

**Monitoring wyborczy  
telewizyjnych programów publicystycznych**

**Wybory samorządowe 2014**

**Lokalne telewizje kablowe**

**Badanie zrealizowane na zlecenie:**



**Opracowanie raportu:**



**©Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, 2014**

**Zespół 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 Onuszcuk, Mateusz Patera, Katarzyna  
Piórecka, Radosław Prachnio, Maria Rajchert, Agata Rożek, Joanna Siwek, Marlena  
Sztzyber oraz zespół rekodujący.

**Redakcja raportu:**

Mgr Anna Krawczyk

## Spis treści

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Wprowadzenie do raportu .....                                                  | 4  |
| Zakres czasowy i medialny monitoringu .....                                    | 4  |
| Analiza materiałów publicystycznych .....                                      | 5  |
| Liczba i czas trwania materiałów publicystycznych wg stacji .....              | 5  |
| Tematy poruszane w audycjach .....                                             | 7  |
| Goście audycji .....                                                           | 9  |
| Goście w ogóle .....                                                           | 10 |
| Goście wg partii .....                                                         | 10 |
| Prowadzący audycje .....                                                       | 14 |
| Poziom nacechowania wypowiedzi i zachowań prowadzących wg stacji .....         | 15 |
| Strategie zadawania pytań przez dziennikarzy wg stacji .....                   | 18 |
| Strona edytorska audycji .....                                                 | 19 |
| Język prowadzących .....                                                       | 20 |
| Podsumowanie .....                                                             | 23 |
| Analiza porównawcza programów pod kątem realizacji? elementów misyjności ..... | 23 |
| Pluralizm .....                                                                | 24 |
| Bezstronność .....                                                             | 25 |
| Wyważenie .....                                                                | 26 |
| Integralność .....                                                             | 27 |
| Jakość .....                                                                   | 28 |
| Łączny indeks realizacji misji .....                                           | 29 |
| Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych .....                     | 31 |
| Kobiety-goście .....                                                           | 31 |
| Wnioski i dyskusja .....                                                       | 33 |

## **Wprowadzenie do raportu**

Niniejszy raport stanowi uzupełnienie ogólnopolskiego badania przeprowadzonego w okresie 1–14 listopada 2014 roku, polegającego na jakościowym i ilościowym monitoringu audycji publicystycznych o tematyce związanej z wyborami samorządowymi.

W odpowiedzi na zapotrzebowanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji metodologia stworzona na potrzeby monitoringu audycji wyborczych została rozszerzona o materiały pochodzące z lokalnych telewizji kablowych w okresie ostatniego tygodnia kampanii, tj. 8–14 listopada 2014 roku.

Celem poniższej analizy było uzyskanie panoramicznego, porównawczego obrazu materiałów publicystycznych o tematyce wyborczej w zakresie kryteriów użytych we wzorcowym raporcie.

## **Zakres czasowy i medialny monitoringu**

Badaniem zostały objęte materiały nadesłane od sześciu lokalnych nadawców kablowych, pozyskane w odpowiedzi na pismo KRRiT (kwerendą badawczą były zaś objęte audycje aż szesnaście stacji kablowych). Finalnie do analizy zostały zakwalifikowane audycje publicystyczne z następujących stacji (analiza według kryteriów założonych w pierwotnym projekcie badawczym dla wyborów samorządowych 2014):

- BIŁGORAJSKA TELEWIZJA KABLOWA;
- TELEWIZJA KRAŚNIK (KTV);
- Pro-MOK. TELEWIZJA MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W PABIANICACH;
- TELEWIZJA KABLOWA SŁUPSK – KANAŁ 6;
- TELEWIZJA WĄBRZEŻNO;
- CW24TV (Włocławek).

## Analiza materiałów publicystycznych

Materiały poświęcone tematyce wyborów samorządowych spełniające kryteria kwalifikacji zostały zlokalizowane w sześciu (z szesnastu) badanych stacjach. Dla przypomnienia kwalifikowane były materiały:

- mające charakter publicystyczny;
- będące produkcją własną stacji;
- w których występuje kandydat w wyborach;
  - i/lub:
- w których co najmniej 50 proc. czasu przeznaczono na tematykę związaną z wyborami samorządowymi.

## Liczba i czas trwania materiałów publicystycznych wg stacji

W sumie do analizy zostało zakwalifikowane ok. 8,5 h materiału publicystycznego, który został następnie poddany wieloaspektowej, szczegółowej analizie za pomocą autorskiego narzędzia badawczego stworzonego do monitoringu publicystyki związanej z wyborami samorządowymi.

W badanych stacjach występowało duże zróżnicowanie liczby materiałów: od pojedynczych (TV Kraśnik, TV Słupsk), aż po liczne i zróżnicowane materiały (dziewięć wydań audycji) w TV Włocławek. Szczegółowe zestawienie materiałów obejmuje:

| Stacja                                                      | Materiał                                                                | Data emisji               | Czas trwania |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------|
| BIŁGORAJSKA TELEWIZJA KABLOWA                               | Spotkanie z kandydatami na burmistrza Biłgoraja                         | 08.11.2014                | 00:49:29     |
| TELEWIZJA KRAŚNIK (KTV)                                     | Rozmowa z Wiesławem Marcem                                              | 12.11.2014,<br>14.11.2014 | 00:30:16     |
| TELEWIZJA KRAŚNIK (KTV)                                     | Rozmowa z Andrzejem Majem – starostą kraśnickim                         | 12.11.2014,<br>14.11.2014 | 00:09:45     |
| Pro-MOK. TELEWIZJA MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W PABIANICACH | Deбата prezydencka                                                      | 08.11.2014,<br>09.11.2014 | 02:02:00     |
| Pro-MOK. TELEWIZJA MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W PABIANICACH | Pytanie do Paweł Różga. Wybory samorządowe – zasady głosowania          | 13.11.2014                | 00:07:16     |
| TELEWIZJA KABLOWA SŁUPSK – KANAŁ 6                          | Wybory samorządowe 2014. Deбата kandydatów na prezydenta miasta Słupska | 10.11.2014                | 01:16:19     |
| TELEWIZJA WĄBRZEŻNO                                         | Program lokalny                                                         | brak danych               | 00:26:41     |

|                     |                 |                                          |          |
|---------------------|-----------------|------------------------------------------|----------|
| TELEWIZJA WĄBRZEŻNO | Program lokalny | brak danych                              | 00:24:20 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 08.11.2014                               | 00:20:47 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 08.11.2014                               | 00:15:56 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 10.11.2014,<br>11.11.2014,<br>12.11.2014 | 00:16:09 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 10.11.2014                               | 00:25:41 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 12.11.2014                               | 00:27:56 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 12.11.2014,<br>13.11.2014                | 00:31:16 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 13.11.2014,<br>14.11.2014                | 00:31:02 |
| CW24TV              | Gość CW24TV     | 14.11.2014                               | 00:20:24 |
| CW24TV              | Debata          | 11.11.2014                               | 00:23:57 |

## Tematy poruszane w audycjach

Pod względem tematyki audycji badane programy wypadły – *ceteris paribus* – wyraźnie lepiej niż media ogólnopolskie i podobnie jak programy regionalnych ośrodków TVP. W badanej publicystyce widać było wyraźnie wysokie zainteresowanie tematyką lokalną i równie silną konkretyzację tematyki związanej na przykład z inwestycjami, problemami lokalnymi czy polityką na szczeblu lokalnym, w małym zaś stopniu programy te były nasycone samą kampanią samorządową (niemal brak tematów, takich jak sondaże, prognozy wyników wyborów, konkretne wydarzenia w kampanii wyborczej, np. konferencje prasowe, briefingi, debaty itd.). Poniższe zestawienia zawierają spis tematów poruszanych we wszystkich badanych antenach. Z racji skromnej ilości materiału zestawienie to prezentujemy w formie jakościowej (wykaz tematów), a nie ilościowej:

Biłgoraj:

- Rozwiązania dla biłgorajskiej oświaty.
- Plany działań gospodarczych kandydatów w celu rozwoju miasta.
- Propozycje na zwiększenie udziału mieszkańców w podejmowaniu ważnych dla miasta decyzji i demokracja lokalna.
- Poglądy w zakresie dotychczasowych inwestycji współfinansowanych ze środków zewnętrznych.
- Plany kandydatów mające na celu powstrzymanie bezrobocia i emigracji młodych.

Kraśnik:

- Program wyborczy Jarosława Czerwa – czym różni się od innych kandydatów, konkretne propozycje, np. rozwój gospodarczy.
- Rozwój miasta, strefa ekonomiczna.
- Nowe miejsca pracy.
- Klub seniora, problemy seniorów.
- Zagospodarowanie terenu dworca.
- Grupy zakupowe do zakupu energii elektrycznej.
- Udział mieszkańców w wyborach.
- Udział mieszkańców w zarządzaniu miastem – budżet obywatelski.
- Tworzenie żłobków i przedszkoli.
- Budowa Centrum Sportu i Rekreacji.
- Poszukiwanie inwestorów dla miasta i powiatu.

- Słowne konfrontacje („pyskówki”) w kampanii wyborczej.
- Jednomandatowe okręgi wyborcze.
- Jak zatrzymać młodych w mieście? Nowe miejsca pracy.
- Sytuacja gospodarcza w Kraśniku.
- Zmiana burmistrza w mieście.
- Marszałek województwa – kto może nim zostać?

#### Pabianice:

- Przyszłość Pabianic.
- Sposoby na bezrobocie.
- Światopogląd kandydatów.
- Problemy administracji – straż miejska, reorganizacja administracji samorządowej.
- Prezydenckie CV – doświadczenia, kontakty, kompetencje kandydatów.
- Rozliczanie obietnic wyborczych.
- Kompromisy między kontrkandydatami.
- Wyniki prawyborów, które odbywały się w czasie debaty.
- Jednomandatowe okręgi wyborcze.
- Wybory prezydenta Pabianic – zasady.
- Wybory radnych – zasady.
- Liczba uprawnionych do głosowania, lokale wyborcze, dokumenty uprawniające do głosowania.
- Zasady głosowania – karty do głosowania.
- Cisza wyborcza, godziny otwarcia lokali wyborczych, spodziewane wyniki wyborów.
- Gdzie znaleźć najważniejsze informacje dotyczące wyborów?

#### Słupsk:

- Omówienie ustawy o zmianie ustawy o samorządzie gminnym.
- Sposoby zachęcenia władz lokalnych do realizacji zapisów o zmianie ustawy.
- Ekonomiczne skutki łączenia gmin.
- Koszty wprowadzania w życie postulatów kandydatów.
- Wzorce programowe kandydatów.

#### Wąbrzeźno:

- Sport profesjonalny w Wąbrzeźnie.
- Infrastruktura sportowa w Wąbrzeźnie.
- Sport rekreacyjny w Wąbrzeźnie.



- Projekt przebudowy Góry Zamkowej i inne atrakcje turystyczne.
- Marka Wąbrzeźno – Przyjazne Wody.
- Place zabaw w Wąbrzeźnie.
- Pomysły mieszkańców w ramach budżetu obywatelskiego.
- Zrealizowane inwestycje na terenie powiatu Wąbrzeźno podczas mijającej kadencji.
- Finanse powiatu a stopień realizacji inwestycji.
- Strategia rozwoju powiatu wąbrzeskiego.
- Poziom służby zdrowia w powiecie wąbrzeskim.
- Współpraca starostwa z gminami powiatu wąbrzeskiego; problemy w znalezieniu konsensu.

#### Włocławek:

- Budżet obywatelski we Włocławku.
- Programy kandydatów.
- Inicjatywa „Bezpartyjny Włocławek”.
- Motywacje kandydatów.
- Motywacja wyborców do głosowania.
- Infrastruktura Włocławka.
- Obecny prezydent miasta i rada miasta – działania i błędy.
- Zadłużenie Włocławka.
- Ranking „Polityki” – drugie miejsce Włocławka wśród najgorszych miast Polski.
- Prognozy wyborcze.
- Sytuacja w urzędzie miasta Włocławka (kontrowersje).
- Konsultacje społeczne, wspieranie zdolnych mieszkańców Włocławka.
- Komentarze gości dotyczące wyników sondaży przedwyborczych we Włocławku.
- Przewidywanie drugiej tury wyborów we Włocławku.
- Powody istotności wyborów samorządowych i głosowania na PO.
- Pozycja na liście wyborczej a sukces w wyborach.

## Goście audycji

Kolejnym zestawieniem porównawczym mającym istotne znaczenie dla proporcjonalnego porównania wyników ze stacji ogólnopolskich i regionalnych z wynikami ze stacji kablowych jest zestawienie sposobu doboru gości i ekspozycji poszczególnych partii politycznych w materiałach okołowyborczych.

## Goście w ogóle

Zestawienie doboru gości pod względem ich profesji wskazuje, że w audycjach publicystycznych praktycznie nieobecna była kategoria polityków niebędących kandydatami (brak jakichkolwiek wystąpień), ekspertów (naukowców, artystów, dziennikarzy – 1 wystąpienie) oraz innych gości (celebrytów, lokalnych liderów opinii – 1 wystąpienie). W analizowanym okresie w lokalnych stacjach kablowych skupiono się przede wszystkim na kandydatach w wyborach – 37 na 39 wystąpień gości to właśnie kandydaci bezpośrednio startujący w wyborach samorządowych. Goście spoza tej kategorii to:

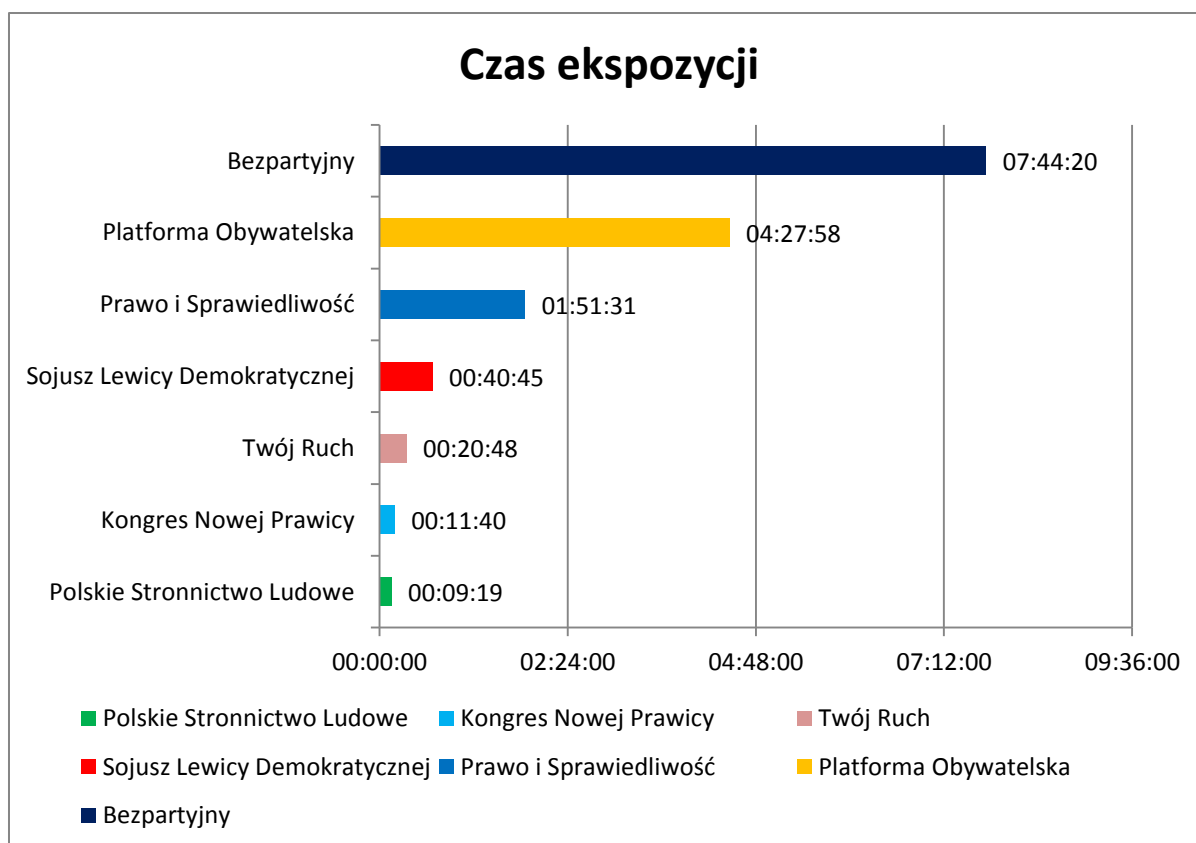
- Paweł Rózga („sekretarz miasta Pabianic”) w Pro-MOK. TELEWIZJA MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W PABIANICACH;
- Andrzej Winiarski („włocławski pasjonat historii. (...) członek komitetu honorowego Bezpartyjnego Włocławka”) w CW24TV.

Zasadne okazuje się pytanie o powody takiej sytuacji. Wydaje się, że można wskazać przynajmniej trzy prawdopodobne:

1. przekonanie (dziennikarzy, wydawców, właścicieli stacji?), że jedynymi gośćmi wartościowymi z punktu widzenia publicystyki politycznej – w badanym okresie – są sami kandydaci w wyborach samorządowych;
2. ograniczenia natury logistycznej, związane z modelem i lokalizacją działalności stacji (ograniczone warunki lokalowe, ograniczony dostęp do ekspertów politycznych poza głównymi ośrodkami akademickimi);
3. brak grupy liderów politycznych, którzy nie będąc kandydatami samorządowymi aktywnie uczestniczą w życiu danego regionu i chętnie braliby udział w tego typu audycjach publicystycznych, czyniąc je bardziej opiniotwórczymi.

## Goście wg partii

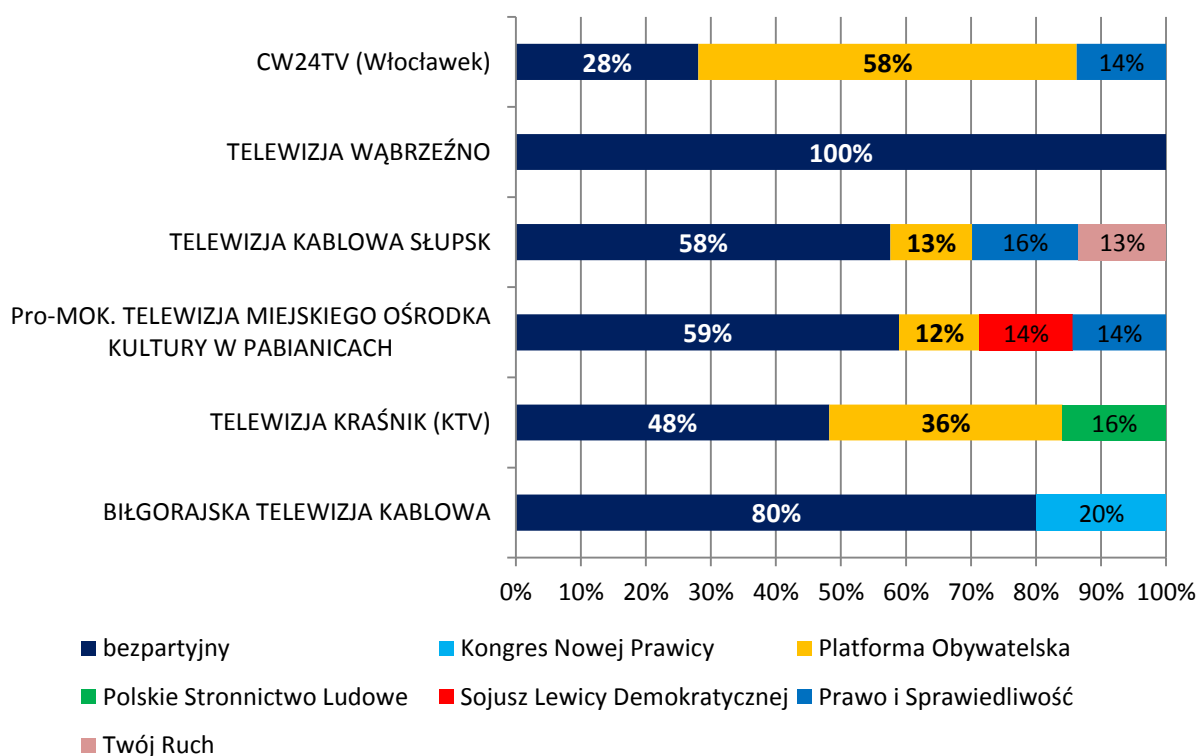
Na trzech poniższych wykresach prezentujemy zestawienie struktury procentowej ekspozycji polityków poszczególnych partii w badanych stacjach, a także zestawienie modelu ekspozycji – czynnej lub biernej – tych polityków oraz szczegółowy wykaz wszystkich gości (w formie tabeli).



Na zestawieniu widoczna jest przewaga ekspozycji polityków bezpartyjnych (w przypadku tych wyborów prawie wyłącznie kandydatów bezpartyjnych) nad pozostałymi grupami, jednak jest ona mniejsza niż w przypadku regionalnych ośrodków TVP i zbliżona do przewagi widocznej w stacjach ogólnopolskich. Wskazuje to na wyraźnie wyższe – w stosunku do stacji regionalnych – upartyjnienie dyskursu i doboru gości w stacjach kablowych.

Na kolejnym wykresie prezentujemy analizę struktury czasu ekspozycji według partii w rozbiciu na poszczególne, analizowane stacje.

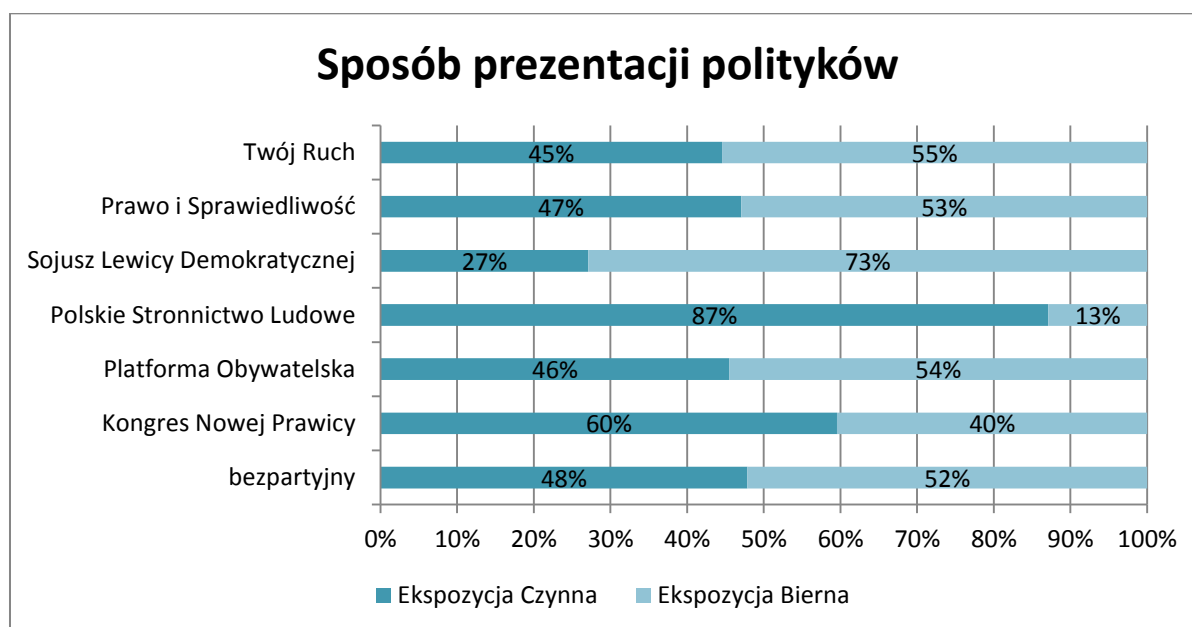
## Struktura ekspozycji partii wg stacji



Zestawienie obrazuje brak jednolitego wzorca ekspozycji partii w badanych programach publicystycznych i duże zróżnicowanie między stacjami. W większości stacji dominuje grupa gości bezpartyjnych (poza telewizją kablową z Włocławka – CW24TV, która wyraźnie odstawała od pozostałych stacji, o czym można przeczytać na kolejnych stronach niniejszego raportu), ale już na drugim miejscu różnice są wyraźne: dwa razy drugą partią jest PO, dwa razy PiS (raz *ex aequo* z SLD, które było niemal nieobecne na wizji badanych stacji kablowych), a raz Kongres Nowej Prawicy (obecność tylko w Biłgorajskiej Telewizji Kablowej). Z kolei rządowy koalicjant – Polskie Stronnictwo Ludowe, podobnie jak SLD, był prawie nieobecny w badanych audycjach – tylko telewizja w Kraśniku (KTV) zaprosiła do swoich audycji reprezentanta PSL-u. Różna jest także liczba eksponowanych partii – jedna stacja prezentuje tylko gości bezpartyjnych, inna tylko KNP i bezpartyjnych, dwie stacje prezentują po trzy grupy, dwie pozostałe zaś cztery stronnictwa (w tym bezpartyjnych) i – co trzeba podkreślić – za każdym razem w innym składzie. Z zestawienia wynika, że modele doboru gości są silnie uwarunkowane lokalnie i zależne od możliwości organizacji spotkania z politykami określonych stronnictw w danej telewizji. Z drugiej zaś strony taki, a nie inny sposób doboru gości w ostatnim tygodniu kampanii wyborczej może być świadomym i intencjonalnym

zabiegiem ze strony właścicieli stacji, chcących promować jednych kosztem drugih. Dobrze obrazuje to przykład włocławskiej telewizji kablowej – CW24TV – która na swojej antenie w ogóle nie gościła reprezentantów Sojuszu Lewicy Demokratycznej, rządzących w mieście od dwóch kadencji, podczas gdy zapraszani goście często byli pytani właśnie o działania, postawy i zachowania ratusza. Owa silna stronnictwość zostanie dokładniej zaprezentowana przy omawianiu postaw dziennikarzy prowadzących audycje zakwalifikowane do rzeczzonego badania.

Na ostatnim wykresie w tej części zestawiamy dane dotyczące ekspozycji polityków według partii w rozróżnieniu na ekspozycję czynną (kiedy polityk mówi w audycji) i bierną (kiedy jest widoczny, ale nie zabiera głosu).



Wyniki te są zasadniczo zbliżone do stacji ogólnopolskich i oddziałów regionalnych TVP, z jednym zachwianiem proporcji w przypadku polityka SLD (niska ekspozycja czynna) oraz gościa z PSL (bardzo wysoka ekspozycja czynna). Pozostałe partie mają zbliżone wyniki, różnica między PiS a PO jest zaś bardzo niska (1 punkt proc. na korzyść PiS w ekspozycji czynnej).

## Prowadzący audycje

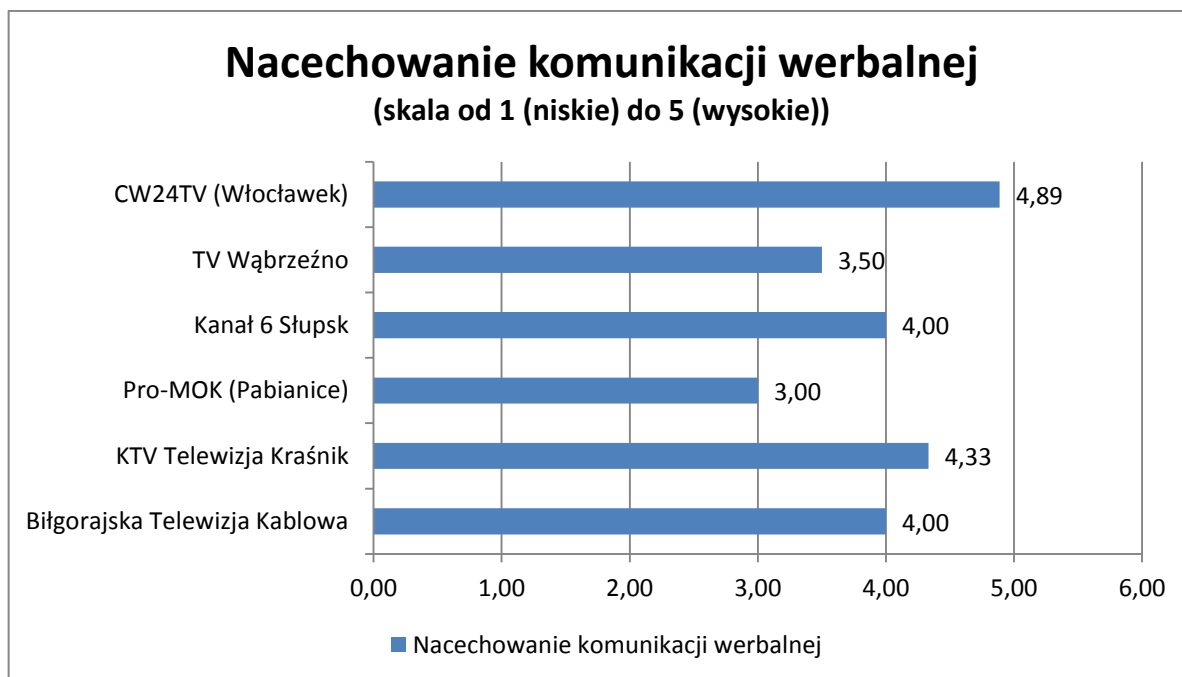
W przypadku audycji publicystycznych widoczna jest wyraźna koncentracja prowadzenia audycji. O ile w przypadku audycji informacyjnych w ich tworzenie zaangażowany jest za każdym razem zespół dziennikarzy, o tyle programy publicystyczne mają niemal jednego prowadzącego w każdej ze stacji – z wyjątkiem stacji z Pabianic, gdzie pojawia się znany z telewizji ogólnopolskich model współprowadzenia audycji przez dwójkę dziennikarzy. Częstym problemem jest też niemożność identyfikacji dziennikarza prowadzącego audycję – pozostaje on anonimowy w trakcie trwania audycji, co miało miejsce w przypadku stacji:

- BIŁGORAJSKA TELEWIZJA KABLOWA;
- TELEWIZJA KABLOWA SŁUPSK – KANAŁ 6.

Dziennikarze prowadzący analizowane audycje, których można było zidentyfikować, to:

- Emilia Ziętała – Pro-MOK. TELEWIZJA MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W PABIANICACH;
- Anna Kucharek, Maciej Kucharek – Pro-MOK. TELEWIZJA MIEJSKIEGO OŚRODKA KULTURY W PABIANICACH;
- Anna Wiecka – TELEWIZJA WĄBRZEŻNO;
- Jacek Michalczyk – TELEWIZJA KRAŚNIK (KTV);
- Ewelina Ziółkowska – CW24TV (Włocławek).

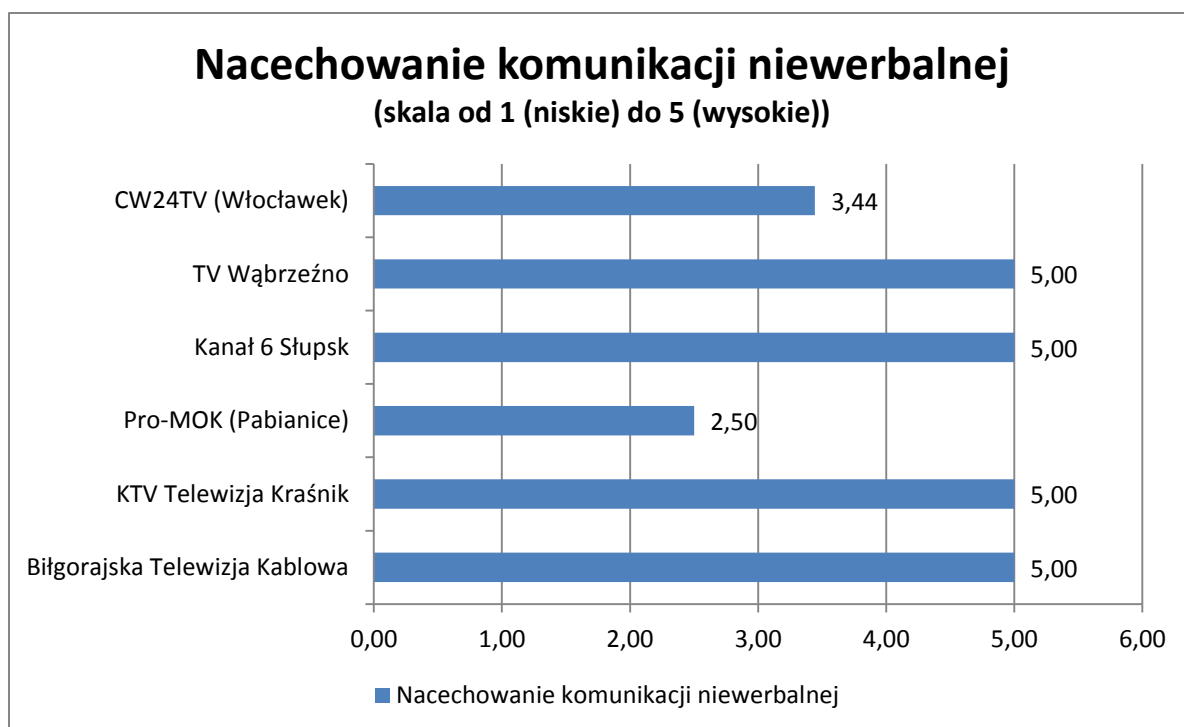
## Poziom nacechowania wypowiedzi i zachowań prowadzących wg stacji



W badanym materiale widoczny jest wysoki, ale niższy niż w przypadku stacji ogólnopolskich i ośrodków regionalnych TVP, poziom nacechowania wypowiedzi dziennikarskich. Warto zauważyć, że wypowiedzi te, mimo iż często obfitujące w kolokwializmy i dość często w błędy językowe, są jednak konstruowane przeważnie w sposób w miarę wyważony (często, jak np. w przypadku telewizji kablowej z Pabianic, osiągając wartości zbliżone do dolnych obserwowanych dla próbek ogólnopolskich wartości tego wskaźnika). W tym zestawieniu najwyższą wartości uzyskała telewizja z Włocławka – CW24TV (4,89 pkt w pięciostopniowej skali), najniższą zaś wspomniana już TV z Pabianic (3,00 pkt). Warto powiedzieć, że najbardziej negatywnie wyróżnia się red. Ewelina Ziółkowska z CW24TV, która w prowadzonych przez siebie audycjach używała bardzo wielu oceniających określeń nacechowanych emocjonalnie (często ironizując), a także trudnych wyrażen. Często wyrażała się w pierwszej osobie liczby pojedynczej (np. „nie mam żadnych wątpliwości”, „właśnie się zastanawiam”). Konstruowała długie wypowiedzi, podczas których zadawała dużo pytań ze skomplikowaną, złożoną składnią. Ta złożoność powodowała, że prowadząca popełniała wiele błędów językowych. Używała frazeologizmów („przejąć stery”), metafor („ciepła posadka”, „budżet obywatelski to pana dziecko”) oraz kolokwializmów („fajne rozwiązanie”). Często zdarzało się jej również używać partykuły „no” jako przerywnika

albo na początku zdania. Warto zacytować kilka wybranych wypowiedzi oraz użytych przez red. Ziółkowskiej fraz: „Panie Piotrze, no to zacznijmy z grubej rury: jest pan członkiem takiej solidnej grupy, jakim jest Komitet Bezpartyjny Włocławek”; „Pomyślmy nad tym logicznie, nie rozumiem takiego postępowania, no bo w zasadzie zmiana pokoleniowa, o której tutaj panowie mówicie byłaby również z korzyścią dla tych osób, które no tak bardzo skupiają się na tym, żeby broń Boże tych swoich stołków nie opuścić”; „Przyszła mi do głowy taka myśl, jeżeli chodzi o to, co możemy obserwować na terenie Polski. Elbląg, słynne referendum, w którym odwołano prezydenta, no warto w tym miejscu przypomnieć, że jaki był powód tego odwołania prezydenta. Otóż okazało się, że prezydent tak wydziwiał, tak kołował przy okazji rozmów z jednym z przedsiębiorstw, że to przedsiębiorstwo ulokowało się pod Malborkiem, elblążanie jak usłyszeli, że stracili możliwość utworzenia w mieście trzystu miejsc pracy zwołali referendum, odwołali prezydenta”; „tak się czasami zdarza, że osoby, które ubiegają się o jakieś funkcje w samorządzie deklarują, że mają takie, a nie inne wykształcenie, a jak przychodzi co do czego, to okazuje się, że no jest zupełnie inaczej”; „dlaczego tak wielu dziwnych ludzi pcha się do rad miasta? Można czasami odnieść wrażenie, że to jest dla nich marzenie życia”; „będę teraz może przez chwilę taką wredną Moniką Olejnik”; „no ale co się okazuje, prezydenta widzimy najczęściej jak hasa po jakiś imprezach, ja przyznaję, w swojej praktyce nie miałam okazji widzieć jak prezydent Andrzej Pałucki dokonuje jakiejś inspekcji (...)”. Wydaje się, że powyższe cytaty – wyjęte z szerszych kontekstów wypowiedzi (pełne transkrypcje znajdują się w załącznikach do niniejszego raportu – szczegółowych, analitycznych kartach programowych) – wyraźnie pokazują odmiennność w stylu prowadzenia audycji w porównaniu do pozostałych stacji kablowych. Charakterystyki stylu prowadzenia wszystkich audycji przez poszczególnych dziennikarzy znajdują się w załączonych kartach programowych.



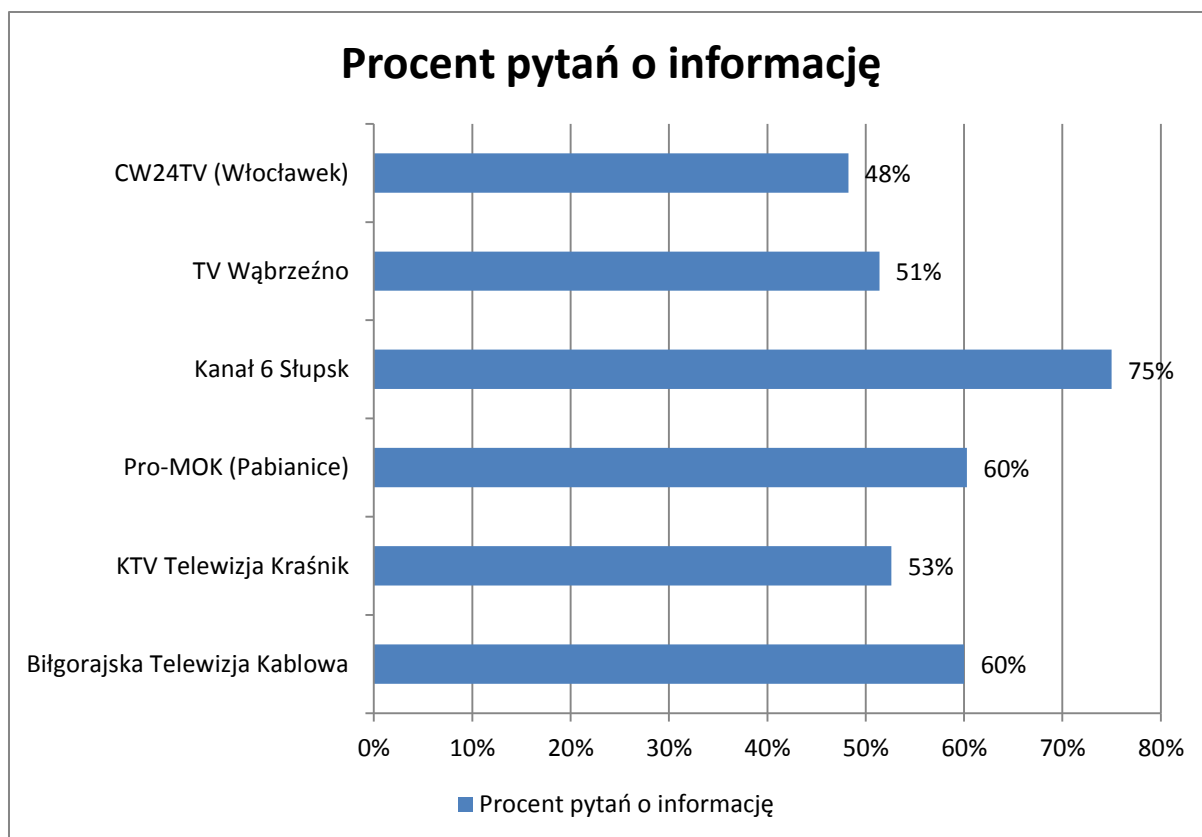


Jak pokazuje powyższe zestawienie, bardzo wysokie wartości przyjmuje w badanej próbie nacechowanie komunikacji niewerbalnej. Wynika to ze stosowania przez dziennikarzy szerokiego spektrum zachowań cechowanych, obejmujących m.in.:

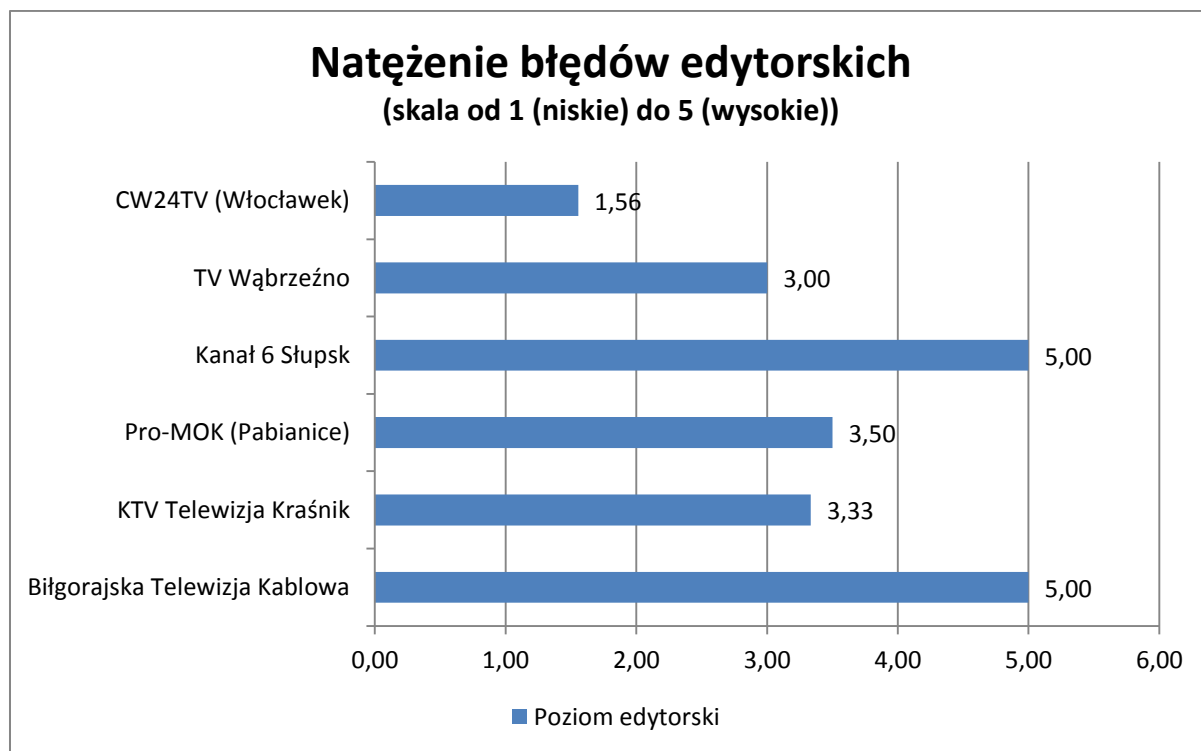
- wyrazistą mimikę;
- aprobatywne gesty głową (przytakiwanie, kiwanie ze zrozumieniem);
- zaciskanie ust;
- ekspresywną intonację i intensywne wykorzystanie parawerbalnych aspektów wypowiedzi;
- wyrazistą, kontrolującą sytuację gestykulację;
- ostentacyjne czytanie z kartki;
- uciszanie gości dłońmi, wskazywanie ręką/długopisem.

Ponownie w tym zestawieniu najlepszy wyniku uzyskała telewizja z Pabianic, która na tle pozostałych stacji wyróżnia się wyjątkowo korzystnie pod względem warsztatu dziennikarskiego.

## Strategie zadawania pytań przez dziennikarzy wg stacji



W badanej próbie dziennikarze w zasadzie wszystkich stacji (oprócz telewizji kablowej z Włocławka i z Wąbrzeźna) uzyskali wysokie wartości natężenia merytorycznych pytań o informację, co dobrze świadczy o poziomie merytorycznym samych audycji i wartości poznawczej, jaką niosą one dla widza.



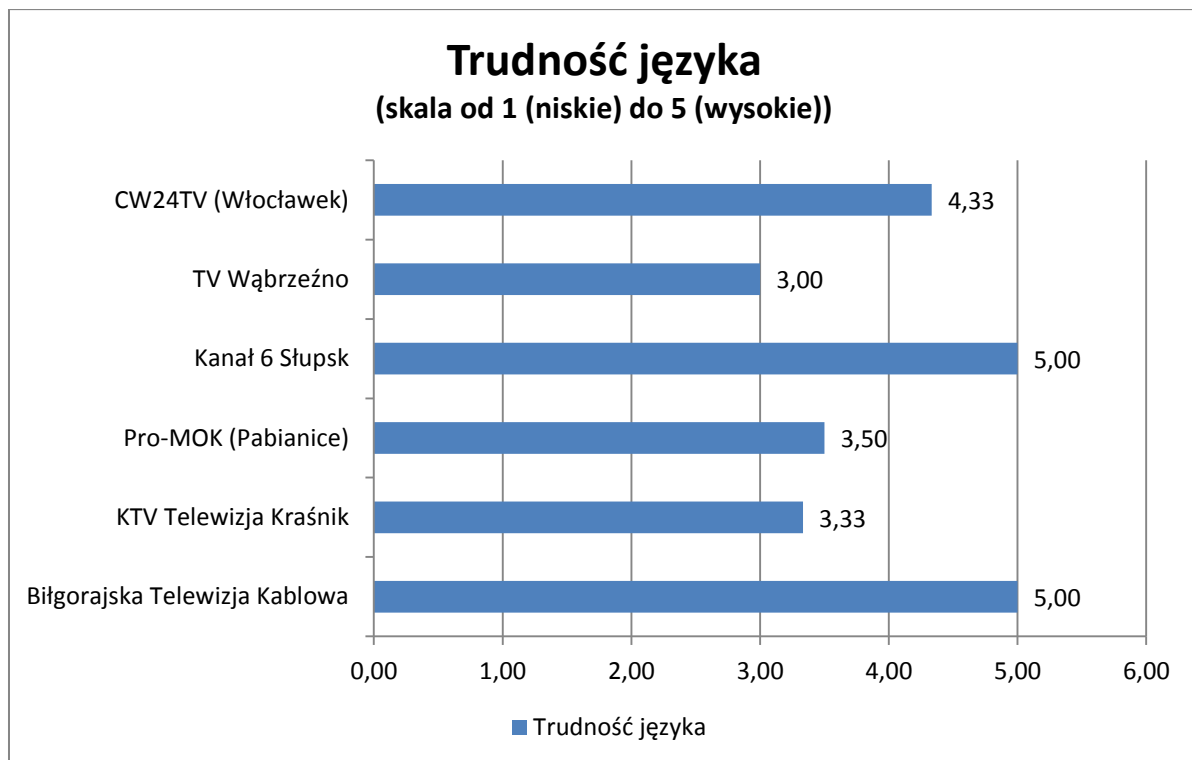
Z pewnością istotnym elementem mającym wpływ na atrakcyjność audycji, a także jej odbiór, są warunki techniczne nagrań: zarówno udźwiękowienie audycji, jak i scenografia studia telewizyjnego. Znaczący minimalizm organizacyjny jest z pewnością efektem ograniczonych budżetów, jakimi dysponują nadawcy kablowi, natomiast wydaje się, że pewne negatywnie wpływające na komfort odbioru audycji elementy można byłoby dość łatwo wyeliminować, nie ponosząc dodatkowych nakładów (np. zadbanie o ciszę w studiu nagraniowym, bardziej uważny montaż, lepsze aranżowanie planów itp.).

Powszechnie występujące w badanych audycjach błędy to:

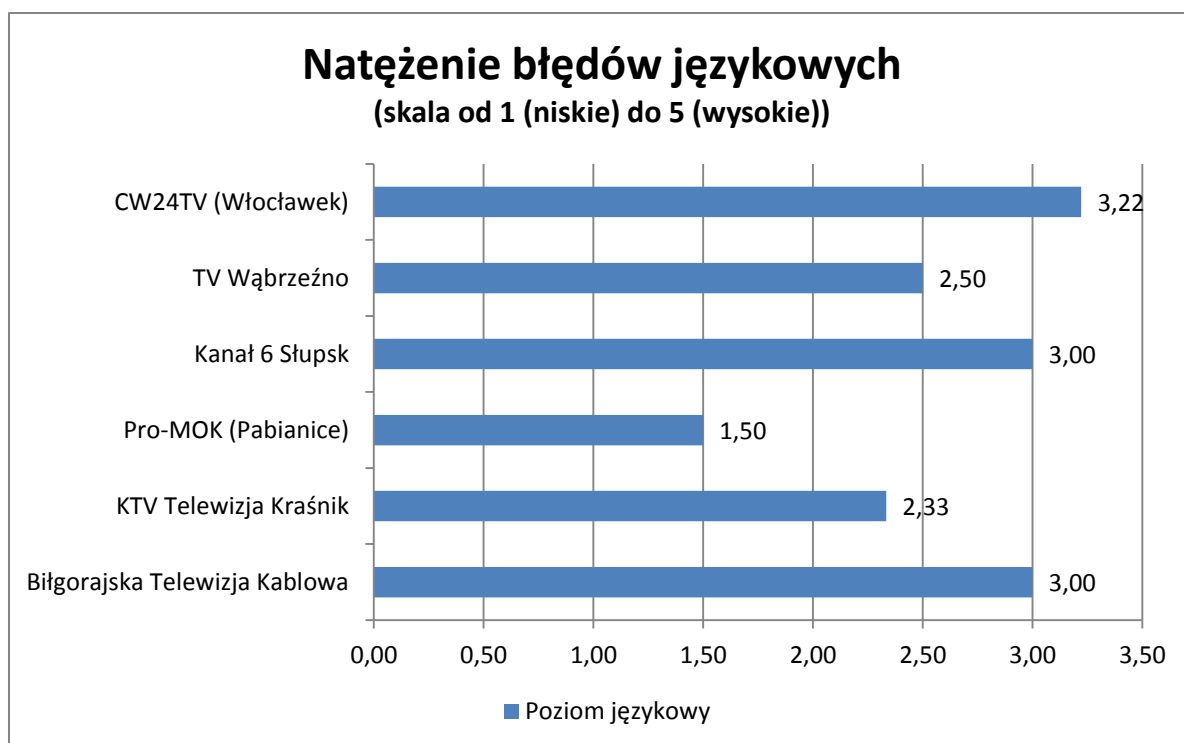
- problemy z poziomem głośności mikrofonów;
- niestарanne kluczowanie postaci w przypadku stosowania scenografii wirtualnej;
- problemy z kadrowaniem (np.: ręce i gestykulacja innej osoby widoczne w kadrze z mówiącym gościem);
- zacinanie się kamer;
- szarpane przejścia między ujęciami;

- błędy w podpisach;
- filmowanie audycji „z ręki” – bez statywu, widoczne w drzeniu kamery;
- logo stacji zasłaniające twarz gościa;
- brak przedstawienia się przez prowadzącego audycję dziennikarza (sic!).

### Język prowadzących



Generalnie dziennikarze wszystkich badanych stacji posługują się złożonym językiem, obfitującym w trudne słownictwo, ale także złożone konstrukcje zdaniowe, które często prowadzą do błędów w wypowiedzi – niekończenia rozpoczętych zdań (myśli) lub niepoprawnych konstrukcji gramatycznych w zdaniach wielokrotnie złożonych. Najlepsze wyniki w zakresie prostoty języka osiągnęli dziennikarze telewizji kablowych z Wąbrzeźna, Pabianic oraz Kraśnika.



W badanym materiale stosunkowo często występują różne błędy i problematyczne konstrukcje językowe, obejmujące głównie:

- błędy w łączliwości wyrazów;
- kolokwializmy;
- niestaranne struktury zdań i zaburzenia szyku;
- przejęzyczenia.

Jednocześnie na tle badanych telewizji wyraźnie korzystnie wyróżnia się stacja Miejskiego Ośrodka Kultury z Pabianic, w której dziennikarze prezentują relatywnie najwyższy poziom językowy.

Na koniec warto przyjrzeć się łącznemu zestawieniu dla poszczególnych dziennikarzy prowadzących (współprowadzących) audycje publicystyczne w telewizjach kablowych.

W tym zestawieniu najlepiej (biorąc pod uwagę średnie dla wszystkich wyników) wypadli: Emilia Ziętała, Anna Wiecka oraz małżeństwo Kucharków.

|                            | Nacechowanie werbalne | Nacechowanie niewerbalne | Trudność języka | Natężenie błędów językowych | Natężenie błędów edytorskich | Liczba pytań o informację | Liczba pytań o opinię | Odsetek pytań o informację | Liczba interwencji na minutę | Liczba sytuacji utraty kontroli na minutę |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------------------------------|
| Dwie dziennikarki-Biłgoraj | 4,00                  | 5,00                     | 5,00            | 3,00                        | 5,00                         | 6,00                      | 4,00                  | 60%                        | 0,02                         | 0,00                                      |
| Dziennikarz Kanał 6        | 4,00                  | 5,00                     | 5,00            | 3,00                        | 5,00                         | 9,00                      | 3,00                  | 75%                        | 0,46                         | 0,04                                      |
| Anna Kucharek              | 5,00                  | 5,00                     | 5,00            | 2,00                        | 2,00                         | 7,00                      | 27,00                 | 21%                        | 0,03                         | 0,00                                      |
| Anna Wiecka                | 3,50                  | 5,00                     | 3,00            | 2,50                        | 3,00                         | 5,50                      | 5,00                  | 51%                        | 0,00                         | 0,00                                      |
| Emilia Ziętała             | 1,00                  | 0,00                     | 2,00            | 1,00                        | 5,00                         | 13,00                     | 0,00                  | 100%                       | 0,00                         | 0,00                                      |
| Ewelina Ziółkowska         | 4,89                  | 3,44                     | 4,33            | 3,22                        | 1,56                         | 4,00                      | 4,56                  | 48%                        | 0,08                         | 0,01                                      |
| Jacek Michalczyk           | 4,33                  | 5,00                     | 3,33            | 2,33                        | 3,33                         | 6,33                      | 5,67                  | 53%                        | 0,41                         | 0,00                                      |
| Maciej Kucharek            | 5,00                  | 5,00                     | 5,00            | 2,00                        | 2,00                         | 7,00                      | 27,00                 | 21%                        | 0,03                         | 0,00                                      |

## Podsumowanie

Podsumowanie tego raportu zawiera kluczowe dane dotyczące dwóch kwestii będących przedmiotem zainteresowania w badaniu audycji ogólnopolskich:

- realizacji misyjności zdefiniowanej w art. 21 ustawy o RiTV w przekazach badanych stacji;
- sposobu prezentacji kobiet na antenach badanych stacji.

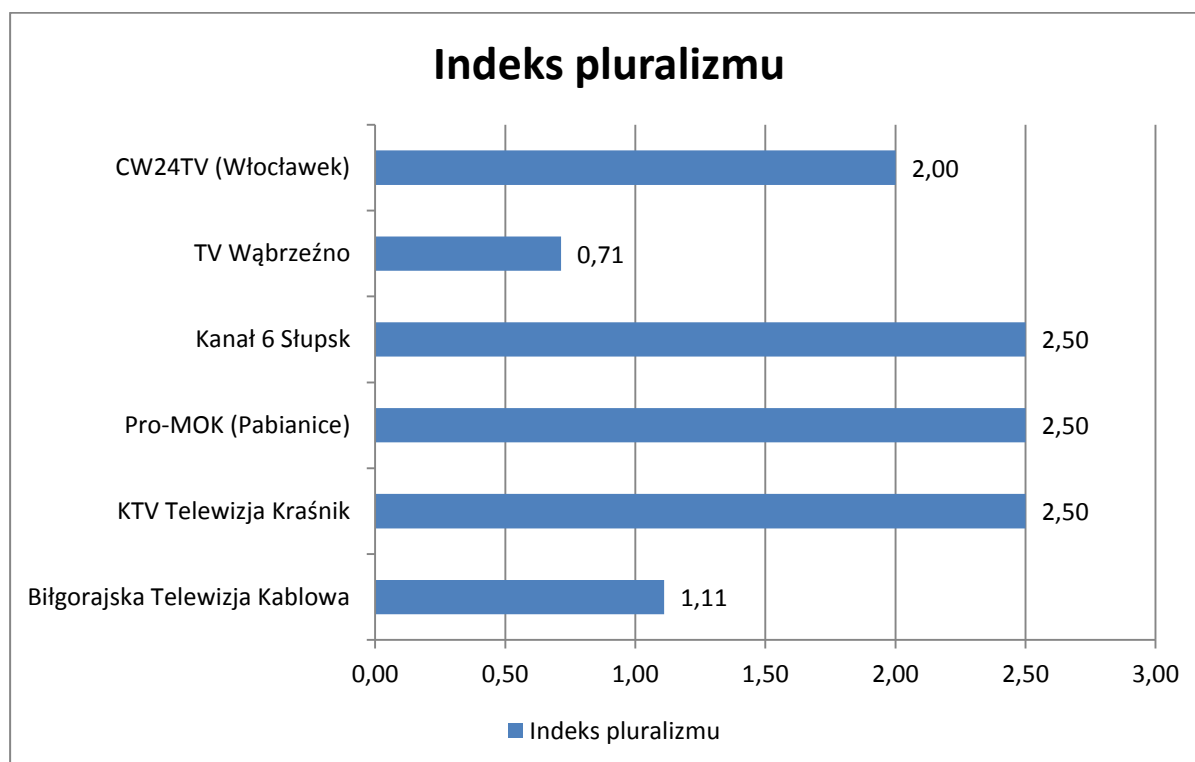
## Analiza porównawcza programów pod kątem realizacji? elementów misyjności

W poniższej analizie uwzględniono pięć wskaźników dotyczących realizacji misji zastosowanych w przypadku badania audycji ogólnopolskich. Jako wskaźniki problematyczne w operacjonalizacji – w stosunku do zapisu ustawowego – zostały usunięte dwa: niezależności (trudność w operacjonalizacji na poziomie wskaźników obserwowalnych w treści przekazu) i innowacyjności (niski poziom innowacyjności w audycjach publicystycznych w ogóle – małe pole manewru).

Szczegółową metodologię obliczania wskaźników i zmiany w stosunku do poprzednich edycji monitoringu wyborczego w 2014 roku można znaleźć w raporcie poświęconym audycjom ogólnopolskim emitowanym w okresie dwóch ostatnich tygodni kampanii samorządowej.

W poniższym zestawieniu prezentujemy wyniki według obecnej metodologii i syntetyczne porównanie jej z metodologią zastosowaną w poprzednich edycjach badania – eurowyborach 2014 roku.

## Pluralizm

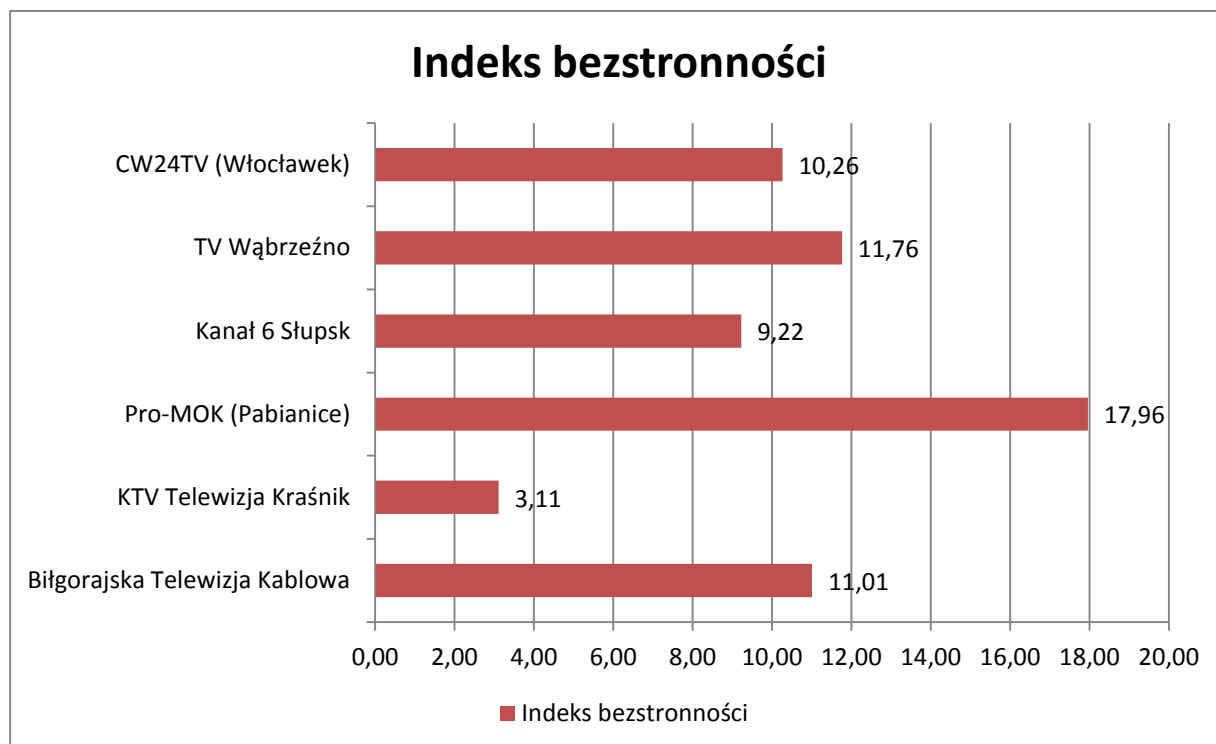


Ujęty w badaniu indeks pluralizmu przyjął dla analizowanego zbioru danych – ogólnie rzecz biorąc – bardzo niskie wartości, co oddaje intuicyjną obserwację przywołaną wcześniej przy analizie struktury ekspozycji partii, że dobór gości z klucza partyjnego do badanych audycji był dość chaotyczny i z widocznymi preferencjami w kierunku PO oraz kandydatów bezpartyjnych, bez dbałości o ekspozycję mniejszych partii. Najgorzej w przypadku tego indeksu wyglądała sytuacja w telewizji kablowej Wąbrzeźno i telewizji z Biłgoraja.



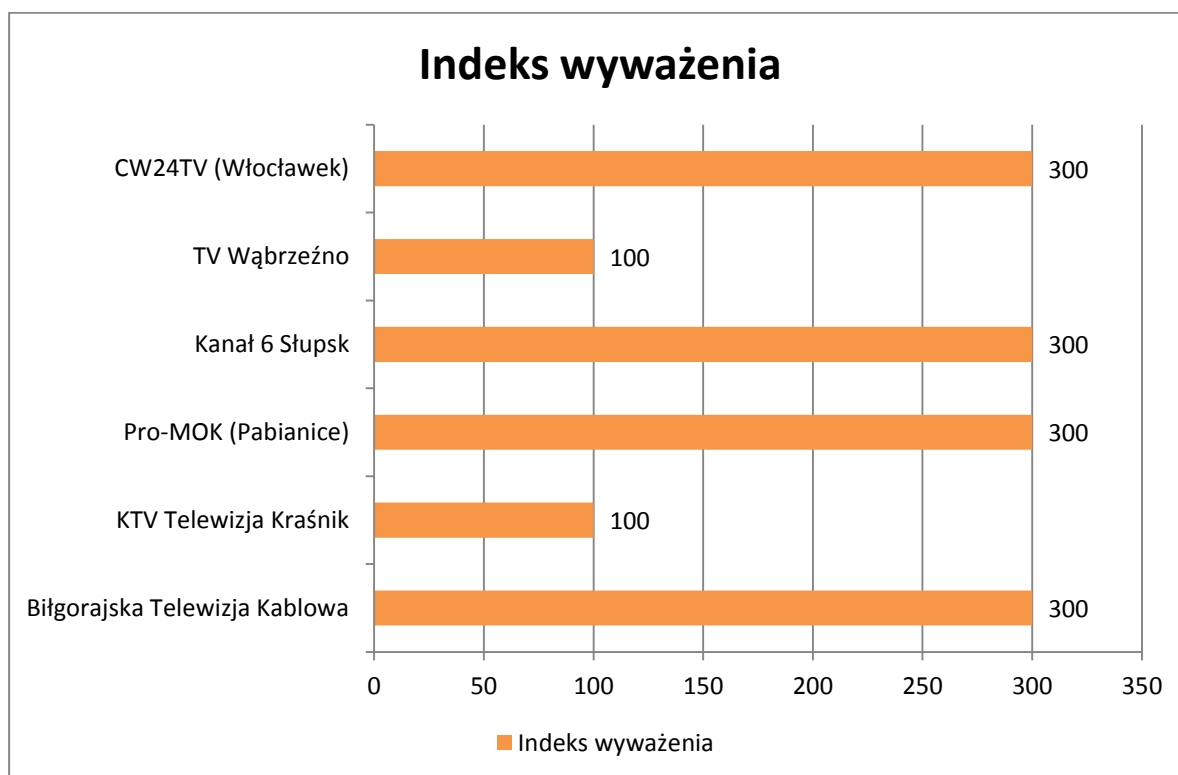
## Bezstronność

Drugim badanym wskaźnikiem była bezstronność, rozumiana jako unikanie zachowań nacechowanych i eksponowania osobistych poglądów dziennikarza w trakcie audycji.



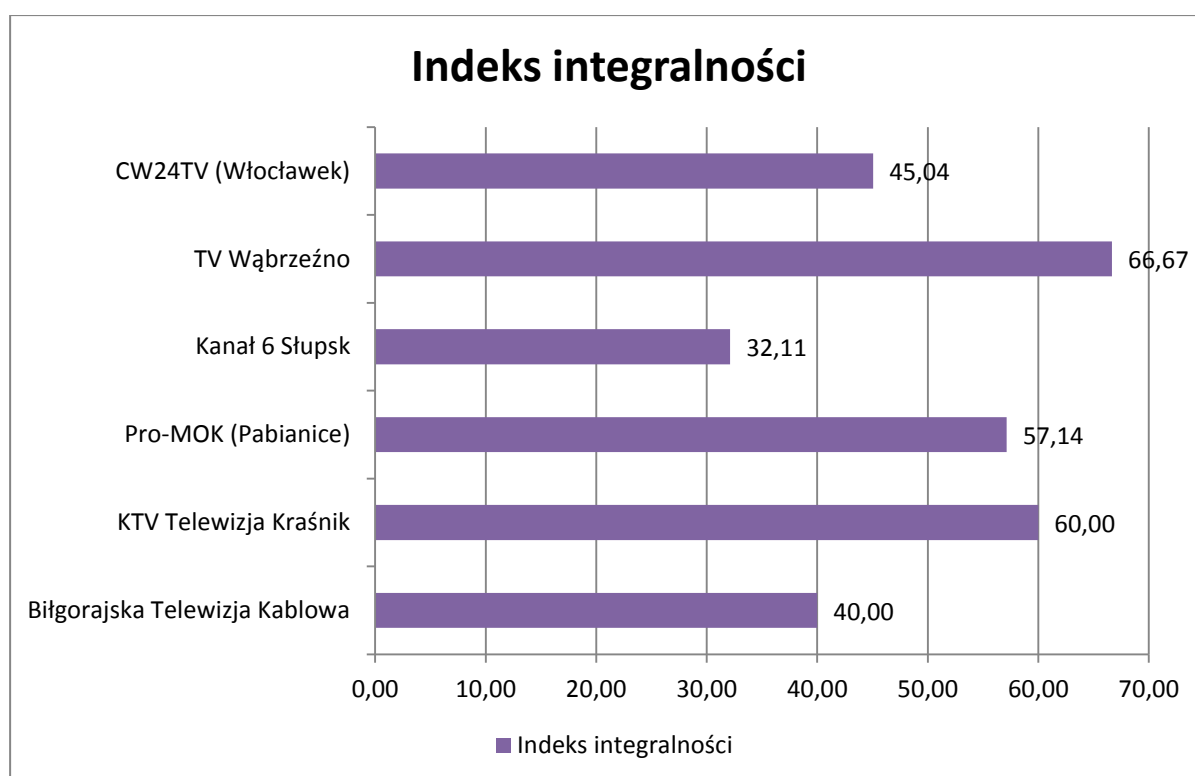
Indeks bezstronności przyjął w tym badaniu globalnie dość wysokie wartości, z wyraźnym odchyleniem w przypadku telewizji z Kraśnika, w przypadku której zmiana w metodologii pomiaru pozwoliła wychwycić skrajne zróżnicowanie nastawienia dziennikarza w zależności od partii, z której pochodził gość – część gości była traktowana neutralnie, część zaś w sposób wyraźnie afirmatywny, z sympatią i ostentacyjną akceptacją ze strony dziennikarza.

## Wyważenie



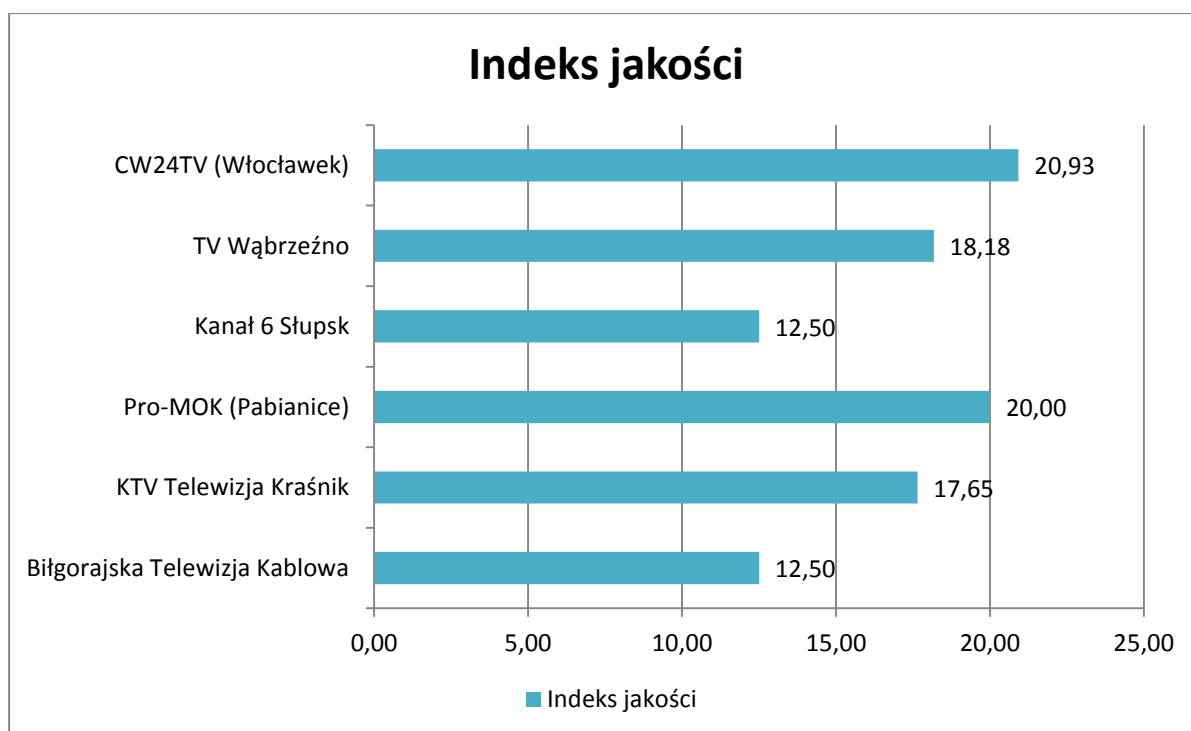
Indeks wyważenia przyjął w badaniu generalnie wysokie (maksymalne – 300 pkt w przypadku czterech stacji) wartości, w dwóch zaś (telewizje z Kraśnika i Wąbrzeźna) wystąpił problem z wyrażnie akceptującym i afirmatywnym stosunkiem do części gości, który znalazł odzwierciedlenie w wartości tego wskaźnika, rejestrującego wszelkie odchylenia od neutralnego wzorca zachowania dziennikarzy.

## Integralność



Badane audycje uzyskały generalnie wysokie wartości w zakresie integralności – z wyjątkiem telewizji kablowej ze Słupska, w przypadku której na wynik wpłynęło połączenie trudnego języka dziennikarskiego z częstszymi niż w innych stacjach sytuacjami utraty przez dziennikarza kontroli nad przebiegiem dyskusji i powstaniem wrażenia chaosu, wywołanego niekontrolowaną polemiką między gośćmi lub wypowiedziami gościa znacząco odbiegającymi od tematu audycji.

## Jakość



Wartości wskaźnika jakości w tym badaniu były wyraźnie niższe niż w jego poprzednich edycjach, w zasadzie średnio najniższe ze wszystkich badanych dotychczas próbek stacji i edycji kampanii wyborczych. Na fakt ten złożyło się widoczne, choć nie skrajne, natężenie błędów językowych oraz bardzo wysoka liczba błędów edytorskich, często noszących znamiona produkcji półamatorskich (ujęcia „z ręki”, chaotyczne kadrowanie, rwana praca kamery itp.). Najniższe wyniki tego wskaźnika uzyskały telewizje kablowe z Biłgoraja i Słupska.

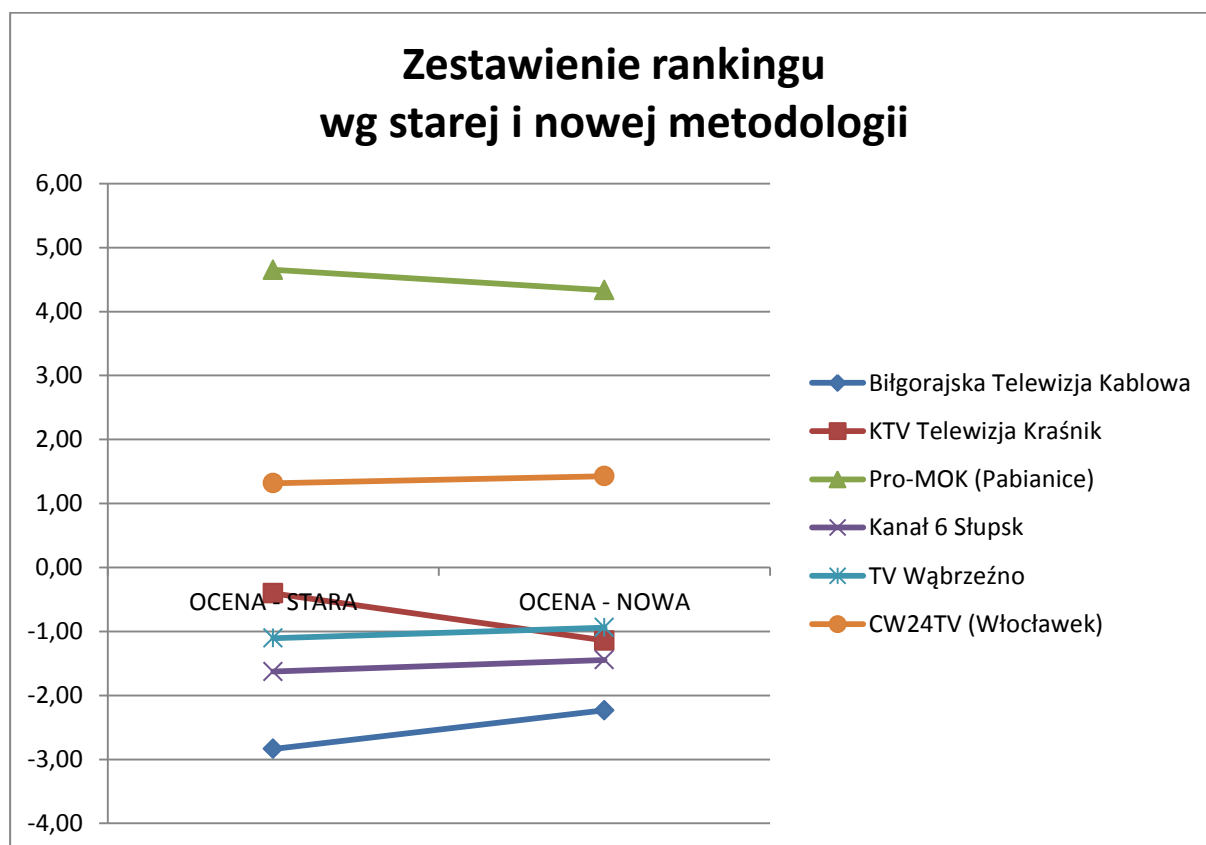
## Łączny indeks realizacji misji

W tabeli na kolejnej stronie prezentujemy zestawienie wyników surowych i standaryzowanych (przeliczonych na wspólna jednostkę) dla wszystkich badanych stacji.

| Dane surowe                   |           |           |              |        |              |       |
|-------------------------------|-----------|-----------|--------------|--------|--------------|-------|
|                               | Pluralizm | Wyważenie | Integralność | Jakość | Bezstronność |       |
| Biłgorajska Telewizja Kablowa | 1,11      | 300,00    | 40,00        | 12,50  | 11,01        |       |
| KTV Telewizja Kraśnik         | 2,50      | 100,00    | 60,00        | 17,65  | 3,11         |       |
| Pro-MOK (Pabianice)           | 2,50      | 300,00    | 57,14        | 20,00  | 17,96        |       |
| Kanał 6 Słupsk                | 2,50      | 300,00    | 32,11        | 12,50  | 9,22         |       |
| TV Wąbrzeźno                  | 0,71      | 100,00    | 66,67        | 18,18  | 11,76        |       |
| CW24TV (Włocławek)            | 2,00      | 300,00    | 45,04        | 20,93  | 10,26        |       |
| Średnia                       | 1,89      | 233,33    | 50,16        | 16,96  | 10,56        |       |
| Odchylenie standardowe        | 0,79      | 103,28    | 13,22        | 3,65   | 4,77         |       |
| Dane standaryzowane           |           |           |              |        |              |       |
|                               | Pluralizm | Wyważenie | Integralność | Jakość | Bezstronność | OCENA |
| Biłgorajska Telewizja Kablowa | -0,98     | 0,65      | -0,77        | -1,22  | 0,10         | -2,23 |
| KTV Telewizja Kraśnik         | 0,78      | -1,29     | 0,74         | 0,19   | -1,56        | -1,14 |
| Pro-MOK (Pabianice)           | 0,78      | 0,65      | 0,53         | 0,83   | 1,55         | 4,33  |
| Kanał 6 Słupsk                | 0,78      | 0,65      | -1,37        | -1,22  | -0,28        | -1,44 |
| TV Wąbrzeźno                  | -1,49     | -1,29     | 1,25         | 0,33   | 0,25         | -0,94 |
| CW24TV (Włocławek)            | 0,14      | 0,65      | -0,39        | 1,09   | -0,06        | 1,43  |

W powyższym zestawieniu widoczny jest jeden wyraźny lider – telewizja realizowana w domu kultury w Pabianicach, która uzyskała najwyższe lub bardzo wysokie wyniki we wszystkich obszarach uwzględnianych w badaniu, najniższy wynik uzyskała zaś telewizja z Biłgoraju, dla której tylko wskaźnik wyważenia (neutralności w stosunku do gościa) przyjął wartości wyraźnie powyżej średniej dla wszystkich stacji. Jednakże pluralizm i jakość treści były bardzo problematycznymi aspektami w badanych audycjach tej stacji kablowej.

Na kolejnym wykresie prezentujemy zestawienie rankingowe według starej i nowej metodologii badania. Oba zestawienia nie różnią się jednak znacząco strukturą i kolejnością (zamiana miejsc między KTV a telewizją kablową z Wąbrzeźna stacji:

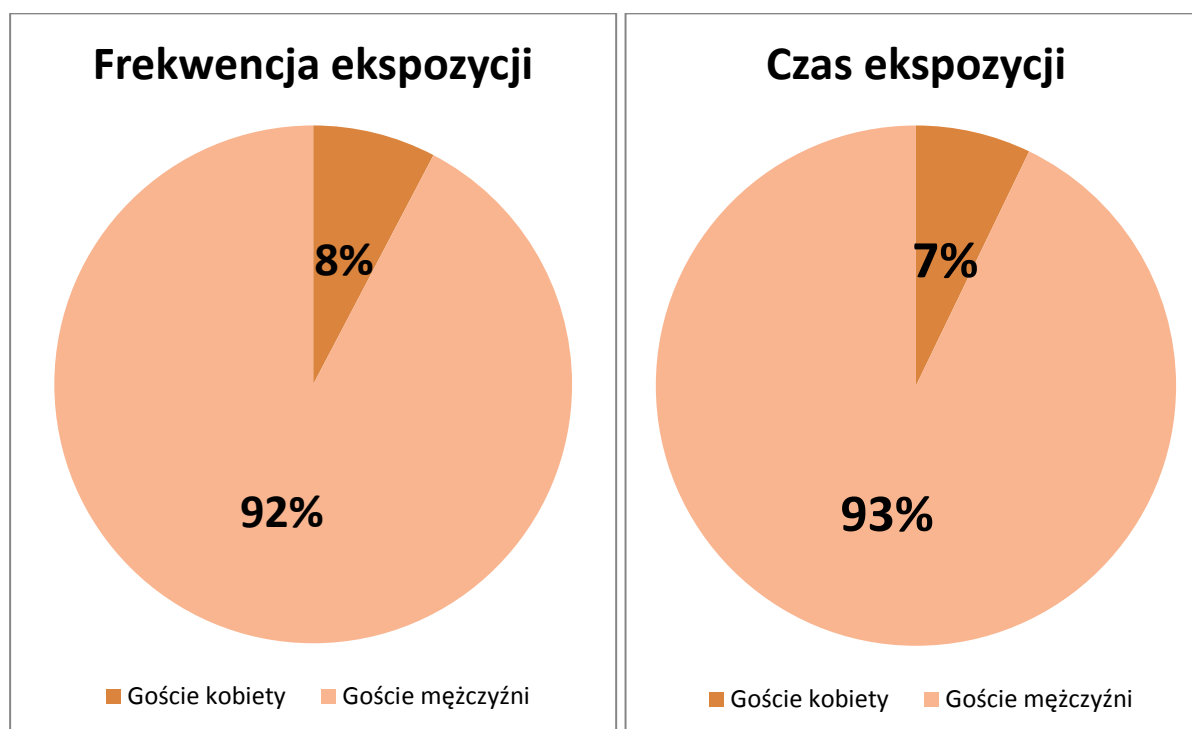


## Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych

W tej części raportu prezentujemy najważniejsze ilościowe i jakościowe wnioski dotyczące sposobu prezentacji kobiet w badanych audycjach. Są one zasadniczo różne od wniosków dla telewizji ogólnopolskich i oddziałów regionalnych TVP, a także dla referencyjnej grupy telewizji kablowych badanych w okresie eurowyborów 2014 roku (raport w dyspozycji KRRiT), z racji skrajnej maskulinizacji doboru gości do badanych programów.

### Kobiety-goście

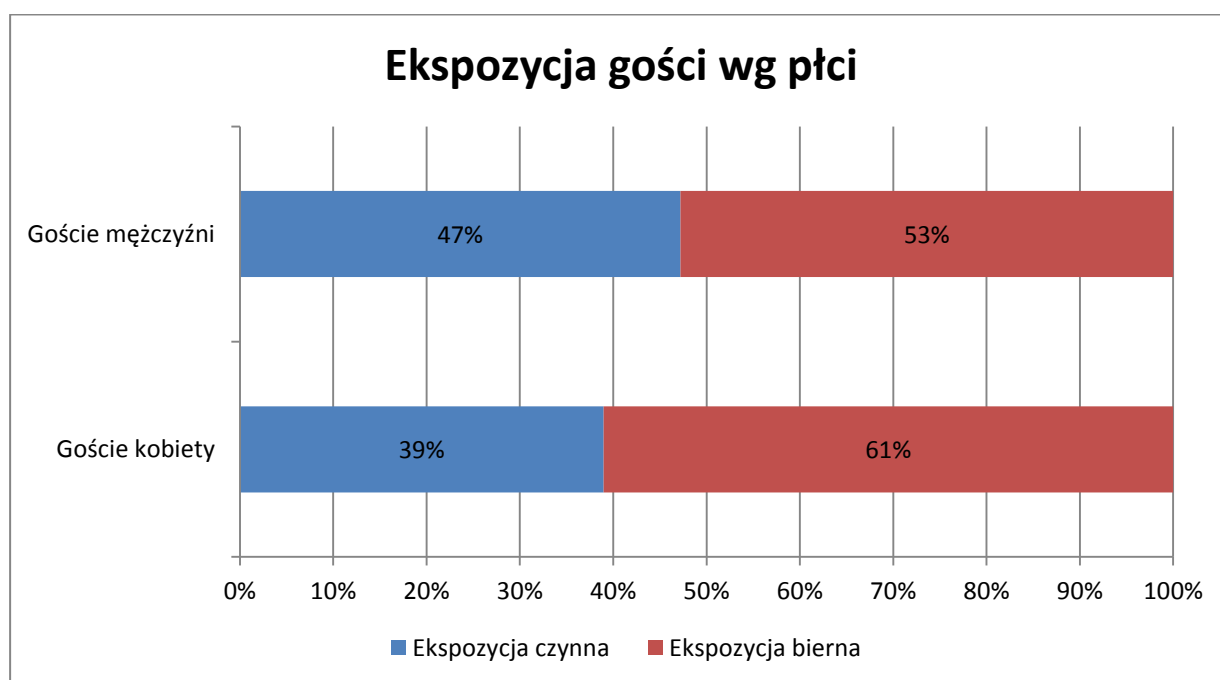
Badanie lokalnych stacji kablowych wskazało skrajny stopień maskulinizacji doboru gości do audycji. Jedynie w 3 z 39 wystąpień gośćmi były kobiety, wszystkie one zostały odnotowane na antenie CW24TV. W łącznej próbce daje to następujący wynik w zakresie czasu ekspozycji kobiet:



Wynik ten należy uznać za rażący i wskazujący na wyraźną preferencję prowadzących w doborze gości-mężczyzn. Problemem w badanej próbce jest także jakościowy wymiar

prezentacji gości – tylko jedna z trzech kobiet zaproszonych do audycji w CW24TV była prezentowana jako liderka polityczna (Edyta Mokra – kandydatka bezpartyjna), a jedna wprost przedstawiona jako polityk o mniejszym znaczeniu („ciekawy kandydat, któremu nie udało się zdobyć dobrego miejsca na liście” – Agnieszka Chmielewska, bezpartyjna; warto podkreślić, że została w taki sposób przedstawiona przez kobietę-dziennikarkę – red. Ewelinę Ziółkowską).

Wszystkie zaproszone kobiety były jednocześnie kandydatkami, dwie z nich – wspomniane wcześniej – bezpartyjnymi, jedna zaś, Joanna Borowiak, była kandydatką Komitetu Wyborczego Prawa i Sprawiedliwości.



Bardzo wysoka jest także różnica w ekspozycji czynnej na korzyść mężczyzn – mężczyźni zapraszani do audycji są w nich wyraźnie bardziej aktywni i wyraźnie częściej eksponowani przez dziennikarzy niż kobiety-goście. W kontekście poprzednich edycji badania różnica 9 punktów proc. między płciami jest także najbardziej rażąca z zarejestrowanych różnic, dodatkowo jest ona zgodna z zaobserwowanym trendem wyższego eksponowania mężczyzn-kandydatów w wyborach samorządowych.

Na koniec warto przyrzeć się parytetowi płci w przypadku prowadzących badane audycje w telewizjach kablowych. Tutaj mamy do czynienia z dominacją kobiet.





W tym miejscu należy nadmienić, że dwie audycje były współprowadzone. W jednym przypadku były to dwie prowadzące (nie udało się ustalić ich nazwisk), w drugim zaś mieliśmy do czynienia z małżeństwem dziennikarzy. Pozostałe audycje były prowadzone przez pojedyncze osoby. Na łącznie dziewięciu prowadzących i współprowadzących aż sześć osób było płci żeńskiej. To wynik lepszy niż w przypadku audycji ogólnopolskich czy też oddziałów regionalnych TVP SA.

## Wnioski i dyskusja

Kluczowe wnioski z analizy uzupełniającej badanie telewizji ogólnopolskich oraz oddziałów regionalnych TVP SA obejmują:

- w obszarze doboru gości:
  - niski pluralizm i przypadkowość (stronniczość? vide: *Dyskusja*) doboru gości – dominacja stronnictw lokalnych oraz PO i w mniejszym stopniu PiS, niska ekspozycja innych partii;

- 37 na 39 gości to kandydaci – praktyczny brak ekspertów i polityków niekandydujących, ale też brak zjawiska celebrytyzacji dyskursu;
- w obszarze stylu pracy i zachowania dziennikarzy:
  - dziennikarze prezentują zróżnicowane style zachowania i prowadzenia dyskusji, od bardzo spokojnych i neutralnych, aż po mocno faworyzujące gości jednej opcji politycznej (rażące przykłady omówione szerzej w ostatniej części niniejszego raportu – *Dyskusja*);
  - dominują pytania o informację, co wydaje się być skorelowane z tematyką programów – mocno skupiona na merytoryce i konkretnych problemach lokalnych, o których dziennikarze starają się rozmawiać z gośćmi w sposób precyzyjny i zorientowany na zdobycie wiedzy o planach politycznych i decyzjach, jakie kandydaci uważają za istotne;
- w obszarze tematyki:
  - widoczna jest wysoka ekspozycja tematyki lokalnej i niskie nasycenie tematyką autoreferencyjną (wyższe w przypadku Włocławka – CW24TV). Kampania ma w tych programach merytoryczny przebieg zorientowany na prezentację lokalnych wyzwań i proponowanych przez kandydatów rozwiązań określonych problemów;
  - tematyka ogólnopolska jest nieobecna w badanych programach;
- w obszarze edytorskim:
  - widoczne jest wysokie nasycenie błędami edytorskimi obejmującymi m.in. (szczegółowe wyliczenia w przypadku każdej audycji znajdują się w załączonych kartach programowych):
    - problemy z poziomem głośności mikrofonów;
    - niestaranne kluczowanie postaci w przypadku stosowania scenografii wirtualnej;
    - problemy z kadrowaniem (np.: ręce i gestykulacja innej osoby widoczne w kadrze z mówiącym gościem);
    - zacinanie się kamer;
    - szarpane przejścia między ujęciami;
    - błędy w podpisach;
    - filmowanie audycji „z ręki” – bez statywu, widoczne w drżeniu kamery;

- logo stacji zasłaniające twarz gościa;
- w obszarze wskaźników realizacji misji:
  - widoczna jest wyraźna dominacja w rankingu telewizji kablowej z Pabianic i mniejsze lub większe problemy z poszczególnymi wskaźnikami we wszystkich pozostałych stacjach;
  - aktualizacja metodologii badania nie wprowadza istotnych zmian w rankingu badanych stacji pod kątem wskaźników misji publicznej;
- w obszarze prezentacji kobiet:
  - rażąca jest słaba w kategoriach ilościowych i jakościowych prezentacja postaci kobiecych jako gości audycji – tylko 7 proc. czasu ekspozycji na antenie to ekspozycja kobiet, są one także wyraźnie częściej prezentowane w sposób bierny, kiedy tylko są widoczne na ekranie, ale przeciętnie rzadziej od mężczyzn biorą czynny udział w dyskusji;
- w obszarze obecności tematyki wyborczej
  - w badanej próbie w małym zakresie obecny był – pomijany także w audycjach nadawców ogólnopolskich – wątek samej procedury głosowania. Temat ten podjęto tylko w jednej audycji: w rozmowie z urzędnikiem Pawłem Rózgą w telewizji z Pabianic, wyemitowanej 13.11.2014 roku. W audycji tej dokładnie omawiano znaczenie jednomandatowych okręgów wyborczych, sposób prawidłowego oddania głosu, funkcjonowanie lokali wyborczych oraz kwestię ciszy wyborczej. W pozostałych badanych audycjach temat procedury głosowania w ogóle pomijano – w tym więc sensie nadawcy kablowi również nie wypełnili stawianych mediom zadań edukacyjnych, zwłaszcza edukacji obywatelskiej w szczególnym czasie kampanii wyborczej.

## Dyskusja

Analiza materiału dostarczonego przez nadawców kablowych każe wnioskować o wręcz zaskakującej rozpiętości w jakości warsztatu dziennikarskiego prezentowanego przez prowadzących audycje. Z jednej bowiem strony mamy przykłady nagannej wręcz stronniczości dziennikarzy: niechlubnym przykładem jest tu Ewelina Ziółkowska z Telewizji Informacyjnej Włocławek – CW24TV – która konsekwentnie, we wszystkich

prowadzonych przez siebie audycjach, wprost, jawnie i niestety rzadko merytorycznie kontestowała osobę i działania prezydenta Włocławka Andrzeja Pałuckiego (zarzucając mu nieuczciwość, nieudolność, złą wolę, niekompetencję, troskę wyłącznie o stanowisko itp.). W większości audycji dodatkowo promowała jedną z partii politycznych (Platformę Obywatelską), jednoznacznie i wręcz nachalnie komplementując gości z tego ugrupowania. Na marginesie można odnotować, że Ewelina Ziółkowska ani razu nie zaprosiła do swojej audycji polityków, których oceniała krytycznie (lub też jej zaproszenia nie przyjęto – nic o tym nie wiadomo). Drugi, istotny grzech dziennikarski, niefortunnie także popełniany przez Ewelinę Ziółkowską, to populistyczny sposób prezentowania świata i argumentowania (który można by podsumować jedną z wypowiedzi tejże prowadzącej, z audycji wyemitowanej 13.11.2014 roku: „(...) No i przyszło mi tak na koniec naszej rozmowy: jak dają, to bierz; jak chcą zabrać czy jak biją, to uciekaj (...)). W tego typu narrację o polityce lokalnej wpisują się powtarzalne zachowania językowe: symplifikacja problemów i zjawisk społecznych, dychotomiczny podział działaczy lokalnych na aksjologicznej osi dobry–zły, nadużywanie słownictwa emotywnego i cennego, stosowanie manipulacyjnych ram interpretacyjnych oraz wyraźny problem z rozdzieleniem stylu komunikacji prywatnego i publicznego (np. wypowiedź „(...) miałam okazję ostatnio rozmawiać z ekonomistą i to niegłupim (...)). Wszystkie te praktyki powodują, że wartość informacyjna audycji zmniejsza się, a widzowie dostrzegają jedynie fragmentaryczny opis rzeczywistości poparty jednoznacznymi sugestiami, na kogo należy głosować. Wydaje się, że tego typu zachowania – nawet biorąc pod uwagę typ nadawcy i siłą rzeczy niższy stopień profesjonalizacji dziennikarzy pracujących w tych stacjach – nie powinny absolutnie mieć miejsca w programach aspirujących do miana publicystycznych czy informacyjnych.

Na potwierdzenie powyższych spostrzeżeń warto przywołać całe cytaty z kompletnych wypowiedzi: „(...) Obecnie kandydat do sejmiku województwa kujawsko-pomorskiego, no i trzeba przyznać, że jako włocławianin ma pan chyba największe szanse, żeby reprezentować nasze miasto w sejmiku właśnie województwa, no i chyba dobrze, że właśnie tacy ludzie decydują się na start, bo stoi za panem wiele lat doświadczeń, zwłaszcza z funduszami unijnymi, praca również w urzędzie marszałkowskim we Włocławku. Wwie pan, z czym to się je, mówiąc kolokwialnie. Ja bym chciała pana zapytać na początek naszej rozmowy, czy my jako obywatele, czy to jest tak, że nie ma

czasu na to, żeby wybierać takie przypadkowe osoby, bo często to jest tak, że stojąc przed kartą wyborczą, krzyżyk jest stawiany przy nazwisku jakiejś osoby, bo to nazwisko jest fajne, bo ta osoba może jakoś sympatycznie wyglądała na plakacie wyborczym. A okazuje się, że jako dziennikarz mam trochę szerszą możliwość obserwacji tych osób związanych z polityką, że te osoby tak prywatnie to mówią o sobie per głupek. Czy to już nie jest tak, że powinniśmy skończyć właśnie z takim wyborem ludzi przy urnach wyborczych? Że skończył się czas tych osób miernych, biernych, ale wiernych i czas stawiać na osoby kompetentne, które sprawiają, że no te czasy dla nas będą lepsze – mimo warunków, jakie panują? No bo wiadomo, od wielu lat nęka nas kryzys, ale może być tak, że jeżeli dobierzemy odpowiedni aparat ludzi, którzy będą rządzić sejmikiem województwa, to nam w tym województwie, we Włocławku, będzie się żyło nieco lepiej? Już teraz teraz nie jako kandydata pana pytam, ale jako obywatela tego województwa. Jak pan myśli? (...); „(...) Kto nas w takim sejmiku powinien reprezentować, mówię w takim sejmiku, ale oczywiście wiadomo, poważna instytucja decydująca o grubych milionach złotych, czy takie osoby, które znalazły się na listach, bo może z kimś zabalowały, ktoś powiedział a niech ma taką funkcję i niech nas reprezentuje, potem jak rzeczywiście taka osoba zasiądzie taka osoba w sejmiku przychodzi do ważnych spotkań, ważnych dyskusji, ważnych głosowań, no to siedzi sobie skromnie, cichutko z boku, taki grzeczny miły misiek, co to w zasadzie na niczym się nie zna, głosowane są kwestie na przykład dotyczące przekazania jakiś pieniędzy Bydgoszczy, Toruniowi, rączkę grzecznie podnosi, no bo w zasadzie tutaj ode mnie nic nie zależy, czy też może powinny to być takie osoby z charakterem, z werwą, nawet nieco agresywne, my czasami tą agresywność u polityków, urzędników odczytujemy jako coś złego, ale chyba taka cecha charakteru pozwala postawić na swoim, żeby powiedzieć no nie, tak panowie, czy też panie, nie będziemy się bawić, potrzebne są pieniądze również dla innych miejsc, dla Włocławka, to nie tak, nie pozwolimy na to, żeby te środki były tylko dla Torunia, dla Bydgoszczy, mi się wydaje, że pan właśnie taką osobą jest, nieco właśnie agresywną, z charakterem, wielokrotnie pan udowydniał, że jeżeli trzeba zdobyć jakieś środki dla miasta, to pan jest skłonny poczynić wiele, żeby postawić na swoim. Jak pan myśli, jaki typ charakteru jest nam potrzebny w sejmiku, żeby reprezentował Włocławek? (...); „ (...) Pani tutaj mówiła, jak pani wygłaszała swój pogląd, przypomniała mi się pewna rzecz, dokładniej film *Wielbłąd* z Jerzym Stuhrem, no rzecz dotyczy ciemna gmina, ciemne, ciemni ludzie, rządzi w tym miejscu włodarz taki

mało twórczy, beznadziejny, jest debata nad czymś w tej gminie debatują, rozmawiają, rozprawiają, mają znaleźć wyjście z sytuacji, no część ludzi obawia się odezwać, być może, żeby nie nadepnąć na odcisk temu włodarzowi, druga część nie odzywa się, bo jest mierna, bierna, ale wierna, no i w zasadzie cisza, żadnych pomysłów, w końcu ten włodarz wyskakuje z takim pomysłem, jak z rękawa – można powiedzieć, zupełnie oderwanym od rzeczywistości, ale co się okazuje, że ci ludzie głosują, podnoszą rękę, że tak, jest to fantastyczny pomysł, trzeba to zrealizować. Czy państwo nie macie takiego wrażenia, że momentami podobnie bywa we Włocławku? (...)”.

Istotnym wątkiem audycji prowadzonych przez red. Ziółkowską jest wyraźny konflikt między telewizją kablową CW24TV a urzędującym prezydentem Włocławka z ramienia Sojuszu Lewicy Demokratycznej. Na marginesie analizy audycji publicystycznych warto odnotować, że w ostatnim tygodniu przed wyborami liczne audycje informacyjne były poświęcone m.in. sugerowanym nieprawidłowościom w ratuszu. Niestety, o ile w przypadku audycji informacyjnych reporterzy CW24TV próbowali zagadnąć przedstawicieli władz miejskich o komentarz do rzekomych nadużyć prezydenta Pałuckiego, o tyle w szczegółowo analizowanych audycjach publicystycznych zabrakło miejsca dla samorządowców z Sojuszu Lewicy Demokratycznej. W tym wypadku nobliwa, demokratyczna zasada *audiatur et altera pars* (niech się wypowie druga strona) nie została dochowana. Mało tego, red. Ziółkowska każdego gościa prosiła o komentowanie „nadużyć ratusza”, jednoznacznie sugerując, że te zarzuty nie podlegają żadnym wątpliwościom.

Należy w tym miejscu – wskazując na pozytywną stronę audycji publicystycznych realizowanych przez stacje kablowe – wyróżnić debatę prezydencką wyemitowaną 8 i 9 listopada 2014 roku w telewizji kablowej z Pabianic, prowadzoną przez małżeństwo dziennikarzy – Annę i Macieja Kucharków. Chodzi o dość innowacyjną formułę debaty wyborczej z kandydatami – sposób zadawania pytań, oceny wypowiedzi kandydatów, uczestnictwo widzów itd.

W następujący sposób prowadzący audycję tłumaczyli zasady debaty oraz komentowali jej format: „My po to, żeby przedstawić państwu zasady, jakimi będzie rządziła się ta debata. Debatę podzieliliśmy na trzy bloki tematyczne. Będzie to w pierwszej kolejności *Przyszłość miasta* – inwestycje, plany, wizja i wykorzystanie potencjału, jakie mają, jaki mają Pabianice. Drugi blok to *Miasto dziś*. Jego najważniejsze problemy, decyzje, które

należy podjąć i pierwsze kroki, które wypadaloby jako prezydent podjąć jak najszybciej. I wreszcie blok numer trzy to Ludzie, kompetencje i pieniądze, czyli kandydaci w swojej ocenie pod kątem stanowiska prezydenta, ich współpracownicy, potencjalne koalicje, polityka i samorządność [tak powiedział dziennikarz]. Tak prezentują się trzy bloki tematyczne. (...) Jeszcze dwa słowa o zasadach. W każdym z bloków kandydaci usłyszą dwa lub trzy pytania w zależności od zapasu czasu. Kandydaci odpowiedzą na jedno i to samo pytanie w kolejności ustalonej w głosowaniu, które wykonaliśmy także, w losowaniu, które wykonaliśmy przed debatą. Kandydaci na odpowiedź będą mieli dokładnie jedną minutę. Po upływie minuty kandydat musi zakończyć swoją wypowiedź. Specjalnie po to, aby podpowiedzieć kandydatom, kiedy ten czas się kończy przygotowaliśmy dwa dźwięki, które będą yyy odpowiednio puszczone na piętnaście sekund przed końcem i po jednej minucie. Czy jesteśmy gotowi, żeby te dźwięki puścić. Poproszę najpierw o dźwięk, który kandydaci usłyszą po czterdziestu pięciu sekundach swoich wypowiedzi [dźwięk] oraz dźwięk, który usłyszą po upływie minuty [dźwięk]. A.K.: Kandydat, który przekroczy czas wypowiedzi, będzie miał skrócony czas podsumowania, który jest także jednym zzz..., jedną z elementów debaty. M.K.: Pomiędzy tymi blokami będziemy mieli blok rozrywkowy i blok światopoglądowy. Światopoglądowy po to, że mimo faktu, że ci kandydaci raczej tutaj nie będą mieli wpływu jeszcze teraz na politykę naszego kraju, to już dzisiaj reprezentują sobą pewien światopogląd. Niektórzy są za pewnymi sprawami, niektórzy przeciwko i to sprawdzimy. Blok rozrywkowy z kolei to, cztery lata temu rysowali tutaj kandydaci herb miasta Pabianic, było przy tym mnóstwo śmiechu, jeżeli ktoś z państwa pamięta. Dzisiaj także będzie zadanie nieco z przymrużeniem oka, ale szczegóły już później. (...) A.K.: Będą także dwie dodatkowe części: Pytania do siebie oraz Podsumowanie. O zasadach powiemy później w odpowiednim momencie. M.K.: Większość z państwa przy wejściu dostała takie małe karteczki, nie wszyscy, bo obliczyliśmy te karteczki na ilość miejsc w sali. Cieszymy się, że jest nadkomplet. Te karteczki służą prawyborom. Po drugim bloku tematycznym przejdzie po sali Kasia, bardzo sympatyczna dziewczyna, z takim specjalnym koszykiem i poprosi państwa o to, żebyście te kartki, które dostaliście, oddali jej. My te głosy podliczymy i na sam koniec debaty podamy wynik takich miniprawyborów, które odbędą się tutaj w sali. A.K.: Dodatkowe dwie informacje: nie przewidujemy pytań z sali poza pytaniami od dziennikarzy, które pojawią się w ramach bloków tematycznych, i nie przewidujemy żadnej agitacji wyborczej. W czasie debaty to

miejsce – Miejski Ośrodek Kultury – jest miejscem wolnym od agitacji wyborczej. (...) M.K.: Niestety są to przepisy przeciwpożarowe, dwa razy już o tym wspominałem, nie jesteśmy w stanie nic na to poradzić. M.K.: Mimo wszystko... mimo wszystko nie jesteśmy w stanie na to nic poradzić. Ważna informacja jeszcze dotycząca dziennikarzy. Dziennikarze zadadzą swoje pytania od swoich czytelników w dwóch blokach tematycznych, ale o tym już w czasie samej debaty. A.K.: Wszystkich, którzy nie zmieścili się dzisiaj na salę odsyłamy do Telewizji Pro-MOK, całą debatę będzie można tam obejrzeć. (...) A.K.: To, co mnie cieszy, to fakt, że wszyscy kandydaci deklarują chęć rozliczania się z obietnic, które na dzisiaj widnieją na ich ulotkach i plakatach wyborczych. Tak tutaj przed ponad trzystoma osobami, wszystkimi tymi, którzy obejrzą re..., relacje z debaty w Telewizji Pro-MOK zobowiązali się panowie, że w przeciągu roku, każdy z panów, jeżeli zostanie prezydentem wykona rozliczenie swojego programu i powie, na jakim jest etapie. To bardzo mnie cieszy, a także, że w gabinecie każdego z panów zobaczymy listę celów i obietnic wyborczych, z których będziemy mogli na bieżąco panów rozliczać. Dziękuję za to pytanie. (...) M.K.: Bardzo dziękujemy. Trzecie pytanie w tym bloku i ostatnie zada przedstawiciel Telewizji Pro-MOK, pan Krzysztof Hile, obecny tutaj razem z nami, ciężko pracuje za kamerą. Dzięki niemu między innymi będziecie mogli państwo całą debatę obejrzeć w Telewizji Pro-MOK już w ten weekend. Proszę. (...) A.K.: Dziękujemy bardzo. W ramach podsumowania, w ramach podsumowania powiem, że to, co na pewno bije ze wszystkich kandydatów, to duże zaangażowanie i to na pewno musi cieszyć, a także duże emocje przy tej części debaty. Prawdopodobnie dobrze byłoby później być może na łamach pabianickiej prasy, być może na łamach pabianickiej telewizji kontynuować zadawanie pytań i pokazywanie tego, co tak naprawdę kandydaci myślą o mieście. A teraz przejdźmy do ostatniej części. (...) M.K.: Ja jeszcze powiem tylko od siebie, że mnie osobiście cieszą państwa reakcje, bo wielokrotnie państwo tutaj ożywiali się po pytaniach i po odpowiedziach, a to znaczy, że mają państwo własne zadanie na to, co mówią kandydaci. Mnie to osobiście cieszy, ja też je mam i mam nadzieję, że to zdanie wyrażą państwo potem już w czasie wyborów szesnastego listopada, a właśnie a propos wyborów, dotarły już do mnie – Kasiu, Olu, dziękuję – wyniki prawyborów. Ogłosimy je zaraz po ostatniej części, która teraz przed nami, czyli po Podsumowaniu. Wszyscy kandydaci mają teraz o..., to na szczęście... (...) M.K.: Bardzo dziękujemy. Drodzy państwo, tym samym z lekkim poślizgiem, bo jest tylko chwila po godzinie ósmej, obiecywaliśmy dwie godziny, do..., dobrnęliśmy do końca



naszego spotkania. A.K.: Przede wszystkim bardzo cieszy nas, że jest państwa tutaj tak yyy tak dużo. Tak wiele osób zdecydowało się przyjść i dla tak wielu osób przyszłość Pabianic ma znaczenie. Mam, mamy, mam ogromną nadzieję, że ta wiedza, którą tutaj zdobyliście, pomoże wam podjąć właściwe decyzje szesnastego listopada, bez względu na to, jakie to będą decyzje.

M.K.: My jesteśmy od czterech lat organizatorami imprezy *Kocham Pabianice*, opaskę *Kocham Pabianice* noszę wszędzie, gdzie się pokazuję, i mam nadzieję, że ten kandydat, którego państwo i którego my również jako mieszkańcy Pabianic wybierzemy naprawdę spełni nasze wszystkie oczekiwania. My sobie wszyscy tego życzymy, żeby nasze miasto było tak prężne i żeby o nim mówiono tak dużo, jak o kilku innych miastach naszego województwa. Zanim przeczytam wyniki, bardzo proszę wszystkich kandydatów. Panowie, my także serdecznie wam dziękujemy za przybycie, za odwagę, za to, że stawiliście się tutaj o czasie i gotowi na, do udzielenia odpowiedzi na, na nasze pytania. Jak dobrze wam to wyszło, okaże się prawdopodobnie również szesnastego listopada. Teraz wyniki wyborów, po których już powiemy państwu dobranoc. Będę czytał od najmniejszego wyniku, najniższego wyniku. Dw, dwa przecinek osiem procenta głosów, czyli pięć głosów w sumie zebrał pan Marian Koczur. Proszę o brawa. Siedem przecinek dziewięć procenta głosów zebrał pan Ryszard Tkacz. Ja jeszcze tylko powiem, że takich sondaży, takich prawyborów odbywa się w Pabianicach wiele, przeprowadzają je także pabianickie media. Nie wiem, na ile to są wiążące wyniki, znaczy wiążące nie są, ale na ile są miarodajne, to też okaże się szesnastego listopada. Kolejny kandydat osiem przecinek pięć, osiem i pół procenta głosów, w sumie piętnaście osób głosowało – pan Zbigniew Dychto. Trzyście przecinek sześć procenta głosów zebrał Arkadiusz Jaksa. Czternaście procent głosów zebrał pan Krzysztof Ciebiada, Prawo i Sprawiedliwość. No i prawie wszystko wiadomo, to teraz takim sportowym trochę zwyczajem, przeczytam tego, który jest pierwszy najpierw. Trzydzieści trzy przecinek dziewięć procenta głosów, sześćdziesiąt osób głosujących, zebrał zwycięzca tych miniprawyborów Marek Gryglewski. I żeby..., i żeby statystyce stało się zadość, dziewiętnaście przecinek dwa procenta głosów zebrał drugi w tych prawyborach pan Grzegorz Mackiewicz. Także proszę o brawa. A.K.: Bardzo dziękujemy państwu za przybycie. Zapraszamy na wybory. M.K.: Dziękujemy”.

Powyższe, obszerne cytaty z transkrypcji wypowiedzi prowadzący debatę w Pabianicach (pełna transkrypcja w karcie programowej – w dyspozycji KRRiT) pokazują innowacyjność debaty, jej wielowątkowość, różne formy wyrazu, prawyборы wśród widzów na żywo śledzącej losy debaty. Jeśli dodamy do tego życzliwy i harmonijny, zbilansowany stosunek prowadzących do wszystkich uczestników oraz dobrą atmosferę dyskusji i wyczuwalny entuzjazm, to okaże się, że była to jedna z najlepszych audycji, jaką przyszło analizować zespołowi w niemal wszystkich edycjach badawczych monitoringu wyborczego 2014 roku.

Innym, wartym przypomnienia, choć wcale nie naśladowania, przykładem pokazującym specyfikę audycji publicystycznych nadawanych przez stacje kablowe jest audycja z telewizji kablowej w Kraśniku prowadzona przez Jacka Michalczyka z Wiesławem Marcem z Niezależnego Komitetu Wyborczego, wyemitowana 12 i 14 listopada 2014 roku. Jest ona przykładem trudnego w zracjonalizowaniu skracania dystansu między prowadzącym a gościem – kolokwializmy, dezynwoltura językowa, bezpośredniość i śmiałość, nieuzasadniona adresatywność (zwracanie się per „ty”). Warto przytoczyć cytaty z wypowiedzi dziennikarza (całość – w kartach programowych): „(...) A czy pana zdaniem, te okręgi jednomandatowe to naprawdę f, fajne i dobre rozwiązanie? Czy to się sprawdzi? (...) Ale ta polityka zawsze była i, szczerze mówiąc, ja trochę nie wierzę w to, że jednak te komitety, te niezależne komitety, mogą się obyć bez politykierstwa. No mówicie, że, tutaj na ulotce piszecie, że rozbijecie partyjny beton. (...) Czyli wy po raz pierwszy jako niezależni kan, yyy, startujecie i kandydujecie do rady powiatu? (...) A nie boi się pan tego, że w pewnym momencie, y, ci niezależni kandydaci już będąc w radzie, e, przejdą do tych grup upolitycznionych, bo tak naprawdę każdy z nas ma jakieś przekonania polityczne. Jeżeli ktoś mi mówi, że »nie jestem politykiem, nie mam, nikogo nie popieram« – kłamie. Kłamie, bo, y, albo wolimy Kaczyńskiego, albo wolimy Tuska, no teraz Kopaczową. Każdy gdzieś tam, w którą stronę się, y, albo bardziej, albo mniej nagina. Nie boi się pan tego, że ktoś w pewnym momencie...? Bo każdy z nas ma te swoje poglądy polityczne.(...) Prze... Uhm, przeglądam, ee, wasze, y, ulotki, »z troską o ziemię rolników«, y, »zakłady pracy«, przedsiębiorczość«, »inicjatywa miejsca pracy«... Y, no ale szczerze mówiąc, tych kandydatów nie znam, to są poszczególne, gdzieś tam nieliczne osoby, które gdzieś twarze kojarzę, y. Skąd, skąd, ci ludzie? (...) O tym braku szacunku do pieniądza, yyy, teraz mamy dosyć głośno w mediach, gdzie trzech naszych posłów polecało sobie za, za, za nasze pieniądze. Yyy, fajne logo macie. Takie »fejsbukowe«,

»Młodzi z Prawicą«, jest okej. (...) Ale »młodzi«? A ten siwy włos u pana? (...) Macie pomysły, jak to zrobić? Wiecie jak? (...) No tak, ale to są trzy czarne konie. No z całym szacunkiem dla Krzysia Pulikowskiego, yyy. Krzysiu, fajnie, fajnie, że pan Pulikowski kandyduje, no ale, ale jednak są, mamy trzech faworytów. (...) Włodarczyk, Czerw czy Janczarek? Zapytam wprost. (...) Wskoczmy na chwilę do Lublina i do urzędu marszałkowskiego – będziemy mieć marszałka naszego? Kraśniczanina? (...) No może on z fusów wróży?”.

Powracając jednak do komentarza na temat stylu prowadzenia audycji przez dziennikarzy badanych telewizji kablowych, należy zaznaczyć, że z drugiej strony mamy także do czynienia z merytorycznymi, poszerzającymi wiedzę wyborców o regionie i planach kandydatów samorządowych audycjami, jakie stanowiły debaty prezydenckie emitowane przez telewizje kablowe ze Słupska, Pabianic oraz Biłgoraja. Na pochwałę zasługuje tutaj oczywiście sama inicjatywa organizacji debaty (nie musi to być wcale proste i tanie przedsięwzięcie dla kablowego nadawcy), która daje widzom-wyborcom szansę bezpośredniego porównania wszystkich kandydatów do funkcji gospodarza miasta. Jako poprawną można ocenić zarówno samą organizację debat: zapewnienie równego czasu prezentacji wszystkim gościom, umożliwienie zadawania pytań gościom nawzajem oraz prezentacji własnej osoby (i własnego programu), jak i poziom merytoryczny spotkań: w debatach podejmowano bowiem rzeczowe, ważne dla mieszkańców poszczególnych miast tematy i problemy. Jako pewien niedostatek warsztatowy można odnotować nieco bierną rolę dziennikarzy w tych audycjach – w większości przypadków ograniczali się oni do egzekwowania reguł spotkania i odczytywania kolejnych pytań, nie wchodząc aktywnie w merytoryczne moderowanie rozmowy. Tym niemniej audycje – debaty – pozytywnie wyróżniają się na tle innych analizowanych materiałów.

#### **Załączniki:**

1. Karty programowe wszystkich badanych audycji.
2. Ilościowa baza danych (rekodowana).
3. Jakościowa baza danych (rekodowana).