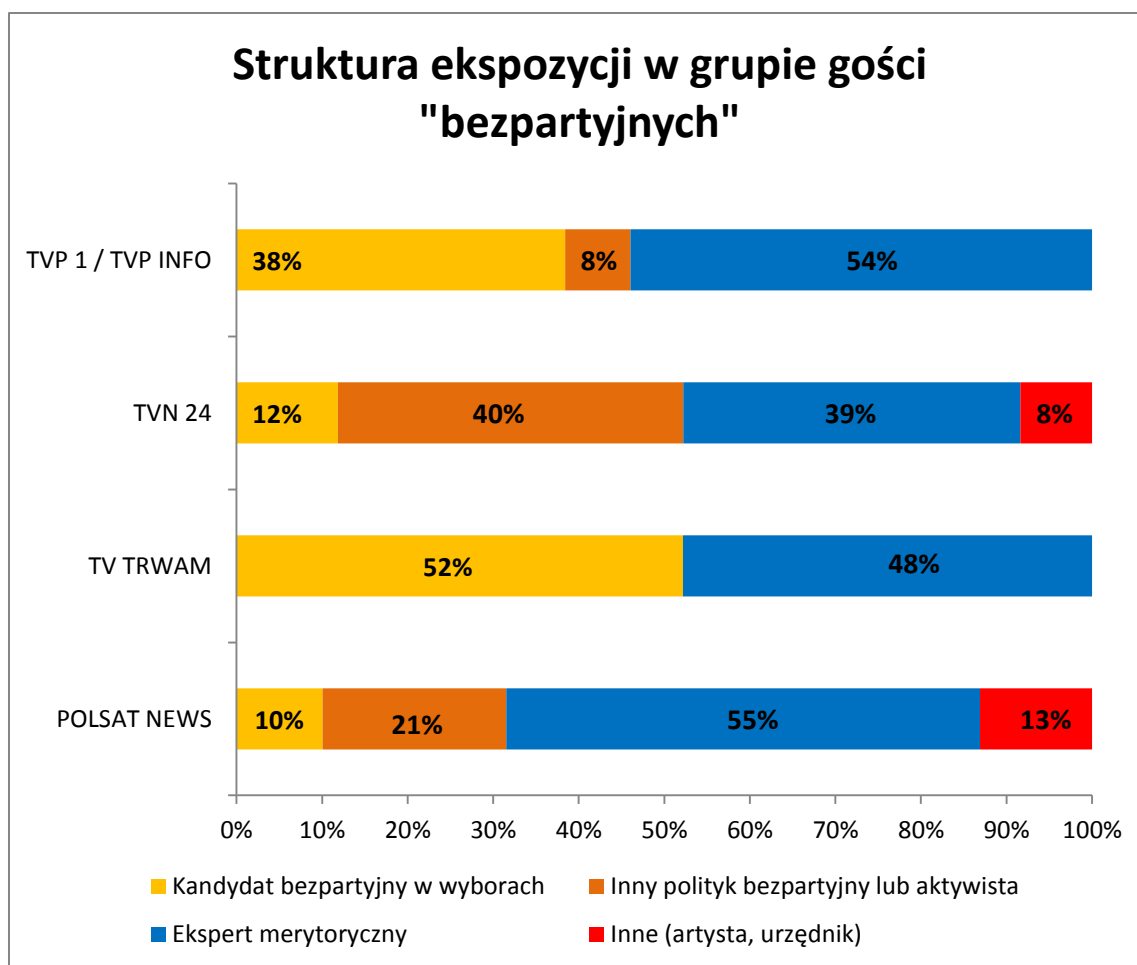
- kandydat bezpartyjny w wyborach;
- inny polityk bezpartyjny lub aktywista;
- ekspert merytoryczny;
- inne (artysta, urzędnik, b. polityk).



Analiza częstotliwości wystąpień wskazuje, że najczęściej zapraszaną kategorią gości bezpartyjnych we wszystkich stacjach byli komentatorzy – eksperci (naukowcy, dziennikarze). Drugą najczęściej eksponowaną grupą byli kandydaci niezależni, najczęściej startujący w wyborach na prezydentów miast jako reprezentanci komitetów obywatelskich lub własnych komitetów poparcia. Najrzadziej eksponowaną grupą komentatorów byli w przypadku tych wyborów inni goście bezpartyjni (artyści, urzędnicy samorządowi niekandydujący w wyborach). Taka struktura doboru gości mogła mieć także wpływ na bardziej merytoryczny (widoczny w sposobie zadawania pytań i tematyzacji audycji) charakter dyskursu okołowyborczego.



Struktura czasowa ekspozycji zapraszanych gości bezpartyjnych jest ściśle skorelowana z liczbą ich wystąpień w audycjach (korelacja r-Pearsona na poziomie 0,95, a więc bliska idealnej). Wskazuje to, że w żadnej z badanych stacji żadna grupa gości bezpartyjnych, jeśli została już zaproszona do audycji, nie była w wyraźny sposób promowana lub nie ograniczano jej prawa do wypowiedzi i udziału w dyskusji.



Porównanie struktury czasu ekspozycji między telewizjami publicznymi a objętymi monitoringiem telewizjami niepublicznymi wskazuje na bardzo duże zróżnicowanie modeli doboru gości bezpartyjnych. W przypadku TV publicznych wyraźna jest dominacja ekspertów oraz kandydatów niezależnych. W TVN 24 dominują eksperci i, z bardzo zbliżonym wynikiem, inni politycy bezpartyjni i niekandydujący w wyborach aktywiści. W TV Trwam panuje prawie idealna równowaga między kandydatem niezależnym a ekspertem (oba po jednym wystąpieniu i podobnym czasie ekspozycji), w Polsacie News dominują zaś eksperci merytoryczni, a na drugim miejscu widoczni są inni politycy bezpartyjni i niekandydujący w wyborach aktywiści (ale z wyraźnie mniejszym udziałem).

2.4. Prowadzący audycje

W tej części raportu pragniemy pokazać i omówić kilka kluczowych kwestii związanych z doбором i zachowaniem prowadzących badane audycje publicystyczne. Zestawienie to ma za zadanie wskazać, którzy dziennikarze najczęściej mieli okazję prowadzić

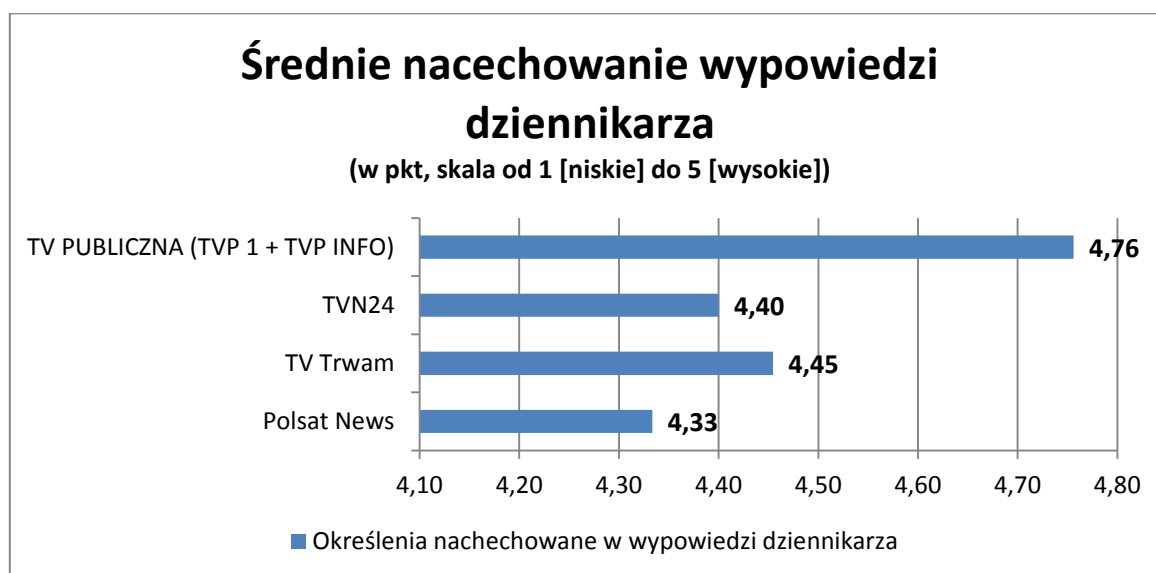
programy o tematyce wyborczej, a także jak rozkładały się łączne, zagregowane zachowania dziennikarzy (związane z używaniem nacechowanych, ocennych sformułowań i gestykulacji oraz zadawaniem pytań gościom programów i sposobem prowadzenia sporu – retoryka i erotetyka).

W sumie badane audycje prowadziło 39 dziennikarzy obojga płci.

Podobnie jak w poprzednim badaniu zachowany jest niemal idealny parytet płci wśród prowadzących – 49 proc. badanych audycji prowadziły dziennikarki, a 51 proc. dziennikarze.

2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi prowadzących wg stacji

W toku analizy ilościowej posłużono się także indeksem nacechowania języka dziennikarzy, którego zadaniem było przekrojowe pokazanie tego, w jakim stopniu dziennikarze danej stacji posługują się językiem neutralnym, bez wyrażeń nacechowanych (niskie wartości wskaźnika), lub wręcz odwrotnie – językiem zawierającym wiele wyrażeń wartościujących, emotywnych (wysokie wartości wskaźnika, nawet jeżeli wyrażenia nie są używane wobec gości programu)⁶.

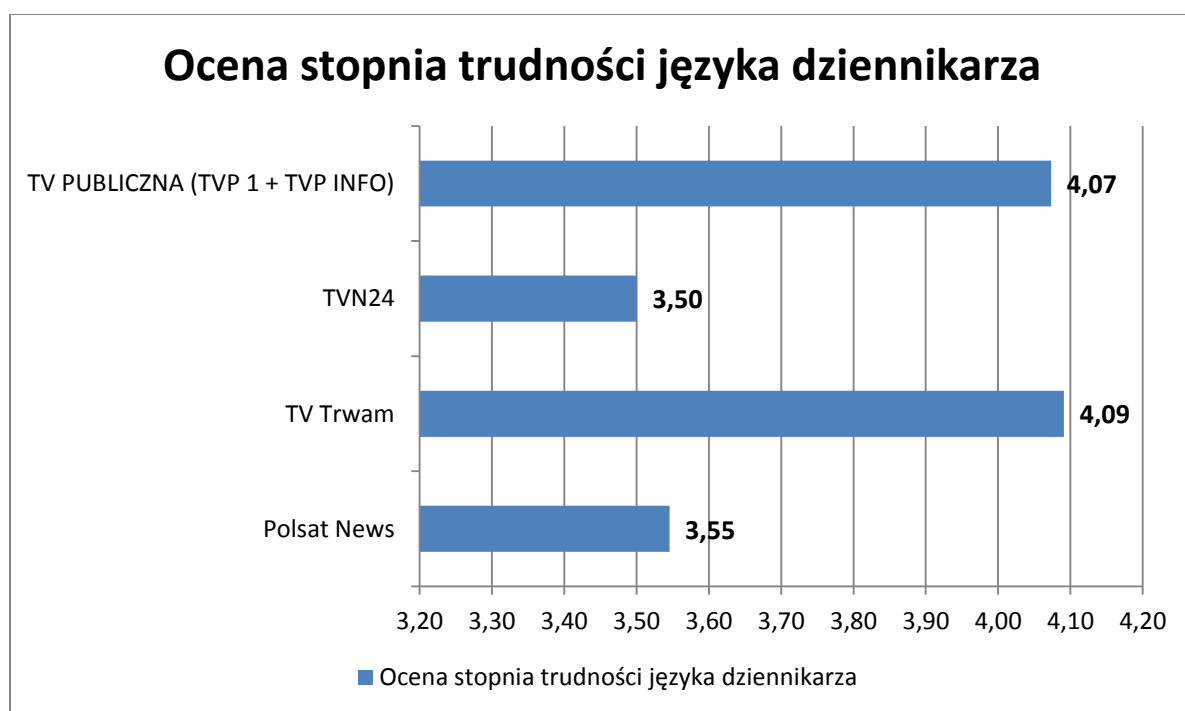


⁶ Wszelkie przyjęte definicje operacyjne poszczególnych wskaźników oraz miar zawarte są w arkuszach kalkulacyjnych – bazach znajdujących się w dyspozycji KRRiT.

Zestawienie stopnia nacechowania języka dziennikarskiego pokazało, podobnie jak w przypadku analizy wykonanej na potrzeby wyborów do PE 2014, że dziennikarze stacji publicznych generalnie posługują się bardziej nacechowanym słownictwem. Dobre wyniki (najniższą, choć wciąż wysoką wartość wskaźnika) uzyskały w tym badaniu Polsat News (w poprzednim badaniu podobnie najniższy wynik) i TVN 24 (w poprzednim badaniu mniej więcej w połowie stawki).

2.4.2. Trudność języka wypowiedzi prowadzących wg stacji

W badaniu posłużono się dwiema miarami opisującymi stopień trudności języka używanego przez dziennikarzy w analizowanych audycjach. Pierwszą z nich był autorski indeks w skali od 1 do 5, gdzie poszczególne poziomy zależały od natężenia użycia wyrazów złożonych (liczących ponad 4 sylaby i/lub pochodzących z różnego rodzaju profesjolektów czy terminologii specjalistycznych, np. ekonomicznych lub prawniczych).



Zestawienie danych z tego wskaźnika sugeruje, że dziennikarze TV Trwam oraz TV publicznych posługiwali się relatywnie najbardziej złożonym językiem i najczęściej sięgali w swoich wypowiedziach po terminy specjalistyczne. Szczegółowe listy słów, które posłużyły do tej oceny, są zawarte w arkuszach z danymi z badania (załącznik A

do niniejszego raportu), gdyż zespół kodujący – oprócz oceny trudności języka w audycji za pomocą ustalonej miary – miał za zadanie rejestrować także wszystkie wystąpienia wyrazów trudnych.

Pomocniczą miarą zrozumiałości tekstu (obok nacechowania kodowanego w sposób jakościowy) był tzw. indeks mglistości⁷, czyli miara opracowana przez Amerykanina Roberta Gunninga i używana do oceny złożoności różnego rodzaju tekstów (od informacji prasowych i tekstów marketingowych aż po teksty dziennikarskie i prawne)⁸. Wszystkie wypowiedzi dziennikarzy-prezenterów zostały spisane w formie transkrypcji, następnie pełne bazy transkrypcji dla każdej stacji zostały poddane analizie według odpowiedniego algorytmu.

Dla badanej próbki wartości indeksu wyliczone w oparciu o transkrypcje wypowiedzi dziennikarzy (a zatem obrazujące złożoność ich języka) są następujące:

Indeks mglistości	
Polsat News	10,97
TV Trwam	12,93
TVN 24	12,98
Średni dla TV niepublicznych:	12,29
TVP 1 + TVP INFO	8,76
Średni dla TV publicznych:	8,76

Wartości indeksu mglistości mogą być w przybliżeniu interpretowane jako liczba lat nauki potrzebna do zrozumienia danego tekstu. Za wartość graniczną przyjmuje się ok. 13 punktów, co stanowi próg zrozumiałości tekstu dla osób bez wyższego wykształcenia. Badanie przeprowadzone na pełnym zbiorze transkrypcji wykazało stałą (w porównaniu z poprzednią edycją badania) tendencję do używania prostszego języka przez dziennikarzy TV publicznych, podobnie zaś jak poprzednio najwyższe wyniki, a więc i ocenę języka jako najbardziej złożonego, uzyskały media niepubliczne – na czele z TVN 24 i TV Trwam.

Wynik taki pokazuje, że język debaty publicystycznej w okresie wyborczym lokował się raczej w górnej części skali trudności języka dziennikarskiego i mógł sprawiać widzom

⁷ Jest on obliczany jako ważony stosunek liczby wyrazów trudnych (mających ponad 4 sylaby) do liczby wszystkich wyrazów w tekście, wyrażony jest w punktach posiadających przybliżoną interpretację w postaci liczby lat nauki niezbędnych dla zrozumienia danego tekstu.

⁸ R. Gunning, *The Technique of Clear Writing*, McGraw-Hill, New York 1952.

pewien kłopot. Nadużywanie słów trudnych, abstrakcyjnych, specjalistycznych może być szkodliwe na dwóch poziomach: po pierwsze – utrudnia zrozumienie istoty zagadnienia lub w ogóle poruszanych wątków; po drugie – może zniechęcać widzów do oglądania audycji i podejmowania prób jej rozumienia.

Jeśli chodzi o dziennikarską praktykę używania słów trudnych, warto odnotować, że nie zawsze było to wymuszone językiem gościa (np. eksperta/akademika, który narzucał trudniejszy, naukowy dyskurs). Przy odbiorze niektórych audycji można było odnieść wrażenie, że dziennikarze posługują się trudniejszym językiem w celach autoprezentacyjnych (mechanizm „prezentuję swoją kompetencję”) oraz impresywnych/perswazyjnych (mechanizm „pokażę ci, że jestem bardziej kompetentny/a”).

Komentarz z analizy jakościowej – język dziennikarzy

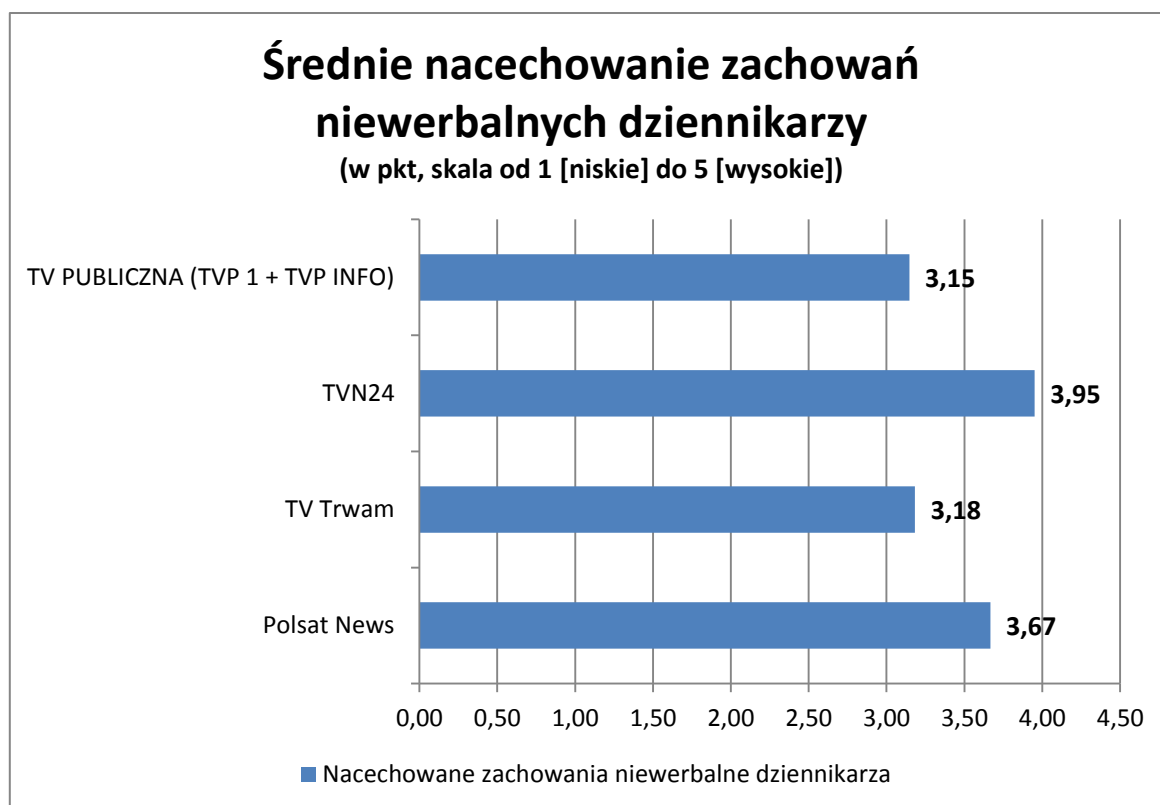
Generalnie należy zwrócić uwagę na relatywnie niski poziom polszczyzny, którą posługują się dziennikarze. Nadzwyczaj często odnotowywano błędy gramatyczne (głównie składniowe), leksykalne (głównie frazeologiczne) oraz stylistyczne. Prowadzący audycje używają języka potocznego, nie stronią od kolokwializmów oraz słów nacechowanych, których wypowiedzanie w sferze publicznej może być co najmniej dyskusyjne (w taki sposób często prowadzona jest audycja *Tak czy nie* przez red. np. 10 listopada 2014 r. z udziałem Mariana Kowalskiego z Ruchu Narodowego i Piotra Ikonowicza z Ruchu Sprawiedliwość Społeczna). W odniesieniu do ostatniego punktu należy zwłaszcza odnotować nagminną praktykę dziennikarską polegającą na cytowaniu kontrowersyjnych, nierzadko obraźliwych, brutalizujących język publiczny wypowiedzi polityków – dziennikarze (ogólnie rzecz biorąc – z nielicznymi wyjątkami) nie próbują stosować eufemizmów, parafraz, jakichkolwiek omówień, tylko chętnie cytują tego typu wypowiedzi. Dzieje się tak zapewne dlatego, że prowadzący audycję uznają tego typu słowa i wyrażenia za bardziej atrakcyjne, angażujące widzów i przyciągające ich uwagę.

W analizowanych audycjach można było również zaobserwować werbalne wykładniki niemerytorycznego dyskursu konstruowanego w telewizyjnej publicystyce. Obok pytań o opinie (odciągających trzon dyskusji od merytorycznych, konkretnych wątków) wielokrotnie słyszeliśmy pytania o stany i reakcje emocjonalne. Jaskrawym przykładem tego typu zabiegu było zachowanie dziennikarza podczas rozmowy prowadzonej w *Dziś*

wieczorem (7.11.2014 r.). W tejże audycji dziennikarz pytał gościa: „Rozmawiał pan pewnie o tym z panem prezesem Jarosławem Kaczyńskim. Jaka była jego reakcja? Był wzburzony?”, a następnie, nie uzyskując satysfakcjonującej odpowiedzi, doprecyzował: „Pytałem bardziej o emocje”. Innym przykładem podgrzewania atmosfery dyskusji („podkręcania sporu”) były pytania i konstatacje stawiane przez dziennikarkę, w ostatnim dniu kampanii wyborczej – 14 listopada 2014 r. – w *Polityce przy kawie*. Na finiszu kampanii pytała nowego rzecznika PiS Marcina Mastalerka oraz szefa sztabu wyborczego PO Roberta Tyszkiewicza o „ostateczny cios w splot słoneczny”, jaki sztaby chciałyby zadać konkurentowi w ostatnich godzinach kampanii: „Panowie, dzisiaj koniec kampanii, ostatni dzień, jaki będzie przekaz, jakiś cios w splot słoneczny Platformie Obywatelskiej Prawo i Sprawiedliwość zada?”

2.4.3. Poziom nacechowania zachowań niewerbalnych prowadzących wg stacji

Kolejnym czynnikiem różnicującym poszczególne stacje była wartość łącznego uśrednionego wskaźnika zachowań niewerbalnych dziennikarzy. Wysokie wartości na tej skali (a więc były to anteny, na których udało się zobaczyć mocno nacechowane zachowania niewerbalne prowadzących, takie jak uśmiech lub śmiech, wyrazista gestykulacja, znaczące ruchy głowy i oczu, znacząca postawa ciała, podnoszenie głosu) uzyskały tym razem programy telewizji niepublicznych – TVN 24 i Polsat News. W przeciwieństwie do poprzedniego badania TV publiczna osiągnęły dobry rezultat i najniższy wynik w tym kryterium, a w przypadku TV Trwam, podobnie jak w poprzednich edycjach badania, odnotowano wyniki stabilnie niskie, co wskazuje na charakterystyczny dla prowadzących w tej stacji spokojny i oszczędny w ekspresji styl prowadzenia.



Warto przy tej okazji odnotować, że szczególnie nasilone zachowania nacechowane są istotnym dystraktorem odbioru, który utrudnia rozumienie treści wypowiedzianych w studiu. Przykładem tego typu zjawiska są zachowania Moniki Olejnik (w programie *Kropka nad i*), która relatywnie wysoko unosi ręce, bardzo często podnosi głos, zdecydowanym gestem odrzuca włosy i czasem prowokacyjnie pochyla się nad stolikiem w stronę gościa. Przy szerszym kadrowaniu te elementy komunikacji niewerbalnej zwracają uwagę widza zdecydowanie bardziej niż słowa wypowiedziane zarówno przez gościa, jak i przez dziennikarkę.

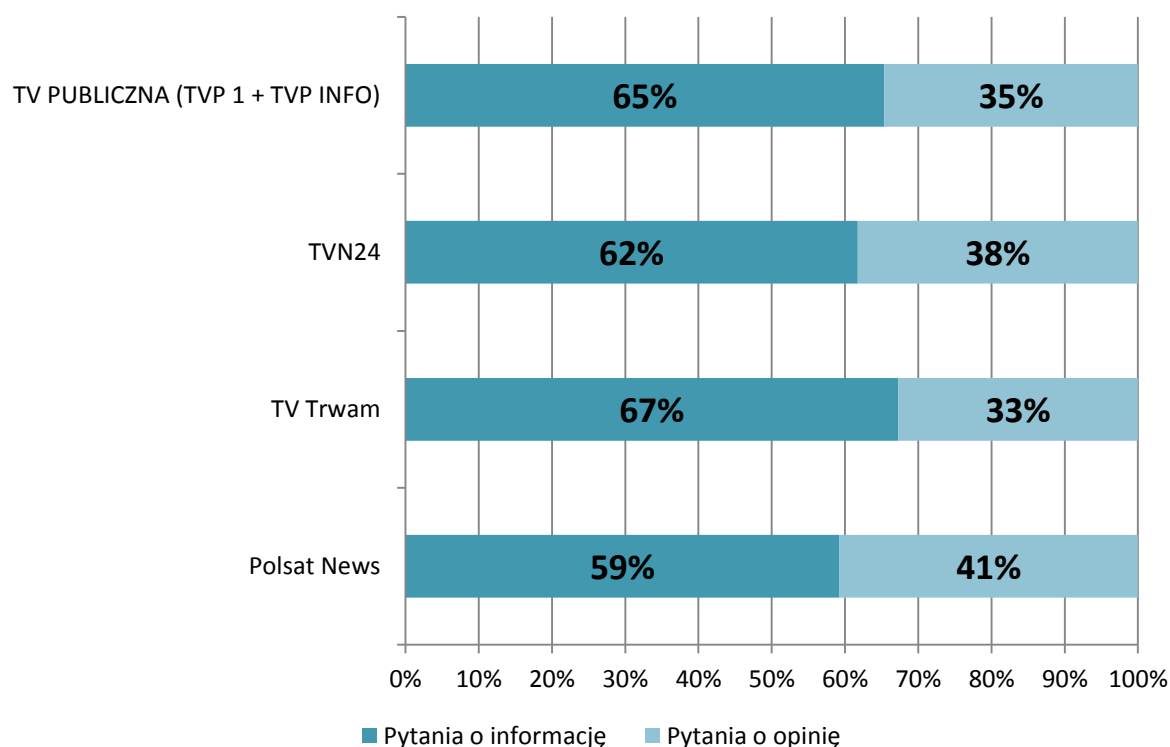
2.4.4. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy wg stacji

W przypadku wszystkich telewizji w tym badaniu widoczna była niewielka przewaga pytań o informacje nad pytaniami o opinie. Mogłoby się wydawać, że w odróżnieniu od poprzedniej analizowanej kampanii do Parlamentu Europejskiego wskazuje to na mniejszą tendencję do skupiania dyskursu programów publicystycznych na opiniach,

ocenach czy prognozach formułowanych przez gości, a większą na zadawaniu pytań związanych ze specyfiką merytorycznego funkcjonowania samorządu, uwarunkowań polityki lokalnej, losów konkretnych inwestycji czy genezy wybranych decyzji politycznych na poziomie lokalnym. Niestety, nic bardziej mylnego. Trzeba przy tej okazji zauważyć, że liczba pytań o informacje była wyższa także z powodu faktografii dwóch tygodni kampanii wyborczej: wiele programów było poświęconych analizowaniu kontrowersyjnych incydentów z udziałem posłów (sprawa P. Wiplera, tzw. afera madrycka) oraz Marszowi Niepodległości. W tych audycjach *gros* pytań dotyczyło weryfikowania faktów związanych z tymi wydarzeniami (np. czy poseł kopnął policjantkę? Czy żony posłów piły alkohol? Ilu manifestantów zatrzymała policja do tej godziny?) – takie pytania koderzy odnotowali oczywiście jako pytania o informacje⁹, natomiast miały one znaczenie marginalne dla samej kampanii wyborczej i zagadnień merytorycznych z nią związanych. Oczywiście w tym kontekście i tak odsetek pytań o opinie w dalszym ciągu pozostaje wysoki (średnio nieco poniżej 40 proc. wszystkich pytań, w porównaniu do ponad 65 proc. w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego), ale w porównaniu z innymi badanymi kampaniami wskazywać by to mogło na generalnie mniejszą autoreferencyjność i większy poziom zainteresowania konkretnymi wydarzeniami przez dziennikarzy prowadzących analizowane audycje w okresie kampanii samorządowej.

⁹ W tym miejscu warto dookreślić to, w jaki sposób definiowaliśmy pytania o informacje, a w jaki sposób pytania o opinie. Otóż na pytania o informacje można zawsze odpowiedzieć „tak” lub „nie”. Pytania o informacje są pytaniami o to, czy coś „jakieś jest” lub „nie jest”, dotyczą faktów. Poddawane są kryterium prawdy, istotności, stwierdzenia stanu faktycznego. Znacznie częściej wymagają od respondenta bardziej szczegółowej odpowiedzi, konkretnej wiedzy oraz kompetencji. W przypadku pytań o opinie nie obowiązuje kryterium prawdy – istotności, wymogu stwierdzenia stanu faktycznego. Opinie nie podlegają bowiem rygorowi prawdziwości. Nie sposób je zredukować do stwierdzenia „tak” lub „nie”. Opinie mogą być kształtowane w sposób dowolny i każdy komentarz w ramach udzielanej odpowiedzi może być uprawniony i dozwolony. Ponadto w porównaniu do pytań o informacje są znacznie częściej bardziej ogólne, subiektywne, pozostawiające duży margines możliwej odpowiedzi po stronie respondenta. Pytania o opinie w znacznej mierze dotyczą wrażeń i komentarzy, nie dotyczą faktów i tego, co można określić w sposób kategoriyczny – na osi „jest”, „nie jest”, „tak” lub „nie”.

Strategie zadawania pytań przez dziennikarzy



Relatywnie najczęściej pytania o informacje padały na antenie TV Trwam (67 proc. wszystkich pytań). Warto w tym miejscu odnotować, że to właśnie w audycjach emitowanych na toruńskiej antenie odnotowano relatywnie największe zróżnicowanie tematów lokalnych i regionalnych najbardziej właściwych oczekiwanej tematyce samorządowej kampanii wyborczej. Dobrym przykładem potwierdzającym tę obserwację mogą być *Rozmowy niedokończone* z 2 listopada 2014 r. z udziałem Beaty Kempy, Michała Wójcika, Pawła Śliwy i Anny Huk. Jeśli chodzi o pytania o opinię, to najwięcej odnotowano ich na antenie Polsatu News (blisko 41 proc. – w przypadku kampanii europejskiej było to aż 73 proc.). Jak sygnalizowano wcześniej, taki rozkład danych może sugerować (w niektórych wypadkach, w szczególności zaś w przypadku TV Trwam) większe niż w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego zainteresowanie merytorycznym funkcjonowaniem władzy lokalnej i w zestawieniu z danymi o tematyzacji audycji pozwala sformułować tezę o znacznie mniej autoreferencyjnym charakterze dyskursu medialnego w kampanii niż miało to miejsce w przypadku eurowyborów (oczywiście z uwzględnieniem spraw kontrowersyjnych i pytań na ich temat – o czym wspomniano powyżej).

Na kolejnych stronach zaprezentowano zestawienia najważniejszych wskaźników przekrojowo prezentujących style zadawania pytań o informacje i opinie, a także interwencji dziennikarskich (przerywania – zarówno skutecznego, jak i nieskutecznego – wypowiedzi gości, prowadzącego do zmiany tematu lub odzyskania kontroli nad dyskusją przez dziennikarza – zarówno werbalne, jak i pozawerbalne (próby uciszania gości dłońmi etc.)).

Pierwsze zestawienie pokazuje natężenie pytań o informacje na jednostkę czasu w audycji z podziałem na stacje. Kolorowanie tabeli odzwierciedla pogląd, że preferowanym rodzajem pytań w audycjach z udziałem gości są pytania o informacje (zgodnie z definicją operacyjną to one przede wszystkim budują wiedzę o świecie, zrozumienie oraz kompetencję polityczną), a więc takie, które dotyczą konkretnych faktów, zdarzeń i decyzji, niosąc za sobą dodatkową wartość poznawczą dla widza (zrozumienie określonych problemu, zjawisk i procesów).

	Średnia łączna liczba pytań o informacje na minutę
TVP Info / TVP 1	0,71
TVN 24	0,67
Polsat News	0,53
TV Trwam	0,33

W zestawieniu natężenia pytań o informacje przodują TV publiczna, na drugim miejscu znalazł się TVN 24. Polsat i TV Trwam cechują się mniejszym natężeniem występowania tego rodzaju pytań w czasie trwania audycji.

Drugie zestawienie prezentuje natężenie pytań o opinie na jednostkę czasu w audycji z podziałem na stacje. Kolorowanie tabeli odzwierciedla pogląd, że preferowanym rodzajem pytań w audycjach z udziałem gości są pytania o informacje, a pytania o opinie nie pozwalają w pełni wykorzystać możliwości, jakie stwarza interakcja z gościem, a w audycji przeważnie nie niosą ze sobą dodatkowej wartości poznawczej dla widza.

	Średnia łączna liczba pytań o opinie na minutę
TV Trwam	0,12
Polsat News	0,36
TVP Info / TVP 1	0,38
TVN 24	0,39

W zestawieniu natężenia pytań o opinie najlepszy wynik uzyskała TV Trwam, w której pytania tego rodzaju padają relatywnie najrzadziej. Pozostałe stacje cechują się zbliżonymi wynikami.

Trzecie zestawienie prezentuje natężenie wszystkich pytań na jednostkę czasu w audycji z podziałem na stacje.

	Średnia łączna liczba pytań na minutę
TVP Info / TVP 1	1,08
TVN 24	1,06
Polsat News	0,90
TV Trwam	0,45

W zestawieniu tym jako wartości preferowane zostały wskazane wyższe natężenia zadawania pytań przez dziennikarza. Wyższe wartości wskazują na większą intensywność zarówno pytań podstawowych (otwierających jakiś wątek w dyskusji), jak i pytań uzupełniających (rozwijających dany wątek, dopytujących, pozwalających wrócić do tematu, kiedy gość zaczyna od niego odchodzić). W takim zestawieniu wysokie i zbliżone wartości uzyskały wszystkie telewizje poza TV Trwam, w której natężenie pytań jest najniższe spośród badanych audycji.

Czwarte zestawienie prezentuje natężenie interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu w audycji z podziałem na stacje.

Średnia liczba interwencji na minutę	
TVN 24	2,21
TVP Info / TVP 1	1,94
Polsat News	1,68
TV Trwam	0,77

W przypadku indeksu interwencji nie wskazano wartości optymalnych, ponieważ sposób przerywania i wchodzenia przez dziennikarza w słowo jest, jak pokazuje analiza kart programowych, silnie zależny od doboru gości i interakcji z nimi, a nie tylko od stylu komunikacji samego prowadzącego program. Najwyższą wartość indeksu interwencji osiągnął TVN 24, którego dziennikarze częściej wchodzili w polemikę z gośćmi i akcentowali swoją kontrolę nad przebiegiem audycji, najniższą zaś TV Trwam, w której pozytywne relacje dziennikarza z gośćmi i spokojny styl prowadzenia narracji bardzo mocno redukowały konieczność dokonywania intensywnych interwencji dziennikarskich.

W poniższym zestawieniu w syntetyczny i uproszczony sposób zaprezentowano styl prowadzenia narracji w poszczególnych stacjach.

	Stosunek pytań o informacje do pytań o opinie	Średnia łączna liczba pytań na minutę	Liczba interwencji na minutę
TVP Info / TVP 1	Wysoki	Wysoka	Wysoka
TVN 24	Średni	Wysoka	Wysoka
Polsat News	Niski	Wysoka	Średnia
TV Trwam	Wysoki	Niska	Niska

Na podstawie tej tabeli można próbować sformułować następujące uogólnione modele moderowania interakcji z gośćmi przez dziennikarzy w badanych audycjach:

- TV publiczna: duże nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, duża częstotliwość zadawania pytań i przerywania gościom – styl nastawiony na informacje, silnie kontrolujący przebieg dyskusji;
- TVN 24: średnie nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, duża częstotliwość zadawania pytań i przerywania gościom – styl nastawiony raczej na informacje, silnie kontrolujący przebieg dyskusji;
- Polsat News: najniższe w badanej próbie nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, duża częstotliwość zadawania pytań i średnia częstotliwość przerywania gościom – styl nastawiony raczej na informacje, ale w mniejszym stopniu niż w innych stacjach, umiarkowanie silnie kontrolujący przebieg dyskusji;

- TV Trwam: wysokie nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, niska częstotliwość zadawania pytań i przerywania gościom – styl nastawiony na informację i harmonijną, pozytywną interakcję z gośćmi, bez potrzeby akcentowania przez dziennikarza kontroli nad przebiegiem dyskusji.

Kolejne dwie tabele w sposób syntetyczny prezentują rankingi audycji ze względu na nastawienie na pytania o informacje z podziałem na stacje publiczne i niepubliczne. W przypadku stacji niepublicznych widoczne jest wysokie zróżnicowanie tego wskaźnika, z mocno zaakcentowanymi wartościami skrajnymi. W przypadku TV publicznych wartości te są znacznie bardziej wyważone, bez przypadków aż tak ekstremalnych (na obu końcach skali), jak w TV niepublicznych. W badanej próbie najbardziej nastawionym na informacje programem w TV publicznych była debata *Twoje wybory*, z kolei w TV niepublicznych – *Fakty po Faktach*. Programami najmocniej nastawionymi na opinie i prognozy, w oderwaniu od informacji o konkretnych wydarzeniach, były audycje: *Premierzy* w TV niepublicznych oraz *Woronicza 17* w TV publicznych.

Stosunek liczby pytań o informacje do pytań o opinie dla programów w TV niepublicznych	
<i>Fakty po Faktach</i>	8,21
<i>Polski punkt widzenia</i>	6,43
<i>Gość „Wydarzeń”</i>	3,63
<i>Jeden na jeden</i>	3,57
<i>Graffiti</i>	3,21
<i>Rozmowy niedokończone</i>	2,59
<i>To był dzień</i>	2,24
<i>Tak czy nie</i>	2,11
<i>Tak jest</i>	1,75
<i>Kawa na ławę</i>	1,27
<i>Kropka nad i</i>	1,24
<i>Rozmowa „Wydarzeń”</i>	1,19
<i>Premierzy</i>	0,19
Stosunek liczby pytań o informacje do pytań o opinie dla programów w TV publicznych	
<i>Twoje wybory. Debata</i>	3,28
<i>Polityka przy kawie</i>	2,94
<i>Po przecinku</i>	2,82
<i>Forum</i>	2,67
<i>Na pierwszym planie</i>	2,60
<i>Dziś wieczorem</i>	2,59

<i>Minęła dwudziesta</i>	1,48
<i>Gość poranka</i>	1,40
<i>Bez retuszu</i>	1,39
<i>Woronicza 17</i>	1,30

Komentarz z analizy jakościowej – moderowanie rozmowy

W niektórych audycjach można było zauważyć postępującą schematyzację prowadzenia rozmowy. Dziennikarze, nie umiejąc bądź nie chcąc dokonywać selekcji treści pod kątem ich ważności lub atrakcyjności dla odbiorców, poruszali w jednej krótkiej audycji kilka różnych zagadnień, w zasadzie niepowiązanych lub bardzo słabo powiązanych tematycznie (*vide np. Polityka przy kawie z 5 listopada 2014 r.*). Można odnieść wrażenie, że prowadzący chciał niejako „odrobić lekcję” i zapytać o wszystko, o co wypada zapytać gościa w danym kontekście politycznym czy sytuacyjnym. Tego typu zabieg powoduje fragmentaryzację dyskursu – kilka zagadnień jest poruszonych powierzchownie (zarówno przez dziennikarza, jak i przez gościa), rozmowa jest budowana na banałach, komunałach, uogólnieniach i w zasadzie uniemożliwia odbiorcy jakiegokolwiek pogłębione rozumienie omawianych zjawisk. Werbalny, precyzyjny wyraz tego imperatywu schematyzacji można było zaobserwować w audycji *To był dzień* (4.11.2014 r.), w której prowadzący zwrócił się do gościa – Iwony Śledzińskiej-Katarasińskiej – następującymi słowami: „Proszę państwa, no to tu oczywiście mógłbym jeszcze dopytać, czy, czy jest pani pewna jak skończy się z kolei wniosek o odwołanie ministra Sawickiego, bo Sojusz Lewicy Demokratycznej zbiera właśnie, zbiera właśnie podpisy, ale rozumiem, że tutaj też siła głosów koalicji obroni pana ministra”. Wydaje się, że sam dziennikarz czuje bezzasadność zadawania takiego pytania, a jednocześnie (wykorzystując retoryczną figurę *praetermissio* – pominięcia) wypowiada je, zamykając swoje zdanie konkluzją, która powinna wyjść od gościa.

W kontraście do tego typu schematu audycji można wskazać nieliczne (i tym bardziej cenne) przykłady prowadzenia dyskusji tematycznych pod z góry ustalonym hasłem (*vide np. Rozmowy niedokończone z 5 listopada 2014 r. – dyskusja pod hasłem „Prezydent miasta – rola i zadania”*). Prowadzący audycję konsekwentnie pilnował przebiegu dyskusji i moderował ją w ten sposób, by oscylowała wokół zadanego tematu.

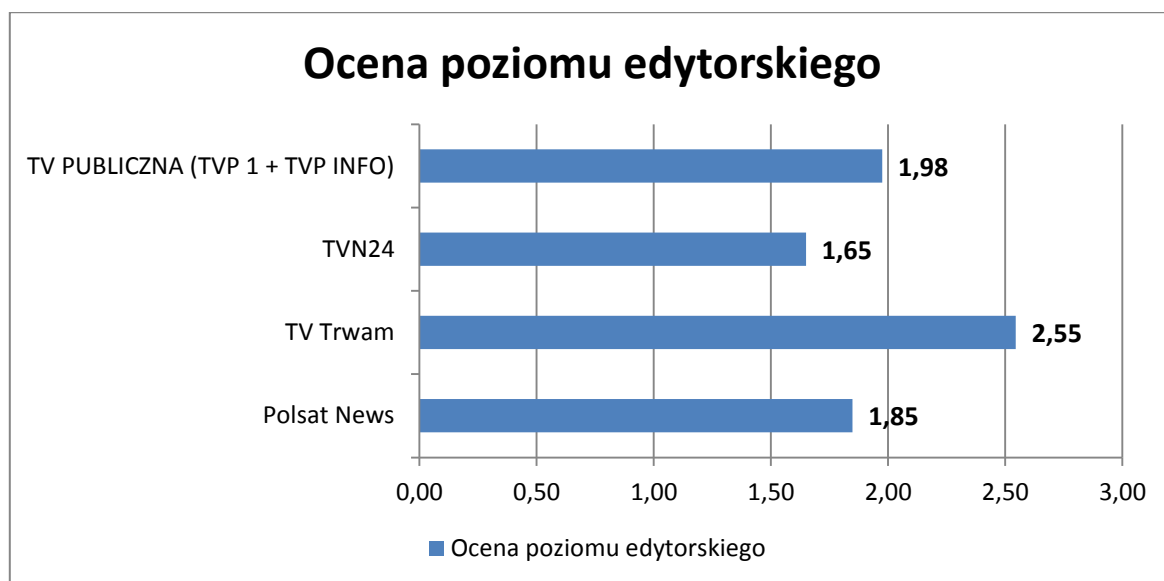
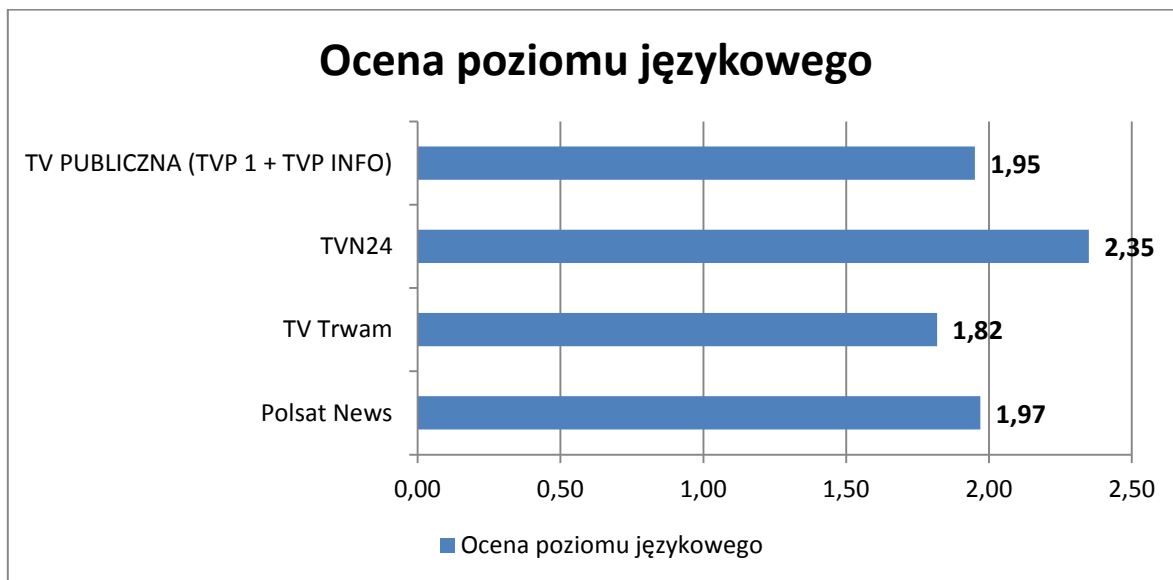
2.5. Strona edytorska audycji

Czynnikiem w relatywnie niskim stopniu różnicującym badane audycje publicystyczne była strona edytorska i warsztatowa ich przygotowania. Dane ilościowe i jakościowe z monitoringu wskazują na dość wyrównany i wysoki poziom audycji i niską częstotliwość błędów operatorskich, montażowych czy związanych z oświetleniem w studiu. Nieco wyższą częstotliwość tego typu błędów da się zauważyć tylko w przypadku TV Trwam, ale dalej jest to poziom odległy od wysokich wartości w skali częstotliwości błędów. Na przykład zdarzały się widoczne błędy w realizacji: kiedy prowadzący audycję przedstawiał gości, nie zawsze realizator zdołał (zdążył, często był spóźniony) pokazać twarz witanej osoby. Do tego nie zawsze płynne skracanie planu mogło utrudniać odbiór. Trzeba jednak pamiętać, że inne stacje również nie uchroniły się od sporadycznych podstawowych błędów. Na przykład w audycji *Woronicza 17* z 2 listopada 2014 r. o godz. 10.18 (na samym początku) popełniono kilka kardynalnych błędów związanych z przełączaniem kamer w trakcie dynamicznie rozwijającej się dyskusji. Ponadto liczne drgania, problemy z ustabilizowaniem kadru, wreszcie pokazywanie osób, które akurat nie mówią, a później z opóźnieniem pokazywanie gościa, który właśnie skończył swoją wypowiedź.

Ocena poziomu językowego audycji jest nieco bardziej skomplikowana, a to przede wszystkim z powodu sporadycznie pojawiających się i odnotowanych w toku analizy błędów językowych (głównie związanych z niewłaściwą odmianą i problemami ze zgodnością przypadków i form czasownikowych, także z naruszeniami łączliwości wyrazów oraz ogólną niedbałością mówienia – w kilku audycjach dynamiczny styl prowadzenia rozmowy, liczne interwencje i emocjonalny ton powodowały skrajną niestaranność w budowaniu konstrukcji składniowej zdań) czy przypadków użycia kolokwializmów, ale wartości liczbowe wskaźnika służącego do rejestracji tych błędów są także na średnio niewysokim poziomie dla wszystkich badanych audycji.

Obie cechy audycji (poziom edytorski i językowy) zostały opisane za pomocą indeksów przyjmujących wartości od 1 (poziom idealny, brak zastrzeżeń) do 5 (bardzo poważne zastrzeżenia i oczywiste błędy widoczne w danym obszarze).

Powyższe kategorie – poziomy: od 1 do 5 – były różnicowane liczbowo, tzn. przez liczbę popełnianych błędów – językowych/edytorskich. Im ich więcej, tym wyższą notę otrzymywała dana audycja.



3. Część analityczna

Część analityczna raportu stanowi prezentację wybranych wskaźników ilościowych i obserwacji z analizy jakościowej badanych materiałów publicystycznych. Z racji obszerności zgromadzonego materiału analitycznego raport skupia się przede wszystkim na kluczowych informacjach prezentujących tematykę programu, sposób relacjonowania wyborów w danej audycji oraz zróżnicowanie sylwetek i stylów prowadzenia dyskusji przez poszczególnych dziennikarzy. Wszelkie miary i zestawienia na dowolnym poziomie szczegółowości są możliwe do rozpoznania na podstawie baz danych stanowiących załączniki do niniejszego raportu i znajdujących się w dyspozycji KRRiT. Należy nadmienić, że niniejszy raport – stanowiący syntezę całego procesu badawczego – zawiera wybrane zmienne oraz indeksy, które są możliwe do wygenerowania z przygotowanych baz. Pogłębienie określonych obserwacji jest możliwe dzięki kartom programowym dedykowanym każdej audycji z osobna, w których zawarto szczegółowe obserwacje i wnioski. Dokumenty te również znajdują się w dyspozycji regulatora.

3.1.1. TV Trwam – *Polski punkt widzenia*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:40, próbka objęła 5 wydań audycji.

Prowadzący:

- Dariusz Pogorzelski – 4 wydania
- Robert Knap – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- **Dariusz Pogorzelski** – dziennikarz utrzymuje rozmowę w życzliwym i przyjaznym, a momentami nawet żartobliwym tonie, zwraca się kulturalnie do gości. Odnosi się do gości z szacunkiem, zadaje raczej wygodne pytania, nie prowokuje ani nie atakuje. Życzliwie wyraża aprobatę dla słów gości.
- **Robert Knap** – dziennikarz odnosi się do gościa z szacunkiem. Nie konfrontuje jego wypowiedzi, ma stosunek afirmujący, zadaje raczej neutralne i merytorycznie związane z tematem audycji pytania.

Dobór gości:

- Robert Winnicki
- Piotr Bączek
- Iwona Bajkowska
- Piotr Uściński
- Olga Johann
- Marzena Małek
- Krystyna Szyszko
- Lucjusz Nadberezny
- Jacek Sasin
- Janusz Kotowski
- Tadeusz Dziuba

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Wpływ religijności na rodzinę
- Samorząd a rodziny – sposoby wsparcia
- Wpływ władz lokalnych na treści w szkołach lokalnych
- Obrona życia
- Afera madrycka
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Samorządy a patriotyzm
- Zamieszki na Marszu Niepodległości

- Obrona organizatorów Marszu
- Krytyka pracy policji na Marszu
- Afera marszałka Sikorskiego
- Wybory w Stalowej Woli
- Roszczenia do nieruchomości i sprawa kamienicy przejętej przez męża Hanny Gronkiewicz-Waltz
- Organizacja kampanii
- Problemy Poznania
- Wybory w Ostrołęce
- Problemy w Warce – rosyjskie embargo
- Ideologia gender

3.1.2. TV Trwam – *Rozmowy niedokończone*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:15, próbka objęła 6 wydań audycji.

Prowadzący:

- o. Janusz Dyrek – 1 wydanie
- o. Marcin Krupa – 1 wydanie
- o. Dariusz Drązek – 2 wydania
- o. Jacek Aniszewski – 1 wydanie
- o. Piotr Dettlaff – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- **o. Janusz Dyrek** – prowadzący jest życzliwy wobec gościa, zabiega o to, by się w pełni wypowiedział.
- **o. Marcin Krupa** – prowadzący jest życzliwie nastawiony do gościa, zwraca się do niego bardzo kulturalnie. Parafrazuje jego słowa, wyrażając tym samym aprobatę. Nie przerywa mu, daje się w pełni wypowiedzieć. Zadaje pytania wygodne, a na koniec audycji pozwala gościowi zareklamować swoją osobę jako kandydata w najbliższych wyborach.
- **o. Dariusz Drązek** – dziennikarz odnosi się do gości z szacunkiem. Rzadko przerywa wypowiedzi, praktycznie zawsze daje się w pełni wypowiedzieć swojemu rozmówcy, zadaje dość wygodne dla gościa, niekonfrontacyjne pytania.
- **o. Jacek Aniszewski** – prowadzący często zadaje pytania parafrazujące w celu wyrażenia aprobaty wobec słów gościa. Rozmowa prowadzona jest w bardzo przyjaznym i życzliwym tonie. Przerywając, podpowiada użycie odpowiednich słów, ponownie udowadniając, że popiera słowa wyrażane przez gościa. Słownie potakuje w celu zachęcenia do dalszego mówienia. Prowadzący dodatkowo zadaje pytania bardzo wygodne, nie stara się sprowokować gościa, a wręcz przeciwnie – chce ułatwić mu wypowiedź.
- **o. Piotr Dettlaff** – postawa dziennikarza wobec gości jest neutralna, uprzejma – życzliwy szacunek. Dziennikarz często nie podaje nazwy partii, z której wywodzi się gość.

Dobór gości:

- Anna Huk
- Paweł Śliwa
- Karol Tchórzewski
- Elżbieta Sadowska
- Michał Zaleski
- Artur Warzocha
- Leszek Pietrzak
- Waldemar Kraska
- Wojciech Kudelski
- Dariusz Stefaniuk
- Marek Gralik
- Krzysztof Kawęcki
- Filip Frąckowiak
- Maciej Wąsik
- Jan Kasprzyk
- Mieczysław Ryba
- Artur Szałabawka
- Paweł Szefernaker
- Mariusz Kądziołka
- Robert Stankiewicz
- Beata Kempa
- Michał Wójcik

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Znaczenie wyborów samorządowych
- Możliwości samorządów w zakresie rynku pracy
- Problemy polskiej edukacji, w tym na poziomie samorządów
- Ocena reform Jerzego Buzka
- Problemy małych przedsiębiorców
- Budżety obywatelskie
- Smog w Krakowie
- Polityka demograficzna samorządów
- Obietnice wyborcze
- Wybory w Siedlcach
- Możliwości samorządów w kształtowaniu opinii na temat wartości chrześcijańskich, rodzinnych i ideologii gender
- Rola patriotyzmu
- Wybory i polityka lokalna w Toruniu
- Wybory i polityka lokalna w Częstochowie
- Wybory i polityka lokalna w Białej Podlaskiej
- Wybory i polityka lokalna w Bydgoszczy
- Programy kandydatów
- Zachęty do głosowania
- Historia II Rzeczypospolitej

- Rola patriotyzmu w państwie
- Wykorzystanie pieniędzy z funduszy europejskich
- Zachęta do głosowania na partie prawicowe

3.2.1. TVN 24 – *Fakty po faktach*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:25, próbka objęła 8 wydań audycji.

Prowadzący:

- Anita Werner – 1 wydanie
- Grzegorz Kajdanowicz – 3 wydania
- Katarzyna Kolenda-Zaleska – 2 wydania
- Piotr Marciniak – 2 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Anita Werner** – dziennikarka prowadzi rozmowę w życzliwym stylu i z sympatią odnosi się do gości, często jednak prowokuje gości do kontrowersyjnych wypowiedzi i nie waha się przed zajęciem wyraźnego stanowiska w dyskusji.
- **Grzegorz Kajdanowicz** – dziennikarz uważnie wsłuchuje się w słowa gościa, zazwyczaj przerywa tylko po to, by coś dopowiedzieć, zadać nowe pytanie. Przeważnie prowadzi rozmowę w spokojnym stylu, jednak czasami zajmuje zdecydowane stanowisko w dyskusji.
- **Katarzyna Kolenda-Zaleska** – dziennikarka odnosi się do gości z szacunkiem, dba o równy czas wypowiedzi, wyraźnie różnicuje styl prowadzenia rozmowy w zależności od gościa, dopasowując sposób i dynamikę wypowiedzi do przebiegu dyskusji.
- **Piotr Marciniak** – dziennikarz bardzo mocno różnicuje swoje zachowanie w zależności od gościa w audycji – od skrajnie konfrontacyjnego, oceniającego, aż do obrony i poparcia opinii wygłaszanych przez innego z gości.

Dobór gości:

- Ludwik Dorn
- Przemysław Wipler
- Andrzej Urbański
- Jacek Rostowski
- Hanna Gronkiewicz-Waltz
- Adam Bielan
- Katarzyna Piekarska
- Jerzy Wenderlich

- Paweł Śpiewak
- Jarosław Makowski
- Paweł Zalewski
- Piotr Gliński
- Jerzy Wenderlich
- Zbigniew Ziobro
- Jacek Protasiewicz
- Stefan Niesiołowski
- Paweł Poncyliusz
- Aleksander Smolar
- Ireneusz Krzemiński
- Paweł Śpiewak

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Współpraca PO–PiS
- Oligarchizacja demokracji w Polsce
- Poziom kampanii samorządowej a frekwencja
- Podział funduszy europejskich
- Porównanie kampanii PO i PiS
- Budżet obywatelski
- Problemy samorządów
- Wiek emerytalny
- Wniosek o wotum nieufności dla Radosława Sikorskiego
- Udział pani premier w kampanii wyborczej
- Spraw Przemysław Wiplera
- Uprawnienia służb mundurowych
- Afera madrycka
- Dokonania PO dla Polski
- Standardy polityczne
- Nowy rzecznik PiS
- Sprawa kamienicy przejętej przez męża Hanny Gronkiewicz-Waltz
- Marsz Niepodległości – straty, zamieszki
- Budżet obywatelski
- Korupcja w PZPS
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Podsumowanie kampanii wyborczej

3.2.2. TVN 24 – *Jeden na jeden*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 7:30, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Bogdan Rymanowski – 2 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Bogdan Rymanowski** – dziennikarz jest na początku audycji neutralny wobec gości, jednak aktywnie modyfikuje styl prowadzenia rozmowy i stosunek do gości w zależności od rozwoju dyskusji.

Dobór gości:

- Janusz Piechociński
- Mariusz Kamiński

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Komentarz do Marszu Niepodległości
- Zachowanie chuliganów oraz policji
- Porównanie dwóch marszów: prezydenckiego i narodowców
- Afera madrycka
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Sprawa kamienicy przejętej przez męża Hanny Gronkiewicz-Waltz

3.2.3. TVN 24 – *Kawa na ławę*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 10:45, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Bogdan Rymanowski – 2 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Bogdan Rymanowski** – dziennikarz ma do gości stosunek względnie neutralny, nie wyraża żadnych konkretnych emocji ani nastawienia. Czasami prowokuje gości lub celowo porusza tematy wyraźnie dla nich niewygodne. Dbą o równy udział gości w dyskusji, aktywnie przerywa wypowiedzi w sytuacji, kiedy któryś z gości próbuje wejść w słowo innemu poza kolejnością.

Dobór gości:

- Zbigniew Girzyński
- Robert Biedroń
- Robert Kwiatkowski
- Władysław Kosiniak-Kamysz
- Krzysztof Kosiński
- Przemysław Wipler
- Jarosław Gowin
- Leszek Miller
- Włodzimierz Czarzasty
- Adam Szejnfeld

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Sprawa Romana Polańskiego
- Szczyt klimatyczny
- Nowy spot Ministerstwa Spraw Zagranicznych
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Afera madrycka i jej wpływ na kampanię wyborczą
- Islamski handel dziećmi i kobietami

3.2.4. TVN 24 – *Kropka nad i*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Monika Olejnik – 3 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Monika Olejnik** – dziennikarka rozmawia z gościem życzliwie, skraca dystans, ale w sytuacji konfrontacji poglądów zaczyna wyraźnie krytykować gościa, często przerywa, zadaje pytania retoryczne, wchodzi w polemikę z gościem (wyraźne sympatie i antypatie). Czasami stara się narzucić pozycję dominującą w interakcji z gościem.

Dobór gości:

- Robert Biedroń
- Michał Kamiński
- Adam Bielan
- Paweł Kukiz
- Ryszard Kalisz

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Możliwa współpraca PiS–PO
- Homoseksualizm: tolerancja–homofobia, parada równości
- Jakie zmiany są potrzebne w samorządach
- Marsz Niepodległości
- Wpływ afery madryckiej na wybory samorządowe
- Standardy polityczne i afera madrycka
- Spoty wyborcze (głównie temat krzyża)
- Spot Ministerstwa Spraw Zagranicznych
- Wewnętrzne problemy PiS

3.2.5. TVN 24 – *Tak jest*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:00, próbka objęła 5 wydań audycji.

Prowadzący:

- Andrzej Morozowski – 5 wydań
- Maciej Knapik – pomocniczo w 1 wydaniu

Styl interakcji z gościem:

- **Andrzej Morozowski** – dziennikarz jest na początku audycji neutralny wobec gości, jednak aktywnie modyfikuje styl prowadzenia rozmowy i stosunek do gości w zależności od rozwoju dyskusji. Często posługuje się ironią, nie stroni od kontrowersyjnych kwestii i prowokacji wobec gości.

Dobór gości:

- Joanna Erbel
- Anna Nehrebecka
- Jarosław Sellin
- Andrzej Jaworski
- Jerzy Wenderlich
- Ryszard Kalisz
- Sławomir Neumann
- Michał Szczerba
- Jacek Sasin
- Sebastian Wierzbicki
- Jerzy Dziewulski
- Krzysztof Bosak

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Wpływ wyborów na inwestycje
- Budżet partycypacyjny w Warszawie
- Sprawa wynegocjowanych przez Platformę Obywatelską pieniędzy z Unii Europejskiej
- Dekomunizacja ulic
- Afera madrycka i jej wpływ na wybory
- Marsz Niepodległości
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Kandydatura Andrzeja Dudy na prezydenta
- Sprawa smoleńska w kampanii

- Kadencyjność samorządu
- Policja o Marszu

3.3.1. TVP Info – *Bez retuszu*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:40, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Marek Czyż – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- **Marek Czyż** – dziennikarz ma neutralny stosunek do gości, aktywnie ingeruje w przebieg dyskusji, aby zachować jej zaplanowaną strukturę i porządek. Unika prezentowania osobistego stosunku do sprawy.

Dobór gości:

- Anna Grodzka
- Krzysztof Bosak
- Robert Sobiech
- Julia Pitera
- Witold Waszczykowski
- Tadeusz Iwiński

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Afera madrycka i jej konsekwencje dla kampanii wyborczej
- Poszukiwanie definicji patriotyzmu

3.3.2. TVP Info – *Dziś wieczorem*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:56, próbka objęła 7 wydań audycji.

Prowadzący:

- Beata Tadla – 3 wydania
- Krzysztof Ziemięć – 4 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Beata Tadla** – dziennikarka bardzo często zwraca uwagę gościom, nie pozwala im dokończyć myśli, czasami przerywa ich wypowiedzi w bardzo dynamiczny sposób, często krytykuje gości i wyraża swój osobisty stosunek do przedmiotu dyskusji, aktywnie angażuje się w spór w rozmowie z gościem.
- **Krzysztof Ziemięć** – dziennikarz ma neutralny stosunek do gości, odnosi się do nich z szacunkiem, często w sposób życzliwy, pozwala sobie na merytoryczne kontrargumenty do wypowiedzi gościa, wprowadza je jednak spokojnym tonem i bez agresywnego przerywania wypowiedzi.

Dobór gości:

- Krzysztof Bosak
- Mariusz Sokołowski
- Przemysław Wipler
- Adam Szejnfeld
- Julia Pitera
- Janusz Piechociński
- Marcin Mastalerek
- Jacek Sasin
- Leszek Miller
- Krystian Legierski

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Sprawa Przemysława Wiplera
- Krytyka pracy policji w sprawie pobicia posła
- „Efekt Kopacz”
- Cele PiS
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Sprawa Sławomira Nowaka
- Afera madrycka i jej wpływ na sondaże

- Konwencja antyprzemocowa ONZ
- Rola samorządów w życiu Polaków
- Wspomnienie ważnych afer w historii polskiej polityki
- Prognoza wyniku wyborczego SLD w wyborach samorządowych
- Bilans starć z policją podczas Marszu Niepodległości
- Chuligani podczas marszu
- Standardy polskich polityków
- Afera madrycka
- Oczekiwania PSL w wyborach samorządowych
- PKW – obawy o możliwości manipulacji
- Pendolino
- Komentarz do sondaży wyborczych
- Orędzie Bronisława Komorowskiego
- Różnice w prowadzeniu kampanii PO i PiS

3.3.3. TVP Info – Forum

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:16, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Marcin Pietrasik – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- Marcin Pietrasik – dziennikarz jest przeważnie neutralny wobec gości, nie wypowiada własnych poglądów w dyskusji, raczej unika kontrowersji.

Dobór gości:

- Marcin Kierwiński
- Krzysztof Hetman
- Andrzej Jaworski
- Jerzy Wenderlich
- Zbigniew Ziobro
- Andrzej Rozenek

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Przewaga PO nad PiS w sondażach
- Frekwencja wyborcza
- PSL kontra SLD
- Szanse komitetów lokalnych
- Krytyka rządu Ewy Kopacz
- Spór o inwestycje miejskie
- Wpływ sprawy madryckiej na wybory

3.3.4. TVP Info – *Minęła dwudziesta*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina ok. 20:15, próbka objęła 8 wydań audycji.

Prowadzący:

- Maciej Wąsowicz – 2 wydania
- Joanna Osińska – 2 wydania
- Karolina Lewicka – 4 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Maciej Wąsowicz** – dziennikarz jest na początku audycji neutralny wobec gości, jednak aktywnie modyfikuje styl prowadzenia rozmowy i stosunek do gości w zależności od rozwoju dyskusji. Czasami sięga po kontrowersyjne wypowiedzi i prowokuje gości, sporadycznie bywa nieco niegrzeczny wobec gości.
- **Joanna Osińska** – dziennikarka traktuje gości z szacunkiem, często powtarza pytania, spokojnie, ale stanowczo domaga się konkretnych i pełnych odpowiedzi na zadawane przez siebie pytania, które same niejednokrotnie mają charakter bardzo ogólny oraz incydentalnie pretensjonalny.
- **Karolina Lewicka** – dziennikarka ma neutralny stosunek do gości, odnosi się do nich z szacunkiem, choć zdradza, kiedy nie zgadza się z ich wypowiedziami. Sporadycznie zdarza się jej tracić kontrolę nad sytuacją w studiu i rzadko, ale jednak, pozwala sobie na ironię czy złośliwości wobec gości.

Dobór gości:

- Piotr Guział
- Ryszard Grobelny
- Marek Materek
- Artur Zawisza
- Piotr Tymochowicz
- Ewa Pietrzyk-Zieniewicz
- Andrzej Zybertowicz
- Andrzej Stankiewicz
- Cezary Łazarewicz
- Olgierd Annusewicz
- Antoni Dudek
- Borys Budka
- Marcin Kierwiński

- Marcin Kolwas
- Łukasz Abgarowicz
- Cezary Tomczyk
- Adam Struzik
- Krzysztof Kosiński
- Eugeniusz Grzeszczak
- Andrzej Jaworski
- Zbigniew Girzyński
- Lucjusz Nadbereżny
- Mariusz Błaszczak
- Andrzej Jaworski
- Artur Zawisza
- Sebastian Wierzbicki
- Krzysztof Gawkowski
- Jan Górski
- Włodzimierz Czarzasty

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Współpraca PO–PiS
- Zadłużenie samorządów
- Katastrofa smoleńska
- Prowokatorzy w sejmie – Krystyna Pawłowicz, Stefan Niesiołowski
- Stagnacja samorządu Warszawy po ośmiu latach rządów PO
- Stagnacja polityczna na szczeblu samorządowym w całym kraju
- Porównanie polityki kandydatów należących do partii oraz kandydatów bezpartyjnych
- Rozbieżności w problemach różnych samorządów
- Zwrócenie uwagi na różne kompetencje samorządów i władzy centralnej
- Sprawa posła Wiplera
- Ocena interwencji policji
- Wniosek o odwołanie marszałka Sikorskiego według PO i PSL
- Afera madrycka i jej wpływ na wybory
- Kompetencje samorządów i cele programowe
- Obawy młodych samorządowców
- Standardy polskiej klasy politycznej
- Marsz Niepodległości
- Krytyka organizacji Marszu
- Marsz prezydencki
- Chuligani, patriotyzm i Ruch Narodowy podczas Marszu
- Przypomnienie ataku lewicowej organizacji niemieckiej na Polaków noszących historyczne polskie mundury
- Niepodległość według Ruchu Narodowego
- Kandydat PiS na prezydenta – Andrzej Duda

3.3.5. TVP Info – Gość poranka

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 7:40, próbka objęła 5 wydań audycji.

Prowadzący:

- Karolina Lewicka – 2 wydania
- Maciej Wąsowicz – 1 wydanie
- Kamila Biedrzycka-Osica – 2 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Karolina Lewicka** – dziennikarka w tej audycji prezentuje mocno krytyczny stosunek wobec gości, często wchodzi z nimi w polemikę, prezentuje własne poglądy na omawiane sprawy.
- **Maciej Wąsowicz** – prowadzący jest przychylny w stosunku do gościa, uśmiecha się do niego, pozwala sobie na odrobinę żartów, zadaje dość łatwe pytania.
- **Kamila Biedrzycka-Osica** – dziennikarka mocno różnicuje stosunek do gości – od neutralnego, życzliwego, ułatwiającego wypowiedzi, do ironicznego i wyraźnie krytycznego.

Dobór gości:

- Małgorzata Kidawa-Błońska
- Hanna Gronkiewicz-Waltz
- Krzysztof Szczerski
- Włodzimierz Czarzasty
- Andrzej Rozenek

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Notowania Ewy Kopacz
- Wybory samorządowe – znaczenie dla partii
- Rekonstrukcje w ministerstwach
- Konwencja antyprzemocowa
- Likwidacja WSI – głosowanie nad komisją śledczą
- Notowania PO
- Kampania Ewy Kopacz
- Konwencja PO
- Rywalizacja w regionach w PO

- Problemy kredytobiorców we frankach
- Współpraca Ewy Kopacz z opozycją
- Budżet obywatelski
- Sprawa Sikorskiego
- Spot MSZ
- Sejmowy debiut Schetyny
- Współpraca PO–PiS
- Sprawa Przemysław Wiplera
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Zmiana przepisów dotyczących zgromadzeń
- Komentarze do sondaży przedwyborczych
- Udział rządu w budowie drugiej linii metra w Warszawie
- Kampania samorządowa w Łodzi
- Kampania samorządowa w Warszawie
- Komentarz do ostrej kampanii samorządowej PiS
- Porównanie programów wyborczych

3.3.6. TVP Info – *Po przecinku*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:25, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Joanna Racewicz – 3 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Joanna Racewicz** – dziennikarka zachowuje się raczej neutralnie w stosunku do gości, czasami tylko wchodzi w polemikę i prezentuje poglądy, prosząc gościa o zajęcie stanowiska.

Dobór gości:

- Jacek Protasiewicz
- Adam Szejnfeld
- Adam Bielan
- Jarosław Sellin
- Bartosz Kownacki
- Tadeusz Iwiński

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Współpraca Ewy Kopacz z opozycją
- Kontrakty regionalne
- Ocena rządu Donalda Tuska
- Głosowanie w sprawie odwołania Radosława Sikorskiego
- Budżet obywatelski
- Wewnątrzpartyjny spór w PO dotyczący kandydatów na prezydenta Jeleniej Góry
- Sprawa Przemysława Wiplera

3.3.7. TVP Info – *Woronicza 17*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 10:16, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Karolina Lewicka – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- **Karolina Lewicka** – dziennikarka jest neutralna w stosunku do gości, stara się przestrzegać kolejności zabierania głosu w audycji, jednak bez faworyzowania żadnego z nich (czasami jednak prezentuje życzliwy i afirmatywny stosunek do wybranych gości).

Dobór gości:

- Barbara Nowacka
- Adam Struzik
- Andrzej Halicki
- Paweł Poncyliusz
- Jacek Sasin
- Józef Oleksy

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Sytuacja polskiego rolnictwa i ocena pracy Marka Sawickiego
- Kampania wyborcza – ocena, przebieg, opinie
- Nowa rola Donalda Tuska
- Wspomnienie zmarłych polityków

3.3.8. TVP Info – *Twoje wybory. Debata*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 18:45, próbka objęła 3 wydania audycji.

Prowadzący:

- Diana Rudnik, Mariusz Piekarski – współprowadzenie 3 wydań

Styl interakcji z gościem:

- **Diana Rudnik, Mariusz Piekarski** – dziennikarze mają neutralny stosunek do gości, często zdarza im się jednak nie pilnować ekspozycji poszczególnych gości, stąd debata momentami jest zdominowana przez bardziej aktywnych i częściej wypowiadających się gości.

Dobór gości:

- Rafał Dutkiewicz
- Piotr Guział
- Teresa Kubas-Hul
- Jacek Protasiewicz
- Marcin Święcicki
- Władysław Stępień
- Ewa Mańkowska
- Michał Strąk
- Władysław Ortyl
- Mirosława Stachowiak-Różecka
- Jacek Sasin
- Anna Kowalska
- Tadeusz Ferenc
- Waldemar Bednarz
- Sebastian Wierzbicki
- Andrzej Rozenek

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Problem ubóstwa
- Problemy miasta Rzeszowa
- Bezrobocie
- Problemy infrastrukturalne Podkarpacia
- Ograniczenia przyrodnicze blokujące rozwój Podkarpacia
- Konflikty na linii samorządy–władza centralna
- Nadmierna biurokratyzacja Podkarpacia

- Sprawa gliwicka – rzekome przyjęcie korzyści majątkowej przez prezydenta Wrocławia. Sprawa przetargów we Wrocławiu
- Sytuacja finansowa
- Problemy województwa dolnośląskiego
- Omówienie sondaży
- Problemy miasta stołecznego: liczne demonstracje, Marsz Niepodległości, tęcza, korki
- Prezydent Warszawy zamieszana w aferę z kamienicą – problemy z reprivatyzacją

3.4.1. TVP 1 – *Polityka przy kawie*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 8:10, próbka objęła 8 wydań audycji.

Prowadzący:

- Justyna Dobrosz-Oracz – 4 wydania
- Małgorzata Serafin – 4 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Justyna Dobrosz-Oracz** – dziennikarka jest konfrontacyjnie nastawiona wobec gości. Zadaje im prowokacyjne pytania. Pytania często zadawane są tonem zarzutu lub pretensji. Zadaje sugestywne pytania sugerujące dezaprobatę wobec słów głoszonych przez gościa. Dodatkowo ironicznie komentuje słowa gości.
- **Małgorzata Serafin** – dziennikarka przez większość czasu utrzymuje rozmowę w neutralnym, momentami życzliwym tonie. Jednak często zdarza jej się prowokować gości, ironicznie komentując ich wypowiedzi.

Dobór gości:

- Piotr Guział
- Krystyna Prońko
- Przemysław Wipler
- Agata Miazga
- Roman Szełemej
- Robert Tyszkiewicz
- Jan Bury
- Sebastian Wierzbicki
- Katarzyna Piekarska
- Paweł Kukiz
- Robert Biedroń
- Ewa Modrzejewska
- Adam Struzik
- Janusz Kotowski
- Marcin Mastalerek
- Krzysztof Gawkowski

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Prognozy sondażowe
- Plany wyborcze zaproszonych gości
- Reprywatyzacja w Warszawie
- Różnice programowe zaproszonych kandydatów
- Strategie wyborcze kandydatów
- Współpraca PiS i PO
- Budżet obywatelski
- Poziom merytoryczny kampanii samorządowej
- Rywalizacja między PSL i SLD o względy rolników
- Nieprawidłowości podczas ostatnich wyborów samorządowych
- Bezpartyjność
- Kadencyjność samorządu
- Przebieg kampanii wyborczej zaproszonych gości
- Emigracja
- Zadłużenie Ostrołęki
- Regulacje prawne, obowiązki i audyt w samorządach
- Likwidacja rad nadzorczych spółek komunalnych i miejskich
- Bezrobocie w aglomeracji wałbrzyskiej
- Bezrobocie w Ostrołęce
- Uprawnienia policji podczas interwencji
- Sprawa Wiplera – wymiar prawny i moralny
- Wpływ wydarzeń centralnych na wybory samorządowe
- Kompetencje poszczególnych urzędów, obietnice wyborcze
- Inwestycje samorządów
- Afera madrycka
- Ulotki SLD zniechęcające do głosowania na tę partię?
- Plany tworzenia koalicji w świetle wyborów
- Stagnacja w polityce samorządowej
- Prognoza wyników wyborczych
- Kampania PiS w Łodzi, Radomiu i w województwie świętokrzyskim
- Mapa afer PO
- Mapa wpadek PiS
- Kampania w Warszawie
- Szanse na koalicje w regionach

3.4.2. TVP 1 – *Na pierwszym planie*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 22:00, próbka objęła 1 wydanie audycji.

Prowadzący:

- Piotr Kraśko – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- **Piotr Kraśko** – dziennikarz ma spokojny, neutralny stosunek do gości, dba o równowagę i możliwość wypowiedzenia się w dyskusji.

Dobór gości:

- Piotr Uszok
- Antoni Dudek
- Radosław Markowski
- Grzegorz Grzelak
- Jacek Żakowski
- Paweł Wroński
- Tomasz Terlikowski
- Michał Karnowski

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Samorządy po 25 latach istnienia
- Kadencyjność urzędów samorządowych
- Co zrobić, by zwiększyć frekwencję
- Patologie w samorządach
- Brak kontrkandydatów w niektórych okręgach

3.5.1. Polsat News – Gość „Wydarzeń”

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 19:16, próbka objęła 4 wydania audycji.

Prowadzący:

- Maciej Stroiński – 1 wydanie
- Dorota Gawryluk – 1 wydanie
- Jarosław Gugała – 2 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Maciej Stroiński** – dziennikarz odnosi się do gościa z sympatią, przerywa mu, ale po to, by zdążyć z czasem, niecierpliwi się, gdy gość mówi za długo.
- **Dorota Gawryluk** – dziennikarce często zdarza się prowokacyjnie zadawać pytania gościowi. Dopytuje go, podnosząc ton głosu, nawiązuje do krytyki wyrażonej wobec gościa przez opozycję. Zadaje mu kłopotliwe pytania. Wszystkie te strategie wydają się być elementem opresji wobec gościa. W pewnym momencie prowadząca ironicznie podśmiewa się z wypowiedzi gościa.
- **Jarosław Gugała** – dziennikarz nie pokazuje żadnych emocji względem gościa. Zadaje mu względnie wygodne pytania, nie prowokując, ale też zachowania niewerbalne nie wyrażają znacznej życzliwości.

Dobór gości:

- Marcin Świącicki
- Hanna Gronkiewicz-Waltz
- Adam Bielan
- Adam Struzik

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Kwesta na Powązkach
- Przebieg kampanii samorządowej
- Popularność wyborów samorządowych wśród Polaków
- Rozporządzanie pieniędzmi na poziomie samorządowym
- Zatrudnienie w administracji samorządowej
- Różnica między polityką krajową a samorządową

- Stabilność stanowisk w samorządzie – kadencyjność
- Sprawa madrycka
- Zarzuty wobec Sławomira Nowaka
- Skutki sprawy madryckiej dla wyborów
- Bilans strat w Warszawie po Marszu Niepodległości
- Zmiany prawne potrzebne po Marszu
- Kampania w Warszawie

3.5.2. Polsat News – Graffiti

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina ok. 8:50, próbka objęła 5 wydań audycji.

Prowadzący:

- Beata Lubecka – 1 wydanie
- Dariusz Ociepa – 1 wydanie
- Marta Kurzyńska – 1 wydanie
- Piotr Witwicki – 2 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Beata Lubecka** – dziennikarka wyraża dezaprobatę dla poczynąń partii gościa poprzez słowa krytyki, mimikę, ton głosu i sugestywne chrząknięcia. Prowokacyjne (i momentami atakujące) pytania wydają się mieć na celu pośrednią krytykę partii gościa. Wyczuwalny brak sympatii i życzliwości wobec gościa.
- **Dariusz Ociepa** – dziennikarz odnosi się do gościa z szacunkiem, jednak bardzo często przerywa jego wypowiedzi, uniemożliwiając dokończenie myśli. Dziennikarz w programie przyjął rolę rozliczającą gościa, zadając mu pytania związane z obietnicami wyborczymi. Pozwala on również na odnoszenie się do obietnic innych kandydatów. Zadaje również wiele pytań, które mogą wydawać się niewygodne.
- **Marta Kurzyńska** – dziennikarka odnosi się do gościa z szacunkiem. Zadaje mu pytania, które dają dużą swobodę wypowiedzi i informowania o jego programie wyborczym.
- **Piotr Witwicki** – dziennikarz prezentuje mocno zróżnicowany stosunek do gości w zależności od ich stylu wchodzenia w dyskusję. Często też odnosi się do gości życzliwie i z humorem.

Dobór gości:

- Marek Lasota
- Hanna Gronkiewicz-Waltz
- Robert Tyszkiewicz
- Grzegorz Napieralski
- Zbigniew Ziobro

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Metro w Warszawie
- Ceny komunikacji miejskiej w Warszawie???
- Południowa obwodnica Warszawy
- Reprywatyzacja
- Ocena spotu MSZ
- Postulaty wyborcze Marka Lasoty
- Sposoby na zmniejszenie smogu w Krakowie
- Sprawa metra w Krakowie
- Afera madrycka
- Weekendowe konwencje SLD, PO i PiS
- Kampania samorządowa SLD
- Finisz kampanii PO
- Konsekwencje afery madryckiej i decyzje prezesa PiS
- Niesprawność systemu komputerowego PKW

3.5.3. Polsat News – *Premierzy*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina – zmienna, próbka objęła 2 wydania audycji.

Prowadzący:

- Jarosław Gugała – 1 wydanie
- Dorota Gawryluk – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- **Jarosław Gugała** – dziennikarz jest neutralny wobec gości, unika prezentowania jakiegokolwiek osobistego stosunku do omawianej sprawy czy też gości.
- **Dorota Gawryluk** – dziennikarka przeważnie wyraża aprobatę wobec słów gości, zachęca ich do wypowiedzi. Uśmiecha się i jest życzliwa. Wobec niektórych gości (Waldemar Pawlak) przyjmuje postawę ironiczną i konfrontacyjną.

Dobór gości:

- Jan Krzysztof Bielecki
- Jacek Raciborski
- Jacek Wasilewski
- Waldemar Pawlak
- Józef Oleksy
- Leszek Miller

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Lokalna kampania i bierność samorządów
- Potrzeba modernizacji rozwiązań dla samorządów
- Demokracja przywódcza
- Zagrożenia związane z marginalizowaniem znaczenia partii
- Powody niechęci do partii
- Potrzeba modernizacji partii
- Powody niskiej frekwencji podczas wyborów samorządowych
- Wady obecnej ordynacji wyborczej
- Podsumowanie kampanii samorządowej
- Orędzie Prezydenta RP

3.5.4. Polsat News – Rozmowa „Wydarzeń”

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina ok. 16:10, próbka objęła 9 wydań audycji.

Prowadzący:

- Agnieszka Gozdyra – 1 wydanie
- Joanna Wrzeźniewska-Sieger – 3 wydania
- Maciej Stroiński – 2 wydania
- Wojciech Szelaąg – 3 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Agnieszka Gozdyra** – dziennikarka pozwala rozwijać argumenty. Pozostaje relatywnie neutralna. Czasem pozwala sobie na drobne złośliwości i wchodzi w aktywną polemikę.
- **Joanna Wrzeźniewska-Sieger** – dziennikarka ma stale lekko krytyczny stosunek do swoich gości, prezentuje wyrazistą mimikę wyrażającą opinię na temat słów gościa, często prowadzi rozmowę w sposób konfrontacyjny.
- **Maciej Stroiński** – dziennikarz odnosi się do wszystkich gości w podobny sposób, jest uprzejmy, stara się dawać każdemu szansę wypowiedzi, czasami prezentuje opinie kontrowersyjne i wchodzi w polemikę z gościem.
- **Wojciech Szelaąg** – dziennikarz ma stale krytyczny stosunek do swoich gości, często komentuje ich słowa, wchodzi w polemiki, dopytuje i przerywa w incydentalnie niegrzeczny sposób.

Dobór gości:

- Piotr Gliński
- Jacek Wilk
- Marcin Kierwiński
- Mariusz Witczak
- Andrzej Orzechowski
- Andrzej Czerwiński
- Ligia Krajewska
- Michał Szczerba
- Łukasz Abgarowicz
- Andrzej Czerwiński
- Andrzej Orzechowski

- Ilona Antoniszyn-Klik
- Tomasz Jędrzejczak
- Stanisław Karczewski
- Zbigniew Girzyński
- Jacek Sasin
- Jan Maria Jackowski
- Jacek Sasin
- Witold Waszczykowski
- Jan Dziedziczak
- Sebastian Wierzbicki
- Tomasz Kamiński
- Paulina Piechna-Więckiewicz
- Maciej Wydrzyński
- Andrzej Rozenek

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Opodatkowanie internetu
- Budżet partycypacyjny w Warszawie
- Zmiany w ordynacji podatkowej
- Kadencyjność samorządów
- Współpraca PiS-PO
- Sprawa Przemysława Wiplera
- Opozycja wobec marszałka Sikorskiego
- Opozycja względem Grzegorza Schetyny???
- Czy Jean-Claude Juncker powinien złożyć rezygnację ze stanowiska szefa Komisji Europejskiej
- Krytyka organizatorów Marszu Niepodległości
- Porównanie dwóch marszów: prezydenckiego i narodowców
- Wybiórcze postrzeganie historii Polski przez organizatorów Marszu Niepodległości
- Źródła agresywnych zachowań
- Wielkość Marszu oraz przekrój społeczny jego uczestników
- Afera madrycka i jej konsekwencje
- Audyt marszałka Sikorskiego
- Sprawa Sławomira Nowaka
- Kampania wyborcza PSL
- Podsumowanie rządów PO-PSL
- Notowania PiS-u
- Konwencja PO
- Emigracja i rynek pracy dla młodych Polaków
- Zachęcenie do wzięcia udziału w wyborach samorządowych
- Młodzi politycy PiS

3.5.5. Polsat News – *Tak czy nie*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 21:30, próbka objęła 6 wydań audycji.

Prowadzący:

- Agnieszka Gozdyra – 5 wydań
- Wojciech Szelaąg – 1 wydanie

Styl interakcji z gościem:

- **Agnieszka Gozdyra** – dziennikarka ma neutralny stosunek do gości, czasami wplata w treść rozmowy własne oceny wypowiedzi gości, nie krytykuje ich jednak personalnie i nie uogólnia krytyki.
- **Wojciech Szelaąg** – dziennikarz od początku jest neutralny w stosunku do gości, stara się być niestrannym moderatorem dyskusji, z czasem różnicuje swój stosunek do gości w zależności od dynamiki interakcji w rozmowie (od życzliwego do krytycznego i oceniającego).

Dobór gości:

- Armand Ryfiński
- Robert Winnicki
- Artur Dębski
- Witold Tumanowicz
- Piotr Szumlewicz
- Paweł Konnak
- Ewa Pietrzyk-Zieniewicz
- Stefan Niesiołowski
- Marian Kowalski
- Piotr Ikonowicz
- Andrzej Dera
- Arkadiusz Mularczyk

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Sprawa Wiplera
- Afera madrycka i jej wpływ na wybory
- Reprywatyzacja gruntów w Warszawie
- Ciemne strony polskiej polityki – korupcja, lobbing, niejasności, afery polityczne
- Marsz Niepodległości jako wyraz niezadowolenia społeczeństwa
- Marsz Niepodległości – szanse na zmianę formuły

- Zakaz Marszu Niepodległości
- Czy organizatorzy Marszu powinni pokryć szkody
- Uprawnienia straży Marszu
- Hity kampanii – śmieszne wypowiedzi, plakaty
- Standardy etyczne polityków
- Orientacja seksualna a wybory samorządowe
- Brak konkretów w kampanii wyborczej i puste obietnice
- Motywacje do bycia samorządowcem

3.5.6. Polsat News – *To był dzień*

Pora emisji oraz liczba odcinków w próbie:

Godzina 20:00, próbka objęła 6 wydań audycji.

Prowadzący:

- Magda Sakowska – 3 wydania
- Marek Kacprzak – 1 wydanie
- Dariusz Ociepa – 2 wydania

Styl interakcji z gościem:

- **Magda Sakowska** – dziennikarka jest początkowo nastawiona wobec gości życzliwie, ale często zdecydowanie przerywa ich wypowiedzi, zadaje niewygodne pytania i dopytuje. Mimo wysokiej temperatury dyskusji nie daje po sobie poznać zaangażowania emocjonalnego (wyłączywszy momentami wyrazistą komunikację pozawerbalną – przewracanie oczami lub otwieranie ich szerzej, mimika, sposób siedzenia etc.), prezentuje dystans wobec gości.
- **Marek Kacprzak** – dziennikarz ma stosunek neutralny wobec gości, odnosi się do nich z sympatią i szacunkiem, zdecydowanie kontroluje jednak przebieg rozmowy.
- **Dariusz Ociepa** – dziennikarz ma neutralny stosunek do gości, wyraźnie jednak różnicuje czas ich wypowiedzi.

Dobór gości:

- Przemysław Wipler
- Anna Kędzierska
- Mirosław Oczkoś
- Mariusz Sokołowski
- Iwona Śledzińska-Katarasińska
- Marcin Święcicki
- Marcin Kierwiński
- Sławomir Neumann
- Zbigniew Girzyński
- Beata Szydło
- Jarosław Sellin
- Zbigniew Kuźmiuk
- Artur Zawisza

- Piotr Ikonowicz
- Włodzimierz Czarzasty
- Krystian Legierski
- Katarzyna Piekarska
- Andrzej Rozenek
- Michał Kabaciński

Tematyzacja audycji – ujęcie przekrojowe (jakościowe):

- Niskie zarobki Polaków
- Sytuacja małych przedsiębiorstw w Polsce
- Sytuacja młodych ludzi na rynku pracy
- Rynek pracy w Warszawie
- Wniosek o odwołanie Radosława Sikorskiego
- Prowadzenie kampanii samorządowej
- Współpraca PiS i PO
- Rekompensaty dla poszkodowanych rolników
- Działania nowej premier i jej rola w kampanii
- Problemy i potrzeby zmian w Polsce
- System emerytalny
- Badania nad seksualnością jako temat w kampanii politycznej
- Agresja na Marszu Niepodległości
- Przyczyny nietolerancji
- Rozumienie pojęcia „patriotyzm”
- Zakaz Marszu Niepodległości
- Klasyfikacja środowisk wszczynających bójki
- Policja o zamieszkach podczas Marszu
- Afera madrycka
- Wybory prezydenckie – nieoczekiwany kandydat PiS (Andrzej Duda)
- Tematy w kampanii samorządowej

3.6. Tabele przekrojowych wartości wskaźników dla dziennikarzy

Powyższe zestawienie stanowi przekrojowy przegląd wartości uzyskanych przez poszczególnych dziennikarzy w wybranych wskaźnikach syntetycznie opisujących zróżnicowanie stylu dziennikarskiego zaobserwowane w analizowanych audycjach. Co ważne, dane te nie mają charakteru rankingowego, ponieważ sposób ich oznaczenia (preferowane wartości zielone, wartości mniej optymalne – czerwone) wynika wprost z przyjętych w toku analizy założeń dotyczących cech optymalnego stylu dziennikarskiego w audycjach publicystycznych. Zestawienie to należy potraktować wyłącznie w celach informacyjnych i poglądowych, nie zaś jako próbę przyznawania ocen poszczególnym dziennikarzom.

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej	Średnia wartość wskaźnika trudności języka	Średnie natężenie pytań o informacje w audycjach z udziałem dziennikarza	Średnie natężenie pytań o opinie w audycjach z udziałem dziennikarza	Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie	Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu
	skala 1-5	skala 1-5	Skala 1-5	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż	od 0 wzwyż
Maciej Stroiński	3,33	3,67	3,33	0,47	0,53	1,25	2,11
Dorota Gawryluk	5,00	4,00	4,00	0,64	0,34	2,44	1,25
Jarosław Gugąła	4,67	2,00	3,67	0,46	0,31	2,33	0,63
Dariusz Ociepa	4,00	4,00	3,33	0,72	0,31	2,33	1,97
Piotr Witwicki	4,00	2,50	2,00	0,96	0,41	5,43	1,08
Beata Lubecka	3,00	4,00	3,00	0,58	0,46	1,25	0,23
Marta Kurzyńska	2,00	2,00	2,00	0,48	0,36	1,33	0,36
Wojciech Szelaąg	4,80	4,40	3,60	0,70	0,30	3,03	1,94
Joanna Wrześniewska-Zygier	4,67	2,67	3,33	0,33	0,68	0,49	1,92
Agnieszka Gozdyra	4,67	4,00	4,00	0,44	0,35	1,35	2,17
Magda Sakowska	4,33	4,67	4,00	0,36	0,16	2,10	2,39

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej	Średnia wartość wskaźnika trudności języka	Średnie natężenie pytań o informacje w audycjach z udziałem dziennikarza	Średnie natężenie pytań o opinie w audycjach z udziałem dziennikarza	Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie	Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu
Marek Kacprzak	5,00	5,00	5,00	0,20	0,07	2,75	0,29
Dariusz Pogorzelski	4,50	2,00	4,50	0,70	0,16	7,78	1,02
Robert Knap	4,00	5,00	1,00	0,25	0,25	1,00	0,55
o. Dariusz Drązek CSsR	4,50	4,50	5,00	0,08	0,17	2,07	0,06
O. Jacek Aniszewski	5,00	5,00	5,00	0,13	0,03	5,00	0,80
o. Piotr Dettlaff	5,00	3,00	5,00	0,15	0,04	3,67	0,10
O. Marcin Krupa	4,00	3,00	3,00	0,00	0,01	0,00	0,23
o. Janusz Dyrek	4,00	2,00	3,00	0,15	0,06	2,75	2,61
Grzegorz Kajdanowicz	4,33	3,33	2,67	0,39	0,24	2,43	2,06
Katarzyna Kolenda-Zaleska	5,00	4,00	5,00	0,42	0,42	1,10	2,34
Anita Werner	5,00	4,00	3,00	0,93	0,56	1,67	2,32
Piotr Marciniak	5,00	3,50	4,50	1,97	0,24	27,25	2,39
Bogdan Rymanowski	4,50	4,00	3,75	0,80	0,62	2,42	1,60
Monika Olejnik	5,00	5,00	2,67	0,69	0,64	1,24	4,66
Andrzej Morozowski	3,40	3,80	2,80	0,24	0,17	1,75	1,18
Marek Czyż	5,00	5,00	5,00	0,47	0,34	1,39	1,93
Krzysztof Ziemiec	5,00	2,25	4,00	0,64	0,29	2,27	1,53
Beata Tadla	5,00	3,67	3,67	1,03	0,35	3,01	2,19
Mariusz Pietrasik	3,00	2,00	5,00	0,28	0,10	2,67	2,10
Karolina Lewicka	5,00	3,14	5,00	0,28	0,31	1,29	1,68
Maciej Wąsowicz	4,67	2,67	3,33	0,33	0,54	0,71	2,35
Kamila Biedrzycka-Osica	5,00	3,00	4,50	0,90	0,51	1,74	2,48
Joanna Osińska	5,00	5,00	3,00	1,15	0,47	2,73	2,36
Joanna Racewicz	3,33	2,67	2,33	0,68	0,35	2,82	1,77
Mariusz Piekarski	5,00	4,00	4,33	0,83	0,40	2,89	1,96

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej	Średnia wartość wskaźnika trudności języka	Średnie natężenie pytań o informacje w audycjach z udziałem dziennikarza	Średnie natężenie pytań o opinie w audycjach z udziałem dziennikarza	Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie	Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu
Diana Rudnik	5,00	3,67	5,00	1,08	0,43	3,67	2,67
Piotr Kraśko	5,00	4,00	5,00	0,26	0,10	2,60	0,98
Małgorzata Serafin	4,75	2,50	3,75	0,66	0,45	1,52	1,46
Justyna Dobrosz-Oracz	4,75	2,75	3,75	1,19	0,41	4,36	2,05

Szczegółowe porównania dla poszczególnych anten pod kątem wybranych wskaźników opisane zostały na stronach 35–45 niniejszego raportu. W tym miejscu wskażemy jednocześnie poszczególnych dziennikarzy, którzy uzyskali łącznie najlepsze (w rozumieniu przyjętych założeń) wskazania przy wybranych, kluczowych kryteriach:

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji werbalnej
	Skala 1–5
Marta Kurzyńska (Polsat News)	2,00
Beata Lubecka (Polsat News)	3,00
Mariusz Pietrasik (TVP Info)	3,00
Maciej Stroiński (Polsat News)	3,33
Joanna Racewicz (TVP Info)	3,33

W zestawieniu pod względem nacechowania komunikacji werbalnej najniższe (a więc najlepsze w rozumieniu założeń przyjętych w badaniu) wartości uzyskali dziennikarze Polsatu News (Marta Kurzyńska, Beata Lubecka, Maciej Stroiński) oraz TVP Info (Mariusz Pietrasik, Joanna Racewicz). W tym zestawieniu rangowanie oparte było o założenie, że niskie nacechowanie wypowiedzi sprawia, że emocje, jakie komunikat budzi u odbiorcy, nie zaburzają odbioru zawartych w nim informacji, co sprawia, że są one bardziej zrozumiałe.

	Średnia wartość wskaźnika nacechowania komunikacji niewerbalnej
	Skala 1-5
Jarosław Gugała (Polsat News)	2,00
Marta Kurzyńska (Polsat News)	2,00
Dariusz Pogorzelski (TV Trwam)	2,00
o. Janusz Dyrek (TV Trwam)	2,00
Mariusz Pietrasik (TVP Info)	2,00

W zestawieniu pod względem nacechowania komunikacji niewerbalnej najniższe (a więc najlepsze w rozumieniu założeń przyjętych w badaniu) wartości uzyskali dziennikarze Polsatu News (Jarosław Gugała, Marta Kurzyńska), TVP Info (Mariusz Pietrasik) oraz TV Trwam (Dariusz Pogorzelski, o. Janusz Dyrek). W tym zestawieniu rangowanie oparte było o założenie, że niskie nacechowanie komunikacji niewerbalnej towarzyszącej wypowiedzi dziennikarza sprawia, że emocje i skojarzenia, jakie budzi u odbiorcy zachowanie prowadzącego, nie zaburzają odbioru zawartych w wypowiedzi informacji, co sprawia, że są one bardziej zrozumiałe.

	Średnia wartość wskaźnika trudności języka
	Skala 1-5
Robert Knap (TV Trwam)	1,00
Piotr Witwicki (Polsat News)	2,00
Marta Kurzyńska (Polsat News)	2,00
Joanna Racewicz (TVP Info)	2,33
Grzegorz Kajdanowicz (TVN 24)	2,67

W zestawieniu pod względem trudności języka najniższe (a więc najlepsze w rozumieniu założeń przyjętych w badaniu) wartości uzyskali dziennikarze Polsatu News (Piotr Witwicki, Marta Kurzyńska), TVP Info (Joanna Racewicz), TVN 24 (Grzegorz Kajdanowicz) oraz TV Trwam (Robert Knap). W tym zestawieniu rangowanie oparte było o założenie, że niski poziom skomplikowania wypowiedzi dziennikarza sprawia, że jest ona bardziej zrozumiała dla odbiorcy.

	Średni stosunek liczby pytań o informacje do liczby pytań o opinie
	Skala: od 0 wzwyż
Piotr Marciniak (TVN 24)	27,25
Dariusz Pogorzelski (TV Trwam)	7,78
Piotr Witwicki (Polsat News)	5,43
o. Jacek Aniszewski (TV Trwam)	5,00
Justyna Dobrosz-Oracz (TVP 1)	4,36

W zestawieniu pod względem stosunku liczby pytań o informacje do pytań o opinie najwyższe (a więc najlepsze w rozumieniu założeń przyjętych w badaniu) wartości uzyskali po razie dziennikarze z każdej stacji oprócz TVP Info – Piotr Marciniak z TVN 24, Dariusz Pogorzelski i o. Jacek Aniszewski z TV Trwam, Piotr Witwicki z Polsat News oraz Justyna Dobrosz-Oracz z TVP 1. W tym zestawieniu rangowanie oparte było o założenie, że wysoki udział pytań o informację zwiększa wartość poznawczą badanego przekazu i czyni go bardziej użytecznym dla widza.

	Średnia wartość wskaźnika natężenia interwencji dziennikarskich na jednostkę czasu
	Skala: od 0 wzwyż
o. Dariusz Dążek CSsR (TV Trwam)	0,06
o. Piotr Dettlaff (TV Trwam)	0,10

o. Marcin Krupa (TV Trwam)	0,23
Beata Lubecka (Polsat News)	0,23
Marek Kacprzak (Polsat News)	0,29

W zestawieniu pod względem natężenia przerywania gościom audycji najniższe (a więc najlepsze w rozumieniu założeń przyjętych w badaniu) wartości uzyskali dziennikarze Polsatu News (Beata Lubecka i Marek Kacprzak) oraz TV Trwam (o. Dariusz Drązek, o. Piotr Dettlaff, o. Marcin Krupa). W tym zestawieniu rangowanie oparte było o założenie, że niski poziom interwencji dziennikarskiej wpływa na płynność wypowiedzi gościa, a co za tym idzie na jej lepszy i mniej zakłócony odbiór przez widza.

4. Podsumowanie

Podsumowanie raportu składa się z czterech głównych części:

- podsumowania i analizy porównawczej programów publicystycznych emitowanych w okresie wyborczym na poszczególnych antenach z uwzględnieniem wskaźników ilościowych obrazujących stopień realizacji misji publicznej;
- podsumowania pod kątem roli kobiet (dziennikarek i gości) w badanych programach, uwzględniając aspekty ilościowe (dla gości: frekwencja, ekspozycja, dobór z klucza partyjnego lub merytorycznego; dla dziennikarek: frekwencja, ekspozycja) i jakościowe (dla gości: sposób wypowiedzi i ich prezentacji w audycji, przyjmowane role w interakcji z dziennikarzem; dla dziennikarek: styl moderowania dyskusji, sposób wchodzenia w spór, strategie autoprezentacji). Podsumowanie to zawiera także ogólne wnioski z ilościowej i jakościowej analizy roli kobiet w publicystyce politycznej;
- analizy roli wydarzeń w dniu 11 listopada jako czynnika interferującego z relacjami dotyczącymi wyborów;
- wniosków i podsumowania zbiorczego stanowiącego panoramiczne ujęcie publicystyki politycznej w okresie kampanii wyborczej do samorządu pod kątem czynników ilościowych i jakościowych różnicujących badane anteny i modele nadawcze (publiczny vs komercyjny).

4.1. Zestawienie porównawcze w oparciu o model wartości misyjnych (art. 21 UoRiT)

W zestawieniu porównawczym posłużyliśmy się ostatecznie pięcioma wskaźnikami ilościowymi służącymi do zestawienia ze sobą wybranych anten.

W analizie porównawczej wykorzystaliśmy wskaźniki:

- pluralizmu;
- bezstronności;
- wyważenia;
- jakości;
- integralności.

W stosunku do pierwszej wersji badania zrezygnowaliśmy ze wskaźnika niezależności jako trudnego do operacjonalizacji na poziomie zawartości badanego materiału.

Wszystkie wskaźniki zostały wyliczone w oparciu o dane zebrane w trakcie badania i zestawione dla pięciu anten. Warto zaznaczyć, że z racji specyfiki okresu wyborczego i funkcjonującej w tym czasie publicystyki oraz celowego doboru materiałów do badania tylko z tego okresu, wartości wskaźników i wnioski oraz oceny z nich wynikające nie mogą być ekstrapolowane poza materiał objęty badaniem (czyli w szczególności poza obszar publicystyki wyborczej w danej stacji).

4.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności

Ogólne założenia stojące za przyjętymi wskaźnikami do pomiaru realizacji postulatów misyjności zawartych w art. 21 ustawy o RiTV pozostały identyczne, jak w poprzedniej edycji badania¹⁰. Dla porządku w tym raporcie przypomnimy założenia stojące za wskaźnikami wraz ze wskazaniem zmian w metodologii projektu wprowadzonych w oparciu o konsultacje.

4.1.1.1. Część opisowa

Dla każdego badanego odcinka kodowane były kategorie pozwalające na jego identyfikację w badanej próbie, a także stanowiące podstawę do konstrukcji wskaźników opisujących daną audycję. Część wskaźników, zwłaszcza tych bazujących na frekwencji, dla sensownej i zrozumiałej prezentacji wymagała wykorzystania jako wagi czasu trwania audycji (tak, aby uwzględnić oczywistą obserwację, że ta sama liczba pytań czy wtrąceń dziennikarskich w materiale, który trwa o połowę krócej niż inny, powinna mieć inne znaczenie). Wskaźniki opisowe były kodowane tylko w arkuszach ilościowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania
Opis audycji	<i>Czas trwania odcinka (bez przerw reklamowych)</i>	Czas trwania w sekundach
	<i>Pora emisji</i>	Godzina emisji pierwotnej
	<i>Stacja TV</i>	Nazwa stacji
	<i>Prowadzący</i>	Imię i nazwisko
	<i>Liczba przerw reklamowych w trakcie odcinka</i>	Liczba przerw reklamowych
	<i>Czas przerw reklamowych w trakcie odcinka</i>	Czas trwania w sekundach
	<i>Średni czas trwania przerwy reklamowej</i>	Czas trwania w sekundach

¹⁰ http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/wybory/raport-krrit---eurowybory-2014-r-----mtresearch.pdf s. 80 - 88.

4.1.1.2. Wartości misyjne – pluralizm

Pierwszą z wartości wskazanych w ustawie o RiTV, analizowaną w ramach badania, był pluralizm, zdefiniowany na poziomie operacyjnym jako zróżnicowanie doboru gości do audycji, z uwzględnieniem kryterium przynależności partyjnej. Zgodnie z tak przyjętymi kategoriami realizacją postulat pluralizmu było zapraszanie do programów publicystycznych jak najbardziej zróżnicowanych gości i prezentowanie ich w zbliżony sposób, bez faworyzowania żadnej ze stron na poziomie statusu przedstawienia, w czasie dostępu do głosu w dyskusji czy w sposobie prezentacji przez realizatora materiału wideo.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika pluralizmu w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Pluralizm	<i>Aktor w audycji</i>	Wypisanie wszystkich gości audycji	Analiza jakościowa dotycząca: • sposobu prowadzenia konwersacji z każdym z polityków (analiza pytań, analiza form adresatywnych, analiza struktury i przebiegu interakcji) • analiza kontekstu doboru polityka, zestawienie osoby polityka z tematami dyskusji • analiza strony wizualnej prezentacji polityka (denotacja – opis prezentacji, konotacja – znaczenie sposobu prezentacji dla odbioru)
	<i>Sposób przedstawienia aktora</i>	Wypisanie statusu prezentacji gościa w audycji	
	<i>Czas ekspozycji</i>	Czas obecności gościa na ekranie w sekundach	
	<i>Indeksy ekspozycji aktorów</i>	Procent udziału danego gościa w łącznym czasie antenowym: a) stacji, b) łącznym	Analiza jakościowa pogłębiająca: • kontekst doboru partii i polityków – wyjście poza wskaźniki stricte ilościowe i wskazanie merytorycznych kontekstów doboru bohaterów do audycji
	<i>Indeksy ekspozycji partii</i>	Procent udziału partii reprezentowanej przez swoich polityków w łącznym czasie antenowym: a) stacji, b) łącznym	

4.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność

Drugą z badanych wartości była bezstronność, czyli sposób moderowania interakcji z gośćmi programu w sposób niefaworyzujący żadnej ze stron i minimalizujący wyrażanie własnych opinii przez dziennikarza. Została ona zdefiniowana na poziomie operacyjnym za pomocą trzech głównych składowych:

- osobistego stylu komunikacji dziennikarza, uwzględniającego jego komunikaty werbalne i niewerbalne oraz stopień ich nacechowania;
- nacechowanych działań realizatora materiału wideo (czyli takich, które przez sposób realizacji komunikują wartościowanie wypowiedzi gościa¹¹);
- interwencji dziennikarza w dyskusji, przerywających wypowiedź gościa lub zmieniających temat dyskusji w trakcie wypowiedzi gościa.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika bezstronności w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Bezstronność	<i>Określenia nacechowane w wypowiedzi dziennikarza</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	Analiza jakościowa pogłębiająca: • analiza określeń kluczowych, idiolektu dziennikarskiego i stylu komunikacji wraz z oceną wpływu tego stylu na bezstronność prowadzenia audycji • analiza warstwy konotacyjnej zachowania dziennikarza – skojarzenia i oceny indukowane nie wprost poprzez sposób zachowania prowadzącego audycję
	<i>Spis określeń nacechowanych</i>	Spis określeń charakterystycznych dla dziennikarza	
	<i>Nacechowane zachowania niewerbalne dziennikarza</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	
	<i>Spis zachowań nacechowanych</i>	Spis zachowań niewerbalnych i parawerbalnych charakterystycznych dla dziennikarza	
	<i>Zagregowana ocena bezstronności dziennikarza</i>	Wskaźnik oparty o wartości dla komunikacji werbalnej i niewerbalnej, określający ilościowo typ strategii komunikacyjnej dziennikarza	

¹¹ Przykładem może być np. ujęcie, które w kadrze z mówiącym politykiem ujmuje jednocześnie grymas niezadowolenia wybranego gościa spośród publiczności wywołany wypowiedzią polityka, w sytuacji, kiedy tylko jeden z goszczących w audycji polityków jest prezentowany za pomocą takich ujęć.

		w kontekście jego bezstronności	
	<i>Tendencyjność montażu i ekspozycji na poziomie edytorskim w materiale wideo</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym przez eksperta w zakresie montażu telewizyjnego	Analiza jakościowa pogłębiająca: • nazwanie strategii realizatorskich służących wytworzeniu określonego wrażenia na widzach (podkreślenie dynamiki sporu, pokazanie oceny postaci, pokazanie relacji prowadzący–goście)
	<i>Indeks interwencji w dyskusji i własnych wypowiedzi dziennikarza</i>	Analiza ilościowa momentów, kiedy dziennikarz przerywa wypowiedź polityka wraz z określeniem kontekstu tego przerwania	Analiza jakościowa obejmująca: • analizę retoryczną – strategię prowadzenia i kontrolowania dyskusji przez dziennikarza • analizę własnych wypowiedzi dziennikarza – określenie własnych poglądów widocznych w dyskusji • analizę warsztatu dziennikarskiego (dobór przykładów, cytatów, obietnic przytaczanych przez dziennikarza)
	<i>Wskaźnik łączny bezstronności</i>	Zagregowany wskaźnik bazujący na wariancji w wartościach oceny nacechowania wypowiedzi i liczby interwencji w dyskusji ze względu na partię, z jakiej pochodzi gość, podany dla: a) prowadzącego) audycji, c) stacji	

4.1.1.4. Wartości misyjne – wyważenie

Wyważenie sposobu moderowania dyskusji zostało zdefiniowane jako kodowany ilościowo stosunek dziennikarza do poszczególnych gości – od wartości ujemnych, obrazujących stosunek krytyczny, wartościujący i negację poglądów oraz osoby gościa (połączone z utrudnianiem jego wypowiedzi), do wartości dodatnich, obrazujących życzliwy, a w bardziej skrajnej postaci afirmatywny, aprobujący stosunek do gościa i jego wypowiedzi (połączony z braniem jego strony w dyskusji, prezentacją korzystnych dla niego przykładów i argumentów oraz przedłużaniem czasu na wypowiedzi danego gościa).

Wskaźnik łączny był liczony jako wariancja łączna zachowań dla dziennikarza, programu oraz stacji, po to, aby maksymalnie syntetycznie zaprezentować zróżnicowanie stosunku do gości dla prowadzącego, konkretnej audycji oraz stacji telewizyjnej.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika wyważenia w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Wyważenie	<i>Zachowanie dziennikarza w stosunku do aktora</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym na skali liniowej +/-	Analiza jakościowa obejmująca: • analizę przykładów zachowań afirmujących/negujących w stosunku do poszczególnych polityków • analizę stylu wyrażania oceny gościa przez dziennikarza (warstwa deskryptywna i warstwa ukryta [pogłębienie analizy znaczenia zachowania dziennikarza na poziomie analizy ramowej i sposobu zadawania pytań])
	<i>Wskaźnik łączny wyważenia</i>	Zagregowany wskaźnik bazujący na uśrednionych wartościach stosunku dziennikarzy do gości podany dla: a) prowadzącego, b) audycji, c) stacji	

4.1.1.5. Wartości misyjne – integralność

Integralność jako wartość opisana w ustawie została w badaniu zoperacjonalizowana jako dbałość o zrozumiałość przekazu w badanych audycjach publicystycznych, a także zachowanie jego cech gatunkowych i jednolitego poziomu edytorskiego we wszystkich badanych odcinkach. Kategorie z tego obszaru obejmowały:

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika integralności w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Integralność	Ocena stopnia trudności języka dziennikarza	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	Analiza pogłębiona: określenie językowych korelatów sposobu konstruowania wypowiedzi dziennikarskiej – pokazanie zróżnicowanych strategii ramowania i nazywania zjawisk w warstwie językowej
	Przykłady trudnych wyrazów	Spis trudnych wyrazów	
	Model strukturalny audycji	Kodowany w oparciu o przykładowe modele zidentyfikowane na etapie pilotażu	Analiza pogłębiona: określenie cech specyficznych danej audycji w obszarze jej budowy formalnej, doboru materiałów, struktury i kolejności prezentowanych treści
	Kontrola nad dyskusją	Kodowana jako ilość sytuacji, kiedy dziennikarz traci kontrolę nad przebiegiem dyskusji i porządkiem wypowiedzi gości	
	Wskaźnik integralności	Wskaźnik oparty o stopień złożoności językowej i strukturalnej audycji obrazujący zakres dostępności programu dla widzów – wyróżnienie audycji złożonych, analitycznych i popularnych, czyli upraszczających dyskurs polityczny	

4.1.1.6. Wartości misyjne – jakość

Jakość badanych programów została zdefiniowana za pomocą dwóch podstawowych, syntetycznych miar opisujących poziom językowy audycji (rozumiany jako posługiwanie się poprawną polszczyzną przez prowadzących) oraz poziom edytorski (rozumiany jako unikanie błędów w kadrowaniu, montażu oraz elementach, takich jak infografiki, belki czy podpisy gości).

W oparciu o te dwie miary został zdefiniowany wskaźnik łączny będący syntetyczną miarą porównawczą jakości różnych badanych audycji.

Dane brane pod uwagę w definiowaniu wskaźnika jakości w wersji dla wyborów samorządowych:

Obszar analizy	Kategorie ilościowe	Sposób kodowania	Kategorie i elementy analizy jakościowej – pogłębionej z danego obszaru
Jakość	<i>Ocena poziomu językowego</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym z pomocniczą listą błędów językowych jako podstawą oceny	Analiza pogłębiająca: wskazanie znaczenia poszczególnych błędów edytorskich i językowych dla odbioru treści przekazu (warstwa recepcji, tworzenia znaczenia przez widza)
	<i>Ocena poziomu edytorskiego</i>	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym, z pomocniczą listą błędów edytorskich jako podstawą oceny	
	<i>Wskaźnik jakości</i>	Wskaźnik oparty o stopień poprawności językowej i edytorskiej prezentowany dla: a) dziennikarza, b) audycji, c) stacji	

4.1.2. Wykaz zmian we wzorach do obliczania wskaźników

Poniższe zestawienie w syntetyczny sposób prezentuje zmiany, jakie zostały wprowadzone w analizowanych wskaźnikach:

Wskaźnik	Stary wzór	Nowy wzór	Komentarz do zmian
Pluralizm	$VPL = 0,1 / (\text{wariancja dla rozkładu procentowego udziału poszczególnych partii w czasie antenowym danej stacji})$	Bez zmian	-----
Bezstronność	$VBZ = 0,1 / (\text{średni indeks nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej} + \text{średni indeks nacechowania komunikacji niewerbalnej prowadzących} + 4 \times (\text{suma interwencji dziennikarskich w audycjach danej stacji} / \text{łączny czas ekspozycji programów danej stacji}))$	$VBZ = 0,1 / (\text{średni indeks nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej} + \text{średni indeks nacechowania komunikacji niewerbalnej prowadzących}) + 4 \times (\text{suma interwencji dziennikarskich w audycjach danej stacji} / \text{łączny czas ekspozycji programów danej stacji}) - 4 \times (\text{wariancja wyważenia ze względu na przynależność partyjną gościa})$	Taka aktualizacja wskaźnika pozwoli uwzględnić w jego przypadku sugestie, że pojęcie „bezstronność” powinno uwzględniać w swojej definicji zróżnicowanie stosunku do polityków poszczególnych partii. Zaktualizowany wskaźnik będzie zwracał wartości silniej zróżnicowane, niższe dla stacji, w których goście są traktowani w różny sposób, w zależności od tego, z jakiej partii pochodzą.
Wyważenie	$VWW = 300 (\text{moduł ze średniego nastawienia dziennikarza do gościa dla danej stacji}) \times 100$	Bez zmian	-----

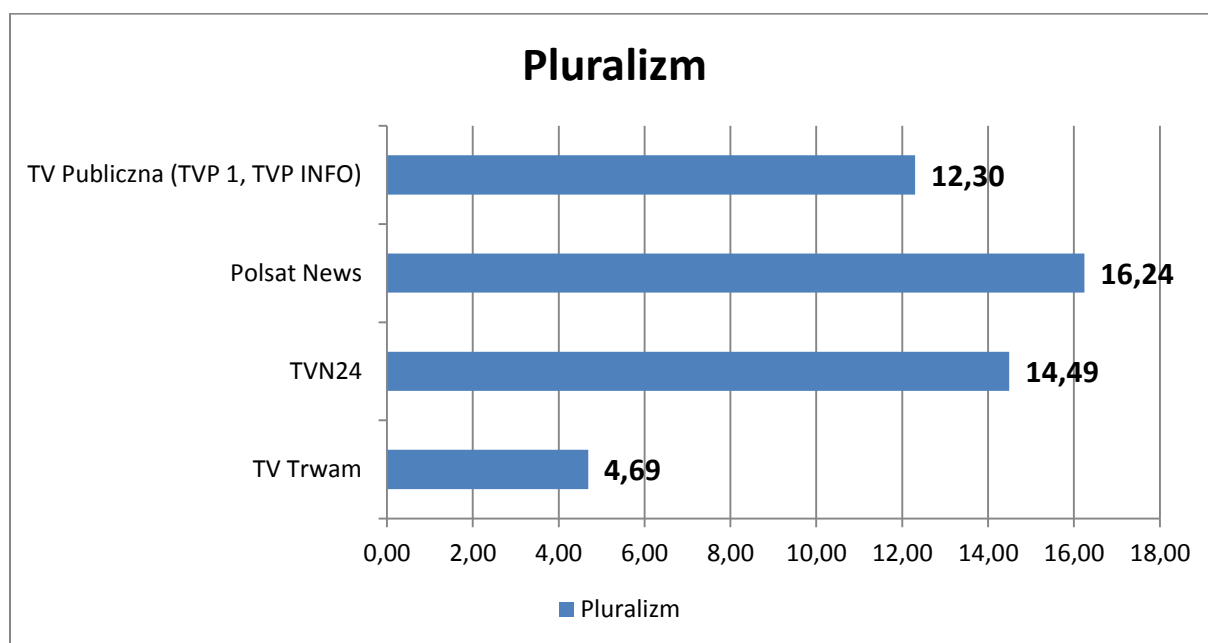
Integralność	$VIN = 100 \times (1/\text{średnia wartość zmiennej „poziom trudności języka” dla danej stacji})$	$VIN = 200 \times ((1/(\text{średnia wartość zmiennej ‘poziom trudności języka’ dla danej stacji}) - (\text{średnia wartość zmiennej ‘liczba sytuacji utraty kontroli nad dyskusją’})))$	Taka aktualizacja wskaźnika pozwoli uwzględnić w jego przypadku znaczenie płynności narracji w audycji dla jej zrozumiałości.
Jakość	$VQU = 100 \times 1/(\text{średnia ocena poziomu językowego} + \text{średnia ocena poziomu edytorskiego dla stacji})$	Wzór bez zmian	Dla wskaźnika jakości został zaktualizowany katalog szczegółowych błędów edytorskich, w oparciu o które kodowana jest zmienna związana z jakością edytorską. Zmiana ta spowoduje minimalne obniżenie średnich wartości tego wskaźnika, które jednak nie zmieni rozkładu między stacjami.

4.1.3. Analiza porównawcza programów pod kątem elementów misyjności

Na kolejnych stronach prezentujemy wartości poszczególnych wskaźników dla poszczególnych stacji wraz z komentarzem dotyczącym sposobu ich obliczenia.

Wszystkie wskaźniki zostały skonstruowane w taki sposób, aby ich wyższa wartość sygnalizowała lepszy/bardziej pożądany – z punktu widzenia ustawy – poziom.

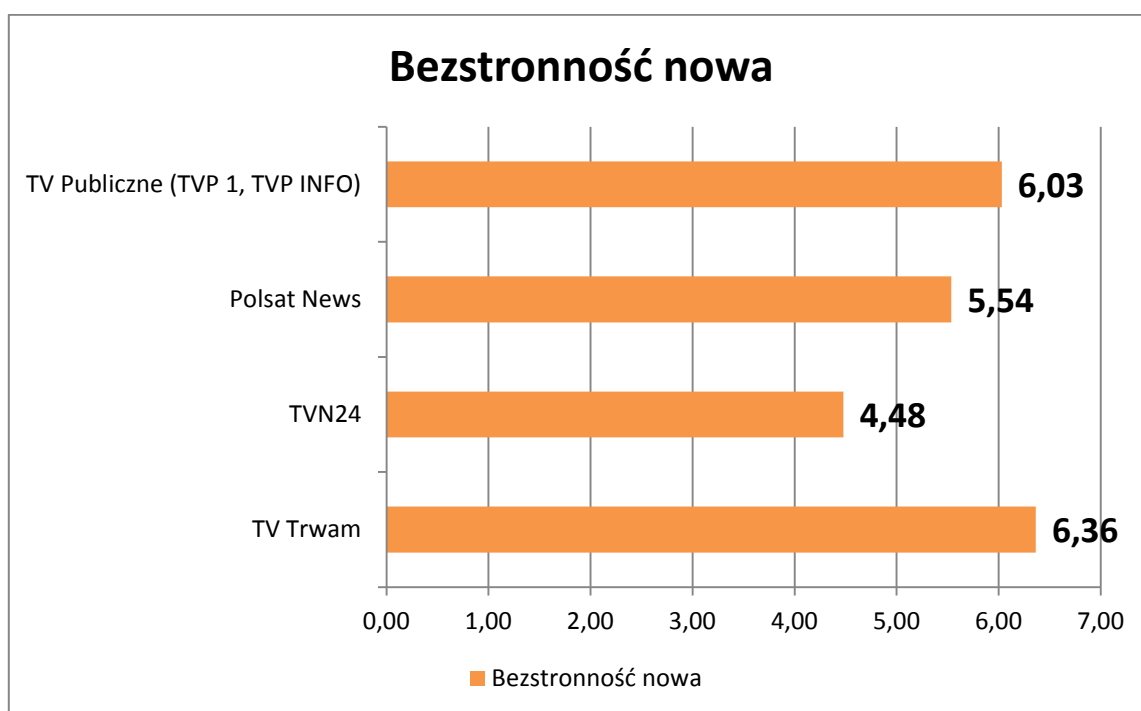
4.1.3.1. Pluralizm



Wskaźnik ten rośnie wtedy, kiedy rosną różnice w procentowej ekspozycji poszczególnych partii. Wskaźnik dąży do zera w sytuacji, kiedy rośnie procentowy udział jednej z partii kosztem pozostałych, a rośnie, kiedy maleją różnice w procentowych udziałach poszczególnych partii. Jest to zachowanie zgodne z modelem pluralizmu zrównoważonego, co powoduje, że wysokie wartości na tym wymiarze uzyskują stacje, w których udział procentowy poszczególnych partii w czasie ekspozycji rozkłada się najbardziej równomiernie, czyli w przypadku tego badania – Polsat News oraz TVN 24, w przypadku których wariancja ekspozycji partii politycznych osiągnęła

minimum. TV Trwam z ekspozycją tylko trzech partii osiągnęła w tym zestawieniu najniższy wynik.

4.1.3.2. Bezstronność



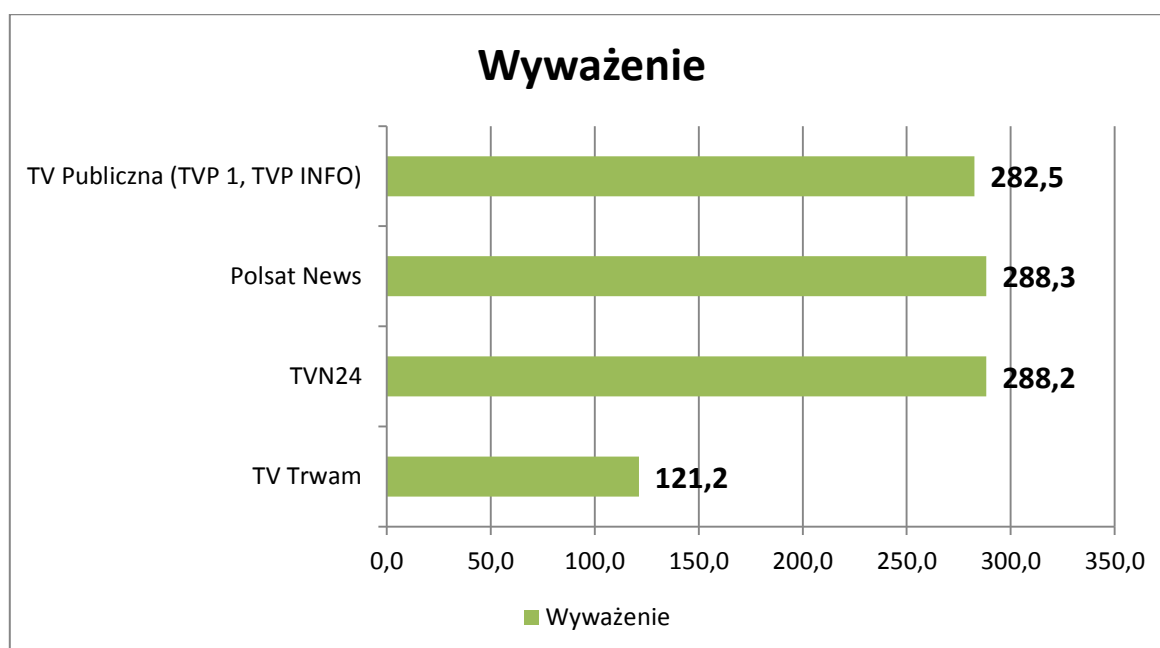
Tak skonstruowany wskaźnik maleje, kiedy dla danej stacji rośnie jeden z czterech wzmiankowanych czynników świadczących o braku bezstronności dziennikarzy – nacechowanie wypowiedzi lub gestykulacji, skłonność do przerywania gościom oraz wpływ partii, z której pochodzą goście na nastawienie dziennikarza do nich. W badanej próbie wysokie wyniki bezstronności uzyskały audycje TV Trwam (dzięki niskiej skłonności dziennikarzy do przerywania gościom i relatywnie mało nacechowanemu zachowaniu dziennikarzy) oraz TV publicznych (dzięki mało nacechowanemu zachowaniu dziennikarzy i bardzo małemu wpływowi, jaki na zachowanie dziennikarza wywierała przynależność partyjna gości).

Porównanie wartości wg nowego i starego wzoru:

	Bezstronność stara	Bezstronność nowa
TV TRWAM	9,32	6,36
TVN 24	5,81	4,48
POLSAT NEWS	6,80	5,54
TV PUBLICZNA (TVP 1, TVP INFO)	6,39	6,03

Zmiany wprowadzone w konstrukcji wskaźnika wyraźnie premiuje stacje o niskim wpływie przynależności partyjnej gościa na zachowanie dziennikarza – w tym obszarze wyraźnie traci TV Trwam, a relatywnie zyskuje w tym badaniu TV publiczna.

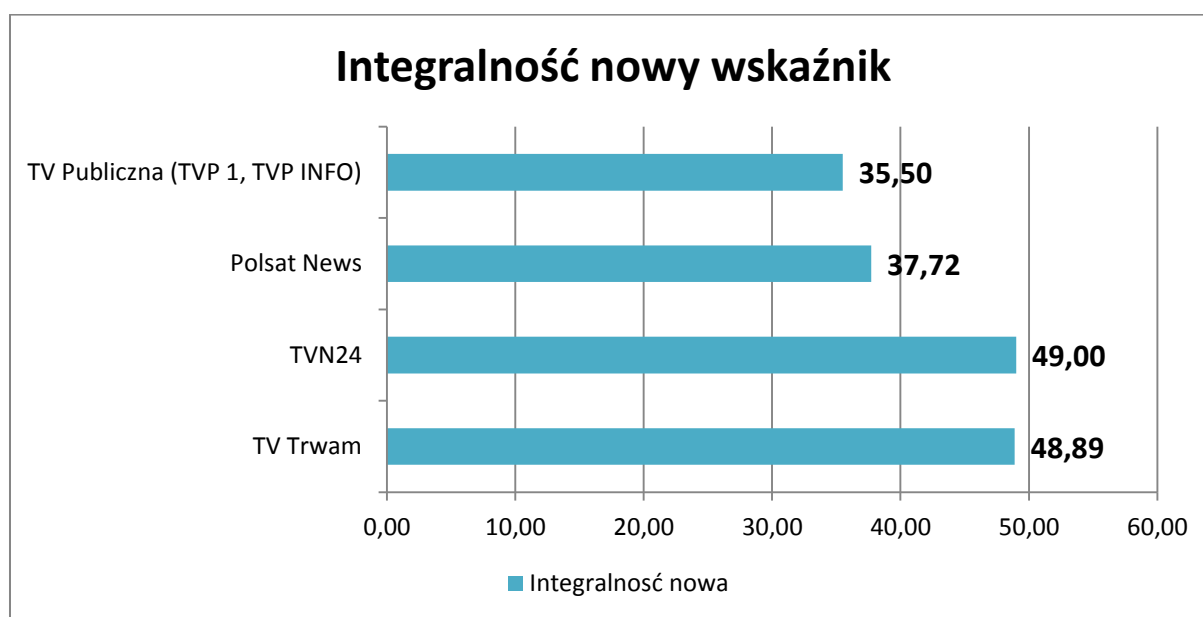
4.1.3.3. Wyważenie



Wskaźnik ten bazuje na stosowanej analizie skali nastawienia dziennikarza do gościa (przyjmuje ona wartości od -3 do 3, a optymalnym poziomem jest poziom 0). Wskaźnik wyważenia może przyjąć wartość od 0 pkt (sytuacja, kiedy w każdym materiale w danej stacji dziennikarze odnosiliby się do gości albo skrajnie entuzjastycznie, albo skrajnie krytycznie) do 300 pkt (sytuacja, w której w każdym materiale w danej stacji

dziennikarze zachowaliby idealne wyważenie opinii i neutralny stosunek do gości). Co ważne, w przypadku tego wskaźnika, podobnie jak w skali nastawienia, negatywnie traktowane jest wychylenie zarówno *in plus* w stosunku do gościa, jak i *in minus*. Dane dla tego wskaźnika są wyrównane z najlepszym wynikiem TVN 24 oraz Polsatu News i wyraźnie niskim wynikiem TV Trwam (wynikającym z bardzo życzliwego, afirmującego stosunku do goszczonych na antenie polityków PiS, Solidarnej Polski i Ruchu Narodowego).

4.1.3.4. Integralność



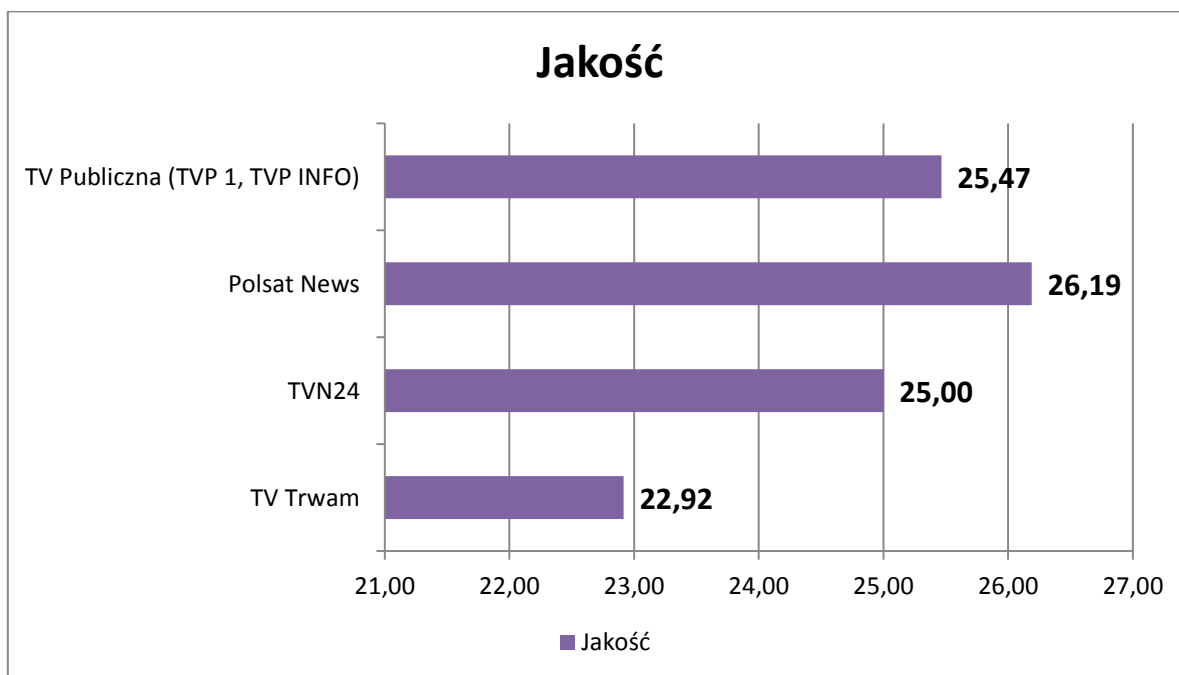
Tak skonstruowany wskaźnik integralności rośnie, kiedy spada wartość wskaźnika trudności języka, a więc wtedy, kiedy daje się zaobserwować, że dziennikarze używają mniejszej liczby trudnych wyrazów (długich, wielosylabowych lub pochodzących z profesjolektów różnego rodzaju, np. języka technicznego, ekonomicznego, politologicznego), a także wtedy, kiedy spada częstotliwość sytuacji, w których w studiu panuje chaos, a dziennikarz traci kontrolę nad sytuacją. W przeprowadzonym badaniu pod względem integralności, a więc i zrozumiałości przekazu, wyraźnie dominowały stacje niepubliczne – TVN 24 oraz TV Trwam.

Porównanie wartości wg nowego i starego wzoru:

	Integralność stara	Integralność nowa
TV TRWAM	24,44	48,89
TVN 24	29,85	49,00
POLSAT NEWS	28,21	37,72
TV PUBLICZNA (TVP 1, TVP INFO)	24,55	35,50

Nowy algorytm wyraźnie premiuje stacje, w których dziennikarz zachowuje dużą kontrolę nad przebiegiem audycji, a sama dyskusja jest uporządkowana, ze spokojną interakcją między gościem a dziennikarzem. Najbardziej na takiej zmianie zyskała TV Trwam, w której dziennikarze praktycznie nie muszą przerywać gościom, a rozmowa w programie ma przez to bardzo spokojny, stonowany przebieg (warto podkreślić, że goście pochodzą z niemal jednego ugrupowania, co wypada wiązać z przebiegiem samych audycji).

4.1.3.5. Jakość



Tak skonstruowany wskaźnik rośnie, kiedy w danej audycji spada liczba błędów językowych i realizacyjnych zarejestrowanych w toku obserwacji. Warto zauważyć, że

w tym badaniu i jeden, i drugi poziom błędów był na ogólnie niskim poziomie (maksymalna wartość wskaźników częstotliwości błędów wynosiła ok. 2,5 w skali pięciostopniowej). Po zagregowaniu obu zmiennych za pomocą wskaźnika jakości okazuje się, że wszystkie stacje uzyskały dość wysokie wyniki, nieco niższą od pozostałych wartość uzyskała jedynie TV Trwam.

4.1.4. Łączny indeks realizacji misji

Dane z pięciu wymiarów misji posłużyły (po przekształceniu na jednolitą jednostkę, czyli po standaryzacji) do porównania audycji pod kątem indeksów misyjności oraz zagregowanego wskaźnika realizacji misji publicznej.

Dane te prezentują się następująco:

Wartości surowe						
	Pluralizm	Wyważenie	Integralność nowa	Bezstronność nowa	Jakość	
TV TRWAM	4,69	121,21	48,89	6,36	22,92	
TVN 24	14,49	288,24	49,00	4,48	25,00	
POLSAT NEWS	16,24	288,31	37,72	5,54	26,19	
TV PUBLICZNA (TVP 1, TVP INFO)	12,30	282,54	35,50	6,03	25,47	
Wartość średnia	11,93	245,07	42,78	5,60	24,89	
Odchylenie standardowe	5,09	82,62	7,18	0,82	1,41	
Wartości standaryzowane ¹²						
	Pluralizm	Wyważenie	Integralność nowa	Bezstronność nowa	Jakość	SUMA PKT
TV TRWAM	-1,42	-1,50	0,85	0,93	-1,41	-2,55
TVN 24	0,50	0,52	0,87	-1,37	0,08	0,60
POLSAT NEWS	0,85	0,52	-0,70	-0,08	0,92	1,51
TV PUBLICZNA (TVP 1, TVP INFO)	0,07	0,45	-1,01	0,52	0,41	0,44
Średnia dla niepublicznych	-0,02	-0,15	0,34	-0,17	-0,14	

Na podstawie zsumowanych i wystandaryzowanych wskaźników realizacji misji widać, że najlepiej założenia ustawowe w badanym okresie (dla przyjętych definicji operacyjnych tych zadań) realizowały w kolejności:

1. Polsat News – z dużą przewagą
2. TVN 24 i TV publiczna

¹² Dane standaryzowane to dane przeliczone na wspólną jednostkę, która umożliwia porównywanie wyników uzyskanych na różnych skalach. Dane ze wskaźników przed standaryzacją (tzw. dane surowe) mogą być porównywane tylko w obrębie danego wskaźnika, jednak poszczególnych wskaźników nie można wprost porównywać między sobą. Umożliwia to dopiero wykonanie na danych operacji standaryzacji, która powoduje, że dane dla każdego wskaźnika zostają przeliczone na punkty w identycznej skali, które można ze sobą porównywać, lub, jak w zestawieniu sumarycznym dla anten, sumować.

3. TV Trwam

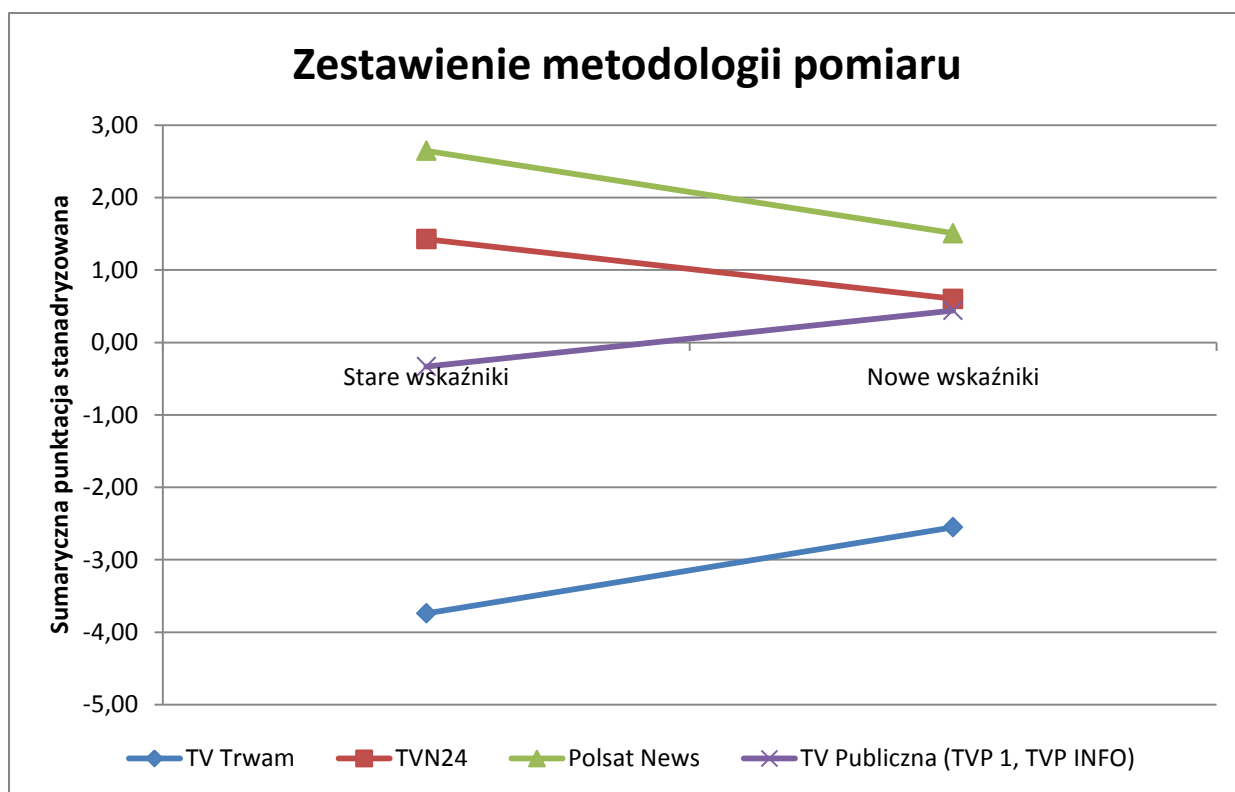
W analizie dokonanej na potrzeby eurowyborów kolejność ta przedstawiała się następująco i była bardzo zbliżona do wyniku z wyborów samorządowych:

1. Polsat News
2. TV publiczna
3. TVN 24
4. TV Trwam

Dla porównania prezentujemy także tabelę zbiorczą z wartościami wskaźników wyliczonymi wg starej metodologii:

Wartości surowe						
	Pluralizm	Wyważenie	Integralność stara	Bezstronność stara	Jakość	
TV TRWAM	4,69	121,21	24,44	9,32	22,92	
TVN 24	14,49	288,24	29,85	5,81	25,00	
POLSAT NEWS	16,24	288,31	28,21	6,80	26,19	
TV PUBLICZNA (TVP 1, TVP INFO)	12,30	282,54	24,55	6,39	25,47	
Wartość średnia	11,93	245,07	26,76	7,08	24,89	
Odchylenie standardowe	5,09	82,62	2,70	1,55	1,41	
Wartości standaryzowane						
	Pluralizm	Wyważenie	Integralność stara	Bezstronność stara	Jakość	SUMA PKT
TV TRWAM	-1,42	-1,50	-0,86	1,45	-1,41	-3,74
TVN 24	0,50	0,52	1,14	-0,82	0,08	1,43
POLSAT NEWS	0,85	0,52	0,53	-0,18	0,92	2,65
TV PUBLICZNA (TVP 1, TVP INFO)	0,07	0,45	-0,82	-0,45	0,41	-0,33
Średnia dla niepublicznych	-0,02	-0,15	0,27	0,15	-0,14	

Jak widać, mimo pewnych zmian w szczegółowych wartościach wskaźników, ogólny rozkład i kolejność stacji w tym zestawieniu byłyby niemal identyczne, jak przy zastosowaniu nowej metodologii pomiaru. Na poniższym wykresie w syntetyczny sposób prezentujemy zmiany w poszczególnych stacjach według starej i nowej punktacji.



Zestawienie to pokazuje, że zmiany wprowadzone w metodologii pomiaru wskaźników misyjności doprowadziły do spłaszczenia skali i wyrównania ocen między stacjami, nie zmieniając jednak kolejności i rozkładu wyników między stacjami.

4.2. Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych

Drugą część podsumowania raportu stanowi analiza proporcji ilościowych i czynników jakościowych różnicujących sposób doboru i autoprezentacji gości kobiet i mężczyzn. Zestawienia na kolejnych stronach oparte są o wskaźniki ilościowe ekspozycji (czynnej, biernej i łącznej) oraz przynależność partyjną i status gościa (kandydat w wyborach do PE, inny polityk, ekspert), a także o karty analizy jakościowej wszystkich audycji.

Generalne wnioski z analizy prezentacji i wizerunku kobiet wskazują na dwa przeciwstawne trendy w ich obecności w programach publicystycznych:

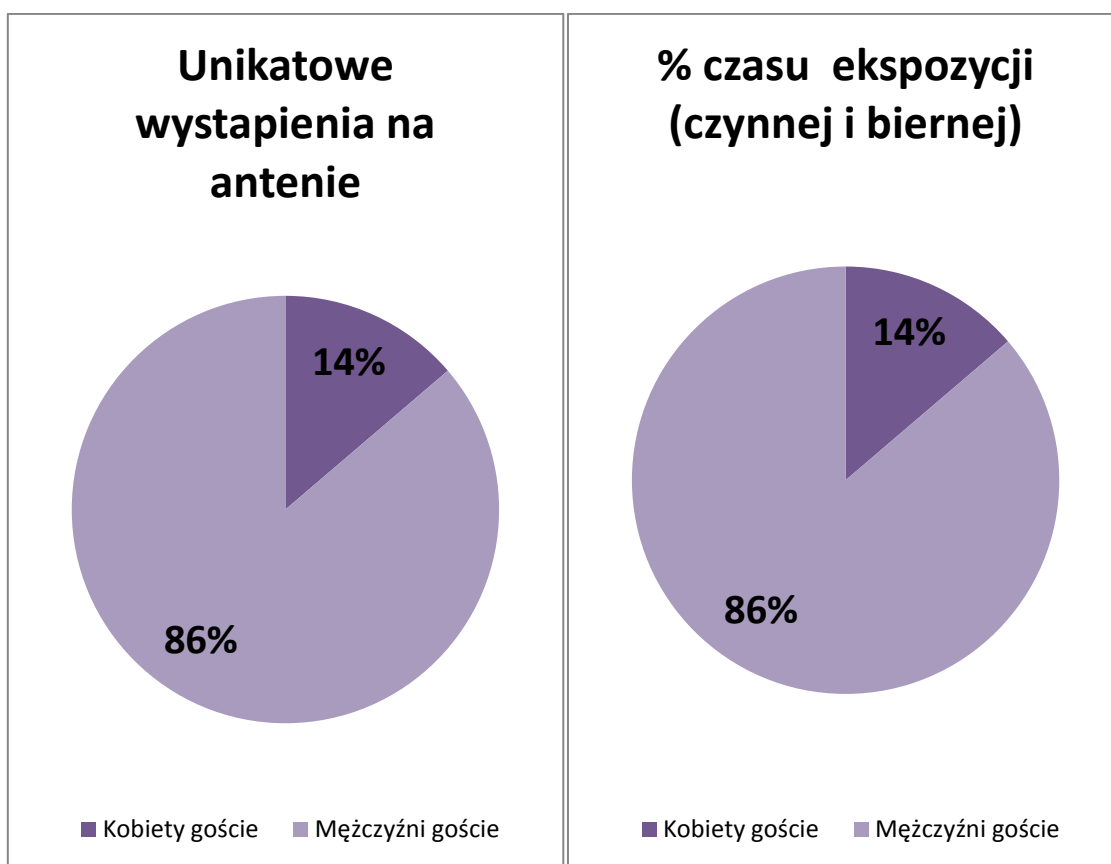
- Na poziomie ilościowym, podobnie jak w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego, widoczna jest wyraźna dominacja mężczyzn wśród gości zapraszanych do programów w każdej z ról – kandydatów, ekspertów i innych polityków komentujących przebieg wyborów – i to zarówno pod względem ekspozycji, jak i częstotliwości wystąpień w programach. Proporcja kobiet gości do mężczyzn zapraszanych do programów wynosi mniej więcej 14 do 86 proc., a więc jest bardzo odległa od wszelkich pojawiających się w debacie publicznej progów parytetowych (30 czy 50 proc.).
- Jednocześnie na poziomie jakościowym – w obszarach, takich jak strategie retoryczne, sposób wchodzenia w interakcję, sposób prowadzenia sporu, tematyka wypowiedzi, w relacjach dotyczących wyborów samorządowych, widoczna jest wyższa niż w przypadku poprzednich edycji tego badania ekspozycja kobiet w rolach doświadczonych polityczek oraz aktywnych ekspertek, a więc ról o bardziej wyrazistym wpływie na dyskusję w badanych programach.

Jak sygnalizowano wcześniej, w ekspozycji prowadzących kobiet i mężczyzn widać dużą równowagę i jest to zjawisko stabilne, ponieważ podobny parytet płci dało się zaobserwować w badanych audycjach także w okresie eurowyborów 2014. W badanym okresie audycje prowadziły następujące dziennikarki:

Prowadząca	Liczba prowadzonych wydań audycji
Karolina Lewicka	7
Agnieszka Gozdyra	5
Justyna Dobrosz-Oracz	4
Małgorzata Serafin	4
Beata Tadla	3
Diana Rudnik	3
Joanna Racewicz	3
Joanna Wrześniewska-Sieger	3
Magda Sakowska	3
Monika Olejnik	3
Dorota Gawryluk	2
Joanna Osińska	2
Kamila Biedrzycka-Osica	2
Katarzyna Kolenda-Zaleska	2
Anita Werner	1
Beata Lubecka	1
Marta Kurzyńska	1

4.2.1. Kobiety goście (analiza porównawcza doboru i zachowania kobiet-gości programu)

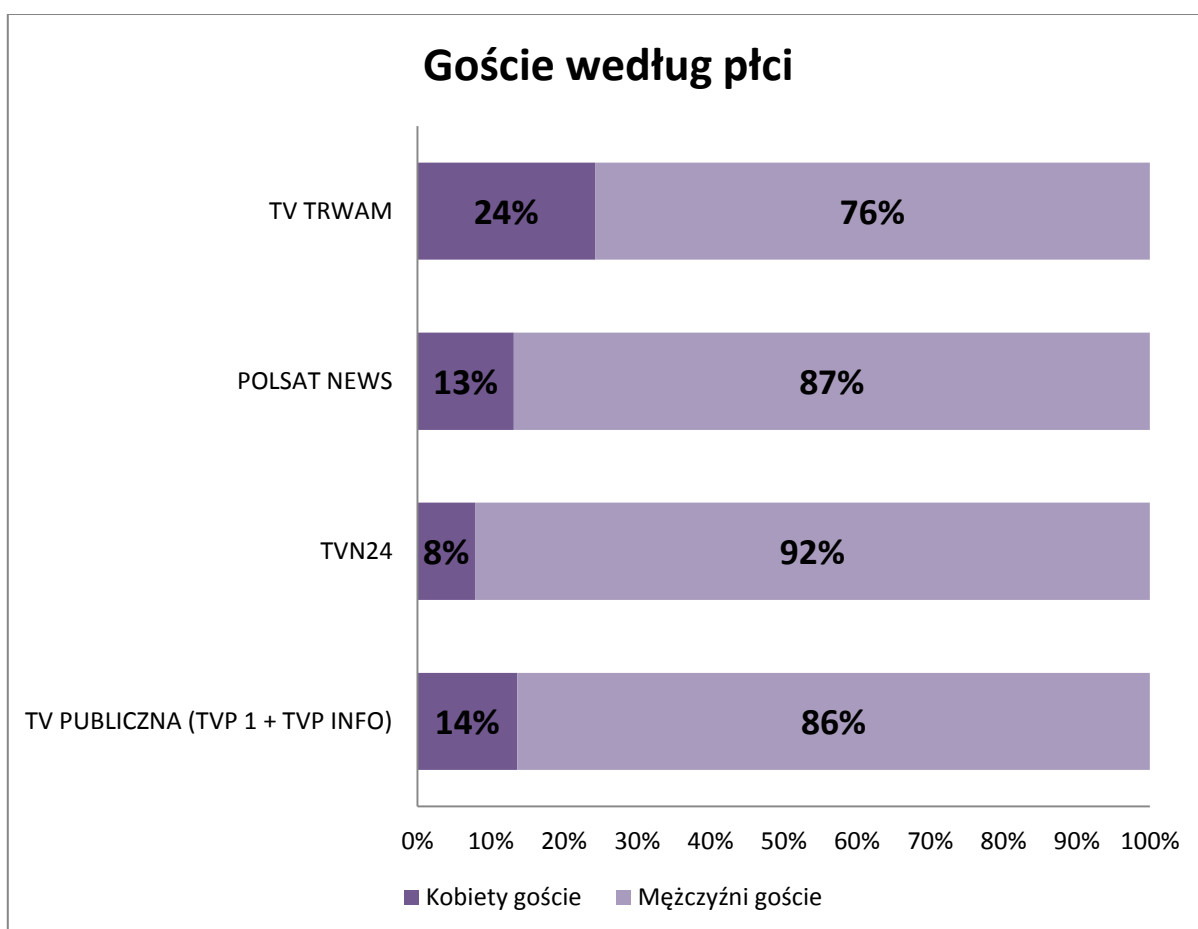
Zestawienie strategii doboru gości dobitnie pokazuje sygnalizowaną na wstępie dysproporcję w obecności na antenie kobiet jako gości. Co ciekawe, w tym projekcie w analizie zbioru 270 wystąpień gości w badanym materiale, okazało się, że wartości procentowe zarówno unikatowych wystąpień kobiet – gości, jak też odsetek czasu, w którym są eksponowane na ekranie są identyczne (sic!) jak w przypadku analizowanych w poprzedniej wersji badania eurowyborów.



Zestawienie tych danych z danymi z poprzednich wyborów wskazuje na zaskakującą stabilność preferencji dziennikarzy w doborze gości do audycji publicystycznych.

4.2.1.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji

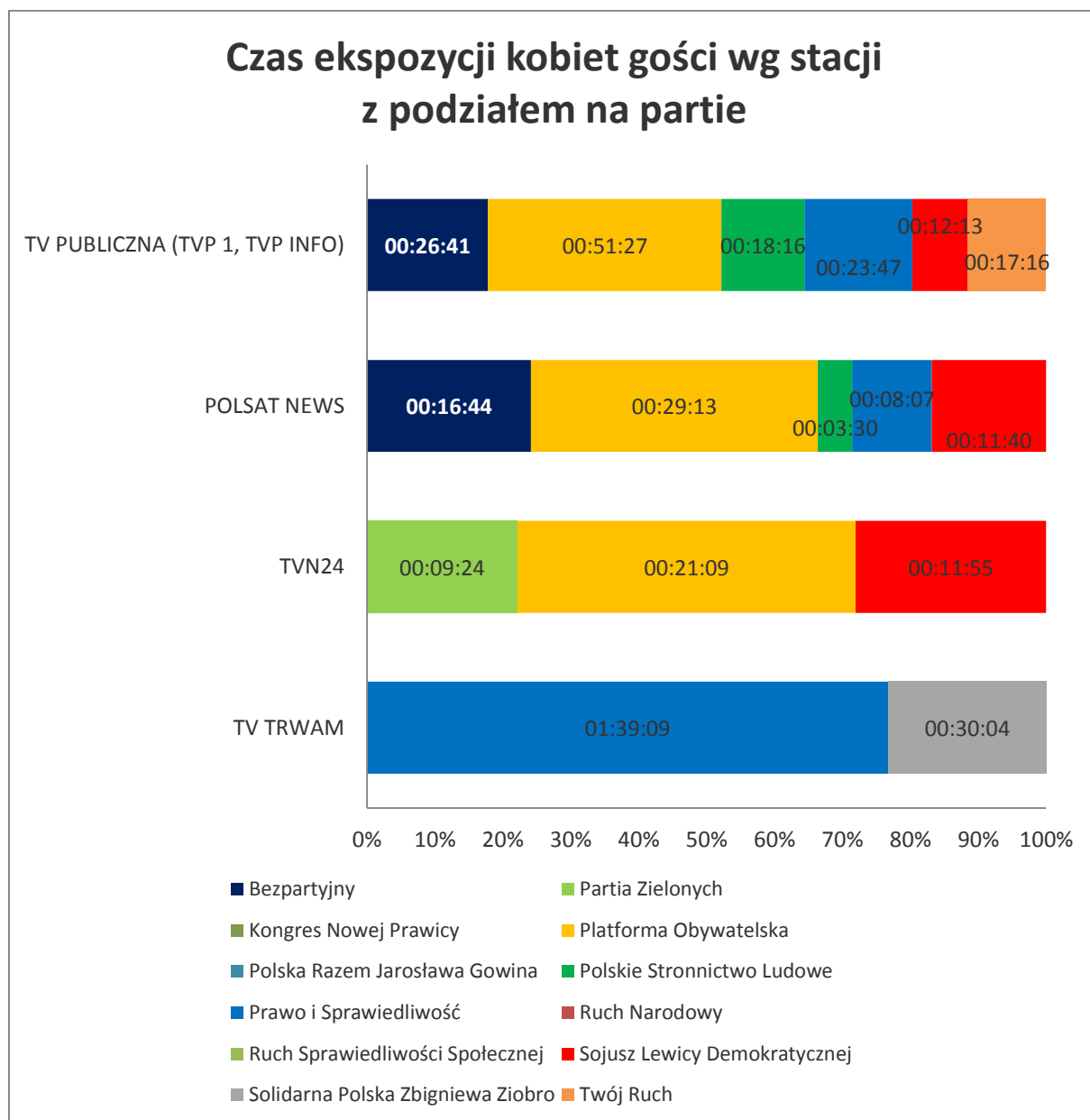
W zależności od stacji dają się zauważyć różne strategie doboru kobiet-gości do udziału w audycji. Udział kobiet jest relatywnie najwyższy w TV Trwam (24 proc.) oraz w TV publicznych (14 proc.), a najniższy w TVN 24 (8 proc.). Podobnie jak w poprzednim badaniu stacją, która relatywnie najczęściej eksponuje kobiety jako gości audycji, okazała się TV Trwam, także pozostałe odsetki częstości prezentacji kobiet rozkładały się w sposób bardzo zbliżony do tego zaobserwowanego przy poprzednich wyborach, co wskazuje na dużą stabilność, jeśli chodzi o praktyki redakcyjne w doborze gości.



W kolejnym zestawieniu prezentujemy poziom reprezentacji poszczególnych partii wśród kobiet-gości w badanych audycjach.

4.2.1.1.1. Dobór wg partii

Na kolejnym wykresie prezentujemy zestawienie czasowej ekspozycji kobiet-gości w audycjach z podziałem na partie.



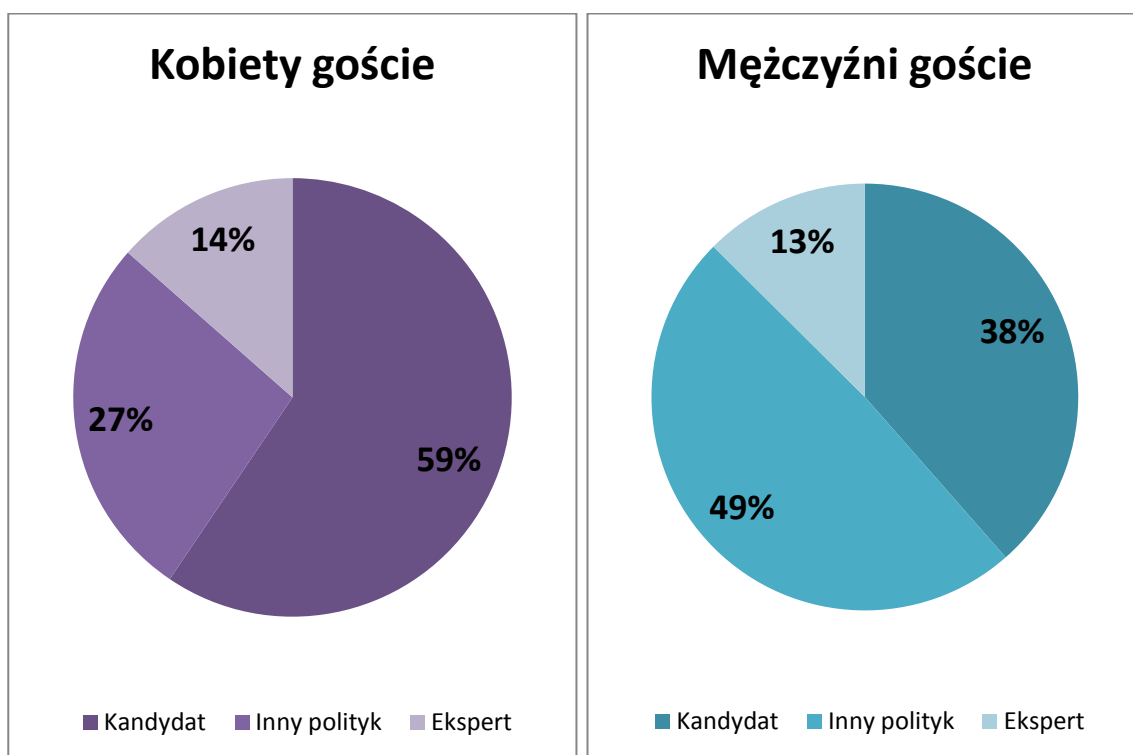
Na kolejnej stronie prezentujemy szczegółowe zestawienie składu grupy kobiet-gości o statusie „bezpartyjna” ujętych w analizowanym materiale:

Kobieta z grupy bezpartyjnych	Liczba wystąpień	Status	Stacja
Ewa Pietrzyk-Zieniewicz	2	ekspertka	POLSAT NEWS
Krystyna Prońko	1	kandydatka	TVP 1 / TVP INFO
Anna Grodzka	1	inny polityk	TVP 1 / TVP INFO
Anna Kędzierska	1	ekspertka	POLSAT NEWS
Agata Miazga	1	ekspertka	TVP 1 / TVP INFO
Ewa Modrzejewska	1	ekspertka	TVP 1 / TVP INFO

Zestawienie to pokazuje wyraźną dominację grupy kobiet-ekspertek wśród gości bezpartyjnych, a także wskazuje na preferencję Polsatu News i TV publicznych w zapraszaniu gości z tej grupy do komentowania kampanii na antenie.

4.2.1.1.2. Dobór wg statusu (kandydatka, inny polityk, ekspert)

Wykresy struktury doboru gości według statusu wskazują, że prawdopodobna staje się sformułowana w pierwszej edycji tego badania hipoteza o tym, że niska reprezentacja kobiet jako gości programów jest pochodną ich niskiej obecności na dobrych miejscach określonych list wyborczych. W przypadku kobiet gości dalej najsilniej eksponowaną kategorią są kandydatki w wyborach, stąd można założyć, że ich ekspozycja jest silnie zależna od tego, czy wyraziste postaci kobiece znajdują się na dobrych miejscach list wyborczych. W przypadku mężczyzn gości widoczna jest dominacja innych polityków niż kandydujący w wyborach, co sugeruje, że komentatorami wyborów samorządowych w mediach ogólnopolskich byli przede wszystkim politycy aktywni w partiach na szczeblu krajowym, a więc ten zestaw gości, który z zasady jest najbardziej dostępny dla redakcji programów publicystycznych i chętny do udziału w dyskusjach.



4.2.1.2. Tematyka wypowiedzi i sposób uczestnictwa w dyskusji

W toku analizy jakościowej uwzględniającej elementy, takie jak: sposób wypowiedzi zaproszonej ekspertki lub polityczki, tematy, o jakie pytają ją dziennikarze, dynamika wypowiedzi i poziom ekspresji oraz aktywna ekspozycja w programie publicystycznym, dała się zaobserwować wyraźnie wyższa niż w kampanii przed eurowyborami obecność kobiet o cechach liderek politycznych, należących do opisanego w poprzedniej części badania segmentu „doświadczonych polityczek” i „aktywnych ekspertek”. W zestawieniu według typologii zachowań kobiet-gości widoczne są następujące tendencje w obrębie poszczególnych segmentów:

- **Doświadczone polityczki:**

- ich cechą konstytutywną jest wiedza i osiągnięcia na polu merytorycznym (politycznym lub zawodowym), tak są postrzegane przez dziennikarzy, którzy zadają im pytania właśnie tego typu – rzeczowe, konkretne, neutralne, zachowując wyraźny dystans;
- do tej grupy można zaliczyć m.in.: Julię Piterę, Hannę Gronkiewicz-Waltz, Iwonę Śledzińską-Katarasińską, Ilonę Antoniszyn-Klik.

- **Mniej doświadczone polityczki:**

- są to postaci albo charakterystyczne, aktywne w dyskusji, bardziej emocjonalne niż doświadczone polityczki, albo wycofane i pełniące głównie funkcję reprezentanta interesów swojej partii. Prowadzący zachęcają je i prowadzą dyskusję w kierunku tematów ogólnych, analitycznych, odnoszących się do opinii gości, ich przewidywań czy prognoz dotyczących przebiegu wyborów, ale z mniejszym niż w przypadku doświadczonych polityczek udziałem pytań o konkretne informacje, decyzje czy strategiczne cele polityczne.
- do tej grupy należą m.in.: Anna Grodzka, Anna Mańkowska, Mirosława Stachowiak-Różecka.

- **Aktywne ekspertki:**

- aktywne w dyskusji, mają swoje obszary kompetencji, ale albo z racji tematyki tych obszarów, albo funkcji pełnionej przed kampanią nie mogą być uznane za działaczki polityczne jako takie;
- do tej grupy należą m.in.: Ewa Modrzejewska, Teresa Kubas-Hul (należąca do PO, ale prezentowana przede wszystkim jako urzędniczka państwowa).

- **Reaktywne ekspertki:**

- kobiety z racji pełnionych funkcji posiadające wiedzę i doświadczenie z określonego obszaru, ale raczej wycofane w rozmowie, nieofensywne, trudno zapamiętywalne i nieprezentujące ostrych, kontrowersyjnych sądów;
- do tej grupy należą m.in.: Ewa Pietrzyk-Zieniewicz, Agata Miazga.

- **Zaangażowane działaczki społeczne:**

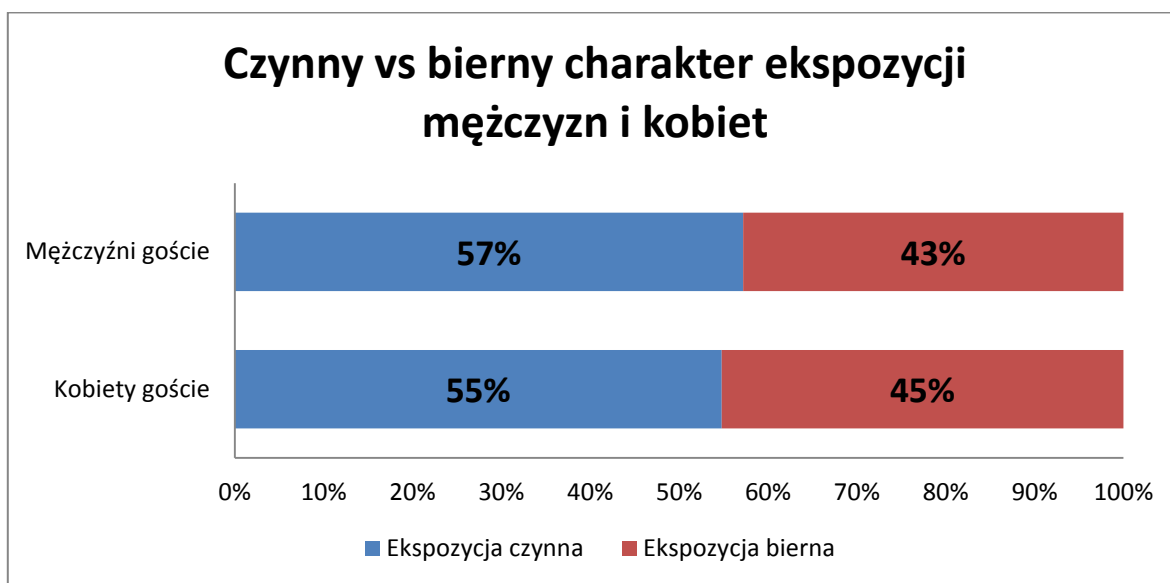
- kobiety aktywne w określonym obszarze życia społeczno-gospodarczego, mające już określone doświadczenie polityczne lub zawodowe, często kandydatki w wyborach wywodzące się ze stronnictw niezależnych;
- do tej grupy należy Joanna Erbel.

- **Niezaangażowane działaczki społeczne:**

- kobiety zapraszane do dyskusji w kwestiach „miękkich”, ale wycofane w dyskusji, nieofensywne, niezapamiętywalne, będące tłem dla innych gości i audycji;
- jest to grupa kobiet-gości nieobecna w przypadku tych wyborów.

4.2.1.3. Strategie edytorskie wobec kobiet gości

W ilościowym zestawieniu czasu ekspozycji w rozbiciu na bierną (kiedy gość jest widoczny, ale nie ma głosu w audycji) i czynną (kiedy gość ma głos w audycji i jednocześnie jest obecny w kadrze), widoczne jest duże podobieństwo, jeśli chodzi o kobiety-gości i o mężczyzn-gości.



Zestawienie to pokazuje, że istnieje co prawda różnica na korzyść mężczyzn (identycznie jak w poprzedniej edycji badania – o dwa punkty procentowe częściej są oni prezentowani jako aktywni uczestnicy dyskusji), ale nie wydaje się ona bardzo wysoka w skali wszystkich badanych materiałów wideo. Wskazuje to, że nie jest prawdopodobna hipoteza, że w badanych programach kobiety są zapraszane, ale jednocześnie w dyskusji nie dostają możliwości wypowiedzi i są zdominowane przez mężczyzn. Podobne odsetki ekspozycji wskazują, że jeśli dziennikarze zapraszają kobiety, to traktują je tak samo jak mężczyzn-gości w audycjach.

Wydaje się, że kluczowym elementem różnicującym jest tutaj charyzma, osobowość, umiejętności komunikacyjne, determinacja w dążeniu do zabrania głosu, a nie płeć.

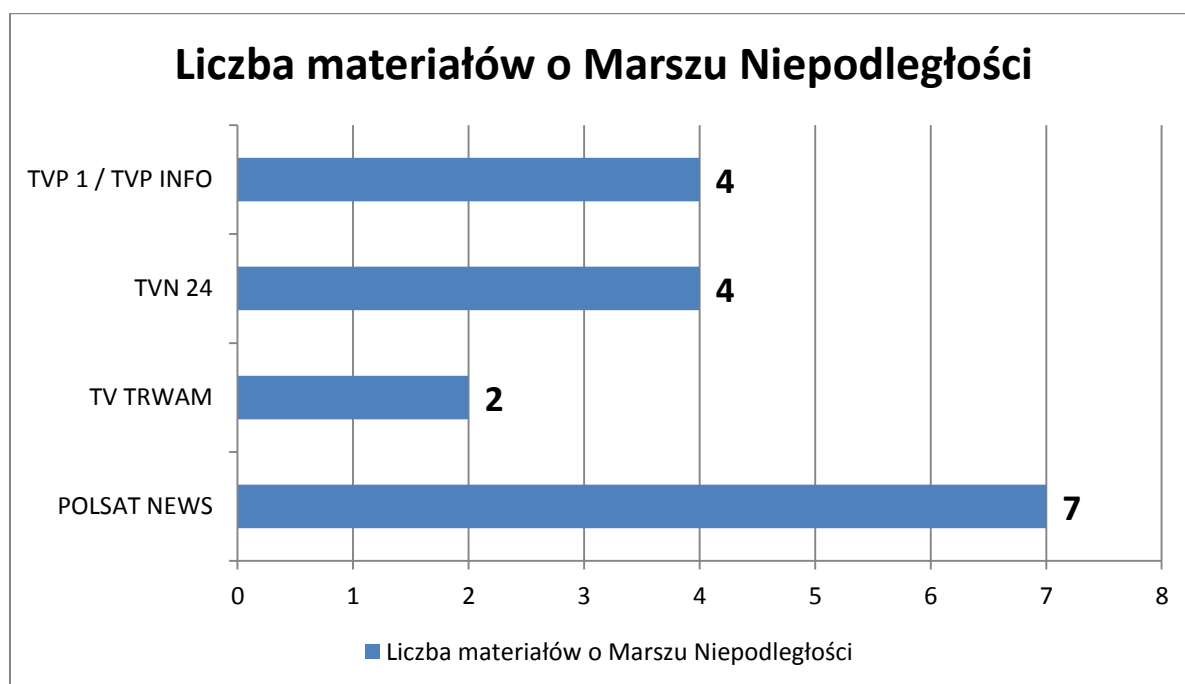
Nie można także jednoznacznie stwierdzić zróżnicowania sposobu prowadzenia rozmowy przez dziennikarzy w zależności od płci gościa.

4.3. Marsz Niepodległości – studium przypadku wpływu ważnego wydarzenia na dyskurs wyborczy

W toku tego projektu badawczego, z racji specyfiki kalendarza wyborczego i jego nałożenia na obchody święta 11 listopada, wraz z towarzyszącymi tej rocznicy marszami organizowanymi w stolicy, szczególną uwagę podczas monitoringu zostały objęte audycje, w których obok tematyki wyborczej pojawiały się wątki związane z obchodami Święta Niepodległości, a dokładnie z szeroko nagłaśnianym w mediach Marszem Niepodległości. Celem tej części projektu było oszacowanie potencjalnego wpływu tematyki związanej z Marszem na dyskurs publicystyczny w okresie okołowyborczym.

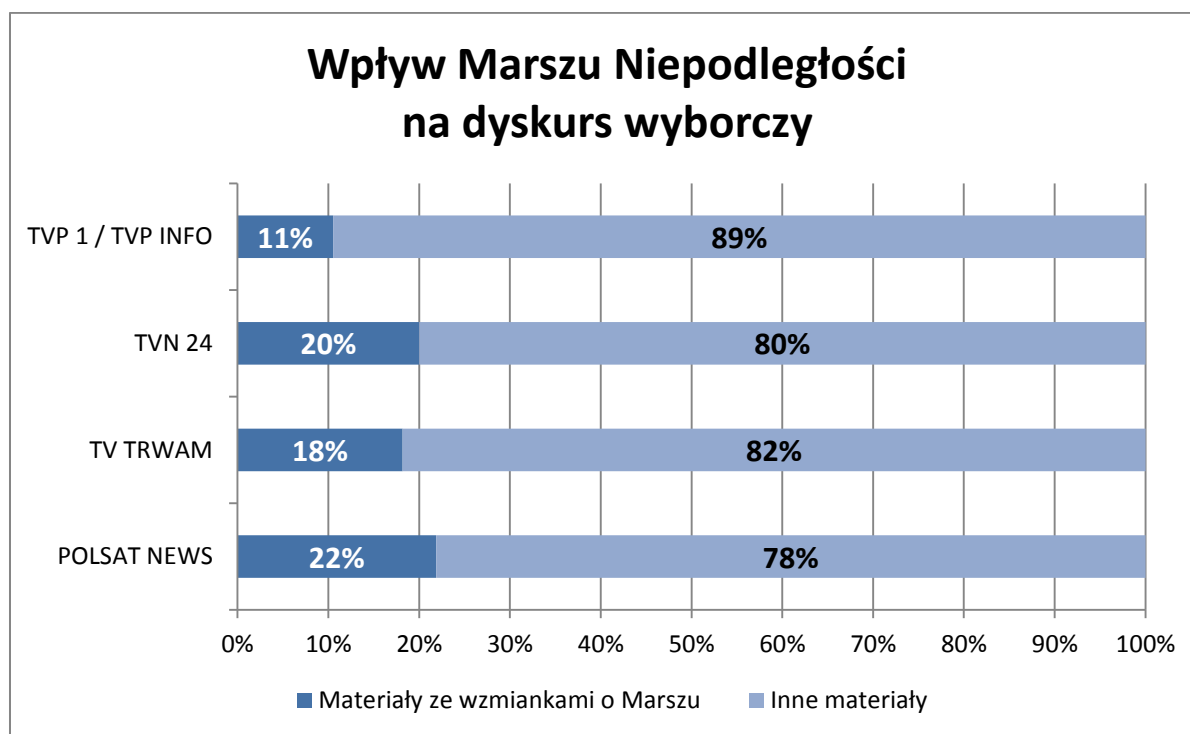
4.3.1. Ekspozycja tematyki Marszu w kontekście wyborczym wg stacji

Na pierwszym wykresie sporządzonym w związku z Marszem Niepodległości zestawiono liczbę materiałów, w których pojawiły się wzmianki o tematyce okołomarszowej.



Zestawienie to pokazuje wyraźnie, że najwyższą bezwzględną ekspozycję uzyskał Marsz na antenie Polsatu News, w dalszej kolejności zaś na antenach TV publicznych oraz TVN

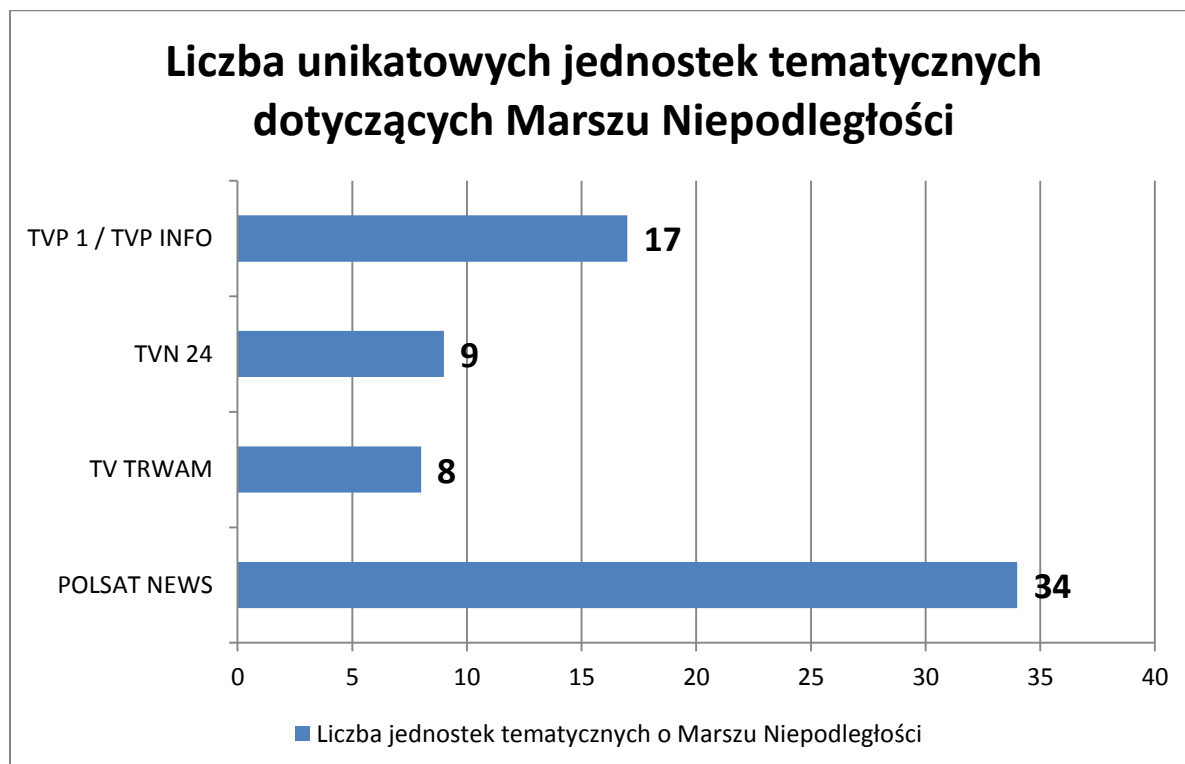
24. Najmniej, bo tylko dwa materiały na temat Marszu, zostało wyemitowanych na antenie TV Trwam. Trzeba też nadmienić, że TV Trwam była reprezentowana w badaniu najmniejszą liczbą materiałów zakwalifikowanych do analizy (mimo że transmitowała na żywo Marsz Niepodległości zorganizowany przez Ruch Narodowy).



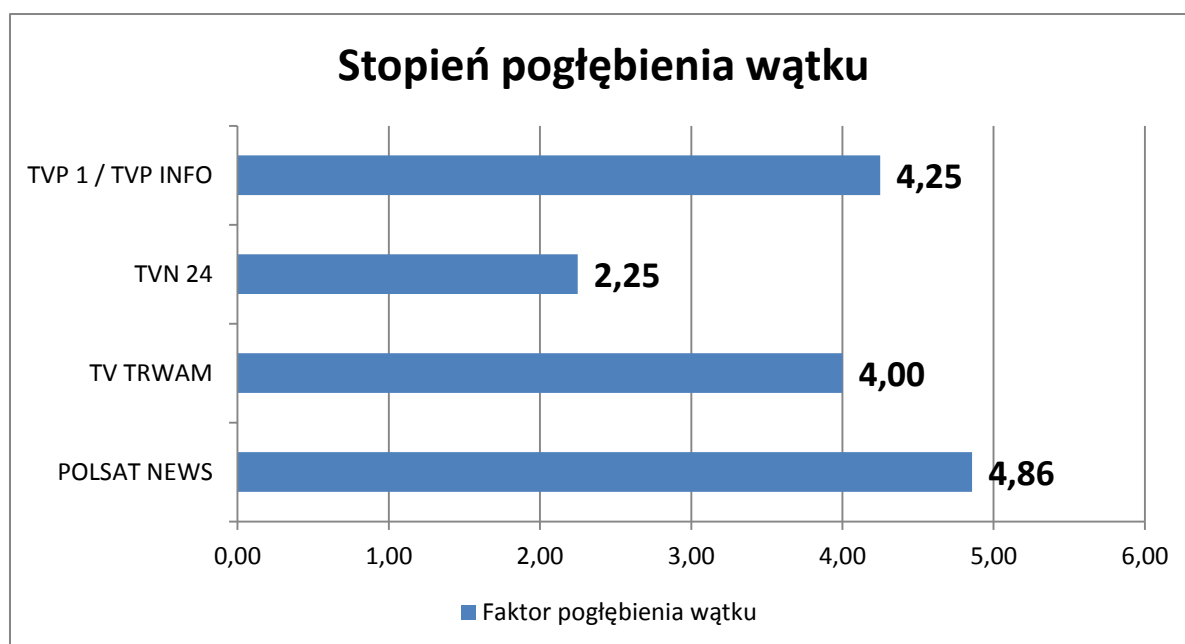
W ujęciu procentowym w stosunku do ogólnej liczby unikatowych materiałów wyemitowanych w całym okresie objętym monitoringiem widoczna jest tendencja do dwojaczego podejścia do tematu Marszu – telewizje niepubliczne potraktowały go jako stosunkowo istotny wątek, wzmiankując o Marszu w około 20 proc. audycji. Telewizje publiczne skupiły się w większym stopniu na tematyce wyborczej, a temat Marszu pojawił się jako interferujący z problematyką wyborczą zaledwie w 11 proc. audycji.

Na kolejnej stronie zaprezentowano dwa zestawienia uzupełniające do powyższego. Prezentują one liczbę unikatowych jednostek tematycznych, czyli szczegółowych tematów, które przewijały się w toku poszczególnych audycji. Jako uzupełnienie dla tego wyliczenia sporządzono także zestawienie stosunku liczby materiałów ze wzmiankami o Marszu w danej stacji do liczby unikatowych jednostek tematycznych. Zestawienie to zostało nazwane „stopniem pogłębienia” tematu, ponieważ w intuicyjny sposób prezentuje stosunek stacji do tematu – wysoka wartość wskaźnika sugeruje, że

dziennikarze stacji, jeśli już poruszają ten temat, to robią to w sposób pogłębiony, prezentując go w wielu kontekstach i problematyzując w urozmaicony sposób.



Zestawienie liczby tematów poruszanych w badanych materiałach w kontekście Marszu wskazuje, że ta tematyka została najszerzej omówiona na antenie Polsat News i w TV publicznych oraz, w dalszej kolejności, w TV Trwam oraz TVN 24.



Zestawienie wartości wskaźnika pogłębienia wątku wskazuje na to, że jedna stacja – a mianowicie TVN 24 – potraktowała tematykę Marszu w sposób bardziej wzmiankowy, newsowy, fragmentaryczny w kontekście wyborczym, natomiast w pozostałych stacjach temat ten został potraktowany na zbliżonym poziomie pogłębienia – jeśli temat Marszu występował w audycji to był prezentowany przez pryzmat średnio ok. 4 różnych problemów/perspektyw w dyskusji (w porównaniu do średnio ok. 2,2 problemów/perspektyw w przypadku TVN 24).

Poniższa tabela w syntetyczny sposób prezentuje strategię ekspozycji tematu Marszu w kontekście wyborczym:

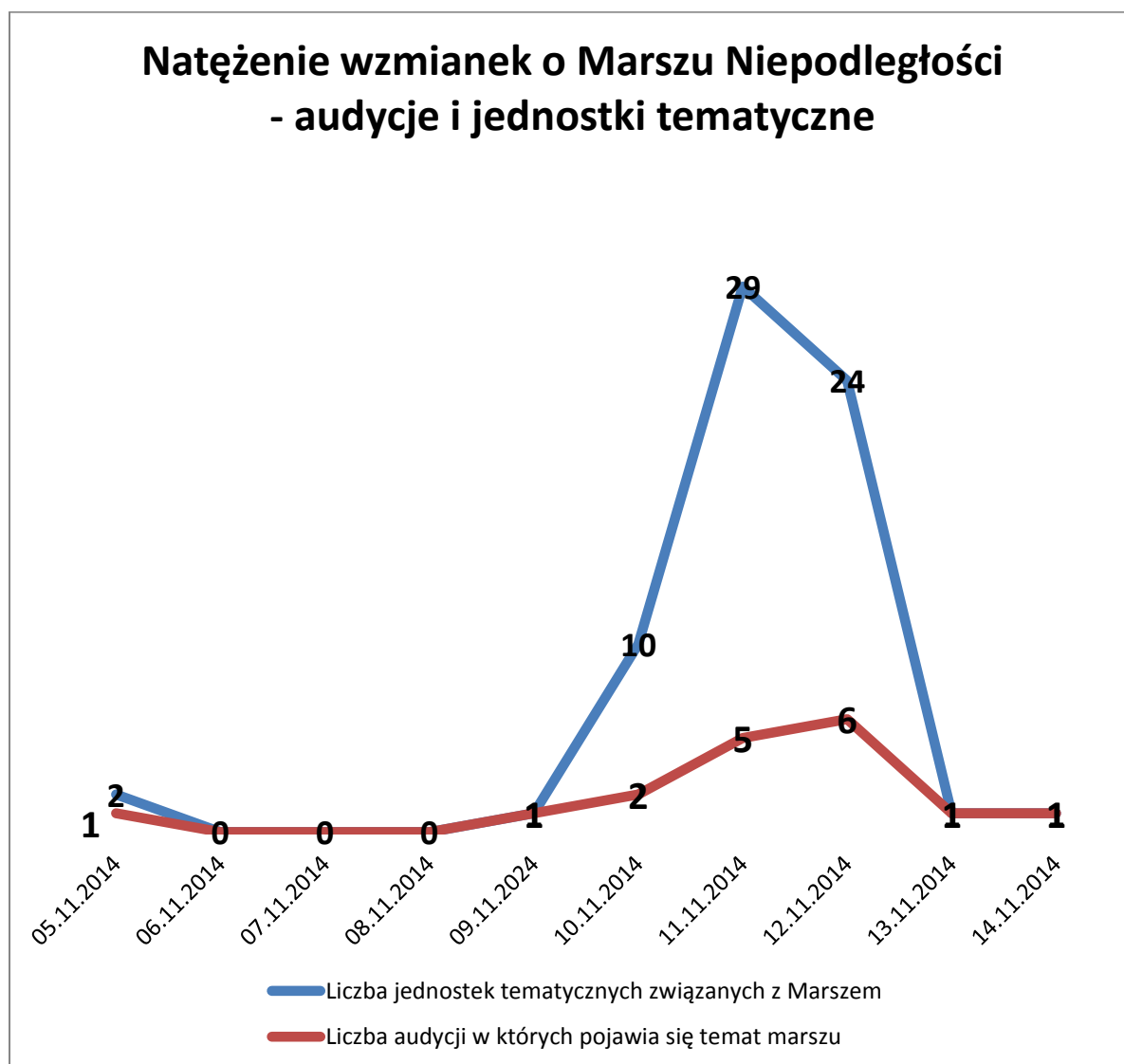
Stacja	Częstotliwość	Pogłębienie
POLSAT NEWS	Wysoka	Wysokie
TV TRWAM	Wysoka	Wysokie
TVN 24	Wysoka	Niskie
TVP 1 / TVP INFO	Niska	Wysokie

Na podstawie tego zestawienia można sformułować następujące przypuszczenia dotyczące oddziaływania tematyki Marszu na ogólny dyskurs wyborczy:

- TV publiczna: temat nisko eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób pogłębiony. Stopień oddziaływania: **średni**, ograniczony przez niską ekspozycję tematu.
- Polsat News: temat wysoko i często eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób pogłębiony. Stopień oddziaływania: **wysoki**, blisko 20 proc. audycji zawierało tematykę Marszu w kontekście wyborów, często traktowaną w sposób pogłębiony.
- TV Trwam: temat wysoko i często eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób pogłębiony. Stopień oddziaływania: **wysoki**, blisko 20 proc. audycji zawierało tematykę Marszu w kontekście wyborów, często traktowaną w sposób pogłębiony.
- TVN 24: temat wysoko i często eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób skrótowy, newsowy, raczej nie jako główny temat audycji. Stopień oddziaływania: **średni**, ograniczony przez mały stopień pogłębienia tematu i pobieżne traktowanie tematyki Marszu w kontekście wyborczym.

4.3.2. Ekspozycja tematyki Marszu w kontekście kampanii wyborczej

Analiza rozkładu czasowego materiałów publikowanych o marszu pozostaje częściowo w zgodzie z tzw. krzywą żywotności newsa, w której żywotność medialna tematu związanego z konkretnym, punktowo umieszczonym wydarzeniem szacowana jest na od około 3 do 5 dni. Tym, co wyróżnia tematykę Marszu, jest fakt, że news o jego organizacji zaczyna żyć intensywnie przed samym wydarzeniem i na dwa-jeden dzień przed marszem możemy zauważyć już głosy antycypujące przebieg wydarzeń – zwłaszcza na poziomie tematyzacji, co pokazuje, że Marsz jako wydarzenie bardzo intensywnie oddziaływał na agendę medialną w kontekście wyborczym w okresie od 10 do 12 listopada br.



W poniższej tabeli zaprezentowano rozkład audycji, w których występował temat Marszu w czasie kampanii???

Data	Audycja	Stacja
05.11.2014	<i>Kropka nad i</i>	TVN 24
09.11.2014	<i>Rozmowy niedokończone</i>	TV TRWAM
10.11.2014	<i>Tak czy nie</i>	POLSAT NEWS
10.11.2014	<i>To był dzień</i>	POLSAT NEWS
11.11.2014	<i>Rozmowa Wydarzeń</i>	POLSAT NEWS
11.11.2014	<i>Tak czy nie</i>	POLSAT NEWS
11.11.2014	<i>To był dzień</i>	POLSAT NEWS
11.11.2014	<i>Dziś wieczorem</i>	TVP 1 / TVP INFO
11.11.2014	<i>Minęła dwudziesta</i>	TVP INFO
12.11.2014	<i>Gość Wydarzeń</i>	POLSAT NEWS
12.11.2014	<i>Tak czy nie</i>	POLSAT NEWS
12.11.2014	<i>Polski punkt widzenia</i>	TV TRWAM
12.11.2014	<i>Jeden na jeden</i>	TVN 24
12.11.2014	<i>Tak jest</i>	TVN 24
12.11.2014	<i>Minęła dwudziesta</i>	TVP INFO
13.11.2014	<i>Fakty po Faktach</i>	TVN 24
14.11.2014	<i>Twoje wybory. Debata</i>	TVP INFO

Powyższe zestawienie wskazuje wyraźnie, że wszystkie stacje zachowały się zgodnie z modelem żywotności newsa, natomiast dodatkowo to Polsat News zaangażował się w intensywną antycypację przebiegu tego wydarzenia i wzmocnienie zainteresowania tematem w dniu poprzedzającym samo wydarzenie.

4.3.3. Stosunek dziennikarzy do Marszu

Tabela na kolejnej stronie w syntetyczny sposób prezentuje częstotliwość wystąpień różnych kontekstów opisu problematyki Marszu. Z racji przeważnie neutralnego stosunku większości dziennikarzy i braku wyrazistych osobistych opinii na temat Marszu w ich wypowiedziach, takie zestawienie może dać odpowiedź na pytanie o kontekst ramowania wydarzenia audycji na poziomie doboru tematów i komentujących gości, i dzięki temu, pośrednio, może pokazać stosunek redakcji do problematyki Marszu. Przyjęte strategie ramowania wydarzenia są znacząco różne

i w poczuciu autorów raportu stanowią dobry przyczynek do dyskusji na temat nie bezpośredniego oddziaływania na kształt narracji medialnej, nie na poziomie ocen formułowanych przez dziennikarza, ale na poziomie kształtowania agendy medialnej o wydarzeniu.

Kontekst opisu	POLSAT NEWS	TV TRWAM	TVN 24	TVP 1 / TVP INFO
Straty materialne	3		1	2
Chuligani	3		1	5
Porównania	4		1	2
Krytyka organizatorów	10		2	2
Wpływ na wybory	2	1		1
Rola policji	2		1	1
Kontekst społeczny	7	1	1	1
Ogólna informacja	3	2	2	1
Krytyka policji		2		1
Obrona organizatorów		2		1

Syntetyczne zestawienie częstotliwości wzmiankowania kontekstów opisu wydarzeń podczas Marszu, pogłębione o analizę transkrypcji i kart programowych, pozwala na sformułowanie następującego uogólnionego obrazu narracji o Marszu na poszczególnych antenach:

- TV publiczna: wydarzenia podczas Marszu (straty, zamieszki) to w dominującej mierze wina grup chuliganów i, w mniejszym stopniu, organizatorów, którzy mogliby zrobić więcej, aby odciąć się od tych grup i dawać pozytywny przykład jak organizatorzy innych marszów w tym dniu.
- Polsat News: organizatorzy Marszu ponoszą przeważającą część winy za zamieszki, a całe wydarzenie jest dowodem na to, że środowiska organizujące Marsze są z zasady (z powodu wyznawanych wartości i ideologii) mniej tolerancyjne dla osób o odmiennych poglądach i bardziej tolerancyjne dla chuliganów i osób organizujących zamieszki. Istnieją pozytywne przykłady organizacji marszów w dniu 11 listopada, ale szanse, że Marsz Niepodległości przybierze taką formę, są znikome.
- TV Trwam: organizatorzy Marszu nie ponoszą odpowiedzialności za wybryki grup prowokatorów i jasno się od nich odcinają, w rozpętaniu zamieszek

niebagatelną rolę odegrała zaś nieprofesjonalna praca policji (szykany wobec uczestników Marszu oraz fatalna decyzja o zablokowaniu pochodu na moście).

- TVN 24: Marsz Niepodległości po raz kolejny kończy się stratami i zniszczeniami w mieście na skutek błędów w organizacji pochodu oraz naturalnej tendencji do przyciągania przez to wydarzenie grup chuliganów (newsowy, mniej niż w innych stacjach zaangażowany stosunek do tematu, pewna tendencja do marginalizacji znaczenia wydarzeń podczas Marszu).

4.3.4. Konkluzje dotyczące sposobu prezentacji Marszu

W poniższym zestawieniu w syntetyczny sposób zaprezentowano modele dyskursu dotyczącego Marszu Niepodległości, z uwzględnieniem czynników ilościowych (ekspozycja tematu) oraz jakościowych (dobór perspektywy opisu, sposób ramowania wydarzeń na poziomie doboru gości i problematyzacji tematyki Marszu w audycji)¹³.

Zaangażowani obrońcy	Krytyczni wobec chuliganów	Umiarkowani krytycy	Zaangażowani krytycy
Wysoka ekspozycja, wysoki stopień pogłębienia tematu, obrona organizatorów	Niska ekspozycja, wysoki stopień pogłębienia tematu, krytyka chuliganów	Wysoka ekspozycja, niskie pogłębienie tematu, krytyka idei wydarzenia	Wysoka ekspozycja, wysoki stopień pogłębienia, zdecydowana krytyka organizatorów
TV Trwam	TV publiczna	TVN 24	Polsat News

¹³ BARDZO ISTOTNE dla poprawnego interpretowania wyniku jest pamiętanie o tym, że stosunek do tematu został tu opisany na poziomie ramowania dyskursu i doboru tematyki, a nie osobistego stosunku dziennikarza do tematu, który nawet w przypadku stacji mocno zaangażowanych w wydarzenie (Polsat News, TV Trwam) nie był widoczny w znaczącym stopniu i nie pozwalał na określenie zachowania dziennikarza jako tendencyjnego.

Ważnym wnioskiem z tej analizy jest także stosunkowo wysoki – wyższy niż zakładany początkowo – udział tematyki Marszu w materiałach o tematyce wyborczej. Pokazuje to wyraźnie, że ulokowanie kampanii wyborczej w taki sposób, że zachodzi ona na moment wydarzenia tak znaczącego w dyskursie medialnym, jak Marsz Niepodległości, może oddziaływać na kształt i tematyzację dyskusji w kampanii w stopniu porównywalnym na przykład z ważnymi zagadnieniami merytorycznymi dotyczącymi polityki samorządowej. To czy i w jaki sposób taka interferencja może rzutować na wyniki wyborów lub postrzeganie konkretnych partii politycznych, jest kwestią otwartą i wartą osobnej analizy, natomiast wpływ tego zjawiska na kształt agendy medialnej w kontekście wyborów jest bezdyskusyjny i znaczący.

4.4. Wnioski łączne i dyskusja

W toku całego badania następujące zjawiska uzyskały mocne potwierdzenie w ilościowym i jakościowym materiale badawczym:

- W zakresie częstotliwości prezentacji materiałów związanych z wyborami samorządowymi kolejność wyglądała następująco:
 1. TV publiczna;
 2. Polsat News;
 3. TVN 24;
 4. TV Trwam.
- W porównaniu z kampanią wyborczą do europarlamentu 2014 mniejszym problemem w tej kampanii była autoreferencyjność dyskursu medialnego (dalej wysoka, ale dużo niższa niż w eurowyborach), większym zaś interferencja różnych wydarzeń i nakładanie się ich na tematykę wyborczą:
 - sprawa pobicia posła Wiplera;
 - tzw. afera madrycka;
 - Marsz Niepodległości.
- W łącznej ekspozycji partii dominowało PiS (efekt TV Trwam) oraz grupa gości bezpartyjnych (ekspertów, kandydatów ruchów miejskich i stronnictw lokalnych). PO była w audycjach reprezentowana na poziomie zbliżonym do SLD, niski wynik (nieproporcjonalny w stosunku do rezultatu wyborczego) osiągnęło PSL. Pozostałe partie były eksponowane w sposób marginalny.
- Praktycznie wszystkie stacje przyjęły w tych wyborach model pluralizmu wyważonego, dość szeroko reprezentującego różne stronnictwa polityczne. Wyjątkiem była TV Trwam, w której reprezentowani byli wyłącznie politycy wybranych partii prawicowych (PiS, SP, RN).
- W strukturze doboru gości-ekspertów wyraźnie zarysowała się tendencja do niskiej tzw. celebrytyzacji dyskursu, ale też do rzadkiego sięgania po ekspertów-urzędników mających wiedzę o działaniu samorządu, ale niebędących kandydatami.
- W grupie gości płci męskiej wyraźnie zarysował się dominujący udział polityków aktywnych na arenie ogólnokrajowej, a nie samych kandydatów do samorządu.

- W strukturze pytań w badanych audycjach dominowały pytania o informacje, co wskazuje na wyższą niż w przypadku eurowyborów tendencję do nasycenia dyskursu tematami merytorycznymi (i koreluje jednocześnie z mniej autoreferencyjnym charakterem agendy medialnej w badanym okresie). Należy jednak pamiętać o poczynionych w raporcie zastrzeżeniach odnośnie do tego, czego dotyczyły pytania o informacje (częściej pojawiały się one w kontekście sprawy Wiplera czy też tzw. afery madryckiej aniżeli spraw lokalnych i regionalnych – samorządowych).
- Na poziomie stylów zachowania dziennikarzy w audycjach wyróżniono następujące modele typowe dla opisywanych stacji:
 - TV publiczna: wysokie nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, duża częstotliwość zadawania pytań i przerywania gościom – styl nastawiony na informacje (fakty, wiedzę), silnie kontrolujący przebieg dyskusji.
 - TVN 24: średnie nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, duża częstotliwość zadawania pytań (w tym pytań o opinie) i przerywania gościom – styl nastawiony raczej na informacje (w tematach: pobicia Wiplera, sprawy madryckiej; w sprawach samorządowych – raczej nastawiony na opinie, komentarze), silnie kontrolujący przebieg dyskusji.
 - Polsat News: najniższe w badanej próbie nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, duża częstotliwość zadawania pytań i średnia częstotliwość przerywania gościom – styl nastawiony raczej na informacje, ale w mniejszym stopniu niż w innych stacjach, umiarkowanie silnie kontrolujący przebieg dyskusji.
 - TV Trwam: wysokie nastawienie na zdobywanie nowych informacji od gości, niska częstotliwość zadawania pytań i przerywania gościom – styl nastawiony na informacje (wiedzę o samorządach, konkretnych problemach lokalnych i regionalnych różnych gmin, powiatów i miast z całej Polski – godne wyróżnienia na tle pozostałych stacji) i harmonijną, pozytywną interakcję z gośćmi, bez potrzeby akcentowania przez dziennikarza kontroli nad przebiegiem dyskusji.
- We wskaźnikach realizacji misji publicznej ponownie dobrze wypadła stacja Polsat News, dobre wyniki uzyskały TV publiczna i TVN 24, relatywnie najniższą

(choć w kilku obszarach znacząco lepszą niż w przypadku eurowyborów) punktację ponownie uzyskała zaś TV Trwam (efekt braku pluralizmu).

- Na poziomie ilościowym praktycznie idealnie powtórzyły się wskaźniki ekspozycji gości i prowadzących płci żeńskiej, ponownie w identycznym nasileniu wystąpiło zjawisko niskiej reprezentacji kobiet jako gości audycji.
- Na poziomie jakościowym wyraźnie wyższa niż w eurowyborach była reprezentacja kobiet o silnej, ugruntowanej pozycji politycznej oraz charyzmatycznych wyrazistych postaci kobiecych.
- Marsz Niepodległości okazał się wydarzeniem mającym duży wpływ interferujący na narrację związaną z wyborami samorządowymi. W badanej próbie odnotowano wysoki i średni poziom wpływu Marszu na agendę poszczególnych stacji:
 - TV publiczna: temat nisko eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób pogłębiony. Stopień oddziaływania: **średni**, ograniczony przez niską ekspozycję tematu.
 - Polsat News: temat wysoko i często eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób pogłębiony. Stopień oddziaływania: **wysoki**, blisko 20 proc. audycji zawierało tematykę Marszu w kontekście wyborów, często traktowaną w sposób pogłębiony.
 - TV Trwam: temat wysoko i często eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób pogłębiony. Stopień oddziaływania: **wysoki**, blisko 20 proc. audycji zawierało tematykę Marszu w kontekście wyborów, często traktowaną w sposób pogłębiony.
 - TVN 24: temat wysoko i często eksponowany, w przypadku ekspozycji traktowany w sposób skrótowy, newsowy, raczej nie jako główny temat audycji. Stopień oddziaływania: **średni**, ograniczony przez mały stopień pogłębienia tematu i pobieżne traktowanie tematyki Marszu w kontekście wyborczym.
- Badane stacje przyjęły także zróżnicowane strategie relacjonowania Marszu:
 - TV publiczna: wydarzenia podczas Marszu (straty, zamieszki) to w dominującej mierze вина grup chuliganów i, w mniejszym stopniu, organizatorów, którzy mogliby zrobić więcej, aby odciąć się od tych grup

i dawać pozytywny przykład, tak jak organizatorzy innych marszów w tym dniu.

- Polsat News: organizatorzy Marszu ponoszą przeważającą część winy za zamieszki, a całe wydarzenie jest dowodem na to, że środowiska organizujące Marsz są z zasady (z powodu wyznawanych wartości i ideologii) mniej tolerancyjne dla osób o odmiennych poglądach i bardziej tolerancyjne dla chuliganów i osób organizujących zamieszki. Istnieją pozytywne przykłady organizacji marszów w dniu 11 listopada, ale szanse, że Marsz Niepodległości przybierze taką formę, są znikome.
- TV Trwam: organizatorzy marszu nie ponoszą odpowiedzialności za wybryki grup prowokatorów i jasno się od nich odcinają, w rozpętaniu zamieszek niebagatelną rolę odegrała zaś nieprofesjonalna praca policji (szykany wobec uczestników Marszu oraz fatalna decyzja o zablokowaniu pochodu na moście).
- TVN 24: Marsz Niepodległości po raz kolejny kończy się stratami i zniszczeniami w mieście na skutek błędów w organizacji pochodu oraz naturalnej tendencji do przyciągania przez to wydarzenie grup chuliganów (newsowy, mniej niż w innych stacjach zaangażowany stosunek do tematu, pewna tendencja do marginalizacji znaczenia wydarzeń podczas Marszu).

DYSKUSJA

Zrelacjonowane w raporcie badanie miało na celu pogłębioną analizę treści i formy dyskursu dziennikarskiego w okresie samorządowej kampanii wyborczej w telewizyjnych audycjach publicystycznych. Analizowano w największym stopniu warstwy dyskursu generowane przez dziennikarzy, a więc głównie: tematyzację audycji, sposób mówienia o omawianych zagadnieniach i zjawiskach (w tym ramowanie), jakość warsztatu dziennikarskiego, ustanawianie i utrzymywanie relacji z gośćmi. Warstwa tworzona przez gości (polityków, ekspertów, samorządowców) również podlegała analizie, ale w mniejszym stopniu.

Badanie – w perspektywie panoramicznej – miało odpowiedzieć na pytanie, na ile dyskurs medialny odnosi się do merytorycznych zagadnień związanych z kampanią wyborczą i w ogóle z funkcjonowaniem samorządu. Na ile pełni funkcję eksplikatora zjawisk zachodzących wokół samorządu w kampanii wyborczej i poza nią? Na ile skutecznie potrafi – lub przynajmniej próbuje – angażować obywateli w proces wyborczy najbliższych im niejako przedstawicieli władzy, którzy mają wpływ na ich bezpośrednie otoczenie? Wreszcie czy można zaobserwować różnice w pracy dziennikarzy pod względem treściowym i formalnym w kampanii samorządowej i kampanii eurowyborczej, która była przedmiotem refleksji badaczy kilka miesięcy wcześniej?

Generalnym wnioskiem, jaki nasuwa się po analizie ponad 60 godzin materiału audiowizualnego, jest rozłam treściowy i jakościowy badanych audycji. Wśród analizowanych audycji większość miała charakter mało merytoryczny i niepowiązany z istotą wyborów samorządowych i funkcjonowaniem samorządu. Audycje te zostały zdominowane przez tematy o małej wadze znaczeniowej, ale dużym potencjale dramaturgicznym i emotywnym, czyli tzw. afery i incydenty (sprawa P. Wiplera, tzw. afera madrycka, zamieszki i bójki w trakcie Marszu Niepodległości). Te zdarzenia nakreśliły *de facto* mapę tematów poruszanych w większości audycji publicystycznych w okresie jesiennej kampanii wyborczej. Oczywiście dziennikarze próbowali szukać uzasadnień dla podejmowania tych tematów, wskazywali powiązania tych spraw z toczącą się właśnie kampanią, ale powiązania te w rzeczywistości miały dość marginalne znaczenie. Przyczyną takiego stanu rzeczy może być fakt, że zanim kampania samorządowa rozpoczęła się na dobre (albo inaczej: miała się rozpocząć na dobre – w ostatnich dwóch tygodniach), dziennikarze i niektórzy eksperci już narzekali, że jest ona bezbarwna, miałka, wręcz nieobecna. Niniejszy raport – spoglądając na dominujące tematy i problemy – w rzeczy samej można by zatytułować: *W poszukiwaniu kampanii samorządowej*. W wielu audycjach – zwłaszcza w pierwszym tygodniu monitoringu wyborczego (1–7 listopada 2014 r.) – wielokrotnie zespół badawczy odnotowywał pytania o miałość i płytkość samorządowej kampanii wyborczej. Zamiast dyskutować o istocie wyborów samorządowych – o zadaniach i funkcjach gmin, powiatów czy też wreszcie kompletnie nieznanym ludziom sejmików wojewódzkich – dziennikarze i ich goście rozmawiali o kampanii wyborczej, której ich zdaniem „w ogóle nie ma i nie było”. Tak jakby kryteria oceny rodem z wyborów parlamentarnych, cechujących się wieloma

zwrotami akcji, wyższą temperaturą sporu, dramaturgicznością były punktem odniesienia dla analiz kampanii samorządowych, które mają zgoła inną specyfikę. Opisany mechanizm narzekania na płytkość samorządowej kampanii wyborczej przejawiał się również tym, że bezpośredni uczestnicy dyskursu wyborczego – kandydaci samorządowi, zwłaszcza Ci afiliowani przy największych partiach politycznych – niejednokrotnie apelowali na wizji o dyskusję o konkretach (jednym tchem wymieniali kilka nośnych, ważnych, bezpośrednio dotyczących obywateli spraw, np. budżet partycypacyjny, mieszkania komunalne, komunikacja miejska, korki i brak miejsc parkingowych, deficyty zieleni etc.), po czym oddawali się dyskusji na tematy partyjno-polityczne i kampanijne, wizerunkowe, właśnie autoreferencyjne.

Z drugiej strony odnotowano audycje, których treść była bardzo mocno skoncentrowana na szczegółowych problemach poszczególnych samorządów (problemy określonych miast i gmin, propozycje programowe konkretnych kandydatów). Z punktu widzenia edukacji obywatelskiej i wartości informacyjnej były to audycje najlepsze – to ich zawartość mogła być jakkolwiek użyteczna dla widzów – wyborców – w ich procesie przygotowania się do świadomego, odpowiedzialnego wyboru. W tym kontekście warto wyróżnić TV Trwam, która – jeśli chodzi o merytoryczność, samorządowość audycji publicystycznych – wypadła najlepiej.

Ten dychotomiczny podział wskazuje również na znaczący brak audycji, które podejmowałyby zagadnienie funkcjonowania samorządu w sposób systemowy. Zaledwie incydentalnie i krótko rozmawiano o fundamentalnych, jak się wydaje, sprawach: kompetencji samorządów, modelu ich funkcjonowania, postulowanych zmian, możliwych patologii i problemów, które może rodzić system (z wyjątkiem tematu wieloletnich włodarzy miast i gmin) etc. Dziennikarze ani razu (!) nie podjęli trudu choćby podstawowego wyjaśnienia wyborcom systemu głosowania i podziału mandatów ani nawet zasad oddawania w wyborach ważnego głosu (poprawnego wypełniania kart wyborczych). Widzowie-wyborcy nie mieli więc szansy nauczyć się z tychże audycji publicystycznych niczego o samorządzie – niczego, co pomogłoby im zrozumieć zasady funkcjonowania rad gmin, miast, powiatów, sejmików wojewódzkich.

Wniosek ten wydaje się mieć fundamentalne znaczenie – zwłaszcza w obliczu mocno problematycznego i zastanawiającego zjawiska, jakim jest odsetek głosów nieważnych oddanych w wyborach samorządowych 2014 oraz ujawnionych tuż po głosowaniu

wątpliwości i zastrzeżeń Polaków, co do mechanizmu wyborczego w ogóle (symptomatyczna była np. sprawa kandydata na prezydenta Olsztyna Czesława Małkowskiego, wobec którego toczy się postępowanie sądowe związane z zarzutem gwałtu na pracownicy magistratu; tuż po pierwszej turze media cytowały wypowiedzi zaskoczonych mieszkańców Olsztyna, którzy byli przekonani, że C. Małkowski został oczyszczony z zarzutów skoro kandyduje w wyborach). Takiej refleksji i dyskusji zabrakło – mimo że część dziennikarzy wydawała się merytorycznie przygotowana do prowadzenia rozmowy na ten temat, a i lista gości, którzy przyjęli zaproszenie do przedwyborczych programów, mogła dawać nadzieję, że takich wypowiedzi i wskazówek udzielią. Niestety tak się nie stało i pole eksplikacji, przekazywania podstawowych informacji na temat działania samorządów w Polsce przeniosło się zapewne – tradycyjnie – do publikacji prasowych i radiowych.

Na tym tle warto wyróżnić audycję *Polityka przy kawie* z 10 listopada 2014 r. z udziałem dr Ewy Modrzejewskiej z MamPrawoWiedzieć.pl oraz Agaty Miazgi z MojaPolis.pl. W tej audycji – jako jedynej spośród zakwalifikowanych do próby z telewizji publicznej – pojawiły się informacje o tym, jakimi problemami lokalnych społeczności zajmuje się gmina czy też powiat. Ponadto zastosowano nieobecną nigdzie inną innowację realizacyjną, polegającą na zastosowaniu plansz informacyjnych, na których wypisano najważniejsze informacje w odniesieniu do na przykład gmin czy też powiatów. Prezentowano również strony internetowe MojaPolis.pl i MamPrawoWiedzieć.pl. Niestety, audycja była czymś na kształt linku do rzeczonych stron internetowych. Prowadząca Małgorzata Serafin nie miała pomysłu na to, aby zdynamizować rozmowę gości w studiu. W audycji wiele sekund poświęcono pokazywaniu wspomnianych plansz, podczas gdy z offu słyszeliśmy wypowiadające się ekspertki. Tego typu układ powodował, że audycja traciła na dramaturgiczności i zaangażowaniu. Można byłoby sobie wyobrazić podzielenie ekranu i równoległe prezentowanie plansz oraz wypowiadających się gości. Warto byłoby takie drobiazgi dopracować, aby efekt był jeszcze lepszy.

Należy również wspomnieć o problemie, który powraca przy okazji każdych wyborów samorządowych – o wypełnianiu przez partie list wyborczych osobami rozpoznawalnymi, pochodzącymi ze świata nauki, sztuki, kina i telewizji (tzw. zjawisko celebrytyzacji wyborczej). Tylko w jednej audycji podjęto problem wciągania osób

znanych na listy – chodzi o *Politykę przy kawie* z 5 listopada 2014 r., znów prowadzoną przez Małgorzatę Serafin. Gośćmi byli Krystyna Prońko oraz Paweł Kukiz. To, co warto odnotować, to fakt, że odpowiadając na pytanie o to, w jaki sposób znalazła się na liście, Krystyna Prońko szczerze przyznała, że tak naprawdę została przekonana przez Platformę Obywatelską, właśnie wciągnięta na listę i że nie za bardzo zna się na samorządach, w ogóle na polityce, ale chce zobaczyć, jak to będzie. Prowadząca program próbowała dopytać gości-artystów o ich aktywność polityczną, pytała o ich opinie na temat polityki krajowej oraz o szanse na odpolitycznienie samorządu przez nowe osoby. Rozmowa, która miała szanse odświeżyć jakiś aspekt funkcjonowania samorządów, sposobu konstruowania list wyborczych, problem ich przypadkowości czy też partyjności, niestety nie zaproponowała widzom pogłębienia problemu. Niezrozumiałe jest również dopytywanie się gości o ich opinie na temat polityki krajowej, podczas gdy startują do samorządów, a ich wcześniejsza aktywność w ogóle nie była związana z polityką. Miałość i błahość stawianych przed gośćmi pytań były jedną z największych bolączek tej kampanii wyborczej.

Innym, wartym odnotowania wątkiem, który rozpoznał zespół badawczy, jest upowszechnianie się wśród audycji publicystycznych nie tylko wprowadzanie tematów/problemów do dyskusji na ich początku za pomocą krótkiego felietonu – materiału reporterskiego, ale również oddzielanie za ich pośrednictwem poszczególnych części dłuższych audycji. Taką praktykę odnotowano w przypadku audycji, takich jak: *Minęła dwudziesta*, *To był dzień*, *Fakty po Faktach*, *Tak czy nie* czy wreszcie *Tak jest*. Trzeba zauważyć, że taka praktyka nie jest tylko spójnym, z perspektywy poetyki programu, odcięciem jednej części od drugiej. Istotnie, materiał wprowadzający temat – felieton – stanowi dla prowadzącego dziennikarza/dziennikarki punkt wyjścia do dyskusji, wręcz ramę, w której chciałby, aby funkcjonowali jego goście. Rzeczone materiały reporterskie rzadko kiedy mają charakter czysto informacyjny, faktograficzny. Często zawierają określone presupozycje, metafory, porównania, wreszcie konkretne stanowiska czy wnioski. Mamy w tym przypadku do czynienia z niczym innym jak ramowaniem dyskusji. Nie za pośrednictwem pytań dziennikarza, ale poprzez materiał reporterski, który pokazuje jakiś punkt widzenia, a prowadzącemu dziennikarzowi/dziennikarce pozostaje tylko dopytać „co pan/pani na to”. Tak było na przykład w rozmowie Ryszarda Kalisza i Anny Nehrebeckiej z Andrzejem Morozowskim w audycji *Tak jest* 14 listopada 2014 r. Taki sposób budowania narracji całej audycji

wymusza nową perspektywę badawczą, w której moglibyśmy śledzić dyspersje tematów i znaczeń w konkretnej audycji publicystycznej, zaczerpniętych w bezpośredni/pośredni sposób z rzeczonych materiałów reporterskich. To z pewnością wymagałoby określonych adaptacji metodologicznych i merytorycznych, aby oszacować skuteczność rzeczzonego zabiegu narracyjnego, który można do pewnego stopnia traktować w kategoriach innowacji publicystycznych (zwłaszcza jeśli chodzi o materiały, które dzielą audycje na części tematyczne).

Na koniec warto podkreślić jeszcze jeden problem, jaki zidentyfikowano w ramach niniejszego badania. Otóż przeciętny widz telewizyjnych audycji publicystycznych w ostatnich dwóch tygodniach samorządowej kampanii wyborczej mógłby odnieść wrażenie, że w dyskursie wyborczym niemal w ogóle nie uczestniczą kandydaci samorządowi. Chodzi o to, że politycy-posłowie, którzy kandydowali do samorządów w ogóle nie byli przedstawiani w audycjach jako kandydaci. Podawano ich imię i nazwisko oraz afiliację partyjną. Zwracano się do nich *per* pani poseł/panie pośle. Na paskach podpisujących gości próżno było szukać innych informacji. Jeśli gość sam nie przyznał się, że kandyduje w wyborach samorządowych, widz w ogóle nie zdawałby sobie z tego sprawy. W taki sposób byli traktowani między innymi Krzysztof Kosiński z PSL (kandydat na prezydenta Ciechanowa), Andrzej Rozenek z TR (kandydat na prezydenta Warszawy), Jacek Sasin (kandydat na prezydenta Warszawy), Rober Biedroń (kandydat na prezydenta Słupska), Robert Winnicki (kandydat na prezydenta Wrocławia) etc., nie wspominając już o kandydatach do sejmików wojewódzki, takich jak Witold Tumanowicz czy też Krzysztof Bosak – kandydat na radnego m. st. Warszawy. To w sposób wydatny utrudniło zespołowi rzeczywiste zakodowanie określonych osób jako kandydatów/nekandydatów oraz zidentyfikowanie z czyjego ramienia. Jediną telewizją, która informowała o tym, że ktoś działa w organach samorządowych i/lub jest kandydatem w wyborach samorządowych była TV Trwam. Niestety, nie informowała już o tym, z jakiej listy wyborczej. Jak pokazują jednak wcześniejsze zestawienia, niemal wszyscy pochodzili z listy wyborczej Prawa i Sprawiedliwości, tylko jedna osoba – Robert Winnicki – z listy Ruchu Narodowego. Z pewnością powyższe zaniechanie informacyjne ze strony dziennikarzy niemal wszystkich anten jest jednym z grzechów głównych tej kampanii wyborczej.

Podsumowując, można wyrazić zawód, że blisko 25 lat polskiego samorządu w ostatniej kampanii nie doczekało się poważnej i kompetentnej dyskusji w telewizyjnych audycjach publicystycznych na temat zadań gmin, powiatów czy wreszcie sejmików wojewódzkich. Zabrakło swoistego bilansu polskiej ustawy samorządowej. Tylko jedna audycja próbowała taki bilans sporządzić – *Na pierwszym planie. Wybory* z 12 listopada 2014 r., na dwa dni przed końcem kampanii wyborczej, a początkiem ciszy wyborczej. To wyraźnie za mało. Szkoda, że tak szczególny okres dla samorządów został „przykryty” tematami, takimi jak pobicie Przemysława Wiplera, afera madrycka byłych posłów PiS czy też zamieszki, jakie miały miejsce podczas Marszu Niepodległości. Okazało się, że w znacznej mierze polskie stacje telewizyjne nie były w stanie w sposób zarówno kompetentny, merytoryczny, jak i ciekawy, narracyjny, zrelacjonować i wyjaśnić istoty wyborów samorządowych. Innymi słowy: tchnąć ducha podsumowania 25 lat polskiego samorządu w kampanię, która dla wielu dziennikarzy, a nawet ekspertów była bezbarwna. Warto jednak podkreślić, że audycje publicystyczne przygotowane przez TVP i RMF FM w czasie oczekiwania na drugą turę wyborów na wójtów, burmistrzów i prezydentów są godne pochwały i naśladowania. Można zadać pytania: dlaczego tak późno? Dlaczego debaty kandydatów na prezydentów tylko największych miast? Zapewne znacznie łatwiej opisywać i relacjonować rywalizację dwóch postaci aniżeli kilkudziesięciu komitetów wyborczych, w tym wielu lokalnych, po raz pierwszy zawiązanych w związku z tegorocznymi wyborami. Jest to zapewne znacznie bardziej dramaturgiczne i może dawać poczucie realizatorom tychże audycji, że będzie bardziej atrakcyjne dla widza, a więc osiągnie relatywnie wysokie udziały w rynku. Tylko czy aby na pewno o to powinno chodzić w ostatnich dwóch tygodniach przed wyborami – świętem demokracji? Ostatecznie jednak tego pytania nie należy zadawać tylko telewizji publicznej.

W tym miejscu warto również wyróżnić cykl audycji *Twoje wybory* – wspólną akcję TVP Info i RMF FM mającą na celu relacjonowanie debat kandydatów do samorządów w różnych miastach Polski. To była ważna i ciekawa inicjatywa. Oby takich projektów było jak najwięcej w przyszłości – dedykowanych nie tylko kandydatom na prezydentów, ale również przedstawicielom lokalnych komitetów wyborczych, bo to one są przede wszystkim największymi zwycięzcami tych wyborów. Rozliczne ruchy miejskie, które wyrosły w tej kampanii jak grzyby po deszczu, mogą napawać

optymizmem, pomimo wielu zastrzeżeń, jakie jednocześnie możemy mieć w stosunku do pracy i sposobu organizacji wyborów przez Państwową Komisję Wyborczą.

5. Załączniki:

A. Arkusze kalkulacyjne – ilościowy, jakościowy, analityczny (CD)

B. Karty programowe analityczne i zbiorcze dla poszczególnych audycji (CD)

C. Transkrypcje dziennikarskie programów objętych monitoringiem (CD)

D. Spis wszystkich audycji poddanych analizie z podziałem na dni – wg przyjętego kryterium celowego

ZESTAWIENIE PROGRAMÓW OBJĘTYCH MONITORINGIEM PUBLICYSTYCZNYM – KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI – EUROWYBORY 2014 R. – WG PRZYJĘTEGO KRYTERIUM CELOWEGO

2.11.

Kawa na ławę (TVN24)
Woronicza 17 (TVP INFO)
Gość "Wydarzeń" (Polsat News)
Fakty po Faktach, cz. 2 (TVN24)
Rozmowy niedokończone (TV TRWAM)

3.11.

Gość poranka, 7.40 (TVP INFO)
Polityka przy kawie (TVP 1)
Graffiti (Polsat News)
Tak jest (Neumann, Erbel) (TVN24)
Fakty po Faktach (TVN24)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
Gość "Wydarzeń" (Polsat News)
To był dzień (Polsat News)

4.11.

Gość poranka, 7.40 (TVP INFO)
Polityka przy kawie (TVP 1)
Po przecinku
Fakty po Faktach, cz. 1 (TVN24)
Kropka nad i (TVN24)
Minęła dwudziesta, cz. 1 (TVP INFO)
To był dzień, cz. 1 (Polsat News)

5.11.

Polityka przy kawie (TVP 1)
Po przecinku (TVP INFO)
Minęła dwudziesta (TVP INFO)
Graffiti (Polsat News)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
To był dzień (Polsat News)
Kropka nad i (TVN24)
Rozmowy niedokończone (TV TRWAM)

6.11.

Gość poranka, 7.40 (TVP INFO)
Polityka przy kawie (TVP 1)
Minęła dwudziesta (TVP INFO)
Po przecinku (TVP INFO)
Dziś wieczorem (TVP 1)/ (TVP INFO)
Fakty po Faktach, cz. 1 (TVN24)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
Tak czy nie, cz. 1 (do materiału o marszałku Sikorskim (Polsat News)

7.11.

Polityka przy kawie (TVP 1)

Twoje wybory (TVP INFO)

Dziś wieczorem (TVP 1)/ (TVP INFO)
Tak jest (Sellin, Wierzbicki) (TVN24)
Fakty po Faktach (TVN24)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
Premierzy, cz.1 (Polsat News)
Tak czy nie (Polsat News)
Polski punkt widzenia (TV TRWAM)

8.11.

Dziś wieczorem (TVP 1)/ (TVP INFO)
Minęła dwudziesta (TVP INFO)
Fakty po Faktach, cz. 3 (TVN24)
Rozmowy niedokończone (TV TRWAM)

9.11.

Kawa na ławę (TVN24)
Dziś wieczorem (TVP 1)/ (TVP INFO)
Minęła dwudziesta (TVP INFO)
Bez retuszu (TVP INFO)
Rozmowy niedokończone (TV TRWAM)

10.11.

Polityka przy kawie (TVP 1)
Minęła dwudziesta, cz. 1 (TVP INFO)
Tak jest (Wenderlich, Sasin) (TVN24)
Kropka nad i (TVN24)
Graffiti (Polsat News)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
Tak czy nie (Polsat News)
Gość "Wydarzeń" (Polsat News)
To był dzień (Polsat News)
Polski punkt widzenia (TV TRWAM)

11.11.

Dziś wieczorem (TVP 1)/ (TVP INFO)
Minęła dwudziesta (TVP INFO)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
To był dzień (Polsat News)
Tak czy nie (Polsat News)
Rozmowy niedokończone (TV TRWAM)

12.11.

Minęła dwudziesta (TVP 1)
Na pierwszym planie. Wybory samorządowe 2014 (TVP INFO)
Jeden na jeden (TVN24)
Tak jest (obie rozmowy) (TVN24)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
Gość "Wydarzeń" (Polsat News)

Tak czy nie (Polsat News)
Rozmowy niedokończone (TV TRWAM)
Polski punkt widzenia (TV TRWAM)

13.11.

Gość poranka. 7.40 (TVP INFO)
Polityka przy kawie (TVP 1)
Twoje wybory (TVP INFO)
Dziś wieczorem (TVP 1)/ (TVP INFO)
Jeden na jeden (TVN24)
Fakty po Faktach , cz. 2 (TVN24)
Graffiti (Polsat News)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
To był dzień (Polsat News)
Polski punkt widzenia (TV TRWAM)

14.11.

Gość poranka, 7.40 (TVP INFO)
Polityka przy kawie (TVP 1)
Twoje wybory (TVP 1)
Dziś wieczorem (TVP 1)/ (TVP INFO)
Forum (TVP INFO)
Tak jest (Nehrebecka, Kalisz) (TVN24)
Fakty po Faktach (TVN24)
Graffiti (Polsat News)
Rozmowa "Wydarzeń" (Polsat News)
Premierzy, cz. 1 (Polsat News)
Tak czy nie (Polsat News)
Polski punkt widzenia (TV TRWAM)