

**Monitoring wyborczy
telewizyjnych audycji publicystycznych**

Wybory prezydenckie 2015

Raport podsumowujący

Programy ogólnopolskie

II tura

Badanie zrealizowane na zlecenie:



©Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, 2015

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, Natalia Dąbrowska, Paweł Dąbkowski, Elżbieta Gawryś, Aleksandra Jarosz, Milena Kalinowska, Maja Kopacz, Katarzyna Kotarska, Anna Kowalczyk, Grzegorz Kowalczyk, Łukasz Krawczyński, Olga Łęcka, Mariola Machalska, Michał Mijalski, Anita Mycak, Mateusz Patera, Katarzyna Piórecka, Radosław Prachnio, Maria Rajchert, Dagmara Sidyk, Amanda Siwek, Oliwia Siwińska, Martyna Strzelczyk, Marlena Szyber, Igor Szulich, Kamila Węclevska, Marzena Wieczorek, Jakub Więckowski, Ewelina Woike, Ksenia Wróblewska oraz zespół rekodujący

Redakcja raportu:

Mgr Anna Krawczyk

Spis treści

1. Wprowadzenie do raportu.....	5
1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu.....	6
1.2. Nota metodologiczna – matryca analityczna (operacjonalizacja art. 21 <i>Ustawy o radiofonii i telewizji</i>).....	8
2. Część porównawcza.....	10
2.1. Liczba materiałów publicystycznych według stacji	11
2.2. Tematy poruszane w audycjach.....	13
2.2.1. Ekspozycja tematów	16
2.3. Goście audycji.....	19
2.3.1. Ekspozycja czasowa w podziale na stacje telewizyjne – publiczne vs komercyjne.....	24
2.3.2. Przynależność partyjna gości według stacji.....	27
2.3.3. Ekspozycja kandydatów na urząd prezydenta.....	30
2.3.4. Goście niepolitycy według stacji	33
2.4. Prowadzący audycje	35
2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi prowadzących według stacji	37
2.4.2. Trudność języka wypowiedzi prowadzących według stacji	39
2.4.3. Poziom nacechowania zachowań niewerbalnych prowadzących według stacji.....	41
2.4.4. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy według stacji ..	43
2.5. Strona edytorska audycji	49
3. Podsumowanie	52
3.1. Zestawienie porównawcze w oparciu o model wartości misyjnych (art. 21 UoRiT)	53
3.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności	54
3.1.1.1. Część opisowa.....	54
3.1.1.2. Wartości misyjne – pluralizm.....	55
3.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność	56
3.1.1.4. Wartości misyjne – wyważenie.....	58
3.1.1.5. Wartości misyjne – jakość warsztatowa	59
3.1.2. Wykaz zmian we wzorach do obliczania wskaźników.....	60
3.1.3. Łączny indeks realizacji misji.....	62
3.1.4. Analiza porównawcza programów pod kątem elementów misyjności	68

3.1.4.1. Pluralizm.....	68
3.1.4.2. Bezstronność.....	69
3.1.4.3. Wyważenie.....	71
3.1.4.4. Jakość warsztatowa	72
3.2. Rola i wizerunek kobiet w audycjach publicystycznych	73
3.2.1. Kobiety-goście (analiza porównawcza doboru i zachowania kobiet-gości programu).....	75
3.2.1.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji	76
3.2.1.1.1. Dobór według partii	77
3.2.2.1. Tematyka wypowiedzi i sposób uczestnictwa w dyskusji	79
3.2.2.2. Strategie edytorskie wobec kobiet-gości	82
3.3. Debata prezydencka jako składowa dyskursu politycznego	83
3.3.1. Ekspozycja kandydatów w debacie prezydenckiej.....	83
3.3.3. <i>Debata po debacie</i> na antenie TVP Info	84
3.4. Wnioski łączne i dyskusja.....	86
4. Spis audycji zakwalifikowanych do badania	92

1. Wprowadzenie do raportu

We wstępie do raportu prezentujemy najważniejsze informacje dotyczące organizacji procesu badawczego (dobór materiałów i zakres monitoringu), a także sygnalizujemy główny zamysł analityczny, jaki stał za konstrukcją wskaźników używanych w badaniu ilościowym i doбором zagadnień do analizy jakościowej. Zastosowana na potrzeby tego badania matryca analityczna wywodzi się z art. 21 *Ustawy o radiofonii i telewizji*, w którego pierwszym punkcie zostały określone 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 zamieszczono w części trzeciej niniejszego raportu.

1.1. Zakres czasowy i medialny monitoringu

Badaniem były objęte telewizyjne audycje publicystyczne spełniające kryteria kwalifikacji do próby badawczej, które zostały zdefiniowane wspólnie z Krajową Radą Radiofonii i Telewizji. Z racji ograniczeń natury technicznej i logistycznej (liczba programów i fakt objęcia monitoringiem obu tur wyborów), a także złożoności przyjętych kategorii analitycznych konieczne było zdefiniowanie kryteriów doboru materiałów, które umożliwiłyby spełnienie następujących założeń projektowych:

- analiza audycji publicystycznych spełniających kryterium tematyczne i faktycznie dotyczących wyborów prezydenckich;
- 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 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 kształtu dyskursu wyborczego w okresie kampanii prezydenckiej.

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 w okresie przed drugą turą wyborów:

- 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 11 maja (początek monitoringu) do końca pasma programowego w dniu 22 maja (ostatni dzień przed ciszą wyborczą) (kryterium czasowe);
- wystąpienie w programie przynajmniej jednego kandydata w wyborach prezydenckich i/lub tematu wyborów prezydenckich 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 prezydenckich).

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

W oparciu o przyjęte kryteria do badania w okresie drugiej tury wyborów zostało zakwalifikowanych (włącznie z debatami wyborczymi) ponad 70 godzin materiału audio-wizualnego, łącznie obejmujących 185 unikatowych audycji publicystycznych wyemitowanych w badanym okresie (szczegółowy wykaz analizowanych materiałów stanowi załącznik F do niniejszego raportu).

Należy dodać, 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*, w którego punkcie pierwszym zostały określone 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 konsultacje i uwagi zebrane od przedstawicieli instytucji medialnych³ i regulacyjnych⁴, przyjęta matryca analityczna została zmodyfikowana w zakresie szczegółowo omówionym w rozdziale trzecim rzeczzonego raportu.

Główne zmiany dotyczyły:

- rezygnacji z uwzględniania w danych zbiorczych 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;
- odstępiania od uwzględniania w danych zbiorczych wskaźnika integralności jako bazującego na niejednoznacznym i trudnym w intersubiektywnej operacjonalizacji pojęciu „integralności” przekazu;

³ Miało to miejsce między innymi podczas konferencji podsumowujących monitoring wyborczy, zorganizowanych w dniach 22 września 2014 r. oraz 23 marca 2015 r. przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Uniwersytet Warszawski.

⁴ Dyskusje z kierownictwem Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji podczas referowania wyników poprzednich edycji badania w dniach 18 czerwca 2014 r. oraz 20 stycznia 2015 r.

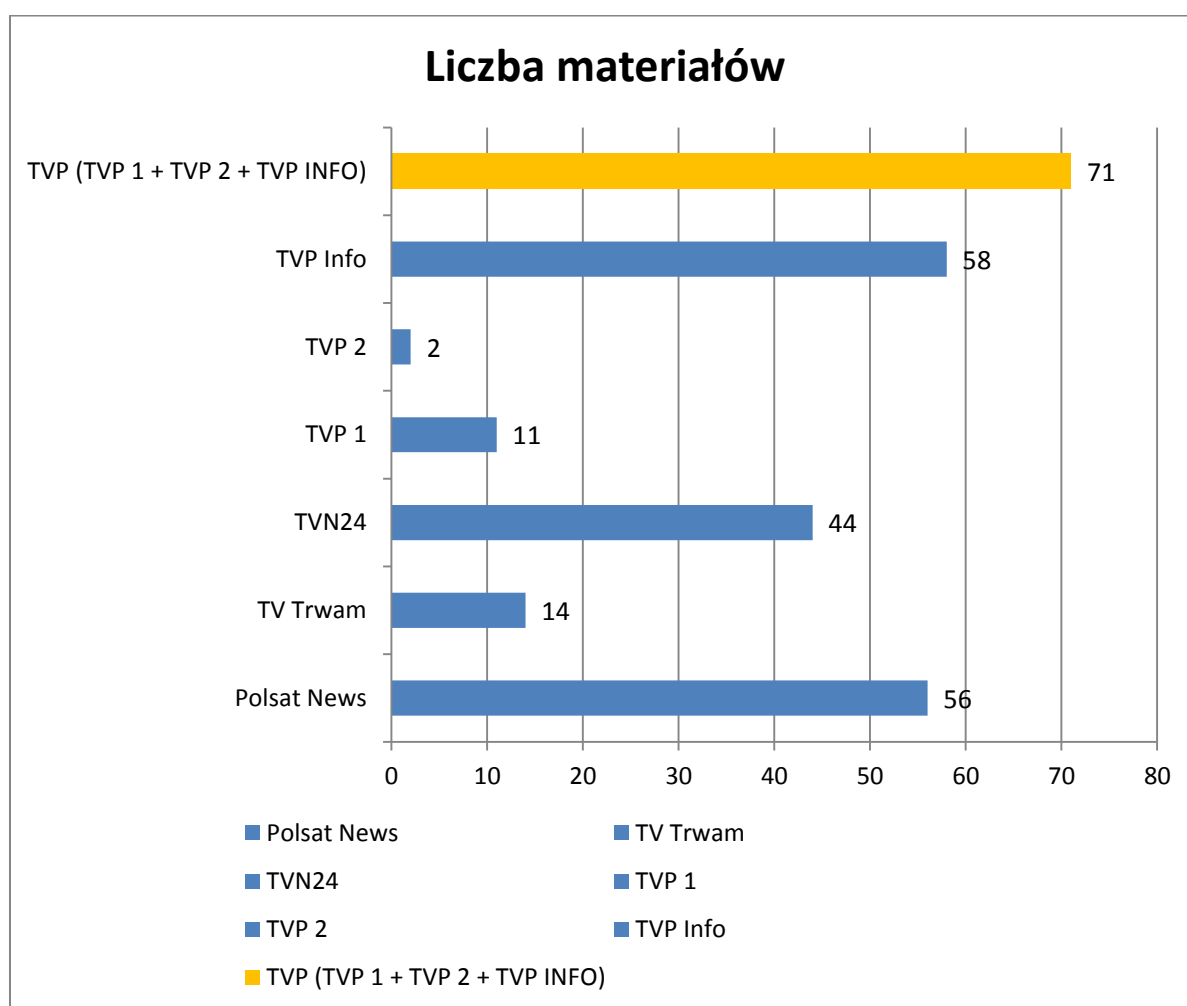
- powiązania wszystkich wskaźników w ocenie zbiorczej za pomocą mnożnika, który powoduje, że rażąco naruszenia wskaźników kluczowych (takich jak pluralizm czy bezstronność) przekładają się na większą niż w poprzednich edycjach badania zmianę w ocenie zbiorczej na niekorzyść stacji, w której takie uchybienia występują;
- rozszerzenia zakresu zmiennych używanych przy wyliczaniu pozostałych wskaźników, celem jak najlepszego odzwierciedlenia „fenotypu” pożądanego dyskursu wyborczego w telewizyjnych audycjach publicystycznych (optyka misji publicznej).

2. Część porównawcza

W tej części raportu prezentujemy najważniejsze wskaźniki ilościowe podsumowujące zawartość monitorowanych audycji pod względem tematyki, ekspozycji poszczególnych partii politycznych, ekspertów oraz wybrane – zagregowane dla całych anten – wskaźniki opisujące zachowanie prowadzących i stronę edytorską audycji (szczegółowe wartości dla poszczególnych prowadzących oraz programów zostały zamieszczone w specjalnym opracowaniu znajdującym się w dyspozycji KRRiT).

2.1. Liczba materiałów publicystycznych według stacji

Na poniższym wykresie przedstawiono liczbę unikatowych materiałów publicystycznych zakwalifikowanych do próby badawczej w oparciu o kryteria opisane we wstępie do raportu.



Na powyższym zestawieniu jest widoczny trend opisany już przy okazji poprzednich projektów badawczych, a także w raporcie podsumowującym pierwszą turę wyborów prezydenckich dotyczący programów publicystycznych w okresie wyborczym, a mianowicie dominacja trzech głównych telewizji informacyjnych (w przypadku Telewizji Polskiej główną składową są wydania audycji emitowane premierowo w TVP Info), z widocznym – ale mniejszym – udziałem kanałów ogólnotematycznych, takich jak TV Trwam czy TVP 1 i TVP 2. Dowodzi to postępującej specjalizacji anten i migracji głównych treści publicystycznych do stacji informacyjnych.

W przypadku badanego okresu przed drugą turą wyborów prezydenckich istotną obserwacją i różnicą w stosunku do pierwszej tury jest reedukacja liczby materiałów emitowanych w TVP 1 – przed pierwszą turą głosowania poszczególni kandydaci prezentowali się na antenie tej stacji w audycji *Polityka przy kawie*. W trakcie kampanii przed drugą turą głosowania powrócono do normalnej – polityczno-eksperckiej – formuły doboru gości. W pozostałych stacjach (poza TVP 2, gdzie tematyka polityczna funkcjonuje – z zasady – w marginalnej formie) można zaobserwować wyraźny wzrost liczby audycji poświęconych tematyce wyborczej, co wskazuje na wzrost zainteresowania tematyką polityczną przed drugą turą wyborów prezydenckich.

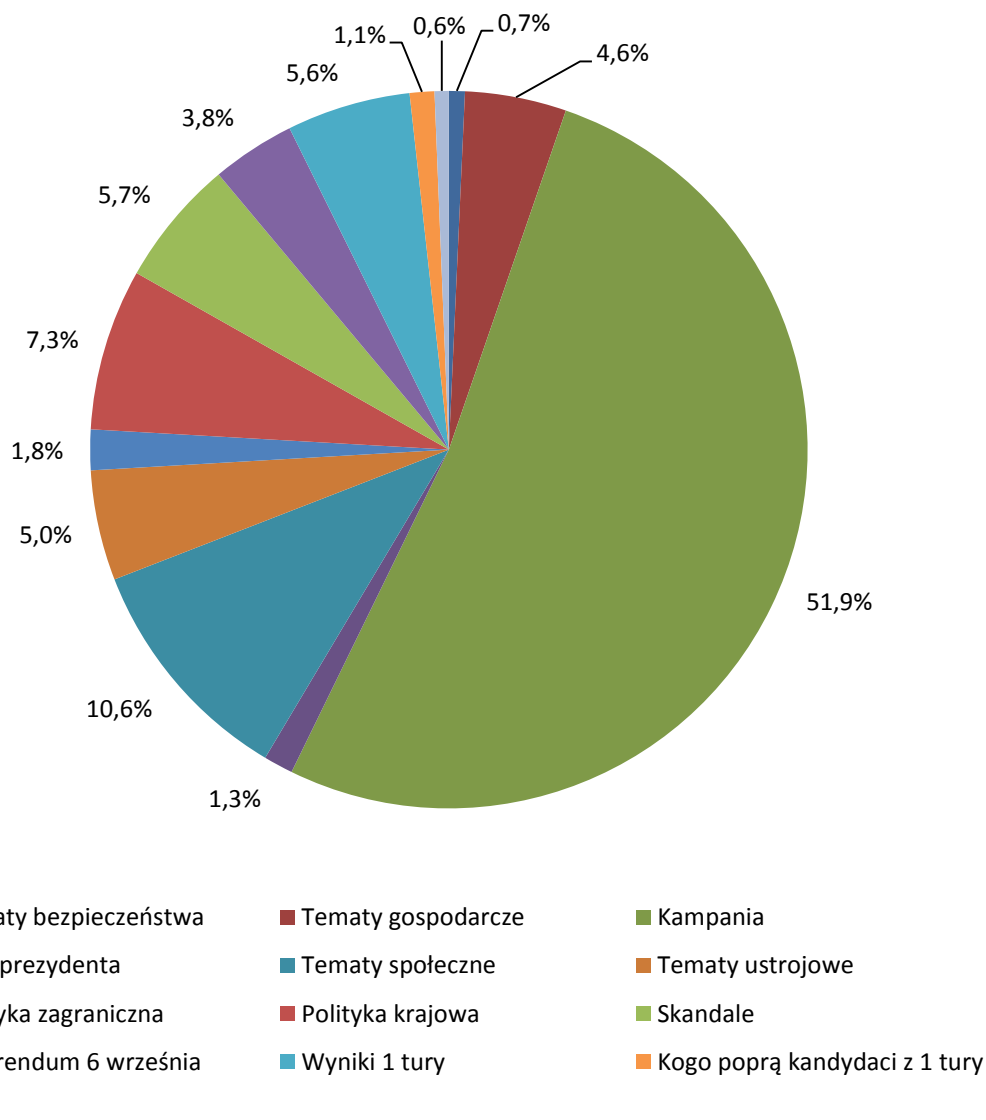
2.2. Tematy poruszane w audycjach

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

W toku analizy zostały opisane 1432 jednostki tematyczne (jeden temat poruszony w audycji był kwalifikowany jako jedna jednostka). Po zrekodowaniu otrzymano trzynaście makrokategorii tematycznych opisujących zagadnienia podejmowane w dyskursie dziennikarskim.

Dla danych o jednostkach tematycznych po zrekodowaniu opracowano następujące zestawienie tematyki badanych audycji publicystycznych (sumaryczne oraz z podziałem na poszczególne stacje telewizyjne).

Ekspozycja czasowa tematyki w materiałach wyborczych



Główne obserwacje dotyczące narracji o wyborach prezydenckich obejmują:

- nadal silną obecność tematyki autoreferencyjnej związanej z samym przebiegiem kampanii, strategiami sztabów kandydatów, sondażami, spotami wyborczymi, wizerunkiem kandydatów – na poziomie ponad 51 proc. czasu trwania audycji (ponad 55 proc. w pierwszej turze wyborów).
- Z kwestii merytorycznych dominującymi zagadnieniami były: reforma emerytalna, *in vitro*, programy gospodarcze kandydatów, propozycje dla młodych wyborców. Odnotowano również silne skupienie na zagadnieniach ustrojowych i dotyczących jednomandatowych okręgów wyborczych.

- Widoczny był niższy niż w pierwszej turze wyborów udział tematyki związanej z bezpieczeństwem w agendzie badanych audycji – łącznie wyniósł 0,7 proc. czasu trwania badanych audycji, wobec 4,2 proc. w pierwszej turze wyborów.
- Utrzymała się niska ekspozycja łączna materiałów na temat faktycznych uprawnień i zakresu obowiązków prezydenta – na poziomie 1,3 proc. czasu badanych materiałów (w pierwszej turze: 1 proc.).
- W przeciwieństwie do wyborów samorządowych widoczny był niższy udział skandali i afer zakłócających recepcję materiałów wyborczych. W tych wyborach tematyka tego rodzaju zajęła 5,7 proc. czasu. Był to jednocześnie udział nieco wyższy niż w pierwszej turze, gdzie wynosił 4,9 proc., a to głównie za sprawą ataku na prezydenta Bronisława Komorowskiego w Toruniu oraz dyskusji na temat roli książki *Niebezpieczne związki Bronisława Komorowskiego* w kampanii wyborczej. Główne wydarzenia, jakie zostały zaklasyfikowane do tej kategorii, to:
 - sprawa etatu Andrzeja Dudy na uczelni;
 - atak na Bronisława Komorowskiego w Toruniu;
 - wpływ książki *Niebezpieczne związki Bronisława Komorowskiego* na przebieg kampanii;
 - nowe nagrania w aferze taśmowej.
- Tematem zakłócającym recepcję tematyki wyborczej w drugiej turze wyborów były antycypowane konsekwencje tych wyborów dla krajowego życia politycznego (pojawienie się silnego ruchu podparcia dla Pawła Kukiza, deklaracja powstania „partii Balcerowicza”, jak w badanych audycjach było nazywane formujące się stronnictwo Ryszarda Petru, słaby wynik SLD – często ujmowany w retoryce „upadku” lub „kryzysu” lewicy w Polsce).
- Drugim tematem interferującym z tematyką wyborczą, który uzyskał na tyle dużą ekspozycję, że podjęto decyzję o wydzielenia dla niego osobnej kategorii tematycznej, było referendum zaproponowane przez Bronisława Komorowskiego w sprawie JOW-ów, finansowania partii politycznych i rozstrzygnięcia wątpliwości podatkowych na korzyść podatnika.

2.2.1. Ekspozycja tematów

W kolejnym zestawieniu prezentujemy szczegółowy, procentowy udział tematów w dyskursie badanych audycji publicystycznych:

	TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)	TVP INFO	TVP 1	TVP 2	TVN 24	POLSAT NEWS	TV TRWAM
Tematy związane z bezpieczeństwem	0,9%	0,5%	3,3%	0,0%	1,3%	0,3%	0,0%
Tematy gospodarcze	4,4%	4,2%	5,2%	3,8%	3,3%	4,7%	8,0%
Kampania	52,2%	56,4%	23,6%	70,3%	57,6%	49,3%	43,8%
Rola prezydenta	0,7%	0,9%	0,4%	0,0%	0,9%	2,2%	2,2%
Tematy społeczne	11,1%	10,2%	20,0%	0,0%	7,0%	11,9%	14,2%
Tematy ustrojowe	5,8%	5,7%	8,3%	0,0%	4,0%	6,0%	1,9%
Polityka zagraniczna	1,5%	0,3%	8,0%	0,0%	1,5%	1,9%	3,6%
Polityka krajowa	8,4%	6,9%	13,0%	16,6%	7,8%	4,2%	10,7%
Skandale	4,3%	4,8%	3,4%	0,0%	7,6%	6,7%	3,2%
Referendum 6 września	3,6%	3,6%	5,3%	0,0%	4,0%	3,9%	3,3%
Wyniki pierwszej tury	4,9%	4,4%	6,1%	8,4%	4,1%	8,7%	3,0%
Kogo poprą kandydaci z pierwszej tury	2,2%	2,1%	3,6%	0,9%	0,9%	0,3%	0,0%
Inne	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,2%

Z powyższego zestawienia wynika, że dominantą we wszystkich stacjach była tematyka kampanijna. W przypadku pozostałych tematów specyfika stacji wyglądała następująco:

- TELEWIZJA PUBLICZNA – zauważalna ekspozycja tematów społecznych i związanych z polityką krajową;
 - TVP Info – wyrównana ekspozycja różnych jednostek tematycznych, bez wyraźnej dominanty poza tematyką samej kampanii wyborczej;
 - TVP 1 – wysoka ekspozycja tematyki społecznej (reforma emerytalna, polityka społeczna, emigracja i bezrobocie wśród młodych, *in vitro* – temu ostatniemu tematowi poświęcono np. całe wydanie audycji *Minęła dwudziesta* 20 maja) i polityki krajowej (głównie przyszłość lewicy po klęsce SLD, rola ruchu Pawła Kukiza na scenie politycznej oraz formowanie się nowej „partii Balcerowicza”). Także druga w próbie ekspozycja tematyki gospodarczej (na poziomie 5,2 proc.);

- TVP 2 – najwyższa ekspozycja tematyki związanej z kampanią wyborczą i jej wpływem na politykę krajową – głównie w kontekście kryzysu SLD i słabego wyniku kandydatki popieranej w wyborach przez tę partię, a także nowych ruchów politycznych, którym przewodzą Paweł Kukiz i Ryszard Petru;
- TVN 24 – najwyższa w próbie, choć bezwzględnie niezbyt duża, ekspozycja skandali i kontrowersji w kampanii (głównie kwestia nowych taśm w aferze podsłuchowej oraz ataku na Bronisława Komorowskiego), poza tym wyrównana ekspozycja różnych jednostek tematycznych, bez wyraźnej dominanty poza tematyką samej kampanii wyborczej;
- POLSAT NEWS – wysoka ekspozycja wyników pierwszej tury wyborów oraz tematów społecznych, drugi w badanej próbce udział wzmianek o skandalach i aferach w okresie wyborów; ponownie największy udział ekspozycji tematu związanego z prerogatywami prezydenckimi – 2,2 proc.;
- TV TRWAM – wysokie zainteresowanie tematami światopoglądowymi i społecznymi, z naciskiem na *in vitro* oraz sytuację osób młodych i emerytów (niższe jednak niż w pierwszej turze wyborów), wysoki udział kwestii związanych z polityką krajową (głównie w kontekście wpływu rządów PO na sytuację w kraju i konsekwencji, jakie wynikają z tego dla poparcia dla Bronisława Komorowskiego). TV Trwam była jedyną stacją, w której pojawiła się kategoria „inne”, obejmująca tematykę religijną oraz materiał prezentujący Andrzeja Rosiewicza jako satyryka, zawierający odwołania do jego prześmiewczej twórczości odnoszącej się do Bronisława Komorowskiego. Trzeba podkreślić, że TV Trwam – podobnie jak w pierwszej turze – uzyskała najwyższy wynik ekspozycji, jeśli chodzi o prerogatywy prezydenckie – 2,2 proc. (*ex aequo* z Polsat News).

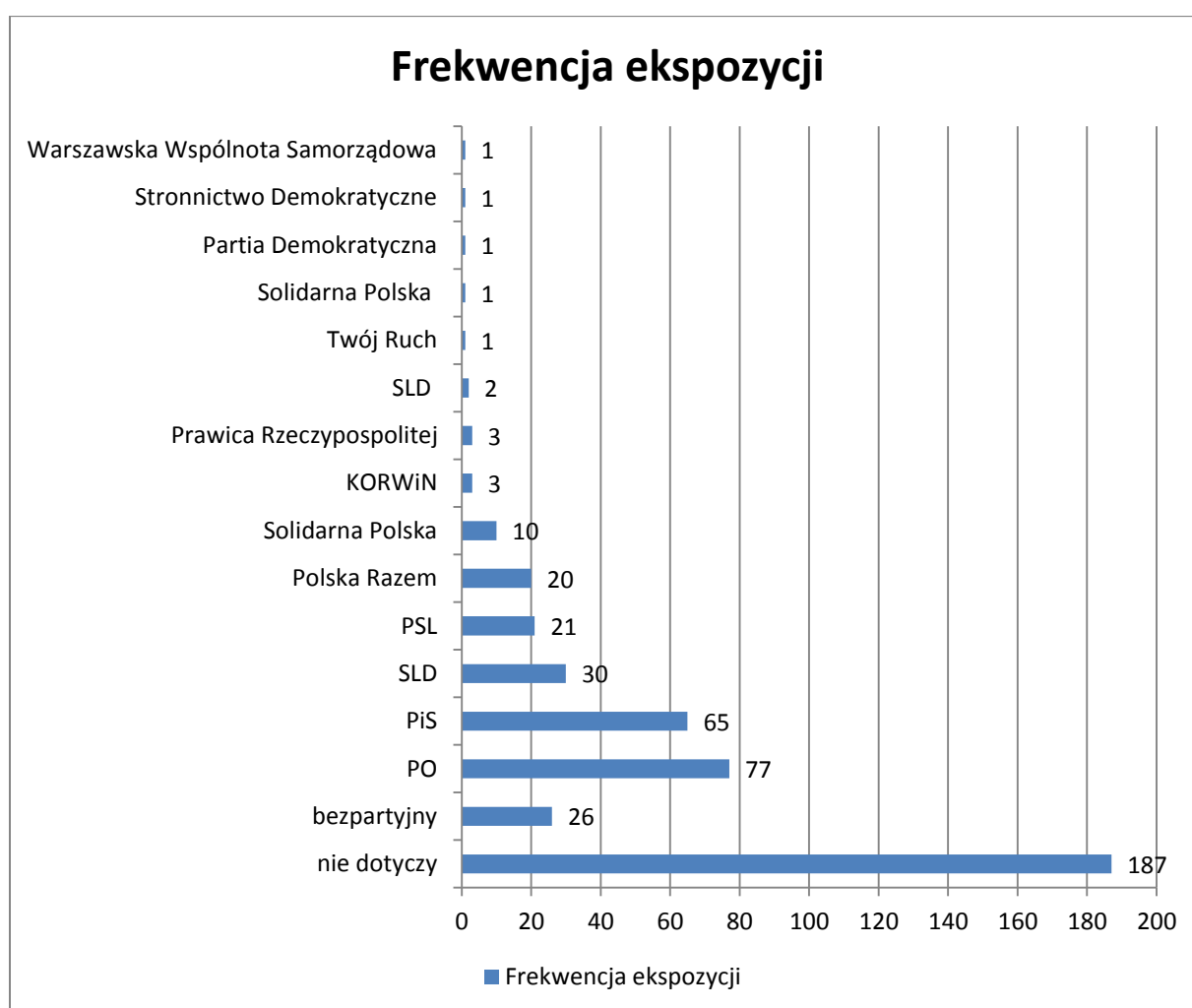
Należy zwrócić szczególną uwagę na fakt, że w analizowanych audycjach publicystycznych prerogatywom prezydenckim najwięcej czasu poświęcono w Polsat News oraz w TV Trwam (obie stacje z wynikiem 2,2 proc.). Drugą lokatę w ekspozycji tej tematyki zajęły *ex aequo* TVN 24 oraz TVP Info (na poziomie 0,9 proc. czasu audycji), a trzecią TVP 1 (0,4 proc.). Na antenie TVP 2 w ogóle nie pojawiły się zagadnienia zawierające się w tej kategorii.

W badaniu tematyka prerogatyw prezydenta została wskazana przez analityków jako dominująca dla przynajmniej jednego wątku w dyskusji w audycjach:

- *Dziś wieczorem* (TVP Info) – 19 maja;
- *Fakty po Faktach* (TVN 24) – 15 maja
- *Fakty po Faktach* (TVN 24) – 17 maja;
- *Gość poranka* (TVP Info) – 18 maja;
- *Podsumowanie kampanii przed drugą turą* (TVP Info) – 22 maja;
- *Polityka przy kawie* (TVP 1) – 22 maja; Jaromir Sokołowski i Krzysztof Szczerski – filmik o kompetencjach prezydenta (53 sekundy w trakcie audycji, która trwała 16:18);
- *Polski punkt widzenia* (TV Trwam) – 16 maja;
- *Polski punkt widzenia* (TV Trwam) – 20 maja;
- *Polski punkt widzenia* (TV Trwam) – 22 maja;
- *Premierzy* (Polsat News) – 8 maja;
- *Rozmowa Wydarzeń* (Polsat News) – 15 maja;
- *Tak czy nie* (Polsat News) – 13 maja;
- *Tak jest* (TVN 24) – 14 maja;
- *Tak jest* (TVN 24) – 19 maja;
- *To był dzień* (Polsat News) – 18 maja;
- *Wieczór z debatą* (Polsat News) – 17 maja.

2.3. Goście audycji

Zestawienie frekwencji wystąpień przedstawicieli różnych partii politycznych wskazuje na wyraźną polaryzację dyskursu politycznego, jaka zachodzi w drugiej turze kampanii. Jest to czas, kiedy rośnie ekspozycja polityków dwóch największych partii wspierających kandydatów, którzy wygrali pierwszą turę wyborów, a także zdecydowanie wzrasta ekspozycja grupy gości niepolityków (badaczy, publicystów, komentatorów)⁵.



⁵ Należy odnotować, iż w kategorii „bezpartyjny” znajdują się przede wszystkim wyniki frekwencji oraz ekspozycji dwóch kandydatów Pawła Kukiza i Grzegorza Brauna, którzy nie przynależeli do żadnej partii oraz nie byli przez żadną wspierani. W tej kategorii znaleźli się również Aleksander Kwaśniewski, Leszek Balcerowicz, Kazmierz Marcinkiewicz, Ludwik Dorn ale także osoby usunięte z partii lub na poboczu głównego życia politycznego (byli przedstawiani jako nieafiliowani, nie należący do żadnej partii politycznej) – Adam Hofman, Jacek Kurski, Andrzej Rozenek, Zbigniew Girzyński, Ryszard Kalisz, Robert Kwiatkowski (jako Wolność i Równość – świeża afiliacja). W II turze pojawili się także Artur Balazs, Władysław Frasyniuk, Robert Biedroń, Janusz Tomaszewski, Włodzimierz Cimoszewicz oraz Ryszard Petru (tworzący własną formację NowoczesnaPL).

Z kolejnego zestawienia wyraźnie wynika, że chociaż na poziomie frekwencji wystąpień różnice między dwoma dominującymi partiami a kolejnymi stronnictwami są niewielkie, to na wykresie ekspozycji czasowej zachodzą trzy ciekawe zjawiska⁶:

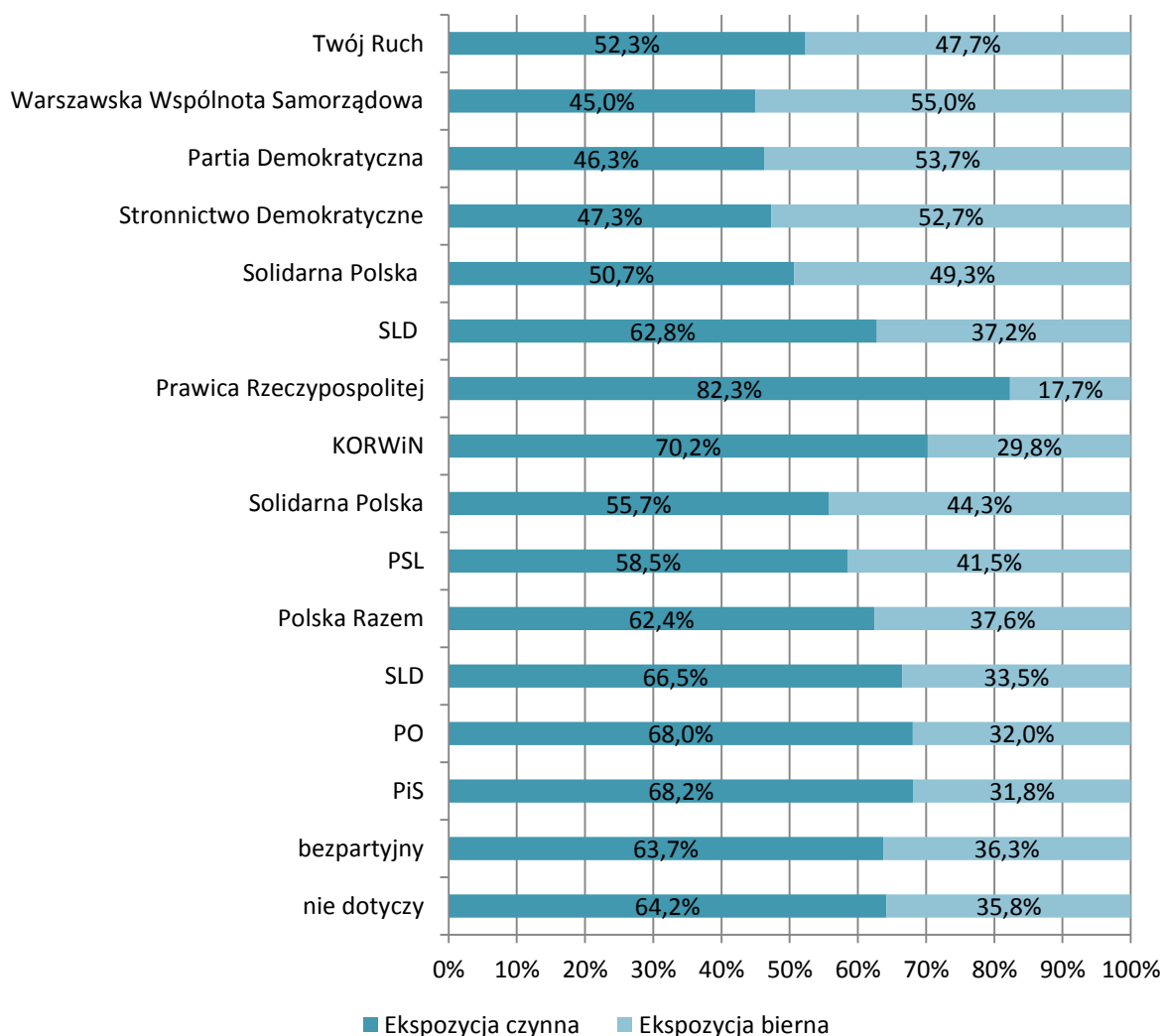
- wyrównanie różnicy w ekspozycji między PiS a PO, na rzecz drobnej przewagi PiS – identycznie jak w pierwszej turze wyborów, mimo iż to kandydat z ramienia PiS wygrał pierwszą turę i stał się tym samym faworytem w drugiej turze;
- podkreślenie różnicy w ekspozycji polityków dwóch dominujących partii a pozostałymi stronnictwami – identycznie jak w pierwszej turze wyborów;
- zmniejszenie dystansu między grupą gości z kategorii „nie dotyczy” a grupą gości-polityków – zbliżone do zaobserwowanego w pierwszej turze wyborów; stosunek ekspozycji czasowej PO oraz PiS do grupy „nie dotyczy” wyniósł w drugiej turze ok. 0,45 (w pierwszej turze: 0,47).

⁶ Należy zaznaczyć, że ekspozycja Bronisława Komorowskiego była w zestawieniu ekspozycji partyjnej wliczana do łącznej sumy ekspozycji Platformy Obywatelskiej, mimo że prezydent Bronisław Komorowski startował jako kandydat niezależny. Oczywiście *de iure* Bronisław Komorowski nie należał do żadnej partii, jednak potraktowanie go jako kandydata bezpartyjnego silnie zaburzyłoby statystyki ekspozycji *de facto* reprezentowanej przez niego partii.



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).

Struktura ekspozycji według grup gości



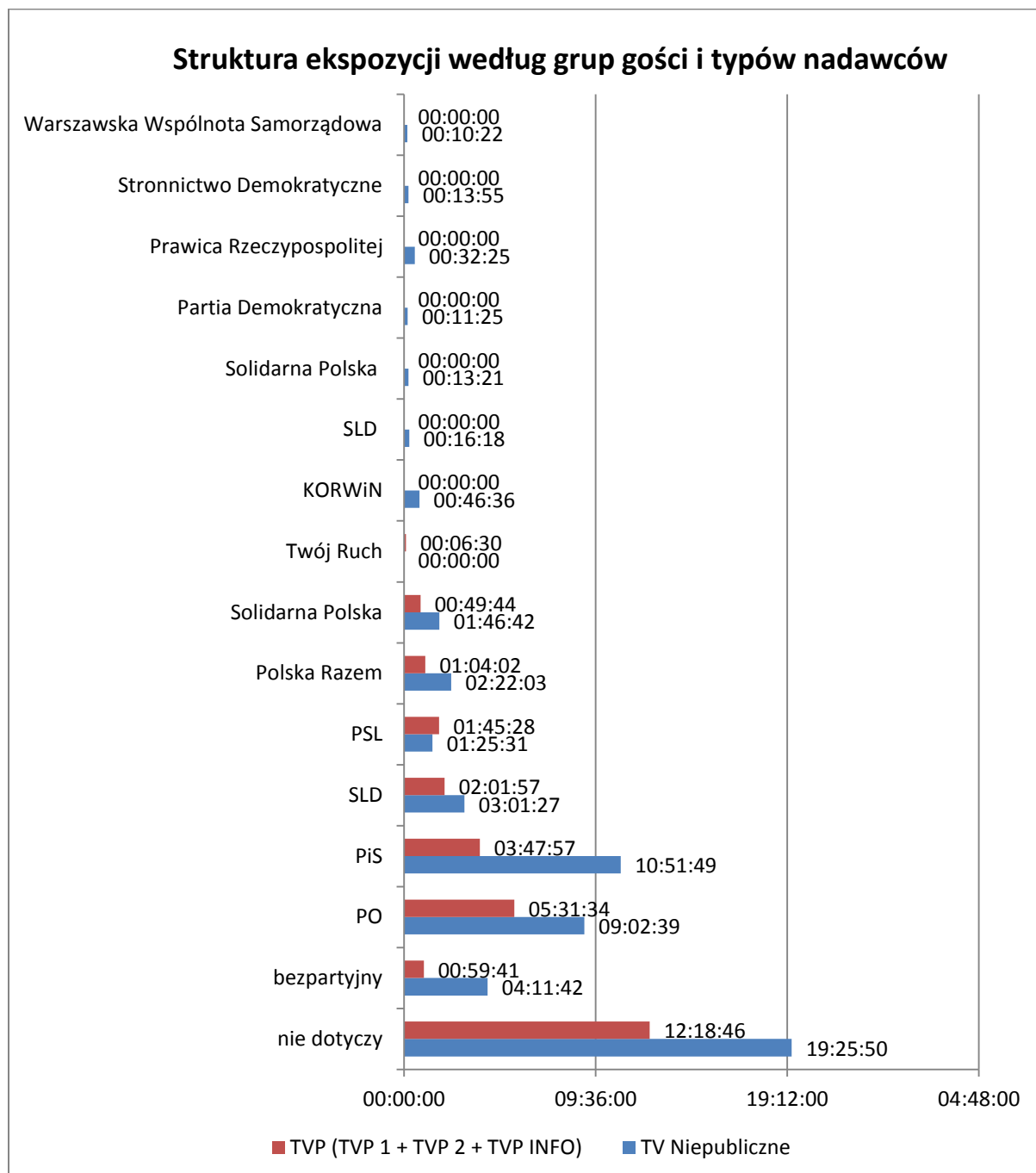
Powyższy wykres wskazuje wyraźnie na przewagę ekspozycji czynnej we wszystkich grupach gości, z wyjątkiem polityków mniejszych stronnictwa politycznych, takich jak Stronnictwo Demokratyczne czy Partia Demokratyczna (choć także w tej grupie zdarzają się wyjątki, prawdopodobnie związane z charakterem i osobowością poszczególnych polityków – mowa tu o wyższej ekspozycji czynnej polityków stronnictwa KORWiN oraz Prawicy Rzeczypospolitej). Widoczna jest bardzo wyrównana, niemal identyczna, proporcja ekspozycji czynnej do biernej w przypadku PiS i PO.

W trakcie kampanii przed drugą turą wyborów prezydenckich zasadniczo nie wystąpiła formuła audycji, w której byłoby prezentowane szerokie grono kandydatów, a ekspozycja kandydatów, którzy odpadli z wyborów po pierwszej turze głosowania, była incydentalna. Zjawisko to znajduje odzwierciedlenie w wykresach ekspozycji czyn-

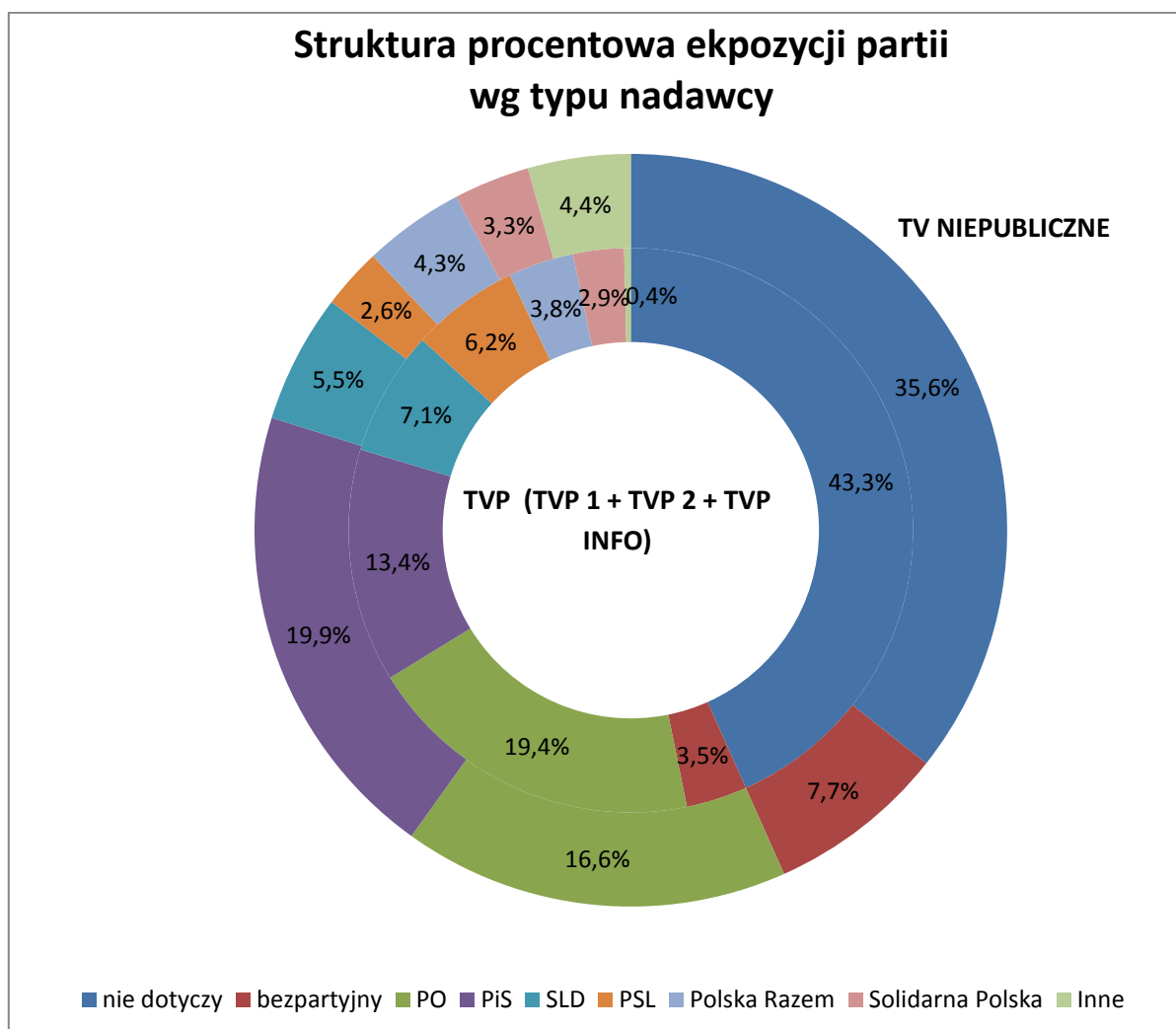
nej/biernej, na których partie, których kandydaci występują w audycjach publicystycznych w drugiej turze (PO, PiS, SLD i KORWiN), uzyskują generalnie wyższą ekspozycję czynną – skutek formuły audycji jako wywiadu z kandydatem lub debaty wyborczej.

2.3.1. Ekspozycja czasowa w podziale na stacje telewizyjne – publiczne vs komercyjne

Na kolejnych dwóch wykresach prezentujemy zestawienie ekspozycji poszczególnych partii zbiorczo dla stacji publicznych i niepublicznych. Na pierwszym wykresie przedstawiono bezwzględny czas ekspozycji poszczególnych partii i grup gości (bezpartyjnych i zakwalifikowanych do kategorii „nie dotyczy”, obejmującej m.in. ekspertów).



Dane te potraktujemy czysto poglądowo, ponieważ szczegółowe różnice w strategii doboru gości pozwala wychwycić kolejne zestawienie, a mianowicie porównanie procentowe czasu ekspozycji przedstawicieli poszczególnych partii i grup gości w rozbiciu na telewizje publiczne i stacje niepubliczne.



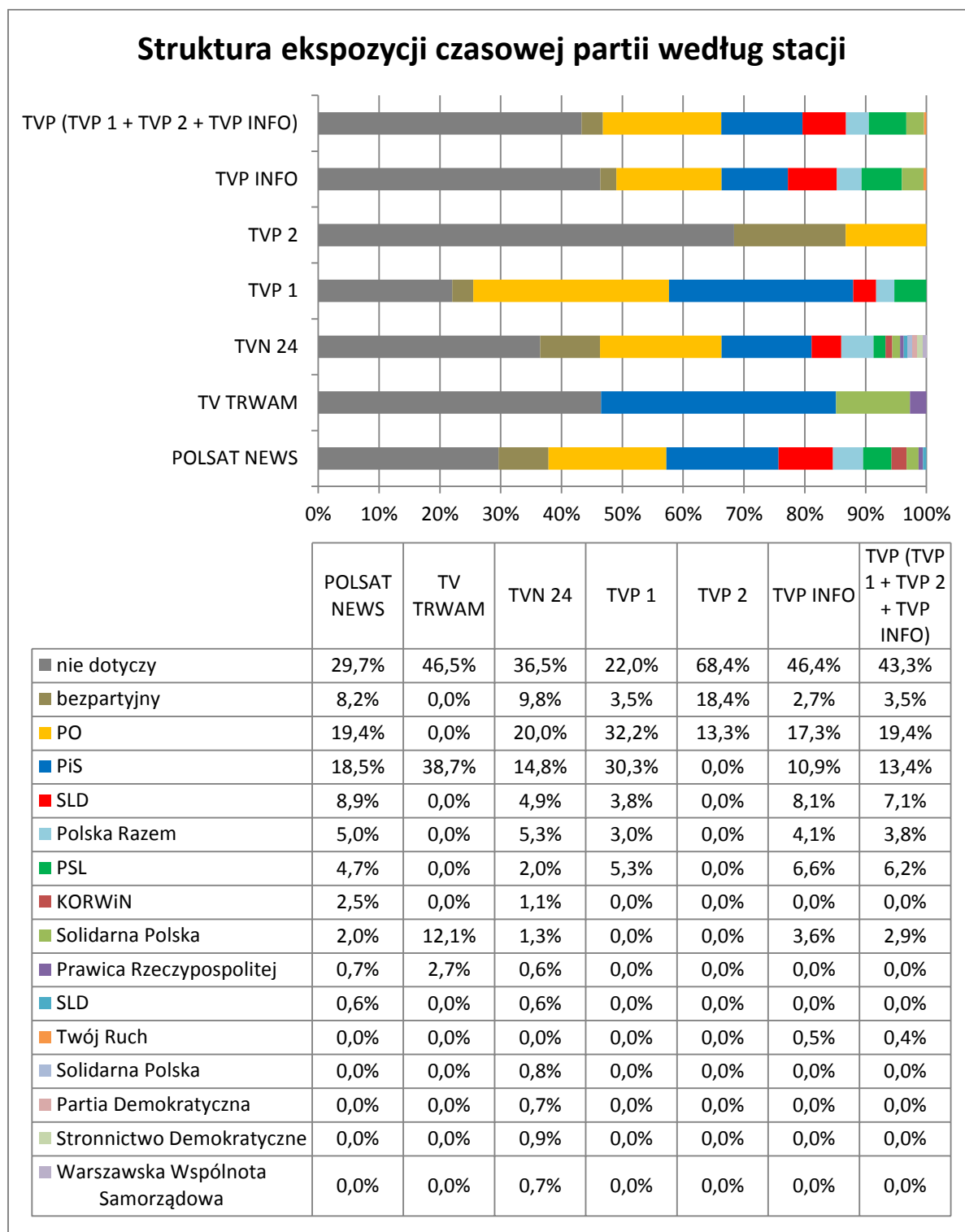
W przypadku TVP SA ponownie można zaobserwować nadekspozycję polityków Polskiego Stronnictwa Ludowego (która dodatkowo wydaje się nie mieć uzasadnienia w wyniku kandydata tej partii w pierwszej turze wyborów) – tym razem o 3,6 punktu proc. więcej niż w telewizjach niepublicznych. W przypadku telewizji publicznej jest także widoczna przewaga ekspozycji grupy gości niepolityków (7,7 pkt proc. więcej niż w telewizjach niepublicznych) i polityków Platformy Obywatelskiej (2,8 pkt proc. więcej niż w telewizjach niepublicznych). W telewizjach niepublicznych odnotowano generalnie bardziej spluralizowany dyskurs, z nieco większą ekspozycją mniejszych stronnictw politycznych – zagregowanych w kategorii „inne”, obejmującej:

	TV Niepubliczne	TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)
„Inne” łącznie	4,41%	0,38%
Twój Ruch	0,00%	0,38%
KORWiN	1,42%	0,00%
SLD	0,50%	0,00%
Solidarna Polska	0,41%	0,00%
Partia Demokratyczna	0,35%	0,00%
Prawica Rzeczypospolitej	0,99%	0,00%
Stronictwo Demokratyczne	0,43%	0,00%
Warszawska Wspólnota Samorządowa	0,32%	0,00%

W przypadku telewizji niepublicznych jest zauważalna niewielka nadekspozycja Prawa i Sprawiedliwości (wynikająca głównie z dużej ekspozycji tej partii w TV Trwam), a także – podobnie jak w przypadku telewizji publicznej – polaryzacja dyskursu między PiS a PO, co jest wyjątkową sytuacją, biorąc pod uwagę, że we wcześniejszych wyborach i w pierwszej turze tej kampanii wyborczej to w TVP SA dominowała spolaryzowana ekspozycja stronnictw politycznych.

2.3.2. Przynależność partyjna gości według stacji

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



Powyższe dane prezentują następujące modele ekspozycji poszczególnych grup gości w badanych stacjach:

- TELEWIZJA PUBLICZNA – dominacja grupy ekspertów, wysoka ekspozycja PiS i PO – z przewagą PO, relatywnie wysoka ekspozycja PSL, SLD i Polski Razem;
 - TVP 1 – skupienie na spolaryzowanej osi sporu PiS–PO, z bardzo wysoką ekspozycją polityków obu partii;
 - TVP 2 – dominacja grupy ekspertów, polityków bezpartyjnych i polityków PO;
 - TVP INFO – dominacja grupy ekspertów, wysoka ekspozycja PiS i PO – jednak z wyraźną przewagą PO, relatywnie wysoka ekspozycja PSL, SLD i Polski Razem;
- POLSAT NEWS – skupienie na spolaryzowanej osi sporu PiS–PO, duży udział ekspertów, relatywnie wysoka ekspozycja PSL, SLD i Polski Razem;
- TV TRWAM – dominacja grupy ekspertów i polityków PiS, widoczna ekspozycja Solidarnej Polski i Polski Razem – odejście od modelu pluralizmu ograniczonego (tylko PiS i eksperci) do nieco bardziej wyważonego (choć wciąż preferującego jedną stronę sceny politycznej) modelu pluralizmu zawężonego;
- TVN 24 – dominacja grupy ekspertów, widoczne skupienie na spolaryzowanej osi sporu PiS–PO, widoczna ekspozycja SLD i Polski Razem oraz polityków mniejszych stronnictw w kontekście wyborów.

W odniesieniu do modelu pluralizmu określonego podczas badania przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2014 roku można wskazać na następujący układ sposobu ekspozycji poszczególnych partii w analizowanych stacjach:

Modele pluralizmu w programach publicystycznych w okresie objętym monitoringiem wyborczym



W porównaniu z wyborami samorządowymi i pierwszą turą wyborów prezydenckich widać przesunięcie niemal wszystkich stacji – z wyjątkiem TV Trwam – do modelu bardziej spolaryzowanego (wydaje się, że formuła wyborów prezydenckich z tylko dwoma kandydatami w drugiej turze w naturalny sposób premiuje taką retorykę). W przypadku TV Trwam jest także widoczne poszerzenie grona gości o polityków Solidarnej Polski i Polski Razem, nieobecnych w pierwszej turze wyborów – to powrót do wzorca zaobserwowanego już w przypadku tej stacji podczas wyborów samorządowych i eurowyborów w 2014 roku.

2.3.3. Ekspozycja kandydatów na urząd prezydenta

Na kolejnych stronach omawiamy wybrane aspekty ekspozycji kandydatów na prezydenta w badanych audycjach.

Pierwszym zestawieniem jest tabela przedstawiająca czasy ekspozycji poszczególnych kandydatów w okresie wyborczym. Wyraźnie widać, że – podobnie jak w pierwszej turze – fakt udziału kandydatów w ramówkowych programach publicystycznych był przedmiotem strategicznych decyzji ze strony sztabów wyborczych, a rozkład obecności i ekspozycji kandydatów nie koreluje w żaden sposób z globalną ekspozycją poszczególnych partii reprezentowanych przez kandydatów.

Jako pierwsze prezentujemy zestawienie ekspozycji kandydatów w programach publicystycznych w podziale na telewizję publiczną oraz telewizję niepubliczną.

Czas ekspozycji		
	TV Niepubliczne	TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)
Andrzej Duda	01:47:23	00:40:07
Bronisław Komorowski	01:36:46	00:59:55
% czasu ekspozycji		
	TV Niepubliczne	TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)
Andrzej Duda	52,6%	40,1%
Bronisław Komorowski	47,4%	59,9%

W powyższej tabeli można zaobserwować stosunkowo wyrównaną ekspozycję kandydatów na antenach obu rodzajów stacji, z przewagą Andrzeja Dudy w telewizjach niepublicznych (co ciekawe, nie jest to efekt jego ekspozycji w TV Trwam), a także przewagą Bronisława Komorowskiego w audycjach publicystycznych emitowanych w telewizji publicznej, mimo że to przecież Andrzej Duda wygrał pierwszą turę i stał się naturalnym faworytem do zwycięstwa.

W kolejnej tabeli prezentujemy szczegółową analizę ekspozycji kandydatów w poszczególnych badanych stacjach:

	Ekspozycja czasowa		Ekspozycja procentowa	
	Andrzej Duda	Bronisław Komorowski	Andrzej Duda	Bronisław Komorowski
POLSAT NEWS	01:02:32	00:40:49	60,5%	39,5%
TV TRWAM	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TVN 24	00:44:51	00:55:57	44,5%	55,5%
TVP 1	00:40:07	00:40:49	49,6%	50,4%
TVP 2	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TVP INFO	00:00:00	00:19:06	0,0%	100,0%
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)	00:40:07	00:59:55	40,1%	59,9%

Rozkład w powyższej tabeli prezentuje następujące strategie⁷ ekspozycji kandydatów w badanych audycjach:

- POLSAT NEWS – rozbudowany materiał z Andrzejem Dudą, zwycięzcą pierwszej tury, wyemitowany oprócz debaty kandydatów, o ponad dwadzieścia minut dłuższa ekspozycja niż w przypadku Bronisława Komorowskiego (przewaga o 21 pkt proc.);
- TV TRWAM – brak ekspozycji kandydatów;
- TVN 24 – ponad dziesięciominutowa przewaga w ekspozycji na korzyść Bronisława Komorowskiego (więcej o 10 pkt proc.);
- TELEWIZJA PUBLICZNA – wyrównana ekspozycja kandydatów (m.in. dzięki debacie wyborczej), nieobecność Bronisława Komorowskiego;
 - TVP 1 – zbliżona, niemal identyczna ekspozycja kandydatów w debacie;
 - TVP 2 – brak ekspozycji kandydatów;
 - TVP INFO – przewaga w ekspozycji Bronisława Komorowskiego: jeden materiał trwający dziewiętnaście minut wobec braku materiałów z Andrzejem Dudą wśród audycji objętych monitoringiem⁸.

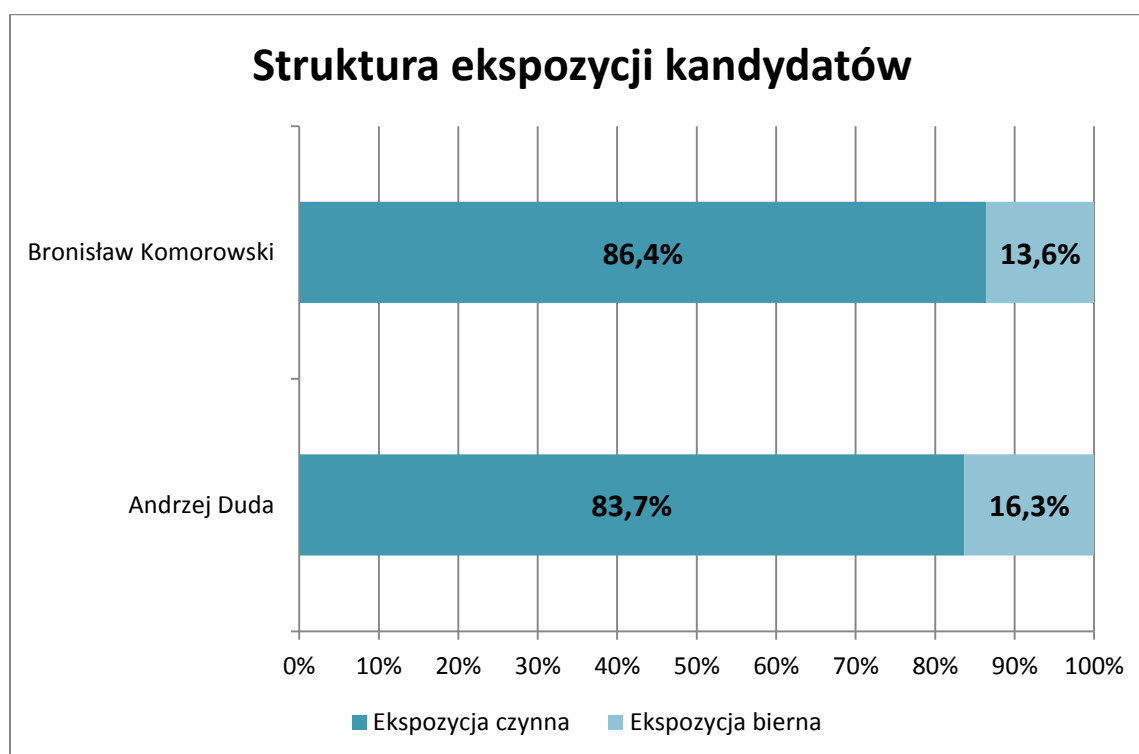
⁷ Hipoteza badawcza jest taka, że chodzi tu raczej o strategie sztabów wyborczych niż o świadome zabiegi redakcji mające wykluczyć lub promować określonych kandydatów.

⁸ Dla porządku zauważyć należy, że *Debata prezydencka* z udziałem Andrzeja Dudy była także emitowana na antenie TVP Info, jednak w zestawieniu dla telewizji publicznej została ujęta – podobnie jak w przypadku pierwszej tury – jako program TVP 1 (miało to na celu uniknięcie podwójnego zliczenia jej ekspozycji czasowej w przypadku telewizji publicznej).

Reasumując, źródłem przewagi kandydatów były:

- dla Andrzeja Dudy w telewizjach niepublicznych – wysoka ekspozycja w Polsacie News – w audycji *Gość Wydarzeń* wyemitowanej 12 maja;
- dla Bronisława Komorowskiego w telewizji publicznej – dziewiętnastominutowy materiał w TVP Info – w audycji *Dziś wieczorem* nadanej 13 maja.

Należy także nadmienić, że w większości przypadków ekspozycja kandydatów w badanych programach miała charakter incydentalny – pojawiali się oni na antenie danej stacji raz, a czas ekspozycji był pochodną formatu audycji przyjętego do pokazania kandydata, a nie liczby jego wystąpień.



W badanych audycjach dominuje wzorzec ekspozycji czynnej kandydatów na prezydenta, który jest konsekwencją formuły audycji z ich udziałem – rozmowa jeden na jeden lub debata. W analizowanych danych widoczna jest drobna przewaga (o 2,7 pkt proc.) w ekspozycji czynnej na korzyść Bronisława Komorowskiego.

2.3.4. Goście niepolitycy według stacji

Na kolejnych stronach zaprezentowano zestawienie gości o nieokreślonej przynależności partyjnej, oznaczonych w badaniu jako „nie dotyczy” (chodzi tu o gości niepolityków, np. ekspertów). W sumie w badanych audycjach w okresie objętym monitoringiem wzięło udział 118 gości niebędących politykami. Byli to głównie:

- badacze i eksperci z tytułami/stopniami naukowymi – socjologowie, politolodzy, ekonomiści;
- dziennikarze i publicyści;
- bezpartyjni doradcy i urzędnicy;
- aktorzy, gwiazdy, celebryci i satyrycy;
- działacze związków zawodowych.

W poniższej tabeli zawarto ekspozycję gości, którzy uzyskali przynajmniej dwa wystąpienia w badanej próbie (pełna tabela znajduje się w aneksach).

Gość	Status przedstawienia	Liczba wystąpień	Czas ekspozycji
Tomasz Nałęcz*	Profesor (...) – doradca Prezydenta RP	9	02:18:00
Aleksander Smolar	Prezes Fundacji Batorego	6	01:02:27
Norbert Maliszewski	Profesor, ekspert od zachowań politycznych	5	00:42:01
Paweł Lisicki	„Do Rzeczy”	4	00:46:53
Wawrzyniec Konarski	Politolodzy (...). (...) profesor	4	00:40:36
Andrzej Stankiewicz	Komentatorzy (...) „Rzeczpospolita”	3	00:44:47
Andrzej Zybortowicz	Profesor doktor habilitowany (...) – socjolog, UMK w Toruniu	3	01:02:47
Jacek Żakowski	„Polityka”	3	00:18:51
Janusz Szewczak	Główny ekonomista Kasy Krajowej SKOK	3	00:34:46
Jerzy Zelnik	Aktor teatralny, aktor filmowy doskonale znany	3	01:01:44
Krzysztof Legierski	Działacz ruchu LGBT	3	00:33:19
Piotr Semka	Publicyści: (...) – „Do Rzeczy” (...). Dwóch Piotrów	3	00:19:18
Radosław Markowski	Profesor, SWPS	3	00:27:38
Sławomir Sowiński	Doktor (...), politolog z UKSW	3	00:20:59
Witold Orłowski	Profesor (...), ekonomista	3	00:19:54
Antoni Dudek	Profesor	2	00:10:26
Dominika Wielowieyska	„Gazeta Wyborcza”	2	00:23:02
Henryk Domański	Profesor (...) z Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk (...). Socjolog	2	00:24:04

Ireneusz Krzemiński	Profesor (...), socjolog z Uniwersytetu Warszawskiego	2	00:16:45
Jacek Raciborski	Profesor (...). Wykładowca Uniwersytetu Warszawskiego, socjolog, politolog	2	00:14:09
Jadwiga Staniszkis	Profesor (...) – socjolog	2	00:25:04
Jan Lityński*	Doradca prezydenta Bronisława Komorowskiego	2	00:41:06
Janusz Czapiński	Profesor	2	00:16:31
Kazimierz Kik	Profesor (...) politolog, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach	2	00:21:23
Konrad Piasecki	RMF FM, TVN 24	2	00:08:22
Leszek Mellibruda	Doktor (...) psycholog	2	00:15:05
Maciej Mrozowski	Dwaj profesorowie. (...) medioznawca SWPS	2	00:16:08
Marcin Celiński	„Liberte”	2	00:18:26
Paweł Śpiewak	Profesor	2	00:16:01
Piotr Gabryel	„Do Rzeczy”	2	00:11:58
Piotr Szumlewicz	Publicyści: (...) – Lewica.pl.	2	00:08:22
Rafał Ziemkiewicz	Tygodnik „Do Rzeczy”	2	00:14:20
Robert Sobiech	Doktor (...), socjolog	2	00:14:47
Roman Giertych	Mecenas	2	00:23:53
Ryszard Bugaj	Profesor (...), Instytut Nauk Ekonomicznych	2	00:16:21
Stanisław Gomułka	Profesor (...), także ekonomista	2	00:13:14
Tomasz Wołek	Nie dotyczy	2	00:10:33
Waldemar Kuczyński	Publicysta	2	00:08:50
Witold Bereś	Scenarzysta, dziennikarz	2	00:12:13

Gwiazdką zostali w tabeli oznaczeni politycy pracujący w Kancelarii Prezydenta lub doradzający Bronisławowi Komorowskiemu (Tomasz Nałęcz, Jan Lityński), których ekspozycja mogłaby być zaliczona do ekspozycji polityków wspierających ówczesnego prezydenta. W czasie analizowanej kampanii wyborczej nie byli oni członkami Platformy Obywatelskiej (dlatego też ich ekspozycja nie była sumowana jako ekspozycja tej partii – w przeciwieństwie do ekspozycji samego Bronisława Komorowskiego) ani czynnymi politykami, ale ich odbiór przez wyborców mógł być taki, że *de facto* wspierają oni kandydata PO.

2.4. Prowadzący audycje

W tej części raportu pragniemy omówić kilka kluczowych kwestii związanych z 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, zadawaniem pytań gościom programów i sposobem prowadzenia sporu – retoryka i erotetyka).

W sumie badane audycje prowadziło 48 dziennikarzy obojga płci. Pełna tabela wystąpienia dziennikarzy obejmuje:

Prowadzący	Liczba prowadzonych wydań
Andrzej Morozowski	10
Bogdan Rymanowski	10
Marek Kacprzak	10
Jan Ordyński	9
Maciej Wąsowicz	9
Joanna Wrześniewska-Sieger	8
Grzegorz Kajdanowicz	7
Monika Olejnik	7
Dorota Gawryluk	6
Joanna Racewicz	6
Małgorzata Serafin	6
Dariusz Ociepa	5
Dariusz Pogorzelski	5
Joanna Osińska	5
Karolina Lewicka	5
Maciej Stroiński	5
Piotr Kraśko	5
Robert Knap	5
Wojciech Szelaąg	5
Beata Tadla	4
Hanna Lis	4
Jarosław Gugąła	4
Justyna Dobrosz-Oracz	4
Kamila Biedrzycka-Osica	4
Magdalena Sakowska	4
Piotr Marciniak	4

Krzysztof Ziemięć	3
Beata Lubecka	2
Bogusław Chrabota	2
Konrad Piasecki	2
Marta Kurzyńska	2
Tomasz Lis	2
Anita Werner	1
Benedykt Cisoń	1
Bogdan Romanowski	1
Dariusz Drązek	1
Diana Rudnik	1
Ernest Bodziuch	1
Jan Pospieszalski	1
Janusz Dyrek	1
Justyna Pochanke	1
Magda Sakowska	1
Małgorzata Łaszcz	1
Marcin Krupa	1
Marek Czyż	1
Mariusz Pietrasik	1
Piotr Wichlicki	1
Tomasz Wolny	1

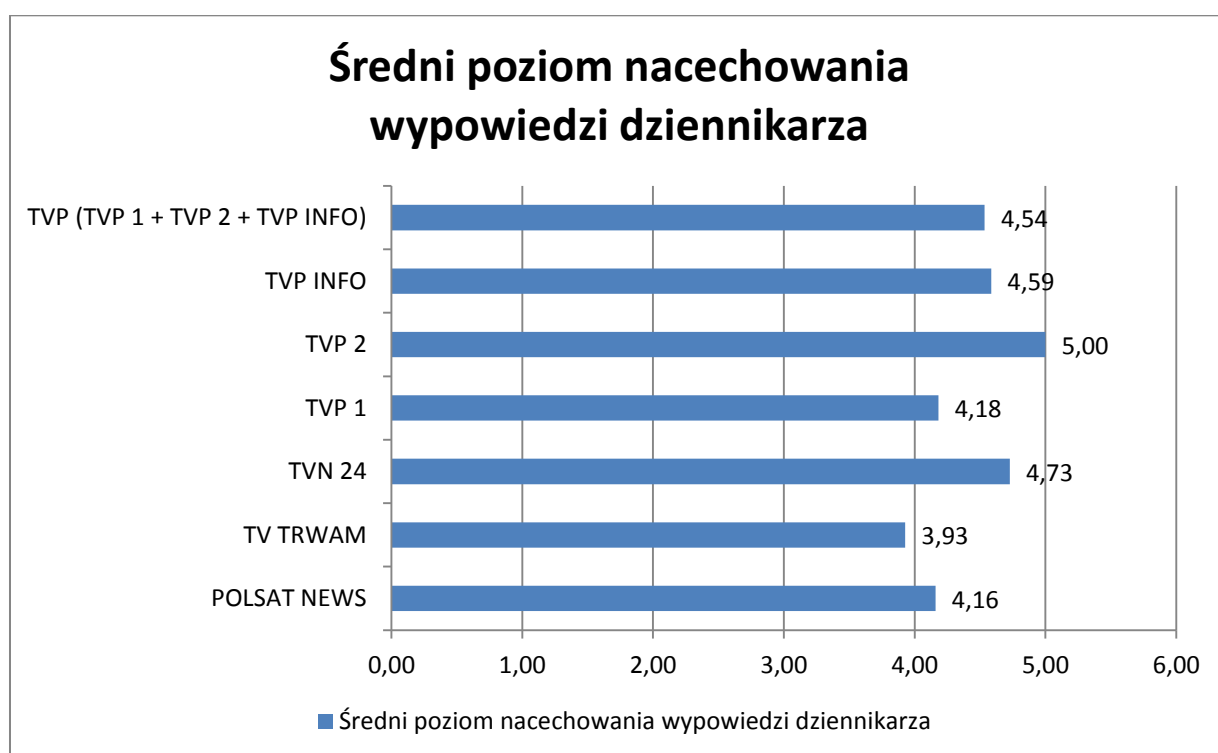
W badaniu tym po raz pierwszy odnotowano wyraźną przewagę dziennikarzy-mężczyzn – prowadzili aż 61,9 proc. audycji publicystycznych (w poprzednich wyborach występowała drobna przewaga kobiet w tym względzie, a w pierwszej turze widoczna, ale nie tak duża przewaga mężczyzn).

Na kolejnych stronach prezentujemy zagregowane na poziomie stacji wskaźniki ilościowe opisujące wybrane zachowania dziennikarzy. Szczegółowe zestawienia tych wskaźników dla poszczególnych prowadzących są w dyspozycji regulator. W niniejszej wersji raportu przedstawiamy zbiorcze zestawienia dla programów⁹.

⁹ Część analityczna poświęcona szczegółowym ocenom dziennikarzy oraz konkretnych audycji objętych monitoringiem znajduje się w dyspozycji KRRiT. Ta część analityczna raportu stanowi prezentację wybranych wskaźników ilościowych i danych z analizy treści programów. Z racji obszerności zgromadzonego materiału analitycznego w owym opracowaniu skupiono się przede wszystkim na kluczowych informacjach prezentujących dobór gości oraz zróżnicowanie sylwetek i stylów prowadzenia dyskusji przez poszczególnych dziennikarzy na poziomie ilościowym. 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 załączonym

2.4.1. Poziom nacechowania wypowiedzi prowadzących według stacji

W toku analizy jakościowej posłużono się indeksem nacechowania języka dziennikarzy, którego zadaniem było przekrojowe pokazanie tego, w jakim stopniu prowadzący audycje publicystyczne w poszczególnych stacjach posługują się językiem neutralnym, bez wyrażen nacechowanych (niskie wartości wskaźnika – min. 1), lub wręcz odwrotnie – językiem zawierającym wiele wyrażen wartościujących, emotywnych (wysokie wartości wskaźnika, nawet jeżeli wyrażenia nie są używane w odniesieniu do gości programu – maks. 5)¹⁰.



Z powyższego zestawienia wyraźnie wynika, że najwyższy poziom nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej odnotowano w przypadku telewizji publicznej oraz TVN 24. Wysokie wartości uzyskała także TVP Info z audycjami, takimi jak *Minęła dwudziesta*, *Po przecinku* oraz *INFO rozmowa*.

kartom programowym dedykowanym każdej audycji z osobna, w których zawarto szczegółowe obserwacje i wnioski. Te dokumenty również znajdują się w dyspozycji regulatora. Pełne, rozbudowane dane dotyczące zachowań werbalnych i niewerbalnych prowadzących są dostępne w transkrypcjach audycji oraz kartach analizy jakościowej (średnio od kilkunastu do kilkudziesięciu stron obserwacji w zależności od liczby wydań i czasu trwania audycji) udostępnionych zlecającemu badanie. Istnieje możliwość specjalnego opracowania szczegółowej ekspertyzy dotyczącej warsztatu poszczególnych dziennikarzy.

¹⁰ Wszelkie przyjęte definicje operacyjne poszczególnych wskaźników oraz miar zawarte są w arkuszach kalkulacyjnych – bazach znajdujących się w dyspozycji KRRiT.

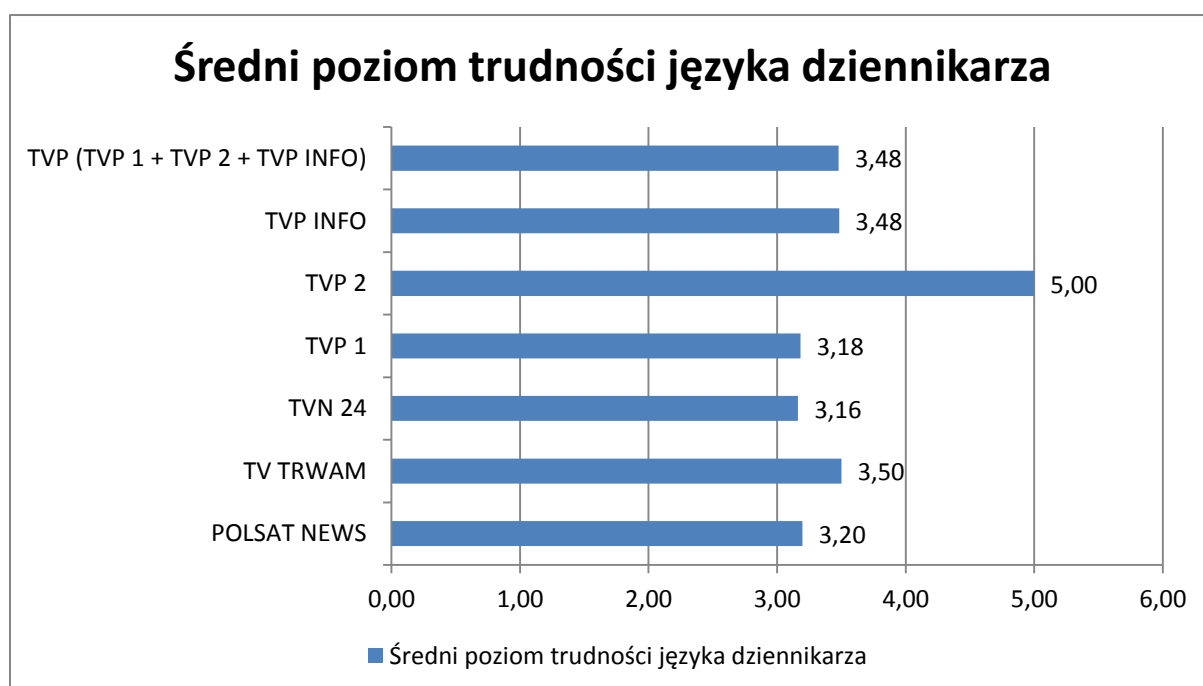
(...)

Układ nacechowania wypowiedzi w drugiej turze jest zbliżony do tego z pierwszej tury (poszczególne stacje zajmują podobne miejsca, ale ogólne wartości wskaźników nacechowania są nieco wyższe).

W wyborach samorządowych najniższe wartości nacechowania języka dziennikarzy odnotowano w Polsacie News oraz TVN 24, co wskazuje, że jest to parametr silnie zależny od bieżącej sytuacji politycznej i doboru dziennikarzy prowadzących poszczególne audycje (dla których z kolei wartości analizowanych wskaźników zachowują się stabilnie, co pozwala postawić hipotezę o występowaniu relatywnie utrwalonych wzorców zachowania na antenie u większości prowadzących badane audycje).

2.4.2. Trudność języka wypowiedzi prowadzących według 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, w którym poszczególne poziomy zależały od natężenia użycia wyrazów złożonych – liczących ponad cztery sylaby (kryterium Gunninga) i/lub pochodzących z różnego rodzaju profesjolektów czy terminologii specjalistycznych (np. ekonomicznych lub prawniczych).



W tym zestawieniu – podobnie jak w przypadku poprzednich wyborów – za najtrudniejszy pod względem doboru specjalistycznego słownictwa¹¹ został uznany język audycji w telewizji publicznej (...) i TV Trwam, jednak w kontekście wyborów prezydenckich różnice między tymi stacjami (z wyjątkiem TVP 2) a TVN 24 i Polsatem News są względnie niższe niż miało to miejsce w poprzednich badaniach (jest to układ podobny do tego zaobserwowanego w pierwszej turze wyborów).

¹¹ Jako trudne słowa były kwalifikowane wyrazy posiadające więcej niż cztery sylaby w formie mianownikowej, a także makaronizmy oraz słowa pochodzące z języków specjalistycznych i profesjolektów. Im częściej występowały tego typu wyrazy, tym wyższą wartość – zgodnie z przyjętymi kategoriami – przyjmował powyższy wskaźnik.

Pomocniczą miarą zrozumiałości tekstu (obok nacechowania kodowanego w sposób jakościowy) był tzw. indeks mglistości¹², 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)¹³. 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 Gunninga	
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)	12,9
TVP 1	13,2
TVP 2	13
TVP INFO	12,7
TVN 24	12,3
POLSAT NEWS	12,6
TV TRWAM	13,5

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 (trzyście lat nauki), co stanowi próg zrozumiałości tekstu dla osób bez wyższego wykształcenia. Badanie przeprowadzone na pełnym zbiorze transkrypcji wykazało stałą (w porównaniu z poprzednimi edycjami badania i z analizą dokonaną na podstawie materiału wyemitowanego przed pierwszą turą wyborów) tendencję do używania złożonego języka przez dziennikarzy TV Trwam, wyższą wartość – inaczej jak w poprzednich edycjach badania – uzyskała zaś telewizja publiczna (TVP 1 i TVP 2), a niższą TVN 24, Polsat News i TVP Info.

Warto także zauważyć, że połowa stacji – poza TVN 24 i TVP Info oraz Polsatem News – uzyskały wartości powyżej progowego poziomu 13 punktów, co oznacza, że pełną swobodę w ich odbiorze mają raczej osoby z wyższym wykształceniem. Ponowne uzyskanie

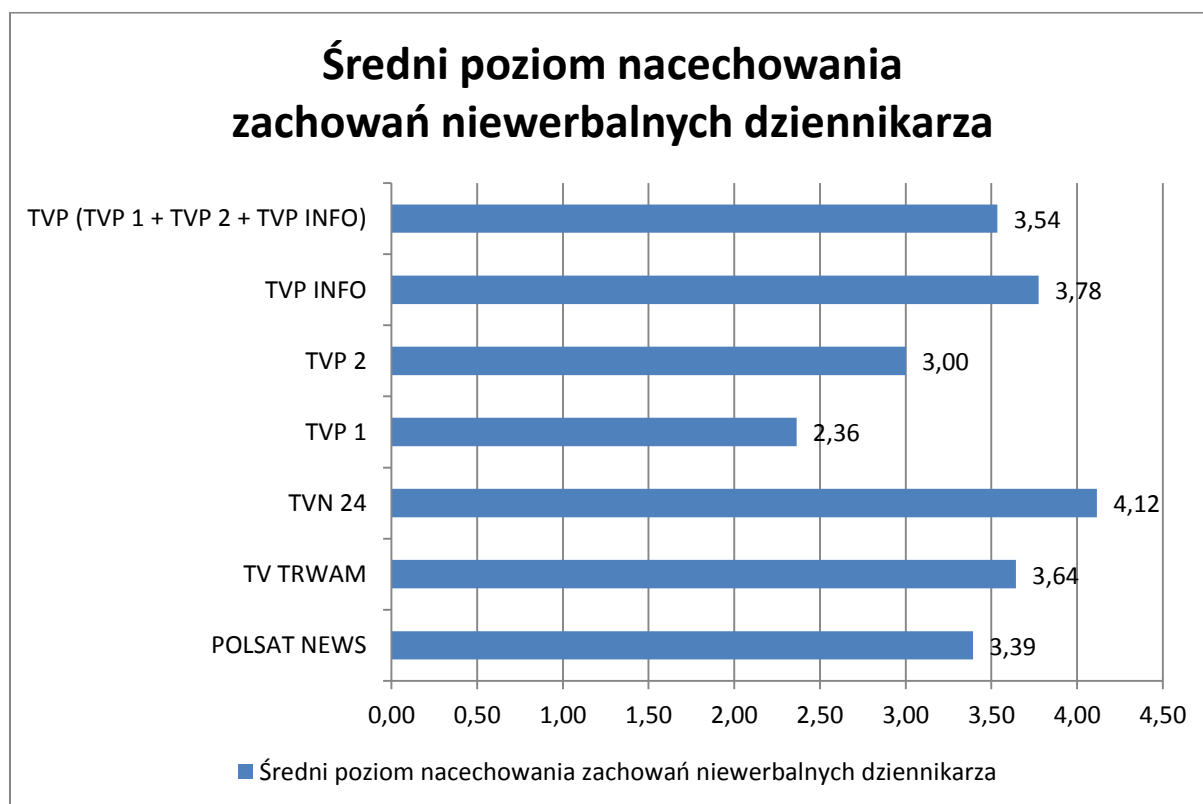
¹² Jest on obliczany jako ważony stosunek liczby wyrazów trudnych (mających ponad cztery sylaby) do liczby wszystkich wyrazów w tekście, jest wyrażony w punktach posiadających przybliżoną interpretację w postaci liczby lat nauki niezbędnych dla zrozumienia danego tekstu.

¹³ R. Gunning, *The Technique of Clear Writing*, McGraw-Hill, New York 1952.

wysokich, przekraczających 10 punktów wartości na tym wskaźniku (podobnie jak w poprzednich edycjach badania) wskazuje na tendencję do specjalizacji dyskursu telewizji informacyjnych (których programy stanowią dominującą grupę wśród analizowanych) i kierowanie ich przekazu do wykształconego widza. W stosunku do pierwszej tury wyborów prezydenckich oraz badań przeprowadzonych w innych kampaniach wyborczych stałym wydaje się zjawisko posługiwania się nieco bardziej prostym językiem przez dziennikarzy TVN 24, a nieco trudniejszym przez dziennikarzy TV Trwam.

2.4.3. Poziom nacechowania zachowań niewerbalnych prowadzących według stacji

Kolejnym czynnikiem różnicującym poszczególne stacje była wartość łącznego, uśrednionego wskaźnika zachowań niewerbalnych dziennikarzy.

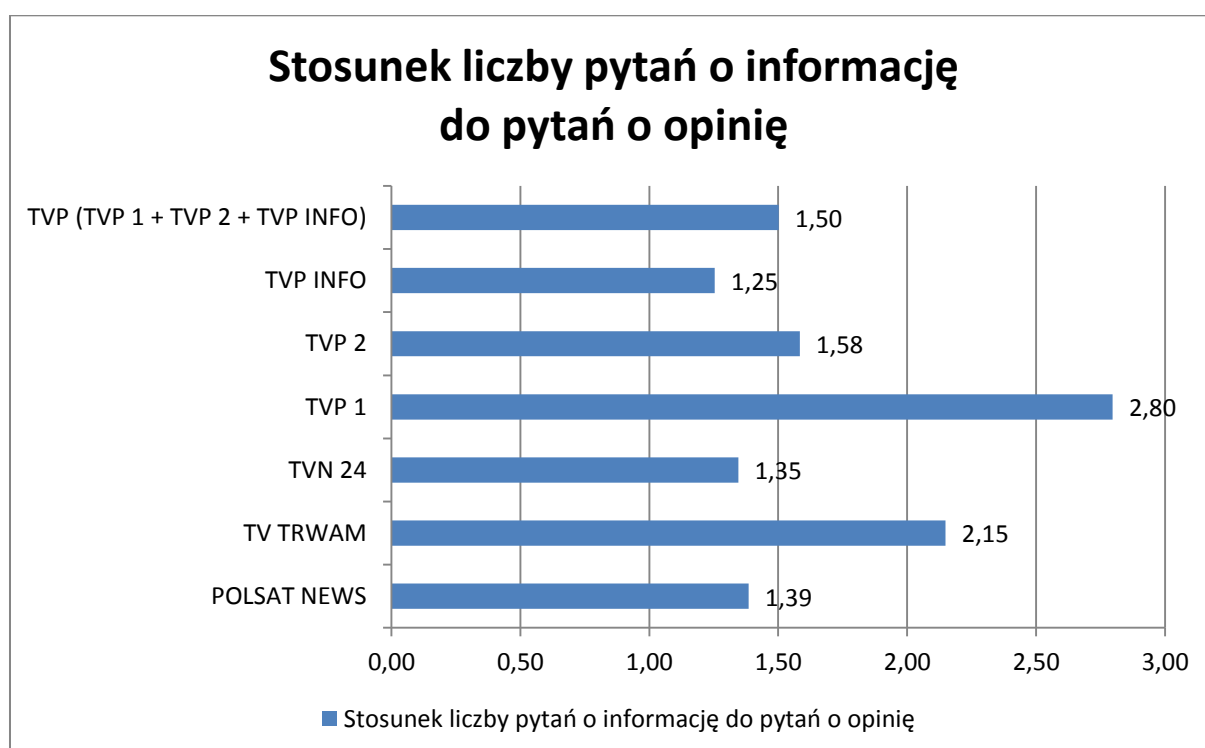


Podobnie jak w poprzednich wyborach, które analizowano za pomocą tych samych wskaźników, najwyższe średnie wskaźniki nacechowania zachowań niewerbalnych uzyskali (identycznie jak w pierwszej turze wyborów) dziennikarze TVN 24. (...) Drugie miejsce zajęli dziennikarze TV Trwam (co różni wyniki od tych uzyskanych w pierwszej

turze) – w przypadku tej stacji wystąpiło jednak silne zróżnicowanie wskaźników uniemożliwiający podanie nazwiska jednego dziennikarza wyróżniającego się pod względem nacechowania komunikacji niewerbalnej. (...)

2.4.4. Strategie zadawania pytań i przerywania przez dziennikarzy według stacji

W badaniu istotnym wskaźnikiem wskazującym na stopień merytoryczności dyskursu jest stosunek liczby pytań o informację do liczby pytań o opinię¹⁴. Im wyższe wartości osiąga ten wskaźnik, tym wyższe jest nasycenie dyskursu w audycji nowymi treściami, które niosą dla widza wartość poznawczą. Wysoki udział pytań o opinię wskazuje z kolei na to, że dyskurs w audycji jest wyraźnie skupiony na poglądach gości, ich interpretacji wydarzeń politycznych, przewidywaniach, wrażeniach, w mniejszym stopniu zwiększa zaś poziom wiedzy u odbiorcy programu.



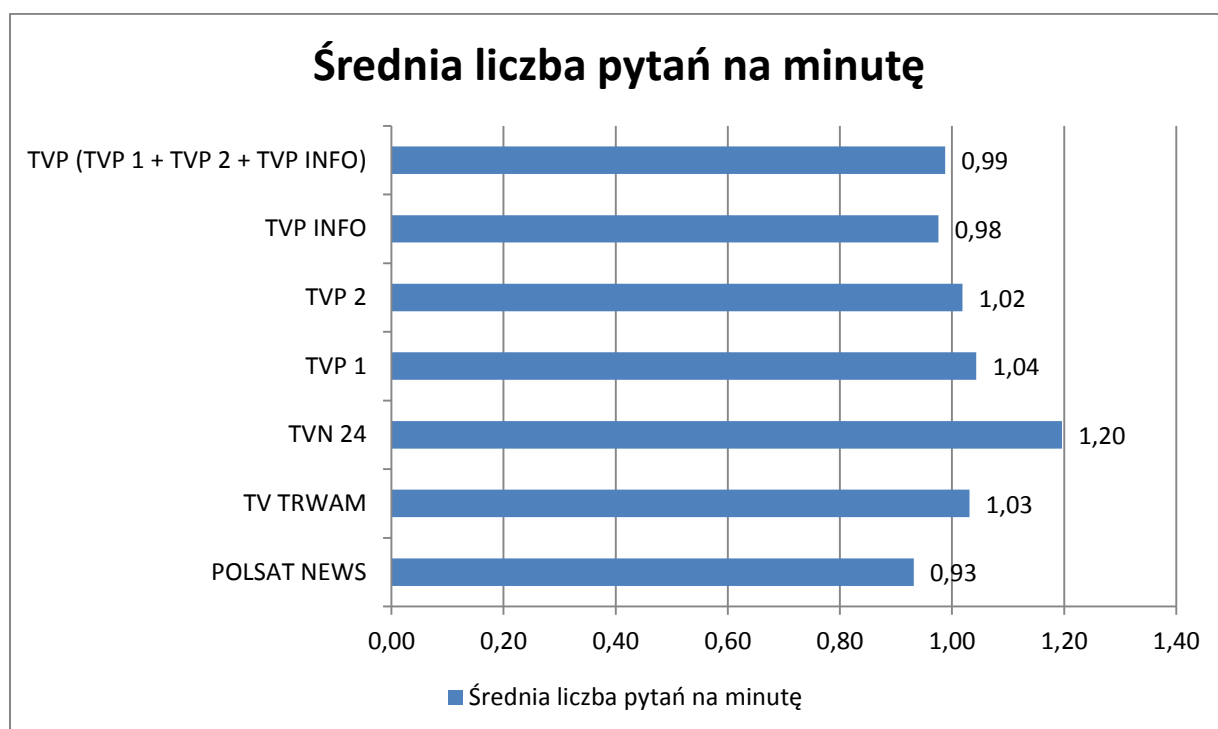
¹⁴ W tym miejscu warto dookreślić to, w jaki sposób definiowaliśmy pytania o informację, a w jaki sposób pytania o opinie. Otóż na pytania o informację można zawsze odpowiedzieć „tak” lub „nie”. Pytania o informację są pytaniami o to, czy coś „jakiś jest” lub „nie jest”, dotyczą faktów. Poddawane są 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 zredukować je do stwierdzenia „tak” lub „nie”. Opinie mogą być kształtowane w sposób dowolny i każdy komentarz w ramach udzielanej odpowiedzi może być uprawiony i dozwolony. Ponadto w porównaniu do pytań o informację 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 odnoszą się do faktów i tego, co można określić w sposób kategoriyczny – na osi „jest”, „nie jest”, „tak” lub „nie”.

Przedstawiony wykres wskazuje na generalną tendencję do zadawania w badanych audycjach pytań o opinie, co wyróżnia drugą turę kampanii prezydenckiej od wszystkich dotychczasowych wyborów badanych za pomocą tej samej metodologii. Bardzo wysoki udział pytań o opinie, w zasadzie we wszystkich stacjach, wskazuje na ich duże zapotrzebowanie we wszystkich stacjach, choć szczegółowa analiza wskazuje, że nie rozkłada się ono w sposób równomierny. Wysokie wartości tego wskaźnika są w dużej mierze pochodną kilku audycji, które były wyjątkowo nasycone pytaniami o informacje, ale rozłożyły się równomiernie między stacje (zazwyczaj, we wcześniejszych edycjach badania, w audycjach tego typu przodowała TV Trwam). Audycje, które wpłynęły na globalny wzrost wartości tego wskaźnika, to:

Stacja	Audycja	Data	Prowadzący	Stosunek liczby pytań o informacje do pytań o opinie
TVP INFO	<i>Dziś wieczorem</i>	14 maja	Krzysztof Ziemięć	15,00
TVN 24	<i>Fakty po Faktach</i>	11 maja	Grzegorz Kajdanowicz	8,67
POLSAT NEWS	<i>Gość Wydarzeń</i>	12 maja	Dorota Gawryluk	9,40
POLSAT NEWS	<i>Gość Wydarzeń</i>	11 maja	Dorota Gawryluk	9,00
TVN 24	<i>Loża prasowa</i>	17 maja	Małgorzata Łaszczyńska	17,00
TVP INFO	<i>Po przecinku</i>	19 maja	Joanna Racewicz	21,00
TVP 1	<i>Polityka przy kawie</i>	19 maja	Małgorzata Serafin	15,00
TV TRWAM	<i>Rozmowy niedokończone</i>	21 maja	Marcin Krupa	17,00

Na kolejnych stronach zaprezentowano zestawienia najważniejszych wskaźników przekrojowo prezentujących style zadawania pytań, 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, np. próby uciszania gości dłońmi etc.).

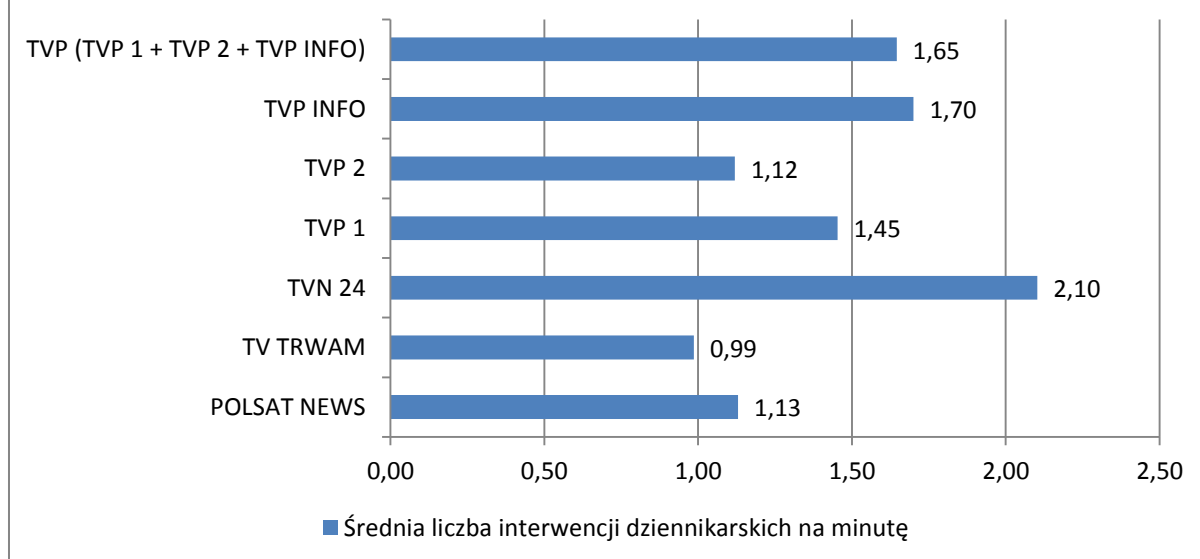
Pierwsze zestawienie pokazuje natężenie wszystkich pytań w audycji na jednostkę czasu w audycji z podziałem na stacje.



W zestawieniu natężenia pytań przodują, podobnie jak w pierwszej turze wyborów, audycje publicystyczne w TVN 24 (zwłaszcza *Jeden na jeden*, *Fakty po Faktach*, *Kropka nad i*) oraz TVP 1 (*Polityka przy kawie*), trzecie miejsce (inaczej niż w przypadku pierwszej tury) zajęła TV Trwam, a także TVP 2, w których nastąpiło wyraźne podniesienie tego wskaźnika w stosunku do pierwszej tury wyborów. Najniższą wartość tego wskaźnika, a także – co za tym idzie – relatywnie najniższą częstotliwość zadawania pytań można było zaobserwować w przypadku Polsatu News. Wyraźne jest także niższe zróżnicowanie tego wskaźnika w stosunku do pierwszej tury wyborów, co wskazuje na wyrównanie stylu prowadzenia badanych audycji w stosunku do poprzedniego okresu objętego badaniem.

Drugie zestawienie prezentuje natężenie interwencji dziennikarskich (przerywanie lub też próby przerywania gościom przez prowadzącego audycję) na jednostkę czasu w audycji z podziałem na stacje.

Średnia liczba interwencji dziennikarskich na minutę



W przypadku tego indeksu najwyższe wartości – ponownie jak w pierwszej turze i poprzednich wyborach – odnotowano dla TVN 24 (*Kawa na ławę*) oraz TVP Info (*Minęła dwudziesta*), trzecie miejsce należy zaś do TVP 1 (*Polityka przy kawie*). Wartości wyraźnie niższe od pozostałych stacji stwierdzono – już tradycyjnie – dla TV Trwam i – wyjątkowo – dla TVP 2. Obserwacja ta wzmacnia postawioną przy poprzednim wykresie hipotezę o jakościowo innym stylu prowadzenia audycji i nadawania jej dynamiki przez dziennikarzy TV Trwam (należy podkreślić, że w przeanalizowanych audycjach publicystycznych TV Trwam wzięli udział – jeśli chodzi o polityków – tylko przedstawiciele Zjednoczonej Prawicy). (...)

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	
	Tura 1	Tura 2	Tura 1	Tura 2	Tura 1	Tura 2
POLSAT NEWS	0,73	1,39	1,10	0,93	1,43	1,13
TV TRWAM	1,22	2,15	0,88	1,03	0,65	0,99
TVN 24	0,70	1,35	1,87	1,20	2,90	2,10
TVP 1	0,84	2,80	1,54	1,04	2,07	1,45
TVP 2	0,89	1,58	0,89	1,02	1,93	1,12
TVP INFO	0,80	1,25	1,19	0,98	1,91	1,70
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)	0,81	1,50	1,26	0,99	1,94	1,65

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

- TELEWIZJA PUBLICZNA – styl wyważony, cechujący się średnim stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i średnimi wartościami wskaźników aktywności dziennikarskiej, z niższym niż w pierwszej turze natężeniem pytań i wyższym natężeniem interwencji dziennikarskich;
 - TVP INFO – styl wyważony, cechujący się średnim stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i średnimi wartościami wskaźników aktywności dziennikarskiej;
 - TVP 1 – styl wyważony, nastawiony na informację, cechujący się wysokim (i wyższym niż w pierwszej turze) stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i nieco wyższą od średniej liczbą interwencji dziennikarskich;
 - TVP 2 – styl wyważony, cechujący się średnim stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i nieco niższą od średniej liczbą interwencji dziennikarskich;
- TVN 24 – styl aktywny, cechujący się wysokim stopniem nasycenia pytaniami o opinie, a także najwyższymi wskaźnikami aktywności dziennikarskiej na jednostkę czasu (zadawania pytań i przerywania wypowiedzi gości) – jest to wyrażnie najbardziej stabilny i podlegający najmniejszym wahaniom styl aktywności dziennikarskiej wśród badanych stacji;

- POLSAT NEWS – styl mało aktywny, cechujący się wysokim stopniem nasycenia pytaniami o opinie, a także niskimi wskaźnikami aktywności dziennikarskiej na jednostkę czasu;
- TV TRWAM – styl spokojny, nastawiony na wiedzę, cechujący się dużym udziałem pytań o informacje, a także niskimi wskaźnikami aktywności dziennikarzy – zadawania pytań (choć w przypadku tego wskaźnika jego wartość jest wyższa niż w pierwszej turze) i przerywania wypowiedzi gości. Obok stylu dziennikarzy TVN 24 jest to drugi najbardziej stabilny – w zasadzie podlegający tylko niewielkim fluktuacjom w kolejnych kampaniach wyborczych – styl aktywności dziennikarzy.

2.5. Strona edytorska audycji

Czynnikiem w relatywnie niskim stopniu różnicującym badane audycje publicystyczne była strona edytorska i warsztatowa ich przygotowania.

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 więcej się ich zdarzało, tym wyższą notę otrzymywała dana audycja. Dane dotyczące poszczególnych nadawców prezentujemy w tabeli dla obu parametrów, przy czym należy zauważyć, że – tak jak sygnalizowaliśmy wcześniej – poziom audycji dla wszystkich nadawców był wyrównany i dość wysoki. Dodatkowo oba wskaźniki jakościowe przyjmowały globalnie niższe wartości niż w pierwszej turze wyborów, z bardzo sporadycznymi i drobnymi błędami (zarówno językowymi, jak i edytorskimi).



Warto również przypomnieć, że średnie wartości tego wskaźnika poniżej dwóch punktów oznaczają sporadyczne występowanie poważniejszych błędów językowych we wszystkich badanych stacjach. Szczegółowa analiza błędów wskazanych przez koderów potwierdza, podobnie jak w pierwszej turze, częstsze występowanie kolokwializmów w

audycjach TV Trwam, drobne problemy z używaniem wyrazów w kontekście niepasującym do ich znaczenia oraz nadużywanie kolokwializmów i problemy z odmianą nazwisk gości w TVP Info, a także częste nadużywanie kolokwializmów w przypadku TVN 24 i TVP 2. Przykładem audycji o wysokim stopniu użycia kolokwializmów są na przykład *Fakty po Faktach* z dnia 13 maja 2015 roku. W audycji tej pojawiły się między innymi następujące sformułowania (zapis z transkrypcji): „Idzie Pan na »Bronka«”, „czyli?”, „Czy to Platforma pociągnęła go w tej pierwszej turze y... w dół czy on sam się pociągnął?”, „popiera Komorowskiego, bo... Polski nie podpali?”, „tak czy siak, ono miałoby być w... szóstego września”.



Wskaźniki poziomu edytorskiego dla wszystkich badanych audycji osiągnęły najniższe z do tej pory zanotowanych wartości (niższe niż w pierwszej turze wyborów prezydenckich), co wskazuje na jedynie sporadyczne występowanie drobnych błędów na poziomie edycji programu (oświetlenie, montaż, przejścia kamery w programie na żywo, podpisy na belkach etc.). Podobnie jak poprzednio, najczęściej tego typu sytuacji zdarzyło się w TV Trwam, jest to także jedyna stacja, w przypadku której zaobserwowano wzrost tego wskaźnika w stosunku do pierwszej tury wyborów. Istotne błędy wychwycono jeszcze w przypadku TVP Info oraz Polsatu News.

Przykładami zaobserwowanych problemów były:

- w TVP Info: *Gość poranka*, 20 maja – muzyka z *intro* słyszalna w tle wypowiedzi gościa;
- w TVP Info: *INFOrozmowa*, 13 maja – zachwianie kamery; osoba z obsługi studia, która znalazła się w kadrze;
- w TVP Info: *Minęła dwudziesta*, 13 maja – problem z podpisami na belkach;
- w TVN 24: *Fakty po Faktach*, 16 maja – problem z przejściami kamery;
- w Polsat News: *Gość Wydarzeń*, 12 maja – problem z przejściami kamery;
- w Polsat News: *Rozmowa Wydarzeń*, 19 maja – nałożenie materiału wideo na wypowiedź gościa;
- w TV Trwam: *Polski punkt widzenia*, 18 maja – problemy z głośnością mikrofonów.

3. 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 danych szczegółowych dla debaty prezydenckiej;
- 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).

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

W zestawieniu posłużyliśmy się ostatecznie czterema wskaźnikami ilościowymi służącymi do porównania ze sobą wybranych anten.

W analizie porównawczej wykorzystaliśmy wskaźniki:

- pluralizmu;
- bezstronności;
- wyważenia;
- jakości warsztatowej.

W stosunku do poprzednich edycji badania zrezygnowaliśmy ze wskaźnika niezależności jako trudnego do operacjonalizacji na poziomie zawartości badanego materiału, a także ze wskaźnika integralności jako budzącego niedające się rozwiązać wątpliwości w interpretacji i operacjonalizacji szczegółowego znaczenia pojęcia „integralność” zastosowanego w art. 21 ustawy o RiTV.

Wszystkie wskaźniki zostały wyliczone w oparciu o dane zebrane w trakcie badania i zestawione dla badanych 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).**

3.1.1. Nota metodologiczna konstrukcji indeksów misyjności

Ogólne założenia stojące za wskaźnikami przyjętymi do pomiaru realizacji postulatów misyjności zawartych w art. 21 ustawy o RiTV pozostały identyczne, jak w poprzedniej edycji badania¹⁵. Dla porządku przypomnimy założenia dotyczące poszczególnych wskaźników wraz ze wskazaniem zmian w metodologii projektu wprowadzonych w oparciu o konsultacje z regulatorem i przedstawicielami nadawców.

3.1.1.1. Część opisowa

Dla każdego badanego odcinka były kodowane 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

¹⁵ www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/wybory/raport-krrit---eurowybory-2014-r---mtresearch.pdf, s. 80–88.

3.1.1.2. 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 postulatu 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 prezydenckich:

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	<p>Analiza jakościowa dotycząca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Analiza jakościowa pogłębiająca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	

3.1.1.3. Wartości misyjne – bezstronność

Drugą z badanych wartości była bezstronność, czyli sposób moderowania interakcji z gośćmi programu w sposób nefaworyzujący żadnej ze stron i minimalizujący wyrażanie własnych opinii przez dziennikarza. Została ona silnie powiązana z pluralizmem (różnorodnością afiliacji – również partyjnych – gości analizowanych audycji) oraz zdefiniowana na poziomie operacyjnym za pomocą czterech 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 gościa¹⁶);
- interwencji dziennikarza w dyskusji, przerywających wypowiedź gościa lub zmieniających temat dyskusji w trakcie wypowiedzi gościa;
- stopnia zróżnicowania stosunku do gości w zależności od partii – ten element został dodany do wskaźnika w toku konsultacji metodologii badania z przedstawicielami KRRiT oraz mediów w 2014 i 2015 roku; w obecnym badaniu została wyraźnie zwiększona jego waga we wzorze na wyliczenie wskaźnika, co powoduje jego silne skorelowanie ze wskaźnikiem pluralizmu (im niższy jest pluralizm, tym automatycznie niższa jest też wartość bezstronności).

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

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 pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> • 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
	<i>Spis określeń nacechowanych</i>	Spis określeń charakterystycznych dla dziennikarza	

¹⁶ 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 polityków biorących udział w audycji jest prezentowany za pomocą takich ujęć.

	Nacechowane zachowania niewerbalne dziennikarza	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym	nie wprost poprzez sposób zachowania prowadzącego audycję
	Spis zachowań nacechowanych	Spis zachowań niewerbalnych i parawerbalnych charakterystycznych dla dziennikarza	
	Zagregowana ocena bezstronności dziennikarza	Wskaźnik oparty o wartości dla komunikacji werbalnej i niewerbalnej, określający ilościowo typ strategii komunikacyjnej dziennikarza w kontekście jego bezstronności	
	Tendencyjność montażu i ekspozycji na poziomie edytorskim w materiale wideo	Kodowane ilościowo w oparciu o wartości progowe ustalone w badaniu pilotażowym przez eksperta w zakresie montażu telewizyjnego	Analiza jakościowa pogłębiająca: <ul style="list-style-type: none"> • nazwanie strategii realizatorskich służących wytworzeniu określonego wrażenia na widzach (podkreślenie dynamiki sporu, pokazanie oceny postaci, pokazanie relacji prowadzący-goście)
	Indeks interwencji w dyskusji i własnych wypowiedzi dziennikarza	Analiza ilościowa momentów, kiedy dziennikarz przerywa wypowiedź polityka wraz z określeniem kontekstu tego przerwania	Analiza jakościowa obejmująca: <ul style="list-style-type: none"> • analizę retoryczną – strategie 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)
	Wskaźnik łączny bezstronności	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: <ol style="list-style-type: none"> a) prowadzącego, b) audycji, c) stacji 	

3.1.1.4. 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 życzliwość, 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 prezydenckich:

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: <ul style="list-style-type: none"> • 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: <ol style="list-style-type: none"> a) prowadzącego, b) audycji, c) stacji 	

3.1.1.5. Wartości misyjne – jakość warsztatowa

Jakość warsztatowa¹⁷ 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 prezydenckich:

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 pogłębiona: <ul style="list-style-type: none"> 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	

¹⁷ W odpowiedzi na sugestie nadawców dotyczące szerokiego rozumienia pojęcia „jakość” doprecyzowano w nazwie wskaźnika jego bezpośrednie odniesienie do kwestii warsztatowych i technicznych programu, a nie sumarycznej oceny jego całościowej jakości, za którą uznany może być łączny indeks realizacji misji dla badanych audycji.

3.1.2. Wykaz zmian we wzorach do obliczania wskaźników

Poniższe zestawienie w syntetyczny sposób prezentuje zmiany, jakie zostały wprowadzone w analizowanych wskaźnikach w stosunku do pierwszej wersji badania:

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	$VBZ = 0,1 / (\text{średni indeks nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej} + \text{średni indeks nacechowania komunikacji niewerbalnej prowadzących} + 4 \times (\text{suma interwencji dziennikarskich w audycjach danej stacji} / \text{łączny czas ekspozycji programów danej stacji}))$	$VBZ = 0,1 / (\text{średni indeks nacechowania wypowiedzi dziennikarskiej} + \text{średni indeks nacechowania komunikacji niewerbalnej prowadzących}) + 4 \times (\text{suma interwencji dziennikarskich w audycjach danej stacji} / \text{łączny czas ekspozycji programów danej stacji}) - \mathbf{100} \times (\text{wariancja wyważenia ze względu na przynależność partyjną gościa}) + \mathbf{10}$	Taka aktualizacja wskaźnika uwzględnia w jego przypadku sugestie, że pojęcie „bezstronność” powinno uwzględniać w swojej definicji zróżnicowanie stosunku do polityków poszczególnych partii – po raz kolejny bardzo wyraźnie zwiększona została waga tego składnika wzoru na obliczanie wskaźnika
Wyważenie	$VWW = 300 (\text{moduł ze średniego nastawienia dziennikarza do gościa dla danej stacji}) \times 100$	Bez zmian	-----

Integralność	$VIN = 100 \times (1/\text{średnia wartość zmiennej „poziom trudności języka” dla danej stacji})$	Rezygnacja z wyliczania wskaźnika „integralności”	
Jakość warsztatowa	$VQU = 100 \times 1/(\text{średnia ocena poziomu językowego} + \text{średnia ocena poziomu edytorskiego dla stacji})$	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

Dodatkowo łączny indeks realizacji misji publicznej był wyliczany jako mnożnik poszczególnych składowych wskaźników, a nie ich suma, aby uwypuklić sytuację, w której rażące naruszenie jednego ze wskaźników (np. pluralizmu doboru gości) można uznać za dyskwalifikujące albo bardzo mocno obciążające w kontekście oceny zbiorczej badanych audycji.

3.1.3. Łączny indeks realizacji misji

Dane z czterech wymiarów misji posłużyły (po przekształceniu na jednolitą jednostkę, czyli po standaryzacji) do porównania audycji pod kątem indeksów misyjności oraz zagregowanego wskaźnika realizacji misji publicznej (szczegółowe rozbieżności na poszczególne indeksy – wymiary – znajduje się na kolejnych stronach).

Trzeba podkreślić, że najważniejsze jest łączne zestawienie całego indeksu realizacji misji, zawarte w poniższej tabelce. Przyjęta metodologia traktuje audycję publicystyczną jako określony fenomen – obiekt badawczy analizowany z różnych perspektyw. Tylko synkretyczne, łączne traktowanie poniższych zestawień indeksów cząstkowych umożliwi rzeczywiste porównywanie badanych programów między sobą.

Dane te prezentują się następująco:

Wartości surowe					
	Pluralizm	Wyważenie	Jakość warsztatowa	Bezstronność nowa	
POLSAT NEWS	12,77	294,59	32,75	15,78	
TV TRWAM	4,71	100,00	26,42	7,13	
TVN 24	10,11	281,89	32,06	7,20	
TVP 1	8,00	281,82	42,15	14,94	
TVP 2	3,29	216,67	33,33	17,52	
TVP INFO	7,19	272,99	31,35	12,00	
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)*	6,16	257,16	35,61	14,82	
Wartość średnia	7,68	241,33	33,01	12,43	
Odchylenie standardowe	3,47	74,44	5,11	4,45	
Wartości standaryzowane					
	Pluralizm	Wyważenie	Jakość warsztatowa	Bezstronność nowa	SUMA PKT
POLSAT NEWS	1,47	0,72	-0,05	0,75	2,88
TV TRWAM	-0,86	-1,90	-1,29	-1,19	-5,23
TVN 24	0,70	0,54	-0,19	-1,17	-0,11
TVP 1	0,09	0,54	1,79	0,56	2,99
TVP 2	-1,26	-0,33	0,06	1,14	-0,39
TVP INFO	-0,14	0,43	-0,32	-0,10	-0,14
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)*	-0,44	0,21	0,51	0,54	0,82
Wartość mnożnikowa – % punktów w stosunku do najlepszego wyniku w kategorii					
Maksimum	12,77	294,59	42,15	17,52	Wynik składany

POLSAT NEWS	100,0%	100,0%	77,7%	90,1%	92%
TV TRWAM	36,9%	33,9%	62,7%	40,7%	44%
TVN 24	79,2%	95,7%	76,1%	41,1%	71%
TVP 1	62,7%	95,7%	100,0%	85,3%	82%
TVP 2	25,8%	73,5%	79,1%	100,0%	64%
TVP INFO	56,3%	92,7%	74,4%	68,5%	68%
	Pluralizm	Wyważenie	Jakość warsztatowa	Bezstronność nowa	
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)	48,2%	87,3%	84,5%	84,6%	
TV Niepubliczne	72,0%	76,5%	72,2%	57,3%	

Wartości oznaczone gwiazdką w przypadku TVP zostały podane wyłącznie w celach informacyjnych i nie były podstawą do obliczenia wartości wskaźników zbiorczych.

Po konsultacjach z KRRiT oraz uczestnikami organizowanych konferencji dotyczących eurowyborów oraz wyborów samorządowych 2014 roku doszliśmy do wniosku, że zasadne byłoby przypisanie poszczególnym pojęciom z art. 21 pkt 1 *Ustawy o radiofonii i telewizji* określonych wag, wskazując, że jedne z nich są ważniejsze, bardziej istotne dla budowania rzetelnej debaty publicznej w szczególnym okresie, jakim dla każdego demokratycznego państwa są wybory. Zdecydowano, że najważniejszym wśród zmiennych – pojęć – jest pluralizm (waga 3), następnie jakość i bezstronność (waga 2), wreszcie wyważenie (waga 1). Wskaźnikiem, który uwzględnia te wagi, jest składany wynik mnożnikowy wyliczany według wzoru:

WM = wartość mnożnikowa, czyli procent jaki wynik dla danej stacji stanowi w stosunku do wyniku maksymalnego w danej kategorii.

$$(3*WM(\text{Pluralizm})+WM(\text{Wyważenie}) + 2*(\text{Bezstronność}) + 2*(\text{Jakość warsztatowa}))/8$$

Wskaźnik ten przyjmuje wartości od 0 do 100 proc., a na jego wartość mają wpływ wszystkie wskaźniki składowe w stopniu wyznaczonym przez przypisane wagi.

Na podstawie zsumowanych i zawierających mnożniki uwzględniające różną wagę poszczególnych składowych wskaźników realizacji misji widać, że najlepiej założenia ustawowe w badanym okresie (dla przyjętych definicji operacyjnych tych zadań) realizowały w kolejności:

1. Polsat News
2. TVP 1

3. TVN 24
4. TVP Info
5. TVP 2
6. TV Trwam

Gdyby w zestawieniu łącznie ująć wskaźniki dla wszystkich badanych audycji TVP, wówczas zajęłaby ona trzecie miejsce w rankingu końcowym. W wartościach średnich widać także nieznaczną przewagę grupy stacji publicznych nad niepublicznymi, należy jednak pamiętać, że takie porównanie może być traktowane jako artefakt badawczy, z racji bardzo dużego zróżnicowania w obu grupach (np. uśrednienie wyników Polsatu News i TV Trwam) i powinno być traktowane wyłącznie pogładowo.

W pierwszej turze wyborów prezydenckich widoczna była kolejność zbliżona, ale z istotnymi przesunięciami – w drugiej turze widoczny jest wzrost wartości wskaźników dla Polsatu News (powrót na pierwsze miejsce w rankingu, jakie zajmował w wyborach samorządowych 2014 roku) oraz dla TVN 24 (i to pomimo problematycznego wyniku na skali bezstronności, wynikającego z zaobserwowanego wyraźnie bardziej negatywnego stosunku dziennikarzy tej partii do części polityków, m.in. ze stronnictwa KORWiN, Prawicy Rzeczypospolitej i Solidarnej Polski, który przy zaktualizowanej metodologii odbił się na wyniku tej stacji). Ponownie niskie wyniki w użytych wskaźnikach uzyskała TV Trwam, zwłaszcza w zakresie pluralizmu (selektywny dobór gości do audycji publicystycznych), wyważenia (życzliwe zachowanie w stosunku do gości z jednej opcji politycznej) i bezstronności (afirmujący stosunek dziennikarzy prowadzących audycje wobec polityków PiS).

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

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

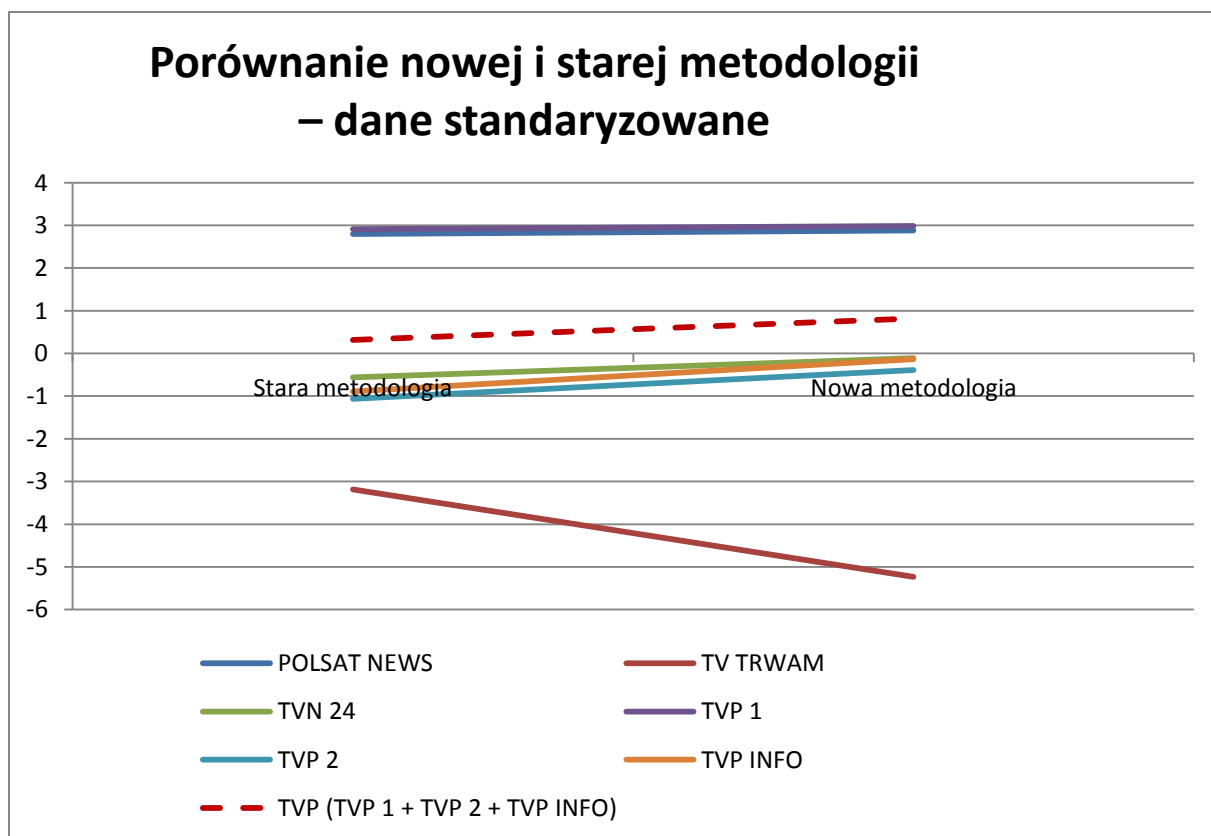
Dla porównania prezentujemy także tabelę zbiorczą z wartościami wskaźników wyliczonymi według starej metodologii (bez aktualizacji wskaźnika bezstronności):

Wartości surowe					
	Pluralizm	Wyważenie	Jakość warsztatowa	Bezstronność stara	
POLSAT NEWS	12,77	294,59	32,75	8,23	
TV TRWAM	4,71	100,00	26,42	8,45	
TVN 24	10,11	281,89	32,06	5,62	
TVP 1	8,00	281,82	42,15	8,03	
TVP 2	3,29	216,67	33,33	8,00	
TVP INFO	7,19	272,99	31,35	6,50	
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)*	6,16	257,16	35,61	7,51	
Wartość średnia	7,68	241,33	33,01	7,47	
Odchylenie standardowe	3,47	74,44	5,11	1,14	
Wartości standaryzowane					
	Pluralizm	Wyważenie	Jakość warsztatowa	Bezstronność nowa	SUMA PKT
POLSAT NEWS	1,47	0,72	-0,05	0,67	2,80
TV TRWAM	-0,86	-1,90	-1,29	0,86	-3,18
TVN 24	0,70	0,54	-0,19	-1,62	-0,56
TVP 1	0,09	0,54	1,79	0,49	2,91
TVP 2	-1,26	-0,33	0,06	0,47	-1,07
TVP INFO	-0,14	0,43	-0,32	-0,85	-0,89
TVP (TVP 1 + TVP 2 + TVP INFO)*	-0,44	0,21	0,51	0,03	0,32
Wartość mnożnikowa – % punktów w stosunku do najlepszego wyniku w kategorii					
Maksimum	12,77	294,59	42,15	8,45	Wynik składany
POLSAT NEWS	100,0%	100,0%	77,7%	97,4%	94%
TV TRWAM	36,9%	33,9%	62,7%	100,0%	59%
TVN 24	79,2%	95,7%	76,1%	66,5%	77%
TVP 1	62,7%	95,7%	100,0%	95,0%	84%
TVP 2	25,8%	73,5%	79,1%	94,7%	62%
TVP INFO	56,3%	92,7%	74,4%	76,9%	71%

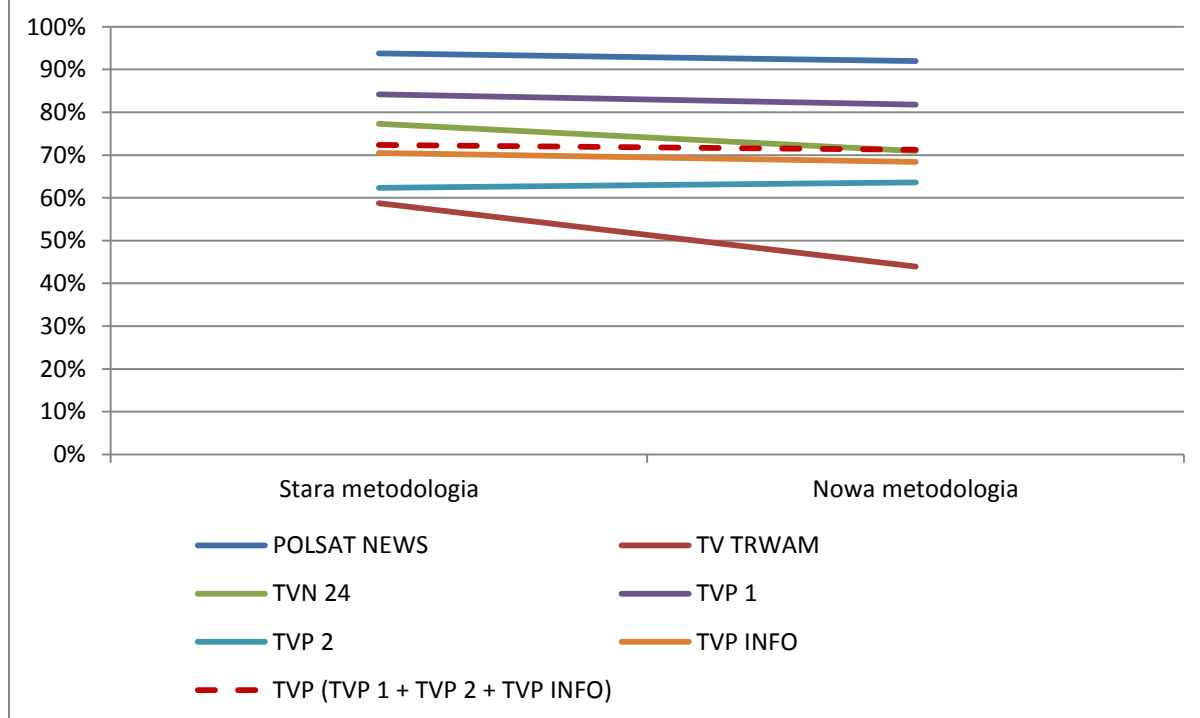
Wartości oznaczone gwiazdką, a odnoszące się do TVP zostały podane wyłącznie w celach poglądowych i nie były podstawą do obliczeń wartości wskaźników zbiorczych.

Jak widać, przy zwiększonej wadze czynnika, jakim jest stosunek do gościa ze względu na partię, z której pochodzi, najczęściej w powyższym zestawieniu straciły TV Trwam i TVN 24, w przypadku których zachodziło zjawisko faworyzowania wybranej grupy

polityków (politycy PiS w TV Trwam) lub negatywny stosunek do konkretnej partii politycznej (negatywne nastawienie dziennikarzy do polityków z niektórych stronnictw, np. KORWiN w przypadku TVN 24).



Porównanie nowej i starej metodologii – dane mnożnikowe



Zestawienie to pokazuje, że zmiany wprowadzone w metodologii pomiaru wskaźników misyjności doprowadziły do generalnego spadku wzrostu zróżnicowania wartości dla danych standaryzowanych (z jedynym wyraźnym spadkiem w przypadku TV Trwam), ale jednocześnie w małym stopniu przełożyły się na wynik ujmowany w kategoriach mnożnikowych, traktujący wszystkie wskaźniki w sposób zbiorczy.

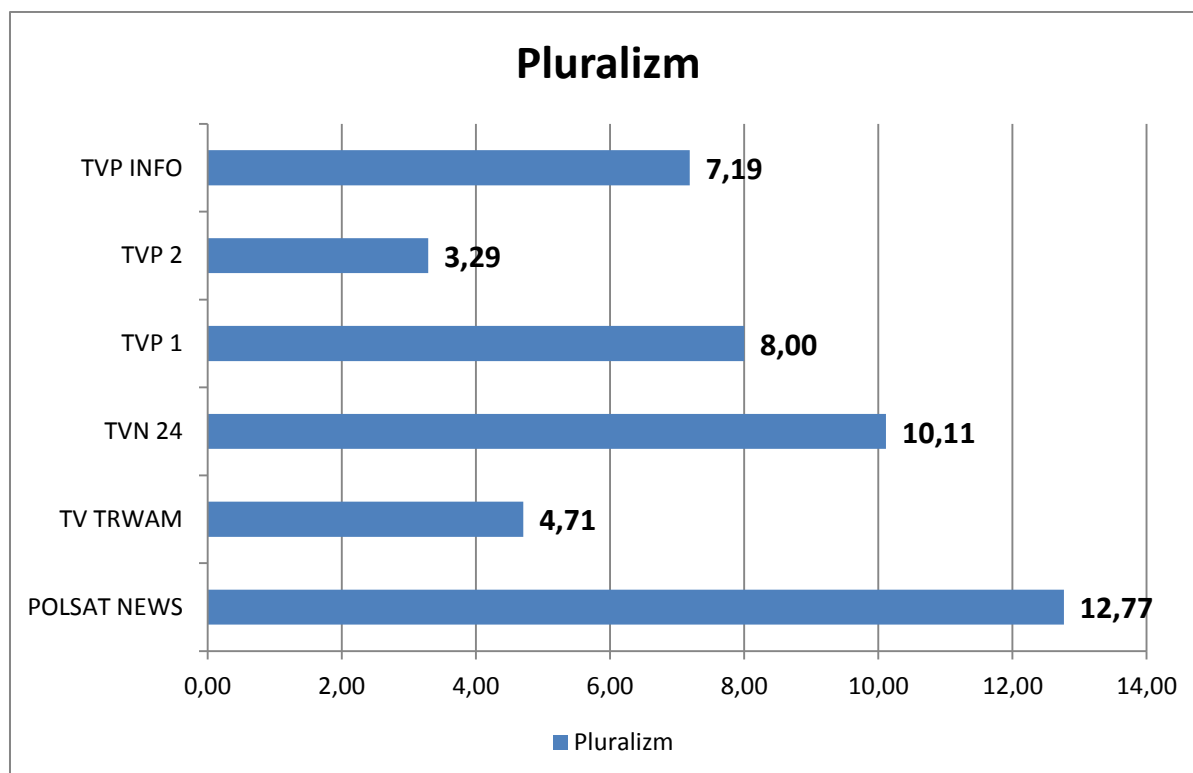
W kolejnym monitoringu wyborczym, podobnie jak w wyborach prezydenckich, bazowym wskaźnikiem zbiorczym będzie wynik mnożnikowy – jako uwzględniający w sposób syntetyczny wnioski i rekomendacje ze wszystkich dyskusji na temat zbiorczego pomiaru realizacji misji publicznej.

3.1.4. Analiza porównawcza programów pod kątem elementów misyjności

Na kolejnych stronach prezentujemy wartości poszczególnych wskaźników dla poszczególnych stacji wraz z komentarzem dotyczącym sposobu ich obliczenia. Poniższe wskaźniki są elementami składowymi łącznego indeksu realizacji misji publicznej.

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

3.1.4.1. Pluralizm¹⁸

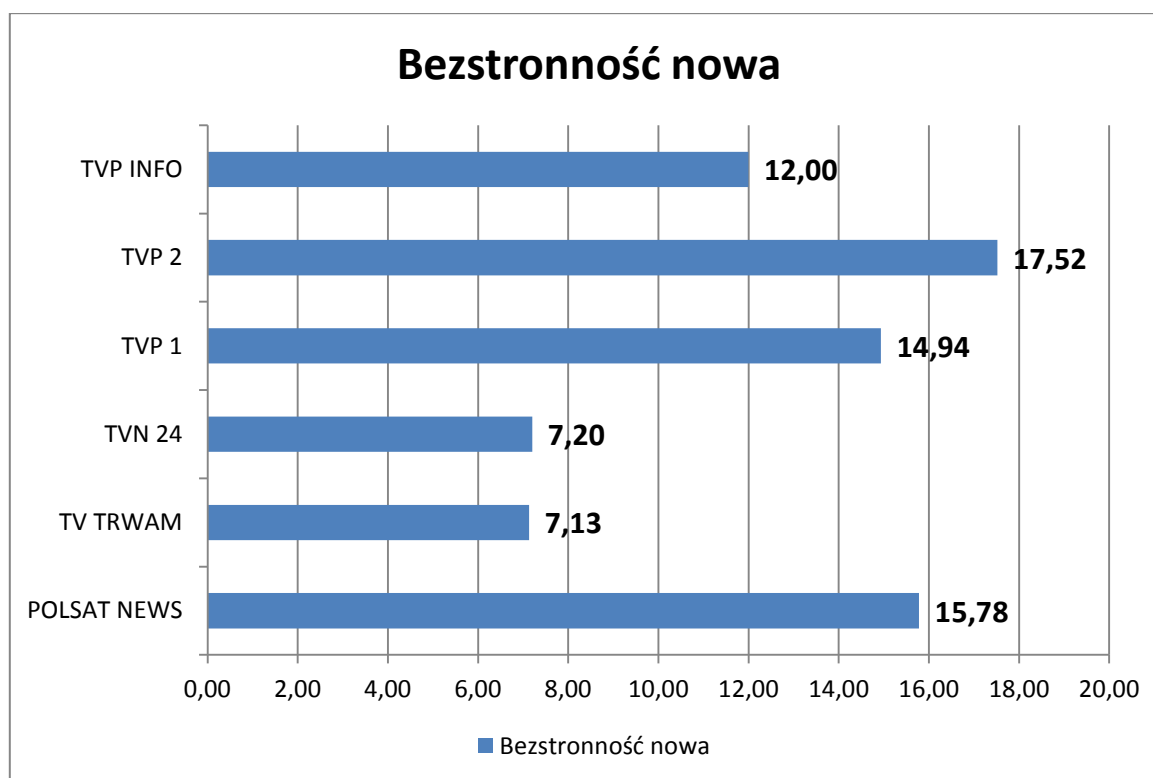


Wskaźnik ten rośnie wtedy, kiedy rosną różnice w procentowej ekspozycji poszczególnych partii. Wskaźnik dąży do zera w sytuacji, kiedy wzrasta procentowy udział jednej partii kosztem pozostałych, a rośnie, kiedy maleją różnice w procentowych udziałach poszczególnych partii. Jest to zachowanie zgodne z modelem pluralizmu zrównoważo-

¹⁸ Dla danych dotyczących wskaźników realizacji misji publicznej, z racji dużego zróżnicowania w obu grupach (stacji niepublicznych i publicznych), zostały wyliczone wartości dla wszystkich stacji z osobna, dane porównawcze zostały natomiast udostępnione w zestawieniach łącznych realizacji misji publicznej.

nego, 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 (wariancja ekspozycji partii politycznych osiągnęła niskie wartości, co jest rezultatem różnorodnego doboru gości do badanych audycji – na uwagę zasługuje zwłaszcza reprezentacja polityków z mniejszych partii w TVN 24). Niski wynik w zestawieniu uzyskała TV Trwam, zapraszająca tylko polityków PiS, Solidarnej Polski i Polski Razem oraz ekspertów, a także TVP 2 – jest on jednak konsekwencją zakwalifikowania do próby badawczej tylko dwóch audycji prowadzonych przez Tomasza Lisa i w konsekwencji niskiej reprezentacji różnych partii w tej audycji.

3.1.4.2. Bezstronność

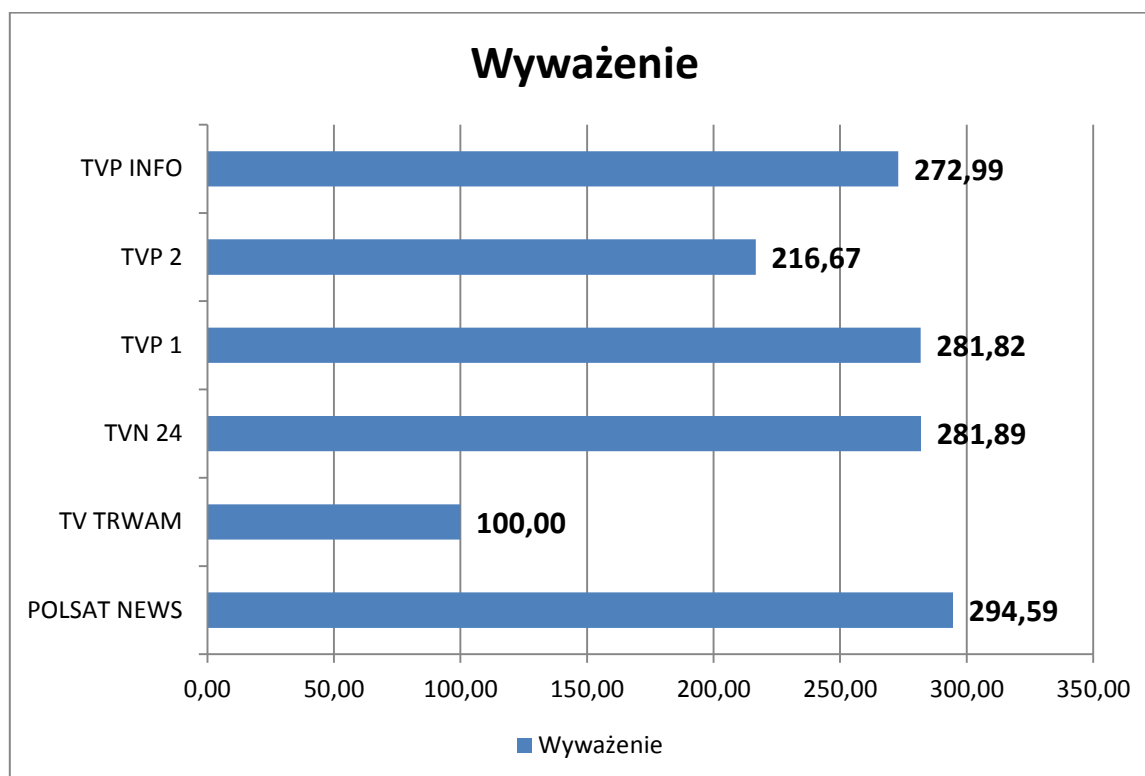


Tak skonstruowany wskaźnik maleje, kiedy dla danej stacji rośnie jeden z czterech wzmiankowanych czynników świadczących o braku bezstronności dziennikarzy – nacechowanie wypowiedzi lub gestykulacji, skłonność do przerywania gościom oraz wpływ partii, z której pochodzą goście, na nastawienie dziennikarza do nich. W badanej próbie

wysokie wyniki bezstronności uzyskały audycje TVP 2 (dzięki niskim wskaźnikom nacechowania w zachowaniu dziennikarza i relatywnie dobremu wyważeniu stosunku do gości. Znow warto podkreślić, że jest to pochodna zaproszonych przez Tomasza Lisa gości, wobec których dziennikarz zachowywał się – zgodnie z wynikami poszczególnych wskaźników – inaczej aniżeli w przypadku pierwszej tury wyborów prezydenckich, kiedy w audycji wzięła udział większa i bardziej różnorodna grupa gości), Polsatu News – identycznie jak w pierwszej turze (dzięki niskim wartościom nacechowania zachowania dziennikarzy i najniższej wartości wariancji ze względu na partię gościa) oraz TVP 1 i TVP Info (identycznie jak w przypadku wyborów samorządowych w 2014 roku, dzięki mało nacechowanemu zachowaniu dziennikarzy i bardzo małemu wpływowi, jaki na zachowanie dziennikarza wywierała przynależność partyjna gościa). Za najmniej bezstronne zostały w badanej próbie uznane programy TV Trwam i TVN 24, w przypadku których duże znaczenie miały:

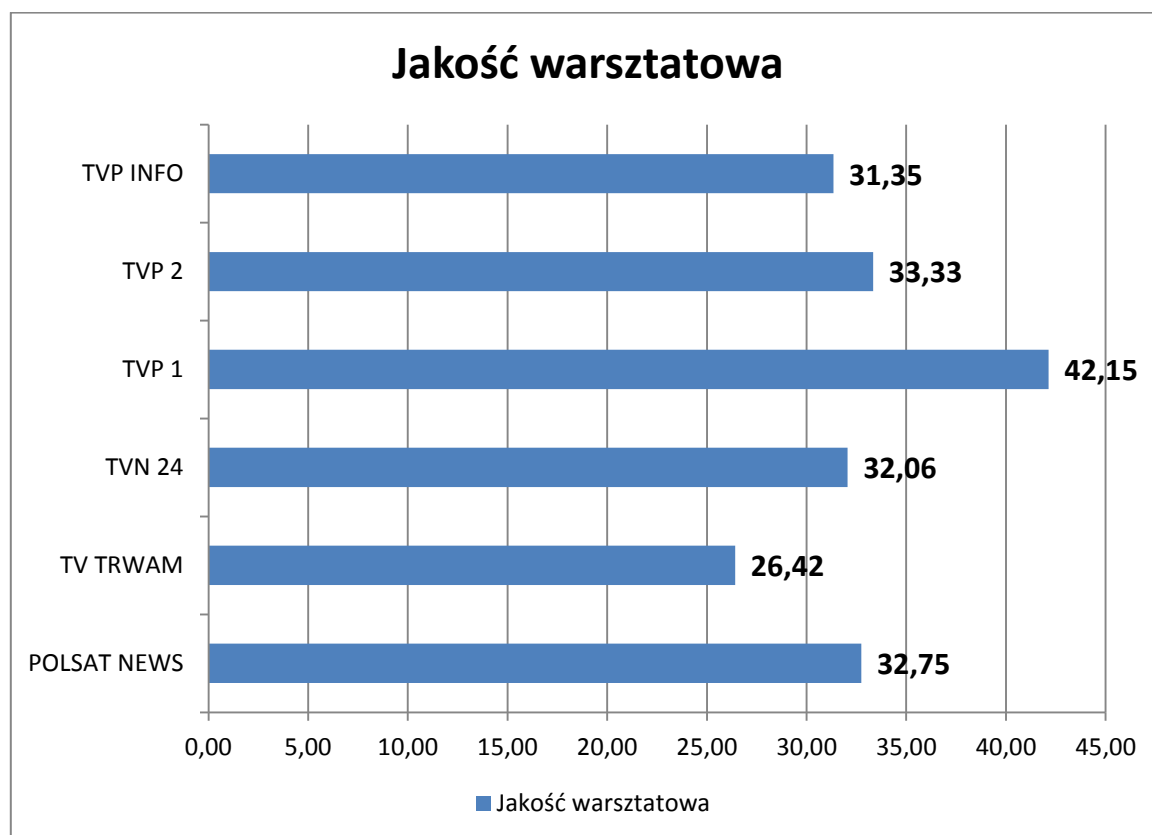
- skrajnie niepluralistyczna ekspozycja i dobór gości do audycji (ten czynnik najwięcej „waży” w indeksie) w TV Trwam;
- bardzo nacechowane zachowanie dziennikarzy połączone z negatywnym stosunkiem prezentowanym wobec gości z partii KORWiN, Solidarnej Polski oraz Prawicy Rzeczypospolitej w przypadku TVN 24.

3.1.4.3. Wyważenie



Wskaźnik ten bazuje na stosowanej analizie skali nastawienia dziennikarza do gościa (przyjmuje ona wartości od -3 do 3, a optymalnym poziomem jest „0”). Wskaźnik wyważenia może przyjąć wartość od 0 (sytuacja, kiedy w każdym materiale w danej stacji dziennikarze odnosiliby się do gości albo skrajnie entuzjastycznie, albo skrajnie krytycznie) do 300 punktów (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 (identycznie jak w przypadku wyborów samorządowych) wynikiem Polsatu News, a także wysokimi wynikami TVN 24, TVP 1 oraz TVP Info, nieco niższym wynikiem TVP 2 (wynik pozytywnego i wyraźnie życzliwego stosunku Tomasza Lisa do gości w dwóch badanych audycjach, które zostały wyemitowane podczas kampanii wyborczej w drugiej turze wyborów prezydenckich) i wyraźnie niskim wynikiem TV Trwam (wynikającym z bardzo życzliwego, afirmującego stosunku do goszczonych na antenie polityków PiS, Solidarnej Polski i Polski Razem).

3.1.4.4. Jakość warsztatowa



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 poniżej dwóch punktów w skali pięciostopniowej, co oznacza generalnie rzadkie występowanie uchybień w badanych audycjach). Po zagregowaniu obu zmiennych za pomocą wskaźnika jakości okazało się, że wszystkie stacje uzyskały dość wysokie wyniki, najwyższe w przypadku TVP 1 (identycznie jak w pierwszej turze), a wysokie dla TVN 24, TVP 2, Polsatu News oraz TVP Info, z nieco niższym, ale wciąż wysokim w kategoriach bezwzględnych wynikiem TV Trwam.

3.2. 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 są oparte o wskaźniki ilościowe ekspozycji (czynnej, biernej i łącznej) oraz przynależność partyjną i status gościa, a także o karty analizy jakościowej wszystkich audycji.

Generalne wnioski z analizy prezentacji i wizerunku kobiet wskazują na dwa przeciwstawne – i stałe we wszystkich dotychczasowych badaniach w okresie kampanii wyborczych – trendy w ich obecności w programach publicystycznych:

- na poziomie prowadzących programy jest widoczne – po pierwszy raz w badanych kampaniach wyborczych – zachwianie proporcji ekspozycji na korzyść dziennikarzy-mężczyzn – prowadzili oni w tych wyborach 61,9 proc. audycji, a kobiety jedynie 38,9 proc.;
- na poziomie gości widoczna jest daleko idąca niedoreprezentacja kobiet, których udział wśród wszystkich gości wynosi 12 proc. i są to wartości zbliżone do najniższych z obserwowanych we wszystkich badanych do tej pory kampaniach wyborczych w 2014 roku.

Jak sygnalizowano wcześniej, w ekspozycji prowadzących kobiet i mężczyzn widać po raz pierwszy we wszystkich badaniach (biorąc pod uwagę proporcje z eurowyborów, wyborów samorządowych w 2014 roku i pierwszej tury wyborów prezydenckich w 2015 roku) mniejszą ekspozycję kobiet niż mężczyzn wśród prowadzących. W badanym okresie audycje moderowały następujące dziennikarki:

Prowadzący	Liczba prowadzonych wydań
Joanna Wrześniewska-Sieger	8
Monika Olejnik	7
Dorota Gawryluk	6
Joanna Racewicz	6
Małgorzata Serafin	6
Joanna Osińska	5
Karolina Lewicka	5

Beata Tadla	4
Hanna Lis	4
Justyna Dobrosz-Oracz	4
Kamila Biedrzycka-Osica	4
Magdalena Sakowska	4
Beata Lubecka	2
Marta Kurzyńska	2
Anita Werner	1
Diana Rudnik	1
Justyna Pochanke	1
Magda Sakowska	1
Małgorzata Łaszcz	1

3.2.1. 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.

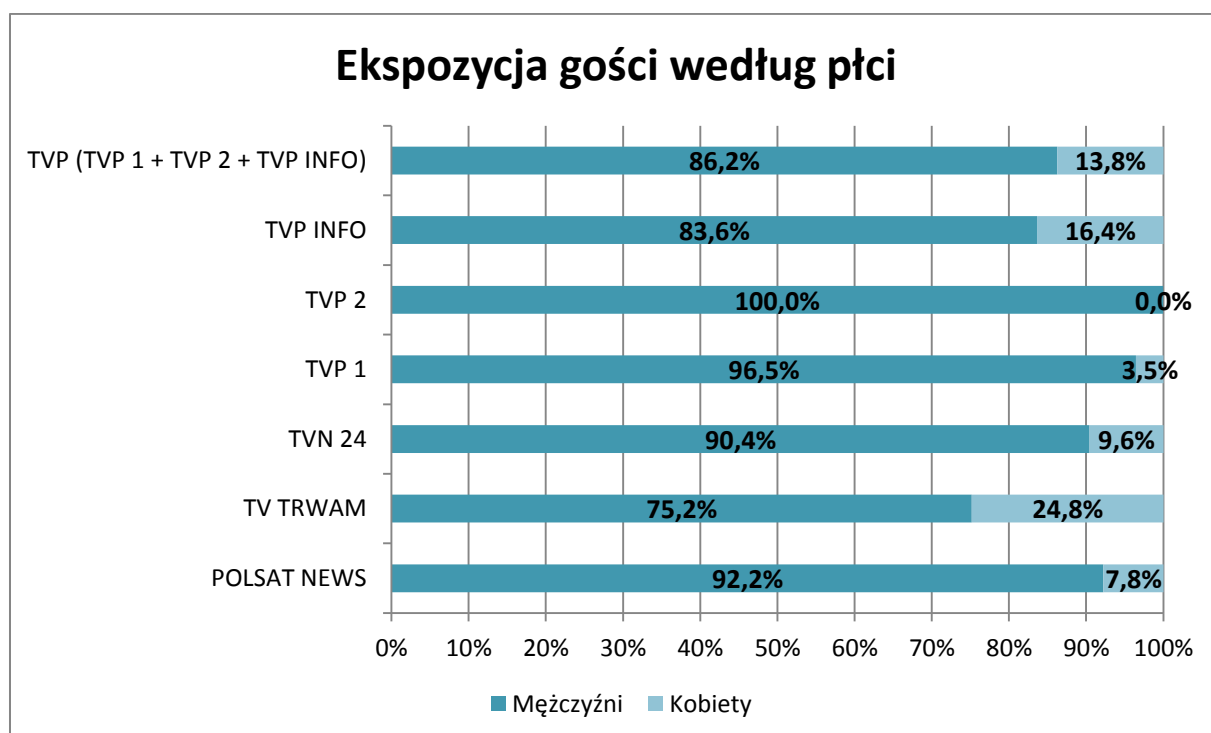


Zestawienie tych danych z danymi z poprzednich wyborów wskazuje na zaskakującą stabilność preferencji redakcji w doborze gości do audycji publicystycznych – w poprzednich kampaniach odsetek ekspozycji (frekwencyjnej i czasowej) kobiet-gości w badanej próbie oscylował w okolicach 14 proc., w pierwszej turze tej kampanii proporcja ta wynosiła 14,9 proc., w drugiej wyniosła zaś 12 proc. Spadek wskaźnika w drugiej turze wyborów prezydenckich może być spowodowany brakiem kandydatki-kobiety (Magdalena Ogórek „odpadła” z wyścigu po pierwszej turze), a faktu tego nie kompensuje nawet zwiększona ekspozycja Beaty Szydło jako liderki PiS, wyraźnie eksponowanej przez tą partię w drugiej turze kampanii wyborczej.

Niezależnie od bieżących wydarzeń politycznych wskaźnik ten jest najbardziej stabilnym i niepodlegającym wahaniom parametrem ilościowym badanych audycji.

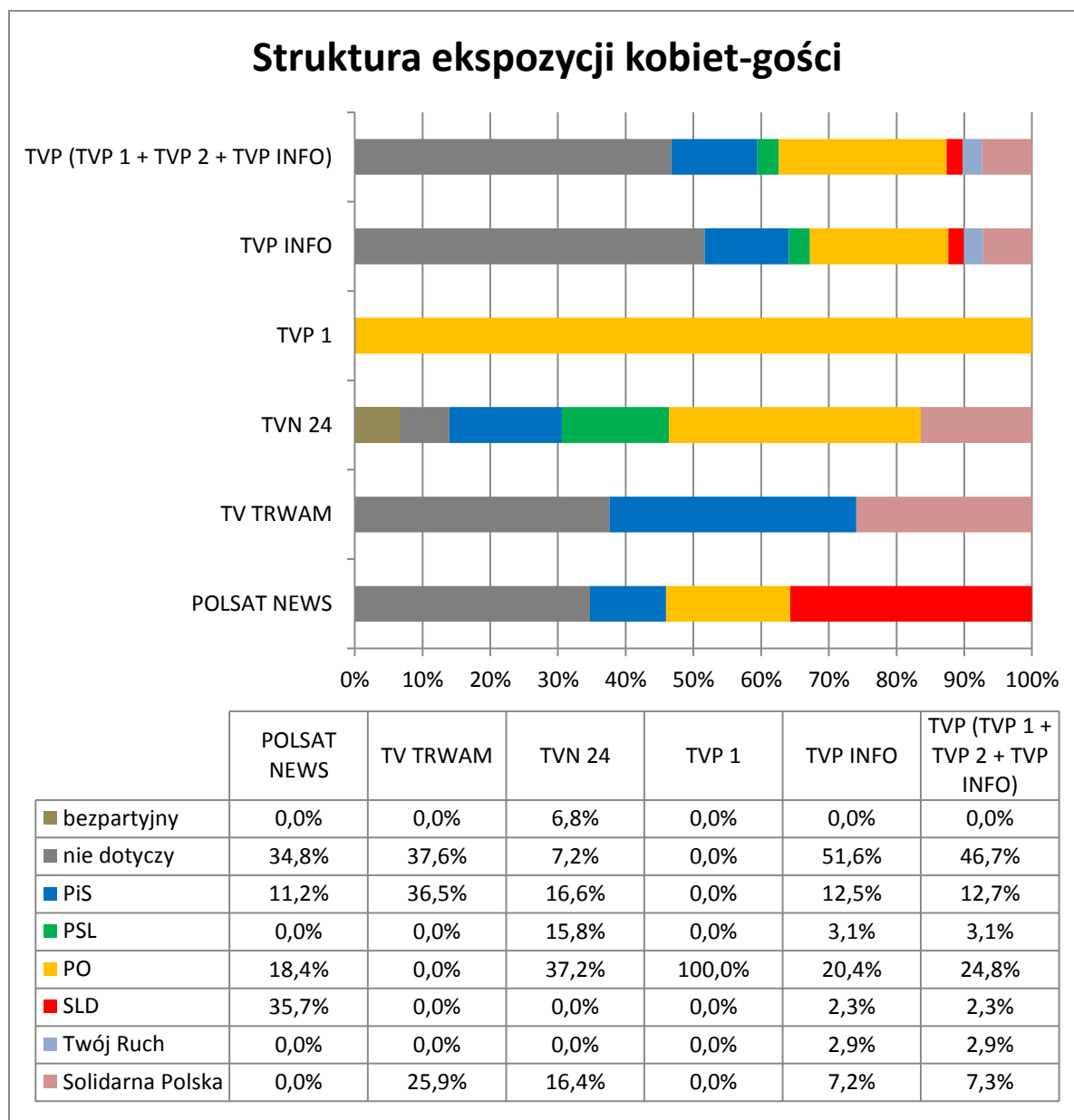
3.2.1.1. Strategie doboru kobiet-gości do audycji

W zależności od stacji dają się zauważyć różne strategie doboru kobiet-gości do udziału w audycji. W badanych audycjach na pierwsze miejsce w ekspozycji kobiet-gości wróciła TV Trwam z wynikiem 24,8 proc. ekspozycji czasowej (jest to stacja, w której kobiety były najbardziej eksponowane w poprzednich badanych kampaniach – z wyjątkiem pierwszej tury wyborów prezydenckich). Drugi wynik zanotowano w odniesieniu do telewizji publicznej – z ekspozycją kobiet na poziomie 13,8 proc. (w głównej mierze wynik ten jest zasługą TVP Info – 16,4 proc., przy marginalnej ekspozycji kobiet w TVP 1). Zerową ekspozycję kobiet-gości odnotowano w TVP 2 (żadna kobieta nie wzięła udziału w dwóch badanych wydaniach audycji Tomasza Lisa), a bardzo niską w TVP 1 – 3,5 proc., TVN 24 – 9,6 proc. oraz w Polsacie News – 7,8 proc.



3.2.1.1.1. Dobór według partii

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



Na powyższym wykresie widoczne są zróżnicowane wzorce ekspozycji kobiet z poszczególnych partii i grup gości. W przypadku telewizji publicznej dominują ekspertki, polityczki PiS i PO (z przewagą PO w TVP 2 i TVP Info; Joanna Mucha jako jedyna kobieta na antenie TVP 1). W TVN 24 widoczna jest grupa polityczek PO, PSL, PiS, Solidarnej Polski i bezpartyjnych. W TV Trwam widoczna była ekspozycja kobiet-ekspertek oraz poli-

tyczek PiS i Solidarnej Polski, a w Polsacie News widoczna równomierna ekspozycja polityczek PO, SLD i PiS oraz bezpartyjnych i ekspertek, z wyraźną przewagą ekspozycji polityczek SLD (Magdaleny Ogórek, Joanny Senyszyn i Pauliny Piechny-Więckiewicz) Te zróżnicowane – w obrębie drugiej tury oraz w porównaniu z pierwszą turą – style wyraźnie wskazują na to, że niska proporcja ekspozycji kobiet nie jest pochodną klucza partyjnego czy doboru jedynie wąskiej grupy polityczek jako gości w audycjach – nie da się bowiem podać uniwersalnego, logicznego wzorca doboru kobiet-gości do audycji, a jednak proporcja ich ekspozycji pozostaje bardzo wyrównana.

Na kolejnej stronie prezentujemy szczegółowe zestawienie składu grupy kobiet-gości o statusie „nie dotyczy”, a więc ekspertek, artystek i innych postaci niebędących czynnymi politykami.

Gość	Status przedstawienia	Frekwencja ekspozycji	Czas ekspozycji
Jadwiga Staniszkis	Profesor, socjolog	2	00:25:04
Dominika Wielowieyska	„Gazeta Wyborcza”	2	00:23:02
Hanna Karp	Doktor (...) medioznawca, wykładowca w Wyższej Szkole Medialnej w Toruniu, między innymi	1	00:39:44
Agnieszka Holland	Reżyserka	1	00:14:05
Ewa Pietrzyk-Zieniewicz	Docent (...) – politolog, Uniwersytet Warszawski	1	00:12:13
Anna Komorowska	Żona prezydenta Bronisława Komorowskiego	1	00:11:36
Anna Materska-Sosnowska	Politolodzy (...). Doktor	1	00:09:54
Barbara Labudda	Specjaliści od wizerunku, także tego politycznego	1	00:09:20
Agnieszka Ziółkowska	„Krytyka Polityczna”	1	00:09:10
Ewa Marciniak	Profesor (...) – Instytut Nauk Politycznych, Uniwersytet Warszawski	1	00:05:11
Zuzanna Dąbrowska	Pierwszy Program Polskiego Radia	1	00:10:12
Joanna Szczepkowska	Aktorka	1	00:09:55
Joanna Trzaska-Wieczorek*	Dyrektor biura prasowego pana prezydenta Bronisława Komorowskiego	1	00:09:11
Teresa Misiak	Wiceprzewodnicząca krajowej sekcji oświaty i wychowania NSZZ „Solidarność”	1	00:08:57
Joanna Solska	„Polityka”	1	00:06:30
Joanna Załuska	Z Fundacji Batorego	1	00:04:42

W grupie tej jest widoczna obecność następujących kategorii gości:

- ekspertek merytorycznych – badaczek i dziennikarek;
- urzędniczek (Joanna Trzaska-Wieczorek)¹⁹;
- działaczek społecznych (Teresa Misiak, Joanna Załuska);
- aktorek i artystek (Agnieszka Holland, Joanna Szczepkowska).

Za pomocą gwiazdki została wyróżniona Joanna Trzaska-Wieczorek z Kancelarii Prezydenta, która formalnie nie będąc członkiem Platformy Obywatelskiej, w odbiorze wyborców mogła być odbierana – z racji pełnionej przez siebie funkcji – jako osoba popierająca kandydata tej partii.

3.2.2.1. 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 wyborami do Parlamentu Europejskiego i zbliżona do tej odnotowanej przy okazji wyborów samorządowych w 2014 roku obecność kobiet o cechach liderek politycznych, należących do segmentu „doświadczonych polityczek” i „aktywnych ekspertek”. W zestawieniu według typologii zachowań kobiet-gości są widoczne następujące tendencje w obrębie poszczególnych segmentów:

¹⁹ Musimy pamiętać o poczynionej w raporcie poświęconym pierwszej turze wyborów uwadze odnoszącej się do zakwalifikowania rzeczniczki Kancelarii Prezydenta RP Bronisława Komorowskiego do określonej kategorii (uznanie Joanny Trzaski-Wieczorek za urzędnika, a nie polityka). Trzeba nadmienić, że w trakcie kampanii nie była ona formalnie członkiem PO ani czynną polityczką, stąd jej ekspozycja nie była sumowana jako ekspozycja tej partii (w przeciwieństwie do ekspozycji samego Bronisława Komorowskiego), choć jej odbiór przez wyborców mógł być inny (jako wspierającej kandydata tej partii w kampanii). Z perspektywy formalnej należałoby ten czas ekspozycji doliczyć do łącznego czasu Platformy Obywatelskiej, której *de facto*, bo nie *de iure* (Bronisław Komorowski od dawna nie jest członkiem PO, a w kampanii sam podkreślał, że jest kandydatem niezależnym, obywatelskim), był kandydatem. Z drugiej zaś strony minister Joanna Trzaska-Wieczorek była w czasie kampanii urzędnikiem Kancelarii Prezydenta RP i brała udział w dyskursie publicznym po stronie i niejako w imieniu kandydata na drugą kadencję. Zwracamy na to szczególną uwagę, gdyż – w zależności od przyjętej perspektywy – czas antenowy (ekspozycja wskazanych osób) może być zaliczony wprost na poczet Platformy Obywatelskiej i powiększać jej udziały w łącznych zestawieniach.

- **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.: Barbarę Nowacką, Beatę Szydło, Joannę Muchę czy Beatę Kempę. Z racji stosunku prezentowanego przez dziennikarzy w tej grupie, mimo niskiego doświadczenia politycznego, znalazłaby się także jedyna kandydatka w tych wyborach – Magdalena Ogórek.
- **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.: Agnieszka Pomaska, Ilona Antoniszyn-Klik, Małgorzata Sadurska czy Maria Janyska.
- **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.: Dominika Wielowieyska, Jadwiga Staniszkis, Joanna Solska czy Ewa Marciniak.
- **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;
 - ta grupa była relatywnie mało eksponowana zarówno w pierwszej, jak i w drugiej turze wyborów prezydenckich; jej jedynymi przedstawi-

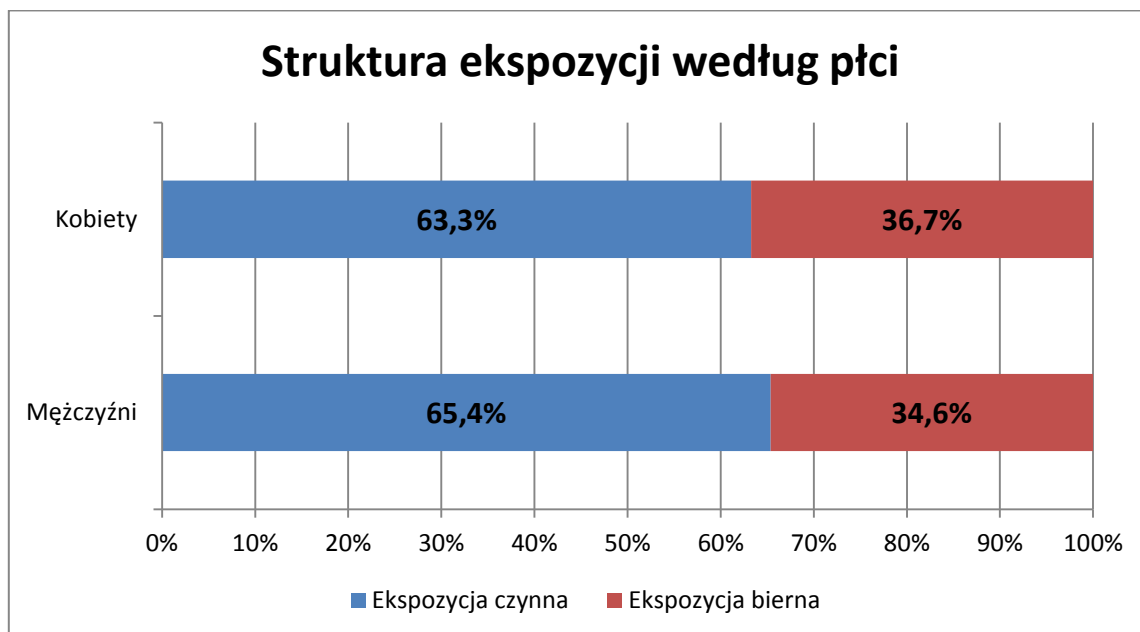
cielkami były: Teresa Misiak, wiceprzewodnicząca krajowej sekcji oświaty i wychowania NSZZ „Solidarność”, i Joanna Załuska z Fundacji Batorego.

- **Artystki i celebrytki:**

- kobiety zapraszane do dyskusji w kwestiach „miękkich”, w tematach związanych z kulturą i sztuką;
- do tej grupy należą m.in. Agnieszka Holland i Joanna Szczepkowska.

3.2.2.2. 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 mężczyzn-gości.

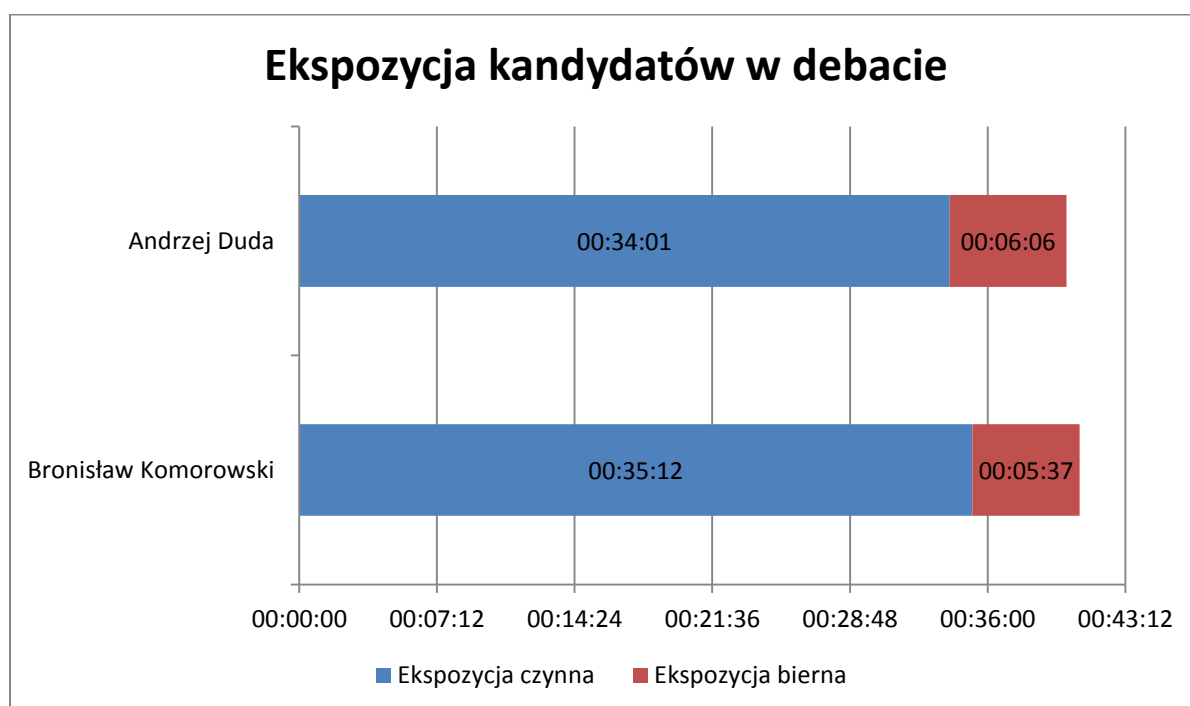


Zestawienie to pokazuje, że istnieje różnica na korzyść mężczyzn – o około dwa punkty procentowe częściej są oni prezentowani jako aktywni uczestnicy dyskusji. Stabilność tej drobnej preferencji na korzyść mężczyzn w kolejnych wyborach i w porównaniu z pierwszą turą wyborów prezydenckich dowodzi, że drobnej, ale powtarzalnej i stałej tendencji do nieco częstszego przyznawania głosu mężczyznom zaproszonym do udziału w audycji.

3.3. Debata prezydencka jako składowa dyskursu politycznego

Kolejna część podsumowania dotyczy debaty prezydenckiej wyemitowanej na trzech antenach (TVP 1, TVP Info oraz Polsat News) i programu odnoszącego się do niej na antenie TVP Info. W zestawieniu tym zajmiemy się wskaźnikami ekspozycji kandydatów w debacie, a także zachowaniem dziennikarzy w stosunku do debatujących polityków i zachowaniem podczas całej debaty. Dodatkowo zaprezentujemy także dobór ekspertów w paśmie następującym po debacie w TVP Info oraz tematyzację dyskursu prowadzonej z ich udziałem audycji.

3.3.1. Ekspozycja kandydatów w debacie prezydenckiej



Wykres ekspozycji kandydatów pozwala stwierdzić, że formuła przyjęta dla debaty pozwoliła, podobnie jak w przypadku pierwszej tury, na dobrą kontrolę ekspozycji kandydatów – zarówno na poziomie czasu łącznego, jak i rodzaju ekspozycji czynnej lub biernej. W toku całej debaty widoczna nadekspozycja Bronisława Komorowskiego wyniosła zaledwie minutę i 11 sekund, z czego 29 sekund zostało dodatkowo skompensowane przez wyższą ekspozycję bierną Andrzeja Dudy. Przy dużej dynamice debaty wynik ten

należy uznać za sukces dziennikarzy prowadzących debatę oraz osób realizujących program. Duży stopień matematycznej precyzji w ekspozycji kandydatów należy uznać za spełnienie wymogu „równego czasu na wypowiedź” zapisanego w art. 5 pkt 2 *Rozporządzenia KRRiT z dnia 6 lipca 2011 roku w sprawie szczegółowych zasad i trybu przeprowadzania debat przez Telewizję Polską Spółkę Akcyjną*. Debatę spełniła także wymóg ekspozycji obu kandydatów w jednej debacie (art. 2 pkt 3 oraz art. 4 pkt 1 i 2).

Pod kątem zapisów wspomnianego rozporządzenia debatę tę należy uznać (na poziomie treści badanych w tej analizie) za w pełni spełniającą określone dla niej wymogi formalne i logistyczne. **Należy nadmienić, że temat oraz zadania postawione przez KRRiT przed niniejszym raportem uniemożliwiają przeprowadzenie bardziej szczegółowej (choć byłaby taka możliwość) analizy medioznawczej oraz formalno-gatunkowej (w oparciu o teorię debat prezydenckich w porównaniu do doświadczeń amerykańskich czy też europejskich) debaty przeprowadzonej 17 maja 2015 roku z udziałem dziesięciu kandydatów na urząd Prezydenta RP.**

(...)

3.3.3. *Debata po debacie na antenie TVP Info*

Gośćmi programu *Debata po debacie* w TVP Info byli:

Gość	Status przedstawienia	Ekspozycja czynna	Ekspozycja bierna
Jacek Żakowski	Polityka, Collegium Civitas	00:08:47	00:03:12
Marcin Kierwiński	Platforma Obywatelska	00:05:40	00:01:26
Norbert Maliszewski	Doktor habilitowany	00:09:02	00:02:19
Rafał Ziemkiewicz	Tygodnik „Do Rzeczy”	00:04:24	00:04:13
Wawrzyniec Konarski	Profesor	00:08:51	00:02:08
Zbigniew Ziobro	Zjednoczona Prawica	00:07:14	00:02:31

W analizie pasma *Debata po debacie* zespół analizujący wskazał na zauważalnie bardziej krytyczny stosunek prowadzącego do Zbigniewa Ziobro i umiarkowanie życzliwy do Norberta Maliszewskiego, Wawrzyńca Konarskiego, Jacka Żakowskiego i Marcina Kierwińskiego z PO. Dobór gości został dokonany w większości z klucza eksperckiego – w pierwszym materiale w rozmowie wzięło udział dwóch dziennikarzy-publicystów, w drugiej dwóch badaczy politologów, w trzeciej zaś politycy Solidarnej Polski i Platformy Obywatelskiej. W układzie tym widoczne jest dążenie do zachowania tematycznej syme-

trii między zaproszonymi gośćmi, dynamika dyskusji sprawiła jednak, że w ostatnim materiale widzowie mogli mieć wrażenie nierównego stosunku dziennikarza prowadzącego do gości, z wyraźnie krytycznym stosunkiem do Zbigniewa Ziobry.

Tematyka *Debaty po debacie* obejmowała w drugiej turze następujące zagadnienia:

Wątek tematyczny	Czas trwania wątku
Kto wygrał debatę – Bronisław Komorowski czy Andrzej Duda? Komu pomoże debata?	00:05:25
Wypowiedź Andrzeja Dudy na temat przebiegu debaty	00:01:30
Kto lepiej bronił swoich obozów politycznych? Pozycja Polski na arenie międzynarodowej	00:04:12
Komentarz Beaty Szydło – szefowej sztabu Andrzeja Dudy	00:01:38
Trudne pytania w debacie	00:02:03
Wrażenia z debaty – kto wygrał (pytanie zadane nowym gościom)? Mocne punkty kampanii. Kto lepiej wykorzystał czas na orędzie?	00:13:40
Wypowiedź Bronisława Komorowskiego na temat debaty	00:01:17
Do kogo zwracali się kandydaci podczas debaty? Haki i ataki podczas debaty	00:09:15
Komentarz Marcina Mastalerka, rzecznika PiS, na temat debaty	00:01:16
Kto wygrał debatę (pytanie zadane ostatniej parze gości)? Samodzielność kandydatów	00:15:14

Pasmo po debacie w drugiej turze wyborów było wyraźnie nasycone tematyką autoreferencyjną/metanarracyjną (z wyjątkiem wątku o pozycji Polski na arenie międzynarodowej), ujmującą temat starcia kandydatów w kontekście procesów oddziaływania na wyborcę, znaczenia debaty dla wizerunku kandydatów, efektywności zagospodarowania czasu debaty przez kandydatów w celach perswazyjnych, sprawności w reagowaniu na trudne pytania ze strony kandydatów.

Istotnym elementem pasma *Debata po debacie* w TVP Info były także komentarze do jej wyniku. Co ciekawe, w tym aspekcie wyraźną przewagę uzyskało PiS – wykorzystano komentarze trzech osób należących do tej partii: Andrzeja Dudy, Beaty Szydło oraz Marcina Mastalerka (wobec jednego komentarza od Bronisława Komorowskiego).

3.4. Wnioski łączne i dyskusja

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

- W zakresie liczby materiałów wyborczych zauważalna jest, podobnie jak w pierwszej turze i poprzednich wyborach, dominacja kanałów tematycznych – informacyjnych – TVP Info, TVN 24 oraz Polsatu News, a także udział wyspecjalizowanych programów publicystycznych w stacjach ogólnotematycznych (*Tomasz Lis na żywo* w TVP 2, *Polityka przy kawie* w TVP 1 oraz *Rozmowy niedokończone* i *Polski punkt widzenia* w TV Trwam).
- W badanych audycjach odnotowano wysoki poziom nasycenia tematyką autoreferencyjną, związaną z przebiegiem kampanii wyborczej i jej medialnymi obrazami – była to główna kategoria tematyczna obecna na poziomie między 43,8 (TV Trwam) a 70,3 proc. (TVP 2) w badanych audycjach (z wyjątkiem TVP 1, gdzie odsetek ten był niższy i wynosił 23,6 proc. czasu audycji). Inne tematy budzące zainteresowanie dziennikarzy badanych programów obejmowały:
 - TELEWIZJA PUBLICZNA – zauważalna ekspozycja tematyki związanej z bezpieczeństwem, gospodarką, kwestiami społecznymi oraz ustrojowymi;
 - TVP INFO – wyrównana ekspozycja różnych jednostek tematycznych, bez wyraźnej dominanty poza tematyką samej kampanii wyborczej;
 - TVP 1 – wysoka ekspozycja tematyki społecznej (reformy emerytalna, polityka społeczna, emigracja i bezrobocie wśród młodych, *in vitro* – temu ostatniemu tematowi poświęcono na przykład całe wydanie audycji *Minęła dwudziesta* w dniu 20 maja), wysoka ekspozycja polityki krajowej (głównie przyszłość lewicy po klęsce SLD, rola ruchu Pawła Kukiza na scenie politycznej oraz formowanie się nowej „partii Balcerowicza”). Druga w próbie ekspozycja tematyki gospodarczej – na poziomie 5,2 proc.;
 - TVP 2 – najwyższa ekspozycja tematyki kampanii wyborczej i jej wpływu na politykę krajową – głównie w kontekście kryzysu SLD

i słabego wyniku kandydatki popieranej przez tę partię, a także formujących się nowych ruchów politycznych – ruchu Pawła Kukiza

i ruchu skupionego wokół Ryszarda Petru;

- TVN 24 – najwyższa w próbie, choć bezwzględnie niezbyt duża ekspozycja tematyki skandali i kontrowersji w kampanii (głównie kwestia nowych taśm w aferze podsłuchowej oraz ataku na Bronisława Komorowskiego), poza tym wyrównana ekspozycja różnych jednostek tematycznych, bez wyraźnej dominanty poza tematyką samej kampanii wyborczej;
 - POLSAT NEWS – wysoka ekspozycja wyników pierwszej tury wyborów oraz tematów społecznych, drugi w badanej próbce udział wzmianek o skandalach i aferach w okresie wyborów. Należy podkreślić, że ponownie największy udział ekspozycji tematu związanego z prerogatywami prezydenckimi – 2,2 proc.;
 - TV TRWAM – wysokie zainteresowanie tematami światopoglądowymi i społecznymi, z naciskiem na kwestie *in vitro* oraz sytuację osób młodych i emerytów (niższe jednak niż w pierwszej turze wyborów), wysoki udział kwestii związanych z polityką krajową (głównie w kontekście wpływu rządów PO na sytuację w kraju i konsekwencji, jakie wynikają z tego dla poparcia dla Bronisława Komorowskiego). Tylko w TV Trwam pojawiła się kategoria „inne” – obejmująca tematykę religijną oraz materiał o Andrzeju Rosiewiczu jako satyryku, zawierający odwołania do jego twórczości prześmiewczej wobec Bronisława Komorowskiego. Trzeba podkreślić, że TV Trwam znów – jak w pierwszej turze – miała najwyższy wynik ekspozycji, jeśli chodzi o prerogatywy prezydenckie – *ex aequo* z Polsat News – 2,2 proc.
- Warto zauważyć, że dominujące kategorie tematyczne, poza tematyką samej kampanii wyborczej, z nielicznymi wyjątkami (jak ponownie wysoka ekspozycja tematyki społecznej w TV Trwam), nie odzwierciedlały układu tematyzacji z pierwszej tury wyborów. Oznacza to, że agenda medialna w badanym okresie ulegała istotnym przeobrażeniom – zarówno pod wpływem bieżących wydarzeń (globalny wzrost udziału skandali po wycieku nowych nagrań polityków i ataku na Bronisława Komorowskiego w Toruniu), jak i działań samych polityków (wi-

doczny spadek zainteresowania tematyką bezpieczeństwa w drugiej turze na rzecz JOW-ów i referendum zaplanowanego na 6 września 2015 roku).

- W obszarze ekspozycji partii politycznych były widoczne zróżnicowane modele doboru gości do audycji:
 - TELEWIZJA PUBLICZNA – dominacja grupy ekspertów, wysoka ekspozycja PiS i PO – z przewagą PO, relatywnie wysoka ekspozycja PSL, SLD i Polski Razem;
 - TVP 1 – skupienie na spolaryzowanej osi sporu PiS–PO, z bardzo wysoką ekspozycją polityków obu partii;
 - TVP 2 – dominacja grupy ekspertów, polityków bezpartyjnych i polityków PO;
 - TVP INFO – dominacja grupy ekspertów, wysoka ekspozycja PiS i PO – z przewagą PO, relatywnie wysoka ekspozycja PSL, SLD i Polski Razem;
 - POLSAT NEWS – skupienie na spolaryzowanej osi sporu PiS–PO, duży udział ekspertów, relatywnie wysoka ekspozycja PSL, SLD i Polski Razem;
 - TV TRWAM – dominacja grupy ekspertów i polityków PiS, widoczna ekspozycja Solidarnej Polski i Polski Razem – odejście od modelu pluralizmu ograniczonego (tylko PiS i eksperci) do nieco bardziej wyważonego (choć wciąż preferującego jedną stronę sceny politycznej) modelu pluralizmu zawężonego;
 - TVN 24 – dominacja grupy ekspertów, widoczne skupienie na spolaryzowanej osi sporu PiS–PO, widoczna ekspozycja SLD i Polski Razem, widoczna ekspozycja polityków mniejszych stronnictw w kontekście wyborów.
- W drugiej turze wyborów prezydenckich ponownie, jeszcze wyraźniej niż w pierwszej turze, uwidocznił się dyskurs polityczny spolaryzowany między PiS a PO w niemal wszystkich stacjach – wyjątek stanowi TV Trwam, w której dyskurs został ograniczony do polityków PiS, Solidarnej Polski oraz Polski Razem.
- W strukturze doboru gości-ekspertów – podobnie jak w pierwszej turze – wyraźnie zarysowała się tendencja do merytorycznego doboru ekspertów, z dużym udziałem grup ekspertów-badaczy (politologów, socjologów, ekonomistów), a także ekspertów-publicystów.

- W strukturze pytań w badanych audycjach dominowały pytania o informacje, co jest sytuacją wyjątkową w skali wszystkich dotychczas badanych w tej metodologii wyborów, co było zasługą wystąpienia we wszystkich stacjach pewnej liczby audycji o wyjątkowo wysokich wskaźnikach orientacji na informacje. Te audycje to:

Stacja	Audycja	Data	Prowadzący	Stosunek liczby pytań o informacje do pytań o opinie
TVP INFO	<i>Po przecinku</i>	19 maja	Joanna Racewicz	21,00
TV TRWAM	<i>Rozmowy niedokończone</i>	21 maja	Marcin Krupa	17,00
TVN 24	<i>Łoża prasowa</i>	17 maja	Małgorzata Łaszcz	17,00
TVP 1	<i>Polityka przy kawie</i>	19 maja	Małgorzata Serafin	15,00
TVP INFO	<i>Dziś wieczorem</i>	14 maja	Krzysztof Ziemięc	15,00
POLSAT NEWS	<i>Gość Wydarzeń</i>	12 maja	Dorota Gawryluk	9,40
POLSAT NEWS	<i>Gość Wydarzeń</i>	11 maja	Dorota Gawryluk	9,00
TVN 24	<i>Fakty po Faktach</i>	11 maja	Grzegorz Kajdanowicz	8,67

Warto zauważyć, że w przypadku większości z tych audycji pytania o informacje dotyczyły jednak przebiegu kampanii wyborczej (a nie postulatów programowych czy kompetencji prezydenta), jak na przykład miało to miejsce w audycji *Po przecinku* z 19 maja 2015 roku (fragment z trzema pytaniami o informacje; podkreślenia autorów raportu):

„To było pytanie, pan profesor wytłumaczy tę sprawę.

A dorabia w Poznaniu, to prawda?

Był na urlopie?

[...] **A skąd ta przemiana pana prezydenta, to jest dzieło Michała Kamińskiego?**

Michał Kamiński macza palce w kampanii?”

- Na poziomie stylów zachowania dziennikarzy w audycjach wyróżniono następujące modele typowe dla opisywanych stacji:
 - TELEWIZJA PUBLICZNA – styl wyważony, cechujący się średnim stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i średnimi wartościami wskaźników aktywności dziennikarskiej, z niższym niż w pierwszej turze natężeniem pytań i wyższym natężeniem interwencji dziennikarskich;
 - TVP INFO – styl wyważony, cechujący się średnim stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i średnimi wartościami wskaźników aktywności dziennikarskiej;

- TVP 1 – styl wyważony, nastawiony na informacje, cechujący się wysokim (i dużo wyższym niż w pierwszej turze) stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i nieco wyższą od średniej liczbą interwencji dziennikarskich;
 - TVP 2 – styl wyważony, cechujący się średnim stosunkiem liczby pytań o informacje do pytań o opinie i nieco niższą od średniej liczbą interwencji dziennikarskich;
 - TVN 24 – styl aktywny, nastawiony na opinie, cechujący się wysokim stopniem nasycenia pytaniami o opinie, a także najwyższymi wskaźnikami aktywności dziennikarskiej na jednostkę czasu (zadawania pytań i przerywania wypowiedzi gości) – jest to wyraźnie najbardziej stabilny i podlegający najmniejszym wahaniom styl aktywności dziennikarskiej wśród badanych stacji;
 - POLSAT NEWS: styl mało aktywny, nastawiony na opinie, cechujący się wysokim stopniem nasycenia pytaniami o opinie, a także niskimi wskaźnikami aktywności dziennikarskiej na jednostkę czasu.
 - TV TRWAM – styl spokojny, nastawiony na wiedzę, cechujący się dużym udziałem pytań o informacje, a także niskimi wskaźnikami aktywności dziennikarzy – zadawania pytań (choć w przypadku tego wskaźnika jego wartość jest wyższa niż w pierwszej turze) i przerywania wypowiedzi gości. Obok stylu dziennikarzy TVN 24 jest to drugi najbardziej stabilny – w zasadzie podlegający tylko niewielkim fluktuacjom w kolejnych kampaniach wyborczych – styl aktywności dziennikarzy.
- We wskaźnikach realizacji misji publicznej ponownie dobrze wypadła stacja Polsat News, dobre wyniki we wszystkich metodach pomiaru (mnożnikowej i standaryzowanej) uzyskały TVP 1 i TVN 24, a w dalszej kolejności TVP Info, TVP 2. Relatywnie najniższą punktację ponownie uzyskała TV Trwam (efekt braku pluralizmu i wyraźnie pozytywnego stosunku dziennikarzy tej partii do gości z Prawa i Sprawiedliwości).
 - Na poziomie ilościowym wyraźnie niska była ekspozycja gości kobiet – 12 proc., z wysoką ekspozycją kobiet-gości w TV Trwam (inaczej niż w pierwszej turze wyborów, ale podobnie jak w poprzednich badanych kampaniach wyborczych).

- W drugiej turze wyborów prezydenckich niepokoi także niski udział kobiet jako prowadzących audycje – wyniósł on 38,9 proc. i był najniższym z do tej pory zaobserwowanych we wszystkich badanych kampaniach wyborczych.
- Na poziomie jakościowym wyraźnie wyższa niż w eurowyborach, a podobna jak w przypadku wyborów samorządowych w 2014 roku i pierwszej turze wyborów prezydenckich była reprezentacja kobiet o silnej, ugruntowanej pozycji politycznej oraz charyzmatycznych, wyrazistych postaci kobiecych (przy łącznej niskiej ilościowej ekspozycji całej grupy kobiet-gości).
- Druga tura wyborów prezydenckich pozwoliła uchwycić zjawisko minimalnie wyższej, ale bardzo konsekwentnie obecnej w zasadzie we wszystkich poprzednich badanych kampaniach nadekspozycji czynnej mężczyzn – są oni o około 2 punkty proc. częściej prezentowani w sposób czynny i jest to proporcja bardzo stabilna, powtarzająca się od kilku kampanii wyborczych.
- Analizowana debata prezydencka w drugiej turze spełniała kryteria ekspozycji kandydatów i pluralizmu zapisane w *Rozporządzeniu KRRiT z dnia 6 lipca 2011 roku w sprawie szczegółowych zasad i trybu przeprowadzania debat przez Telewizję Polską Spółkę Akcyjną*, w tym w szczególności zapisane w art. 5 pkt 2, art. 2 pkt 3 oraz art. 4 pkt 1 i 2 (wyjąwszy rezygnację z udziału w debacie faworyta pierwszej rundy Bronisława Komorowskiego).
- Pasma po debacie zostało poświęcone w całości komentarzom ekspertów, a jego tematyka i narracja wskazywały, że było ono opiniotwórczym dopełnieniem faktów i opinii zaprezentowanych przez kandydatów w toku debaty, cała debata była też przez dziennikarzy ramowana w kontekście działań z obszaru marketingu politycznego i kreacji wizerunku, bardziej niż w odniesieniu do jakichkolwiek kwestii merytorycznych zawartych w programach kandydatów. Wyraźnym problemem pasma komentarzy po debacie był stosunek dziennikarza do Zbigniewa Ziobry, stosunkowo krytyczny i stojący w opozycji do życzliwego zachowania w stosunku do pozostałych gości, co mogło psuć wrażenie bezstronności i wyważenia tej konkretnej audycji (zwłaszcza że spór z tym politykiem miał miejsce pod koniec audycji, a więc cała sytuacja mogła zostać dość łatwo zapamiętana przez widza).

4. Spis audycji zakwalifikowanych do badania

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 11 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 12 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 13 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 14 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 15 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 16 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 18 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 20 maja 2015

Polsat News, *Gość Wydarzeń*, 22 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 11 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 12 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 13 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 14 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 18 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 20 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 21 maja 2015

Polsat News, *Graffiti*, 22 maja 2015

Polsat News, *Polska wybiera*, 21 maja 2015

Polsat News, *Premierzy*, 15 maja 2015

Polsat News, *Premierzy*, 22 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 11 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 12 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 13 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 14 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 15 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 18 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 19 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 20 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 21 maja 2015

Polsat News, *Rozmowa Wydarzeń*, 22 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 11 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 12 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 13 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 15 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 18 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 20 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 21 maja 2015

Polsat News, *Tak czy nie*, 22 maja 2015

Polsat News, *To był dzień*, 11 maja 2015

Polsat News, *To był dzień*, 12 maja 2015

Polsat News, *To był dzień*, 13 maja 2015

Polsat News, *To był dzień*, 14 maja 2015

Polsat News, *To był dzień*, 18 maja 2015

Polsat News, *To był dzień*, 19 maja 2015

Polsat News, *To był dzień*, 20 maja 2015

Polsat News, *Wieczór z debatą*, 17 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 11 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 12 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 13 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 14 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 15 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 18 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 19 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 20 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 21 maja 2015

Polsat News, *Wydarzenia, opinie, komentarze*, 22 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 11 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 12 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 13 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 14 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 15 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 16 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 18 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 20 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 21 maja 2015

TV Trwam, *Polski punkt widzenia*, 22 maja 2015

TV Trwam, *Rozmowy niedokończone*, 13 maja 2015

TV Trwam, *Rozmowy niedokończone*, 16 maja 2015

TV Trwam, *Rozmowy niedokończone*, 20 maja 2015

TV Trwam, *Rozmowy niedokończone*, 21 maja 2015

TVN 24, *Czas decyzji*, 21 maja 2015

TVN 24, *Czas decyzji. Debata po debacie*, 21 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 11 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 12 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 13 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 14 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 15 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 16 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 17 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 18 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 19 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 20 maja 2015

TVN 24, *Fakty po Faktach*, 22 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 11 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 12 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 13 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 14 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 15 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 18 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 19 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 20 maja 2015

TVN 24, *Jeden na jeden*, 21 maja 2015

TVN 24, *Kawa na ławę*, 17 maja 2015

TVN 24, *Kropka nad i*, 11 maja 2015

TVN 24, *Kropka nad i*, 12 maja 2015

TVN 24, *Kropka nad i*, 13 maja 2015

TVN 24, *Kropka nad i*, 14 maja 2015

TVN 24, *Kropka nad i*, 18 maja 2015

TVN 24, *Kropka nad i*, 19 maja 2015

TVN 24, *Kropka nad i*, 20 maja 2015

TVN 24, *Loża prasowa*, 17 maja 2015

TVN 24, *Piaskiem po oczach*, 15 maja 2015

TVN 24, *Piaskiem po oczach*, 22 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 11 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 12 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 13 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 14 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 15 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 18 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 19 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 20 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 21 maja 2015

TVN 24, *Tak jest*, 22 maja 2015

TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 11 maja 2015	TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 20 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 12 maja 2015	TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 21 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 13 maja 2015	TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 22 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 14 maja 2015	TVP Info, <i>Forum</i> , 15 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 15 maja 2015	TVP Info, <i>Forum</i> , 22 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 18 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 11 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 19 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 12 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 20 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 13 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 21 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 14 maja 2015
TVP 1, <i>Polityka przy kawie</i> , 22 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 15 maja 2015
TVP 1, TVP Info i Polsat, <i>Debata kandydatów. Wybory prezydenckie 2015</i> , 17 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 18 maja 2015
TVP 2, <i>Tomasz Lis na żywo</i> , 11 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 19 maja 2015
TVP 2, <i>Tomasz Lis na żywo</i> , 18 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 20 maja 2015
TVP Info, <i>Bliżej</i> , 14 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 21 maja 2015
TVP Info, <i>Debata po debacie</i> , 17 maja 2015	TVP Info, <i>Gość poranka</i> , 22 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 11 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 11 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 12 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 12 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 13 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 13 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 14 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 14 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 15 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 15 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 16 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 18 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 18 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 19 maja 2015
TVP Info, <i>Dziś wieczorem</i> , 19 maja 2015	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 20 maja 2015
	TVP Info, <i>INFO rozmowa</i> , 21 maja 2015

TVP Info, *Kampania prezydencka. Finał*,
22 maja 2015

TVP Info, *Podsumowanie kampanii przed dru-
gą turą*, 22 maja 2015

TVP Info, *Komentarze przed debatą*, 17 maja
2015

TVP Info, *Woronicza 17*, 17 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 11 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 12 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 13 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 14 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 16 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 18 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 19 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 20 maja 2015

TVP Info, *Minęła dwudziesta*, 21 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 11 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 12 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 13 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 14 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 15 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 16 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 18 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 19 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 20 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 21 maja 2015

TVP Info, *Po przecinku*, 22 maja 2015

